



ACTIVITEITENPLAN 2019 - 2020

September 2019

Mw. drs. E.J. van Dijk
Dhr. A.J. Dekker
Mw. J.L. de Wolf-Roebers

INHOUDSOPGAVE

1	Inleiding	4
2	Onderwijs.....	5
2.1	Onderwijs algemeen	5
2.2	Reflectie activiteiten 2018-2019 EH-Basisjaar	5
2.3	Plannen 2019-2020 EH-Basisjaar	8
2.4	Reflectie activiteiten 2018-2019 EH-Traject.....	9
2.5	Plannen 2019-2020 EH-Traject.....	11
3	Organisatieontwikkeling	13
3.1	Reflectie activiteiten 2018-2019	13
3.2	Plannen voor beleidsjaar 2019-2020	15
4	Communicatiestrategie	17
4.1	Reflectie activiteiten 2018-2019	17
4.2	Plannen voor beleidsjaar 2019-2020	18
5	Imago en naamsbekendheid	24
5.1	Reflectie activiteiten 2018-2019	24
5.2	Plannen voor beleidsjaar 2019-2020	24
6	Fondswerving	26
6.1	Reflectie activiteiten 2018-2019	26
6.2	Plannen voor beleidsjaar 2019-2020	27
7	Begroting	29
8	De belangrijkste voornemens 2019-2020.....	30
	Bijlage A – Organogram	32
	Bijlage B – Begroting EH43	33

1 Inleiding

Dit activiteitenplan voor het studiejaar 2019-2020 bouwt voort op ons Beleidsplan en ons Visiedocument. Het gaat uit van de (onderwijs)visie die daarin is verwoord en werkt de doelstellingen uit die zijn gegeven voor het komende jaar.

We hopen met onze activiteiten wat in te kunnen zetten op toename van het aantal studenten. Het is meer dan ooit relevant om goed voorbereid aan een studie in het hoger onderwijs te beginnen. Studievertraging oplopen in het reguliere onderwijs heeft in de meeste gevallen financieel meer consequenties dan het volgen van het Basisjaar. Bovendien is het zo dat voor het Basisjaar veel ouders een financiële investering doen. Voor studenten gaat de 'teller' dan pas lopen als zij gaan lenen voor hun vervolgstudie.

De maatschappelijke ontwikkelingen maken de weg richting volwassenheid er niet gemakkelijker op. Die trend pleit alleen maar voor meer ruimte voor vorming en toerusting en derhalve voor het volgen van een van onze opleidingen. We hopen ook komend cursusjaar alert te zijn op alle ontwikkelingen om ons heen en daar waar mogelijk op te anticiperen.

Nu eerst onze terugblik op het afgelopen jaar en onze voornemens voor 2019-2020.

2 Onderwijs

2.1 Onderwijs algemeen

Onderzoek meerwaarde tussenjaren

Het afgelopen jaar zijn er nog enkele bijeenkomsten geweest, georganiseerd vanuit de denktank 'tussenjaren'. We zijn er niet altijd bij geweest en we hebben ook de indruk dat participatie voor ons nog steeds niet veel toegevoegde waarde heeft. Als EH zijn we al veel verder dan de nieuwe, prille initiatieven en we zijn ook wel een buitenbeentje in het gezelschap, gezien onze identiteit en de inhoud van onze programma's. We zijn echter nog niet afgehaakt. We zullen zien wat verdere ontwikkelingen kunnen brengen.

Vertrouwenspersoon

De EH kent al geruime tijd een vertrouwenspersoon voor studenten. We zijn nu ook overgegaan tot het benoemen van een vertrouwenspersoon voor medewerkers. Er is een protocol vastgesteld en nu kan een en ander in gang gezet worden (zoals beschreven in het protocol). We zullen de medewerkers hiervan op de hoogte stellen.

2.2 Reflectie activiteiten 2018-2019 EH-Basisjaar

De belangrijkste voorgenomen activiteiten waren:

- Evenwichtige planning van activiteiten
- Studenten bewegen tot eigenaar zijn van eigen leerproces
- EH schermvrij
- Inzetten op weerbaarheid en goede studiehouding bij studenten
- Actualiseren van onderdelen van het curriculum

2.2.1 De dynamiek van het Basisjaar

EHB42 kent 116 studenten en we zijn gaan werken met 10 tutorgroepen.

Een evenwichtige planning van één en ander is zaak van goed overleg tussen allerlei betrokkenen. We moeten rekenen met beschikbaarheid van mensen en dus met inzetbaarheid. Dit seizoen hebben we de terugkommomenten voor EHB en EHT gekoppeld aan de jaarlijkse alumnidag en dat scheelt tijd. Het blijft wel wat lastig om het qua timing voor de directeur evenwichtig te houden. Dat hangt ook samen met de toezeggingen die zij wil doen aan derden (naamsbekendheid, visie van de EH delen). Ook hier blijven we voortdurend afstemmen, maar het blijft een gegeven dat het cursusjaar de nodige 'piekmomenten' heeft.

Richting de studenten roosteren we zo 'strategisch' mogelijk: vollere dagen en daarnaast soms een collegevrije dag.

We zijn meer en meer terughoudend ten aanzien van adviezen voor het inschrijven bij allerlei opleidingen. Dat scheelt in de onrust, die er vorige seizoen in het voorjaar was i.v.m. allerlei matchingsdagen, die studenten willen bezoeken.

Ook hebben we in het Basisjaar een 5^e blok geïntroduceerd (start na de meivakantie) door een langgerekt blok 4 door de helft te knippen. Dit anticipeert beter op spanningsbogen en lijkt een positief effect te hebben op de betrokkenheid van de studenten.

2.2.2 'Eigenaar zijn van je eigen leerproces'

In programma en tutoraat is het adagio meer geworden: 'eigenaar zijn van je eigen leerproces'. We zijn daar al in de startweek mee begonnen en in de eerste weken hebben studenten in de tutorgroep gesprek gevoerd over wat zij zelf nu graag willen leren. Op die verlangens wordt in de reflectie regelmatig teruggegrepen.

Tegelijk ontdekken studenten gaande het jaar vaak zoveel meer punten van ontwikkeling, ook al omdat ze hun eigen processen dan beter kunnen overzien en verwoorden.

In de tutoruren zijn we vaker bezig met vooraf vragen te bedenken bij aangeboden inhoud: wat willen studenten daarover leren; wat is hun eigen leervraag? Door zo constructief in de leerprocessen te staan is de leeropbrengst groter.

2.2.3 EH - 'schermvrije school'

We kunnen zeggen dat dit voornemen bijzonder goed is uitgekapt. Er is via de media veel aandacht geweest voor onze plannen en de uitvoering daarvan en we hebben de idee dat veel scholen dit zelf ook wel zouden willen.

Voor elke student is er een kluisje beschikbaar, waarin de mobiel kan worden bewaard. Idem hebben we voor elke student een Bijbel beschikbaar (in HSV-vertaling), een uitgave van Dwarsligger. Dus onder het motto 'mobiel er in, Bijbel er uit' hebben we aan studenten uitgelegd wat we met deze voornemens vooral graag willen bereiken. Niet tegen mobiels zijn, maar werken aan rust en concentratie in de colleges en tijdens ontmoetingen. Het werkt bijzonder goed. Studenten zijn in het algemeen enthousiast over deze manier van werken.

Er is een digitale detox-experiment aangeboden. De eerste keer was het een hele week in januari 2019 en de detox is zeer goed bevallen, vooral als het gaat om bewustwording van de vele prikkels, die via de mobiels binnenkomen of ook: de rust die het vrij zijn van internet oplevert. Eind mei 2019 volgt nog een experiment, nu mede mogelijk voor studenten EHT.

2.2.4 Inzetten op weerbaarheid en goede studiehouding

We hebben een themaweek hierover kunnen realiseren en zijn daarvoor met de studenten naar Helvoirt gegaan. We konden – met gebruikmaking van die locatie – aandacht hebben voor weerbaarheid op diverse fronten (geestelijke weerbaarheid, fysieke, mentale en psychosociale weerbaarheid) via bezinningen, lezingen, workshops, fysieke uitdaging en groepsactiviteiten binnen en buiten.

'Weerbaar worden' is uiteraard een proces, maar dit thema is wel goed op de 'agenda' gekomen. We hebben het in het tutorberaad samen goed doordacht en het komt regelmatig terug. In het programma heeft in dit kader ook het geven en krijgen van feedback veel meer expliciete aandacht en plek gekregen.

Ons nieuwe lint *Praktische Levenskunst* is een gouden greep gebleken. Een lint waarin allerlei onderwerpen rondom persoonlijke en geestelijke ontwikkeling meer praktisch en meer ervaringsgericht worden aangeboden. Denk aan onderwerpen als 'observeren', vragen stellen, je verbinden aan een ander, assertiviteit, rust vinden, omgaan met schuld en schaamte. Eén en ander levert nog meer reflectie op, dan we al hadden en het is een geweldige aanvulling geworden op colleges PO/GLO en op tutoraat.

