



BELEIDSVISIE 2016 – 2020 VAN DE NEDERLANDSE UNIFILVERENIGING

Rijsbergen
22 maart 2016

VOORWOORD

Geachte lezer,

Voor u ligt onze beleidsvisie van de Nederlandse Unifil Vereniging 2016 – 2020. De Nederlandse UNIFIL Vereniging (NUV) kijkt vooral vooruit. Een periode van 5 jaar, waarin we m.b.v. deze beleidsvisie onze richting en keuzes benoemen en onderbouwen. Voor u als leden en betrokkenen én onszelf als bestuur geeft het antwoord op de vraag 'wat ons bestaansrecht is'. Een leidraad voor de komende 5 jaar om u als leden, uw families/nabestaanden en andere belanghebbenden inzicht te geven in hoe wij onszelf als vereniging dienstbaar willen maken en verder willen ontwikkelen.

De NUV richt zich voornamelijk op leden, maar stelt zich wel ten doel om door middel van bepaalde activiteiten ook niet-leden te betrekken. Bepaalde activiteiten, zoals ondersteuning, belangenbehartiging en externe communicatie richten zich bijvoorbeeld ook op niet-leden. Natuurlijk hopen we daarmee ook op een neveneffect: enthousiaste leden én nieuwe leden.

Ik wens u veel leesplezier!

Yeb-Jan Joustra
Voorzitter

SAMENVATTING

In de komende vijf jaar stelt de Nederlandse Unifil Vereniging zich het volgende ten doel:

- in het kader van saamhorigheid; het uitbreiden van het aantal activiteiten voor leden, maar ook voor familieleden en nabestaanden,
- meer bekendheid geven over de werking van de nuldelijnsondersteuning,
- meer informatie te verstrekken aan de leden, vooral door het opzetten van een database,
- uitgroeien tot DE belangenbehartiger voor alle UNIFILLERS,
- herdenken en representeren goed uit te blijven voeren,
- ledengroei.

Daartoe wordt in het komende jaar het volgende uitgevoerd:

- versterken van de bestuurskracht en -capaciteit van de organisatie,
- versterken van de inkomstenstromen,
- samenwerking met anderen verder intensiveren,
- verdere ontwikkeling van activiteiten.

In de bijlagen vindt u een uitgewerkt overzicht

AANPAK BIJ HET OPSTELLEN VAN DEZE VISIE

Deze beleidsvisie van de NUV start met de doelen die wij ons als vereniging stellen. Vervolgens worden verschillende thema's behandeld zoals: mensen, informatie/communicatie, financiën, etc.

Begonnen wordt dus bij onszelf, de mens. Het belang daarvan hoeven we niet te onderbouwen, mensen maken het verschil in iedere organisatie. Daarna komen de levensaders van de NUV in beeld (communicatie en financiën), vervolgens de afgeleide zaken. De conclusies van het ene, worden mee genomen in het vervolg en waar dat omgekeerd is, wordt dat ook vermeld.

Per thema hebben we eerst intern gekeken en daarna extern. Verder vindt ook een toetsing aan het huidige beleid plaats.

De stijl is helder en naar wij hopen voor een ieder de inhoud ook begrijpelijk. Immers, onze visie wordt ook gelezen door lezers buiten onze vereniging. Onze leden 'controleren' ons als bestuur én moeten vooral kunnen ervaren dat het bestuur deze visie op een goede manier toepast. Verder is onze communicatie- en samenwerkingscultuur open, zijn wij zeer toegankelijk en geloven in 'dialogo'.

Op sommige punten kijken we ook naar het nabije verleden, dit om lessen uit de afgelopen vijf jaar mee te kunnen nemen.

Indeling:

- Hoofdstuk 1: Doelen van de NUV	5
- Hoofdstuk 2: Mensen	7
- Hoofdstuk 3: Informatie en Communicatie	10
- Hoofdstuk 4: Financiën	14
- Hoofdstuk 5: Materiële middelen	15
- Hoofdstuk 6: Activiteiten	15
- Hoofdstuk 7: Organisatie	16
Bijlagen	

HOOFDSTUK 1: DOELEN VAN DE NUV

De NUV heeft zich voor de periode 2016-2020 het volgende ten doel gesteld:

1.1. Het ondersteunen en stimuleren van de saamhorigheid

‘Saamhorigheid’ werd in Libanon als een groot goed ervaren en is de basis van onze vereniging. De NUV ondersteunt saamhorigheid door ontmoetingsmomenten te organiseren en/of te ondersteunen met faciliteiten. Ontmoeten dient daarbij vooral leuk en gezellig te zijn. Een moment, een dag waar je met veel plezier aan terugdenkt en over spreekt “Sharing Moments”. Natuurlijk zijn er bij sommigen van ons zorgen en problemen, maar het plezier van ontmoeten staat bij zo’n samenkomst voorop. Lid-zijn van onze vereniging moet voelen als ‘thuis’ komen, verbonden voelen met ‘toen en nu’. Het ‘wij-gevoel’ straalt trots uit, versterkt de onderlinge band en heeft een duidelijke en positieve uitstraling naar onze omgeving. Het draagt bij aan de herkenning en erkenning van UNIFIL als missie en onszelf als UNIFIL veteranen.

