



Taal aan Zee

Meerjarenbeleidsplan 2023 – 2026



Taal aan Zee

Meerjarenbeleidsplan 2023 – 2026

Inhoudsopgave

1. Inleiding	pag. 3
2. Missie, visie en strategie	pag. 4
3. Actiepunten voor de beleidsperiode 2023-2026	pag. 6
4. Implementatie en evaluatie	pag. 10
5. Tot slot	pag. 12

Bijlage: Totstandkoming MJB 2023-202613

1. INLEIDING

Het tweede Meerjarenbeleidsplan van Taal aan Zee is gereed. Voor je ligt de beleidsagenda voor de periode 2023-2026. Dit volgt op het plan 2019-2022. Daarin hebben we de basis gelegd voor het toekomstbestendiger maken van de organisatie. In dit beleidsplan zetten we de volgende stappen om dit doel te bereiken.

Op de beleidsdagen van februari en november 2022 en de Meedenkbijeenkomst in juni 2022 is hierover uitvoerig gesproken door vrijwilligers, ambassadeurs, betaalde medewerkers en het bestuur van Taal aan Zee. Voorafgaand aan de beleidsdag van november is door een werkgroep bestaande uit bestuursleden, de directeur en twee medewerkers een SWOT¹ -analyse van de organisatie gemaakt die de basis vormt voor dit beleidsplan.

Taal aan Zee toekomstbestendig

Kern van onze beleidsagenda voor de komende jaren is dat wij nieuwe stappen zetten om Taal aan Zee toekomstbestendiger te maken. In het afgelopen jaar, met de komst van een nieuwe voor oorlog gevluchte groep, de Oekraïners en de opening van de noodopvang voor asielzoekers in Den Haag, is weer eens benadrukt dat de rol van Taal aan Zee als aanbieder van nonformele educatieve activiteiten voor asielzoekers, vluchtelingen en andere kwetsbare anderstaligen in de regio Haaglanden van groot belang is. Tegelijkertijd lopen we aan tegen de beperkingen in financiën, personele inzet en fysieke ruimte. Om alle deelnemers die daar behoefte aan hebben een goede en veilige plek te kunnen blijven bieden, zijn nieuwe acties nodig om het werk toekomstbestendiger te maken en tegemoet te blijven komen aan de vraag.

In dit beleidsplan presenteren we deze acties. Wij gaan samen met onze vrijwilligers en samenwerkingspartners aan de slag met deze nieuwe plannen en de verdere uitwerking ervan. Daarmee willen we net als met onze vorige beleidsagenda zorgen voor verbindingen tussen onze deelnemers en de samenleving. Verbondenheid van vrijwilligers van Taal aan Zee met onze organisatie is groot. Daar blijven wij aan werken. Wij zoeken de samenwerking met partners en gemeente(n) om te zorgen voor een breed gedragen en op elkaar afgestemd beleid en aanpak.

De beleidsagenda beslaat een periode van drie jaar. Dit omdat wij gelijk op willen lopen met de resterende termijn van het Collegeprogramma van de gemeente Den Haag (nieuwe verkiezingen in 2026) en van de Haagse Educatieve Agenda 2022-2026.

In dit Meerjarenbeleidsplan komen de volgende onderwerpen aan bod: missie, visie en strategie; de conclusies uit de SWOT-analyse en de daaruit volgende actiepunten; de implementatie en evaluatie van het meerjarenbeleid en de actiepunten waar we in 2023 mee aan de slag gaan. In de bijlage vind je de totstandkoming van het plan met de SWOT-analyse en de confrontatiematrix.

¹ SWOT staat voor Strengths (sterktes), Weaknesses (zwaktes), Opportunities (kansen) en Threats (bedreigingen)

2. MISSIE EN VISIE, STRATEGIE

2.1 Missie

Als professioneel geleide vrijwilligersorganisatie verzorgt Taal aan Zee in Den Haag en omstreken een laagdrempelig, gedifferentieerd en vraaggestuurd educatief aanbod voor kwetsbare (groepen) anderstaligen die onvoldoende toegang hebben tot of ondersteuning nodig hebben bij reguliere educatie om hun zelfredzaamheid te versterken en hun deelname aan de samenleving te bevorderen. Dit aanbod is voor een groot deel gebaseerd op maatwerk, vindt groepsgewijs en individueel plaats op de centrale locatie, dan wel aan of dichtbij huis en wordt uitgevoerd door vrijwilligers, ondersteund door een klein team van deskundige betaalde medewerkers. Taal aan Zee zet zich hiermee in voor een inclusieve samenleving waarvoor zij haar kwaliteiten, expertise, ervaring en netwerk optimaal benut en verbinding met relevante partijen zoekt.