Verder hebben we nieuwe input gegeven aan het werken met gespreksgroepen, waarin studenten aan de hand van vragen ook onderling doorspreken over PO en GLO. Idem waren er meer 'Vraag maar raak'- uren: responsiecolleges waarbij studenten hun vragen kwijt kunnen

aan meerdere docenten tegelijk.

Qua begeleiding bij studiehouding hebben we een aantal verschuivingen in het programma doorgevoerd qua planning en begeleiding. Ook is er meer begeleiding bij het concreet maken van blokopdrachten en bij de analyse i.v.m. het aanleren van een gezonde studiehouding.

2.2.5 Actualiseren diverse thema's

1. Er is een extra gastcollege in het thema 'Jij en je gemeente' gekomen, waarin de geschiedenis van de laatste 100 jaar en achtergrond van allerlei kerken/gemeentes is toegelicht. Daarnaast is er in de tutoruren meer tijd voor uitgetrokken om het onderling gesprek hierover te bevorderen.
2. Het thema seksualiteit / relaties heeft in dit seizoen een week extra gekregen. Meer colleges aan kleinere groepen (i.v.m. interactiemogelijkheid), meer doorspreek - momenten in de tutorgroepen en meer aandacht voor de Bijbelse argumentatie, in literatuur en via colleges. We hebben sterk de indruk, dat studenten dit op prijs hebben gesteld en meer toegerust konden worden.
3. Herbezinning op het thema 'Koninkrijk van God en rentmeesterschap'. Er is in dit thema meer aandacht gekomen voor Bijbelse onderbouwing en verdieping van begrippen als 'gerechtigheid' en 'barmhartigheid', 'rentmeesterschap'. Een nieuwe docent op de uitwerking van de thema's sociale en ecologische gerechtigheid deed er goed aan en datzelfde geldt voor een daaraan gekoppelde opdracht met filmfragmenten, met aandacht voor klimaat etc.
Bovendien hebben we het thema 'roeping' gekoppeld aan blok 3. Dit thema zat eerst in blok 2, maar was i.v.m. de extra week die het thema 'relaties' daar vraagt verschoven en dat is prima bevallen. Studenten dachten meer genuanceerd na over roeping / navolging. Ook was er meer ruimte voor initiatieven via bijvoorbeeld Sociale Gasten (die studenten meenemen naar daadwerkelijke hulp in de praktijk, en dat eenmalig of meer structureel). Verder gaan onze studenten eenmaal per jaar naar Amsterdam naar tot Heil des Volks en ook dat maakte dit jaar grote indruk.
4. Verder nog een mooie ontwikkeling: we krijgen steeds meer studenten die een kamer hebben in een verzorgingstehuis of iets dergelijks ergens in Amersfoort (Mgr. Blom Stichting, Connect Generations) en die naast hun studie op de EH daar ook praktisch meewerken. Sociale gerechtigheid in uitvoering.

2.3 Plannen 2019-2020 EH-Basisjaar

2.3.1 *Bezinning en uitwerking - werken aan een herzien format: EH 2.0*

De vraag is gerezen of het concept van onze onderwijsprogramma's nog wel '2020-proof' is. Dat heeft o.a. te maken met de context waarbinnen we deze programma's aanbieden. Er vinden nu eenmaal een aantal ontwikkelingen plaats waar we direct of indirect mee te maken hebben. Die liggen op het terrein van cultuur en maatschappij (individualisering, digitalisering, medicalisering en toenemende psychische problematiek, prestatie maatschappij en dergelijke), en op het terrein van de jongeren zelf (identiteitsontwikkeling, concurrentie en competitie, zingevingsproblematiek, groepsdruk, profilering op sociale media, angst voor de toekomst), terwijl daar natuurlijk een wisselwerking tussen bestaat.

We hebben ook te maken met ontwikkelingen in het onderwijsveld, waaronder toenemende financiële druk maar ook prestatiedruk. Tussenjaren mogen weer populair zijn maar daar lijkt ook de boodschap in te zitten dat de inhoud daarvan wel enigszins spectaculair en exclusief moet zijn. Daarnaast kampen we nog steeds met (voor)oordelen die de EH treffen, zoals je gaat pas de EH doen als er 'iets' met je is, als je niet weet wat je wilt, je gooit een jaar weg, en de EH doen is een forse financiële investering. De noodzaak van een diepte-investering voor heel veel jongeren wordt nog niet breed in christelijk Nederland gedragen. Doorverwijzing naar de EH door decanen en vanuit de kerken is minimaal.

En helaas is er nog veel onbekendheid met de EH.

De komende tijd gaan we gebruiken om te inventariseren wat er leeft en EH43 willen we gebruiken voor ontwikkelen van mogelijke nieuwe/andere concepten van onze onderwijsprogramma's. Het is de bedoeling dat de contouren daarvan al voor de zomer duidelijk zijn. Nadere uitwerking volgt dan gedurende het cursusjaar.

Een en ander is verder uitgewerkt in een specifiek geschreven plan EH 2.0.

2.3.2 *EHB43*

We voeren volgend seizoen geen grote wijzigingen door, om tijd te hebben voor heroriëntatie op het geheel. Bovendien zijn we best tevreden met het huidige programma en de recent doorgevoerde vernieuwingen.

Accenten:

1. Doorvoeren van enkele bezuinigingen, door te bezien of we wat minder opdrachten kunnen geven, de tutorgroepen (iets) groter maken, werken met grotere collegegroepen en de extra thema-week over 'weerbaar worden' niet op locatie in Helvoirt te houden.
2. Inhoudelijk EHB43:
 - Heroriëntatie op het lint presenteren: dat bevat nu totaal 8 of 9 colleges, maar de grootste winst zit in de eerste colleges. Het tweede blok lijkt minder toe te voegen, gezien de gehouden eindpresentaties.
 - Groepsopdrachten – gespreksgroepen – tutoruren nog meer op elkaar afstemmen.
 - Begeleiding TCK's heeft meer aandacht gekregen in EHB42, dat bevalt goed. Denk daarbij aan speciale bijeenkomsten voor deze groep en een informatief college over TCK-zijn. We gaan daarmee door.

- Sociale Gasten biedt ook begeleiding aan bij maatschappelijke oriëntatie (stages, etc). Dat kunnen we uitwerken richting studenten die zich via meeloopdagen zodoende nog meer kunnen oriënteren op een toekomstig werkveld.
- Studentevaluaties: doen we de laatste jaren digitaal, na elk blok. We neigen er toe deze evaluaties anders in te richten (zoals eerder ook wel) en deze met afgevaardigden van de diverse groepen te houden.
- Het lint praktische levenskunst handhaven we, de investering van EHB42 mag nu verzilverd worden.
- Nadenken over het aantal reflectieopdrachten. Studenten geven aan dat ze op een gegeven moment een verzadigingspunt bereiken rondom dit soort opdrachten.

3. N.a.v. betrokkenheid tutoren:

- Tutoren willen graag betrokken zijn bij het nadenken over de inhoud van de jaarlinten PO en GLO bijvoorbeeld. Dat doen we door sessies hieromtrent aan te bieden en tegelijkertijd voor ogen te houden dat het tutorberaad geen beleidsorgaan is én dat werkdruk een terugkerend fenomeen is. Of misschien ook wel timemanagement: Voor sommigen is het doorspreken van de thema's van de colleges aansprekender dan opdrachten nakijken, waardoor het wat gaat wringen.
- Sommige tutoren zien graag meer mogelijkheid voor intervisie. Financieel gezien geven we hier geen prioriteit aan.
- Nogmaals nadenken over werkdruk, met name voor tutoren met twee tutorgroepen. Kunnen anderen opdrachten nakijken?

2.4 Reflectie activiteiten 2018-2019 EH-Traject

Dit jaar hebben 73 studenten zich aangemeld voor het EH-Traject. Dat zijn er zo'n 30 minder dan vorig jaar. Het blijft gissen naar de oorzaak van deze daling.

De voorgenomen activiteiten waren:

- Onderwijsprogramma
- Eigenaarschap
- Praktische vaardigheden
- Tutortraining

2.4.1 *Onderwijsprogramma*

In het samenstellen van het onderwijsprogramma zijn keuzes gemaakt die recht doen aan het verlangen om het programma voor studenten niet te vol te maken en het verlangen hun iets aan te bieden wat hen helpt een aantal basisvaardigheden te ontwikkelen. De volgende veranderingen zijn doorgevoerd.