Ontmoeten gebeurt in groter verband, zoals veteranendag(en), of een landelijke reünie, of in kleiner verband als compagniesreünies, lokale activiteiten, herdenkingen, erewachten en andere plechtigheden. Iedere vijf jaar wordt door de NUV een grote landelijke reünie georganiseerd. Een bijkomend doel van activiteiten is natuurlijk de uitbreiding van het ledenaantal. Dat is dan een vanzelfsprekend ‘resultaat’ in indien wij allen ‘ambassadeurs’ zijn.

Het is de ambitie van de NUV het aantal activiteiten uit te breiden.

1.2. Een bijdrage leveren aan de ondersteuning van UNIFILLERS

Het Landelijk Zorgsysteem Veteranen (LZV) kent een nuldelijnsondersteuning component. Het Veteranen Platform (VP) is opgedragen de nuldelijnsondersteuning uit te voeren en voor de toekomst te verankeren. Nuldelijnsondersteuning is steun dichtbij, kameradenhulp. UNIFILLERS die dus andere UNIFILLERS helpen. De NUV kent een landelijke dekking van nuldelijnsondersteuners. Op de website en in de Dubbel Vier staat een overzicht van onze nuldelijnsondersteuners.

De ambitie is om de komende vijf jaar de nuldelijnsondersteuning meer bekendheid te geven.

1.3. Een bijdrage leveren aan belangenbehartiging

De NUV zet zich in en komt, indien nodig, op voor de belangen van de UNIFILLER, gevraagd en incidenteel ook ongevraagd. Binnen de mogelijkheden die het bestuur

heeft, informeert de NUV instanties zoals Defensie, de IGK (als de defensie-ombudsman, tevens belast met Veteranenzaken), politici, organisaties voor veteranen, etc en stelt als dat nodig is de specifieke omstandigheden van onze veteranen aan de orde. De NUV stelt zich daarbij op als belangenbehartiger van alle UNIFILLERS.

Enige 'bescheidenheid' dienen we daarin wel in acht te nemen. Immers de NUV beschikt niet over b.v. een juridische afdeling. Wél beschikken wij over leden die op verschillende gebieden functionele kennis en expertise hebben. Een aantal van hen heeft zich beschikbaar gesteld voor advies en hulp. Voor ons als bestuur betekent het dat wij vooral willen luisteren naar dat wat er leeft, dat wij met onze leden en alle betrokkenen, op alle niveaus goede, functionele contacten hebben en dat wij de juiste vertaalslag maken naar dat wat nodig is en wat van ons wordt verwacht.

De ambitie is om in de komende vijf jaar uit te groeien tot DE belangenbehartiger van én voor alle UNIFILLERS.

1.4. Zorgdragen voor informatie en communicatie

Nu de UNIFIL missie steeds verder achter ons ligt en ook wij als veteranen ouder worden, is het belangrijk om onze missie op de kaart te houden en te bewaren voor de toekomst. De NUV streeft naar een genuanceerd beeld van de missie, haar veteranen en hun ervaringen. Dit is belangrijk, zowel voor onze eigen veteranen en hun directe omgeving, alsook veel breder in sociaal-maatschappelijke zin. Daarom zijn goede contacten en samenwerking met de pers/media, Defensie, ons eigen 44 Pantserinfantiebataljon, regiment Johan Willem Friso (RI JWF), organisaties voor veteranen en bijvoorbeeld ook militaire musea essentieel.

Het verenigingsblad De Dubbel Vier, ons visitekaartje verschijnt eens per drie maanden. Inmiddels wordt iedere uitgave gemiddeld door ruim 8000 lezers gelezen! De vereniging heeft een eigen website en is actief op sociale media. Actueel nieuws over activiteiten, veteranendagen en veteranen in het algemeen dragen bij aan de herkenbaarheid, de erkenning, de waardering en de verbondenheid.

Leden hebben de behoefte dat ervaringen, verhalen, foto's, films, informatie over posten, wapens, voertuigen, etc, beschikbaar zijn. De NUV heeft in dat kader al een goede factsheet ontwikkeld met achtergrond en informatie over de missie.

De ambitie is om in de komende jaren er voor te zorgen dat er een database komt met gegevens, feiten/gebeurtenissen, namenlijsten, kaarten, foto's van posten en materieel en mensen, etc.

1.5. Zorgen voor een goede representatie

De NUV komt binnen haar mogelijkheden op voor de belangen van UNIFILLERS. Tot op alle niveaus zijn er goede contacten. Daarbij streven wij naar herkenning, erkenning en waardering. De wijze waarop, de intensiteit waarmee en de gebieden waarover contact plaatsvindt, worden telkens gezien. Periodiek overleg vindt plaats met het Ministerie van Defensie, de Politiek, RI JWF, het VP, het Veteraneninstituut (VI), De Basis, gelijkgestemde veteranenorganisaties, het VFonds, het Nederlands Instituut voor Militaire Historie, etc. Deze contacten worden wederzijds als plezierig en constructief ervaren.