2.2. Visie

Taal is de sleutel tot participatie. Voor een deel van de Haagse anderstalige burgers is de stap naar deelname aan de samenleving groot. Om die stap te kunnen maken, hebben zij behoefte aan een laagdrempelig taalaanbod waarmee zij basiskennis en -vaardigheden kunnen opdoen. Zeker zo belangrijk is de mogelijkheid het geleerde in de praktijk toe te passen en te onderhouden. Naast de educatieve trajecten biedt Taal aan Zee daarop ondersteuning en heeft daarbij aandacht voor verschillende leerstijlen en -vermogens.

Kernbegrippen voor de organisatie zijn kwaliteit, laagdrempeligheid, vraaggestuurd maatwerk, persoonlijke aandacht, vrijwilligheid.

Kwaliteit

Taal aan Zee biedt kwaliteit door de inzet van goed ingewerkte en getrainde deskundige vrijwilligers, ondersteund door goed opgeleide en ervaren betaalde medewerkers. Deze kwaliteit wordt op peil gehouden en verbeterd door scholing, training en (werk)begeleiding. Tevens maakt Taal aan Zee gebruik van professioneel ontwikkelde lesmaterialen.

Laagdrempeligheid

Taal aan Zee kent behalve haar toelatingscriteria geen drempels voor deelname aan haar aanbod. Wij bieden een gevarieerd aanbod aan educatieve activiteiten op diverse niveaus voor een brede doelgroep. Deelnemers betalen slechts een kleine bijdrage.

Vraaggestuurd maatwerk

Taal aan Zee onderscheidt zich door het bieden van maatwerk. De behoeften, mogelijkheden en omstandigheden van onze deelnemers/cursisten staan centraal bij de inrichting van onze trajecten. Een deskundige en uitgebreide intake vormt hiervoor de basis. Dit maatwerk kunnen we bieden omdat we met vrijwilligers werken die de educatieve activiteiten uitvoeren.

Persoonlijke aandacht

Door persoonlijke aandacht voor en sociale betrokkenheid van vrijwilligers en betaalde medewerkers bij onze deelnemers en cursisten in de uitvoering van onze trajecten en begeleiding, zorgen wij voor een veilige leeromgeving.

Vrijwilligheid

Taal aan Zee gaat uit van een eigen motivatie van deelnemers om te leren. Onze ervaring leert dat verplichting niet altijd tot betere resultaten leidt. Ook de mensen die de uitvoering op zich nemen doen dit geheel vrijwillig en vanuit een zekere betrokkenheid bij de doelgroep en/of het vakgebied. Dat wil niet zeggen dat één en ander vrijblijvend is. Er wordt gewerkt op basis van wederzijdse afspraken, waaraan eenieder zich dient te houden.

2.3 Strategieën

De belangrijkste strategieën om de doelstellingen, zoals verwoord in onze missie te realiseren zijn:

Verbinden

Taal aan Zee brengt mensen en organisaties bij elkaar. Deze verbindende rol is essentieel om onze doelen te behalen. We verbinden niet alleen de cursisten met de vrijwilligers maar ook onze organisatie met andere organisaties en organisaties met elkaar.

Agenderen en beïnvloeden

Taal aan Zee beijvert zich al jaren voor een sluitende taalketen in de stad en dit thema blijft actueel met een percentage van 24% laaggeletterden in Den Haag. De regie op de inburgering is sinds 2022 van het Rijk weer teruggelegd bij de gemeentes. Daarom is het extra belangrijk dat de gemeente tot een integrale aanpak komt waarbij slim gebruik wordt gemaakt van de combinatie formeel-non formeel onderwijs. Taal aan Zee zal zich zowel op landelijk als lokaal niveau blijven inzetten om de beleidsagenda met betrekking tot inburgering en aanpak laaggeletterdheid te beïnvloeden.

