



Stichting Projecten Zuid-Afrika (SPZA)
Rusthoekstraat 20A, 2584 CV Den Haag, NL
Fax: NL 084-7352214; Fax: ZA 086-5122860
info@spza.org | www.spza.org
KvK 30164717 | ANBI | CBF Erkend Goed Doel
Transparantprijs 2008 +2011+2012
3e plaats Trouw Goede Doelen Top 50 2011+2012
TRIODOS Bank 39-04-37-603
IBAN: NL51 TRIO 0390 437 603
BIC/SWIFT: TRIONL2U

Over Stichting Projecten Zuid-Afrika

Stichting Projecten Zuid-Afrika (SPZA) is op 17 april 2000 notarieel opgericht en zetelt statutair in Utrecht.

We hebben geen kantoor, ons wisselend postadres is steeds het huisadres van een van onze bestuursleden. SPZA staat ingeschreven bij de Kamer van Koophandel onder nummer 30164717.

We zijn een door de Belastingdienst erkende ANBI (Algemeen Nut Beogende Instelling), zie ook onze ANBI-pagina. Naar [webpagina ANBI](#). Ons Rechtspersonen en Samenwerkingsverbanden Informatie-nummer (RSIN) is 8092.14.295.

Op de website www.spza.org wordt op de pagina 'Over SPZA' een aantal onderwerpen kort beschreven. Naar webpagina [Over SPZA](#). Een meer uitgebreide versie van die webpagina vindt u in dit document.

- 1** [Doelstelling, missie en visie](#)
- 2** [Strategie](#)
- 3** [Toekomstvisie](#)
- 4** [Gedragscodes en richtlijnen](#)
- 5** [Overheadkosten](#)
- 6** [Bestuur en governance](#)
- 7** [Partners in Zuid-Afrika](#)
- 8** [Toegevoegde waarde](#)
- 9** [SWOT- en risicoanalyse](#)
- 10** [Fondsenwerving](#)
- 11** [Communicatie](#)

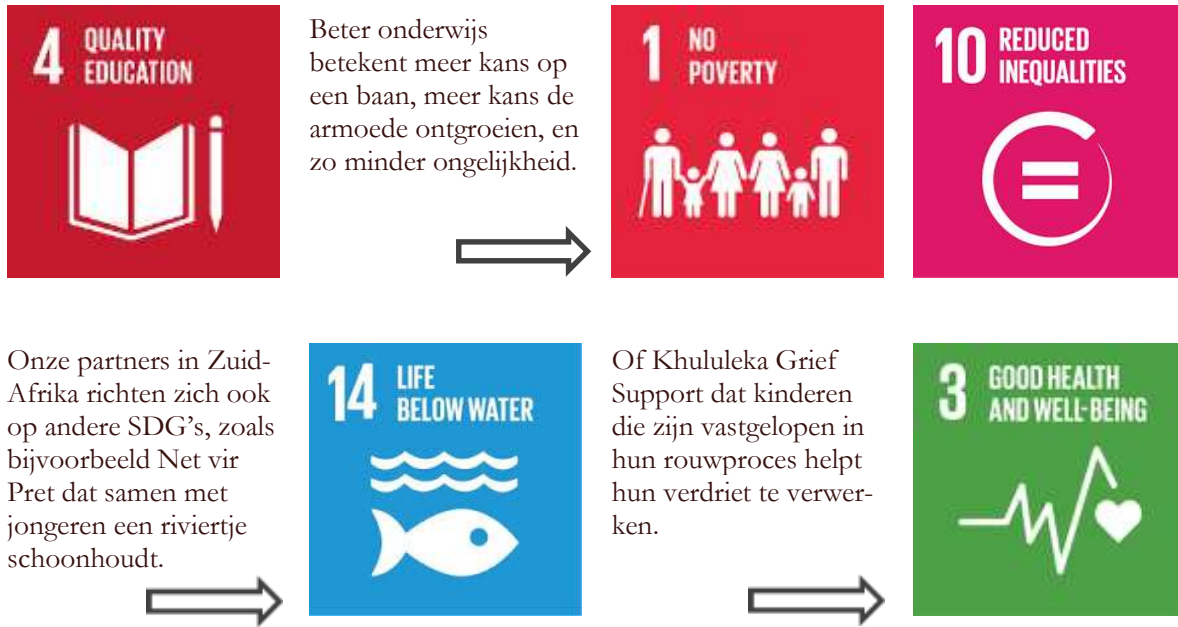
Bijlage: [SPZA en de Transparantprijs](#)

1 Doelstelling, missie en visie

Onze doelstelling is vastgelegd in de statuten. Missie en visie zijn daarop gebaseerd.

Doelstelling

De statutaire doelstelling van Stichting Projecten Zuid-Afrika is: “Bijdragen aan de verbetering van de leefomstandigheden en het toekomstperspectief van kinderen, jongeren en vrouwen in townships in Zuid-Afrika.” We richten ons daarbij op de volgende Sustainable Development Goals (SDG’s):



Missie

De missie van SPZA is:

Bijdragen aan een kansrijke toekomst voor kansarme kinderen en jongeren in sloppenwijken en op boerderijen in Zuid-Afrika door het steunen van onderwijsprojecten:

- Toegang tot onderwijs op kwalitatief betere scholen.
- Extra activiteiten gericht op 'learning and fun' in een veilige omgeving, na school en tijdens de schoolvakanties.
- Empowerment van individuen, scholen en kleine organisaties.

Omdat we ervan overtuigd zijn dat onderwijs de sleutel is voor een kansrijke toekomst hebben we gekozen voor onderwijs als 'core business'. De voormalig minister van Financiën van Zuid-Afrika, Trevor Manuel, noemde onderwijs 'Een sleutel om armoede te verminderen en om economische groei op lange termijn te versnellen.'

Samen met Zuid-Afrikaanse partnerorganisaties willen we kinderen en jongeren hoop geven op een betere toekomst. Onze missie moet gezien worden tegen de achtergrond van de systematische ontmenselijking die decennialang in Zuid-Afrika plaatsgehad. Nelson Mandela beschreef apartheid als: "Morele volkerenmoord, geen dodenkampen, maar de sluipende vernietiging van het zelfrespect van een volk."

Visie

Ons ultieme doel oftewel de visie van Stichting Projecten Zuid-Afrika is:

Kinderen en jongeren in townships en op boerderijen groeien op zonder armoede en ontwikkelen zich tot evenwichtige, zelfverzekerde en sociale volwassenen. Wij denken daarbij aan de Afrikaanse filosofie van Ubuntu. Ubuntu houdt in dat het individu een harmonieus onderdeel is van de gemeenschap waar hij veiligheid, kracht en identiteit aan ontleent. “I am because we are and we are because I am”. (Ik ben omdat wij zijn en wij zijn omdat ik ben.)

Aartsbisschop Desmond Tutu beschreef Ubuntu als de essentie van het mens zijn. Hij zei: “Ubuntu speaks particularly about the fact that you can’t exist as a human being in isolation. It speaks about our interconnectedness. You can't be human all by yourself, and when you have this quality – ubuntu – you are known for your generosity. We think of ourselves far too frequently as just individuals, separated from one another, whereas you are connected and what you do affects the whole world. When you do well, it spreads out, it is for the whole of humanity.”

Meer weten over Ubuntu? Bekijk dan het filmpje waarin Nelson Mandela Ubuntu uitlegt.

Links

- [Statuten](#) (Pdf)
- [Ontstaansgeschiedenis SPZA](#) (Pdf)
- [Nelson Mandela over Ubuntu](#)
- [Van identiteit tot resultaat](#) (Pdf)

2 Strategie

SPZA wil haar doelen bereiken door:

- Bevorderen van (toegang tot) beter onderwijs.
- Vergroten van het publieke bewustzijn.
- Succesvolle fondsenwerving.
- Slagvaardig, doeltreffend en proactief te werk te gaan.

Bevorderen van (toegang tot) beter onderwijs

SPZA maakt zich sterk voor het bevorderen van (toegang tot) beter onderwijs voor kansarme kinderen en jongeren die opgroeien in townships en op boerderijen in Zuid-Afrika. Kernpunten hierbij zijn duurzaamheid, empowerment, ownership en vinger aan de pols.

Duurzaamheid, empowerment en ownership

Onze aanpak is door Cordaid "een modelvoorbeeld van duurzaamheid" genoemd. We streven ernaar onze programma's op een toekomstbestendige manier uit te voeren. Het geldt dat we van donoren ontvangen gebruiken we niet voor noodhulp maar om ontwikkeling op gang te brengen, te ondersteunen en structureel te verbeteren.

Dat doen we door onderwijsprojecten te steunen want onderwijs zien we als de sleutel tot een kansrijke toekomst. We financieren o.a. training en opleiding om de groei van mensen binnen organisaties - en daarmee de ontwikkeling van de organisatie zelf - te bevorderen. We helpen bijvoorbeeld met netwerken (door tips over donoren, websites en organisaties) en we bieden trainings- en opleidingsmogelijkheden aan. We steunen alleen lokale initiatieven waar ownership geen vraag is maar waar het vanzelf spreekt dat de Zuid-Afrikaanse initiatiefnemer ook eigenaar is van het project.

Vinger aan de pols

SPZA zal steeds een vinger aan de pols houden om vast te stellen of een project of organisatie met minder steun of zonder haar verder kan. Dit is tevens een belangrijke graadmeter voor het succes van de inspanningen voor capaciteitsopbouw.

Links

- [Evaluatie workshops fondsenwerving](#) (Pdf).