1.6. Invulling geven en ondersteunen van herdenken

De negen oud collega's, wier namen op het UNIFIL monument in Havelte staan, hebben tijdens onze missie het hoogste offer gebracht, hun leven. Zij en hun families/nabestaanden verdienen voor altijd ons respect en onze aandacht. Wij gaan de nabestaande meer betrekken bij activiteiten. Maar ook na de missie zijn veteranen overleden, soms ook als (in)direct gevolg van deze missie. UNIFILLERS hebben daar het diepste respect voor. Ons respect gaat verder, ook slachtoffers van andere missies en slachtoffers die gevallen zijn voor onze bevrijding herdenken wij. Daar geven wij ook zichtbaar blijk van door bij de jaarlijkse herdenkingen op De Dam in Amsterdam, het Ereveld in Loenen en bij het Monument te Havelte als eenheid of delegatie aanwezig te zijn en daarmee ons respect en medeleven te tonen. Bij de jaarlijkse herdenking op De Dam drukken wij ons respect uit in de vorm van een Ere Couloir. Betrokken, trots en representatief!

Daarnaast worden UNIFILLERS in toenemende mate gevraagd om te fungeren als erewacht bij een uitvaart met veteranen-eer van een overleden UNIFILLER.

2. MENSEN

Als het gaat om mensen, zijn er diverse aandachtsgebieden. In dit hoofdstuk geeft de NUV aan op welke wijze wij daar invulling aan willen geven. Hoewel dit verder niet expliciet wordt genoemd, is het onderstaande soms ook van toepassing op de directe relaties van iedere veteraan.

2.1. UNIFILLERS en hun directe omgeving

2.1.1. Nederlandse UNIFILLERS bestaan eigenlijk uit twee generaties. De 'jongste' generatie bestaat uit UNIFILLERS die bij hun uitzending dienstplichtig of TS/KVV-er waren, of de lagere officiers- of onderofficiersrangen bekleedden. Het zijn veteranen die tijdens hun uitzending jonger dan dertig jaar waren, met een gemiddelde leeftijd van rond de twintig (in deze beleidsvisie aangeduid met de term jongeren). Zij zijn nu tussen de vijftig en vijfenzestig, de gemiddelde leeftijd ligt op vijfenvijftig, verreweg de grootste groep uitgezonden militairen. Daarnaast de 'oudste' generatie UNIFILLERS,

die tijdens hun uitzending de hogere officiers- en onderofficiersrangen bekleedden, met een accent op mensen die toen rond de veertig waren. Nu gemiddeld boven de zeventig (in deze beleidsvisie aangeduid met de term ouderen).

2.1.2. De jongeren zijn grotendeels in de komende vijf jaren (tot vijftien jaren) nog actief in het arbeidsproces. Ze krijgen wellicht (wat) meer tijd en aandacht voor andere zaken, meer tijd voor bezinning en misschien ook meer tijd voor het lidmaatschap van de NUV en voor deelname en ondersteunen van activiteiten. Uit deze categorie willen wij als bestuur graag meer 'actieve leden' werven die bereid zijn hun bijdrage te leveren aan de verschillende activiteiten van onze vereniging. Zo ook nieuwe bestuurs- en commissieleden. Veelal gaat dat d.m.v. directe contacten. De ervaring is dat dat een uitdaging is, die onze continue aandacht behoeft. Een goed, stabiel én actief vrijwilligerskorps is immers het fundament van iedere vereniging!

Aktie 1: de functionaliteit werving inbouwen en uitvoeren.

2.1.3. Werkenden onder ons zijn interessant in het kader van sponsoring en inzet van 'netwerken'. Daarvoor is het van belang om meer inzicht te hebben in achtergrond, werkervaring en netwerken van onze leden. Dit leidt tot de volgende actie.

Aktie 2: de functionaliteit sponsoringwerving inbouwen en uitvoeren.

2.1.4. Een voorwaarde is dat onze gegevensbestanden inclusief. NAW-gegevens up-to-date blijven en dat we ons blijven profileren door een goede en vooral actuele website, social media en de Dubbel Vier (zie hoofdstuk 3)

Aktie 3: het optimaliseren van de gegevensbestand van de leden.

2.1.5. De ouderen onder ons zijn in een andere fase van hun leven. Actieve leden uit deze doelgroep werven is niet een reële verwachting. Deze groep is eerder van belang in het kader van onze extra aandacht en zo mogelijk hulp. Ook vijftigers zijn niet verzekerd van een langdurig leven. Regelmatig zien we nu al overlijden als gevolg van veelal lichamelijke problematieken. Het klinkt wellicht niet aantrekkelijk, maar de behoefte aan nuldelijnsondersteuning in de laatste levensfase en uitvaartondersteuning wordt dus een steeds belangrijker ondersteuning door ons als NUV. Overige vragers om ondersteuning: veteranen met PTSS, met schulden, etc. Ook zij behoren tot de doelgroep van de NUV en de nuldelijnsondersteuning. Voor zover wij met de ervaring en kennis van nu kunnen nagaan, is dit voldoende afgedekt, ook al omdat onze rol daarin bescheiden is qua diepgang en verantwoordelijkheid. Wel hebben we de indruk dat nog niet alle UNIFILLERS op de hoogte zijn van de aanwezigheid en taak van de nuldelijnsondersteuning.

