



Initiatives of Change  
Nederland

# Beleidsplan

## 2021-2025

Bruggen van  
vertrouwen bouwen

## 1. Samenvatting

Initiatives of Change (IofC) is een wereldwijd netwerk van mensen die zich met elkaar verbonden voelen door de overtuiging dat een positieve verandering in mensen kan leiden tot positieve veranderingen in de wereld. Deze kunnen bijdragen aan een meer rechtvaardige, vreedzame en duurzame samenleving waarin ruimte is voor diversiteit en saamhorigheid.

De missie van IofC is bruggen van vertrouwen te bouwen in onze verdeelde samenleving.

Speerpunten van het beleid zijn:

- a. Vrede en sociale samenhang – door te werken aan verzoening en wederzijds vertrouwen bij conflicten en verdeeldheid.
- b. Ethiek en leiderschap – goed bestuur op ieder niveau door het stimuleren van een cultuur van leiderschap gebaseerd op morele integriteit, compassie en onzelfzuchtige dienstbaarheid.
- c. Duurzaam leven – economische rechtvaardigheid en duurzame omgang met natuur en milieu door te inspireren tot een verandering van motieven en gedrag.

## 2. Waar we vandaan komen

IofC gaat uit van het belang van persoonlijke verandering geïnspireerd door een innerlijk proces bestaande uit luisteren naar het geweten en de innerlijke stem – voor gelovigen God -, vervolgens daarop te reflecteren en met de uitkomst iets te gaan doen. Dit was de kern van het werk dat de Amerikaanse predikant Frank Buchman in de jaren 20 van de vorige eeuw begon en dat de naam Oxfordgroep kreeg. De Oxfordgroep inspireerde mensen tot persoonlijke vernieuwing met het oog op de vernieuwing van de wereld. Het ging er bij de Oxfordgroep om dat persoonlijke verandering daadwerkelijk in praktijk gebracht zou worden. Als gevolg van de noden van die tijd groeide het gevoel van urgentie. Na de grote depressie van de jaren 30 laaiden de politieke spanningen tussen de grootmachten in Europa en Azië op. De wereld had een tegengeluid nodig. De Oxfordgroep kon dat bieden, maar moest zich daartoe omvormen. Als antwoord op de militaire herbewapening wilde men zich richten op een Morele (en Geestelijke) Herbewapening. Dit werd in 1938 de nieuwe naam van de beweging.

Na de Tweede Wereldoorlog was de prioriteit wederopbouw, het veiligstellen van de vrede en het bewerkstelligen van verzoening. Industrie en bedrijfsleven waren belangrijke aandachtspunten, evenals jongeren en gezinnen. Er kwamen steeds meer initiatieven die tot verandering leidden of uit verandering voortkwamen en de behoefte aan een nieuwe naam drong zich opnieuw op. Na intensief internationaal overleg werd in 2001 voor de naam Initiatives of Change gekozen.

De Nederlandse Stichting Initiatives of Change is als zelfstandig opererende stichting lid van IofC International. Deze internationale vereniging heeft de speciale raadgevende status bij ECOSOC (de economische en sociale raad van de VN), en de deelnemende status bij de Raad van Europa. Naast ondersteuning van en coördinatie tussen de leden faciliteert de internationale vereniging ook internationale projecten.

### 3. De rol van IofC en de tijdsgeest

De rol van IofC in de samenleving is altijd in ontwikkeling, in de zin dat we werken met kennis van het verleden en inspiratie vanuit de waarden die IofC kenmerken, maar met oog op maatschappelijke trends en problemen die nu spelen en waar de stichting, met haar personele bezetting en netwerk van organisaties en betrokkenen, een antwoord op probeert te formuleren.

Vanzelfsprekend betekende de Covid-19 pandemie die uitbrak in 2020 een enorme aanpassing aan de manier waarop we gewend waren te werken. Doordat fysieke bijeenkomsten en ontmoetingen, de basis van ons werk, niet meer of slechts zeer beperkt konden plaatsvinden, zijn we massaal overgeschakeld op online werken. We zijn daar inmiddels zeer bedreven in geworden en zien ook de meerwaarde van de online mogelijkheden. Die zullen we zeker in de toekomst blijven benutten, naast, naar we vurig hopen, ook weer de voor ons normale manier van werken.

Bij alles wat we hier in dit beleidsplan schrijven geldt derhalve dit voorbehoud: voor zover het coronavirus het toelaat.

