



# Jaarverslag 2016

Amsterdam, 31 mei 2017  
Stichting NCDO

# Inhoud

Voorwoord	3
1. NCDO in 2016	5
1.1. Positie stichting NCDO	5
1.2. Missie en visie	5
1.3. Strategische keuzes en kernactiviteiten	5
2. Thematische speerpunten 2016	7
2.1. Voedsel	7
2.2. Water	7
2.3. Seksuele en Reproductieve Gezondheid en Rechten (SRGR)	8
2.4. Vrede & Veiligheid	9
2.5. De duurzame ontwikkelingsdoelen	10
3. Resultaten programma's NCDO	12
3.1. Programma Kennisoverdracht/OneWorld	12
3.2. Programma Kennisoverdracht/Samsam	21
3.3. Programma Kennisontsluiting/Kaleidos Research	28
4. Bedrijfsvoering	32
4.1. Communicatie en PR	32
4.2. Medewerkers	32
4.3. Huisvesting	32
4.4. ICT en Kwaliteit	33
4.5. Fondsenwerving	33
4.6. Bestedingen bestuur en bedrijfsvoering	34
4.7. Governance: bestuur en toezicht	35
5. Totaaltabel middelen	36
Bijlage: Partners NCDO	37

# Voorwoord

NCDO werkt bijna vijftig jaar aan het vormgeven van mondiaal burgerschap. Het belang daarvan wordt in Nederland onverminderd en breed onderkend. Ons land is van oudsher een open samenleving. Het heeft internationale banden op het gebied van handel en internationale samenwerking. Nederland speelt een belangrijke rol in internationale organisaties en onderschrijft de universele waarden die daaraan ten grondslag liggen. Een kader voor de internationale ambities wordt gevormd door de in 2015 door wereldleiders overeengekomen duurzame ontwikkelingsdoelen (SDGs). Hierin zijn de ambities verwoord voor een wereldsamenleving, die duurzaam is, uitgaat van gelijkwaardigheid en rechten van alle wereldburgers. Deze ontwikkelingsdoelen zijn universeel, ze gelden overals ter wereld. In de SDGs ligt de nadruk op de samenwerking tussen verschillende belanghouders. Hiermee is ook de erkenning vastgelegd van meerwaarde van samenwerking tussen maatschappelijke organisaties, bedrijven, overheden en de academische wereld.

Het werk van de Stichting NCDO staat in dit teken. In een wereld waarin burgers elkaar steeds meer ontmoeten, is een breed draagvlak voor effectieve internationale samenwerking en duurzame ontwikkeling belangrijker dan ooit. Dit betreft niet alleen het ontsluiten en overbrengen van kennis, maar ook stimuleren van onderlinge betrokkenheid en gezamenlijke actie. Ook in 2016 heeft NCDO hieraan, met financiële steun van het ministerie van Buitenlandse Zaken en een toenemend aandeel van marktbaten, een bijdrage mogen leveren. Daarbij is de samenwerking met maatschappelijke partners, overheden en bedrijven van grote betekenis.

De in 2014 aangekondigde beëindiging van de subsidie van het Ministerie vanaf 2018 heeft binnen de NCDO het ondernemerschap bevorderd. Dit zal naar verwachting leiden tot het in de toekomst voortzetten van een deel van de activiteiten buiten het kader van de NCDO. Dit betreft OneWorld en Samsam. In 2016 is hiervoor de basis gelegd, dankzij betrokken, competente en creatieve medewerkers. In 2017 zal de doorstart van deze onderdelen verder worden geconcretiseerd. Zo kan de NCDO in deze fase van haar bestaan de waarde van mondiaal burgerschap blijven benadrukken. De werkzaamheden van Kaleidos Research zullen ondanks de breed erkende kwaliteit van de onderzoeksprojecten, niet collectief, maar op individuele basis worden voortgezet.

De opzet van dit jaarverslag volgt het format van de laatste jaren, zoals de afgelopen jaren ontwikkeld in contact met het ministerie van Buitenlandse Zaken, dat een goede verantwoording mogelijk maakt van activiteiten en resultaten. U leest welke activiteiten vanuit de NCDO zijn uitgevoerd door OneWorld, Samsam en Kaleidos Research. Deze sluiten goed aan op de kernthema's van de Nederlandse Ontwikkelingssamenwerking en dragen bij aan het dichterbij brengen van de duurzame ontwikkelingsdoelen. In dit jaarverslag worden de resultaten verantwoord door middel van output indicatoren en (in geval van Samsam en Kaleidos Research) ook outcome indicatoren.

De directeur-bestuurder van de NCDO, Arie de Ruijter, heeft eind februari zijn werkzaamheden beëindigd. NCDO dankt hem voor zijn betrokken inzet gedurende de laatste jaren.

Amsterdam, mei 2017

Stichting NCDO

Jan Bouke Wijbrandi,  
directeur-bestuurder



# 1. NCDO in 2016

Stichting NCDO bevordert kennis over en betrokkenheid bij mondiale vraagstukken. Dat doet zij via de platforms OneWorld.nl - het multimediale platform voor mondiaal denken en groen doen - en Samsam, educatief platform voor wereldwijze kinderen. Deze platforms worden ondersteund door Kaleidos Research, onderzoeksbureau op het terrein van mondiale vraagstukken en onderdeel van Stichting NCDO.

## 1.1. Positie stichting NCDO

Ook in 2016 positioneerde Stichting NCDO haar platforms OneWorld en Samsam als bruggenbouwers tussen de ondernemende burger, maatschappelijk middenveld, wetenschap en politiek. Als bruggenbouwer ziet Stichting NCDO het ontsluiten van voldoende en laagdrempelige kennis over de verbondenheid van Nederland met de wereld als voorwaarde voor het ontplooiën van 'wereldburgerschap'. De kennis over vraagstukken die de agenda's van armoedebestrijding en duurzaamheid *combineren*, sluit goed aan op mondiale uitdagingen van deze tijd en de nieuwe internationale agenda's die zich momenteel ontwikkelen. Toegang tot deze kennis maakt het voor iedereen in de Nederlandse context mogelijk een zelfbewuste en verantwoordelijke rol te spelen ten aanzien van mondiale problemen.

Stichting NCDO heeft haar positie binnen de 'vijfhoek' - overheid, bedrijfsleven, wetenschap, maatschappelijke organisaties en burgers - die gericht is op samenwerking en die dicht bij de burger zelf staat, in 2016 verder uitgebouwd. Ondersteund door onderzoek hebben de platforms wederzijdse kennisuitwisseling, netwerkbouw en betrokkenheid bij mondiale vraagstukken gefaciliteerd. De focus lag daarbij in de eerste plaats bij burgers en de rol die zij kunnen vervullen.

In de huidige netwerk- en participatiesamenleving heeft NCDO dit gedaan door onderlinge kennisuitwisseling te faciliteren, door initiatieven van onderop een podium te bieden, door interactief (online) te communiceren en door als organisatie midden in een netwerk te staan van kennisinstellingen, maatschappelijke organisaties, burgerinitiatieven, overheden en bedrijven.

## 1.2. Missie en visie

Onze missie luidt:

*Het leveren van een bijdrage aan het inzicht in, de kennis over en betrokkenheid bij (de rol van Nederland bij) internationale samenwerking en duurzame mondiale ontwikkeling voor Nederlandse burgers, bedrijven, organisaties en overheden.*

Deze missie is ingevuld vanuit de visie dat goed geïnformeerde burgers in de context van de participatiesamenleving belangrijke bijdragen kunnen leveren aan een duurzame wereld. Burgers hebben dan zicht op de consequenties van hun handelen en op beslissingen die maatschappelijke organisaties, bedrijfsleven en overheid nemen. NCDO heeft in 2016 niet alleen kennis ontsloten, maar ook methoden ontwikkeld om kennis over te dragen en toe te passen, zodat ze aansluiten bij de behoeften van verschillende doelgroepen. Daarbij is zij steeds op zoek gegaan naar mogelijkheden om samen te werken met en waarde toe te voegen aan inspanningen van anderen. Hiertoe is een heel scala aan media en middelen ingezet: tijdschriften, lesmaterialen, online platforms, online en offline netwerken, events, competities, onderzoeksrapporten, blogs en sociale media.

## 1.3. Strategische keuzes en kernactiviteiten

In 2016 zijn aan de hand van trends in het werkveld (zie Jaarplan 2016) en de daaraan gerelateerde strategische keuzes, de activiteiten van OneWorld, Samsam, Kaleidos Research geselecteerd en uitgevoerd. Korthedshalve wordt verwezen naar hun deelverslagen.

Op basis van trends die wij waarnemen in de samenleving, in ons werkveld en op het gebied van mondiale vraagstukken, hebben wij – geïnformeerd en gesteund door conclusies van de Inspectie Ontwikkelingssamenwerking en Beleidsevaluatie (IOB) van het Ministerie van Buitenlandse Zaken– in 2014 de hierboven benoemde strategische keuzes gemaakt. Deze hebben wij consequent uitgewerkt in 2015 en 2016. Deze keuzes brachten voor Stichting NCDO een noodzaak mee tot revitalisering. Deze bestond uit enkele deelprocessen: herstructureren, reorganiseren en bevorderen van ondernemerschap.

### **Herstructureren**

In 2016 is de wens tot verdere verzelfstandiging van Oneworld, Samsam en Kaleidos Research gegroeid. De verschillen in doelgroep, productportfolio, partners en werkwijze en daarmee de marktpositie zijn zodanig dat inhoudelijke en financiële autonomie hun toekomstperspectief positief zal kunnen beïnvloeden. In 2016 is de Stichting NCDO, nog meer dan in 2015, gaan functioneren als holding voor deze onderscheiden activiteiten.

### **Reorganiseren**

De revitalisering kon gezien de sterke krimp van de begroting, niet plaatsvinden zonder formele reorganisaties. In 2014 heeft een eerste reorganisatie plaatsgevonden waarbij een deel van de staffuncties verdween, evenals de eenheid Kennistoepassing. In 2016 is een diepingrijpende deelreorganisatie van de bedrijfsvoering gevolgd, gericht op het drastisch inkrimpen van de overhead (zie pagina 8 van Jaarplan 2016). In 2016 is een deelreorganisatie van OneWorld geïnitieerd.

### **Bevorderen van ondernemerschap**

Het doel van de revitalisering was om de onderdelen van NCDO met unieke toegevoegde maatschappelijke waarde, erkende kwaliteit en relevantie en een reëel (financieel) toekomstperspectief, toekomstbestendiger te maken. In 2016 is na de aanloop in 2015 veel energie gestoken in het bevorderen van ondernemerschap. Kerncomponenten hiervan zijn het stimuleren van kostenbewustzijn, het sterk bewaken van bestedingsdiscipline en het aanboren van nieuwe financieringsbronnen. Dit heeft in 2016 vruchten afgeworpen.

## 2. Thematische speerpunten 2016

In 2016 verrichtte NCDO activiteiten die raken aan de thematische speerpunten: voedsel, water, seksuele en reproductieve gezondheid en rechten (SRGR) en veiligheid & migratie. Deze speerpunten vinden hun weerslag in de in 2015 geïntroduceerde duurzame ontwikkelingsdoelen (SDG's). De duurzame ontwikkelingsdoelen waren de leidraad voor de activiteiten van NCDO in 2016. We hebben dan ook besloten om aan het einde van dit hoofdstuk ook nog aandacht aan deze ontwikkelingsdoelen te besteden in meer algemene zin.

### 2.1. Voedsel

Met een groeiende wereldpopulatie, de klimaatafspraken van Parijs en de duurzame ontwikkelingsdoelen speelt voedsel ook anno 2016 een belangrijke rol in het publieke debat over een duurzame toekomst voor ons allen.

#### **Activiteiten in 2016**

##### *Samsam: Moestuinen en Chocolate*

Het thematische speerpunt voedsel heeft Samsam op diverse manieren behandeld. Het themanummer Moestuin ging vooral over zelf groente verbouwen als één van de oplossingen tegen honger. Het novembern timer had als thema Chocola, waarin veel aandacht was voor eerlijke cacao productie.

##### *OneWorld: Voedsel*

In het magazine en online ([www.oneworld.nl/food](http://www.oneworld.nl/food)) hebben we een aantal actuele thema's gevolgd, onderzocht en uitgediept, waaronder de macht van de suikerlobby, de belangen achter GMO-rijst ('golden rice'), de problematiek rond zaden, de bijstand, diverse productieketens en biodiversiteit. Ook besteedden we aandacht aan onderwerpen die we reeds eerder op de kaart zetten, zoals voedselverspilling, voedselzekerheid en de eiwittransitie. Naast het politieke en technologische verhaal, is het zoeken naar oplossingen die bijdragen aan een eerlijk en duurzaam voedselsysteem een aandachtspunt van OneWorld Food. We onderzochten daarom ook duurzaamheidsclaims van bijvoorbeeld kweekvis, de jacht, chocolade en innovaties zoals insectenmelk.

##### *OneWorld: Wereldvoedseldag*

In samenwerking met het Ministerie van Economische Zaken, Food Cabinet en de Gemeente Rotterdam zetten we Wereldvoedseldag op de kaart met **Een kijkje in de keten van ons eten**. Naast een festivalplein met meer dan 6000 bezoekers waren er tientallen excursies naar onder meer de haven, de voedselbank en de fabriek, waarbij redacteuren en (oud-)stagiaires van OneWorld als gastheer en gastvrouw optraden. In de aanloop naar het event maakten we een online serie waarbij we op bezoek gingen bij voedselproducenten.

### 2.2. Water

Watervraagstukken blijven de komende jaren actueel: waterschaarste, watervervuiling en wateroverlast. In de komende jaren komt de beschikbaarheid van schoon water voor iedereen verder onder druk te staan door bevolkingsgroei, verstedelijking, veranderende consumptiepatronen en klimaatverandering.

#### **Activiteiten in 2016**

##### *Samsam: Plastic Soep*

In 2015 wijdde Samsam een van haar nummers in zijn geheel aan Plastic Soep: over de 5 biljoen stukjes plastic die in de zeeën en oceanen drijven. In 2016 bleek dit thema nog steeds zeer actueel. Dit nummer van Samsam was in dit jaar het meest nabestelde nummer.