2.1.6. Tenslotte is er de groep nabestaanden (al dan niet als direct gevolg van de uitzending). Bij de uitreikingen van het Draaginsigne Nobelprijs is gebleken dat sommigen daarvan de contacten met de NUV en met de UNIFILLERS zeer op prijs

stellen. Wij hebben de morele plicht om dat te faciliteren. Zo zou je de kerstbezoeken weer leven moeten inblazen en/of naar andere vormen van contact moeten zoeken.

2.1.7. Dit leidt tot de volgende actiepunten:

Aktie 4: verder ontwikkelen van ondersteuning (ook voor nabestaanden) en dit borgen in het bestuur.

Aktie 5: de bekenheid van nuldelijnsondersteuning verder uitbouwen.

2.2. Andere veteranen

De NUV richt zich statutair én in handelen op UNIFILLERS die tussen 1979 en 1985 hebben gediend in en rond Libanon. Er is in de komende vijf jaren geen reden om daar van af te wijken. Wel kunnen we kijken naar samenwerking met veteranen die hebben gediend in Cambodja en bij UNPROFOR (Transportbataljon, Verbindingsbataljon, Dutchbatt) en MFO. De reden hiervoor is dat in een krachtenveld van circa vijftig veteranenverenigingen in het VP de stem van een individuele vereniging makkelijk verloren gaat. Samenwerking is daarom wenselijk en waarschijnlijk veel effectiever. We hebben waarschijnlijk meer gemeen met jongere veteranen, als het gaat om zorg en faciliteiten, dan de toenmalige operaties en het toenmalige uniform doen vermoeden. Een mogelijke binding zou kunnen zijn: de dienstplicht, immers UNIFIL en de eerste uitzendingen naar Libanon, Bosnië en de Sinai werden gevuld met voornamelijk dienstplichtigen.

Aktie 6: zorgen voor een actieve samenwerking met gelijkgestemde organisaties van/voor veteranen.

2.3. Toetsing aan het huidige beleid en de huidige praktijk

Al onze doelstellingen en ambities hebben te maken met 'de UNIFILLER als mens'. Op de volgende drie willen we ons focussen, de andere drie komen in hoofdstuk 3 aan de orde.

2.3.1. **Saamhorigheid.**

Een belangrijk deel van de UNIFILLERS is vooral vanwege saamhorigheid lid van de NUV, of van een andere organisatie voor Veteranen. Een deel is dat (nog) niet, maar is wél regelmatig aanwezig bij activiteiten en ceremonies voor en door veteranen. Een ander deel heeft daar (nog) geen behoefte aan. NUV-leden hebben dus wel behoefte aan onderlinge contacten, om lid te zijn van een vereniging, om samen te komen, om gevoelens, ervaringen en kameraadschap te delen en vooral in samen plezier hebben. 'Saamhorigheid' is feitelijk voor de komende vijf jaar dé kernactiviteit van de NUV.

De ambitie is om de NUV dichter bij de mens te brengen. Het opzetten van een eigen regionale structuur is niet van de grond gekomen. Waarschijnlijk waren we daarvoor nog te vroeg. Dit is overigens nog steeds een optie voor de toekomst als meer

UNIFILLERS zijn gestopt met werken. Wel gaan we in de komende jaren door met de reguliere activiteiten (zoals 4/5 mei, ALV, veteranendagen en regimentsdagen, de Nijmeegse Vierdaagse). We blijven ook in de komende jaren kritisch t.o.v. alle uitnodigingen v.w.b. lokale activiteiten. Hierin is een grote stijging te zien, wat natuurlijk positief is! We stemmen daarbij inspanning af op het mogelijke effect van onze bijdrage en uiteraard ook v.w.b. 'waardering en resultaat'.

Overigens hoeven we niet alle activiteiten zelf te doen. Als er (lokale) organisaties, zijn die zelf initiatieven ondernemen voor UNIFILLERS, zoals bijvoorbeeld gemeenten, kunnen we hen ondersteunen met bemensing, materieel, publiciteit en, zij het beperkt, ook financieel. Voor de komende jaren lijken de beste mogelijkheden te zitten in het samenwerken met de Veteranen Ontmoetings Centra's (VOC's) en Defensie. Zij hebben de faciliteiten en een lokaal/regionaal netwerk, wij de communicatie naar onze leden, het materieel en beperkte middelen.

Aktie 7: (verder) opbouwen en intensiveren van de samenwerking met de VOC's en andere organisaties die daarvoor in aanmerking komen.