Samenwerken

Taal aan Zee heeft samenwerking hoog in het vaandel staan. Door de handen ineen te slaan op lokaal en landelijk niveau kunnen we ons nog beter inzetten voor onze prioritaire doelgroepen en nieuw aanbod ontwikkelen.

Innoveren

Taal aan Zee is een lerende organisatie en beweegt mee met de (veranderende) vraag van de huidige en nieuwe doelgroepen, speelt in op ontwikkelingen in de samenleving en evalueert en vernieuwt haar aanbod voortdurend binnen de kaders en mogelijkheden van de organisatie.

3. ACTIEPUNTEN VOOR DE BELEIDSPERIODE 2023-2026

De SWOT-analyse die gemaakt is aan de hand van de inbreng van diverse geledingen uit de organisatie geeft inzicht in de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van Taal aan Zee. Hieruit hebben we de belangrijkste gekozen en de SWOT-matrix ingevuld. Als je de sterktes afzet tegen de kansen en bedreigingen en datzelfde doet met de zwaktes komt daar een ingevulde confrontatiematrix uit.

In de bijlage vind je de uitkomsten van de SWOT-analyse en de ingevulde confrontatiematrix.

3.1. Conclusies uit de confrontatiematrix

Op de beleidsdag in november hebben we gesproken over de belangrijkste aandachtspunten die uit de confrontatiematrix naar voren kwamen:

- Onze grootste **Sterkte** is het positieve imago en de uitstraling van de organisatie die vooral te danken is aan de betrokken en loyale medewerkers (vrijwilligers en betaalde krachten) en de kwaliteit van ons aanbod.
- Onze grootste **Zwakte** is de afstemming van het aanbod op de vraag en op de beschikbare capaciteit.
- Onze grootste **Kans** is de meer gerichtere marketing van onze diensten.
- Onze grootste **Bedreiging** is de stijgende loon- en huisvestingskosten en het lastiger kunnen aantrekken van vrijwilligers.

Conclusie:

- Onze **Sterktes** heffen onze **Bedreigingen** op, als we onze **Kansen** goed benutten.
➔ We moeten de **Kansen** waar we invloed op hebben dan ook goed benutten.
De meer gerichtere marketing van onze diensten heeft dus prioriteit.
- Ook al benutten we al onze **Kansen**, onze **Zwaktes** in combinatie met onze **Bedreigingen** zijn groter.
➔ We moeten dus onze **Zwaktes** versterken en de **Bedreigingen** waar we invloed op kunnen uitoefenen verkleinen.
De afstemming aanbod op vraag en op beschikbare capaciteit heeft prioriteit. En we kunnen nog invloed uitoefenen (d.m.v. kostenbeheersing) op de stijgende loon- en huisvestingskosten en het lastig kunnen aantrekken van voldoende geschikte vrijwilligers.

De volgende punten vormen **de pijlers van het MJB 2023-2026**:

- **Afstemming aanbod op vraag en op beschikbare capaciteit**
- **Meer gerichtere marketing van ons aanbod/de organisatie**
- **Het aantrekken van voldoende, geschikte vrijwilligers**
- **Stijgende loon- en huisvestingskosten**

3.2 Actiepunten voor de beleidsperiode 2023-2026

Voorop gesteld dat alles met alles samenhangt en keuzes op het ene vlak automatisch van invloed zijn op een ander vlak, is besloten ons in onderstaande volgorde te richten op de genoemde pijlers aan de hand van een viertal actiepunten. De actiepunten zijn weer onderverdeeld in deelacties.

Actiepunt 1: afstemming aanbod op vraag en op beschikbare capaciteit

In een tijd waarin loon- en huisvestingskosten stijgen en het lastig(er) is voldoende, geschikte vrijwilligers te vinden is het belangrijk om kritisch te kijken naar ons aanbod en of dat in verhouding staat tot wat er van ons gevraagd wordt (door zowel doelgroep als financiers) en met onze beschikbare capaciteit. Hier zijn wij sinds 2019 n.a.v. sessies met de Sesamacademie (zie bijlage) al mee bezig.

In de komende periode willen we kritisch blijven kijken naar *wat* we aanbieden, voor *wie* en op *welke* manier.