### *OneWorld: Waterkanaal*

Rond het thema water bracht OneWorld op het Waterkanaal ([www.oneworld.nl/water](http://www.oneworld.nl/water)) een mix aan actualiteiten en achtergronden rond water. We keken naar milieu, politiek en technologie, maar ook naar water als mensenrecht en naar waterverspilling in productieketens van onder meer kleding. We publiceerden een onderzoek naar de Nederlandse staatssteun aan Nederlandse baggeraars voor de aanleg van het nieuwe Suezkanaal in Egypte. We waren (mede-)publicatiepartner van het project *'The people behind the seawall'* van fotograaf Cynthia Boll, dat laat zien hoe miljoenenstad Jakarta kampt met een stijgende zeespiegel. In juni brachten we een themanummer over de zee, waarbij diverse problematische aspecten aan bod kwamen (piraterij, overbevissing), maar ook duurzame oplossingen voor de toekomstige voedselvoorziening en woonbehoefte (steden op het water). Rode draad in OneWorld's berichtgeving over water is daarnaast de rol van de consument, waarbij we dicht bij de belevingswereld van de lezer blijven. We maken de lezer ervan bewust dat ons watergebruik niet vanzelfsprekend is. Waarom spoelen we bijvoorbeeld onze wc's door met schoon kraanwater? In een achtergrondartikel ging onze redacteur Water op zoek naar alternatieven. Uit de lezersreacties blijkt dat veel mensen zich hier nog weinig van bewust zijn en hierover in de mainstream media te weinig lezen.

### 2.3. Seksuele en Reproductieve Gezondheid en Rechten (SRGR)

NCDO definieert SRGR breed en de volgende onderwerpen vallen dan ook onder SRGR: gelijke rechten voor vrouwen, uitbanning van geweld tegen vrouwen, het tegengaan van huwelijksdwang (kindbruiden) en seksueel geweld en vraagstukken rondom GLBTQ (Gay, Lesbians, Bisexual, Transgenders and Queers). Deze bredere kijk op SRGR sluit ook aan bij de duurzame ontwikkelingsdoelen. Twee van hen richten zich op SRGR: doel 5 over gelijke rechten voor mannen en vrouwen en empowerment van vrouwen en meisje en doel 3 over gezondheidszorg.

#### **Activiteiten in 2016**

##### *OneWorld: Liefde zonder grenzen*

Op ons themakanaal Oneworld Love ([www.oneworld.nl/love](http://www.oneworld.nl/love)) bestedden we in 2016 veel aandacht aan de rechten en gezondheid van GLBTQ in Nederland en de rest van de wereld. Ook het nieuwe feminisme en seksueel geweld tegen vrouwen en minderheden waren belangrijke thema's, zowel online als in het magazine. We keken daarbij ook naar de rol van mannen als onderdeel van de oplossing. In het zomernummer van OneWorld magazine was het coverthema 'Liefde zonder grenzen'. Dit werd geopend met een spraakmakend essay van Mounir Samuel over zijn transitie van 'Monique naar Mo'. Vervolgens nam hij de lezers mee op deze 'persoonlijke reis' in een openhartige, juist ook onder jongeren zeer goed bekeken vlogserie. We werden daarmee genomineerd voor de Seks & Mediaprijs van de NVVS.

##### *OneWorld: Vrouwen aan de top*

Op Internationale Vrouwendag organiseerden we vanuit OneWorld Love de talkshow '**Vrouwen aan de top**' in de Oudemanshuispoort (UvA), in samenwerking met We Women Foundation en LOVA (Nederlandse Vereniging voor Genderstudies en Feministische Antropologie). Inspirerende vrouwen (o.a. Amma Asante en Fatumo Farah) uit de wereld van mondiale samenwerking deelden hun carrièretips met de studenten uit het publiek.

##### *OneWorld: Girls in progress*

In samenwerking met VNG Nederland, Earth Charter Nederland en Pakhuis de Zwijger hebben we gedurende het jaar twee events georganiseerd waarin enkele van de zeventien duurzame ontwikkelingsdoelen werden uitgelicht en uitgediept. De bijeenkomst 'Girls in Progress' belichtte de rol van vrouwen in de mondiale economie, met bijdragen van onder andere Neila Akrimi, Annemarie Rakhorst, Maria van der Heijden, Guity Mohebbi en Akinyi Walender.



### *OneWorld: Vrolijke Kutavond*

Spraakmakend was de **Vrolijke Kutavond** in samenwerking met Female Health Company, waarbij we ingingen op keuzes en vragen van vrouwen rond anticonceptie, met bijdragen van onder meer Rutgers en het ministerie van Buitenlandse Zaken (SRGR-ambassadeur).

### *Kaleidos Research: Evaluatie van SRGR-programma's*

Kaleidos Research deed, in samenwerking met het International Centre for Reproductive Rights van Universiteit Gent, evaluatieonderzoek naar twee grote SRGR programma's die door het Ministerie van Buitenlandse Zaken werden gefinancierd: het Unite for Body Rights (UFBR) programma van de SRHR Alliance (Rutgers, Amref, Choice, dance4Life en Simavi) en het Access, Knowledge and Services (ASK) programma van de Youth Empowerment Alliance (Rutgers, Amref, CHOICE, dance4life, International Planned Parenthood Federation, Simavi and STOP AIDS NOW!). In 2016 startte Kaleidos Research met de evaluatie van Share-Net International, het kennisplatform voor SRGR.

### *Kaleidos Research: Aandacht voor SRGR op OneWorld Research:*

Kaleidos Research besteedde in 2016 ook aandacht aan vraagstukken op het terrein van SRGR via het OneWorld Research van de OneWorld website. Voorbeelden van artikelen zijn: 1)

<http://kaleidosresearch.nl/publication/global-goals-local-action/> en 2)

<http://kaleidosresearch.nl/publication/small-business-global-impact/>.

## 2.4. Vrede & Veiligheid

Vrede en veiligheid is een thema dat duidelijk laat zien hoe Nederland en haar bewoners verbonden zijn met de rest van de wereld. De relatie tussen gebrek aan vrede daar en vluchtelingen hier is de afgelopen jaren een niet te ontlopen realiteit geworden.

### **Activiteiten in 2016**

#### *Vrede en Veiligheid in OneWorld Magazine*

OneWorld blijft de link leggen tussen wat in de landen van herkomst gebeurt en het lot van de vluchtelingen hier. Welke patronen zien we in de migrantenstromen? Zijn de 'root causes' van migratie aan te pakken? Zijn er grenzen aan onze opvang van vluchtelingen? En wat is het perspectief van de vluchteling op de Nederlandse samenleving? We hebben in 2016 onder meer aandacht besteed aan het 1F-beleid (opvang van mogelijke oorlogsmisdadigers), de crisis in Aleppo (via Whatsapp-berichtgeving) en het strijdtoneel van IS in Irak.

#### *OneWorld: Onderzoek in Djibouti*

Rond het thema migratie lag de onderzoeksjournalistieke focus dit jaar op Djibouti. Dit resulteerde onder meer in de datalongread 'Hoe hulporganisaties een blinde vlek hebben voor mensenhandel Djibouti' en de magazinereportage 'Seks, spionnen en soldaten'.

#### *Samsam: Lesbrieff over Vluchtelingen*

Binnen het primaire onderwijs bleek veel behoefte om met de leerlingen in de klas over vluchtelingen te praten. Samsam heeft daarom in oktober 2016 voor de tweede keer een extra lesbrieff gemaakt over het thema vluchtelingen. Deze lesbrieff is digitaal verspreid en ca. 4.100 keer bekeken.

<http://www.samsam.net/leerkrachten/samsam-actueel-1/>

#### *Samsam over Vrijheid*

Nummer 3 in 2016 van Samsam had als thema Vrijheid. Dat vrijheid niet voor iedereen vanzelfsprekend is vertellen Tareq uit Syrië en Emerson uit Colombia. Ook aandacht voor de blauwhelmen die Mali veiliger moeten maken, maar waar de kinderen daar toch een beetje bang voor zijn.

### *Kaleidos Research: Methodiek Humanity Checker*

Kaleidos Research ontwierp de methodiek achter de humanity checker van Oxfam Novib. De humanity checker verschafte de gebruiker inzicht in hoeverre het voorgestelde vluchtelingenbeleid in de verkiezingsprogramma's van de acht grootste politieke partijen in Nederland in de geest is van internationale afspraken en verdragen op het terrein van mensenrechten. Oxfam Novib maakte een website waarop iedere Nederlander kon checken hoe de verschillende politieke partijen scoren met hun vluchtelingenbeleid ([www.humanitychecker.nl](http://www.humanitychecker.nl)).

## 2.5. De duurzame ontwikkelingsdoelen

Na de introductie van de duurzame ontwikkelingsdoelen in 2015, werd in 2016 hard gewerkt aan de implementatie van die doelen in Nederland. De vier eerder genoemde speerpunten vallen zonder uitzondering onder één of meer duurzame ontwikkelingsdoelen. NCDO heeft haar maatschappelijke verantwoording genomen en bijgedragen aan de promotie van deze nieuwe ontwikkelingsdoelen.

### **Activiteiten in 2016**

*OneWorld: Community en online platform rond de duurzame ontwikkelingsdoelen:*  
[www.sdgnederland.nl](http://www.sdgnederland.nl)

OneWorld brengt de duurzame ontwikkelingsdoelen dichterbij de Nederlandse burger en laat zien welke rol individuen kunnen spelen. In het begin van het jaar hebben we een columnreeks verzorgd voor onze mediapartner Sublime FM.

### *OneWorld: Nacht van de VN*

Tijdens de Nacht van de VN is de nieuwe site [www.sdgnederland.nl](http://www.sdgnederland.nl) gelanceerd te midden van een publiek van ruim 350 studenten en young professionals. Deze zelfstandige website is de opvolger van [www.globalgoalsnl.nl](http://www.globalgoalsnl.nl), in samenwerking met SDG Charter en speelt in op de veelgehoorde behoefte van burgers, organisaties en bedrijven op de hoogte te blijven van de actualiteit rond de duurzame ontwikkelingsdoelen en vooral ook uit te vinden wat er al gebeurt en waar zij zelf kunnen aansluiten. Deze website wordt dé plek waar betrokken burgers, organisaties en bedrijven elkaar kunnen vinden.

### *OneWorld: Groen doen*

Met Vandebron ten slotte organiseerden wij het event **Groen Doen**, waarbij in de grote zaal in Pakhuis de Zwijger groene changemakers hun initiatieven presenteerden en ontwerper Babette Porcelijn een minicollege 'eco-neutraal leven' verzorgde.

### *OneWorld: Mobieltjes, bier en stoeptegels*

Tijdens de avond 'Mobieltjes, bier en stoeptegels' stonden duurzame productie en inkoop centraal, met sprekers van onder andere Fairphone, Heineken en de Gemeente Utrecht. Speciaal voor de doelgroep van de Nacht van de VN hebben we ook een talkshow verzorgd waarin jonge, duurzame ondernemers hun ervaringen deelden met het publiek.

### *Kaleidos Research: Discussiepapers over verschillende stakeholders*

Kaleidos Research publiceerde in 2016 twee discussiepapers over de SDGs, één over de rol van lokale overheden en de andere over de rol van het midden- en kleinbedrijf.

### *Kaleidos Research: Europa en de Sustainable Development Goals*

Kaleidos Research schreef voor het Ready for Change consortium (Foundation Max van der Stoel, Partos en Woord en Daad) een hoofdstuk over initiatieven op het gebied van de SDGs in Europese landen. Ook werd voor het Ready for Change consortium (Foundation Max van der Stoel, Partos, Woord en Daad) een rapport geschreven over de toekomst van de Europese ontwikkelings-samenwerking met veel aandacht voor de SDGs en beleidscoherentie. Voor het Policy Forum on

Development schreef Kaleidos Research de rapportage 'National strategies supporting the implementation of the Agenda 2030, the Netherlands'.

*Kaleidos Research: Spreken over de SDG's*

De onderzoekers van Kaleidos Research presenteerden de resultaten van hun studies op het terrein van de SDG's op verschillende bijeenkomsten waaronder een bijeenkomst op het Ministerie van Buitenlandse Zaken, een SDG conferentie bij de Universiteit van Amsterdam en op Springtij.

Kaleidos Research hield een workshop over de SDGs & multistakeholder partnerschappen op de Ready for Change conferentie die Partos in samenwerking met Foundation Max van der Stoel en Woord en Daad organiseerde. Verder werden op uitnodiging een aantal presentaties en workshops verzorgd voor internationale conferenties; een workshop over de SDGs & partnerships (conferentie in Bratislava ten tijde van het Slowaaks voorzitterschap van de EU), een SDG sessie tijdens de GENE (Global Education Network Europe) Roundtable in Florence, een presentatie voor het seminar 'Local Authorities towards 2030 in Lissabon' en een workshop tijdens de conferentie 'Global Education; towards a world of solidarity' van GENE in Parijs.

*Aandacht voor de SDG's op OneWorld Research*

Tot slot maakte Kaleidos Research Onderzoek toegankelijk door middel van een aantal artikelen die op het Research kanaal van OneWorld werden gepubliceerd. Voorbeelden van artikelen zijn <https://www.oneworld.nl/research/nederlandse-gemeenten-willen-wereldproblemen-oplossen> en <https://www.oneworld.nl/research/europa-en-de-global-goals-ready-change>.

## 3. Resultaten programma's NCDO

### 3.1. Programma Kennisoverdracht/OneWorld

#### **De wereld in 2016**

We schreven het al in het vorige jaarverslag: verre verhalen komen steeds dichterbij. We zien daarbij een scheidslijn tussen enerzijds burgers, bedrijven, overheden en organisaties die een positieve bijdrage willen leveren aan die verhalen. Ze nemen het initiatief en willen hun eigen bijdrage leveren aan een eerlijke en duurzame wereld. Anderzijds zien we burgers, bedrijven, overheden en organisaties die zichzelf overspoeld zien door die verre verhalen en deze als bedreiging ervaren voor hun welvaart en welzijn. Zo ontstaat een gepolariseerde samenleving, waarin mensen hun identiteit ontleen aan het 'kamp' waarin zij zich bevinden. Zo kan het dat in 2016 zowel de Nederlandse Klimaatcoalitie als de Energieagenda het licht zagen die de transitie naar duurzame energie een grote push geven, maar ook dat het besluit om kolencentrales te sluiten wordt overgeheveld naar een volgend kabinet. Zo kan het dus ook dat 'volkszender' RTL4 als eerste Zwarte Piet afschaft, maar dat Sylvana Simons online doodsb bedreigingen ontvangt. En zo zien we dat er op Facebookgroepen nog steeds winterjassen worden ingezameld voor vluchtelingen, terwijl de Telegraaf kopt over een 'asielplaag'.

