



Handboek De Slinger

Inleiding

*Ziet u, een vaderland wilde ik u tonen
niet deze woestijn van oneindige vrijheid
maar hier wonen wij, en hoe mooi zou het zijn
als iemand ooit als een tweedehands godheid
rijm voor rijm een land zou bouwen
voor dit volk dat zijn volk mist.*

*(Ramsey Nasr, uit: Ik wou dat ik twee burgers was, dan konden we
samenleven, 2008)*

1.1 Naar een nieuw verhaal?

Waar het om gaat, zegt Bas Heijne aan het slot van zijn essay 'Onredelijkheid', is een kleine, houdbare wereld te maken in het besef dat de grote wereld zich niet laat negeren. Dat is een opdracht, vervolgt Heijne, met de kracht van een ideaal. Voor wat betreft de Nederlandse samenleving is het eerste deel van de opdracht eenvoudiger vervuld dan het tweede deel.

In de sociale staat van Nederland 2007 heet het dat men zijn eigen veilige haven lijkt te creëren en die tegelijkertijd afschermt van de boze buitenwereld. Dit verschijnsel is ook wel het "theemuts" -effect genoemd. De theemuts is die kleine, houdbare wereld, die de burger echter meteen het uitzicht op de grote wereld lijkt te ontnemen.

Het coalitieakkoord van CDA, PvdA en CU (7 februari 2007) resoneert deze gedachte:

'De Nederlandse samenleving staat aan grote veranderingen bloot. Veel mensen voelen zich onzeker over de toekomst. Het gaat velen beter, maar dat neemt de bezorgdheid niet weg. "Met mij gaat het goed, maar met de samenleving minder" is een gevoel dat bij velen leeft. Optimisme en zorgen gaan hand in hand. Groot is de behoefte aan houvast, geborgenheid en een herkenbare eigen identiteit.'

Dit is in feite een zeer beknopte samenvatting van jarenlange analyses over de staat van de Nederlandse samenleving. Houvast, geborgenheid en identiteit tellen onzes inziens bij elkaar op tot gemeenschapszin en burgerschap. Denksporter Michael Zeeman had het over een "sense of belonging" als motto voor de komende jaren. In zijn Drees lezing 2007 heeft Rinnooy Kan het over een paradigmawisseling. Wij moeten van een passieve en passiverende

verzorgingstaat naar "een activerende participatiemaatschappij waarin de verheffings- en verbindingsfunctie veel meer dan nu de aandacht krijgen en van meer middelen worden voorzien" Oftewel: wat is het nieuwe verhaal voor de Nederlandse samenleving?

Balkenende lijkt (zie zijn artikel in FD d.d. 20 december 2008) een derde weg zien tussen de autonomie van het individu en de sociale orde van het collectief. Met komunitarist Etzioni als leidsman, betoogt Balkenende dat een goede samenleving in de praktijk wordt gekenmerkt door sterke en duurzame sociale verbanden. Hiervoor zijn gemeenschappelijke waarden onmisbaar. Dus na de woestijn van de oneindige individualisering vinden we de mens weer in zijn sociale context: als burger.

Dat in dit nieuwe verhaal met zijn activerende, participerende en verbindende elementen een cruciale rol voor de civil society is weggelegd spreekt vanzelf. De goede doelen, het maatschappelijke middenveld, de vrijwilligersorganisaties etc., die diffuse laag tussen individuele burger en overheid zal actief mee moeten werken aan dat nieuwe verhaal.

Het betreft enerzijds een bescheiden "Politik der kleinen Schritte", anderzijds moet het ambitieus zijn en continuïteit borgen. Het moet concreet zijn en opportuun, maar niet ontaarden in versnippering of projecten carrousels. Het moet gaan om een goede balans tussen korte en lange termijn, praktijk en theorievorming.

1.2 De Publieke Zaak /Wijkalliantie

Een aantal burgers was al bezig met het verhaal. In november 2002 richt Mickey Huibregtsen met honderd zielsverwanten de vereniging "**De Publieke Zaak**" op. Burgerlijke deugden als respect en bezieling moesten terug in de maatschappij. In de woorden van Huibregtsen:

"Mijn overtuiging was dat je structurele problemen, zoals die waarvoor wij nu staan, holistisch moet benaderen. Maatschappij en Politiek/ Bestuurlijk systeem zijn heel sterk met elkaar verweven. Op beide fronten moet je actief zijn om werkelijk resultaten te kunnen boeken."

De stichting "**De Wijk is van ons Allemaal**" is ontstaan in 1997 uit een campagne onder datzelfde motto. Oprichters in 1997 van de

Stichting zijn: Firouz Azarhoosh, Jacobien van Boeijen, Jan Willem Duyvendak en Idris Sancak.