Vergroten van het publieke bewustzijn

SPZA wil het publieke bewustzijn vergroten over het leefmilieu van kinderen en jongeren in townships en op boerderijen in Zuid-Afrika:

- We geven informatie over het werk van SPZA en dat van haar partners op onze website, via publicaties, websites van andere organisaties, via sociale netwerken (Facebook, Twitter, Youtube en Authorstream) en presentaties.
- We geven informatie over de situatie in Zuid-Afrika, op onze website, in onze jaarverslagen en beleidsdocumenten. Een voorbeeld daarvan is de Eerlijke Wijnlijst. Met de Eerlijke Wijnlijst willen we mensen bewust maken van de werk-, woon- en leefomstandigheden van landarbeiders en hun kinderen op Zuid-Afrikaanse wijnboerderijen. En hoe iedere consument een bijdrage kan leveren aan de verbetering ervan.
- Bestuursleden, stichters en anderen maken mensen in hun eigen netwerk enthousiast voor ons werk.

Succesvolle fondsenwerving

SPZA streeft naar een succesvolle fondsenwerving, op een zorgvuldige en integere manier.

Do ut des

Wij huldigen het 'Do ut des' principe: geef opdat je zult krijgen. Bestuursleden zijn zelf ook donor, treden op als actieve fondsenwerfer en nemen gezamenlijk de organisatiekosten voor hun rekening. Zo kunnen we garanderen dat elke Euro voor tenminste 95% aan kinderen en jongeren in Zuid-Afrika wordt besteed. Dit is tevens een belangrijke toegevoegde waarde.

Bent u benieuwd naar de resultaten die SPZA heeft geboekt? Kijk dan in onze Jaarverslagen.

Links

- [Jaarverslagen](#) (Pdf)

Slagvaardig, doeltreffend en proactief

SPZA wil bekend staan als een slagvaardige, doeltreffende en proactieve organisatie, die in samenwerking met andere organisaties professioneel opereert, en die door donoren ook als zodanig wordt herkend.

- We ontwikkelen onze eigen professionaliteit (lerende organisatie, openstaan voor de mening van anderen, vakliteratuur bijhouden en deelnemen aan sociale netwerken, cursussen en workshops).
- We werken samen met andere organisaties en kiezen voor win-win partnerschappen. Een partnerschap moet een duidelijke financiële en/of operationele meerwaarde bieden zoals expertise, middelen en/of overname van taken. We bevorderen samenwerken en netwerken tussen organisaties, zowel in Nederland als in Zuid-Afrika.
- Beroeps- en brancheverenigingen in de goede doelen sector volgen we kritisch. We onderzoeken de meerwaarde van lidmaatschappen en we houden ons aan gedragscodes en richtlijnen.
- We streven naar transparantie. De jaarstukken van SPZA worden getoetst door een accountant, het CBF en de Belastingdienst.
- We kijken naar de toekomst op korte en lange termijn.
- We identificeren risico's en proberen die zo goed mogelijk op te vangen door beheersmaatregelen te treffen.
- We blijven kritisch kijken naar ons eigen functioneren en dat van onze partnerorganisaties door te monitoren en te evalueren.
- Ontwikkelingen, zoals maatschappelijke ontwikkelingen of ontwikkelingen in het overheidsbeleid, in Zuid-Afrika en in Nederland, houden we in het oog.
- We streven ook naar duurzaamheid in bredere zin. Meer daarover in de paragraaf Toegevoegde waarde.

Links:

- [Van identiteit tot resultaat](#) (Pdf)
- Paragraaf Toegevoegde waarde >> [Duurzaamheid](#)

3 Toekomstvisie

Kijkend naar de toekomst maken we plannen op twee niveaus: korte termijn en middellange termijn.

- Korte termijn: plannen voor 2020. Zie Beleidsplan 2020.
- Middellange termijn. We gaan de komende jaren onze exitstrategie tevens richten op de opheffing van Stichting Projecten Zuid-Afrika.

Links:

- [Beleidsplan 2020](#) (Pdf)

4 Gedragscodes en richtlijnen

We houden ons aan gedragscodes en richtlijnen voor goede doelen. De meeste gedragscodes zijn bedoeld om het vertrouwen van het publiek in fondsenwervende organisaties te bevorderen. Het gaat daarbij om de manier waarop donateurs worden behandeld (bv. respect, privacy), de wijze van fondsenwerving (wetgeving naleven, betrouwbare informatie, kostenbewustzijn) en de nazorg (transparante rapportage, goede besteding). Ook aandacht en waardering voor vrijwilligers wordt genoemd. De ePhilanthropy Code gaat vooral over gedragsregels voor het gebruik van internet door goede doelen.

SPZA houdt zich vrijwillig aan de volgende gedragscodes en richtlijnen:

- **Vereniging van Fondsenwervende Instellingen (VFI):**
 - Richtlijn reserves goede doelen. Conform deze richtlijn bouwen we niet onnodig reserves op.
 - Richtlijn financieel beheer goede doelen. Deze richtlijn heeft betrekking op reserves en fondsen en het verantwoord beheer daarvan. Wij hadden al ver vóór deze richtlijn werd gepubliceerd onze tegoeden ondergebracht bij de twee duurzame banken van Nederland: Triodos en ASN. Zie de link hieronder voor meer informatie over duurzame banken.
 - Richtlijnen bij de afwikkeling van een nalatenschap waarin een 'goed doel' als erfgenaam of als legataris gerechtigd is. De richtlijn is ook bedoeld voor notarissen.
- **Instituut Fondsenwerving (IF):**
 - Gedragscode voor fondsenwerving. Er is inmiddels in het kader van het nieuwe Validatiestelsel een nieuwe gedragscode ontwikkeld, de Gedragscode SBF.
 - Richtlijn werving nalatenschappen.
 - Richtlijn grote giften werving.
- **Partos**, Branchevereniging voor Internationale Samenwerking, gedragscode 2012.
- **ePhilanthropy** Code of Ethics.
- **Code Wijffels** (Commissie Goed Bestuur voor Goede Doelen). Deze code passen we toe behoudens drie afwijkingen.
 - 1) We maken geen gebruik (meer) van de diensten van een accountant, maar we hebben een Kascommissie.
 - 2) Bestuursleden worden voor vijf jaar (her)benoemd.
 - 3) Het aantal herbenoemingen is niet statutair vastgelegd en is in principe onbeperkt.Een belangrijke aanbeveling in de Code Wijffels richt zich op het beheren van risico's. Lees meer over onze risicobeheersing in de paragraaf SWOT- en risicoanalyse.
- **CBF**. Als goed doel erkend door het CBF houden we ons aan de richtlijnen van het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF). Het CBF bepaalt o.a. dat goede doelen niet meer dan 25% van

hun inkomsten aan fondsenwerving mogen besteden. Bij SPZA is dat aanzienlijk minder. Daarover meer in de volgende paragraaf die over Overheadkosten gaat.

- **Belastingdienst.** De ANBI-status (Algemeen Nut Beogende Instelling) verplicht ons te voldoen aan de richtlijnen van de Belastingdienst. We hebben o.m. een speciale ANBI pagina op de website.
- **Raad voor de Jaarverslaggeving.** Onze jaarrekening wordt opgesteld conform Richtlijn (650) Verslaggeving voor fondsenwervende instellingen van de Raad voor de Jaarverslaggeving.
- **Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG).** Wij hebben conform de AVG ons privacybeleid toegelicht.
- **Eigen richtlijnen.**
 - Bij onze fondsenwerving of communicatie gebruiken we geen betaalde intermediairs..
 - We streven naar een strikt post-op-maat beleid waarbij we willen voorkomen dat donateurs en andere belanghebbenden worden lastiggevallen met ongevraagde post en telefoontjes. Dat is trouwens ook veel te duur voor een kleine organisatie.

Links

- [ANBI-pagina](#)
- Over duurzame banken: [Eerlijke bankwijzer](#)
Loesje over duurzame banken: “Ik gaf ze een hand en kreeg al mijn vingers terug.”
- Paragraaf [Overheadkosten](#)
- Paragraaf [SWOT- en risicoanalyse](#)
- AVG en privacy: [Webpagina Privacy](#) en [Dossier Privacy SPZA](#)

5 Overheadkosten

We willen de overheadkosten zo laag mogelijk houden. De afgelopen jaren kwamen we niet boven de 2%. Alle donaties via iDEAL komen voor tenminste 95% ten goede aan de projecten.

Geef en Kinder rekenen voor donaties via hen resp. 5-6% en 8% aan kosten.

We verantwoorden alle kosten in de jaarrekening.

Tot onze overhead rekenen we de volgende kostenposten:

- **Bankkosten.** Bankkosten worden gedekt door een jaarlijkse, geormerkte gift van een donor.
- **Bestuurskosten.** Vacatiegelden en (onkosten)vergoedingen worden niet verstrekt. Bestuursleden doen hun werk voor eigen rekening en risico, ook tijdens werkbezoeken in Zuid-Afrika.
- **Communicatiekosten.** Omdat onze communicatie vooral gericht is op fondsenwerving vallen de communicatiekosten onder fondsenwerving.
- **Fondsenwervingskosten.** Fondsenwervingskosten komen slechts deels ten laste van SPZA, omdat bestuursleden de door hen gemaakte kosten fondsenwerving (en communicatie) uit eigen zak betalen. Dit betreft in hoofdzaak kosten voor kantoormaterialen, porto, telefoon/fax en reizen.. De overige fondsenwervingskosten, bijvoorbeeld van transacties via iDEAL en GeefGratis worden in de boekhouding verantwoord.
En dan zijn er nog de hostingkosten voor de website en de kosten van de domeinnamen. De kosten voor transacties, website en domeinnamen worden gedekt door een jaarlijkse, geormerkte gift.
- **Lidmaatschappen en keuringen.** Dit betreft lidmaatschappen van de Kamer van Koophandel en van brancheorganisatie Partin en keuringen door het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF). Deze kosten worden gedekt door een jaarlijkse, geormerkte gift.
- **Personeelskosten.** SPZA heeft geen betaald personeel in dienst. Alle ondersteunende vakspecialisten doen hun fantastische werk pro bono.