Was 2015 het jaar van de solidariteit met vluchtelingen, na de massale aanrandingen in Keulen tijdens de jaarwisseling naar 2016 sloeg de twijfel toe. Was Europa naïef geweest om vluchtelingen uit een andere cultuur met open armen te ontvangen? Op zoek naar antwoorden ruimden we er in het eerste nummer van het jaar een speciaal thema voor in. Dat zouden we dit jaar nog vaker doen. Na de aanslag in Brussel waarin de wijk Molenbeek een sleutelrol speelde, maakten we een thema over de 'ongekende' wijken. Na de latere aanslagen in Nice, Orlando en Berlijn, maar ook Nigeria, Pakistan of Irak was er behoefte aan duiding en aan het delen en verklaren van angstgevoelens. We onderzochten de oorzaken van terrorisme in verschillende delen op de wereld, maar doken ook in de suikerlobby en in de wegwerpcultuur van onze apparaten. We zagen via de duurzame ontwikkelingsdoelen, de 2030-agenda van de Verenigde Naties de twee werelden van ontwikkelingssamenwerking en duurzame ontwikkeling voorzichtig toenadering zoeken. We zagen CEO's van multinationals die publiekelijk het voortouw namen om hun ketens te vergroenen. Maar we onderzochten ook de invloed van bedrijfslobby op de Europese politiek, en laten daarmee zien hoe schandalen als Dieseldgate kunnen ontstaan, of waarom Glyphosaat (hoofdbestanddeel van bestrijdingsmiddel Roundup) toch verboden wordt.

OneWorld heeft ook in 2016 laten zien waar het misgaat, waar het beter moet en kan. Grondige onderzoeksjournalistiek, het klassieke uitzoekwerk gekoppeld aan data, is van essentieel belang in een tijd dat traditionele media geen monopolie meer hebben op kennisoverdracht. Bovendien kan tegenwoordig iedereen media maken: of het nu scholieren zijn die hun ontbijt snapchatten, quinoameisjes die instagrammen of treitervloggers die youtuben; de tijd dat we konden kiezen uit twee tv-zenders en drie radiostations is definitief voorbij. Daarbij constateren we een opvallende paradox: er is nog nooit zo'n behoefte geweest aan informatie die duiding en soelaas biedt, tegelijkertijd zien we dat de betalingsbereidheid nog nooit zo laag is geweest. Binnen dat gegeven probeert OneWorld een balans te vinden, zodat we met een optimale mix van inkomsten via abonnees, fondsen en samenwerkingspartners een zo groot mogelijk bereik realiseren.

#### **Journalistieke koers**

Dit jaar hebben we ons journalistieke profiel nog verder aangescherpt. OneWorld is zich nog meer gaan positioneren als het onafhankelijke, crossmediale, journalistieke platform dat een betrokken publiek kennis biedt over mondiale, duurzame ontwikkelingen en de mogelijkheid daar zelf een positieve bijdrage aan te leveren. Zoals aangegeven in het Jaarplan 2016 hebben we onze thema's zowel in print als online uitgerold en daarmee ons crossmediale model verder vorm gegeven.

OneWorld heeft zodoende afgelopen jaar de constructieve journalistieke koers verder ontwikkeld. Zo kan OneWorld bijdragen aan een eerlijke en duurzame wereld. OneWorld als geheel is constructief. Dit houdt dit in: oplossingsgericht, kritisch zonder cynisch te zijn, machtsrelaties ter discussie stellen, gebruikmaken van data om nieuws te verklaren, maatschappelijk relevant, onderzoeken van onderliggende patronen of gedragingen achter misstanden, de nadruk leggen op wat anderen kunnen leren van succesvolle oplossingen, een toekomstbeeld schetsen en de manieren om daar te komen. We blijven onderzoekend en activerend, vanwege de koppeling met handelingsperspectief. Altijd proberen we antwoord te geven op de vraag ‘wat nu’?

We hebben daarbij gekozen voor de duurzame ontwikkelingsdoelen als leidraad en daarbinnen de drie thema's klimaat/duurzaamheid, migratie en diversiteit. Met het presidentschap van Donald Trump worden deze thema's de komende tijd alleen nog maar urgenter, en is vooral de zorgvuldige berichtgeving als antwoord op ‘alternatieve feiten’ rond deze thema's een belangrijke drijfveer om onze lezers te bedienen.

OneWorld volgt en duidt de duurzame transitie na het Klimaatakkoord in Parijs met nieuws en achtergrondverhalen: maken landen hun beloftes waar, wat zijn veelbelovende ontwikkelingen en waar loopt het spaak? In 2016 maakten we onder andere filmpjes samen met Vandebroek van duurzame doeners en ondernemers, belichtten we de strijd tussen duurzame en fossiele energie en vroegen we aandacht voor de kap van het laatste oerbos Bialowieza (Polen).

OneWorld blijft de link leggen tussen wat in de landen van herkomst gebeurt en het lot van de vluchtelingen hier. Welke patronen zien we in de migrantenstromen? Zijn de ‘root causes’ van migratie aan te pakken? Zijn er grenzen aan onze opvang van vluchtelingen? En wat is het perspectief van de vluchteling op de Nederlandse samenleving? We hebben in 2016 onder meer aandacht besteed aan het 1F-beleid (opvang van mogelijke oorlogsmisdadigers), de crisis in Aleppo (via Whatsapp-berichtgeving) en het strijdtoneel van IS in Irak.

Het thema diversiteit belichten we in de meest brede zin - in kleur, geloofsovertuiging, seksuele geaardheid en voorkeur, politieke overtuiging. Onder diversiteit valt ook de vrijheid rond seksuele en reproductieve gezondheid en rechten, maar ook de (mondiale) ongelijkheid in kansen of welvaart. Zo brachten we een veelbesproken vlogreeks van Mounir Samuel over zijn transitie van vrouw naar man, maar stelden we ook de witheid van de redactie ter discussie en trokken we prikkelende columnisten aan, zoals Quinsy Gario. Het jaar 2016 was natuurlijk ook het jaar van de boze witte man, van de massa versus de elite. OneWorld wil zich nadrukkelijk niet in deze tegenstelling begeven. OneWorld is niet links, niet rechts, maar betrokken. We vinden het belangrijk dat onze lezers uitgedaagd worden om hun comfortzone, of *bubble*, zo u wilt, te verlaten.

Kort geformuleerd bestaat onze achterban uit twee te onderscheiden groepen: millennials (18-36 jaar) en loyals (37+). Dat is in 2016 bestendig. De eerste groep komt vooral bij OneWorld uit vanuit behoefte aan duurzame lifestyle en buitenlandplannen (stage, vrijwilligerswerk, reizen), de tweede groep komt bij OneWorld vanuit een gevoel van mondiale solidariteit. De beide groepen zien zelf nog vaak een waterscheiding tussen duurzame ontwikkeling ‘hier’ en armoedebestrijding ‘daar’. Het is onderdeel van OneWorld's missie om te laten zien hoe duurzaamheid en mondiale ontwikkeling onderling verbonden zijn, en welke rol lezers daar zelf in kunnen spelen, waarbij het oude adagium ‘wij in het Noorden helpen de mensen in het Zuiden’ wordt losgelaten.

Wij hebben bovenstaande onderwerpen zo crossmediaal mogelijk gebracht, vanuit de overtuiging dat we ons daarmee onderscheiden binnen het huidige medialandschap en de diverse geledingen binnen onze doelgroep zo goed mogelijk bedienen.

## 360-graden-aanpak

De 360-graden aanpak hebben we gecontinueerd in 2016, een goed voorbeeld daarvan is het thema 'De wereld in je wijk'. In mei ging OneWorld in het magazine, online, een mediacafé in Pakhuis De Zwijger en een mini-filmacademie op zoek naar *de werelden in onze wijken* en de mensen die de wijken maken. Deze 25 jongeren maakten filmpjes over hun wijkhelden van De Bijlmer tot Dedemsvaart, waarvan sommige binnen een week al 10.000 keer werden bekeken.

## Hoofdactiviteiten: magazine, online en events

### Magazine

Het papieren magazine is onderscheidend met meerwaarde ten opzichte van de website, met aandacht voor fotografie, *slow journalism* en een verrassende mix aan columnisten. We vinden het belangrijk om tegenwicht te bieden aan de klik-en-swipe-cultuur van de mobiele telefoon. We willen de lezer niet alleen bevestigen met informatie uit de eigen *bubble*, maar juist verrassen met een breed en zorgvuldig samengesteld palet aan verhalen. Daarom bieden we krachtige, originele reportages vanuit verre gebieden, waarmee de betrokkenheid van lezers bij mondiale ontwikkeling gevoed wordt. Niet de bobo's, maar de gewone mensen staan centraal. Tegelijkertijd laten we onze lezers zien hoe ze verbonden zijn met de rest van de wereld en zelf kunnen bijdragen aan een eerlijke, duurzame en veilige wereld. Dat deden we dit jaar onder meer met thema's over internetveiligheid, over bankiers die de financiële sector vergroenen van binnenuit en over fair fashion.

Nieuw dit jaar was een gezondheidsrubriek in samenwerking met Stichting Wemos, waar lezers antwoord krijgen op hun mondiale gezondheidsvragen, zoals rond het Zika virus of antibiotica. Samen met het Aids Fonds en KNCV Tuberculosefonds heeft OneWorld een journalistieke masterclass georganiseerd voor jong talent die resulteerde in een reportage vanuit Uganda. De populaire rubriek 'The Making of' die we maken met de Vlaamse wetenschappelijke magazine EOS, hebben we voortgezet. Ten opzichte van 2015 hebben we in de loop van het jaar gekozen voor kortere themaspecials, zodat er meer ruimte is voor buitenlandreportages. De oplage is 12.000. We hebben een samenwerking met Blendle om het bereik te vergroten.

Vanwege de kosten en het niet-duurzame karakter (niet-verkochte exemplaren worden vernietigd) hebben we besloten de verkoop via AKO en Bruna te stoppen. Magazines zijn nu los te koop via onze website en bij Athenaeum Nieuwscentrum in Amsterdam, een kwaliteitsboekhandel waarmee we een partnerschap hebben.

Bij de werving van nieuwe abonnees richten we ons via partnerschappen met 'likeminded' organisaties op de millennial-doelgroep. We werkten daarbij samen met onder andere Movies that Matter, Springtij, de Duurzame Jonge 100 (Sustainable Motion), Humanity House en Vandebroon.

### Onderzoeksjournalistiek

Rond het thema migratie lag de onderzoeksjournalistieke focus dit jaar op Djibouti. Dit resulteerde onder meer in de datalongread 'Hoe hulporganisaties een blinde vlek hebben voor mensenhandel Djibouti' en de magazinereportage 'Seks, spionnen en soldaten'.

Rond het thema duurzaamheid waren er diverse publicaties, onder meer over dieselgate (onderzoek ook vermeld bij The Guardian), het uitblijven van een Brussels verbod op hormoonverstoorders, handelsverdragen, de opmars van GMO-gouden rijst en over de invloed van de suikerlobby op overheidsbeleid.

We zijn vorig jaar een duurzaam samenwerkingsverband aangegaan met het befaamde VPRO-radioprogramma Argos om de onderzoeksjournalistieke krachten te bundelen op mondiale thema's. Onze onderzoeksjournalist Vincent Harmsen werkte mee aan een reeks van KRO-Reporter Radio over de lobby rond hormoonverstorende stoffen, een onderwerp dat hij zelf op de kaart zette.



### *Journalistieke prijzen en nominaties 2016*

- Lira Scherpenzeelprijs voor grensverleggende buitenlandjournalistiek, voor 'De Laatste Reis van Kahsay Mekonen'. Speciale lof van de jury was er voor de 'innovatieve en bijna game-achtige wijze waarop de website in elkaar is gezet'.
- Nominatie VVOJ Loep voor digitale producties voor ISDS-dossier
- Nominatie VOJN award voor online storytelling voor 'De Laatste Reis van Kahsay Mekonen'
- Nominatie voor NVVS Seks & Mediaprijs voor essay en vlogreeks 'Van Monique naar Mounir'
- Nominatie Mercurus voor 'Marketingactie van het Jaar'
- Award Mercurus Beste Reportage van het Jaar 'Seks, spionnen en soldaten'



### *OneWorld Data*

Nieuw is het OneWorld datakanaal, waar al onze dataproducties terug te vinden zijn. OneWorld ontving in juli een innovatiesubsidie van 50.000 euro voor de ontwikkeling van de Sustainable Transition Tracker. Dit wordt een datatool voor het meten voor de duurzame vooruitgang in de wereld, die voortbouwt op de eerder ontworpen Data Atlas die de voortgang op de millenniumdoelen letterlijk in kaart bracht. In september zijn we een pilot gestart met Local Focus voor het aanleveren van dataproducties aan nieuwsmedia. In november hebben we een workshop 'datavisualisatie bij journalistieke verhalen' verzorgd op het jaarlijkse congres van de VVOJ, de Vereniging van Onderzoeksjournalistiek.

### *Online*

Het online platform groeide naar bijna 1,7 miljoen unieke bezoekers in 2016. De longreadsite van OneWorld is vernieuwd en uitgebreid met Blendle-betaalknop. Op deze subsite zijn met name de grotere, onderzoeksjournalistieke (data)projecten terug te vinden. Op de site bieden we dagelijks nieuws en blogs uit de hele wereld. Belangrijke gezichten van OneWorld zijn de vaste bloggers Robert Went (de Week van Went in tweets), Esra Dede, Wilma van der Maten (Pakistan), Kees Broere (Oost-Afrika), Kiza Magendane, Quinsy Gario, Corina Duijndam, en Babah Tarawally.

We zijn een pilot gestart met ons community-model 'Practice what you read' waarbij we onze bezoekers na het lezen van een artikel vervolgcities aanbieden, in de vorm van verdieping of verbinding met partnerorganisaties die werken aan een eerlijke en duurzame wereld. We hebben daarvoor een betaversie gestart op de website. Dit model zal verder uitgewerkt worden in onze nieuwe website in 2017.

Op veler verzoek hebben we in het voorjaar van 2016 OneWorld English gelanceerd, een Engelstalig kanaal op de website met vertalingen van onze beste onderzoeksverhalen en interviews met internationale denkers. Zo is daar een interview met dataprofessor Hans Rosling uit januari 2016 te vinden en een Engelse vertaling van het onderzoeksartikel over gouden rijst van Vincent Harmsen, dat met de hashtag #Nobels4GMOs veelvuldig werd gedeeld in de Verenigde Staten.

Behalve op dit moment voor Werelddoeners en [www.sdgnederland.nl](http://www.sdgnederland.nl) (zie onder) waarvoor we samenwerken met partners, hebben we het model van online themakanalen met een eigen coördinator/redacteur grotendeels losgelaten, omdat het lastig blijkt om daar continue financiering voor te krijgen die wordt opgebracht door partners. De thematische indeling is er nog wel, maar met onze vernieuwde website willen we ons duidelijker richten op de drie gekozen kernthema's.

### *Nieuw: Werelddoeners*

Een nieuw kanaal is Werelddoeners, een initiatief in samenwerking met Wilde Ganzen. Werelddoeners is het verjongde en vernieuwde zusje van MyWorld, dat na vijf jaar als zelfstandig platform gesloten is. Werelddoeners deelt kennis en nieuwe inzichten voor Nederlanders die zich actief willen inzetten voor een eerlijke en duurzame wereld. Daarbij betrekken we de bestaande community van particuliere initiatieven, maar richten we ons vooral ook op nieuwe doelgroepen en nieuwe vormen van betrokkenheid. Ook stellen we de westerse aanpak en visie ter discussie en proberen we nieuwe oplossingen te vinden voor vaak voorkomende uitdagingen die 'werelddoeners' tegenkomen.