Bijvoorbeeld:

- a. Frequentie van lesgeven
De huidige lange wachtlijst bij Centraal en onze capaciteit qua leslokalen vraagt om kritisch te kijken naar ons aanbod. Bijvoorbeeld: we zouden meer cursisten kunnen bedienen als we niet twee of drie keer, maar één of twee keer per week lesgeven. In 2022 zijn we hier al voorzichtig mee gestart met een aantal lesgroepen. In 2023 onderzoeken we wat dit betekent voor de cursisten en het lesaanbod.
- b. Jaarplanning aanpassen
De lessen bij Centraal zijn gericht op een schooljaar. Dit sluit niet altijd aan bij het (verwachte) verloop onder cursisten (asielzoekers in noodopvang) die gedurende het jaar in- en uitstromen. We onderzoeken of kortere lestrajecten meer passen bij de vraag. Tegelijkertijd heeft dit misschien ook een gunstig effect op actiepunt 3. het aantrekken van voldoende vrijwilligers.
- c. Samenwerken met andere organisaties
We kijken op welke punten we nog meer kunnen samenwerken met andere organisaties zodat het ons tijd/ruimte/menskracht/financiën oplevert. Bijvoorbeeld: het delen van ruimtes; het delen van opdrachten, etc.
- d. Verwachtingsmanagement subsidieverstrekkers
We moeten tijdig met de gemeente om de tafel om te praten over de indexatie van de subsidie, in ieder geval vanaf 2024. Als indexatie niet mogelijk is dan zal de gemeente de eisen moeten bijstellen zodat deze passen bij het beschikbare subsidiebudget. Zie ook actiepunt 4.

Actiepunt 2: meer gerichtere marketing van onze producten (aanbod)

Taal aan Zee is een organisatie die bij veel mensen en partners goed bekend staat en positief in beeld is. Om ons voortbestaan de komende drie jaar veilig te stellen en de organisatie toekomstbestendig te maken, is het belangrijk dat we wat we doen nog beter en op nog meer plekken goed over het voetlicht brengen. Zodat we (huidige en nieuwe) financiers, vrijwilligers en potentiële samenwerkingspartners nog meer bereiken en mogelijk nieuwe financieringsbronnen aanboren.

Dat gaan we doen door:

- e. Communicatie
Het maken van een update van het huidige communicatieplan met gerichte acties, o.a. voor het lustrumjaar. Door ons PR-plan uit te breiden; door nog meer verhalen op te halen en te delen; door vrijwilligers actief in te zetten als 'ambassadeurs' (ervaringen delen op hun eigen

social media); coördinatoren het hele jaar door mooie voorbeelden te laten delen i.p.v. 2 keer in de nieuwsbrieven.

- f. Ambassadeurs
Het actiever benutten van onze ambassadeurs als visitekaartje voor de organisatie, o.a. in hun eigen netwerk.
- g. Donaties
Nog actiever inzetten op werven van donaties en giften. Te starten met een duidelijkere doneerknop op de website.
- h. Impactmeting
Werk maken van een verdergaande impactmeting van het werk van Taal aan Zee dan waar we nu op verzoek van de gemeente jaarlijks aan deelnemen, of een verdiepend kwalitatief onderzoek laten doen door de universiteit Leiden.
- i. Lustrum benutten
in 2024 bestaat Taal aan Zee 10 jaar. We moeten dit lustrumjaar benutten om de publiciteit te zoeken met ludieke bijeenkomsten en activiteiten en mooie publicaties.
- j. Dialoog met gemeente en politiek
Doorgaan met het actief opzoeken van de dialoog met de gemeente en de politiek.
- k. Marketing
Een marketingbureau interesseren om in het kader van MVO pro bono te ondersteunen bij een marketingplan.

Actiepunt 3: het aantrekken van voldoende en geschikte vrijwilligers

Door een krappe arbeidsmarkt en veranderende vrijwilligersprofielen is het moeilijker om vrijwilligers aan te trekken in het algemeen en voor sommige functies (o.a. taalcoach thuisles) in het bijzonder. We gaan daarom de volgende stappen zetten:

- l. Aanpassen aanbod
Aanpassen van het aanbod waar mogelijk, zodat het meer aansluit op (inzet) behoefte van vrijwilligers (b.v. werken met se- of trimesters bij Centraal, zie ook actiepunt 1a.).
- m. Werving
Kijken naar nieuwe vormen van werving, bijvoorbeeld: wervingsposters met QR-codes ophangen op nieuwe plekken.
- n. Vrijwilligersgroepen in beeld
Daarvoor moeten we in beeld brengen waar de komende tijd specifieke, nieuwe vrijwilligersgroepen te vinden zijn, bijvoorbeeld groep pensionado's vanuit het onderwijs.
- o. Gericht inzetten vacatures
Inzetten op 1 vacature per keer, niet tegelijk met andere (aantrekkelijkere) vacatures.
- p. Samenwerken met bedrijven
Samenwerken met bedrijven als het gaat om het in werktijd inzetten van medewerkers als vrijwilliger.