Links

- Jaarrekeningen en Jaarverslagen op de [webpagina Publicaties](#).

6 Bestuur en governance

In deze paragraaf geven we meer informatie over het bestuur. Maar we gaan ook in op besturingsmodel, taken en bevoegdheden. In de Verantwoordingsverklaring zijn diverse zaken rond governance en bestuur formeel vastgelegd.

Besturingsmodel

Als besturingsmodel is gekozen voor het ‘one tier-model’, ook wel het monistisch bestuursmodel genoemd, waarbij bestuur en toezicht worden verdeeld over uitvoerende en toezichthoudende bestuurders. Bij de keuze van het besturingsmodel is rekening gehouden met de aard van de stichting: Particulier Initiatief (PI) en de omvang van de stichting: klein bestuur ondersteund door een aantal vakspecialisten. Het interne en externe toezicht is als volgt gewaarborgd:

Intern toezicht door:

- Intern scheiden van de functies bestuur en toezicht door het ‘vierogensysteem’ toe te passen. Lees meer in de paragraaf Taakverdeling.
- Onafhankelijkheid (vastgesteld in de statuten, conform de eisen van het CBF).
- Gebruikmaken van bevoegdheden als informeren, initiëren, adviseren, goedkeuren, stellen van kwaliteitseisen en evalueren.

Extern toezicht door:

- Kascommissie. De Kascommissie controleert alleen de jaarrekening en voert geen nevenwerkzaamheden uit.
- De Belastingdienst en het CBF. Dit toezicht is gericht op transparantie, openbaarheid en handhavingsbevoegdheden. SPZA is sinds 2002 door de Belastingdienst erkend als Algemeen nut Beogende Instelling (ANBI). Sinds 2004 hebben we een keurmerk van het CBF.

Taken en bevoegdheden

In de Statuten zijn uitgebreide bepalingen opgenomen over het bestuur, bestuursbesluiten, bestuursbevoegdheid, bestuurslidmaatschap en vertegenwoordiging. Bepaald is o.a. dat het bestuur uit tenminste vijf leden bestaat en dat bestuursleden gezamenlijk bevoegd zijn.

Ook het voorkomen van belangverstrengeling of onverenigbaarheid van functies is – conform de vereisten van het CBF – statutair geregeld. Indien een dergelijke situatie optreedt dient dit in de bestuursvergadering te worden gemeld en zal het betreffende bestuurslid zich van beraadslaging en stemming onthouden.

Bestuursvergaderingen

Het bestuur vergadert zo vaak als nodig, in persoon of telefonisch. Van elke vergadering worden notulen gemaakt. De belangrijkste onderwerpen zijn: programma's, projecten en partners (monitoring, evaluaties, nieuwe aanvragen), bestuur en organisatie (ontslagen en benoemingen, eigen functioneren, vooruitkijken op korte en lange termijn, communicatie en fondsenwerving), (meer)jaarstukken (planning/begroting, taakverdeling, vaststelling).

Het bestuur stelt jaarlijks de volgende stukken vast:

- Jaarrekening en jaarverslag over het voorgaande jaar. Gestreefd wordt naar publicatie op de website in maart of april.
- Begroting voor het komende jaar. Vast te stellen in september-oktober van het lopende jaar. Tevens publicatie op de website.
- Beleidsplan voor het komende jaar. Vast te stellen in september-oktober van het lopende jaar. Publicatie op de website.

Taakverdeling

De voorzitter zit bestuursvergaderingen voor en vertegenwoordigt het bestuur naar buiten.

De secretaris maakt elk kwartaal een overzicht van alle correspondentie, nieuwe projectaanvragen, ontvangen rapporten, publicaties, interessante websites, contacten met partners en anderen. In samenwerking met de voorzitter en een vakspecialist maakt de secretaris twee keer per jaar een nieuwsbrief. De penningmeester maakt elke maand een overzicht van de financiële stand van zaken en elk halfjaar een uitgebreid overzicht met een analyse t.o.v. van de begroting. De overzichten helpen alle bestuursleden om goed op de hoogte te blijven van de 'ins' en 'outs'. Omdat de stukken digitaal worden aangeleverd beschikt elk bestuurslid over een compleet archief waarin bij vragen makkelijk iets kan worden opgezocht. Bestuursleden die (nieuwe) partners en projecten bezoeken brengen daarover schriftelijk verslag uit aan het bestuur.

Bestuursleden zijn in tweetallen als portefeuillehouder eerste aanspreekpunt voor een van de drie programmaportefeuilles:

- Beter Basisonderwijs
- Buitenschoolse Opvang
- Studiefinanciering.

Penningmeester en secretaris hebben toegang tot de bankrekeningen. Internationale overschrijvingen worden door twee bestuursleden geaccordeerd.

Benoemingen

In verband met de aanstaande exit is besloten bestuursvacatures niet meer te vervullen. Na het vertrek van Katie Oost op 2 april 2020 zijn er twee vacatures.

Zittend bestuur, functies en nevenfuncties

Het bestuur bestaat uit zes leden (er zijn twee vacatures). Met vier vrouwen is de verdeling qua gender niet in evenwicht. Onze pogingen om meer mannelijke bestuursleden te werven zijn (nog) niet gelukt.

Riekje de Vries-Pels, voorzitter. Vanaf 12/06/2008 direct betrokken bij SPZA als voorzitter, maar vanaf de start van de stichting donateur en zeer geïnteresseerd. Is diverse keren in Zuid-Afrika geweest en heeft daar projecten en partners bezocht. In 2019 herbenoemd tot 12/06/2023. Niet meer werkzaam, geen relevante nevenfuncties.

Martje Nooij, secretaris. Sinds 1997 actief in Zuid-Afrika. Stond aan de wieg van het holiday schools model. Startte op 17/04/2000 als voorzitter, is sinds 2004 secretaris. Woonde en werkte in Zuid-Afrika en beschikt daar over een uitgebreid netwerk. In 2020 herbenoemd tot 17/04/2025. Niet meer werkzaam. Relevante nevenfunctie: adviseur van een fonds op naam bij de Koning Boudewijn Stichting.

Petra Lasschuit, penningmeester. Heeft tussen 1989 en 2001 in zuidelijk Afrika gewoond en heeft daar gewerkt op het gebied van duurzame ontwikkeling. Bestuurslid sinds 21/06/2006. In 2016 herbenoemd tot 21/06/2021. Werkzaam bij het Ministerie van Binnenlandse Zaken. Geen relevante nevenfuncties.

Diet Grosheide, vice-voorzitter. Heeft in 2003 een maand als vrijwilliger gewerkt bij een van de partners van SPZA in Zuid-Afrika. Sindsdien betrokken bij diverse projecten in Zuid-Afrika op het gebied van ontwikkeling en scholing van kinderen en jongeren. Gaat jaarlijks naar Zuid-Afrika. Bestuurslid sinds 18/01/2004. In 2019 herbenoemd tot 18/01/2024. Niet meer werkzaam. Relevante nevenfunctie: bestuurslid Stichting LeWeZa (LeerWerkplaats Zuid-Afrika).

Twee vacatures, algemeen bestuurslid.

Het bestuur wordt bijgestaan door **Herman van Wissen** die als adviseur gevraagd en ongevraagd advies geeft.

Rooster van aftreden

Naam bestuurslid	Functie	(Her)benoemd tot
R. de Vries-Pels	Voorzitter, portefeuille BSO	2023-06-12 herbenoembaar
M. Nooij	Secretaris, portefeuille SF en BBO	2020-04-17 herbenoembaar
P. Lasschuit	Penningmeester, portefeuille SF	2021-06-21 herbenoembaar
D. Grosheide	Vice-voorzitter, portefeuille BSO	2024-01-18 herbenoembaar
K. Oost	lid	2020-04-02 niet herbenoembaar

Bestuursmutaties afgelopen vijf jaar

- 2 april 2020: Katie Oost treedt af.
- 7 januari 2017: Frits Jansen treedt af.
- 2 april 2015: Katie Oost wordt benoemd.

Evaluatie eigen functioneren

Het bestuur evalueert haar eigen functioneren regelmatig in bestuursvergaderingen. Op basis van een uitgebreide risicoanalyse hebben we diverse besluiten genomen over een aangepaste inrichting van werkzaamheden en procedures. Tevens hebben we de Quick Scan Good Governance van Claassen, Moolenbeek en Partners afgerond en op basis daarvan vastgesteld dat we op twee punten minder goed scoren:

- Juridische competentie. Juridische competentie is er niet. We denken echter dat dit voor SPZA geen toegevoegde waarde zou hebben. We doen veel ad hoc, maar dat is inherent aan de manier waarop we werken, en dat is ook onze kracht, dat flexibel inspelen op vragen. Onze beoordelingen zijn kwantitatief en intuïtief. Bestuursleden hebben een groot netwerk en we kunnen zo nodig ad hoc om advies vragen.
- Vrijwilligersbeleid. We hebben geen vrijwilligersbeleid geformuleerd. Contacten met de vrijwilligers die zich op basis van specifieke competenties en vaardigheden bij ons hebben gemeld zijn ad hoc. We vragen hen een klus te doen en werken in die periode nauw samen.