### *Events*

We trapt 2016 af met het event **The Power of Progress**, met niemand minder dan Bill Gates, dataprofessor Hans Rosling, en twee jonge Nederlandse sociaal ondernemers die hun initiatieven Legbank (betaalbare beenprothesen) en Landmapp (landrechten-app) presenteerden.



Op Internationale Vrouwendag organiseerden we vanuit OneWorld Love de talkshow '**Vrouwen aan de top**' in de Oudemanshuispoort (UvA), in samenwerking met We Women Foundation en LOVA (Nederlandse Vereniging voor Genderstudies en Feministische Antropologie). Inspirerende vrouwen (o.a. Amma Asante en Fatumo Farah) uit de wereld van mondiale samenwerking deelden hun carrièretips met de studenten uit het publiek.

De reeks **mediacafés** hebben we voortgezet in partnerschap met Pakhuis de Zwijger, VVOJ, De Buren en Fonds Pascal Decroos. Onderwerpen waren white privilege, islam & media, journalistiek in tijden van crisis, beeldvorming van de wijken, de vluchtelingen crisis en het nieuwe feminisme. Deze bijeenkomsten, waar gevestigde journalisten en jonge mediamakers uit heel verschillende hoeken elkaar ontmoeten, werden goed bezocht door een jong en zeer divers publiek.

In het najaar hebben we ook een aantal thematische events georganiseerd met partners. Spraakmakend was de **Vrolijke Kutavond** in samenwerking met Female Health Company, waarbij we ingingen op keuzes en vragen van vrouwen rond anticonceptie, met bijdragen van onder meer Rutgers en het ministerie van Buitenlandse Zaken (SRGR-ambassadeur).

In samenwerking met het Ministerie van Economische Zaken, Food Cabinet en de Gemeente Rotterdam zetten we Wereldvoedseldag op de kaart met **Een kijkje in de keten van ons eten**. Naast een festivalplein met meer dan 6000 bezoekers waren er tientallen excursies naar onder meer de haven, de voedselbank en de fabriek, waar bij redacteuren en (oud-)stagiaires van OneWorld als gastheer en gastvrouw optraden.

Met Vandebron ten slotte organiseerden wij het event **Groen Doen**, waarbij in de grote zaal in Pakhuis de Zwijger groene changemakers hun initiatieven presenteerden en ontwerper Babette Porcelijn een minicollege 'eco-neutraal leven' verzorgde.

*Community en online platform rond de duurzame ontwikkelingsdoelen: [www.sdgnederland.nl](http://www.sdgnederland.nl)*  
OneWorld brengt de duurzame ontwikkelingsdoelen dichterbij de Nederlandse burger en laat zien welke rol individuen kunnen spelen. In het begin van het jaar hebben we een columnreeks verzorgd voor onze mediapartner Sublime FM.

Tijdens de Nacht van de VN is de nieuwe site [www.sdgnederland.nl](http://www.sdgnederland.nl) gelanceerd te midden van een publiek van ruim 350 studenten en young professionals. Deze zelfstandige website is de opvolger van



[www.globalgoalsnl.nl](http://www.globalgoalsnl.nl), in samenwerking met SDG Charter en speelt in op de veelgehoorde behoefte van burgers, organisaties en bedrijven om op de hoogte te blijven van de actualiteit rond de duurzame ontwikkelingsdoelen en vooral ook om uit te vinden wat er al gebeurt en waar zij zelf kunnen aansluiten. Deze website wordt dé plek waar betrokken burgers, organisaties en bedrijven elkaar kunnen vinden.

In samenwerking met VNG Nederland, Earth Charter Nederland en Pakhuis de Zwijger hebben we gedurende het jaar twee events georganiseerd waarin enkele van de zeventien doelen werden uitgelicht en uitgediept. De bijeenkomst 'Girls in Progress' belichtte de rol van vrouwen in de mondiale economie, met bijdragen van onder andere Neila Akrimi, Annemarie Rakhorst, Maria van der Heijden, Guity Mohebibi en Akinyi Walender.



Tijdens de avond 'Mobieltjes, bier en stoeptegels' stonden duurzame productie en inkoop centraal, met sprekers van onder andere Fairphone, Heineken en de Gemeente Utrecht. Speciaal voor de doelgroep van de Nacht van de VN hebben we ook een talkshow verzorgd waarin jonge, duurzame ondernemers hun ervaringen deelden met het publiek.

### **Partners**

Zoals aangegeven in het jaarplan 2016 hebben we ons gericht op het aantrekken van nieuwe partners en het behouden en verder uitbouwen van huidige partners die (financieel) bijdragen aan het realiseren van de OneWorld visie en missie.

Afgelopen jaar hebben we daarom onze betaalde samenwerkingsmogelijkheden verder uitgebreid op gebieden waar onze toegevoegde waarde ligt: creëren van maatschappelijke content om mensen te informeren en inhoudelijke communicatie om een betrokken community te activeren. Zo hebben we een divers palet van betaalde diensten en producten ontwikkeld in lijn met het Jaarplan 2016: 360-graden communicatiepakketten, thematische sponsormogelijkheden (o.a. met extensieplatforms), adverteren, evenementen in opdracht, journalistieke masterclasses en aanscherping van de vacaturebank en het partnernetwerk.

We hebben met deze producten en diensten onze positie in de non-profit sector versterkt met samenwerkingen als een gezondheidsrubriek in het magazine in samenwerking met Stichting Wemos, lancering van online subplatform Werelddoeners met Wilde Ganzen, inhoudelijke en communicatieve samenwerkingen met Terre des Hommes en Plan Nederland en een masterclass voor het Aidsfonds en KNCV Tuberculosefonds.

Daarnaast hebben we eerdere partnerschappen verder uitgebouwd zoals bijvoorbeeld met Oikocredit (een organisatie voor microfinanciering) voor wie we een 360-gradenplan hebben uitgewerkt met een (onafhankelijk geschreven) journalistieke artikelserie over de impact van microfinanciering en een communicatiepakket. Ook is de samenwerking met het ministerie van EZ uitgebreid door de wens om een groots publiekevenement te organiseren rondom Wereldvoedseldag. En verzorgt OneWorld de content voor het [sdgnederland.nl](http://sdgnederland.nl) platform in opdracht van de SDG Charter.

Nieuwe partners uit het bedrijfsleven als Female Health Company en Vandebroen hebben geleid tot artikelseries over het vrouwencondoom en videoreeksen over een duurzame levensstijl en publiekevenementen in Pakhuis de Zwijger. Op kleine schaal hebben we vooral inhoudelijk samengewerkt met het bedrijfsleven. Echter zijn we er nog niet in geslaagd om structurele (betaalde) partnerschappen met bedrijven te sluiten. In 2017 zouden we daarom met een communicatieplan rondom de duurzame ontwikkelingsdoelen (SDGs) en onze kernthema's concrete partnerschapsproposities willen creëren om dat te realiseren.

## Fondsen

De fondsenwerver van NCDO heeft ongeveer 50% van zijn capaciteit gestoken in het opzetten van een aanpak voor fondsenwerving voor OneWorld en uitvoering daarvan, in nauwe samenwerking met journalisten en redacteuren van OneWorld. Verschillende typen fondsen in de journalistieke hoek, maatschappelijke en innovatiehoek zijn zodoende geïdentificeerd en benaderd met voorstellen. Dit heeft geleid tot een resultaat van meer dan €100.000 aan gehonoreerde inkomsten voor OneWorld en haar journalisten. Deze fondsen zijn toegewezen voor een 'Nederland in Oorlog' special gefinancierd door het vfonds, een productie over draagmoeders gefinancierd door het Postcode Loterijfonds, een productie over vluchtelingen in Nederland gefinancierd door de Haella Stichting en een Erasmus+ project over jongeren en internationale vrijwilligerservaring.

## Prognose en aanpassingen 2017

### *Continuering van de 360-graden aanpak en uitbreiding van de (online) OneWorld-community*

OneWorld zet in 2017 in op het verder versterken van het journalistieke merk door middel van data- en (grensoverschrijdende) onderzoeksjournalistiek in combinatie met Think-for-yourself en Do-It-Yourself content. Hierdoor wordt de community geïnformeerd over hoe het echt zit en worden er handvatten geboden om zelf een positieve bijdrage te leveren (zonder met een vinger te wijzen of te zeggen wat je moet doen).

OneWorld zal met deze journalistieke focus haar 360-graden aanpak continueren, waarin de verschillende maatschappelijke thema's (impliciet of expliciet gerelateerd aan de Sustainable Development Goals) crossmediaal uitgerold worden.

OneWorld-lezers en -bezoekers zullen meer onderdeel worden van de OneWorld-community met maatschappelijke missie. Deze community zal worden gefaciliteerd door de nieuwe website met lidmaatschapsmodel. Er zullen verschillende vormen van gratis en betaald lidmaatschap geboden worden waarin de leden toegang krijgen tot het magazine, online content en offline bijeenkomsten (OneWorld mediacafés, talkshows, festivals). Door middel van (thematische) nieuwsbriefcommunicatie en een aangescherpte sociale mediastrategie zullen de leden betrokken worden bij de OneWorld activiteiten. Bovenstaande activiteiten zullen weer deels ondernomen worden door (betaalde) samenwerkingen met partners om inkomsten te genereren.

## Resultaten en middelen

Output-indicatoren	Bron	Gerealiseerd 2014	Gerealiseerd 2015	Plan 2016	Gerealiseerd 2016
Aantal magazine-abonnees	SP abonnee-service	121.000	11.244	13.000	11.345
Aantal unieke maandelijkse bezoekers website	Google Analytics	126.015	146.000	155.000	153.173
Aantal unieke jaarlijkse bezoekers website	Google Analytics	1.098.533	1.562.736	N.B.	1.684.908
Aantal ontvangers wekelijkse nieuwsbrief	Mailchimp	25.644	26.990	30.000	46.582
Aantal bezoekers publiekevents (incl. mediacafés)	Pakhuis de Zwijger/eigen administratie	5.093	5.000	4.000	6.750
Grootte van (online) netwerk jonge rolmodellen	Mailchimp	215	275	250	250
<b>Sociale media:</b>					
Facebook volgers	OneWorld sociale media accounts	21.175	24.128	N.B.	28.269
Twitter volgers	OneWorld sociale media accounts	12.781	16.178	N.B.	17.980

### *Toelichting output-indicatoren*

#### *Focus op output-indicatoren en uitbreiding aantal indicatoren*

Door de afbouwende middelen en transformatie naar een financieel zelfstandige organisatie is besloten om te focussen op de output-indicatoren (en niet op de outcome-indicatoren). De output-indicatoren zijn echter wel uitgebreid om een completer beeld te geven van de crossmediale resultaten in de community. Zodoende zijn de jaarlijkse website bezoeker cijfers toegevoegd, het aantal wekelijkse nieuwsbrief ontvangers en het aantal volgers op sociale media.

#### *Online & offline groei gerealiseerd*

Er is afgelopen jaar ingezet op offline en online groei en beide met goed resultaat. Door middel van focusgroepen weten we dat er twee soorten online gebruikers bestaan: trouwe nieuwsbrieflezers (vaak in combinatie met het magazine) en sociale media volgers (vaak in combinatie met dagelijks rechtstreeks bezoek aan de website). Deze groep lezers volgt OneWorld via sociale media en selecteert zo dagelijks artikelen die aansluiten bij haar interesses.

Beide groepen willen we faciliteren met onze crossmediale aanpak en dat blijkt ook uit de groeiende online cijfers. Het aantal website bezoekers is met 5% gegroeid naar bijna 1,7 miljoen unieke bezoekers in 2016. Daarnaast is afgelopen jaar het aantal ontvangers van de wekelijkse nieuwsbrief met 73% gegroeid naar 46.582 ontvangers. Er is op deze groei ingezet om de betrokkenheid op wekelijkse basis te vergroten en als voorbereiding op het nieuwe lidmaatschapsmodel. Afgelopen jaar hebben 17% meer mensen OneWorld gevolgd via Facebook en 11% meer via Twitter. De verwachting is dat dit komend jaar verder zal toenemen op basis van het nieuwe online communitymodel.

Het aantal magazine lezers is licht gestegen, echter minder dan verwacht. Vergeleken met andere magazine titels die hun betaalde oplages zien dalen (o.a. 360-magazine, Vrij Nederland), is dit een mooi resultaat. Ook zijn we blij dat de lezers niet in grote getale hun abonnement na een eerste jaar van betaling (met een intensieve campagne destijds) hebben opgezegd, zeker gezien de verhoging van de abonnementsprijs met €10,- per jaar zoals in Jaarplan 2016 aangekondigd. Uit focusgroepen blijkt dat onze lezers het OneWorld magazine zien als een tastbaar onderdeel van de missie van OneWorld en dat ze OneWorld niet zien als puur een tijdschriftenmerk. Daarom hebben we besloten om komend jaar te focussen op de ontwikkeling van een gecombineerd online en offline communitymodel. De gerealiseerde offline groei komt voornamelijk uit de OneWorld mediacafés (6 edities met 80-300 bezoekers), evenementen in samenwerking met partners en het Wereldvoedseldag evenement in oktober, met 6000 bezoekers.

<b>Baten en lasten OneWorld 2016 (in euro's)</b>			
<b>Baten</b>	<b>Begroot</b>	<b>Gerealiseerd</b>	<b>Resultaat</b>
Subsidie	1.000.000	1.000.000	-
Marktbatens	680.000	1.074.584	-394.584
<b>Totaal baten</b>	<b>1.680.000</b>	<b>2.074.584</b>	<b>-394.584</b>

<b>Lasten</b>			
OneWorld Personeelskosten	900.000	922.825	-22.825
OneWorld Magazine	420.000	423.427	-3.427
OneWorld website	230.000	119.902	110.098
OneWorld Data	65.000	16.090	48.910
OneWorld Events	35.000	337.201	-302.201
OneWorld Marketing	30.000	31.707	-1.707
<b>Totaal lasten</b>	<b>1.680.000</b>	<b>1.851.152</b>	<b>-171.152</b>

### *Toelichting gerealiseerde begroting 2016 en afwijkingen t.o.v. jaarplan 2016*

OneWorld heeft per saldo een positief resultaat van 223.000 euro gerealiseerd ten opzichte van de begroting in jaarplan 2016. Dit positieve resultaat is behaald dankzij een groei van marktinkomsten met 325.000 euro en door een forse bezuiniging van 465.000 euro ten opzichte van de begroting van 2015.