Voor ons werk zien we een rol betreffende de volgende ontwikkelingen en gebieden:

- **Sociale media en big data**  
Sociale media zijn onderdeel van het leven geworden. Sociale media hebben zoals de naam al zegt, de belangrijkste functie om mensen van verschillende afkomst en achtergrond, overal ter wereld snel en zonder (al te veel) kosten met elkaar in verbinding te brengen. Deze voor de grote massa toegankelijke communicatie kan in moeilijke tijden een uitkomst bieden. Zakelijk gezien zorgt het in de crisis voor continuïteit in de bedrijfsvoering. Helaas is er ook een andere kant van de medaille: conflicten worden online uitgevochten, technische bedrijven maken misbruik van de verzameldata voor commerciële doeleinden, invloedrijke politici zetten goedgelovige aanhangers aan tot haat en geweld. Het succes wordt soms afgemeten aan het aantal likes, volgers en stimuleert hierdoor het ontstaan een onechte wereld.
- **Klimaatcrisis**  
Schoolstakingen, debatten over stikstofemissies en protesterende boeren lieten recentelijk duidelijk zien dat klimaat een groeiend thema is in het maatschappelijke debat. Maar niet alleen in het debat; er staat veel op het spel voor verschillende partijen met zeer uiteenlopende belangen. Er zijn veel oproepen om ook in actie te komen. IofC wil eraan bijdragen om op een duurzame manier voor de aarde te zorgen. In 2020 heeft de coronacrisis ons er extra van doordrongen, dat het van levensbelang is om ons (samen)leven zo in te richten dat het in harmonie met de natuur is.
- **Altijd meer en beter**  
Er is een aantal samenhangende verschijnselen te omschrijven rondom welzijn en reflectie in de samenleving. We zien een bijna dwangmatige neiging om het meeste uit het leven te halen. Zelfontplooiing die soms ook doorschiet. Denk aan mensen die hun 'bucketlist' willen afwerken, het belang van telkens meer en mooiere ervaringen op te doen (van kick naar kick), het idee dat je zelf verantwoordelijk bent voor je succes, en daarmee een perfect leven. Maar is het leven wel zo maakbaar als het lijkt? De burn-out cijfers stijgen, en in het algemeen kunnen we als samenleving slecht omgaan met verveling, imperfectie en ongelukkig zijn.

- **Mensenrechten**

In 2020 was het 75 jaar geleden dat de Verenigde Naties (VN) werd opgericht. Het beschermen van mensenrechten is een van de belangrijkste VN-doelen en daarom werd drie jaar later, op 10 december 1948, de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens door de Algemene Vergadering van de VN (UVRM) aangenomen. In aanloop naar de 75<sup>ste</sup> verjaardag van de UVRM willen wij met activiteiten het belang van de mensenrechten onder de aandacht brengen.

Als we als stichting op deze thema's reflecteren, zien we dat we juist hierop willen aansluiten qua thematiek en aanpak. We zien meerwaarde in het aanbieden van ruimte voor reflectie en stilte, als tegenhanger van de snelheid en veelheid van ervaringen. We willen zelf als organisatie onze focus op aantallen relativeren; niet enkel hoeveel mensen hebben we bereikt, maar hebben we mensen ook echt geraakt, aan het denken gezet en tot verandering aangemoedigd?

Net zoals we streven naar het creëren van samenhang en gemeenschapszin in de maatschappij, willen we dit ook bereiken in het bredere netwerk van IofC. Daartoe is het onderhouden van persoonlijke contacten belangrijk. Een ander instrument is het organiseren van contact- en bezinningsbijeenkomsten.

#### 4. Benadering

IofC benadrukt het verband tussen persoonlijke en maatschappelijke verandering. Dit wordt verduidelijkt in de onderstaande illustratie 'Dynamics of Change'.



##### 4.1 Beginnen bij jezelf

Een eerlijke blik op je eigen motieven en gedrag is vaak het begin van persoonlijke verandering. Waarden als onzelfzuchtigheid, eerlijkheid, liefde en zuiverheid bieden een praktisch handvat om je eigen beweegredenen en handelingen in het dagelijks leven te onderzoeken.

#### 4.2 Ruimte voor reflectie

In stilte kunnen mensen ontdekken wat er diep in hun hart leeft, tot zichzelf komen en richting vinden voor het leven. Door regelmatig stil te zijn krijg je toegang tot een bron van inspiratie, vernieuwing en kracht. Sommigen noemen dit luisteren naar God – anderen luisteren naar de innerlijke stem of het geweten.

#### 4.3 Luisteren naar anderen

Een eerlijk en open gesprek tussen mensen van verschillende generaties, levensovertuiging, etnische en culturele achtergrond scheidt vertrouwen en versterkt de sociale samenhang. Waar er conflict is, groot of klein, kan een eerlijke dialoog de weg vrij maken voor verzoening en gezamenlijke actie. Door naar elkaars persoonlijk verhalen te luisteren, ontstaat er gaandeweg begrip.