Links

- [Verantwoordingsverklaring](#) (Pdf)
- Jaarstukken, begroting, beleidsplan en meerjarenplan zie [webpagina Publicaties](#)

7 Partners in Zuid-Afrika

De gestelde doelen worden niet door ons gerealiseerd door zelf in Zuid-Afrika projecten uit te voeren maar door partnerorganisaties in Zuid-Afrika, NGO's en scholen, te ondersteunen. Daarbij gaat het zowel om materiële als om niet-materiële steun (bv. workshops over fondsenwerving en netwerken, adviezen en tips over andere donoren en organisaties, publicaties, websites). Er zijn veel projecten, scholen en andere organisaties in Zuid-Afrika die steun nodig hebben. In verband met haar exitstrategie gaat SPZA vanaf 2020 geen nieuwe partnerschappen meer aan, maar wil zich concentreren op een verantwoorde en duurzame exit bij bestaande partners. Dat betekent o.a. nog meer aandacht voor capaciteitsopbouw.

Selectiecriteria

Voor de selectie van projecten en partners hebben we de volgende selectiecriteria gebruikt:

- **Doelgroep:** kinderen, jongeren en vrouwen in townships en op boerderijen. De eerste jaren werkten we alleen voor kinderen, jongeren en vrouwen in townships. Uit reacties van lokale partners bleek dat de omstandigheden op veel (wijn)boerderijen in Zuid-Afrika zeer slecht zijn. Ook kinderen van landarbeiders op boerderijen hebben grote behoefte aan meer en beter onderwijs.
- **Regio:** Provincie Westkaap (zuidwesten van Zuid-Afrika). Omdat we tijdens onze bezoeken aan Zuid-Afrika zoveel mogelijk partners willen zien, beperken we ons tot partners in de Westkaap Provincie. Maar we steunen deze partners ook als ze projecten in andere provincies hebben.

- **Organisatie:** NGO's (niet-gouvernementele organisaties), NPO's (non-profit organisaties) en scholen. We werken ook samen met organisaties in opbouw die nog geen NGO of NPO zijn. We steunen bij voorkeur kleine organisaties en scholen.
- **Activiteiten:** activiteiten moeten passen bij onze drie programma's: buitenschoolse opvang, beter basisonderwijs of studiefinanciering.
- **Ownership:** we steunen initiatieven van de mensen zelf. Dat houdt voor ons in dat ook lokaal wordt bijgedragen. Bijvoorbeeld: vrijwilligers die meehelpten, een kerk die ruimte beschikbaar stelt, een sportclub die materialen uitleent, winkels die korting geven, buurtbewoners die een inzamelingsactie organiseren.
- **Capaciteitsopbouw:** we weten dat geld niet het enige middel is om projecten van de grond te krijgen. Daarom geven we de voorkeur aan projecten waar capaciteitsopbouw (empowerment) centraal staat. We helpen ook met het delen van kennis, ervaring en 'best practices' en het geven van (zelf)vertrouwen en waardering. Voor ons houdt capaciteitsopbouw in dat mensen en organisaties hun eigen talenten en kracht leren ontdekken en ontwikkelen. Soms geven we in plaats van subsidie een garantie. We beloven onze partner dan om een deel van een eventueel tekort voor onze rekening te nemen. Voor partners is dit een extra stimulans om fondsen te werven. Voor ons blijkt deze aanpak kostenverlagend te werken. Alleen bij hoge uitzondering financieren we meer dan 50% van de projectbegroting. Sinds 2004 bieden we partners workshops over fondsenwerving en netwerken aan. Diverse partners namen deel aan de eerste Change the Game training in 2016.
- **Recycling:** recycling en hergebruik van materialen vinden we belangrijk. Organisaties die milieuen kostenbewust werken hebben bij ons een streepje voor. We stimuleren onze partners om op holiday schools entree te heffen. Dat kan met geld, maar ook met recyclingmateriaal.
- **Transparantie:** de informatie die wordt gegeven en de manier waarop onze vragen worden beantwoord vinden we een belangrijke graadmeter voor de transparantie van een organisatie. Als we met vragen of onduidelijkheden blijven zitten gaan we (nog) niet met een organisatie in zee.

Communicatie

Een partnerschap staat of valt met een goede communicatie. We vragen onze Zuid-Afrikaanse partners om eerlijke en realistische rapportages en moedigen hen aan om leer- en verbeterpunten te benoemen. We wisselen jaarstukken met elkaar uit en een uitgebreid profiel van onze organisaties. Omdat daar gevoelige informatie in staat bv. over salarissen, verstrekken we de profielen niet zonder toestemming van de partner aan derden. Ons eigen profiel staat op de website.

Ook van partners die (nog) geen financiële steun hebben gekregen vragen we informatie over hun organisatie. Ons beleid is dat we partners ruim de kans geven om informatie aan te leveren en dat bij herhaaldelijk in gebreke blijven het partnerschap wordt gestaakt.

Onze partners zijn bij uitstek de kenners van de cultuur en de context in Zuid-Afrika. Dat is naast hun enthousiasme en professionaliteit een belangrijke toegevoegde waarde. We hebben regelmatig contact per telefoon, fax en e-mail. Persoonlijke bezoeken vinden we om de volgende redenen belangrijk:

- Organisaties krijgen een gezicht, dat verstevigt de banden.
- Meestal nemen diverse medewerkers (en bestuursleden) deel aan de bespreking. Dat levert extra informatie op en extra contactmogelijkheden.
- Communicatieproblemen kunnen snel worden opgelost en misverstanden uit de weg geruimd.
- Er is meer kans op direct contact met de doelgroep, bv. tijdens projectbezoek of omdat jonge vrijwilligers aan de bespreking deelnemen.
- Bij contacten met partners stellen we ook ons eigen functioneren ter discussie.

Hoe we partners ondersteunen

We steunen onze partners op diverse manieren:

- We geven financiële steun maar alleen als anderen dat ook doen. We willen geen afhankelijkheid. Verder moedigen we partners aan om lokale vrijwilligers in te zetten en om te onderhandelen met leveranciers. Gemaakte afspraken worden schriftelijk in een overeenkomst vastgelegd en door beide partijen ondertekend. Van de Zuid-Afrikaanse partner vragen we een handtekening van de directeur en van de voorzitter van het bestuur.

- We stellen ons netwerk beschikbaar en helpen met het leggen van contacten tussen partners en andere donoren. Tevens verstrekken we desgevraagd een aanbevelingsbrief.
- We delen informatie en moedigen partners aan om dat ook onderling te doen. Enkele malen per jaar maken we een speciale nieuwsbrief voor onze partners (en andere belangstellenden) met informatie over partners, tips over websites, publicaties en donororganisaties. Ook partners leveren daar informatie voor aan.

Monitoring, evaluatie en rapportage

Monitoring, evaluatie en rapportage zijn belangrijke instrumenten waarmee we een 'vinger aan de pols' houden. We vragen onze partners om schriftelijk te rapporteren. Dat kan met een eigen format of met ons rapportageformulier.

Links

- [Profielformulier partners](#) (Pdf)
- [Profielformulier SPZA](#) (Pdf)
- [Evaluatie Workshops fondsenwerving en netwerken](#) (Pdf)
- [Rapportageformulier buitenschoolse opvang](#) (Pdf)

8 Toegevoegde waarde

Tot onze toegevoegde waarde rekenen we:

- ons succes bij de Transparantprijs
- de manier waarop we impact meten
- bevordering vrijwilligerswerk onder townshipjeugd
- streven naar duurzaamheid
- onze kennis van en netwerk in Zuid-Afrika.

Transparantprijs

Stichting Projecten Zuid-Afrika heeft jarenlang hoge ogen gegooid bij de Transparantprijs in de categorie kleine organisaties. Driemaal gingen we met deze felbegeerde prijs naar huis die sinds 2004 wordt uitgereikt voor het meest transparante jaarverslag. Van het commentaar van de Jury hebben we veel geleerd. Een paar citaten uit het Juryrapport 2011 en 2012:

"Het jaarverslag scoort hoog op gedegenheid, soberheid in vormgeving en de wijze waarop de impact gecommuniceerd wordt. ... De gedegenheid leidt echter wel tot zeer veel informatie. Aandachtspunt is met name om compacter te rapporteren waardoor de impact van het verslag toeneemt."

"In het verslag wordt veel aandacht geschonken aan de impact die de stichting gemaakt heeft. Daarnaast biedt het verslag een evenwichtig beeld van positieve ontwikkelingen en gebeurtenissen enerzijds en leer- en verbeterpunten anderzijds."

Op de webpagina Publicaties vindt u onze meest recente jaarstukken. In Bijlage 1 vindt u meer informatie over onze relatie met de Transparantprijs.

Impactmeting

We rapporteren over het effect van ons werk op de doelgroep en op de maatschappij. De Jury van de Transparantprijs zei daarover: "De wijze waarop u als kleine instelling helderheid verschaft over de wijze waarop u de impact meet, kan worden gezien als een best-practice voor vele andere organisaties."

Om het effect op maatschappij en doelgroep te beschrijven gebruiken we twee verschillende Nederlandse methodes:

- Performance Prediction Scan (PPS).
- Indicatieve Impact Score (IIS).

Meer informatie vindt u in Impact.

Als u liever cijfers wilt zien over output (bijvoorbeeld hoeveel kinderen er naar Holiday Schools gingen), bekijk dan onze jaarverslagen op de webpagina Publicaties.