Het initiatief kwam van Alex Voets, directeur/eigenaar van het bureau voor ideële communicatie Voetlicht. Dit bureau introduceerde het motto De Wijk is van ons Allemaal in 1993. Met behoud van haar statutaire naam, vormde de stichting zich eind 2004 om tot Wijkalliantie: een netwerk van partners voor een positieve interculturele samenleving.

Op 1 augustus 2009 draagt de stichting "De Wijk is van ons Allemaal alle Slinger activiteiten geheel over aan de vereniging De Publieke Zaak.

1.3 De Slinger

De Publieke Zaak en de Wijkalliantie kwamen met inbreng van Marketingbureau Tinker tot **De Slinger** als merk, als concept voor de betrokkenheid bij de samenleving. De Slinger is eind 2004 ontstaan, toen, naar aanleiding van de moord op Theo van Gogh, tientallen initiatieven uit de grond schoten. De Slinger verbond die initiatieven met elkaar, door middel van een beeldmerk en het makelen of verbinden van initiatieven.

Nogmaals Mickey Huibregtsen hierover:

"Hoewel De Slinger bedoeld was als eenmalige actie, realiseerde ik mij tijdens de evaluatie na één maand, dat er een enorme behoefte was om alle goedbedoelde individuele acties van grote en kleine organisaties een gemeenschappelijk platform te bieden, opdat hun stem veel luider zou klinken. Daarom hebben wij De Slinger gepositioneerd als een merk en een marketing organisatie, die in principe niet zelf maatschappelijke projecten onderneemt, maar juist die van anderen probeert te ondersteunen."

Het project staat nu dus garant voor een beweging, die Nederlanders van alle soorten en maten wil aansporen tot betrokken burgerschap. De Slinger dient als neutraal platform voor alle partijen – individueel of collectief - die zich sterk willen maken voor het stimuleren van een (positieve) samenleving. Dit gebeurt via de lokale netwerken, de zogenaamde Slingersteden.

In eerste instantie bieden De Publieke Zaak en Wijkalliantie ondersteuning. Naast de lokale netwerken richt De Slinger zich ook op specifieke doelgroepen met De Slinger Jongeren en De Slinger Kids.

Het doel is om op stedelijk niveau De Slinger uit te bouwen tot vijftig Slingerstichtingen in 2010 en op landelijk niveau een platform te hebben voor bedrijven en non-profitorganisaties en andere belangstellenden.

Begin 2009 zal een speciale stuurgroep worden opgericht met daarin vertegenwoordigers van DPZ, Wijkalliantie en de landelijke sponsors als Oranjefonds, VSB Fonds, Rabobank Foundation en PricewaterhouseCoopers om nader vorm te geven aan het landelijk steunpunt.

1.4 Wat is De Slinger?

De Slinger is het best te omschrijven als een netwerkorganisatie met kenmerken van een franchise. De lokale Slingersteden zijn autonoom onder de paraplu van het merk De Slinger en vervullen de volgende functies:

1. Opzetten lokaal netwerk van bedrijven, ideële organisaties en overheid;
2. Bieden Platform van en voor lokale initiatieven;
3. Stimuleren Media aandacht
4. Verzorgen marktr voor vraag en aanbod van goede diensten
5. Ondersteunen lokale en regionale initiatieven.

Ter illustratie: De Slinger Rotterdam heeft als weergave van zijn functies gekozen voor de 3 M's: makelen (verbinden van mensen), meedenken (verbinden van ideeën) en media-aandacht (belichten van mensen en ideeën).

De plaatselijke overheid kan een belangrijke partner zijn. Een actieve bijdrage aan De Slinger vanuit de overheid is zeker geen taboe. Integendeel, de kern van De Slinger is verbindingen leggen en het zou onverstandig zijn om daar de overheid bij voorbaat van uit te sluiten.

De franchise is minder gearticuleerd omdat De Slinger geen uitgewerkt businessmodel is als bijvoorbeeld McDonald's. Dat kan en

moet het ook niet zijn. De Slinger is geen grand design voor een ideale samenleving. De Slinger is een zoektocht en zal zich stap voor stap realiseren in een bepaalde stad of regio.

Dat betekent niet dat ervaringen en kennis niet kunnen worden uitgewisseld. Juist binnen een netwerkorganisatie kunnen de afzonderlijke leden optimaal kennis en ervaring uitwisselen.