Verder moeten we nog eens kritisch kijken naar onze activiteiten. Wellicht zouden we meer kleinschalige activiteiten moeten gaan aanbieden: battlefield tours, borrels, motorritten, mountainbiken, bezoek aan een onderdeel van Defensie, etc. Het hoeft niet persé om activiteiten met een militair karakter te gaan, maar om activiteiten die gericht zijn op saamhorigheid en vertier. Ook voor partners, gezin en nabestaanden.

Aktie 8: nagaan en uitproberen van meer kleinschalige activiteiten.

2.3.2. Belangenbehartiging. Wij willen nog meer opkomen voor de belangen van onze leden. Het is aannemelijk dat in de komende jaren er nog allerlei ontwikkelingen zullen zijn bij bijvoorbeeld: Defensie, het Vfonds, het VI, het Nederlandse zorgsysteem in het algemeen en bij het Landelijk Zorgsysteem voor Veteranen in het bijzonder. Maar we moeten wel reëel zijn. Wij zijn in de komende vijf jaar niet in staat om belangenbehartiging te doen op het niveau van een vakbond. Daarvoor hebben we niet de middelen. We moeten onze leden duidelijk maken wat we wel kunnen. Wij kunnen 'signalen' van UNIFILLERS inventariseren, tot op zekere hoogte onderzoeken en daarna onze bevindingen neerleggen bij een autoriteit en/of instantie. Belangrijk is daarin om effectief samen te werken met andere instanties, bijvoorbeeld vakbonden of de BNMO.

Aktie 9: het ontwikkelen van de functionaliteit belangenbehartiging en communiceren naar de leden wat ze van ons kunnen verwachten.

HOOFDSTUK 3: INFORMATIE EN COMMUNICATIE

In dit hoofdstuk komen aan de orde: communicatie, informatie, ICT, representatie, relaties en PR. De titel informatie en communicatie is de kapstok. Een organisatie als de NUV heeft twee échte levensaders: 1. Communicatie: het communiceren met én voor leden en overige UNIFILLERS en 2. Financiën: Zorgen dat onze activiteiten kunnen worden betaald.

3.1. Informatie

De NUV verzamelt gegevens over de operatie. Dat doet de NUV door het vastleggen van de verhalen, het digitaliseren van foto's, films en andere zaken. De NUV heeft een factsheet ontwikkeld met alle achtergrondinformatie en vooral feiten over de UNIFIL missie. De NUV spant zich in om als relevante informatie beschikbaar komt, deze zo snel mogelijk te delen met haar leden en eventueel andere belanghebbenden. Daartoe wordt een database opgezet.

Aktie 10: het opzetten vullen van een UNIFIL Database.

3.2. Communicatie

3.2.1. Het bereiken van leden én nog-niet-leden is dé bestaansvoorwaarde. We hebben daarvoor momenteel de volgende juiste middelen: De Dubbel Vier, Facebook/social media en onze Website. In de komende jaren zien we daar nog geen wezenlijke verandering in. Wel kunnen er verschuivingen gaan plaats vinden in de intensiteit waarin middelen c.q. vooral welk medium juist meer of minder gebruikt zal worden. De Krijgsmacht probeert weer over te gaan naar papieren middelen en FB lijkt om te vallen vanwege zijn eigen succes: er komen steeds meer FB-pagina's en mensen zien door de bomen het bos niet meer. Wij volgen die ontwikkelingen nauwkeurig. Het recent gehouden lezersonderzoek over de Dubbel Vier toont aan dat deze zeer wordt gewaardeerd, zowel qua inhoud alsook qua vormgeving/lay-out. Een dikkere, meer frequente Dubbel Vier met meer bijdrages door leden, lezers en anderen is het resultaat; zo ook meer adverteerders. FB en andere social media blijven overigens van groot belang voor snelle, actuele informatie en de website voor achtergrondinformatie en faciliteiten. In de komende jaren wordt gekeken naar een optimale mix en kwaliteit per medium.

3.2.2. De Dubbel Vier en de website, hebben ook een andere externe waarde. Vooral de huidige Dubbel Vier is één van onze visitekaartjes! Vooral ook naar (potentiele) sponsors. Een blad dat je bij wijze van spreken overal uitdeelt. En ook om autoriteiten en (nog) niet NUV-leden inzicht te geven en te informeren wie wij zijn en waar wij ons mee bezig houden.

Aktie 11: de Dubbel Vier ruim verspreiden bij activiteiten van de NUV (b.v. in informatiepakketten stoppen).

3.2.3. V.w.b. onze website - <http://www.unifilvereniging.nl> - kunnen we onderscheid maken tussen de vaste bezoekers en de incidentele bezoeker. De vaste bezoeker is trouwe lezer en volgt alle ontwikkelingen. De incidentele bezoeker is b.v. een UNIFILLER die nog geen lid is, maar aan het 'surfen' is en/of zich oriënteert. Dat geldt ook voor (potentiele) adverteerders. Die moet worden aangetrokken door wat hij ziet en gebonden blijven.

Aktie 12: de inhoud, layout en 'lezersgerichtheid' van de website laten bekijken vanuit een communicatie- en marketingperspectief.