Vrijwilligerswerk door townshipjeugd

Samen met partners en doelgroep hebben we diverse werkmodellen ontwikkeld. Die worden ook door anderen gebruikt en verder ontwikkeld. Een voorbeeld is het werkmodel voor kleuterscholen dat we samen met het CECD ontwikkelden. Een ander voorbeeld is het holiday schools model dat we samen met townshipjongeren maakten. Belangrijk onderdeel van het holiday schools model is vrijwilligerswerk door townshipjeugd. Vele honderden jongeren hebben zo werkervaring opgedaan. Een van hen zei: "You gave me skills, I use them every day." Cordaid noemde onze aanpak "een modelvoorbeeld van de ontwikkeling naar duurzaamheid inclusief zelfvoorziening".

Een boekje en een presentatie over het Holiday schools model staan op onze website.

Duurzaamheid

“We moeten naar een nieuw bewustzijn waarin respect voor leven centraal staat, het menselijke en al het andere. Ecologie en het sociale zijn geen randvoorwaarden meer voor een goede economie, maar de basis van een gezonde economie.” *Herman Wijffels*

We practice what we preach: duurzaamheid is voor ons geen modewoord.

- We hebben alleen rekeningen bij duurzame banken: Triodos en ASN. In Zuid-Afrika bestaan helaas nog geen duurzame banken. Voor internationale betalingen maken we gebruik van de diensten van INTLFCStone, een bedrijf dat voor vele duizenden goede doelen onderhandelt over gunstige koersen en het mogelijk maakt om gelden rechtstreeks, zonder bankkosten, aan partners in Zuid-Afrika over te maken. Het beleid is vastgelegd in een intern Treasury Statuut.
- We drukken zo weinig mogelijk publicaties af maar bieden ze digitaal aan en houden de bestanden zo klein mogelijk.
- We hebben geen kantoor maar werken en vergaderen bij bestuursleden thuis.
- Lokale professionele en enthousiaste organisaties runnen de projecten en hoeven niet constant te worden aangestuurd door heen en weer vliegende Nederlandse 'experts'.
- Bestuursleden reizen in Nederland zoveel mogelijk per openbaar vervoer. We vergaderen ook telefonisch of via Skype, dat bespaart zowel reiskosten als tijd.
- We hebben vanaf het begin recycle materiaal als alternatief betaalmiddel geïntroduceerd voor de entree op holiday schools. Omdat we vinden dat ieder kind moet kunnen meedoen, ook als er geen geld is.
- We hebben jaren de Eerlijke Wijnlijst uitgegeven, een overzicht van mens- en milieuvriendelijke wijnproducenten in Zuid-Afrika. We raden consumenten aan om deze duurzaam geproduceerde wijn te kopen.

Kennis van Zuid-Afrika

We kennen de situatie in Zuid-Afrika goed mede dankzij bestuursleden die er gewoond en gewerkt hebben en dankzij een uitgebreid netwerk. Op de website en in beleidsdocumenten geven we informatie over de situatie in Zuid-Afrika, toegespitst op onze doelgroep.

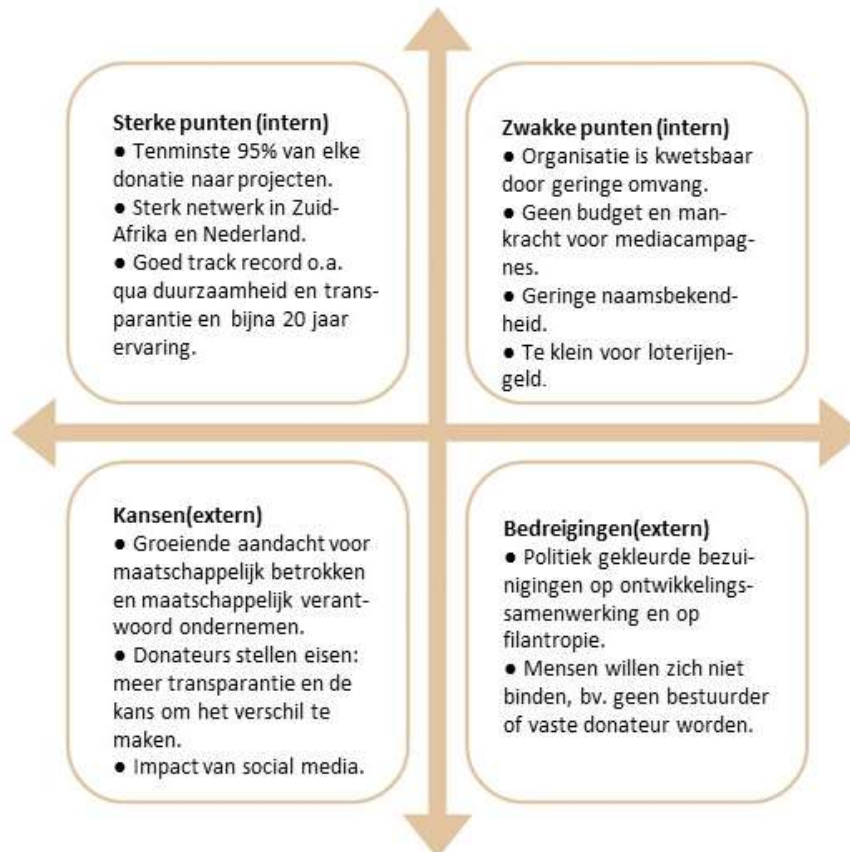
Links:

- [Webpagina Publicaties](#)
- [Impact](#) (Pdf)
- Boekje [Holiday Schools model](#) (Pdf)
- Presentatie [Holiday Schools model](#) (Pdf)

9 SWOT- en risicoanalyse

SWOT-analyse

Onderstaand onze SWOT analyse, een overzicht van sterke punten (Strengths), zwakke punten (Weaknesses), kansen (Opportunities) en bedreigingen (Threats).



Risicoanalyse

Het herkennen van en actief omgaan met risico's is een voorwaarde voor een goed functionerende organisatie. Risico's zijn echter niet te vermijden en moeten soms worden geaccepteerd om de organisatie in staat te stellen haar doelstellingen te bereiken. Met een goede bewaking van de risico's en regelmatige bijsturing proberen we te voorkomen dat er schade ontstaat.

In onze jaarverslagen hebben we steeds een aantal risico's benoemd. We hebben extra tijd gestoken in een uitgebreide risicoanalyse. Wij zijn door Anton van Roosmalen, PWC Utrecht, ingewijd in de 'ins' en 'outs' van risicoanalyse. Wij zijn PWC daarvoor veel dank verschuldigd.

Met de verworven kennis zijn we daarna als bestuur aan de slag gegaan.

In onze risicoanalyse hebben we omgevingsrisico's, organisatorische risico's, personele risico's en ICT-risico's onderscheiden. Per categorie hebben we:

- Alle risico's in kaart gebracht.
- Beredeneerd hoe groot de kans op deze risico's is en hoe groot de schade zou kunnen zijn
- Geïventariseerd welke maatregelen er al getroffen waren en welke aanvullende acties er nodig zijn.
- Een aantal reële risico's nader bekeken en gezocht naar oplossingen om deze risico's en hun impact te minimaliseren.
- Een prioritering aangegeven.

Conclusies risicoanalyse

Bij geen van de categorieën vonden we risico's die we groot en onbeheersbaar achten. Om mogelijke risico's te verlagen c.q. de gevolgen te beperken hebben we een aantal beheersmaatregelen benoemd. Hoewel we al veel maatregelen hadden getroffen meenden we dat op een aantal punten extra maatregelen nodig waren. Ons grootste risico is de afhankelijkheid van bestuursleden op sleutelposities. Met de bestaande maatregelen die voorzien in een adequate informatievoorziening van alle bestuursleden menen we de risico's en de impact ervan beperkt te houden:

- De secretaris maakt elk kwartaal een verslag voor het bestuur. Daarin worden alle in- en uitgaande stukken vermeld, telefonische en andere contacten, analyse van websitebezoek, interessante publicaties en bijeenkomsten, samenvatting van ontvangen projectvoorstellen. Alle bestuursleden leveren daarvoor relevante informatie aan. De verslagen worden besproken in een bestuursvergadering.
- Er worden regelmatig back-ups gemaakt, ook van alle e-mailverkeer.
- De penningmeester maakt elke maand een overzicht van inkomsten en uitgaven en elk (half)jaar een uitgebreid overzicht met toelichting en analyse voor het bestuur. Het maandoverzicht wordt op de website gezet (Vinger aan de Pols). (Half)jaaroverzichten worden besproken in een bestuursvergadering.
- Van de boekhouding bestaat per jaar een dossier in hard copy en vanaf 2006 is alles ook digitaal beschikbaar. Dossiers en back-ups worden door de penningmeester bewaard.
- Jaarlijks wordt een digitaal dossier gemaakt voor de Kascommissie waarin alle relevante stukken van het boekjaar zijn opgeslagen. Zowel penningmeester als secretaris beschikken over een kopie van dit dossier.
- Penningmeester en secretaris zijn beiden gemachtigd om de bankrekeningen te beheren.

Extra maatregelen

Op basis van de risicoanalyse hebben we de volgende extra maatregelen genomen:

- De procedures voor mutaties, afschriften en opheffing van rekeningen zijn beschreven en aan alle bestuursleden verstrekt.
- Extra kopieën van de boekhouding en onderliggende stukken zullen bij de secretaris in bewaring worden gegeven.
- Relevant hard copy archiefmateriaal zal worden gedigitaliseerd en bij twee bestuursleden in bewaring worden gegeven.
- Per jaar zal een extra back-up worden gemaakt van alle relevante stukken en bij twee bestuursleden in bewaring worden gegeven.
- De secretaris zal een actueel overzicht van lopende overeenkomsten toevoegen aan het kwartaalverslag voor het bestuur.

We zijn ons ervan bewust dat beheersing van risico's niet wil zeggen dat er geen risico's meer zijn. We zullen jaarlijks onze risicoanalyse nalopen en actualiseren.