### *Positief resultaat door realisatie van groei uit marktinkomsten*

OneWorld heeft afgelopen jaar haar marktinkomsten van 30% in 2015 vergroot naar 58% in 2017, wat neerkomt op 325.000 euro extra inkomsten ten opzichte van vorig jaar (749.607 euro in 2015, 1.074.584 euro in 2016), dankzij:

- 1) Het vergroten van betaalde samenwerkingen met (non-profit en profit) partners, zowel inhoudelijk als op het gebied van communicatie (o.a. SDG-charter, Stichting Wemos, Female Health Company, Wilde Ganzen, Oikocredit).
- 2) Evenementen met betaalde partnersamenwerkingen als Wereldvoedseldag (met o.a. het ministerie van Economische Zaken, de Rabobank, Provincie Zuid-Holland en Gemeente Rotterdam), Vrolijke Kutavond (met Female Health Company) en Groen Doen evenement (met Vandebron).
- 3) Groei van inkomsten uit fondsenwerving voor journalistieke projecten en innovatie op het gebied van datajournalistiek (o.a. Stimuleringsfonds van de Journalistiek).
- 4) Het vergroten van partnerinkomsten uit de vacaturebank en het partnernetwerk.
- 5) Een groei van de lezersinkomsten, door een lichte groei van magazine abonnees en een donatiebutton op de site.

### *Minder uitgaven door forse bezuinigingen*

Bovenstaande groei in marktinkomsten is gerealiseerd ondanks forse bezuinigingen op bijna alle posten: magazine (~400.000 euro), online (~100.000 euro), personeel (~60.000 euro) en data (~50.000 euro).

Door de overstap op een betaald magazine in 2016, verbeterde contracten met leveranciers, inhoudelijke keuzes en het aanbieden van een digitaal magazine zijn de magazinekosten bijna gehalveerd. Daarnaast is er bezuinigd op de online journalistieke capaciteit (themakanaal redacteuren) door een geïntegreerde online aanpak waar een kleine kernredactie inhoudelijke keuzes maakt en er een grotere flexibele kring is van gespecialiseerde freelancers.

Door minder dataproducties en het stopzetten van de ontwikkeling van de data atlas techniek voor datajournalistiek zijn ook deze uitgaven verminderd ten opzichte van de begroting. Gelukkig is er door het Stimuleringsfonds van de Journalistiek budget vrijgemaakt voor innovatie van deze techniek in 2017.

Er is extra geïnvesteerd in de productie van evenementen als Wereldvoedseldag, evenementen in opdracht en de OneWorld mediacafés in opdracht en/of samenwerking met partners om inkomsten te genereren en tegelijkertijd de betrokkenheid van de community te verhogen.

## 3.2. Programma Kennisoverdracht/Samsam

### **Inleiding**

2016 is voor Samsam een veelbewogen jaar gebleken. In januari zag Samsam haar missie ondersteund in het uitgebrachte advies van Platform Onderwijs 2032. In dit verband koos staatssecretaris Sander Dekker voor een verdiepingfase waardoor de daadwerkelijke invoering van het nieuwe onderwijscurriculum langer op zich laat wachten. Samsam heeft actief contact met de betrokkenen van het platform en staat voorgesorteerd op deelname in de ontwerpteams zodra deze van start gaan.

Serieuze aandacht voor de *21st century skills* enerzijds en (mondiaal) burgerschap anderzijds zullen hoe dan ook onderdeel worden van het nieuwe curriculum. Vooruitlopend daarop, afgedwongen door diverse maatschappelijke ontwikkelingen en de actualiteit, zien we nu al dat er in het onderwijsveld diverse stappen in deze richting worden gezet, zowel op het gebied van vraag als aanbod. Dit gegeven levert voor Samsam een gunstig klimaat op, maar ook naar verwachting – waar Samsam tot nog toe unieke content biedt – toenemende concurrentie, met name uit de hoek van het vakoverstijgende aanbod, waarvan (wereld)burgerschap een onderdeel wordt.

Tegen deze achtergrond is Samsam aan het begin van het schooljaar 2016-2017 overgegaan van deels gratis (overgangsschooljaar 2015-2016) naar volledig betaalde schoolabonnementen. Het is Samsam gelukt binnen het basisonderwijs een aanzienlijk marktaandeel te verwerven. Dit betekent een kwantitatieve achteruitgang m.b.t. het bereik, maar ook een kwalitatieve vooruitgang ten aanzien van het gebruik van Samsam, zo blijkt uit onderzoek. Met andere woorden, de scholen die ervoor kiezen voor Samsam te betalen, maken ook daadwerkelijk gebruik van het materiaal van Samsam in de klas binnen een educatieve context.

Ondanks deze gunstige ontwikkelingen heeft het ministerie besloten haar financiële steun aan Samsam per 2018 te beëindigen. Daarom hebben wij de laatste maanden van 2016 intensief gebruikt om ons te oriënteren op de toekomst van Samsam en haar missie bij een mogelijke nieuwe moederorganisatie. Daartoe hebben wij ons breed georiënteerd en is met uiteenlopende partijen gesproken, waarover wij het ministerie eerder hebben gerapporteerd. Het overnametraject bevindt zich op dit moment in een afrondende fase.

### **Rol en strategische keuzes**

De missie van Samsam is onveranderd gebleven: Samsam wil een bijdrage leveren aan de ontwikkeling van kinderen tot verantwoordelijke wereldburgers. Gezien de noodzaak tot het vinden van nieuwe inkomstenbronnen voor Samsam is de missie alleen niet meer leidend; de markt is een belangrijkere rol gaan spelen. In 2015 en 2016 heeft Samsam geëxperimenteerd met diverse verdienmodellen (schoolabonnementen, particuliere abonnementen, partnerschappen met NGOs en commerciële bedrijven en de Samsam Academie). In de praktijk hebben we gezien dat het verkopen van schoolabonnementen het meest realistische en succesvolle verdienmodel is. De ervaring die is opgedaan met de overige verdienmodellen is uitgebreid geanalyseerd, waaruit de volgende conclusies getrokken zijn:

*Particuliere abonnementen:* Samsam heeft diverse activiteiten ondernomen om particuliere abonnementen te werven. Dit heeft geresulteerd in ca. 600 zgn. thuis-abonnees. Na analyse is besloten hier geen prioriteit en budget aan te geven, omdat Samsam minder relevant is voor de thuismarkt:

- Samsam wordt niet voor de thuismarkt gemaakt;
- Samsam heeft een te lage verschijningsfrequentie;
- De doelgroep van Samsam is zeer beperkt;
- Er is sprake van een turbulente, zeer concurrerende markt ;
- Samsam heeft onvoldoende marktextpertise in huis;
- De kosten van thuis-abonnees zijn hoger dan de inkomsten.

*Partnerschappen:* Ondanks aanzienlijke inspanningen (inhuur van een gespecialiseerd bureau, meer dan 30 benaderde organisaties en bedrijven) en het formuleren van een interessante Samsam-propositie, zijn in 2016 geen inkomsten gerealiseerd uit partnerships. Hiervoor is geen eenduidige reden aan te voeren; elke potentiële partner had steeds eigen, vaak ook interne redenen, om niet met ons in zee te gaan. In het verleden zijn wel enkele succesvolle partnerships gerealiseerd, maar dat was in de tijd van de hoge oplage en alleen met NGOs / goede doelen, nooit met commerciële partijen. De zware inspanningen versus de minimale opbrengsten hebben ons doen beslissen te stoppen met het actief zoeken naar partnerships. Een nieuwe moederorganisatie met een eigen salesafdeling met een groot netwerk zal hier mogelijk wel succesvol in kunnen zijn.

*Samsam academie:* In 2015 is de Samsam academie heel actief gepromoot, maar niet van de grond gekomen. De belangrijkste redenen lijken de tijdsdruk en de beperkte financiële middelen op scholen in combinatie met onvoldoende prioriteit t.a.v. het onderwerp. In 2016 is het programma van de Samsam academie uitsluitend online aangeboden en is geen budget meer vrijgemaakt voor de actieve promotie. Dit als gevolg van bezuinigingen (zie ook de resultatenrekening).

De strategische keuzes die uit de bovenstaande analyse voortvloeien zijn:

- De basisschool is voor Samsam geworden van distributiekanaal richting kinderen tot primaire afzetmarkt.
- Het accent van Samsam verschuift daarmee van puur journalistiek product voor de kinderen naar een meer educatief product voor leerkrachten en leerlingen.
- De primaire doelgroep van Samsam zijn leerkrachten van groep 5 t/m 8 van het basisonderwijs, als belangrijkste gebruikers van het lesmateriaal van Samsam, beïnvloeders m.b.t. het besluit om een schoolabonnement te nemen én portaal richting leerlingen.

### **Hoofdactiviteiten**

Met het benoemen van groepsleerkrachten als primaire doelgroep zijn het faciliteren van de leerkracht, het stimuleren van het gebruik van Samsam in de klas en het vergroten van de zichtbaarheid binnen de doelgroep essentieel voor het succes van Samsam. Gezien deze bovengenoemde strategische koerswijziging heeft Samsam gedurende het jaar 2016 de volgende activiteiten ondernomen:

*Inhuur extra expertise:* sinds mei 2016 is het team versterkt met een ervaren externe adviseur die marketingcommunicatie-advies geeft op het gebied van scholenmarketing.

*Gebruikersonderzoek en contact met de doelgroep:*

- Mei: Kwalitatief onderzoek uitgevoerd door DUO Onderwijsonderzoek;
- November: Gebruikersenquête i.s.m. Kaleidos Research;
- Instellen tweemaaljaarlijks leerkrachtenpanel;
- Regelmatige scholenbezoeken door Samsam-medewerkers.

De belangrijkste conclusies uit onderzoek zijn dat de gebruikers (leerkrachten én kinderen) erg positief zijn over Samsam en dat het uniek materiaal biedt. Samsam wordt niet per se ingezet in het kader van (wereld)burgerschapsonderwijs, eerder voor 'blikverruiming'. De manier waarop leerkrachten met Samsam werken is zeer uiteenlopend. De koppeling met Nieuwsbegrip (begrijpend lezen) is een goede zet. Onderzoek bij niet-gebruikers is de volgende stap.

*Introductie extra digitale lesbrieff:* Om de aanwezigheid van Samsam tussen het verschijnen van de nummers door te vergroten én tegemoet te komen aan de behoefte van leerkrachten aan lesmateriaal rondom de actualiteit, heeft Samsam dit schooljaar een extra digitale lesbrieff geïntroduceerd onder de naam 'Samsam Actueel'.

*Actief verzamelen van mailadressen van groepsleerkrachten:* Op diverse manieren worden de directe mailadressen verzameld zodat 1 op 1 contact met de primaire doelgroep wordt gerealiseerd. Zo komen de lesbrieven en nieuwsbrieven direct aan bij de primaire doelgroep en niet meer op een algemeen mailadres van de school. Doel hiervan is de zichtbaarheid van Samsam vergroten en het gebruik in de klas stimuleren.

*Aanpassingen samsam.net (leerkrachtendeel):* Doel van de aanpassingen is tweeledig:

- Ondersteuning werf-activiteiten: website aangepast voor niet-abonnees om makkelijker relevante informatie te vinden (bv. abonnementen opgenomen in hoofd-navigatie, zie afbeelding).
- Faciliteren leerkrachten met een abonnement: door het digitale educatieve materiaal, zoals lesbrieven en filmpjes, toegankelijker te maken en overzichtelijker bij elkaar te zetten.



*En verder:* Samsam kindercollege, gericht op scholen i.p.v. individuele kinderen, prijsvragen met een prijs voor de klas (schoolreisje naar Chocofestival), etc.

Daarnaast:

*Vijf themanummers* voor groep 5-6 (24 pagina's) en voor groep 7-8 (28 pagina's) incl. vijf op maat gemaakte lesbrieven met verwerkingsopdrachten mondiaal burgerschap en begrijpend lezen (i.s.m. Nieuwsbegrip):



*Twee digitale lesbrieven*

- Oktober, nummer 1: Vluchtelingen
- December, nummer 2: Geluk

*Twee kindercolleges, aansluitend op de themanummers:*

- 13 april: Moestuin, in de Hortus te Amsterdam. Dit kindercollege was gericht op individuele kinderen met een particulier abonnement.



- 7 november: Amerika (rondom de Amerikaanse presidentsverkiezingen), in het Humanity House te Den Haag met steun van de Amerikaanse ambassade. Dit was het eerste kindercollege gericht op deelname met de hele klas. Zie ook: <http://www.samsam.net/kinderen-stemmen-massaal-voor-clinton/>



*Actief sociale mediabeleid* om zichtbaarheid en contact met doelgroep te vergroten:

- Twitter: 1440 volgers / 3 x daags tweet
- YouTube: 341 abonnees. Er staan ruim 300 filmpjes uit 40 verschillende landen op. Aantal weergaven is gestegen van 193.194 naar 382.523. Gemiddelde kijktijd is 1.40 minuut.
- Facebook: 1181 vrienden
- Instagram: 300 volgers (eerste jaar)

### Prognose en aanpassingen 2017

2017 zal in het teken staan van het vinden van een duurzame toekomst voor Samsam zonder overheidssubsidie bij een nieuwe moederorganisatie. Sinds oktober 2016 zijn drie mogelijke toekomstpaden voor Samsam onderzocht:

1. Samsam blijft een hybride organisatie, die een deel van haar inkomsten uit de markt haalt. In dat geval is de nieuwe moederorganisatie een NGO of een stichting met vergelijkbare missie, waarmee samen gezocht wordt naar financiële middelen die de marktinkomsten aanvullen.
2. Samsam wordt volledig uit marktbaten gefinancierd en gaat over naar een commerciële (educatieve) uitgeverij. Hierbij zijn twee mogelijkheden:
  - a. Samsam gaat verder als zelfstandig merk van lesmateriaal voor wereldburgerschap, kinderrechten en duurzaamheid. Ingrijpende bezuinigingen zijn onvermijdelijk zodat Samsam genoodzaakt is van vorm te veranderen (krant/digitaal). Een goed retentiemarketingplan is essentieel voor het succes, omdat het merk Samsam op dit moment verweven is met de magazine-vorm waarin Samsam verschijnt.
  - b. Samsam wordt onderdeel van een vakoverstijgende methode / lesmateriaal. Dit scenario biedt het meeste uitzicht op het veroveren van een vaste plek op het lesrooster en daarmee op een duurzame toekomst voor (de missie van) Samsam. Hiervoor is productontwikkeling noodzakelijk én herintroductie.
3. Samsam stopt vanaf schooljaar 2017-2018.