2.4.2 *Eigenaarschap*

Het doel was om de student meer eigenaar te laten worden van zijn eigen leerproces. Dit om te voorkomen dat de student met een consumptieve en afwachtende houding het programma zou volgen, wat vervolgens weer een slechte invloed zou kunnen hebben op de werksfeer binnen de opleiding. De volgende acties zijn ondernomen:

- Tijdens de startweek hebben Els en Paul met de alle studenten nagedacht over de vraag hoe we met elkaar ervoor kunnen zorgen dat er een goed leer- en leefklimaat ontstaat. De studenten waren in dit gesprek heel erg open over hun verlangens en de kansen en valkuilen die ze zagen. De intentie om samen verantwoordelijk te zijn voor een goede en vruchtbare sfeer werd samengebracht onder drie woorden: communicatie, compassie en competentie. Studenten hebben in de eigen tutorgroep met de tutor nagepraat over deze bijeenkomst en ook voor de eigen tutorgroep hierover afspraken gemaakt.
- Aanscherping van de houding van de tutor. Vanaf de tutorstudiedag is er ingestoken op de eigen verantwoordelijkheid van de student. Tutoren werden aangemoedigd om hun eigen aanpak kritisch te bekijken om zo te ontdekken waar ze geneigd zijn om verantwoordelijkheden van de student over te nemen. Op de tutorstudiedag en de tutorberaden van het eerste blok is daarmee geoefend door verschillende rollenspellen te spelen.
- Tutoruur dinsdagmorgen is werkuur. De student kreeg elke week de opdracht zich voor te bereiden op de komende week en dat bespreekbaar te maken tijdens het tutoruur op dinsdagochtend. Het dinsdagochtend tutoruur werd zo een soort trampoline moment waardoor de weken met elkaar verbonden werden. Met de aangeboden werkvorm konden de meeste tutoren niet uit de voeten. Naar wat zoeken hebben de meeste tutoren vormen kunnen vinden om dit tutoruur tot een werkuur te maken.
- Aanpassing Persoonlijk Dossier. Deze actie was niet opgenomen in het activiteiten plan. Voorheen bestond het PD voornamelijk uit door ons geformuleerde vragen, die de student moest aanzetten tot reflecteren. Voor een groot aantal studenten werkte dat goed, maar bij een aantal studenten niet. Zij kwamen niet verder dan het beantwoorden van de gestelde vragen en van zelfstandig reflecteren kwam het vaak niet. Daarnaast realiseerden we dat de genoemde vraagstelling sturend werkt en daarmee eigenaarschap niet wordt bevorderd. Daarom is er voor een andere aanpak gekozen. De student werd gevraagd om per speerpunt te reflecteren. Daarmee had hij binnen een speerpunt alle ruimte om zelf te kiezen waarop hij zou reflecteren. Om te voorkomen dat er belangrijke inhoud geen aandacht zou krijgen in het PD werd er door ons een vraag van de week aan toegevoegd. Om de student de nodige structuur te bieden om op deze wijze te kunnen reflecteren, is er gekozen voor een wekelijkse indeling van het blokboek. Met deze aanpak is de kwaliteit van het PD toegenomen. Studenten blijken meer literatuur te lezen en ook meer en beter te reflecteren. Door deze aanpak komt de student ook makkelijker mee in de speerpuntenstructuur van het onderwijsprogramma. Deze bevindingen betreffen vooral de U-student. Er wordt nog extra gekeken naar hoe de H-student het heeft gedaan.

2.4.3 Praktische vaardigheden

In blok 1 is het vak Praktische Levenskunst toegevoegd. Door het samenvoegen van de vakken Bijbelkennis en Geloofsontwikkeling was er ook ruimte om dit te doen.

Studenten waren onverdeeld enthousiast over het nieuwe vak. De praktische aanpak van het vak en de docenten zijn hoogstwaarschijnlijk, naast de inhoud, mede oorzaak van dit enthousiasme. De doorvertaling naar het leven van alledag en het functioneren van de tutorgroep heeft nog wel meer aandacht nodig.

2.4.4 Tutortraining.

Zie eerder gemaakte opmerkingen onder 2 (eigenaarschap).

Over het algemeen mogen we concluderen dat het gelukt is om studenten hun eigen verantwoordelijkheid te laten nemen en hen te laten groeien in pro activiteit. Het leer- en leefklimaat was dit jaar opvallend positief. Toch zijn er in het laatste blok in enkele tutorgroepen behoorlijk wat studenten gestrand. De slagingspercentages van deze groepen zijn schrikbarend laag. Dit kwam als een onaangename verrassing. Wat daar precies is gebeurd, valt moeilijk te duiden. Blijvende aandacht voor de ontwikkeling van tutores is noodzakelijk.

2.5 Plannen 2019-2020 EH-Traject

Uitgangspunten

Er is eerder afgesproken dat er dit jaar geen grote veranderingen doorgevoerd zullen worden. Er staat een goed programma en volgend jaar zal er in een bredere context nagedacht worden over hoe we ons onderwijs aanbieden om aan te sluiten bij de jongeren van deze tijd.

1. *Reflectie*

Het schrijven van blokreflectie lijkt met de nieuwe inrichting van het PD te versralen. Studenten brengen hun leerproces nu al wekelijks onder in de speerpunten van het onderwijsprogramma. De huidige formulering van de blokreflectie opdracht nodigt niet uit tot het schrijven van een kernachtig en onderbouwd document. De opdracht zal aangepast worden.

Er zal aan het begin van het seizoen onderzocht worden hoe de nieuwe opzet van het PD zijn uitwerking heeft gehad onder de H-studenten. Waar nodig zal het PD voor hen aangepast worden.

2. *Invulling thema blok 2.*

Het huidige blok 2 begint met het thema discipelschap. Vervolgens wordt er naar verschillende maatschappelijke thema's gekeken met de vraag hoe je daarin een discipel van Jezus kunt en wilt zijn. Dit blijkt niet meer zo goed te werken. Studenten geven aan dat de overgang van blok 1 naar blok 2 hen verwart. Dat hoeft niet erg te zijn, maar de verwarring blijkt te groot. In blok 1 leren ze te leven vanuit genade, wat veel ontspanning brengt. De uitnodiging voor discipelschap wordt vervolgens ervaren als in tegenspraak met blok 1 en als een opnieuw van alles moeten. Daarnaast is de invulling van het thema postmodernisme wat verjaard. Er is behoefte aan een meer actuele en scherpere duiding van de tijdsgeest, waardoor studenten gaan leren de tijdsgeest en zichzelf daarin te verstaan ook als het gaat om de relatie met God en het navolgen van Jezus.

Daarom is ervoor gekozen om dit jaar met deze hernieuwde duiding van de cultuur het blok te beginnen. Het zal het thema postmodernisme vervangen en waarschijnlijk dus ook een andere naam krijgen. De overige thema's blijven hetzelfde, maar worden wel in lijn gebracht met het thema van week 1.

Het blok wordt afgesloten met de uitnodiging tot navolging van Jezus in deze tijd.

Met deze aanpak hopen we de genoemde verwarring weg te nemen en het verlangen om Jezus te volgen in deze tijd sterker op te wekken.

3. *Tutorenteam*

Het team bestond afgelopen jaar uit 6 tutoren. Als we uitgaan van 100 aanmeldingen dan zijn er 2 nieuwe tutoren nodig. Voor de stabiliteit van het team zal het goed zijn als er gekwalificeerde collega's bijkomen die een aantal jaren blijven. Qua evenwicht gaat de voorkeur uit naar mannelijke collega's.

Het lijkt erop of nieuwe tutoren er langer over doen om op niveau te komen. De aanname (of het verlangen) dat je als tutor na 2 of 3 jaar de kneepjes van het vak voor een groot deel onder de knie hebt, blijkt steeds vaker niet te kloppen. Het vraagt om meer tijd en aandacht voor de toerusting van tutoren en misschien wel om een scherpere selectie in de sollicitatie procedure.

3 Organisatieontwikkeling

3.1 Reflectie activiteiten 2018-2019

De belangrijkste activiteiten voor dit cursusjaar waren;

1. Aanpassen administratiesysteem
2. Beschrijven administratieve organisatie
3. Opzetten vrijwilligersbeleid
4. Aanpassen Arbeidsvoorwaardenbeleid
5. Opknappen werknemersruimtes
6. Interne website
7. Risico Inventarisatie en Evaluatie
8. Aanpassen telefooncentrale
9. Implementatie VGA wetgeving
10. ICT Netwerk

3.1.1 *Administratiesysteem*

Vanaf dit schooljaar is een nieuw systeem in gebruik genomen. Er is gekozen voor een nieuw systeem voor CMS (Lea) met een separaat administratiepakket (Twinfield). Met name de gebruikersvriendelijkheid van dit programma (voor onze generiek opgeleide werknemers) is een belangrijk uitgangspunt voor deze keuze geweest. De inrichting van het LEA pakket heeft dit jaar veel aandacht gevraagd en we hebben daarin met de nodige tegenslagen te kampen gehad. Voor de conversie is het nodige aan “erfenis uit het verleden” opgeruimd en opnieuw gedefinieerd. We kunnen het komende jaar gebruiken voor verdere verrijking van de gegevens zodat we specifiek onze mailingacties kunnen houden. De koppeling tussen LEA en Twinfield op financieel gebied is ook niet zonder slag of stoot gegaan. Inmiddels is de financiële koppeling gelegd en wordt de administratie bijgewerkt. De optimalisering van de communicatiemodule zal in EH43 verder ter hand worden genomen. Er is een projectmanager aangesteld die dit traject zal begeleiden en implementeren.