10 Fondsenwerving

Stichting Projecten Zuid-Afrika is een fondsenwervende organisatie. Wij zijn geheel afhankelijk van giften en subsidies. Fondsen worden geworven bij particulieren, bedrijven en organisaties. Voor steun van overheden of goederdoelenloterijen komen we niet in aanmerking.

Incidentele en structurele fondsenwerving

We onderscheiden incidentele en structurele fondsenwerving. Incidentele fondsenwerving zal met het oog op de exitstrategie per 2021 worden gestaakt,

Onder **incidentele fondsenwerving** verstaan we:

- Projectvoorstellen. We vragen financiële en materiële steun als er geld nodig is voor een specifiek project of programma. We dienen dan bij een of meer organisaties of fondsen een projectvoorstel in.
- Acties van particulieren en organisaties moedigen we aan. Bestuursleden zijn soms persoonlijk aanwezig om de actie te ondersteunen of om de opbrengst in ontvangst nemen.
- Presentaties. Op uitnodiging geven we een presentatie.

Onder **structurele fondsenwerving** verstaan we:

- Sponsorouders van kinderen op basisscholen sturen we jaarlijks informatie: schoolrapport, foto en een werkje. We vragen hen om het sponsorouderschap voort te zetten en we moedigen hen aan om een periodieke schenking te regelen door op het belastingvoordeel te wijzen. In het document 'Fiscaal voordelig geven' bieden we een overzicht van alle mogelijkheden. Donateurs die een notariële schenking hebben gedaan vragen we na afloop van de termijn of ze een nieuwe schenking willen laten vastleggen. Vanaf 2014 kan dat met een formulier van de Belastingdienst, de Modelovereenkomst, zonder notariskosten. Via onze website en de social media (Twitter, Facebook, YouTube en Authorstream) moedigen we bezoekers aan te doneren.
- Websites van derden. We staan op de websites van een aantal overkoepelende organisaties, soms met de mogelijkheid om daar online te doneren. Bijvoorbeeld: Kennisbank Filantropie, Geef, PifWorld en Allegoededoelen.
- Het Oranje Fonds heeft ons geaccepteerd als beneficiënt van het TGE netwerk (Pdf) waardoor buitenlandse belastingbetalers hun gift in eigen land van de belasting kunnen aftrekken.

Overheidssubsidie en loterijgeld

We ontvangen geen overheidssubsidie uit de slinkende pot voor ontwikkelingssamenwerking, o.a. omdat we niet in een alliantie zitten en omdat we in slechts één land actief zijn. Voor loterijen zijn we te klein, die houden een ondergrens aan van minimaal € 1 miljoen aan eigen inkomsten en dat halen we bij lange na niet. Er is echter één uitzondering. Sinds 2012 verstrekt de Nationale Postcodeloterij de aan de Transparantprijs verbonden geldprijs. Zo hebben we via die omweg toch nog loterijgelden ontvangen.

Principes fondsenwerving

Onze fondsenwerving is gebaseerd op de volgende principes:

- Intermediairs. We maken geen gebruik van betaalde intermediairs zoals marketing bureaus en call centres.
- We houden ons aan richtlijnen en gedragscodes voor goede doelen.
- We houden ons aan de eisen die horen bij de erkenningsregeling van het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF). Het CBF bepaalt o.a. dat goede doelen niet meer dan 25% van hun inkomsten aan fondsenwerving mogen besteden. Omdat bestuursleden zelf de fondsenwerving doen en ook eventuele kosten zelf dragen, is het kostenpercentage voor fondsenwerving ten laste van SPZA zeer laag.
- We geven donateurs een 'niet tevreden, geld terug' garantie.
- We houden contact met (voormalige) donororganisaties om hen op de hoogte te houden van onze activiteiten.

Links:

- [Fiscaal voordelig geven](#) (Pdf)
- [Modelovereenkomst Belastingdienst periodieke gift](#) (Pdf)

11 Communicatie

SPZA streeft naar een betere toekomst voor kinderen en jongeren in Zuid-Afrika. Daarom geven we ook informatie over de situatie in Zuid-Afrika. Dat voor een groot deel van onze doelgroep beter onderwijs

niet of heel traag op gang komt, is reden tot grote zorg. Toch blijven we positief en we willen dat met onze berichtgeving ook uitstralen.

Aan spraakmakende communicatie doen we niet en we maken geen gebruik van reclametechnieken. Onze eigen berichtgeving combineren we met uitspraken van partners en doelgroep. Met die aanpak streven we naar een evenwichtige mix van feiten en cijfers en de beleving van de mensen waar we mee samenwerken, onze gezamenlijke doelgroep en onze eigen beleving. Onze toonzetting is realistisch en betrokken.

Relatie tussen voorlichting, communicatie, PR en fondsenwerving

Wij zien voorlichting, communicatie en PR als afgeleide taken die in de eerste plaats gericht zijn op fondsenwerving. Ons belangrijkste communicatiedoel is het in stand houden en verwerven van financiële steun voor ons werk.

We gebruiken communicatie ook als een netwerkinstrument voor contact met o.a. donateurs, partners en collega-organisaties. Het verwerven van draagvlak (beïnvloeding van kennis, houding en gedrag) zien we als een belangrijk bijproduct van onze voorlichting, communicatie en PR.

Met voorlichting, communicatie en PR richten we ons op iedereen die belang kan hebben bij ons werk (stakeholders). Als maatschappelijke organisatie geven we voorlichting over de leefsituatie van kansarmen in Zuid-Afrika en over de manier waarop Nederlandse organisaties en particulieren kunnen bijdragen aan het verbeteren van hun situatie. Onze communicatie is nauw verbonden met onze fondsenwerving. We streven naar goede relaties en gebruiken verschillende communicatiemiddelen. Wij leggen u graag uit wat die communicatiemiddelen zijn en hoe we ze gebruiken.

Omgangsbeleid belanghebbenden

Uitgangspunten voor ons omgangsbeleid met belanghebbenden zijn:

- **Openheid.** We geven duidelijk aan hoe we aan onze informatie zijn gekomen. Dat doen we o.a. door bij publicaties, citaten en foto's de bron te vermelden. Als er geen bron wordt vermeld dan is SPZA de copyrighthouder. We proberen vragen voor te zijn door zoveel mogelijk informatie beschikbaar te stellen. Vanzelfsprekend krijgt iedereen die een vraag stelt, een antwoord.
- **Snelheid.** We streven ernaar iedereen binnen twee werkdagen een antwoord te geven. Omdat we klein zijn lukt dat niet voor 100% maar 85% halen we ruim.
- **Kennis en informatie delen.** SPZA heeft veel kennis van Zuid-Afrika en een uitgebreid netwerk. Kennis en informatie delen vinden wij een belangrijke activiteit. We delen zowel in Nederland als in Zuid-Afrika informatie en vragen onze partners om hun expertise ook onderling te delen.
- **Win-win relaties.** We streven naar een win-win relatie met zoveel mogelijk belanghebbenden.
- **Feedback geven en ontvangen.** Als lerende organisatie vinden we feedback geven en ontvangen een belangrijk aspect van onze relatie met belanghebbenden. Tevredenheidsmeting maakt daar deel van uit.

Belanghebbenden

Stichting Projecten Zuid-Afrika onderscheidt diverse groepen belanghebbenden. In onderstaand schema hebben we per stakeholdergroep de aard van de contacten aangegeven. De meest frequente vorm van contact wordt als eerste genoemd.

Doelgroep Zuid-Afrika Rapportage partners E-mail, social media Interviews + observatie	Partners Zuid-Afrika E-mail, fax, telefoon, social media, nieuwsbrief Vergaderingen + projectbezoeken	Partners NL, VK E-mail, fax, social media, nieuwsbrief, telefoon Vergaderingen
Vakspecialisten incl. bedrijven E-mail, telefoon, social media, nieuwsbrief Vergaderingen + Open Dagen		Donororganisaties en donateurs E-mail, fax, telefoon, social media, nieuwsbrief, Vergaderingen + Open Dagen
Controlerende en faciliterende organisaties E-mail, telefoon, social media, nieuwsbrief Vergaderingen	Collega-organisaties E-mail, social media LinkedIn Netwerkgroep ZA Netwerkbijeenkomsten + vergaderingen	Brede publiek en media Persberichten (alleen media) Social media Nieuwsbrief (alleen abonnees)

Toelichting belanghebbenden

- Doelgroep en partnerorganisaties in Zuid-Afrika**
 We maken gebruik van directe en indirecte vormen van communicatie met de doelgroep: kinderen en jongeren die opgroeien in townships en op boerderijen:
 - Indirect.** De meeste communicatie met de doelgroep is indirect: via onze partners in Zuid-Afrika. Zij sturen ons de resultaten van hun contacten en evaluaties met de doelgroep. Wij motiveren onze partners om tevredenheidsonderzoek te doen onder hun eigen stakeholders, inclusief de doelgroep.
 - Direct.** Onder directe communicatie met de doelgroep verstaan we gesprekken met beursstudenten, deelname van vertegenwoordigers van de doelgroep aan vergaderingen met partners en onze eigen observaties en contacten tijdens projectbezoeken. Onze partnerorganisaties in Zuid-Afrika behoren uiteraard tot onze belangrijkste belanghebbenden. Met hen communiceren we frequent, schriftelijk en in persoon.
- Partners in Nederland en Engeland**
 Met deze partners (in belangrijke mate financiële partners) hebben we op gezette tijden contact, o.a. over de gang van zaken bij Zuid-Afrikaanse partners en projecten. We communiceren schriftelijk, telefonisch of face-to-face, bijvoorbeeld tijdens vergaderingen bij Net vir Pret samen met Education Democracy South Africa (EDSA).
- Donororganisaties en donateurs**
 Giften en subsidies zijn belangrijk voor ons werk. Met een aantal donateurs en donororganisaties onderhouden we al jarenlang regelmatig contact, ook als er geen financiële steun wordt gevraagd of verstrekt. Het betreft vooral informeel maar ook interactief contact. Zo houden we voeling met wat zij belangrijk vinden en wat we goed doen en wat beter zou kunnen. In de periode van projectvoorstellen en (eind)rapportage is het contact frequenter. We rapporteren terug in het door donoren gewenste format. Als er geen bepaald format is, gebruiken we het oorspronkelijke projectvoorstel als leidraad voor de rapportage. We zetten de beoogde en de behaalde resultaten naast elkaar.
 Inzamelingsacties ondersteunen we via onze website. Vaak geven een of meer bestuursleden 'acte de présence'.
 Met particuliere donateurs is er een-op-een contact, per email, telefoon of vis-à-vis. Het initiatief daarvoor ligt bij de particulier op twee uitzonderingen na. Sponsorouders van individuele kinderen krijgen een keer per jaar een foto, schoolrapport en werkje van hun sponsorkind. Als er iets verandert in de situatie van een sponsorkind nemen we contact op.