### Resultaten en middelen

Output-indicatoren	Begroot	Gerealiseerd
Aantal scholen met een betaald abonnement	1965	1479
% gebruikersaandeel t.o.v. totaal	30%	23%*
Aantal nummers per jaar (2 niveaus / 5 nummers)	10	10
Aantal lesbrieven Samsam (2 niveaus / 5 keer)	10	10
Aantal leerlingen met exemplaar	225.000	129.413
Aantal groepen/leerkrachten met lesbrief	8.000	4.926
Aantal gebruikers op de website	30.000	23.562**
Aantal abonnees op privé adres	3.300	620

\*O.b.v. 6430 bao-instellingen, bron: Onderwijsincijfers.nl

\*\*Gemiddeld aantal gedurende de schoolmaanden (excl. juli en aug)

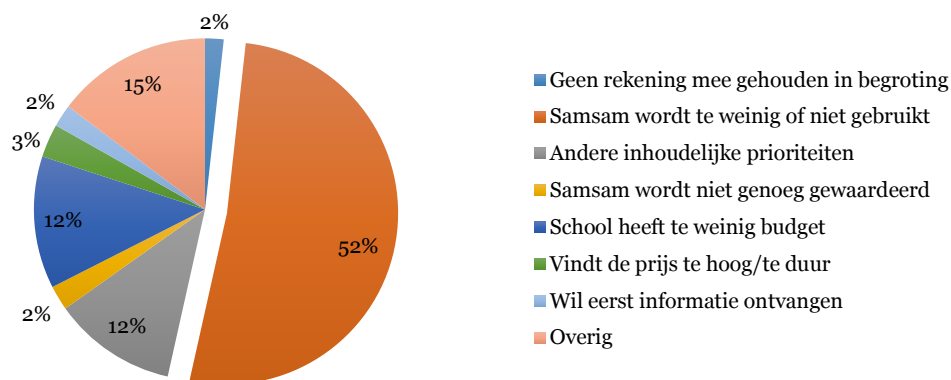
### Toelichting

De belangrijkste doelstelling voor 2016 was het zo veel mogelijk scholen converteren van een niet-betaald naar een betaald abonnement. De doelstelling van 30% marktaandeel is niet behaald. Omdat



een groot deel van de wervingsactiviteiten is uitgevoerd door een telemarketingbureau, hebben wij goed zicht op de redenen waarom scholen ervoor kiezen geen abonnement te nemen op Samsam (bij negatieve respons wordt actief naar de reden gevraagd). Resultaten:

- (Te hoge) prijs wordt zelden opgegeven als reden om geen abonnement op Samsam te nemen (3,2%);
- Overige financiële redenen die worden gegeven zijn:
  1. Er is geen rekening mee gehouden in de begroting (1,8%) en
  2. De school heeft geen budget (12,5%). Opgeteld geeft 17,5% van de scholen een financiële reden om geen abonnement te nemen.
- De meest genoemde reden is echte dat Samsam weinig of niet werd gebruikt (52%) en/of dat de school andere inhoudelijke prioriteiten heeft (12%).



Omdat er betaald moet worden voor een abonnement bekijken scholen actief of ze Samsam wel (genoeg) gebruiken in de klas. Wereldburgerschap is geen verplicht vak en valt onder de extra activiteiten. Daarmee ondervindt Samsam hele brede concurrentie van alle activiteiten die in deze extra tijd kunnen worden gedaan. Het lijkt er wel op dat, als leerkrachten graag Samsam willen gebruiken, de prijs meestal geen drempel vormt.

De conclusies die we hieruit hebben getrokken zijn als volgt:

- Gebruik bevorderen door leerkrachten meer te faciliteren en aansluiting te zoeken bij methodes (samenwerking met Nieuwsbegrip is hier een succesvol voorbeeld van);
- Beter aansluiten bij daadwerkelijke behoeften van leerkrachten; meer vraaggericht en probleemoplossend werken;
- In marketingcommunicatie meer nadruk leggen op flexibele inzetbaarheid bij vakken als begrijpend lezen, wereldoriëntatie en/of levensbeschouwing;
- Gebruik maken van leerkrachten als ambassadeurs van Samsam;
- Verwachtingen van potentiële bereik aanpassen (maximaal 2.000 scholen / 30% marktaandeel).

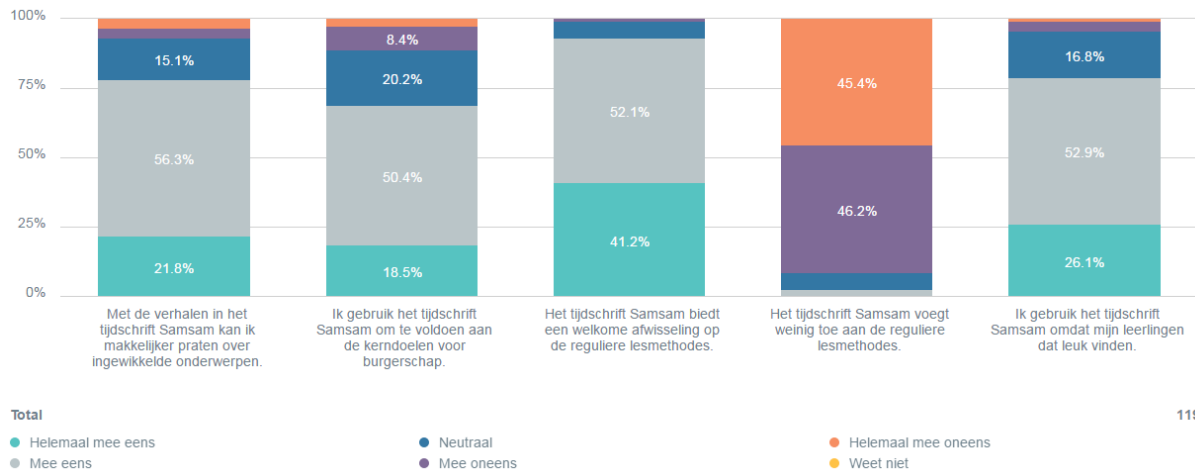
Outcome-indicatoren	Begroot 2016	Gerealiseerd 2016
Gemiddeld gebruik van aantal nummers per jaar (max. 5)	4,5	4,5
Duur van gebruik van één nummer in de les in minuten	40 min.	58 min.
Gemiddelde tevredenheid per nummer (schaal: 1 tot 10)	8,0	Rapportcijfer niet gemeten

#### Toelichting

Het gemiddeld aantal minuten dat aan een nummer van Samsam besteed wordt is aanzienlijk gegroeid. Dat wijst op het verbeterde kwalitatieve bereik. De gemiddelde tevredenheid is dit jaar niet gemeten aan de hand van een rapportcijfer, omdat er behoefte is aan een genuanceerder beeld.

Daarom hebben wij aan de abonnees in de enquête van november gevraagd te reageren op enkele stellingen. Hieruit blijkt een hoge waardering van Samsam en de lesbrief.

*Wat vindt u van Samsam?*



*Wat waardeert u het meest aan Samsam? Noem maximaal twee punten.*

Top 5:

1. De blik verbreden van kinderen
2. Verhalen van leeftijdgenoten waarmee kinderen zich kunnen identificeren.
3. Samsam wordt ingezet bij andere vakken (met name Begrijpend lezen en Wereldoriëntatie).
4. Samsam maakt moeilijke onderwerpen bespreekbaar.
5. Actueel.

*Zou u Samsam aanraden aan uw collega's?*

Ja: 100%

<b>Baten en lasten Samsam 2016 (in euro's)</b>			
<b>Baten</b>	<b>Begroot</b>	<b>Gerealiseerd</b>	<b>Resultaat</b>
Subsidie	830.000	830.000	0
Marktbaten	544.000	191.211	-352.789
<b>Totaal baten</b>	<b>1.374.000</b>	<b>1.021.211</b>	<b>-352.789</b>

<b>Lasten</b>	<b>Begroot</b>	<b>Gerealiseerd</b>	<b>Resultaat</b>
Personeel	410.000	361.671	48.329
Tijdschriften Samsam	774.000	361.469	412.531
Website + reportersclub	60.000	32.717	27.283
Marketing & Communicatie	70.000	50.326	19.674
Events	15.000	14.470	530
Onderzoek	10.000	7.447	2.553
Samsam Academie	20.000	0	20.000
GENE	15.000	2.222	12.778
<b>Totaal lasten</b>	<b>1.374.000</b>	<b>830.322</b>	<b>543.678</b>

*Toelichting kosten:*

Ondanks tegenvallende marktbaten is Samsam er in geslaagd om 2016 met een positief resultaat af te sluiten. Anticiperend op de tegenvallende marktbaten is op alle posten van de lopende begroting

bezuinigd. Ook zijn de lasten lager dan begroot, omdat het bereik en de oplage van Samsam lager waren dan gecalculeerd (minder druk- en distributiekosten).

*Toelichting baten:*

De marktbatens bleven achter vanwege diverse redenen:

- Een niet ingecalculeerde introductiekorting voor schooljaar 2015-2016;
- Tegenvallende verkoopcijfers schoolabonnementen;
- Stopzetten van werving particuliere abonnementen, omdat kosten hoger uitvallen dan baten;
- Ondanks aanzienlijke inspanningen (inhuur gespecialiseerd bureau, meer dan 30 benaderde organisaties en bedrijven) zijn geen inkomsten gerealiseerd uit partnerships;
- Ook de Samsam Academie heeft geen inkomsten gegenereerd, omdat hier onvoldoende belangstelling voor lijkt te zijn.

### 3.3. Programma Kennisontsluiting/Kaleidos Research

#### **De omgeving van Kaleidos Research in 2016**

Vinden Nederlanders het belangrijk dat vluchtelingen een veilig thuis vinden in Nederland? Bieden de Sustainable Development Goals nieuwe mogelijkheden voor de Nederlandse ontwikkelingssector? Hoe staat het anno 2016 met de deeleconomie in Nederland?

Kaleidos Research bracht ook in 2016 in kaart hoe Nederlanders en Nederland zich verhouden tot (actuele) mondiale vraagstukken op het terrein van duurzaamheid van de natuur en de samenleving. De opgedane kennis werd gedeeld met professionals die werken op het terrein van internationale samenwerking en duurzame ontwikkeling, maar ook en in belangrijke mate met geïnteresseerde burgers. Naast deze kennisoverdracht boden we handelingsperspectieven om bij te dragen aan het oplossen van mondiale vraagstukken aan o.a. consumenten, politiek, het bedrijfsleven, overheden en maatschappelijke organisaties.

In 2016 nam de aandacht voor de rol van kennisontsluiting en -benutting van (wetenschappelijk) onderzoek verder toe. Kaleidos Research neemt hierin haar maatschappelijke verantwoordelijkheid en ontsluit via OneWorld Research (wetenschappelijke) kennis over mondiale vraagstukken en duurzaamheid van de natuur en de samenleving met haar achterban van professionals en geïnteresseerde burgers.

#### **Rol en strategische keuzes**

Kaleidos Research draagt bij aan een *evidence-based* debat over mondiale vraagstukken en duurzame ontwikkeling in Nederland. Dit doet zij door het uitvoeren van onderzoek en het beschikbaar maken van (wetenschappelijke) kennis over hoe Nederland en Nederlanders zich relateren aan mondiale vraagstukken en duurzame ontwikkeling.

Kaleidos Research blijft verdiepend onderzoek verrichten naar mondiale vraagstukken, zoals migratie, veiligheid, water, Seksuele en Reproductieve Gezondheid en Rechten (SRGR) en voedselzekerheid. Zij verricht onderzoek naar kennis, houding en gedrag van Nederlanders wat betreft deze vraagstukken. Ook wordt met OneWorld samengewerkt op het terrein van *investigative reporting*, datajournalistiek, en het toegankelijk maken van (wetenschappelijk) onderzoek in de thema's voor een professionals en geïnteresseerde burgers.

Kaleidos Research heeft in 2016 veel (betaald) onderzoek voor derden uitgevoerd. Deze onderzoeken droegen bij aan de doelstelling om een deel van de begroting zelf in te verdienen.

#### **Doelgroepen**

Kaleidos Research richt zich op drie doelgroepen. Ten eerste de professionals die actief zijn op het terrein van duurzame ontwikkeling en internationale samenwerking. Hiertoe rekenen wij: professionals bij overheden, bij ministeries, bij NGO's, in het onderwijs, in het bedrijfsleven, in de media en verbonden aan universiteiten en kennisinstituten. Ten tweede geïnteresseerde burgers die bereikt worden via OneWorld (Research) en Samsam. Ten derde organisaties en instellingen die Kaleidos Research onderzoeksopdrachten verlenen.

#### **Hoofdactiviteiten**

De hoofdactiviteiten van Kaleidos Research bestaan uit:

##### *Projectonderzoek*

Projectonderzoek wordt verricht in opdracht van derden. Kaleidos Research voldoet hiermee aan de opdracht van het Ministerie van Buitenlandse Zaken een steeds groter deel van het budget in te verdienen. Kaleidos Research heeft de afgelopen jaren een gevarieerd portfolio en *trackrecord*

opgebouwd op het terrein van evaluatieonderzoek, beleidsonderzoek en opiniepeilingen. Binnen het projectonderzoek wordt samengewerkt met een breed scala aan partners, zoals de Universiteit van Utrecht, Oxfam Novib, ICHR en de Bill & Melinda Gates Foundation.

In 2016 werd een aantal *policy papers* over de Sustainable Development Goals geschreven. Ook werd er een expertmeeting op dit terrein georganiseerd. Daarnaast maakten we een korte animatiefilm over mondiaal burgerschap. In deze animatie leggen we de theorie achter mondiaal burgerschap uit aan een breed publiek. Ook werd een film gemaakt waarin we de resultaten van drie jaar E-motive evalueren presenteren. E-motive is een project op het terrein van *global education* en bewustwording, uitgevoerd in het kader van een door de Europese Unie gesubsidieerd samenwerkingsverband met Oxfam Novib Nederland. Ook werd een grootscheepse internationale evaluatie van de SRGR-alliantie uitgevoerd in samenwerking met een Belgische kennispartner. Daarnaast werd een methodologische verantwoording geschreven voor de Humane vluchtelingenwijzer van Oxfam Novib. Aanvullende opdrachten werden uitgevoerd in samenwerking met o.a. de Universiteit van Utrecht.



#### *Trendonderzoek (Barometers)*

Het trendonderzoek brengt veranderingen in de perceptie over mondiale duurzaamheidvraagstukken in de tijd onder de Nederlandse bevolking in kaart. Het onderzoek richt zich op drie thema's:

1. Kennis over en gedragingen gerelateerd aan duurzaamheid van de natuur en de samenleving;
2. De mate waarin principes op het terrein van gelijkwaardigheid, het besef van wederzijdse afhankelijkheid in de wereld en het nemen van (mede)verantwoordelijkheid worden onderschreven;
3. Het draagvlak voor het overheidsbeleid op het terrein van ontwikkelingssamenwerking.