3.1.2 *Beschrijving administratieve organisatie*

De beschrijving van de administratieve organisatie en de processen die daarbij horen, zijn voor een groot gedeelte gebaseerd op de software die gebruikt wordt. Zie ook 3.1.1. We zitten daarin nog midden in de implementatiefase. Zodra dit is uitgekristalliseerd kunnen we deze beschrijving ter hand nemen. Dit actiepoint komt derhalve (nogmaals) terug op de agenda. Gegeven de besluitvorming rond de software is dit agendapunt dus ook vooruitgeschoven.

3.1.3 *Opzetten vrijwilligersbeleid*

Het vastleggen van het vrijwilligersbeleid is noodzakelijk om helderheid te creëren omtrent het vrijwilligerswerk in de eigen organisatie. Het vastleggen, ofwel borgen, van vrijwilligersbeleid is daarom een belangrijke voorwaarde voor een effectieve en efficiënte uitvoering van het vrijwilligerswerk in een organisatie. Het vrijwilligersbeleid is dit jaar integraal onderdeel geworden van ons arbeidsvoorwaardenbeleid en ook daarin opgenomen. Waar mogelijk kijken we of we gebruik kunnen maken van vrijwilligers voor het invullen van ondersteunende taken. Op dit moment zijn er drie vaste vrijwilligers betrokken bij de EH. Waar mogelijk willen we meer gebruik van vrijwilligers gaan maken.

3.1.4 *Aanpassen arbeidsvoorwaardenbeleid*

Een actualisering van de arbeidsvoorwaarden/het arbeidsvoorwaardenboek was noodzakelijk en is dit jaar opgepakt en afgerond. De relatie met de HBO-Cao is nu volledig losgelaten. Het uitgangspunt binnen de organisatie is nu de wettelijke afspraken die gevolgd moeten worden. We zijn zeer terughoudend in extra toekenningen boven op de wettelijke verplichtingen. Dat past ons inziens niet bij een organisatie die afhankelijk is van giften. Actualisering zal op basis van wettelijke aanpassingen jaarlijks een agendapunt blijven. Aanpassingen in het loongebouw (ook de inflatiecorrecties) zullen met de nodige terughoudendheid doorgevoerd worden. Voorlopig willen we daarbij de 0-lijn hanteren.

3.1.5 *Opknappen werknemersruimtes*

Vanwege de financiële uitdaging waar we dit jaar voor staan is dit voornemen niet uitgevoerd. De financiële ruimte ontbreekt op dit moment. Bij het opknappen van de ruimtes binnen de school heeft de studentenkantine prioriteit. Daarvoor zullen we, gezien de verwachte investering wel specifieke fondsen moeten werven. Ook de flexruimte van de tutores zal, als de financiën dit toelaten aangepakt moeten worden. Daarna zijn de werknemersruimtes aan de beurt, dat zal waarschijnlijk echter pas vanaf EH43/EH44 het geval zijn. Dit voornemen komt derhalve in de plannen terug.

3.1.6 *Interne website*

Voor de invulling van een nieuwe interne website zijn verschillende partijen uitgenodigd. We hebben wel gemerkt dat de eisen die we stellen aan het systeem al snel veel extra geld kosten. Inmiddels is een partij gevonden die een goede prijs/prestatie verhouding kan leveren voor een basispakket. We zullen we dan wel wat concessies moeten doen voor wat betreft de inrichting. De gesprekken met deze partner zijn gestart en we hopen dat we hiermee tot een goede samenwerking kunnen komen. Belangrijke aandachtspunten voor de inrichting zijn;

- Zaken rondom roosters en het bijhouden daarvan plus bijkomende communicatie
- Aansluiting bij communicatiemiddelen die studenten gebruiken (app of inlog)
- Voldoen aan de eisen rond privacywetgeving

3.1.7 *Risico Inventarisatie en Evaluatie*

In samenwerking met de ARBO-dienst is er dit jaar gewerkt aan de vastlegging en herijking van ARBO gerelateerde zaken. De RI&E is geactualiseerd en het plan van aanpak is bijgewerkt. De RI&E is thans volledig digitaal beschikbaar en daardoor eenvoudig up-to-date te houden.

3.1.8 *Aanpassen telefooncentrale*

Deze aanpassing is doorgevoerd. We zijn per 1 februari overgestapt naar een nieuw telefoonsysteem. De beëindiging van het ISDN-netwerk door KPN maakte deze stap noodzakelijk. Alle toestellen zijn daarvoor vervangen. We bellen nu via het glasvezelnetwerk.

3.1.9 *Implementatie VGA wetgeving*

De beleidslijnen die in het voorjaar van 2018 zijn uitgezet, zijn dit jaar verder uitgewerkt en geïmplementeerd. Verder bewaking en controle blijft noodzakelijk. Onder andere op het gebied van wachtwoordenbeleid en beveiliging van PD's van studenten zijn verdere maatregelen genomen. Tevens is een DPIA (Data protection impact assessment) uitgevoerd. Deze geeft inzicht in de risico's die de verwerking van gegevens oplevert voor de betrokkenen, en in de

maatregelen die de wij moeten nemen om de risico's af te dekken. Een en ander is in overleg gegaan met de functionaris voor de gegevensbescherming (FG).

3.1.10 Aanpassing ICT netwerk

Dit agendapunt is doorgeschoven naar het volgende schooljaar. Het systeem draait nog naar behoren zonder veel uitvalverschijnselen. Een inventarisatie van de te verwachten aanpassingen in de toekomst plus de bijbehorende investeringen zal, ook gezien de leeftijd van het huidige systeem, volgend jaar wel gemaakt moeten worden. Op basis daarvan kan dan een investerings- en vervangingsplan gemaakt worden.

3.2 Plannen voor beleidsjaar 2019-2020

3.2.1 Administratiesysteem

Voor 2019-2020 staat een verdere uitbouw van het administratiesysteem op de agenda.

Belangrijke aandachtspunten hierbij zijn:

- Betere managementinformatie
- Efficiency in afhandeling administratie (donateursadministratie)
- Onderzoek mogelijkheden vastleggen studentadministratie
- Verrijking van de database

3.2.2 Beschrijving administratieve organisatie

Na de implementatie van de software (zie 3.2.1.) willen we overgaan tot het op hoofdlijnen vastleggen van de beleidlijnen en werkprocessen. Administratieve Organisatie houdt zich bezig met het functioneren van de organisatie, de informatie die hieruit voortkomt en het complex van maatregelen om het functioneren en informeren naar wens te laten verlopen. De nadruk voor de EH ligt op het vastleggen van taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden op functie- en locatie- en/of afdelingsniveau.

3.2.3 Onderbouwing continuïteitsreserve

In de wetgeving is de zogenaamde anti-oppoteis opgenomen (ook wel "bestedingscriterium genoemd): een ANBI mag niet meer vermogen aanhouden dan redelijkerwijs nodig is voor de continuïteit van de voorziene werkzaamheden ten behoeve van de doelstelling van de instelling. De achtergrond van de eis is te waarborgen dat een ANBI ontvangen donaties besteedt overeenkomstig haar algemeen nuttige doelstelling en niet onnodig oppot.

In de wetgeving en toelichtingen daarop zijn enkele voorbeelden genoemd van vermogen dat aangehouden mag worden. Voor de EH relevante voorbeelden zijn.

- vermogen uit een schenking of erfenis waarbij als voorwaarde bepaald is dat dit vermogen in stand gehouden moet worden;
- een "continuïteitsreserve" voor exploitatiekosten als personeelskosten, huisvestingskosten en administratiekosten.

Voor 2019 zal een scherpere motivering voor de omvang van dat vermogen gehanteerd moeten worden. Die stukken moeten ook op de website van de ANBI gepubliceerd zijn

3.2.4 Vastleggen onderhoudsreserve

Voor de onderhoudsreserve zal een nieuwe actuele onderbouwing vastgelegd moeten worden. Hiertoe zullen we een inventarisatie maken van het te verwachten groot onderhoud en de vertaalslag naar de benodigde reserves.

3.2.5 Opknappen Tuin

De tuin van de EH heeft eigenlijk een grote onderhoudsbeurt nodig. Hiervoor is inmiddels een plan gemaakt. We zullen ook voor dit project specifieke fondsen moeten gaan werven. De insteek is hierbij dat we dat NIET bij de huidige donateurs zullen doen, aangezien we die voor de exploitatie meer dan nodig hebben. We zullen nagaan welke mogelijkheden er daar buiten zijn en daarvoor een plan van aanpak opstellen.

3.2.6 ICT

Het huidige netwerk functioneert nog naar behoren maar de servers zijn langzamerhand wel weer aan vervanging toe. Binnen het netwerk draaien nog veel oude computers (sommige nog op XP) die weliswaar niet lokaal gebruikt worden maar die toch een risico vormen. We zullen voor deze computers over moeten stappen op zogenaamde thin clients. In 2019 willen we in samenspraak met de ICT-beheerder een vervangingsplan opzetten teneinde inzicht te verkrijgen in de noodzakelijke investeringen.