Actiepunt 4: stijgende loon- en huisvestingskosten

In het bestuur zijn in 2022 verschillende financiële scenario's geschetst en besproken. Aan stijgende loon- en huisvestingskosten kunnen we niet zoveel doen. Wel hebben we invloed op de kostenbeheersing. We geven daarom de volgende punten de komende drie jaar aandacht:

- q. Kosten personeel
In het capaciteitsplan dat de directeur maakt kijken naar de kostenbeheersing; een flexibele schil behouden (b.v. tijdelijke contracten/tijdelijk projecturen).
- r. Inschaling functies en verdeling taken
Functies en taken anders indelen en inschalen als daar de mogelijkheid zich voor aandient.
- s. Flexibele inzet
Voor bepaalde, tijdelijke of eenmalige klussen flexibel (op zzp-basis) mensen inschakelen.
Bijvoorbeeld voor trainingen.
- t. In gesprek
Opnieuw met de gemeente/ politiek om de tafel over indexatie van de subsidie en benoemen van impact op het aanbod als subsidie niet geïndexeerd wordt; bijvoorbeeld: aantal te bereiken cursisten in subsidieaanvraag voor 2024 van 1000 naar 800. Zie ook actiepunt 1d.
- u. Fusie of delen locatie
Op langere termijn is fusie of delen van huisvesting en andere middelen met een soortgelijke organisatie ook een optie die we open moeten houden als het gaat om kostenbeheersing.

4. IMPLEMENTATIE EN EVALUATIE

We gebruiken de gehele periode van deze beleidsagenda (2023-2026) om gefaseerd invulling te geven aan de actiepunten die we in dit plan benoemen. Jaarlijks zal door het bestuur worden vastgesteld met welke actiepunten Taal aan Zee aan de slag gaat. Uiteraard hebben wij in deze periode blijvend oog voor relevante ontwikkelingen in onze omgeving en zullen - als de actualiteit dat vraagt - onze agenda bijstellen. De jaarlijkse Meedenkbijeenkomst en beleidsdag zullen ingezet worden om periodiek de voortgang te evalueren en onze prioriteiten te benoemen. Tevens zal in de bestuursvergaderingen vinger aan de pols gehouden worden.

a. Prioriteiten 2023

In het licht van de recente interne ontwikkelingen waarbij we met wisselingen in personeel te maken hebben gekregen (er zijn in korte tijd drie nieuwe medewerkers gestart), zal de focus in 2023 moeten liggen op het bestendigen van de organisatie en het op een efficiënte manier inzetten van uren en taken. We concentreren ons op de basis: het voortzetten en bewaken van de kwaliteit van de dagelijkse werkzaamheden en het succesvol uitvoeren van het aanbod waaraan we ons reeds gecommitteerd hebben. Ook moet er aandacht zijn voor de subsidiestromen in relatie tot de spankracht van Taal aan Zee en voor de marketing van de organisatie.

Dat betekent dat er een mix van deelactiepunten van acties 1 t/m 4 prioriteit hebben in 2023, dat een aantal niet direct prioriteit heeft en dat aan een aantal acties doorlopend gewerkt moet worden. Hierna de acties die we als eerste gaan op pakken.

4.2 Acties 2023:

Actiepunt 1 a en d.:

a. *Frequentie van lesgeven*

De huidige lange wachtlijst bij Centraal en onze capaciteit qua leslokalen vraagt om kritisch te kijken naar ons aanbod. Bijvoorbeeld: we zouden meer cursisten kunnen bedienen als we niet twee maar één keer per week niveauverhoging aanbieden. In 2022 zijn we hier al voorzichtig mee gestart met een aantal groepen. In 2023 onderzoeken we wat dit betekent voor cursisten en het lesaanbod.

d. *Verwachtingsmanagement subsidieverstrekkers*

We moeten tijdig met de gemeente om de tafel om te praten over de indexatie van de subsidie in ieder geval vanaf 2024. Als indexatie niet mogelijk is dan zal de gemeente de eisen moeten bijstellen zodat deze passen bij het beschikbare subsidiebudget.

