

Op zoek naar nieuwe kansen voor de FAMO



Aanleiding

In de afgelopen jaren heeft het bestuur zich in een steeds terugkerende discussie gebogen over het voortbestaan van de FAMO. Hierbij speelden een aantal vragen over bijvoorbeeld het lidmaatschap, sponsors, kernactiviteiten, krachtenveld en partnerschappen een rol. Dit heeft niet geleid tot een duidelijke stip op de horizon. Door het gestaag teruglopen van het aantal leden is het urgent geworden om gezamenlijk een visie en strategie te ontwikkelen om uit deze impasse te raken en met nieuw elan de FAMO neer te kunnen zetten.

Dit document moet worden beschouwd als een dynamisch document, wat jaarlijks tijdens de bestuurdersdagen wordt geëvalueerd en eventueel wordt bijgesteld.

Centrale probleemstelling

Om te komen tot een plan van aanpak is een duidelijk beeld van de IST en de SOLL situatie gewenst. Vervolgens zullen er knopen moeten worden doorgehakt. Doorgaan op hetzelfde pad leidt tot meer ledenverlies waardoor uiteindelijk sponsors zullen afhaken. Door verminderde inkomsten met gelijkblijvende kosten blijft er onvoldoende financieel draagvlak voor activiteiten en is een einde van de FAMO onafwendbaar. Nu gebleken is dat 'meer van hetzelfde niet helpt' en het bestuur de wens heeft geuit om door te gaan omdat zij geloven in het bestaansrecht van de FAMO, komen we tot de volgende centrale probleemstelling:

“Hoe verzekeren wij vanuit onze verantwoordelijkheid als bestuur de continuïteit en meerwaarde van de FAMO als vereniging in de toekomst?”

Missie, Visie en Strategie

De discussies in het bestuur hebben wel geleid tot verwarring over de legitimatie en doelstellingen van de FAMO. Om duidelijkheid te krijgen over de koers is een gezamenlijk vertrekpunt van belang. M.a.w. als er onvoldoende commitment is over de missie van de FAMO zal er geen stip op de horizon te plaatsen zijn en zal blijken dat het moeilijk is om koersvast te blijven. Onderstaand model kan helpen om alle ideeën, belevingen en argumenten in een kader te plaatsen zodat het bestuur het proces in control kan houden. En dat past uiteindelijk ook beter bij het karakter van de vereniging.



De huidige missie van de FAMO blijft onverminderd van kracht om het bestaansrecht van de FAMO te legitimeren. De FAMO-missie luidt als volgt:

Missie:

"De overheid is aan constante verandering onderhevig. De FAMO voelt zich verantwoordelijk om door middel van een verdere professionalisering van de (lokale) overheid een actieve bijdrage te leveren aan die veranderingen. Zij wil door het ontwikkelen, bundelen en aanwenden van kennis en aanwezige deskundigheid van de aangesloten leden hierin een voortrekkersrol vervullen."

In deze missie is een hoger doel te ontdekken namelijk de professionalisering van de lokale overheid. Daarnaast is sprake van een vereniging met leden en de voortrekkersrol die de FAMO wil vervullen om dat hogere doel te bereiken. Als het hogere doel blijft bestaan, valt hieruit af te leiden dat de FAMO vooral bestaansrecht heeft als zij een voortrekkersrol weet te vervullen. Immers alleen dan zullen leden (bestaand en toekomstig) zich willen aansluiten bij de club. De concurrentie in het programma-aanbod rond professionalisering binnen de overheid is groot. Door het bestuur is een visie voor de toekomst ontwikkeld die deze ambities weergeeft.

FAMO- conceptvisie:

*De FAMO wil **de vakvereniging en netwerkorganisatie** zijn op het gebied van Bedrijfsvoering binnen de decentrale overheid waarbij integraliteit, professionalisering, kennisdeling en uitwisseling van best practices in de beroepspraktijk centraal staan. Dit wil de FAMO realiseren door te zorgen voor:*

- *Een hoge mate van kwaliteit, actualiteit en noviteit in al haar activiteiten en diensten*
- *een breed draagvlak voor al haar activiteiten en diensten gebaseerd op de wensen en behoeften van haar leden*
- *brede bekendheid bij de doelgroep in alle organisaties van de decentrale overheid*
- *optimale invloed op en participatie in relevante verenigingen en netwerken die ten dienst staan van de decentrale overheid.*

De kernwaarden van de FAMO zijn:

- **Verbinden:** *FAMO brengt mensen bij elkaar, benut elkaars ervaringen, kennis en netwerk en werkt samen*
- **Inspireren:** *FAMO deelt inzichten en kennis onder de leden, volgt actief ontwikkelingen en informeert over de laatste trends.*
- **Professionaliseren:** *door en voor overheidsprofessionals, die voor hun vak staan. Stimulerend, innovatief, verdiepend en met een brede kijk.*

Leden en Lidmaatschappen

FAMO kent uitsluitend persoonlijke Leden. Persoonlijk lidmaatschap maakt het uniek en bijzonder om onderdeel te zijn van een netwerkorganisatie als FAMO.