3.2.7 Informatieplicht Milieubeheer

Uiterlijk op 1 juli 2019 moeten we rapporteren welke energiebesparende maatregelen we als EH de afgelopen jaren hebben genomen. Als uitgangspunt geldt daarbij de Erkende Maatregelenlijst energiebesparing (EML) voor scholen. Deze bevat energiebesparende maatregelen met een terugverdientijd van 5 jaar of minder. Uit de inventarisatie kan de verplichting ontstaan om maatregelen te treffen die een terugverdientijd onder de vijf jaar hebben. Dit zullen we in de loop van 2019-2020 verder inventariseren en waar nodig zullen we verdere maatregelen treffen.

3.2.8 Integriteit Goede doelen organisaties

Als lid van Goede doelen Nederland en in het bezit van het CBF keurmerk worden we geacht te voldoen aan de normen die zij stellen. Dit jaar speelt de toenemende aandacht voor integriteit daarbij een rol. Er zijn nieuwe normen op het gebied van integriteit ontwikkeld. Deze nieuwe normen beogen integer handelen te bevorderen. In 2019 zullen we de organisatie zodanig in richten dat we voldoen aan de nieuwe normen met betrekking tot integriteit. In 2020 zal het CBF tijdens de jaarlijkse toetsing aandacht vragen voor dit onderwerp.

4 Communicatiestrategie

4.1 Reflectie activiteiten 2018-2019

De belangrijkste activiteiten voor de communicatie voor dit cursusjaar waren;

1. Groei studentenaantallen
2. Eigentijdse communicatie
3. Scherp onderscheid EHB en EHT
4. Betrekken netwerk studenten
5. Zichtbaarheid in scholen en kerken

4.1.1 *Groei*

Ook dit jaar bleef het aantal Basisjaarstudenten steken op 116. We hadden gehoopt dat het studentenaantal van vorig jaar een incident zou zijn, maar ook nu werd geen groei gerealiseerd. Voor het Traject meldden zich 73 studenten aan. 25 minder dan in het jaar daarvoor. In totaal volgen dit jaar dus bijna 200 studenten de EH. Een onderzoek onder de geïnteresseerde studenten en afhakende studenten (wel aangemeld, maar toch uiteindelijk niet gekomen) lijkt te wijzen op financiële motieven. Het besef dat studeren (veel) geld kost maakt dat studenten/ouders geen tussenjaar willen financieren. Het aantal aanvragen voor studiebrochures en bezoekers van de opendagen blijft wel op niveau. De studenten weten ons in die zin wel te vinden. Helaas heeft zich dat niet vertaald in groei van de aanmeldingen voor het Basisjaar c.q. het Traject.

4.1.2 *Eigentijdse communicatie*

We hebben het jaar EH42 gebruikt om binnen verschillende focusgroepen na te gaan wat het imago van de EH is en waar we de nadruk op moeten leggen in onze communicatie. Dit heeft geresulteerd in een plan van aanpak wat in EH42 e.v. verder zijn beslag zal moeten krijgen.

- Meer nadruk op het waarom van de EH
- We mogen korter spitsen communiceren
- Ervaringsverhalen zijn belangrijk

Zowel in de oude als in de nieuwe media willen we hier aanpassingen gaan doorvoeren in de verwachting dat we daarmee onze boodschap beter bij onze doelgroep kunnen overbrengen.

4.1.3 *Scherp onderscheid profiel EH-Basisjaar vs EH-Traject*

Met name in de voorlichtingsbijeenkomsten is de focus van de twee opleidingen helder(er) neergezet. Het Basisjaar als brugfunctie voor de middelbare scholier. Het EH-Traject voor studiestoppers. We zien een ontwikkeling waarbij studenten die feitelijk het Basisjaar moeten volgen zich, na eerst een halfjaar gewerkt of gereisd te hebben, inschrijven voor het EH-Traject. Door in de informatiebijeenkomsten hier duidelijker over te communiceren hopen we hier meer richting aan te kunnen geven. Ook in de andere communicatie-uitingen houden we dit onderscheid aan.

4.1.4 *Gebruik maken van netwerk van studenten (en hun ouders)*

We hebben onze studenten in dit jaar voor een drietal acties ingezet te weten;

- Posteractie (verspreiding poster in eigen omgeving in november en in februari)

- Kaartenactie (tijdens examenperiode)
- Sponsoractie

We merken dat de bereidheid om voor de EH te werven niet vanzelfsprekend is. We moeten daarvoor meer de rol van motivator spelen dan voorheen het geval was. Acties moeten goed voorbereid worden en laagdrempelig zijn. De sponsoractie liep dit jaar, mede door het gebruik van het onlineplatform steuneh.nl goed. Hieruit blijkt eens te meer dat goed faciliteren van de studenten een voorwaarde is voor het slagen van acties.

4.1.5 Zichtbaarheid in scholen en kerken

We hebben dit jaar onze eerste regiobijeenkomst voor kerken georganiseerd waarbij ook naar voren kwam dat jeugdleiders behoefte hebben aan toerusting en ondersteuning. We zullen daarom ook in het komende jaar dergelijke regiobijeenkomsten gaan houden (in verschillende regio's in Nederland) om zodoende invulling te geven aan het merk EH als expertisecentrum voor christelijke jongeren. Op deze wijze hopen we tevens de naamsbekendheid van onze onderwijsprogramma's te vergroten aangezien we ook merken dat de naamsbekendheid van de EH nog wel verbetering behoeft (zie ook punt 6).

4.2 Plannen voor beleidsjaar 2019-2020

Om de naamsbekendheid van EH te vergroten, zowel in kwantiteit als in kwaliteit, binnen onze doelgroepen, om de aanwas van nieuwe studenten te realiseren, én de financiering van onze activiteiten te waarborgen, is een juiste en goede inzet van diverse communicatiemiddelen en media nodig. We streven daarin naar voldoende diversiteit aan communicatiemiddelen zodat het juiste middel kan worden ingezet voor de juiste doelgroep. Aandachtspunten daarbij zijn:

- Het bundelen van kracht: synergie creëren door inzet van verschillende communicatiemiddelen/activiteiten.
- Bestaande middelen worden jaarlijks geëvalueerd voor wat betreft functie en inhoud.
- Door middel van digitale communicatie maar ook de inzet van free publicity is de communicatie erop gericht om zoveel mogelijk mensen uit de doelgroepen te bereiken.
- De EH is zelf de zender van boodschappen; de EH is niet afhankelijk van wat anderen (media) wel of niet over de EH communiceren.
- We stellen ons actief op om doelgroepen te bereiken en te ontmoeten. Het actief bezoeken van (potentiële) donateurs, het verzenden van mailingen en het actief benaderen van de achterban zijn middelen die daarvoor worden ingezet. Voor studentwerving wordt gekozen voor zichtbaarheid op beurzen, open dagen en evenementen. Goede professionele communicatie is ook hierbij van belang. Stand inrichting, kleding en uitstraling van de medewerkers zijn eenduidig.

4.2.1 *Communicatie korte termijn doelstelling*

Aandachtspunt voor het komende jaar is een meer strategische aanpak voor de EH, waarbij we verder werken aan een breed gedragen heldere/ wervende propositie en een sterke promotiecampagne met de volgende vertrekpunten.

- de EH is een diepte-investering in het leven van jonge mensen waarbij toerusting, onderwijs en persoonlijke aandacht centraal staat;
- samenleving (ouders, pot. leerlingen) verandert (vanzelfsprekendheid is voorbij); Hoe spelen we daar als EH op in?
- media veranderen (content overal); Spelen we daar als EH goed genoeg op in?
- aanbod moet meer op maat zijn van de 'klant' / student; daarom meer nadruk op het waarom/waartoe van de EH.
- multimedia inzet (print en online).

Wat dit moet opleveren is;

- een scherp(er) profiel en heldere positionering van EH (in alle uitingen);
- doorvertaling naar meer storytelling, letterlijk over het waartoe van de EH;
- onderscheidend vermogen en levert input voor de promotie en werving;
- professionele, inhoudelijke presentatie EH via online en print.

4.2.2 *Internet*

Een bijzonder terrein waarop de EH zichtbaar en vindbaar moet zijn, is online. Een aantal aandachtspunten op dit terrein voor volgend jaar zijn;

- Zichtbaarheid op Social media;
- Optimalisering SEO;
- Gebruik van Google Grants;
- Google Adwords;
- Inrichting website.

Social media (LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube)

We willen regelmatig(er) zichtbaar zijn met ervaringsverhalen; gekoppeld aan de website. Daarnaast kunnen we doelgroepgericht adverteren. Op Instagram zullen we zichtbaarder moeten zijn. We moeten nadenken over het inrichten van een platform op Instagram waar ambassadeurs van de EH hun ervaringen delen en content aanleveren.

SEO/ Google Adwords

Waar nodig is verdere aanscherping van zoektermen nodig. De landingspagina's zullen verder geoptimaliseerd moeten worden. Zo willen we beter zichtbaar zijn op de zoekterm tussenjaar. Daarvoor is verdere optimalisatie van teksten noodzakelijk teneinde in de zoekopdrachten beter zichtbaar te zijn.