Actiepunt 2: e, f, g en j

e. *Communicatie*

Het maken van een update van het huidige communicatieplan met gerichte acties, o.a. voor het lustrumjaar; door ons PR-plan uit te breiden door nog meer verhalen op te halen en te delen; door vrijwilligers actief in te zetten als 'ambassadeurs' (ervaringen delen op hun eigen social media); coördinatoren het hele jaar door mooie voorbeelden te laten delen i.p.v. 2 keer in de nieuwsbrieven.

f. Ambassadeurs

Het actiever benutten van onze ambassadeurs als visitekaartje voor de organisatie, o.a. in hun eigen netwerk.

g. Donaties

Nog actiever inzetten op werven van donaties en giften. Te starten met een duidelijkere doneerknop op de website

j. Dialoog met gemeente en politiek

Doorgaan met het actief opzoeken van de dialoog met de gemeente en de politiek.

Actiepunt 3: l, m, n en o

l. Aanpassen aanbod

Aanpassen van het aanbod waar mogelijk, zodat het meer aansluit op (inzet) behoefte van vrijwilligers (b.v. werken met se- of trimesters bij Centraal).

m. Werving

Kijken naar nieuwe vormen van werving, bijvoorbeeld: wervingsposters met QR-codes ophangen op nieuwe plekken.

n. Vrijwilligersgroepen in beeld

Daarvoor moeten we in beeld brengen waar de komende tijd specifieke, nieuwe vrijwilligersgroepen te vinden zijn, bijvoorbeeld groep pensionado's vanuit het onderwijs.

o. Gericht inzetten vacatures

Inzetten op 1 vacature per keer, niet tegelijk met andere (aantrekkelijkere) vacatures.

Actiepunt 4: q en t

q. Kosten personeel

In het capaciteitsplan dat de directeur maakt kijken naar de kostenbeheersing; een flexibele schil behouden (b.v. met tijdelijke contracten/ tijdelijke projecturen).

t. In gesprek

Met de gemeente/politiek in gesprek over indexatie van de subsidie en benoemen van impact op het aanbod als subsidie niet geïndexeerd wordt; bijvoorbeeld: aantal te bereiken cursisten in de subsidieaanvraag voor 2024 van 1000 naar 800.

Tot slot

Ons meerjarenbeleid is gebaseerd op de nu bekende en voor Taal aan Zee relevante ontwikkelingen en hoe wij daar als organisatie in staan. Naar ons oordeel geeft dit voldoende houvast om de richting voor Taal aan Zee voor de komende periode te bepalen en daarmee een duurzame toekomst voor onze deelnemers, vrijwilligers en personeel te garanderen.

Taal aan Zee is echter een lerende organisatie in alle opzichten. Wanneer de actualiteit, externe of interne ontwikkelingen daartoe uitnodigen, zullen we onze beleidsvoornemens en de uitvoering daarop uiteraard aanpassen. Recente voorbeelden vanuit 2022 zijn de komst van de Oekraïners, een voor Taal aan Zee nieuwe doelgroep en het openen van de noodopvang voor asielzoekers om de overloop Van ter Apel op te vangen. Dit zorgde voor een grotere toestroom van cursisten in ons centrale aanbod.

We kijken uit naar een periode van bestendiging én vernieuwing en blijvende verbinding; intern met onze deelnemers en vrijwilligers en extern met alle partijen van belang voor een samenhangend en kwalitatief hoogstaand (taal)aanbod In de Haagse regio.

Taal aan Zee, vastgesteld door bestuur op 18 april 2023

Bijlage: DE TOTSTANDKOMING VAN HET MEERJARENBELEIDSPAN 2023-2026

Dit Meerjarenbeleidsplan is een vervolg op het Meerjarenbeleidsplan 2019-2022 waarin de ambities voor die jaren waren vastgesteld. Daar is in de afgelopen drie jaar hard aan gewerkt en er is een goede basis gelegd voor het meer toekomstbestendig maken van de organisatie. Een basis van waaruit wij verder kunnen.