#### 4.4 Gerichte actie ondernemen

De mensen en programma's van lofC beogen bij te dragen aan vrede en sociale cohesie, ethisch leiderschap, een rechtvaardige economie en een duurzame wereld. lofC doet dit door het organiseren van bijeenkomsten, deelname aan internationale programma's en het vervullen van een netwerkfunctie. Naast lopende programma's speelt lofC in op wat er in de samenleving gebeurt. Momenteel ondersteunt en initieert lofC verschillende initiatieven in Nederland, vaak in verbinding met het internationale netwerk door uitwisseling van kennis en ervaring.

### 5. Beleidsvoornemens

Om deze opdracht te bereiken doet lofC het volgende:

1. Bruggen van vertrouwen bouwen, bevorderen van sociale cohesie
2. Bewustwording en tegengaan van de klimaatverstoring
3. Nadruk op stilte en reflectie

#### 5.1 Bruggen van vertrouwen bouwen, bevorderen van sociale cohesie

Het motto 'Bruggen van vertrouwen bouwen' doelt op wat sinds jaar en dag de kernactiviteit is geweest van de Oxfordgroep, Morele Herbewapening en nu Initiatives of Change, namelijk om mensen en groepen die in conflict zijn te helpen tot elkaar te komen, de kloof die hen scheidt te overbruggen, vertrouwen te scheppen door naar elkaar te luisteren en de bereidheid andermans gezichtspunt serieus te nemen.

Om dit werk te kunnen doen wil lofC graag samenwerken met mensen en organisaties die vergelijkbare doelen nastreven. Vanuit de gedachte dat je samen meer bereikt dan alleen. De focus ligt daarbij op het leggen van verbinding tussen mensen.

#### 5.2 Bewustwording en tegengaan van de klimaatverstoring

Klimaatverstoring vinden we een betere term dan het mogelijk relativerende woord klimaatverandering. In de komende jaren willen we met programma's de bewustwording van het persoonlijk handelen bevorderen. Ook willen we voortbouwen op al opgedane ervaringen met projecten rond duurzaamheid met betrekking tot voedsel en de energietransitie.

### 5.3 Nadruk op stilte en reflectie

In de komende beleidsperiode willen we de lofC traditie rond stilte en reflectie intensiever inzetten. Zoals uit de bovenstaande analyse van 'de tijdgeest' blijkt, is de behoefte van persoonlijke en maatschappelijke bezinning groot. Het fenomeen van 'stille tijd' zit in het lofC-DNA. We willen experimenteren met nieuwe manieren en uitdrukkingsvormen om die reflectie ons opnieuw eigen te maken.

## 6. Wat er nodig is

lofC is in de eerste plaats een informele groep van mensen (een netwerk) die het gedachtegoed inspirerend vindt en probeert toe te passen in eigen leven. Om dit netwerk te ondersteunen en om de ons toevertrouwde goederen en middelen te beheren is de Nederlandse Stichting Initiatives of Change in het leven geroepen. Om aan deze opdracht te voldoen heeft zij mensen en (financiële) middelen nodig.

### 6.1 Mensen en middelen

Oorspronkelijk draaide het werk rond toegewijde individuen die op basis van roeping zich voltijds inzetten voor de stichting zonder een vaste geldelijke vergoeding. De transitie naar een team dat tegen een beperkte geldelijke vergoeding het werk van lofC faciliteert is ook in Nederland een paar decennia geleden ingezet. Om activiteiten vorm te geven zijn zowel vrijwilligers als betaalde staf onontbeerlijk. De meeste directe medewerkers zijn betaalde krachten. Het is relatief nieuw voor lofC de rol als werkgever op zich te nemen. Ook het projectmatig werken inclusief de bijbehorende fondsenwerving en financiële verantwoording daarvan zijn relatief nieuw.

Ruimte voor ontmoeting en toerusting zijn essentieel. Een belangrijk element daarin vormt op dit moment het centrum Amaliastraat 10 te Den Haag. Dit centrum dient eveneens als uitvalsbasis voor de medewerkers van lofC.

Het werk van de stichting wordt gefinancierd met donaties, giften, erfenissen en legaten. Wat betreft erfenissen en legaten heeft het bestuur in het verleden besloten deze te gebruiken om het functioneren van de stichting op de lange termijn te waarborgen. Deze gelden worden onder beheer belegd, waarbij dividenden en coupons gezien worden als beschikbaar voor de jaarlijkse kosten. Koerswinsten worden aangewend voor de instandhouding van de toekomstige activiteiten. Daarnaast wordt er in toenemende mate gezocht naar externe financiering, als ook naar mogelijke samenwerkingspartners om kosten te delen.

lofC NL maakt deel uit van de International lofC Association. In dit verband wordt jaarlijks gekeken of en in welke mate lofC NL in internationaal verband een financiële ondersteuning kan leveren.

## Bruggen van vertrouwen bouwen

## 7. Communicatie

Communicatie bestaat uit interne - en externe communicatie.