Google Grants

Het budget dat we via google-grants tot onze beschikking hebben wordt (bij lange na) niet besteedt. Dat heeft te maken met scherpe voorwaarden waaraan voldaan moet worden (bijvoorbeeld vooral informatieteksten i.p.v. wervingsteksten). Ook voor Hayona (die dit namens de EH verzorgt) is dit een lastige kwestie om dit optimaal te benutten. Hier is beschrijvende content noodzakelijk.

Inrichting website

Zoals in dit document beschreven: de communicatie mag meer vanuit ervaringsverhalen gedaan worden, en minder formeel taalgebruik bevatten.

4.2.3 Mailings

De structuur voor de particuliere mailingen die we hebben vastgesteld zal het komende jaar worden aangepast. Een van de redenen daarvoor is dat we zien dat veel donateurs of via een machtiging betalen of zelf een periodieke overboeking hebben geregeld. De financiële stroom is daarom minder afhankelijk van onze mailingen geworden. Daarnaast is kostenbeheersing een argument om de mailingen anders in te gaan richten. Voor de mailingen EHB43 houden we daarom de navolgende verdeling aan: donateurs die via acceptgirokaart betalen: 2 maal het EH-Magazine, 2 maal de EH-Extra en de Kerstkaart. De donateurs die via een volmacht betalen, ontvangen 2 maal het EH-Magazine en de kerstkaart. Waar nodig zullen we eventueel een extra mailing onder alle donateurs verspreiden om extra aandacht te vragen voor onze financiële situatie.

4.2.4 Studentenwerving

Studentenaantallen

De prognose voor het komende Basisjaar bedroeg 150 studenten het aantal aanmeldingen bleef echter steken op 116. Ook de aanmeldingen voor het Traject bleven dit jaar achter. De prognose voor het Basisjaar handhaven we op 120 studenten, die voor het Traject op 100 studenten.

Op grond van de conclusies die we uit de focusgroepen hebben getrokken en eigen inzichten/ervaringen willen we qua studentwerving meer in gaan zetten op de directe (leef)omgeving van potentiële studenten. Daarbij constateren we ook dat we momenteel zeer volledig zijn in onze communicatie (in wat en hoe we onszelf presenteren via bijvoorbeeld website, advertenties, magazine. (Bijvoorbeeld juiste balans tussen alle speerpunten, interkerkelijkheid) en dat we vooral communiceren vanuit de EH als organisatie.

We willen spitsers zijn in onze communicatie. Daarnaast willen we meer aansluiten bij de jongere door het accent te leggen op heel concrete vragen als wie ben ik, wat kan ik en hoe geef ik m'n geloof handen en voeten. Aspecten als 'intellectuele ontwikkeling' en 'oriëntatie op cultuur en maatschappij' worden daarmee minder expliciet gecommuniceerd.

Het taalgebruik zal ook dichter bij de beoogde doelgroep moeten staan; we gebruiken nu veel formele taal, beschrijvend en niet direct aansprekend. De communicatie studentwerving spitst zich toe op het waarom van de EH. 10 redenen om de EH te gaan doen als centrale communicatie-uiting. Dus niet uitleggen wat we doen, maar waarom we het doen.

Ten slotte worden ervaringsverhalen steeds belangrijker; via Google wordt daar op gezocht en aankomende studenten voelen zich juist door die verhalen aangesproken. Ook daarin moeten we dichter bij de leefwereld van studenten blijven (en komen). Dit kan door eigen inbreng, eigen filmpjes. Meer spontaan; meer beleving. De waardering voor de EH ontstaat als men hier op school is, dat aspect moeten we dus ook laten zien! Onze oud-studenten worden identificatiepersonen voor de potentiële studenten.

We onderscheiden vier doelgroepen die we willen bereiken:

- Studenten
- Ouders
- Kerken/jongerenorganisaties
- Scholen

Voorlichting en mailingen via studenten

We zijn ervan overtuigd dat we dominant aanwezig moeten zijn in het netwerk van onze potentiële studenten. Via digitale mailingen, de aanwezigheid op social networks, de aanwezigheid op social media en de aanwezigheid op evenementen, proberen we ons regelmatig binnen de doelgroep te manifesteren. Studenten maken keuzes onder invloed van belangrijke anderen in hun directe omgeving. Dat zijn de mensen waar zij echte gesprekken mee voeren. Natuurlijk spelen ook docenten en decanen in het voortgezet onderwijs een rol, dus moeten we blijvend zorgen dat wij daar ook op de kaart staan. Als wij bij voorlichtingsavonden peilen hoe studenten op het idee zijn gekomen om naar de EH te gaan, blijkt dat een zeer ruime meerderheid via hun netwerk de EH heeft gevonden. Samenvattend komen we tot de navolgende communicatie-uitingen

Direct contact via:

- Advertenties (afhankelijk van budget); momenteel adverteren we in Beam, Visie, Belle en Pit
- Recommandatie via alumni
- Social media
 - Facebook
 - Instagram
 - You Tube; mogelijkheid om meer vlogs in te zetten via studenten
- Studiegidsen
- Website
- Evenementen, zoals:
 - EO JD
 - Huis van Belle
 - IFES/ICHTHUS/Navigator-dagen/weekenden
 - HGJB-Kerstconferentie
 - Opwekking
- Presentaties op scholen/studiemarkten

Voorlichting en mailingen via ouders

Ouders spelen een belangrijke rol als beslissingsbeïnvloeder. Deze groep kan via de navolgende kanalen benaderd worden:

Direct contact via:

- Opening/sluitingsbijeenkomsten
- Ouderavond
- Magazine
- Evenementen, zoals:
 - Nederland Zingt Dag
 - New Wine
 - Mannen/vrouwendagen
 - Opwekking
- Social media (voornamelijk via linkedin en facebook)
- Adverteren in ND/RD/Visie

Voorlichting en mailingen via kerken en jeugdorganisaties

Om in het netwerk van potentiële studenten terecht te komen, zijn jeugdwerkers, jeugdouderlingen, jeugdleiders en catecheten zeer belangrijk. Zij staan dichtbij de christelijke jongeren. Naast persberichten voor het kerkblad/de kerkwebsite worden de kerken (bij de collecteaanvraag) ook benaderd met de vraag of (en waar) er promotiepakketten mogen worden toegestuurd. Verder willen we weer meer aandacht geven aan het via oude media zichtbaar zijn in kerken, jeugdhonken etc. We willen de studenten en ambassadeurs inschakelen om de locaties te voorzien van posters en ander voorlichtingsmateriaal waar ook beslissingbeïnvloeders (ouders, jeugdleiders) kennis kunnen nemen van het werk van de EH. We blijven actief de kerken benaderen om banners op hun website te plaatsen.

Verschillende organisaties worden gemaïld om te kijken welke mogelijkheden er zijn tot samenwerking en/of welke gelegenheden er zijn voor de EH om studenten te bereiken, zoals het plaatsen van een weblink naar de EH, aanwezigheid bij evenementen en/of vermelding in mailingen. Dit wordt gedurende het gehele jaar geïnventariseerd via persoonlijk contact. Organisaties die benaderd worden zijn: IFES, Operatie Mobilisatie, Het Zoeklicht jeugdconferenties, Navigators, Jeugd met een Opdracht, Ichthus, Jijdaar!, HGJB, Perspectief, CGJO, LCJ en andere (kerkelijke) jongerenorganisaties.

Tot slot willen we in dit jaar in het land een viertal regiobijeenkomsten organiseren waarvoor we jeugdwerkers, predikanten en catecheten uitnodigen om met elkaar na te denken over de jeugdcultuur. Deze bijeenkomsten versterken de propositie van de EH als expertisecentrum en zorgen ook voor verhoging van de naamsbekendheid.

Samenvattend komen we tot de volgende activiteiten;

Contact via:

- Ambassadeurs (die promotiepakketten verspreiden). Uitdaging om dit én uit te breiden en goed te coördineren.
- Regiobijeenkomsten (content)
- Kerkbladen; zowel plaatselijk als overkoepelend. Mogelijkheden om hier onder de aandacht te komen zijn via:
 - Persbericht
 - Advertenties
 - Artikelen (redactionele bijdragen)
- Social media (met name linkedin groepen)
- Spreekbeurten/bijdragen in (zondagse) diensten, gemeenteavonden of jeugdgroepen door:
 - Alumni
 - EH-medewerkers
- Advertenties in Jaarboekjes NGK, CGK, GKv. (voor functionarissen)(of we dit doen is afhankelijk van budget)
- Oplegger bij De Wekker (CGK), De Waarheidsvriend (PKN GB), Onderweg (NGK/GKv)

Voorlichting/ mailingen via scholen

- Voorlichting en mailingen via middelbare scholen: 2x grote mailingen per schooljaar naar de decanen, gekoppeld aan studenten afkomstig van de betreffende school (in oktober en in april);
- Contact tussen EH en middelbare scholen door toezending van kennismakingsmateriaal met nabellen en bezoek door de communicatiemedewerker van de EH;

- Aanwezigheid op de studiemarkt/voorlichtingsavonden voor presentatie en/of stand (gedurende het gehele jaar, accenten in oktober/november en februari/maart).
- Presentatie gebeurt door oud-EH-studenten en oud-leerling van de betreffende school en/of EH-medewerkers;
- Berichten van de EH worden geplaatst op interne website en/of schoolkrant m.b.t. de voorlichtingsbijeenkomsten (rondom de voorlichtingsbijeenkomsten). Dit gebeurt via de decanen. Een serie maken van stopperadvertenties die de scholen gratis plaatsen als ze een advertentieruimte over hebben;
- Decanen (en via hen de docenten) van middelbare scholen die veel studenten leveren worden persoonlijk bezocht om de banden met de EH niet te verliezen;
- Het houden van een actie rond de examenperiode bij de middelbare scholen;
- Voor EH-Traject; mailing naar CHE studiestoppers. Op de CHE contact onderhouden met de mogelijke verwijzers naar het Traject;
- Aanschrijven en zo mogelijk bezoeken studentenverenigingen.