Een optie om de website meer relevant te maken is om de leden via pushberichten op de hoogte te stellen van nieuwe informatie. **Zie ook actie 3.** Het is nodig iemand tijdelijk aantrekken om onze bestanden te updaten. In de subsidieaanvraag naar het Vfonds staat dit vermeld en onderbouwd. Immers we groeien en worden meer en meer ingezet en dat vraagt om uitbreiding van onze capaciteit.

3.2.4. Communicatie binnen de NUV vergt regievoering. Het vergt ook dat er capaciteit is die de actualiteiten bewaakt, die de boodschappen van het bestuur bewaakt en die nagaat welke boodschap, waar, wanneer en hoe er wordt geplaatst. Het gaat om een operationele functie voor iemand met gevoel voor nieuws, middelen, timing en woordvoering. Het dient iemand te zijn die ingevoerd is in de Veteranenwereld en toegang heeft tot (informatie)bronnen. Informatie van buiten is niet te plannen, dus is iemand nodig met voldoende tijd en ambitie.

Aktie 13: Een communicatiedeskundige aantrekken om de communicatie verder te professionaliseren.

3.2.5. Een tweede voorwaarde is capaciteit. Het is onacceptabel dat de leden niet in de afgesproken frequentie en dikte De Dubbel Vier krijgen en dat FB en de website niet bij zijn. Dit vergt voldoende menskracht. De huidige capaciteit is net voldoende, maar is al snel onvoldoende als er iemand wegvalt.

Aktie 14: de capaciteit m.b.t. communicatie versterken.

3.2.6. Een vraag doet zich voor hoe we de niet-leden bereiken. Van de circa 7000 nog levende UNIFILLERS zijn er 1200 lid. Het lijkt dat dit aantal de komende jaren steeds licht blijft stijgen. Gebleken is uit de belangstelling voor de Oorkonde van de Wateler Vredesprijs en die voor het Draaginsigne Nobelprijs, dat er circa 1000 UNIFILLERS zijn die nog geen lid zijn, maar toch enige vorm van belangstelling hebben getoond. Zo ook door onszelf, door UNIFILLERS te benaderen die nog geen lid zijn, daar zit onze potentiele groei. Wij kunnen niet beschikken over hun adressen. Als we deze doelgroep willen benaderen maken we ook gebruik van deelname aan activiteiten (zie ook 6.2.). Verder moeten we een actie opstarten waarbij we onze leden stimuleren om een nieuw lid aan te brengen. Voorts moeten we er alles aan doen om de leden te behouden.

Aktie 15: het uitvoeren van gerichte acties om potentiele leden te bereiken.

3.3. Externe, functionele communicatie

Het betreft hier communicatie naar onze omgeving, naar De politiek, VP, VI, Defensie, RI JWF, VOC's, NLVD, etc. Op dit moment doen we dit vooral vanuit persoonlijke netwerken. Dat maakt de NUV ook kwetsbaar, immers de continuïteit en consistentie is weg wanneer een bestuurs- en/of commissielid stopt. Een relatie database opzetten heeft prioriteit.

3.4. Interne communicatie in het bestuur, commissies en naar individuele leden

We maken hierbij gebruik van normale middelen als: direct overleg, telefoon, gsm, email, whatsapp, sms en in sommige gevallen brieven, dat loopt goed. Nieuwere systemen, zoals het gebruik van intranet, Windows 365, etc zijn beschikbaar, maar duur en niet echt geschikt voor ons dagelijks gebruik. Wij blijven de ontwikkelingen echter wel volgen.

3.5. Toetsing aan het huidige beleid

3.5.1. **Representatie**, is een bijzondere vorm van externe, functionele communicatie. Vooral de voorzitter neemt deze taak op zich, bij ceremonies, jubilea, bijzondere bijeenkomsten, etc. Hij vertegenwoordigt dan de NUV. Dit loopt nu goed. Een positief gevolg is dat het aantal uitnodigingen (en het respect) voor de NUV toeneemt. Een voorbeeld is de lezing die de voorzitter heeft gegeven bij het zeventig jarig jubileum van de IGK. Succes zou kunnen leiden tot een capaciteitsprobleem, waardoor andere bestuurs- en commissieleden moeten/kunnen inspringen. We kunnen dat nu nog goed intern verdelen. Het voordeel is dat ook andere bestuursleden hun netwerk opbouwen.

3.5.2. **Herdenkingen**. Ons optreden in Amsterdam, Loenen en Havelte heeft naast de interne behoefte om onze doden te herdenken, een uitstraling naar anderen. We blijven deze activiteiten graag doen, het is een eervolle rol.

3.6. Relaties met andere organisaties

3.6.1. Aan de hand van onze ervaring in dit jaar 2016 bezien we, welke bijdrage de NUV de komende jaren aan andere organisaties kan en wil leveren. Omgekeerd zal dat van andere organisaties aan ons ook zo zijn.