1.5 Goed doen moet je goed doen

Dit handboek wil een richtlijn geven voor met name de financieel administratieve, fiscale en juridische aspecten met betrekking tot vooral stichtingen. De stichting is bij uitstek het rechtskundige vehikel voor De Slinger gedachte: flexibel van opbouw, zonder winstoogmerk, met ideëel doel en met juridische waarborgen omkleed.

De arbeidsrechtelijke vragen, de BTW perikelen, de kwesties van transparant bestuur, de wirwar aan subsidievoorwaarden kunnen elk op zich van een diepe ingewikkeldheid zijn. Naast die complexiteit, is er toenemende druk vanuit de samenleving tot grotere transparantie.

De commissie onder leiding van Herman Wijffels heeft een aantal richtlijnen gegeven voor de non profit sector. Uitgangspunt is dat de goede dingen goed gedaan moeten worden. Dit vereist een zekere professionalisering van de goede doelen sector: een mooi doel of motief is niet voldoende, de uitvoering moet transparant, effectief en efficiënt zijn en de organisatie moet laten zien dat zij dat is. De verschillende aanbevelingen van de commissie zijn inmiddels vervat in het keurmerk van het Centraal Bureau Fondsenwerving (hierna CBF).

De drie hoekstenen zijn:

1. Binnen de instelling dient 'toezicht houden' duidelijk te zijn gescheiden van het 'besturen' van de organisatie;
2. De instelling dient continu te werken aan een optimale besteding van middelen;
3. De instelling streeft naar optimale relaties met belanghebbenden.

Het zijn van bestuurder of werknemer van een stichting of vereniging is geen vrijblijvende zaak. Vooral bestuurders kunnen ook in juridische zin worden aangesproken op hun taakvervulling en de zorgvuldigheid daarvan.

Na raadpleging van dit handboek zullen er ongetwijfeld vragen blijven. Het idee is om een landelijke helpdesk te vormen voor alle Slingerorganisaties. Dus naast dit handboek, ook een dynamische helpdesk.

1.6 Het opzetten van een Slinger organisatie

Van belang bij de inventarisatie zijn vragen als: wat zijn de problemen, wie zijn de spelers, wat is de doelgroep, wat gebeurt er al, welke netwerken zijn actief, wie kunnen de partners zijn van De Slinger en wat kunnen zij bijdragen in morele, operationele en/of financiële zin? Bijdrage betekent steun in morele, financiële en/of operationele zin.

Afhankelijk van de beantwoording van die vragen, komt er een go/no go beslissing. Bij een go – besluit, kan het volgende van belang zijn:

1. Potentieel concurrerende netwerken of spelers moeten zo snel mogelijk betrokken worden bij de opzet van een Slinger. Het moet duidelijk worden gemaakt dat De Slinger naar zijn aard geen concurrent is. De Slinger beoogt geen projecten op te starten of over te nemen, maar heeft altijd als uitgangspunt bestaande projecten en ideeën te versterken. Met andere woorden, de komst en het bestaan van een Slinger betekent een versterking van al bestaande netwerken en projecten;
2. Diversiteit van (founding) partners is een noodzakelijke voorwaarde voor succes. Een coalitie die ervaring en kennis combineert vanuit het maatschappelijk middenveld, bedrijfsleven, meer in het bijzonder media en marketingwereld, en financiële dienstverlening, ICT sector en gouvernementele wereld geeft de beste kansen op succes. Zeker als die partijen netwerken meebrengen, ontstaan – ook met een betrekkelijk beperkt aantal partners - bereik en slagkracht. Een klein aantal partners met een grote betrokkenheid is in het algemeen te prefereren boven een groot aantal, niet echt betrokken partners;
3. De opzet van een Slinger kan het best worden vergeleken met een nieuw op te zetten bedrijf of soortgelijke nieuwe activiteit. Het is zeer aan te bevelen een soort van ondernemingsplan, een plan van actie op te stellen. Natuurlijk moet de organisatie doordrongen zijn van het ideologisch karakter van zijn activiteiten, maar van onderschatting van de taken mag geen sprake zijn. Tegelijkertijd mogen aard en omvang van De Slinger wel degelijk een rol spelen.

Dus: alle eisen van transparantie of goed beheer dan wel bedrijfsvoering dienen te worden toegepast met inachtneming van aard en omvang van De Slinger organisatie. Zo mag men meer en hogere eisen stellen aan een grote stichting die veel sponsors heeft dan aan een kleine met bescheiden fondsen.

1.7 Bijlage

Als bijlage hebben wij een aantal delen opgenomen uit het Oranje Fonds Groeiprogramma (met bijdragen van McKinsey, PwC en vele anderen) die wellicht een goed overzicht geven van wat er komt kijken bij een nieuwe organisatie dan wel een groeiende organisatie.