4.2.5 Voorlichtingsdagen EH

De ervaringen van het afgelopen jaar met betrekking tot de nieuwe opzet van de voorlichtingsbijeenkomsten zijn goed. Ook de zaterdagbijeenkomst werd wederom goed bezocht en voorziet blijkbaar in een behoefte. We continueren derhalve deze opzet. Ook willen we als test een avond-voorlichting houden. Daarnaast zijn we weer gestart met meeloopdagen. Ook dat willen we dit jaar continueren en op basis van de ervaringen van dit jaar verder evalueren.

4.2.6 Voorlichting op evenementen

Waar mogelijk verschijnen we op de evenementen die in Christelijk Nederland gehouden worden. Voor EH43 betekent dat aanwezigheid op Opwekking, EO-Jongeredag, Nederland Zingt dag, HGJB- Kerst Conferentie en New Wine. Helaas zijn we niet op alle evenementen welkom. Sommige organisaties zijn zeer terughoudend in het toestaan van voorlichtingsactiviteiten op hun ontmoetingsdagen.

5 Imago en naamsbekendheid

5.1 Reflectie activiteiten 2018-2019

Voor het beleid rond imago en naamsbekendheid gelden de navolgende algemene doelstellingen

- Vergroten van de naamsbekendheid van de EH. De doelgroepen weten van het bestaan van de EH (spontane en geholpen naamsbekendheid) en kunnen benoemen wat de EH is (communicatiedoelstelling)
- Doel is een imago gericht op eigentijds zijn, relevant, weerbaarheid, contrast, betrouwbaarheid, fris en herkenbaarheid. Uiteindelijk sluit het imago aan bij de identiteit van de school (communicatiedoelstelling)

De belangrijkste activiteiten voor Imago- en naamsbekendheid waren:

1. Vergroten en meer inzetten van ambassadeursnetwerk
2. Inzetten op free publicity

5.1.1 *Uitbouwen ambassadeursnetwerk*

De uitbreiding van het ambassadeursnetwerk blijft een beetje een ondergeschoven kindje. Waar mogelijk neemt de fondswerver materiaal mee voor verspreiding. We willen dit jaar een vrijwilliger werven om deze specifieke taak op zich te nemen. Gezien het belang komt ook dit punt weer terug op de agenda.

5.2 Plannen voor beleidsjaar 2019-2020

5.2.1 *Alumnidag*

Het komende jaar organiseren we geen alumnidag, maar wel een gezamenlijke terugkomdag voor EHB en EHT. Ook hopen we een jubileumfeest te organiseren in verband met 15 jaar EHT.

5.2.2 *Ambassadeursnetwerk*

Het netwerk van ambassadeurs dat een rol vervult in de communicatie dient verder uitgebouwd te worden. De wens blijft om toe te werken naar een landelijk netwerk van ambassadeurs die folders, posters en gidsen in hun directe omgeving willen verspreiden, zodat een grotere groep kennis kan maken met het werk van de EH. Door de uitbreiding van de communicatieafdeling kunnen we hier nu werkelijk invulling aan gaan geven. Te denken valt daarbij aan werknemers van evangelische boekhandels, oud-cursisten, kerkelijke bureaus, ouders van (oud-)EH-studenten, enzovoort. Als we in het land een aantal posten kunnen realiseren van waaruit de EH in die directe omgeving gepromoot kan worden, kan dit wervend en ondersteunend werken voor naamsbekendheid, studentenwerving en fondsenwerving. Ambassadeurs vervullen in een bepaalde woonplaats een belangrijke vertegenwoordigersfunctie naar de kerken/scholen door verspreiding van promotiemateriaal, met name naar jeugdwerkers, jeugdouderlingen, predikanten/voorgangers en decanen.

Momenteel zijn er 27 (actieve) ambassadeurs die via onze fondswerver informatiemateriaal

ontvangen. Maximaal tweemaal per jaar (maart en oktober) wordt nieuw materiaal verspreid onder de ambassadeurs.

Voor 2019/2020 zijn de plannen:

- Voortzetting van de informatieverspreiding, maar dan vanuit de back office (in principe niet via fondsenwerver, tenzij daar aanleiding toe is);
- Goede administratie van de ambassadeurs én in kaart brengen van de (verdere) verspreiding;
- Het aantal ambassadeurs wordt verhoogd naar 40 personen (werving via social media / sluitingsbijeenkomsten EHB/EHT);
- Verrijking van de contactgegevens van de kerken die worden bediend door de ambassadeurs.

5.2.3 *Free publicity*

Het mediabeleid in algemene zin moet er op gericht zijn om via opiniërende artikelen, uitspraken en berichten mensen uit te dagen om stelling te nemen of positie te bepalen en vandaaruit volgers van de EH te worden (we willen een “beweging” zijn). Vanuit die positie kunnen we dan aandacht vragen voor onze activiteiten. We hopen op een positief effect op de naamsbekendheid van de EH en op de rol die wij voor jongeren willen vervullen.

Voor uitbreiding van de naamsbekendheid en het verstevigen van een evenwichtig imago wordt er gratis publiciteit gegenereerd in verschillende media. De EH wordt als een brede organisatie neergezet en de verschillende activiteiten worden onder de aandacht gebracht van het publiek. Insteek zal zijn dat we nieuwsmomenten willen creëren in het jaar om regelmatig in de kranten te kunnen verschijnen. Daarbij profileert de EH zich als een expertisecentrum op het gebied van jongerencultuur en toerusting van jongeren.

Activiteiten van free publicity:

- Onderhouden persrelatiebestand
- Versturen van persberichten / aanbieden van kant-en-klare artikelen
- Organiseren van evenementen om nieuwswaarde te vergroten
- Woordvoering

Te denken valt aan de volgende activiteiten: symposium, start EH-Basisjaar/EH-Traject en sponsoracties. We nemen ons voor om dit jaar hier meer nadruk op te leggen en actiever en sturender op te treden naar de media. De onderstaande media willen we daarvoor inzetten: Eva, Visie, Christelijknieuws.nl, CIP.nl, Family7, Reformatorische Omroep, Groot Nieuws Radio, Nederlands Dagblad, Reformatorisch Dagblad, Huis van Belle en Pit (HGJB).

6 Fondswerving

6.1 Reflectie activiteiten 2018-2019

De belangrijkste doelstellingen voor dit cursusjaar waren;

1. € 525.000,-- giften particuliere donateurs
2. € 84.000,-- giften van kerken
3. € 250.000,-- sponsoring door bedrijfsleven
4. € 30.000,-- giften uit speciale fondsen

6.1.1 *Particuliere donateurs*

Het totaal bedrag aan giften tot en met december ligt ten opzichte van het budget op schema. We ontvingen tot en met december 2018 bijna € 250.000,-- aan particuliere giften. Een stijging van 11% ten opzichte van vorig jaar. De gemiddelde giftgrootte is nog steeds rond € 20,-- per gift. Op basis van de stand per 1 januari 2019 verwachten we dit jaar uit te komen op een bedrag aan particuliere giften van ca. € 500.000 tot € 525.000,-- . Dat is conform de begroting die we hadden gemaakt voor dit jaar. We hebben in het tweede deel van het jaar wat specifiekere richting gegeven aan een giftbedrag (€ 30,-- actie). Dat resulteerde ook daadwerkelijk in respons van de donateurs die hieraan gehoor gaven. Voor EH43 willen we inzetten op een bedrag aan particuliere giften van € 525.000,---. Dat betekent dus ten opzichte van de vorige begroting geen groei maar ook geen aanpassing naar beneden.