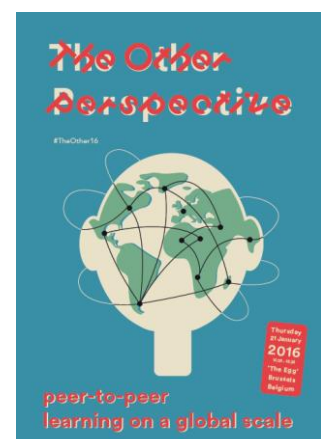


In 2016 richtte het actualiteitenonderzoek zich op het thema deeleconomie. Het onderzoek naar hoe Nederlanders zich relateren tot de deeleconomie werd gepubliceerd in de Kaleidos Research publicatie 'Nederlanders & de Wereld 2016'.

#### *Kennisontsluiting (OneWorld Research & Expertmeetings)*

Via OneWorld Research wordt onderzoek op het terrein van duurzame ontwikkeling toegankelijk gemaakt voor een breed publiek van geïnteresseerde professionals en burgers. Daarnaast werken we nauw samen met diverse (landelijke) media (dagbladen en radio). In 2016 werd een nieuwe koers ingeslagen op het terrein van expertmeetings. Er werd voor gekozen om aan te sluiten bij bijeenkomsten georganiseerd door partners en zo onze kennis en onderzoeksresultaten met professionals op het terrein van internationale samenwerking en duurzame ontwikkeling te delen. Er werd o.a. samengewerkt met het Ministerie van Buitenlandse Zaken, de Universiteit van Amsterdam, Global Education Network Europe, VPRO, de Universiteit van Jena, Springtij en de Foundation Max van der Stoel.

De grootste expertmeeting die Kaleidos Research in 2016 zelf organiseerde is het internationale congres "The Other Perspective" in Brussel ter afronding van het door de EU gefinancierde programma: 'E-motive: Learning from the South. Education for globalization'. In 2015 bezochten bijna 60.000 professionals en geïnteresseerde burgers de website OneWorld Research (unieke bezoekers).



## Resultaten en middelen

Outcome indicatoren	2014	2015	2016	2017 prognose
Verwijzingen naar Kaleidos Research in beleidsstukken	3	3	5	2
Verwijzingen naar Kaleidos Research in de media (print en online)	144	414	607	300
Professionals die aangeven studies van Kaleidos Research in hun werk te gebruiken	n.b.	54% <sup>1</sup>	n.b.	n.v.t.

Het aantal verwijzingen naar Kaleidos Research in de media is ook in 2016 toegenomen en ook hoger dan onze prognose vorig jaar. Dit jaar is deze toename vooral een gevolg van onze duidelijke profilering via de sociale media. De landelijke gedrukte media werden dit jaar veel minder bereikt. De studies van Kaleidos Research werden genoemd in drie artikelen, namelijk in het landelijk dagblad 'Trouw' en in de regionale dagbladen 'De Gelderlander' en 'Tubantia Enschede'. Deze daling in aandacht in de landelijke media is in belangrijke mate het gevolg van een sterkere focus op opdrachtonderzoek.

Output indicatoren	2014	2015	2016	2017 prognose
Aantal afgenomen publicaties	9.446	6.083	2.531	1.000
Aantal bezoekers events/lezingen	822	193	1.225	600
Tevredenheid producten	n.b.	7,7 <sup>2</sup>	n.b.	n.v.t.
Afnemers die aangeboden kennis bruikbaar vinden	n.b.	85%	n.b.	n.v.t.
Aantal abonnees Kaleidos Research nieuwsbrief	871	858	820	800
Mediabereik	454.652	720.400	3.065.357	1.500.000

Het aantal afgenomen publicaties is lager dan in 2015 en ook lager dan onze prognose voor 2016. Deze daling is in belangrijke mate het gevolg van een grotere focus op opdrachtonderzoek en een in 2016 gerealiseerde inkrimping van het personeelsbestand. Er is wel een stijging van het aantal bezoekers van events en lezingen waarbij Kaleidos Research betrokken bij was. Deze aantallen zijn ook hoger dan onze verwachtingen voor 2016. De bezoekerscijfers zijn gebaseerd op het aantal bezoekers van expertmeetings georganiseerd door Kaleidos Research of door één van haar partners. In het geval dat de bijeenkomst door partners georganiseerd werd, zijn alleen de bijeenkomsten meegeteld waarin onderzoekers van Kaleidos Research een substantiële bijdrage hebben geleverd. Ook het mediabereik is groter dan verwacht in onze prognose en enorm gestegen. Dit is belangrijke mate het gevolg van de intensivering van onze Twitter-activiteiten.

Samenvattend kunnen we stellen dat de beoogde doelen voor 2016 in belangrijke mate zijn behaald. De verschuiving van de focus naar meer projectonderzoek heeft er wel aan bijgedragen dat onze publicaties minder gelezen werden. De publicaties van ons projectonderzoek zijn minder geschikt voor een breed publiek. Een positieve ontwikkeling in 2016 was dat de onderzoekers van Kaleidos Research steeds vaker worden uitgenodigd voor het houden van lezingen op het terrein van mondiaal burgerschap en mondiale vraagstukken. De stijging in ons mediabereik was in belangrijke mate het gevolg van een grotere naamsbekendheid van Kaleidos Research in het bijzonder online.

### Prognose en aanpassingen 2017

De onderzoeksactiviteiten van Kaleidos Research zullen in 2017 worden afgerond en niet collectief worden voortgezet. De diverse onderzoeksprojecten hebben een breed erkende en ook internationaal gewaardeerde kwaliteit. Desondanks hebben de medewerkers besloten niet gezamenlijk onder de noemer van Kaleidos Research door te gaan, omdat het loslaten van het binnen de NCDO gehanteerde

<sup>1</sup> Percentage van de respondenten die het (helemaal) mee eens waren met de volgende stelling uit het gebruikersonderzoek: "De informatie uit de publicaties van Kaleidos Research gebruik ik in mijn werk." (n=41, zonder weet niet/niet van toepassing).

<sup>2</sup> Gemiddelde score van de respondenten op de volgende stelling uit het gebruikersonderzoek: "Welk cijfer geeft u de publicaties van Kaleidos Research in het algemeen?" (n=35, zonder 'weet ik niet').

hybride model met overheidssubsidie en marktbaten op de langere termijn niet levensvatbaar wordt geacht. De medewerkers zullen hun eigen weg gaan en hun werkzaamheden individueel voortzetten.

<b>Baten en lasten Kaleidos Research 2016 (in euro's)</b>			
<b>Baten</b>	<b>Begroot</b>	<b>Gerealiseerd</b>	<b>Resultaat</b>
Subsidie	250.000	250.000	0
Marktbaten	337.000	337.480	-480
<b>Totaal baten</b>	<b>587.000</b>	<b>587.480</b>	<b>-480</b>
<b>Activiteitenlasten</b>			
Personeelskosten	498.000	454.384	43.616
Trend Onderzoek (Barometers)	47.000	46.170	830
Actualiteit Onderzoek (i.s.m. OneWorld & Samsam)	13.000	10.098	2.902
Kennisontsluiting (OneWorld & expertmeetings)	16.000	2.188	13.812
Samsam/Onderwijs	13.000	1.126	11.874
Projecten onderzoek	pm	37.956	-37.956
<b>Totaal lasten</b>	<b>587.000</b>	<b>551.921</b>	<b>35.078</b>

## 4. Bedrijfsvoering

### 4.1. Communicatie en PR

NCDO veranderde per 1 januari 2015 drastisch van positie en ging verder als Stichting NCDO. Deze omslag was nodig om de journalistieke platforms OneWorld en Samsam en onderzoeksbureau Kaleidos Research meer ruimte te bieden om te werken aan hun eigen *branding* en positionering.

De gedachte hierachter was om de organisatie voor te bereiden op de omslag naar verzelfstandiging van de drie onderdelen OneWorld, Samsam en Kaleidos Research. De communicatiestrategie was er in 2016 op gericht om meer zichtbaarheid en naamsbekendheid te genereren voor de onderscheiden onderdelen.

Deze herpositionering had gevolgen voor de communicatie-uitingen vanuit het merk NCDO. In 2016 is de communicatie specifiek vanuit de merken OneWorld, Samsam en Onderzoek gevoerd.

Gegeven de herpositionering is het niet verbazingwekkend dat NCDO als organisatie in 2016 niet in het nieuws kwam. Dit was wel het geval voor de afzonderlijke merken.

### 4.2. Medewerkers

In 2016 zijn in totaal tien medewerkers van NCDO uit dienst getreden, waaronder twee medewerkers die in 2016 in dienst waren gekomen. In 2015 zijn vier nieuwe medewerkers tijdelijk in dienst gekomen in junior functies, waarvan twee in 2016 uit dienst zijn gegaan in verband met het vinden van nieuw werk.

Ultimo 2016 had NCDO een bezetting van 28,3 fte, een krimp van 6,6 fte ten opzichte van de bezetting eind 2015. Het merendeel van deze krimp is veroorzaakt doordat in de loop van 2016 in totaal vijf boventallige medewerkers (4,2 fte) een reorganisatieontslag kregen.

Het ziekteverzuim binnen NCDO bedroeg in 2015 gemiddeld 7,58%. Dit is een stijging van maar liefst 4,78% ten opzichte van ons verzuimpercentage in 2015 (2,71%). Deze stijging is het gevolg van een forse toename van het langdurig verzuim, waarvoor een drietal langdurig zieke medewerkers verantwoordelijk waren. Het totaal aantal ziektedagen van deze drie medewerkers bedroeg in 2016 2/3 van het totale aantal ziektedagen van NCDO. De verzuim-oorzaken van deze drie langdurig zieken hadden slechts een kleine werkgerelateerde component. Gelukkig zijn alle drie zieke medewerkers in de loop van het vierde kwartaal van 2016 volledig hersteld. Dit is goed te zien aan het verzuimpercentage van het 1e kwartaal 2017, dat 2,32% bedraagt.

Om de competenties van haar medewerkers te versterken heeft NCDO in 2016 €38.837 besteed aan opleiding en training, waarvan € 26.629 aan deskundigheidsbevordering van boventallige medewerkers ter versterking van hun arbeidsmarktpositie.

### 4.3. Huisvesting

Sinds eind 2014 is NCDO gevestigd in Pakhuis de Zwijger, Amsterdam. Dit is een ontmoetingsplek voor organisaties, bedrijven, burgerinitiatieven, sociaal ondernemers en individuen op het gebied van duurzame ontwikkeling en stedelijke vraagstukken. Deze locatie sluit goed aan bij de transformatie die onderdelen van NCDO doormaken naar flexibele, extern gerichte, ondernemende organisaties. Daarbij past een nieuwe manier van werken – gericht op ontmoeting, samenwerking en kennisdeling. De open ruimtes in Pakhuis de Zwijger zijn daarvoor heel geschikt. Deze nieuwe locatie is bovendien laagdrempelig toegankelijk voor bezoekers. Zowel (potentiële) samenwerkingspartners als onze lezers, bezoekers en gebruikers kunnen we in het Pakhuis goed ontvangen.



## 4.4. ICT en Kwaliteit

### ICT

Onder de titel NCDO 3.0 is in 2015 en 2016 een veranderingsprogramma ingezet met als doel het vereenvoudigen en digitaliseren van de administratieve processen. NCDO kende voorheen losse systemen voor financiën, projecten, customer relations management (CRM) en personeel. Deze kenden veel maatwerk, handmatige en kwetsbare koppelingen, dubbele administraties, en arbeidsintensieve procedures voor het verwerken van mutaties. Enkele systemen werden op eigen servers gehost. De kosten voor applicatiebeheer waren daardoor relatief hoog, ook op langere termijn. In 2015 en 2016 zijn alle losse systemen voor financiën, projecten, CRM en personeel vervangen door standaardpakketten in de cloud. Het gaat om Exact Online voor de boekhouding, de projectadministratie en CRM, Nmbros voor de personeels- en salarisadministratie en Lyanthe voor de workflow van inkoopfacturen. Alle pakketten kennen *self service* voor managers en medewerkers, waarmee de afhankelijkheid van ondersteuning voor rapportages sterk wordt vermindert. Het ICT beheer is gedecentraliseerd naar de diverse onderdelen.

In 2016 heeft NCDO een kostenreductie voor ICT weten te realiseren van ongeveer 30% ten opzichte van 2015.

### Kwaliteit

Met ingang van 2015 is NCDO ISO 9001 gecertificeerd. In september 2016 vond een opvolgingsonderzoek plaats naar onze certificering door Bureau Veritas. De conclusie daarvan was dat ons kwaliteitssysteem voldoet; er werden geen afwijkingen geconstateerd. De certificeringsperiode voor NCDO is verlengd naar 31 december 2017.

Overige activiteiten en resultaten welke in 2016 op het gebied van Kwaliteit zijn uitgevoerd:

- Het Handboek ISO 9001 is medio 2016 sterk vereenvoudigd en aangepast aan de afgeslankte bedrijfsvoering;
- Er is intern audit programma uitgevoerd dat de beoogde resultaten van ons kwaliteitsprogramma (afslanking, vereenvoudiging en digitalisering bedrijfsvoering) bevestigde;
- De kwaliteitsfunctie is per 1 oktober 2016 bij de controller ondergebracht.

Vooruitlopend op de ingrijpende reorganisatie van NCDO in 2017 wegens beëindiging van de structurele overheidssubsidie is eind 2016 is besloten om het kwaliteitssysteem in 2017 niet te hercertificeren.

## 4.5. Fondsenwerving

Doel van de fondsenwerving in 2016 was om donaties, subsidies, stipendia voor journalisten en opdrachten te verwerven, die het budget voor 2016 en verder zo veel mogelijk konder aanvullen en uitbreiden. Om dat proces zo soepel mogelijk te laten verlopen is er bij aanvang van het jaar begonnen met het maken van een replicerbare projectopzet voor OneWorld en Samsam.

Voor Samsam heeft deze replicerbare opzet geresulteerd in vijf ingediende projecten waarvan er drie zijn afgewezen en twee gedeeltelijk zijn toegewezen. In 2016 hebben we het Amerika nummer van Samsam mogen produceren met steun van de Amerikaanse ambassade van € 5.900,-. Voor 2017 loopt er nog de uitvoering van het themanummer van maart 2017 over Democratie, gefinancierd door het Madurodam Steunfonds met € 10.000,-.

Voor OneWorld zijn er 13 trajecten ingezet. Van deze aanvragen zijn er vier gehonoreerd of gedeeltelijk gehonoreerd. In 2016 was dat het nummer Vrede en Veiligheid met een gedeeltelijke toekenning van € 15.000,- en het Global STEPS project met een totaal bedrag van € 54.285,-. Verder werden freelance

journalisten van OneWorld actief ondersteund met een regelmatige nieuwsbrief met daarin links naar mogelijke financieringsbronnen voor onderzoeksjournalistieke projecten.

Bij Kaleidos ging het in het algemeen om ondersteuning bij het verwerven van onderzoeksopdrachten. Hier is op afroep geholpen bij complexere aanvraagtrajecten.