- Voorwaarde is dat leden werkzaam zijn in of voor de overheid, in brede zin (dus ook rijksoverheid).
- Bij pensionering/beëindiging deelname aan het arbeidsproces eindigt ook het lidmaatschap van FAMO.
- In zeer bijzondere situaties en sprake van grote verdiensten kan het algemeen bestuur besluiten een ere-lidmaatschap toe te kennen.

Vormen van lidmaatschap en kortingen:

1. Persoonlijk lidmaatschap:

- Ambtenaren (€ 180 per jaar)
- ZZP-ers bij de overheid (€ 300 per jaar)

2. Instaptarief.

Het eerste jaar dat men lid is betaald men slechts 50% van het lidmaatschap. Het tweede jaar volledig.

Telt een overheidsorganisatie nog geen FAMO-lid, dan is het 1^e lid is gedurende het 1^e lidmaatschapsjaar gratis lid.

3. Jongerentarief.

Stimulans om met name jonge ambtenaren lid van FAMO te laten zijn.
Ambtenaren jonger dan 30 jaar maken aanspraak op 60% korting .

4. Medewerkers van sponsoren.

Een gouden sponsor krijgt voor 5 medewerkers dezelfde faciliteiten als een FAMO-lid.
Ze zijn formeel geen lid en hebben in de ALV geen stemrecht.

5. Leden Raad van Advies.

De leden van de Raad van Advies hebben recht op dezelfde activiteiten als een FAMO-lid.

Meerwaarde. Van belang is dat het persoonlijke Lidmaatschap duidelijk meerwaarde heeft t.o.v. niet leden. Vandaar dat FAMO in de aanbieding van activiteiten gaat nadenken over:

- Gratis diensten aanbieden, zoals coaching, juridische bemiddeling, opleiding etc.
- Individuele inschrijving op activiteiten voor leden gratis, voor niet leden standaard € 150 voor ambtenaren, € 250 voor niet-ambtenaren. Uitzonderingen zijn het jaarcongres en de circulaire dagen (voor- en najaarsbijeenkomsten).

Ingangsdatum: De ingangsdatum voor bovenstaande wijzigingen is 1-1-2014

Bijlage: Vervolg, implementatie FAMO Missie /Visie

Na het vaststellen van de Missie en Visie van de FAMO moet een strategie ontwikkeld worden waardoor de FAMO in etappes naar de eindzege kan worden geleid. De instelling van een projectgroep alleen is daarvoor niet voldoende. Het bestuur zelf is aan zet om hiervoor de route uit te zetten en te zorgen voor draagvlak en betrokkenheid bij haar leden. De rol van project- en werkgroepen is slechts ondersteunend.

In de toekomstbeelden die op de bestuurdersdagen in 2013 verzameld zijn, bleek een aantal thema's leidend op basis waarvan opdrachten zijn geformuleerd. Na een constructieve uitwisseling is dan ook voorgesteld dat in verschillende samenstelling door bestuursleden aan een de opdrachten zal worden gewerkt onder regie van de projectgroep bestaande uit de Eduard Kerssemakers, Han Vervoort en Maria Hulsebosch.

Deze opdrachten zijn in een tweetal clusters ondergebracht: Marktbenadering en Werkvormen. De clusters met opdrachten zullen via inschrijving worden toebedeeld aan twee werkgroepen bestaande uit bestuursleden en FAMO-leden die deze verder uitwerken in een plan van aanpak per cluster. De doelstellingen en resultaten van de opdrachten moeten zo SMART mogelijk worden beschreven. Daar waar geld nodig is om bijv. onderzoek te doen, producten te maken of anderszins, moet een begroting worden vervaardigd met een kostencalculatie.

Opdrachten

Marktbenadering

- 1. Hoe zetten we de FAMO neer met een nieuwe look and feel*
- 2. Hoe betrekken, organiseren we lobbykracht bij organisaties, verenigingen en netwerken*
- 3. Hoe zorgen we voor innovatieve vormen van (digitaal) ontmoeten, samenwerken*

Werkvormen

- 4. Hoe zet je voor alle kennisvelden interactieve sessies op*
- 5. Hoe creëer je meer integraliteit binnen FAMO (intern/extern)*
- 6. Wat is nodig om vraagbaak/kennisfunctie te vervullen*

Trekkers vanuit het bestuur:

Werkgroep Marktbenadering: Ingrid Machielsen en Maria Hulsbosch

Werkgroep Werkvormen: Gerwin Nijhof

Planning

29 november 2013 bespreken conceptplannen van aanpak cluster Marktbenadering en Werkwijze op de Bestuurdersdag.

Streefdatum: 9 december 2013 fiatteren plannen van aanpak door het algemeen bestuur.