- **Bedrijven**
Onze belangrijkste bedrijfscontacten zijn die met de vakspecialisten, veelal directeur-eigenaren van een klein bedrijf, die het SPZA-bestuur ondersteunen. Met hen hebben we min of meer regelmatig contact. Tijdens een klus uiteraard het meest frequent. Verder hebben we ad-hoc contacten met bedrijven die ons materieel of financieel ondersteunen of overwegen dat te gaan doen.
- **Nederlandse vrijwilligers**
We zijn heel blij met de Nederlandse vrijwilligers die als vakspecialist het bestuur van SPZA ondersteunen.
- **Controlerende en faciliterende organisaties**
Aan controlerende organisaties en faciliterende organisaties moeten we op diverse manieren informatie verstrekken:
 - **CBF.** Het CBF voert een jaarlijkse controle uit o.a. op basis van jaarstukken, notulen en andere informatie. We zijn verplicht informatie aan te leveren voor de CBF database van goede doelen: <http://www.cbf.nl/Instelling/4356/Projecten-Zuid-Afrika-SPZA-St>
 - **Belastingdienst.** De Belastingdienst eist dat we bepaalde informatie op onze het internet publiceren. Daarom hebben we een speciale ANBI-pagina gemaakt.
 - **Partin.** Brancheorganisatie Partin vraagt ons als lid om updates voor de Partin website en voor de site Kleinegoededoelen.
 - **Kennisbank.** De Kennisbank Filantropie bevat informatie over duizenden goede doelen inclusief SPZA: <http://www.kennisbankfilantropie.nl/anbi/spza>
- **Collega-organisaties**
Toen we ons 10-jarig bestaan vierden (in 2010) hebben we voor collega-organisaties (kleine Nederlandse organisaties actief in Zuid-Afrika) het symposium 'PI tussen Passie en Professionaliteit' georganiseerd. Ook de netwerkcomponent van het symposium bleek een groot succes en voor herhaling vatbaar. Sindsdien hebben we enkele malen een netwerkdag georganiseerd. De netwerkdagen hebben al diverse samenwerkingsverbanden opgeleverd. Verslagen, inleidingen en een netwerklijst staan in de rubriek Netwerk Zuid-Afrika op onze webpagina Publicaties. Verder zijn we moderator van de Netwerkgroep Zuid-Afrika op LinkedIn. Ruim 130 leden delen daar kennis en informatie.
- **Media en brede publiek**
De meeste nieuwtjes verspreiden we via andere kanalen, zoals Ubuntu nieuwsbrief en social media: Twitter, LinkedIn en Facebook.
Speciaal voor de media hebben we promotiemateriaal zoals stoppers e.d. op onze webpagina Publicaties gezet.
Volgens de mentaliteitsprofielen van de NCDO kunnen onze (toekomstige) donateurs getypeerd worden als postmaterialisten, nieuwe conservatieven, kosmopolieten en postmoderne hedonisten. Dat is voor ons een beetje te hoog gegrepen. Wij zien onze (potentiële) donateurs liever als mensen van vlees en bloed die weten hoe belangrijk het is om te investeren in de toekomst van een kind.
We hebben een post-op-maat beleid en doen niet aan 'direct marketing'. We vallen particulieren dus niet lastig met ongevraagde post en telefoontjes. Direct marketing is voor ons trouwens ook veel te duur.

Communicatiemiddelen

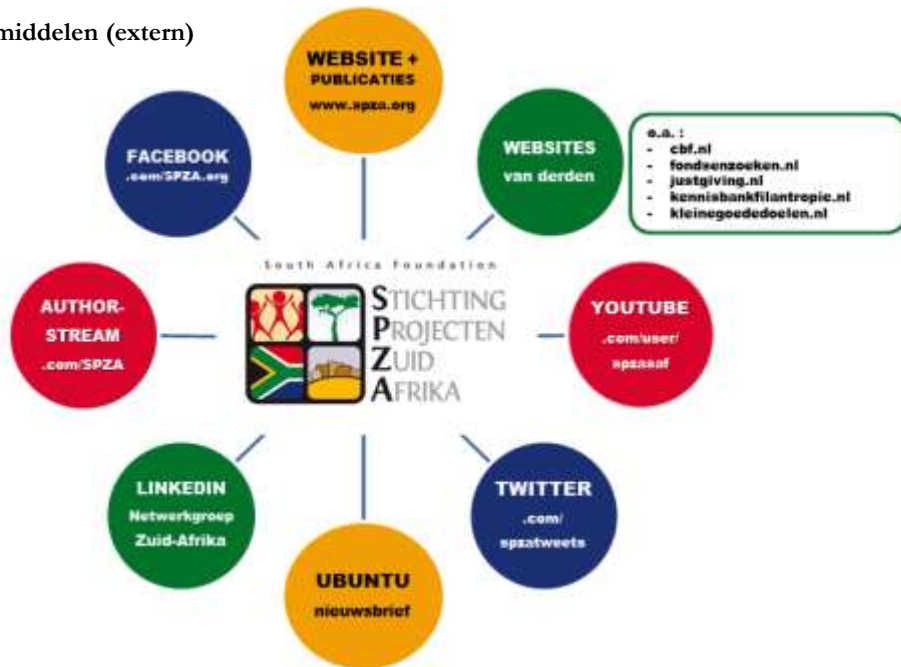
Onze communicatiemiddelen zijn:

- Website. Ons belangrijkste communicatiemiddel is onze website. De website wordt regelmatig geactualiseerd. Op de pagina Vinger aan de pols geven we een overzicht met (voorlopige) cijfers over onze inkomsten en uitgaven.
- Foto's en filmpjes. We hebben veel foto's die door bestuursleden, stichters, vrijwilligers en partnerorganisaties zijn gemaakt en gratis ter beschikking worden gesteld. Alle foto's die we gebruiken zijn van onze eigen projecten. We kopen geen foto's van (pers)bureaus of fotografen. Als het copyright niet aan ons is overgedragen vermelden we de naam van de eigenaar.
- Publicaties waarin we verantwoording afleggen, zoals jaarverslagen en jaarrekeningen staan op de website. In andere publicaties op onze website delen we informatie over eigen onderzoek (bv. de

Eerlijke Wijnlijst, Materialen voor ontwikkelingslanden) of onderwerpen zoals Fiscaalvoordelig geven, Rechten van het kind, Grensoverschrijdend geven). Ook hebben we een categorie promotiemateriaal (folders, posters, stoppers). Alle publicaties kunnen gratis worden gedownload.

- Nieuwsbrief Ubuntu. Onze nieuwsbrief Ubuntu verschijnt 2x per jaar. Daarin berichten we over de voortgang van programma's en projecten, communicatie en fondsenwerving. Ook geven we tips over publicaties en websites en over evenementen. Ons adresbestand is uitsluitend opgebouwd uit 'opt-in' adressen en wij stellen die aan niemand anders ter beschikking. Aanmelden kan via onze website. Afmelden kan via een link in de nieuwsbrief. Alle nieuwsbrieven kunnen via de webpagina Publicaties worden bekeken. Voor partners maken we een aparte nieuwsbrief met informatie over interessante websites, publicaties en (donor)organisaties.
- Rapportages over projectbezoeken, vergaderingen en andere vormen van overleg met partners en anderen. Deze informatie is alleen beschikbaar voor SPZA bestuur en (financiële) partners.
- Via e-mail, fax, telefoon en post houden we contact met onze belanghebbenden of stakeholders.
- Social media: Facebook, LinkedIn, Twitter en Youtube.
- Websites van derden waar we een pagina hebben. Bijvoorbeeld: Kennisbank Filantropie, Kleinegoededoelen, Justgiving, PifWorld.

Communicatiemiddelen (extern)



Beleid en achtergronden communicatie

In deze paragraaf gaan we nader in op ons communicatiebeleid.

Doel

Ons belangrijkste communicatiedoel is het verkrijgen van steun voor ons werk en dat van onze partners. Het instandhouden en verwerven van draagvlak komt bij SPZA op de tweede plaats.

Klachten

We streven naar een goede relatie met alle belanghebbenden, met speciale aandacht voor informatie-verstrekking, wensen, vragen en klachten. Onze Klachtenregeling staat op de website. In onze jaarverslagen communiceren we over de klachten die we kregen en hoe we die hebben behandeld.