Resultaten uitwerking actiepunten beleidsplan 2019-2022

Om de ambities uit het Meerjarenbeleidsplan 2019-2022 uit te kunnen voeren was het noodzakelijk te onderzoeken of en hoe er meer middelen (geld en menskracht) vrijgemaakt of verworven konden worden. Hiervoor heeft Taal aan Zee in 2019 de Sesamacademie ingeschakeld. Samen met de Sesamacademie hebben we een traject doorlopen waarbij de belangrijkste werkprocessen onder de loep zijn genomen en kritisch is gekeken naar ons aanbod en de wijze waarop we dat organiseren. Dit met als doel de werkprocessen te optimaliseren en zo de broodnodige tijd en menskracht te genereren voor het werk. Uit deze zogenaamde Sesamsessies zijn veel actiepunten gekomen waarmee we tot op de dag van vandaag aan de slag zijn. Grote en kleine wijzigingen in aanbod en werkwijze zijn inmiddels doorgevoerd en daar plukken we nu al de vruchten van. Maar we zijn er nog niet. Het is zaak de ontwikkelingen die in gang gezet zijn een stap verder te brengen zonder opnieuw het wiel uit te moeten vinden. Prioriteiten stellen is hierbij heel belangrijk, niet alles kan tegelijk en het dagelijkse werk moet ook (goed) doorgaan. Wel moeten op korte termijn een aantal toekomst-bepalende keuzes gemaakt worden. Daartoe was een nieuw Meerjarenbeleidsplan voor de komende jaren nodig.

Input voor nieuw Meerjarenbeleidsplan 2023-2026

Op de beleidsdag van dinsdag 1 november 2022 hebben beroepskrachten en bestuur van Taal aan Zee stilgestaan bij de mogelijkheden en uitdagingen van de organisatie voor de komende drie jaar. Het doel was, zoals hierboven beschreven, om duidelijk voor ogen te krijgen waar onze prioriteiten liggen en het eens te worden over de te nemen stappen.

Hiertoe is voorafgaande aan de beleidsdag een SWOT-analyse gemaakt van de organisatie. Deze analyse bestaat uit een interne en externe analyse. In de interne analyse is o.a. de input vanuit de vrijwilligers op de Meedenkbijeenkomst van 20 juni 2022 meegenomen en input van de beroepskrachten.

De externe analyse richtte zich op de factoren die van invloed zijn op Taal aan Zee op drie niveaus: macro, meso en micro.

Onderwerpen interne en externe analyse

In de interne analyse zijn aan medewerkers (beroepskrachten via een schriftelijke vragenlijst en vrijwilligers tijdens de meedenkbijeenkomst) vragen gesteld over de organisatiedoelen en kernwaarden, structuur, het aanbod en de doelgroepen, begeleiding en positie vrijwilligers, kwaliteit/kennis, cultuur, sfeer, werkdruk, besluitvorming/inspraak, marketing en financiën. Voor de externe analyse heeft een werkgroep bestaande uit bestuursleden en beroepskrachten op macroniveau demografische/ecologische, economische, sociaal-culturele, juridisch/politieke en technologische ontwikkelingen in kaart gebracht en gekeken wat dit op meso- en microniveau voor Taal aan Zee betekent. Het gaat dan over migratiestromen, veranderende doelgroepen, wet- en regelgeving, concurrentie van andere taalorganisaties etc.

Tevens is hier ook de inbreng van vrijwilligers vanuit de Meedenkbijeenkomst meegenomen.

Uit de interne en externe analyse is een overzicht gekomen met al onze Sterktes en Zwaktes (intern) en onze Kansen en Bedreigingen (extern). Dit overzicht vind je hieronder in het kader.