3.6.2. De samenwerking met het VI verloopt steeds beter. Goede samenwerking met het VI is een essentiële voorwaarde om onze mensen te kunnen ondersteunen. Kennis over onze leden en over UNIFIL is van belang voor de ondersteuning van UNIFILLERS door het VI. Hiervoor is het belangrijk dat wij beiden blijven investeren in onze samenwerking.

3.6.3. Overige, bijvoorbeeld RI JWF. De relatie daarmee is sterk afhankelijk van individuele inzet en betrokkenheid van de BC. Wij merken een goede belangstelling en betrokkenheid vanuit het Regiment. De ruimte en operationele inzet die JWF haar veteranen kan bieden is per jaar afhankelijk van o.m. het oefen- en uitzendschema.

3.6.4. De relatie met buitenlandse UNIFILLERS. Vooral met de Noren en Ieren en wellicht met de Fransen lijkt dat realistisch. De vraag is wat het voordeel is voor onze leden. Hierover zijn we met elkaar in gesprek.

Aktie 16: analyse van ons relatienetwerk en waar nodig maatregelen nemen.

HOOFDSTUK 4: FINANCIËN

Een tweede levensader betreft financiën.

4.1. De afgelopen vijf jaar heeft een gezonde financiële positie opgeleverd. Wel is er een aantal zaken dat opvalt:

- de contributie van de NUV is een van de hoogste in Veteranenland, hoewel deze de afgelopen jaren niet is verhoogd;
- het (subsidie)beleid van het Vfonds in de toekomst is onzeker;
- allerlei bewegingen in het VP over een financiering vanuit Defensie zijn onzeker.

4.2. Een bijzonder aspect betreft samenwerking met bedrijven. Zoals eerder opgemerkt, zitten nog veel leden in het arbeidsproces en hebben sommigen een eigen zaak of een leidinggevende functie. Het is wellicht interessant voor bepaalde bedrijven om partner te worden met de NUV.

Mogelijk is het profiel van de UNIFILLER van belang voor bepaalde bedrijven. Dat wordt dit jaar inzichtelijk gemaakt. De beschikking over goede communicatiemiddelen als een website en/of blad, is daarvoor van groot belang.

4.3. Dit leidt tot de volgende conclusies en acties voor de komende jaren

- doorgaan met het huidige financieel beleid;
- voorlopig de contributie op hetzelfde niveau houden;
- doorgaan met zoveel mogelijk de kosten van activiteiten te verhalen op instanties;
- **aktie 17: nieuwe bronnen aanboren: fondsenwerving;**
- **aktie 2: zorgen voor partnerschappen met bedrijven;**
- **aktie 18: een nieuw soort subsidie aanvraag in de richting van het Vfonds, gebaseerd op de bijzondere positie van de UNIFILLER.**
- mocht er vanuit de zijde van Defensie/VP een bijzondere vorm van financiering komen, dan haken we daar natuurlijk op aan.

4.3. Merchandising

Het gaat goed met de merchandising. Overigens niet alleen financieel, maar het is ook een belangrijke vorm van serviceverlening én ledencontact geworden. De positieve baten zijn daar eerder het bewijs van, dan het doel. Oftewel merchandising niet alleen bekijken vanuit financieel perspectief, maar ook beoordelen op het aantal UNIFILLERS dat er gebruik van maakt. Voldoende capaciteit voor de komende jaren om dit goed te blijven doen is hierin een groot aandachtspunt.

Aktie 19: zorgen voor meer capaciteit voor merchandising

HOOFDSTUK 5: MATERIELE MIDDELEN

Over materiele middelen en fysieke inzet/bijdrage kunnen we kort zijn. Middelen in de vorm van voertuigen, tenten, roadblock, etc. zijn voorhanden en zullen dat in de komende jaren ook blijven, mits wij in de gelegenheid zijn dit goed te kunnen blijven onderhouden. Voorwaarde is wel dat we als NUV goede relaties onderhouden met instanties die beschikken over materieel en over een coördinator/actie-verantwoordelijke.

HOOFDSTUK 6: ACTIVITEITEN

In de komende jaren moeten we kritisch kijken naar activiteiten. Hieronder geven we twee benaderingen weer.

6.1. Deelname

6.1.1. Bij De Dubbel Vier is het duidelijk dat 1200 exemplaren, ook 1200 leden bereiken en per uitgave gemiddeld 8000 keer wordt gelezen. Uit de recent gehouden lezers enquête kan worden afgeleid dat De Dubbel Vier zonder meer een groot bestaansrecht heeft en in huidige vorm enthousiast wordt ontvangen. Anders zit dat met centrale activiteiten. Er lijkt een tendens dat kleinschalige lokale en/of pelotons-compagniesactiviteiten meer worden gewaardeerd dan landelijk, grote evenementen. Van de circa 7000 nog levende UNIFILLERS hebben circa 2500 belangstelling voor UNIFIL, getuige de ervaringen met de Wateler Vredesprijs en het Draaginsigne Nobelprijs. Daarvan zijn 1200 NUV-lid en gezien de ontwikkelingen in de afgelopen jaren, is het niet waarschijnlijk dat we in de komende jaren ver boven de 1200 leden gaan uitkomen. Maar de overige 1300 zijn wel een belangrijke doelgroep voor werving en deelname aan activiteiten.