Metingen en rapportages

Informatieverspreiding, met o.a. bewustwording als doel, is onderdeel van onze strategie. We proberen onze boodschap zo effectief en efficiënt mogelijk uit te dragen. We zijn niet persé uit op meer naamsbekendheid omdat we onze inkomsten voor het grootste deel verwerven via projectvoorstellen bij fondsen en organisaties. Wèl vinden we het belangrijk om te meten waar en hoe onze informatie wordt ontvangen. Als kleine organisatie hebben we echter geen geld voor dure onderzoeken. Daarom maken we gebruik van gratis metingen en rapportages:

- Google Analytics. Google Analytics rapporteert uitgebreid over het bezoek aan onze website.
- Google Alerts. Google Alerts geeft feedback over het gebruik van bepaalde zoekwoorden.
- Google Grants. Met Google Grants beschikken we over gratis advertentieruimte die voor ons door Beoptimized wordt benut en gevolgd.
- Social media. Op Twitter, Facebook, Youtube, Authorstream en LinkedIn houden we het aantal 'vrienden', 'followers', 'likes' enz. bij.
- Website. We houden in de gaten hoe vaak pagina's en documenten via de website worden geraadpleegd.
- MailChimp. We gebruiken MailChimp voor het samenstellen en verzenden van onze nieuwsbrief Ubuntu. Via Mailchimp krijgen we ook feedback over het gebruik van de nieuwsbrief.

Reputatie

Door informatie te geven over onze toegevoegde waarde laten we zien hoe we ons onderscheiden van andere goede doelen. Uit reacties blijkt dat we een goede reputatie hebben. Cordaid noemt onze aanpak “een modelvoorbeeld voor de ontwikkeling naar duurzaamheid”. Donateurs en vrijwilligers hebben 'testimonials' gestuurd. We hebben ze allemaal bij elkaar gezet in Testimonials.

De Transparantprijs noemt de manier waarop SPZA over haar impact communiceert als 'best practice'. In de categorie kleine organisaties behoren we al jaren tot de kopgroep. Het CBF noemde SPZA “een voorbeeldinstelling. Transparant, leesbare jaarstukken, governance, impact zijn wat mij betreft allemaal onderdelen waar jullie heel goed op scoren. Jullie leggen de organisatie ook zelf steeds kritisch tegen het licht en dat kom ik wel eens anders tegen.”

Communicatiekosten

Omdat onze communicatie vooral gericht is op fondsenwerving vallen alle communicatiekosten onder fondsenwerving. Dankzij het feit dat bestuursleden een deel van die kosten uit eigen zak betalen zijn die kosten voor SPZA zeer laag.

Resultaten voorlichting, pr en communicatie

Voor detailinformatie over de behaalde resultaten zie onze jaarverslagen op de webpagina Publicaties.

Links

- Voor Jaarverslagen zie de [webpagina Publicaties](#).
- [Klachtenregeling](#) (Pdf)
- [CBF](#)
- [Partin](#)
- Netwerkdagen zie de [webpagina Publicaties](#).
- [Testimonials](#) (Pdf)

Bijlage

SPZA en de Transparantprijs

'Transparantie over prestaties is een belangrijke drijfveer voor het publieksvertrouwen' De Transparantprijs 2011: rapport kernbevindingen 12 oktober 2011

Start van de Transparantprijs in 2004

Sinds de start van de Transparantprijs in 2004 hebben we meegedongen naar deze felbegeerde prijs (categorie kleine organisaties). Van het commentaar van de Jury hebben we veel geleerd.

Resultaten

- 2004 (Jaarverslag 2003): score 5. Flink wat verbeterpunten.
- 2005 (Jaarverslag 2004): score 5,8. Opnieuw aardig wat verbeterpunten.
- 2006 (Jaarverslag 2005): score 7.6. Eerste nominatie, we eindigen op de tweede plaats. Best in class op twee onderwerpen.
- 2007 (Jaarverslag 2006): score 6,8. We zijn laat en eindigen op de vierde plaats. Best in class op vier onderwerpen.
- 2008 (Jaarverslag 2007): score 8,1. We winnen! Best in class op vier onderwerpen. 'De Stichting Projecten Zuid-Afrika heeft ondanks een klein budget ... een goed jaarverslag opgesteld dat zich kenmerkt door eenvoud, soberheid en betrokkenheid.'
- 2009 (Jaarverslag 2008): score 8,4. Derde nominatie, we eindigen op de tweede plaats. Best in class op vijf onderwerpen. Best practice vermelding voor impact. Zie ook het artikel Transparantprijs 2009.
- 2010 (Jaarverslag 2009): score 8,1. Vierde nominatie, we eindigen op de tweede plaats. Best in class op vier onderwerpen. Best practice vermelding voor impact. Zie ook het artikel Transparantprijs 2010.
- 2011 (Jaarverslag 2010): score 8,1. We winnen voor de tweede keer! Best in class op drie onderwerpen. Best practice vermelding voor impact. 'Het jaarverslag scoort hoog op gedegenheid, soberheid in vormgeving en de wijze waarop de impact gecommuniceerd wordt. ... De gedegenheid leidt echter wel tot zeer veel informatie. Aandachtspunt is met name om compacter te rapporteren waardoor de impact van het verslag toeneemt.' Zie ook het artikel Transparantprijs 2011.
- 2012 (Jaarverslag 2011): score 8,6. We dachten eerst: we hebben twee keer de prijs gewonnen, da's mooi, nu eens een andere club. Maar ja, toen we hoorden dat de geldprijs werd verhoogd van € 10.000 naar € 25.000 besloten we om toch weer mee te doen. We vonden dat we een kans om een kwart van onze jaarlijkse inkomsten te winnen niet konden laten lopen. En bovendien: hoe leg je dat uit aan je donateurs? We hebben geweldig nieuws gekregen: we hebben opnieuw gewonnen in de categorie Kleine Organisaties. 'Het jaarverslag van SPZA is een sober, overzichtelijk verslag, dat voor het eerst alleen online te raadplegen is. De interactieve opzet maakt het verslag makkelijk leesbaar en zorgt ervoor dat de lezer eenvoudig in kan zoomen op onderwerpen die hij/zij belangrijk acht. In het verslag wordt veel aandacht geschonken aan de impact die de stichting gemaakt heeft. Daarnaast biedt het verslag een evenwichtig beeld van positieve ontwikkelingen en gebeurtenissen enerzijds en leer- en verbeterpunten anderzijds.' Zie ook het artikel SPZA wint Transparantprijs 2012.
- 2013 (Jaarverslag 2012). Zevende nominatie. Onze jaarverslagen verschijnen wel altijd op tijd, maar nooit eerder waren we met het inzenden van ons jaarverslag de eerste in onze categorie! Greepeace was de eerste in de categorie grote organisaties.
Het Juryrapport ziet er totaal anders uit. Er wordt geen met vorige jaren vergelijkbare score vermeld en geen 'best practices'. Uit de beoordeling blijkt dat we zeer hoog hebben gescoord op Prestaties, Fondswerving en Governance. Op basis van de beoordeling van ons jaarverslag over 2012 gaan we volgend jaar extra aandacht besteden aan de Samenvatting en aan de rapportage over Waardecreatie (toegevoegde waarde) en Strategie. In haar algemene toelichting op de beoordeling van alle jaarverslagen over 2012 legt de 'Transparantprijsjury' uit dat er veel meer aan 'Integrated reporting' moet worden gedaan. We zien dat als een nieuwe uitdaging.

Voorzitter en adviseur van SPZA hebben een evaluerende bespreking met PWC o.a. over de nieuwe richting van de Transparantprijs.

- 2014 (Jaarverslag 2013). We hebben besloten niet mee te doen. het komende jaar gaan we extra tijd en energie steken in een nieuwe website. We willen het hele jaar door laten weten waar we samen met onze Zuid-Afrikaanse partners mee bezig zijn. We besloten voor onze rapportage over 2013 tot een beknopt jaarverslag (Pdf) met infographics en een jaarrekening (Pdf) met een uitgebreide toelichting. We maakten ook een Engelse samenvatting.
- 2015 (Jaarverslag 2014). We maakten een nieuwe opzet voor ons jaarverslag en stuurden die als ‘proefballon’ naar de Transparantprijs. We kregen er onze 8^{ste} nominatie voor (hadden we niet verwacht) en een AAA-score met slechts enkele verbeterpunten.
- 2016 (Jaarverslag 2015). We werden niet genomineerd maar scoorden een A-rating en behoren daarmee nog steeds tot de top in de categorie kleine organisaties, ondanks dat de indeling in categorieën werd gewijzigd. Tot de categorie kleine organisaties behoren nu ook organisaties met maximaal € 2.000.000 aan inkomsten (dat was maximaal € 500.000). Dat betekent concurreren met organisaties met betaalde en gespecialiseerde medewerkers of ingehuurde experts. De kans om te winnen is daarmee aanzienlijk afgenomen, maar we blijven gewoon een goed jaarverslag maken!
- 2017 (Jaarverslag 2016). De Transparantprijs is opgeheven, met onmiddellijke ingang, omdat naar zeggen “de doelen zijn bereikt”.

Wilt u meer weten over onze Impact? Wilt u meer weten over de Transparantprijs? Zie links onderaan.

Trofeeën

Behalve een geldprijs (€ 10.000 in 2008 en 2011 en € 25.000 in 2012) kregen we als prijswinnaar ook een trofee, een glaskunstwerk. In 2008 was het kunstwerk gemaakt door Bart Grotjohann en in 2011 en in 2012 door Louis La Rooy.

Links

- [Impact](#) (Pdf)
- [Transparantprijs stopt](#) en [Impact 14 jaar Transparantprijs](#)