### 7.1 Interne communicatie

Afgelopen jaren heeft lofC interne communicatie gestructureerd en geoptimaliseerd. Dit proces blijft nodig om enerzijds het gedachtegoed van lofC levend te houden en anderzijds de samenwerking tussen (nieuwe) medewerkers en vrijwilligers onderling te bevorderen.

Op dit moment hebben we de ene week een beperkt en de andere week een uitgebreid kernteamoverleg. Vier keer per jaar organiseren we een overleg tussen het uitgebreide kernteam, het bestuur en de raad van toezicht waarna een informele gezamenlijke en eenvoudige maaltijd volgt om de teambuilding te stimuleren.

Deze overlegstructuur lijkt goed te werken en wordt in de komende vijf jaar gehandhaafd, eventueel naar behoefte, of uit nood vanwege de pandemie, uit te breiden met of te vervangen door online vergadermogelijkheden zoals Zoom en Teams.

### 7.2 Externe communicatie

Bij externe communicatie gaat het om informatie die vanuit lofC naar vrienden/donateurs en andere belangstellenden gaat. We willen deze doelgroepen in de komende vijf jaar behouden, bestendigen, uitbreiden en verjongen.

Omdat deze doelgroepen zeer divers zijn, dienen we, om iedereen te bereiken, verschillende communicatiemiddelen in te zetten, zowel online als offline. Offline zijn persoonlijke contacten, telefonie en papieren nieuwsbrief. Online zijn sociale media, website, QR-codes, digitale nieuwsbrief, emails, communicatieplatforms zoals Whatsapp, Signal, Zoom en Teams.

Het is voor ons belangrijk om jaarlijks te bepalen met wie we in verbinding willen blijven, welke doelgroepen we als lofC willen bedienen c.q. welke samenwerkingsverbanden we aan willen gaan. Dan kunnen we de 'taal', het beleid en de communicatiemiddelen hierop afstemmen. De keuze kan bijvoorbeeld gebaseerd worden op criteria als: demografisch, geografisch, sociaaleconomisch, psychografisch en/of gedrag.

#### 7.2.1 Ander Nieuws

Om het lofC-gedachtegoed met de relaties te kunnen delen en hen van de lofC-(gerelateerde) activiteiten op de hoogte te houden, is jaren geleden de papieren nieuwsbrief Ander Nieuws (P-AN) in

het leven geroepen. Deze nieuwsbrief wordt goed gelezen en gewaardeerd. Om met de tijd mee te gaan (sneller, meer 'paperless') is sinds 2013 de digitale versie van Ander Nieuws (D-AN) erbij gekomen.

De P-AN verschijnt vier keer per jaar en de D-AN zes keer per jaar. Op dit moment hebben we ca. 200 lezers van de P-AN en 537 van de D-AN. De trouwe lezers van de P-AN willen we in de nabije toekomst blijven bedienen tot een natuurlijk verloop optreedt, maar we stimuleren de groei van de D-AN door online- en offlinemiddelen optimaal te benutten. Bijvoorbeeld door de D-AN ook op sociale media te plaatsen en niet alleen op de website. En bij de bijeenkomsten en events het aanmeldingsformulier klaar te leggen om het inschrijven voor de D-AN onder de aandacht te brengen.

### 7.2.2 Website en sociale media

Extra tijdsinvestering in het crosslinken tussen de bestaande website en Social Media zoals Facebook en Twitter heeft vruchten afgeworpen. We zien een stijgende lijn in de exposure onder bestaande en unieke bezoekers op de website [iofc.nl](http://iofc.nl). Die lijn willen we in de komende jaren voortzetten. We blijven deze tendens volgen en waar nodig erop anticiperen.

Het gebruik van sociale media is sterk in beweging. Afgelopen jaren hebben we gemerkt dat er een significante verschuiving is onder de gebruikers van sociale media. Facebook (FB) en Twitter werden vanaf juli 2019 intensiever ingezet als online communicatiekanalen voor PR, promotie van events en het plaatsen van geselecteerde artikelen. Bij Twitter wordt de nadruk meer gelegd op promoten van de meest actuele events en bij FB meer op 'teasende' artikelen waarin de kernwaarden van lofC sneller worden herkend. De linkjes nodigen de lezers uit om een kijkje te gaan nemen op de website van lofC. Waar websites tegenwoordig worden gezien als een plaats waar je statische informatie kunt raadplegen, fungeren sociale media als een plek waar interacties plaatsvinden. Deze interacties kenmerken zich door actualiteit, relevantie, snelheid en verdieping van persoonlijke contacten. We blijven de trends rondom sociale media volgen en zullen waar nodig ons beleid bijstellen.

*Vastgesteld op de vergadering van het bestuur*

*Van de Nederlandse Stichting Initiatives of Change*

*2 maart 2021, Den Haag*