Strengths - Sterktes	Weaknesses - Zwaktes
Trouw aan de missie en visie	Grote afhankelijkheid van Subsidies
Sterke aanbod aan cursussen	Indeling van twee verschillende units minder efficiënt
Platte organisatie met ruimte voor ideeën vanuit alle medewerkers	Efficiëntie en effectiviteit werkoverleggen
Proces aanbod ontwikkeling is goed vast gelegd	Vraagtekens bij slagvaardigheid en flexibiliteit huidige besluitvormingsbleid
Betrokken en loyale medewerkers (betaalde krachten en vrijwilligers)	Beter vastleggen en naleven van actiepunten en verantwoordelijkheden
Goede interne communicatie	Vaststellen van prioriteiten
Aanbod cursussen met hoge kwaliteit	Informele sfeer kan als een bedreiging worden gezien
Goede werksfeer en arbeidsomstandigheden	Hoge werkdruk
Aanbod maatwerk op hoge kwaliteit	Huidige locatie voldoet niet aan de huidige normen
Breed en diverse aanbod	Te breed aanbod waardoor je het overzicht kwijt raakt.
Organisatie met positieve uitstraling die midden in de samenleving staat	Budget per jaar bekend, waardoor meerjarenplan niet mogelijk
	Ontbreken van goede deelnemer-evaluatie
	Marketing van onze diensten bereikt onze (mogelijke) financiers onvoldoende
	Afstemming vraag op aanbod en op beschikbare capaciteit
Opportunities - Kansen	Threats - Bedreigingen
Toestroom van meer Asielzoekers	Stijgende loonkosten en huisvestingskosten
Toestroom van migranten uit Oekraïne	Lastiger om vrijwilligers aan te trekken en de openstaande vacatures in te vullen
Toename maatschappelijk draagvlak voor westerse vluchtelingen	Afnemend draagvlak in maatschappij voor investering in niet-westerse vluchtelingen. Dus ook in Taal aan Zee
Mogelijkheid om meer cursisten te bereiken via Hybride Lessen	Verengelsing van de maatschappij
VerschiLlende kanalen voor toestroom cursisten	Mogelijk formeel taalaanbod aan alle kansrijke asielzoekers ("mee doen vanaf dag één) in COA's
VerschiLlende kanalen voor toestroom vrijwilligers	Taalapps en live-vertaalengines
Aantal afnemers kan groeien	Meer organisaties die een subsidie-aanvraag kunnen doen uit het zelfde potje
Brede doelgroep van cursisten	Mogelijke toetreding van commerciële taalaanbieders
Doelgroep TAZ blijft komende jaren groeien met wisselende profielen	Burgerinitiatieven kunnen zich ook aanmelden voor kleine subsidies uit het zelfde potje bij de gemeentes
Mogelijk nieuwe subsidies	Veel concurrentie vanuit verschillende organisaties, burgerinitiatieven, gratis cyberkanalen zoals YouTube
Doelgroep TAZ blijft komende jaren groeien met wisselende profielen in Den Haag	Bij gelijkblijvende inkomsten moeten strategische besluiten worden genomen (scenario's maken)
Goede samenwerking HHS en inhoud voor werven van nieuw personeel	Verminderde draagvlak minder vrijwilligers
Meer samenwerkingsmogelijkheden met 3e partijen	
Gerichtere marketing van onze diensten	

Uit deze Sterktes, Zwaktes, Kansen en Bedreigingen hebben we de belangrijkste gekozen en hiermee de SWOT-matrix ingevuld. Als je de Sterktes afzet tegen de Kansen en Bedreigingen en datzelfde doet met de Zwaktes, komt daar een ingevulde confrontatie-matrix uit zoals je hieronder vindt. De uitkomsten hiervan hebben geleid tot de pijlers en de actiepunten waarop het beleidsplan 2023-2026 is gebaseerd.

Confrontatie-matrix			Extern						
Legenda waardering			Kansen			Bedreigingen			
			Mogelijk nieuwe subsidies	Doelgroep TAZ blijft komende jaren groeien met wisselende profielen	Gerichtere marketing van onze diensten	Veel concurrentie vanuit andere organisaties, commerciële taalaanbieders, burger-initiatieven, gratis cyberkanalen zoals YouTube	Stijgende loonkosten en huisvestingskosten	Lastiger om vrijwilligers aan te trekken en de openstaande vacatures in te vullen	
Intern	Sterktes	Maatwerk aanbod van hoge kwaliteit	2	2	2	-1	-2	-2	1
		Organisatie met positieve uitstraling die midden in de samenleving staat	1	1	2	0	0	1	5
		Betrokken en loyale medewerkers	1	1	2	0	-1	1	4
	Zwaktes	Grote afhankelijkheid van de subsidies en continue dreigende tekort op begroting	1	0	1	-1	-2	0	-1
		Afstemming vraag op aanbod en op beschikbare capaciteit	1	2	1	-2	-2	-2	-2
		Marketing van onze diensten bereikt onze (mogelijke) financiers onvoldoende	-2	0	2	-2	0	0	-2
		4	6	10	-6	-7	-2		