Er is NCDO-breed een longlist van fondsen opgesteld, waarin we nu ook naar geschikte fondsen kunnen zoeken om projecten te co-financieren.

Hieronder staat een volledig overzicht van (deels) gehonoreerde aanvragen in 2016. Het totaal van de toegewezen bedragen in 2016 was €176.519,-

Overzicht van projecten per 31 december 2016 (bedragen in euro's).

Projecttitel	Onderdeel	Fonds	Budget totaal	Beoogde inkomst	Periode	Status	Toegewezen bedragen
USA KIDS LECTURE	Samsam	Amerikaanse Ambassade	146.550,00	31.200,00	2016	gedeeltelijk gehonoreerd	5.900,00
Democratie - Waar kies jij voor?	Samsam	Madurodam Fonds	168.950,00	40.000,00	2017	gedeeltelijk gehonoreerd	10.000,00
Global STEPS	OneWorld	Erasmus+	197.599,00	56.623,00	2016-2018	gehonoreerd	54.285,00
Draagmoeders	OneWorld	Postcode Loterij journalisten fonds	19.380,00	16.500,00	2016	gehonoreerd	14.980,00
Vrede en Veiligheid	OneWorld	vfonds	107.850,00	30.000,00	2016	gedeeltelijk gehonoreerd	15.000,00
Prostitutie mannelijke vluchtelingen	OneWorld	Haella Stichting	8.120,00	2.500,00	2016	gehonoreerd	2.500,00
Development Cooperation in the pre-election debate in the Netherlands	Kaleidos Research	Bill & Melinda Gates Foundation	73.854,00	73.854,00	2017	gehonoreerd	73.854,00
<b>TOTAAL</b>			<b>10.079.818,00</b>	<b>2.073.378,00</b>			<b>176.519,00</b>

#### 4.6. Bestedingen bestuur en bedrijfsvoering

Directie en Staf 2016 (in euro's)			
Baten	Begroot	Gerealiseerd	Resultaat
Subsidie	1.150.000	1.150.000	0
Marktbaten		2.880	2.880
<b>Totaal baten</b>	<b>1.150.000</b>	<b>1.152.880</b>	<b>2.880</b>

Lasten	Begroot	Gerealiseerd	Resultaat
Personeelskosten	655.000	621.613	33.387
Bestuur, Beleid en facilitair	250.000	199.176	50.824
Evaluatie, kwaliteit & ICT	180.000	128.517	51.483
Communicatie	25.000	15.064	9.936
Personeelszaken	10.000	11.069	-1.069
Financiën	30.000	13.205	16.795
<b>Totaal lasten</b>	<b>1.150.000</b>	<b>988.644</b>	<b>162.356</b>

#### 4.7. Governance: bestuur en toezicht

Sinds 16 november 2011 hanteert NCDO een Raad van Toezicht model. In de statuten wordt een helder onderscheid gemaakt tussen het besturen van en toezicht houden op de organisatie. NCDO heeft in 2013 gekozen voor een eenhoofdig Bestuur en een maximaal negen leden tellende Raad van Toezicht, die op afstand staat van de operationele organisatie. De manier waarop deze functies worden onderscheiden en gescheiden, is vastgelegd in de statuten en in het reglement van de bestuurlijke verhoudingen binnen NCDO. In dit reglement is ook het vierogen principe geregeld: de controlefunctie is belegd bij het hoofd administratie/controller die rechtstreeks verantwoording aflegt aan de Raad van Toezicht over risico's en risicomanagement en over zaken die de interne controle betreffen.

Het bestuur van NCDO bestond geheel 2016 uit prof. dr. Arie de Ruijter. Deze had een dienstverband van 0,5 fte.

De Raad van Toezicht van NCDO bestond per 31 december 2016 uit de volgende personen:

- drs. Pieter van Geel;
- drs. Jan Hoekema;
- mr. Herman Mulder;
- prof. dr. Annelies Zoomers.

Een overzicht van de overige activiteiten van de leden van de Raad van Toezicht is beschikbaar bij NCDO.

De Raad van Toezicht heeft in 2016 tweemaal vergaderd in aanwezigheid van de directeur-bestuurder. Onderwerpen waren de innovatieplannen van Samsam en OneWorld, de mogelijkheden van een doorstart van Samsam, het jaarplan 2017 en de resultaten van de kwartalen in 2016.

De leden van de Raad van Toezicht hebben recht op vacatiegeld en vergoeding voor gemaakte onkosten. Specificatie hiervan is te vinden in de jaarrekening 2016.

Het accountantskantoor Dubois & Co ondersteunt en adviseert het Bestuur, respectievelijk de Raad van Toezicht, bij de beoordeling van de financiële cijfers, de administratieve organisatie en interne beheersing van NCDO. De accountant heeft in 2016 de jaarrekening 2015 gecontroleerd en goedgekeurd. In het eerste kwartaal van 2017 heeft de accountant de jaarrekening 2016 gecontroleerd en goedgekeurd.

Stichting NCDO heeft de Beleidsregels toepassing WNT als normenkader voor de beloning van de directeur-bestuurder bij het opmaken van de jaarrekening 2016 gehanteerd. NCDO heeft RJ640 toegepast als richtlijn voor het jaarverslag, aangepast aan bijzonderheden met betrekking tot de afwikkeling van subsidieprogramma's van het ministerie van Buitenlandse Zaken.

## 5. Totaaltabel middelen

<b>Begroting en realisatie NCDO 2016 (in euro's)</b>				
	<b>Begroting</b>	<b>Realisatie</b>		
<b>Baten NCDO</b>		<b>BZ Baten</b>	<b>Markt Baten</b>	<b>Totaal</b>
Subsidie BUZA	4.000.000	4.000.000		4.000.000
Marktbaten OneWorld	680.000		1.074.584	1.074.584
Marktbaten Samsam	544.000		191.211	191.211
Marktbaten Kaleidos Research	337.000		337.480	337.480
Directie	-		2.880	2.880
<b>Totaal Baten</b>	<b>5.561.000</b>	<b>4.000.000</b>	<b>1.606.155</b>	<b>5.606.155</b>
<b>Lasten NCDO: Personeel</b>				
OneWorld	900.000	900.000	22.825	922.825
Samsam	410.000	361.671		361.671
Kaleidos Research	498.000	411.034	43.350	454.384
Directie en Staf	655.000	621.613		621.613
<b>Subtotaal</b>	<b>2.463.000</b>	<b>2.294.318</b>	<b>66.175</b>	<b>2.360.493</b>
<b>Activiteitenlasten</b>				
OneWorld	780.000	100.000	828.327	928.327
Samsam	964.000	468.651		468.651
Kaleidos Research	89.000		97.537	97.537
Ondersteunende kosten	495.000	367.031		367.031
<b>Subtotaal</b>	<b>2.328.000</b>	<b>935.682</b>	<b>925.864</b>	<b>1.861.546</b>
<b>Totaal lasten</b>	<b>4.791.000</b>	<b>3.230.000</b>	<b>992.039</b>	<b>4.222.039</b>
<b>Resultaat (ten behoeve van reservering wachtgelden)</b>	<b>770.000</b>	<b>770.000</b>	<b>614.116</b>	<b>1.384.116</b>

<b>Reservering Voorziening reorganisatie 2017</b>				
	<b>Begroting</b>	<b>BZ Baten</b>	<b>Eigen middelen</b>	<b>Totaal</b>
Risico, innovatie en reorganisatie (vanuit BZ-baten)	770.000	770.000		770.000
Toevoeging aan Revitaliseringsreserve			614.116	614.116
Onttrekking Revitaliseringsreserve 3.0				
Saldo Rente Baten				0
<b>Saldo begroting 2016</b>	<b>770.000</b>	<b>770.000</b>	<b>614.116</b>	<b>1.384.116</b>

# Bijlage: Partners NCDO

NCDO werkt actief samen met een groot aantal maatschappelijke organisaties, bedrijven en overheden. Onderstaand een overzicht van onze partners.

	De Gezonde Stad
11.11.11 België	De Nieuwe Liefde
1procentclub	De Regenboog Groep
2Charity	deKleineVogelaar.nl
ActionAid	Dienstencentrum Gered Gereedschap
African Diaspora Policy Centre	Dier&Recht
Afripads foundation	Discovered
aGreenStory (onderdeel van Eder Talen)	Dodore
AIDEnvironment	Dokters van de Wereld
AIDS fonds- STOP aids NOW! - Soa Aids Nederland	Dopper
A-Lief Fashion	Dorcas Aid International
All for Nature ravel	Doreen Westphal design bv   Mensch Made
Alliance for UPEACE	Druantia
Amerikaanse ambassade	DuurzaamActueel
Amnesty International	Duurzaamnieuws
Amref Flying Doctors	Duurzame kleren   Green Lily
Amsterdam Rainproof	Ecological Textiles
Artsen zonder Grenzen	Ecomooi
Arusha Volunteers	Edukans
Asarti	EerlijkWinkelen
ASN Bank N.V.	eigenZINNig
Avance	EKOopen.nl
Beautydrogist	Emax Domina
Bee Network	Enviu
Better Places	EO / Mensjesrechten
Bill and Melinda Gates Foundation (BMGF)	Esgii
Biocosmetica	European Centre for Development Policy Management (ECDPM)
BiologischeWijnwinkel.nl	Evert vermeer Stichting
BrandMission	Fair Food
Cap Solidarites, Frankrijk	Fair2
Care Nederland	FairBeads
Casa de la Alegria	FairFriends
CEDLA, Centrum voor Studie en Documentatie van Latijns-Amerika	FasoFair
Centre for Safety and Development	FEEL GOOD eco store
China Plus	Female Health Company
Chocoa festival	FNV Jong
CHOICE for youth and sexuality	FNV Mondiaal
Cilou	Food Cabinet
CINI Holland	Foodwatch Nederland
Clingendael	Foundation Max van der Stoel
CNV-Internationaal	frank@fair
Coordinadora ONGD (Spanje)	Free Press Unlimited
Cordaid	Friends of the Earth International, FoEI
Critical Mass	future furniture
Cross Your Borders	Genoeg Magazine
DaJia Bamboekleding	Global Education Network Europe (GENE)
Danielle Duurzaam	Global Goodies
	Go Local!

GPPAC Foundation
Green Dream Company bv
Green lifestyle webshop Babongo
Greenpeace Nederland
Habitat for Humanity Nederland
Heavenly Pure
Het PR Bureau
HIVOS
Hogeschool Leiden Centrum Management & Bedrijf
Horizons
Hotel con Corazon
Humanity House
IBO (St. Bouworde Nederland)
ICCO/together
IDEA NL - International Debate Education
IloveECO
International Centre for Reproductive Health, Ghent University (België)
Jeden Swiat (Polen)
Johannes Wier Stichting
JoHo
Joris Lohman
Kaatje Katoen
Kaleidos Research
Kandipa
KitchenHugs
Koninklijk Instituut voor de Tropen (KIT)
KrachtinNL
Krevicy Creative Video Agency
Landelijke India Werkgroep
Leiden Global
Lendahand
LokaalMondiaal
Lotika
Mainline
Make Autism Really Known (stichting MARK)
Mama Cash
Marine Stewardship Council
Maroc Travel
Max Havelaar
Medair Nederland
Melania Ontwikkelingssamenwerking
Melton Foundation, USA
Mensen met een Missie
Mijn Hemeltje/Liever Spelen
Milieudefensie
Mineralissima
Ministerie van Buitenlandse Zaken
Ministerie van Economische Zaken
MoreThanHip
Morgen, studentennetwerk
Moyee Coffee
Museum voor Vrede en Geweldloshed
MVO Nederland
MYOMY do goods
NABC

Nationale Jeugdraad (NJR)
Natuur en Milieu
Nederlands Albert Schweitzer Fonds
Nederlands Juristen Comité voor de Mensenrechten (NJCM)
New Venture Fund, USA
NpM, Platform for Inclusive Finance
Nudge
O My Bag
OESO (OECD)
Oikocredit International
OIO
One Planet Crowd
ONEforONE
Ontmoet Afrika
Oxfam Novib
Pakhuis de Zwijger
Partij voor de Dieren
Partos
PAX
Peace Brigades International, PBI
Plan Nederland
Planbureau voor de Leefomgeving (PBL)
Policy Forum on Development (PFD)
Profound – Advisers in Development
Profundo B.V.
Pure Coverz
PURE! for Kids
Questionmark
Radboud Universiteit
Radio LaBenevolencija Humanitarian Tools Foundation
Radio Netherlands Worldwide
Radio1
Ragbag
RE-5 Fashion / H3P Motives bv
Reine de Sabah
Roosevelt Academy Middelburg
Roots festival
Rutgers
Saint Basics
Save the Childeren
Sharenet International
Shizo Natural Cosmetics   Shizo.nl
SID NL (Society for International Development)
Simavi
Simbolica
SIW Internationale Vrijwilligersprojecten
SMA Vormingscentrum / Sociëteit voor Afrikaanse Missien
Smiling Mango
SNV
Soa Aids Nederland
Solidaridad
SOMO, Stichting Onderzoek Multinationale Ondernemingen

SRGR alliantie
St Mainline
Starters4Communities
Steviahouse
Stichting Alert Fonds voor jongerenactiviteiten
Stichting Casa de la Alegria
Stichting Dodore
Stichting ICS
Stichting Let's Care
Stichting Ned.Albert Schweitzer Fonds
Stichting OtherWise
Stichting Twiga
Stichting Variatie in de Keuken
Stichting Vluchteling
Stichting VOOR
Stichting Woord en Daad
StoereVrouwen/Wonder
Strawberry Earth
Swaens Bamboo Underwear
The Centre of Expertise for Natural Livestock farming
The ONE Campaign
TNS NIPO (nu Kantar Public)
Tony Chocolonely
Total Active Media
Townshipmile
Travel4Change
Twiga
Undiscovered
Unicef Nederland
Universiteit van Jena, Duitsland
Universiteit van Utrecht
Urgenda
UTZ Certified

Van Hall Larenstein
VBDO - Vereniging van Beleggers voor Duurzame Ontwikkeling
VC4Africa
vfonds
Viva Las Vega's
VNG International
Vrije Universiteit (VU)
VSO Nederland
Waarvandaan
Wageningen Universiteit
Waka Waka Foundation
Wakker Dier
War Child
WCAI, United Kingdom
WEMOS
Wilde Ganzen
Willem & Drees
WISE
Wo=men
WO=MEN, Dutch Gender Platform
WoesteLand - de jongeren van IVN
Women's International League for Peace and Freedom (WILPF NL)
WOO Worlds of Opportunities
Worldconnectors
WOTRO
WUR CDI (Wageningen UR - Centre for Development Innovation)
YouBeDo.com
Young & Fair
Youth Food Movement
Yumeko
ZAO makeup shop