6.1.2. Als je kijkt naar activiteiten, dan kan je concluderen dat er een redelijk vaste groep is van 200 – 300 UNIFIL Veteranen die met enige regelmaat deelnemen aan activiteiten, zoals veteranendagen, Loenen en Wageningen. Die groep groeit nog wel jaarlijks, gezien o.m. een toenemende belangstelling voor 'Oud Groen'.

6.1.3. Het project 'regiostructuur' is niet gerealiseerd. Daar lijkt, naast informele structuren zoals veteranen café's, spontaan wel of niet een veteranenavond of – concert/-taptoe te bezoeken, nog géén bestaansrecht voor te zijn. Het lijkt er op dat er in de regio's te weinig belangstelling, zo mogelijk ook organisatievermogen en tijd beschikbaar is om dit van de grond te krijgen. Hier zullen we tot nader order dan ook géén tijd en energie in steken maar blijft een optie voor de toekomst.

6.2. Uitstralen

We moeten ons vooral focussen op activiteiten als Loenen, Wageningen, Den Haag, regimentsdagen, de Nijmeegse Vierdaagse en lokale, goed voorbereide en gecommuniceerde evenementen. Een deel van de aanwas komt voort vanuit activiteiten waar we zichtbaar en actief zijn. Er zijn twee opties:

Aktie 8: analyseren van de activiteiten in de afgelopen jaren en bezien met welke activiteiten of welk soort activiteiten we doorgaan en waarom.

Aktie 7: aansluiting zoeken bij activiteiten óf mogelijkheden van de VOC's en organisaties.

HOOFDSTUK 7: ORGANISATIE

7.1. Uit het voorgaande kan worden geconcludeerd dat de bestuurscapaciteit van de NUV dient te worden versterkt. In het bestuur horen functionaliteiten als communicatie, ondersteuning/belangenbehartiging en activiteiten te worden ondergebracht bij een daarvoor specifiek verantwoordelijk bestuurslid.

Functionaliteiten als werving, sponsoring, relatiebeheer zullen ook geformaliseerd worden, wellicht als deelfunctie of bij een commissie(lid).

7.2. Bij iedere, uitvoerende activiteit wordt ook altijd gekeken naar communicatie, activiteiten, merchandising en ondersteuning.

7.3. Het aantrekken van een administratieve kracht voor vastlegging, archivering, personeelszorg en agendavorming.

Aktie 20: aanpassing organisatie en werkwijze

Bijlage 1: actie/tijd/verantwoordelijkheidsschema

Aktie	Wat	Klaar	Verantwoordelijke	Bijzonderheden
1.	Ledenwerving en sponsoring inbouwen	311216	Voorzitter	
2.	Communicatie, media contacten	311216	Voorzitter en Lid Commissie Communicatie	
3.	Gegevens bestand optimaliseren	311216	Penningmeester	Aantrekken vrijwilliger/stagiair? Subsidie?
4.	Ondersteuning verder ontwikkelen	311216	Secretaris en Lid Commissie Zorg	
5.	Meer bekendheid nuldelijns	311218	Lid Commissie Zorg	
6.	Samenwerking met andere organisaties	311217	2e Secretaris	
7.	Samenwerking met VOC's en eventueel anderen	311217	Secretaris en Hans	
8.	Nagaan en uitvoeren van kleinere activiteiten	311216	Bestuurslid Evenementen & Representatie	
9.	Inbouwen Belangenbehartiging	311216	Voorzitter	
10.	Opzetten Database	311217	Secretaris	
11.	De Dubbel Vier als info/reclame middel	010516	Penningmeester en Lid Commissie Communicatie	Communicatie-informatie pakket
12.	Lay-out van de website laten bekijken	010516	Penningmeester	
13.	Communicatie deskundige aantrekken en begeleiden	010416	2e Secretaris	
14.	Capaciteit Communicatie versterken	010216	Voorzitter	
15.	Gerichte acties om de leden te bereiken	010516	2e Secretaris en Penningmeester	
16.	Analyse relatienetwerk en eventueel maatregelen nemen	010516	Secretaris en Voorzitter	
17.	Opzetten fondsenwerving	010516	2e Secretaris en Penningmeester	
18.	Subsidie VFonds	010316	Secretaris	
19.	Meer capaciteit voor merchandising	010516	Voorzitter en Bestuurslid Merchandising	
20.	Ontwikkeling organisatie en werkwijze	010616	Secretaris	

Bijlage 2: aandachts-/ volgpunten

1.	Volgen ontwikkelingen sociale media	
2.	Volgen ontwikkelingen VP	
3.	Investeren in relaties, met name VI, CLas, politiek en JWF	
4.	Vinden en binden vrijwilligers	
5.	Systeem voor pushberichten	Na 3 en 18
6.	Financiële ontwikkelingen Def, Vi, Vfonds	