6.1.2 *Grote giftgevers (bedrijven en fondsen)*

Bij de bedrijven is er sprake van een stabilisatie. De cijfers tot en met december geven eenzelfde beeld als in EH41. De begrotingscijfers lijken dus ook dit jaar haalbaar te zijn. Verdere groei van het bedrijsvennetwerk lijkt noodzakelijk om ook financieel verder te kunnen groeien. We zullen daar in EH43 specifiek aandacht voor hebben. We hebben in EH42 diverse fondsen aangeschreven met het thema weerbaar maken als uitgangspunt. De maatschappelijke ontwikkeling rond de toename van stress- en uitval klachten bij studenten is een goed onderwerp om aan te kaarten bij diverse fondsen. We hebben inmiddels een aantal toezeggingen ontvangen. Op grond van deze ontwikkelingen begroten we voor EH43 een bedrag van € 250.000,-- uit bedrijfsgiften/fondsen. Het organiseren van ondernemersdagen is ook voor EH43 een middel om de giften uit de bedrijfssector op niveau te houden.

6.1.3 *Groei in aantal gevende kerken*

Het aantal giften dat we van kerken ontvangen ligt ten opzichte van de begroting ca. 7% lager. We zijn er weliswaar in geslaagd enige groei te realiseren ten opzichte van de opbrengst van vorig jaar (ca 10%) maar we halen nog niet het bedrag dat we begroot hadden. De gemiddelde giftgrootte bleef ongeveer gelijk. We begroten voor EHB43 een bedrag van € 80.000,--. Dit willen we voornamelijk realiseren door een dringender beroep te doen op de thuiskerken van de studenten en de follow-up die we daaraan willen geven.

6.2 Plannen voor beleidsjaar 2019-2020

6.2.1 *Particuliere donateurs*

In de begroting zijn wij uitgegaan van hetzelfde bedrag als vorig jaar. Dit betekent dat we totaal € 525.000,- (incl. lijfrenten) aan particuliere giften hopen te ontvangen. De stijging van het aantal giften door lijfrentes zet door. In onze Magazines blijven wij hier periodiek aandacht aan besteden. Daarnaast zullen we aandacht geven aan de mogelijkheid om de EH op te nemen in het testament.

6.2.2 *Grote giftgevers*

Ook het komende schooljaar gaat fondswerving door met de persoonlijke benadering van giftgevers, zowel particulieren (en dan met name de grotere giftgevers), als kerken en bedrijven. Vanuit de Club van 1000 streven we naar behoud van de huidige leden en groei van nieuwe leden. We zullen naast de weg van recommandatie ook structureel nieuwe bedrijven gaan mailen en nabellen voor het genereren van afspraken. Dus naast het vragen van adressen via bestaande relaties willen we ook zelf adressen gaan verzamelen om potentiële sponsors te benaderen.

Het afgelopen jaar hebben we een aantal fondsen benaderd om projecten/aandachtsgebieden die binnen het EH-jaar een plek hebben (weerbaarheid, keuzestress) te financieren. Dit heeft ook tot het (mede financieren daarvan geleid. Ook dit jaar willen we daar weer aandacht voor vragen. Waar een gift voor de algemene exploitatie van de EH geen kans van slagen heeft blijken fondsen vaak wel bereid om projecten te financieren. De verwachte opbrengst uit bedrijfsgiften en fondsen bedraagt resp. € 250.000,- en € 30.000,-

6.2.3 *Kerken*

Daarnaast zullen we doorgaan met het benaderen van kerken. Elke thuisherk wordt specifiek door ons benaderd met het verzoek een collecte voor de EH te houden en ons op te nemen in het collecterooster van de gemeente. We zullen het belteam dat door eigen studenten gevormd wordt, met name in gaan zetten voor het behouden en waar mogelijk verhogen van de giften van (thuis)kerken. Verder proberen we de studenten zoveel mogelijk een presentatie in de eigen gemeente te laten geven. De kerken in onze database worden dit jaar benaderd met het verzoek om partner van de EH te worden. We hopen hiermee de lichte groei die dit jaar is ingezet te continueren. We gaan uit van een totaalbedrag van € 80.000,- voor EHB43.

6.2.4 *Studentinzet voor fondswerving*

Studenten dragen via de verplichte studentenbijdrage en afgeleid via de vrijwillige ouderbijdrage bij in de fondswerving. We moeten ervoor waken dat de studenten het hele jaar door met financiële acties bezig zijn. Acties blijven anderzijds belangrijk voor de bewustwording van de financiële situatie van de EH. Er zal een gezamenlijke actie voor het EH-Basisjaar en het EH – Traject gehouden worden. Naast een (verkoop)actie door het Basisjaar en het Traject worden de studenten ook ingezet tijdens Opwekking. We ontvangen daarvoor een vergoeding uit de collecte-opbrengst. We zijn zichtbaar aanwezig als “richtingwijzers” op het terrein (parkeerhulpen). De respons hierop is heel goed en we zullen de samenwerking met Opwekking ook voor het komende jaar continueren.

6.2.5 *Doelstelling fondswerving:*

- Particuliere giften € 525.000,--
- Bijdrage uit de kerken € 80.000,--
- Bijdrage bedrijfsleven € 250.000,--
- Speciale fondsen € 30.000,--

7 Begroting

Als bijlage bij dit activiteitenplan is een meerjarenbegroting opgenomen (zie bijlage B). Hieronder geven wij een korte toelichting op de aannames en uitgangspunten die ten grondslag liggen aan deze begroting.

1. De basisbegroting gaat uit van 120 Basisjaarstudenten. Voor het Traject zijn we uitgegaan van 100 studenten. Daarnaast zijn een tweetal alternatieven uitgewerkt. Voor dit jaar hebben we besloten om de begroting te beperken tot het komende
2. Te verwachten nalatenschappen zijn niet begroot. Alhoewel de afgelopen jaren structureel sprake is geweest van ontvangen nalatenschappen blijft het een onzekere factor, vandaar dat we hiervoor geen bedrag hebben opgenomen.
3. Groei in de totale fondswerving blijft noodzakelijk. EHB42 zal waarschijnlijk met een negatief resultaat worden afgesloten. Voor EHB43 begroten we de particuliere giften op € 525.000,--.
4. De bijdragen uit bedrijven zijn begroot op € 250.000,--. Dat ligt op het gemiddelde niveau van de afgelopen jaren.
5. Onze voortdurende inspanning om kerken structureel aan de EH te binden heeft niet geleid tot een stijging van de gemiddelde opbrengst per jaar. We begroten op een bedrag dat gebaseerd is het gemiddelde van de afgelopen
6. De niet direct aan een opleiding toewijsbare kosten, namelijk overhead en indirecte kosten, worden toegekend aan Basisjaar en Traject in de verhouding 75-25%. Deze verhouding is gebaseerd op de gemiddelde verhouding van de studentaantallen en het gebruik van het gebouw over de afgelopen jaren.
7. De opbrengst uit verhuur is gelijk gehouden ten opzichte van vorig jaar.
8. In het meerjarenplan is rekening gehouden met het onderhoud voor het huidige gebouw. Daarvoor is een reserveringspost in de begroting opgenomen. Rekening houdend met de aanwezige onderhoudsvoorziening is vooreerst een dotering opgenomen van € 15.000,--. De minimale reserve die we aanhouden voor (onvoorzien) onderhoud bedraagt € 20.000,--.
9. In de begroting zijn een aantal besparingsoperaties doorgevoerd, te weten
 - Een interne tweede bezinningsweek (aanschaffing Helvoirt 2)
 - Waar mogelijk 2 collegegroepen (in plaats van drie)
 - Afschaffen eindejaarsuitkering
 - Vermindering verspreiding periodiek EH Magazine
 - Besparing op advertentiekosten € 5.000,--
 - PM besparing Traject

De begroting sluit daardoor met een tekort van € 36.615,-- . (incl. afschrijvingen en dotatie onderhoud ad € 35.000,--). Dat betekent dat er voor dit jaar voor een sluitende begroting € 1.034.000 aan giften ontvangen moet worden.

8 De belangrijkste voornemens 2019-2020

Onderwijs (hoofdstuk 2)

EHB:

- Evenwichtige planning van activiteiten
- Studenten bewegen tot eigenaar zijn van eigen leerproces
- EH schermvrij
- Inzetten op weerbaarheid en goede studiehouding bij studenten
- Actualiseren van onderdelen van het curriculum

EHT:

- Meer aandacht voor eigenaarschap van student voor leerproces
- Werkcollege praktische vaardigheden invoeren
- Begeleiding tutoren

Onderwijs algemeen:

- Onderzoek meerwaarde tussenjaren
- Implementatie benoeming vertrouwenspersoon medewerkers
- Ontwikkeling concept EH 2.0

Organisatieontwikkeling (hoofdstuk 3):

- Uitbouw administratiesysteem
- Onderbouwen continuïteitsreserve
- Onderhoud tuin
- Onderhoud ICT
- Milieubeheer

Communicatiestrategie/studentwerving (hoofdstuk 4):

- Vergroten naamsbekendheid
- Positiebepaling EH – diepte-investering
- Multimediale communicatie over waarom en waartoe van de EH
- Actualiseren website
- Aanpassen structuur mailingen
- Betere positionering in netwerken van studenten
- Organiseren regiobijeenkomsten jeugdwerkleiders, predikanten en catecheten

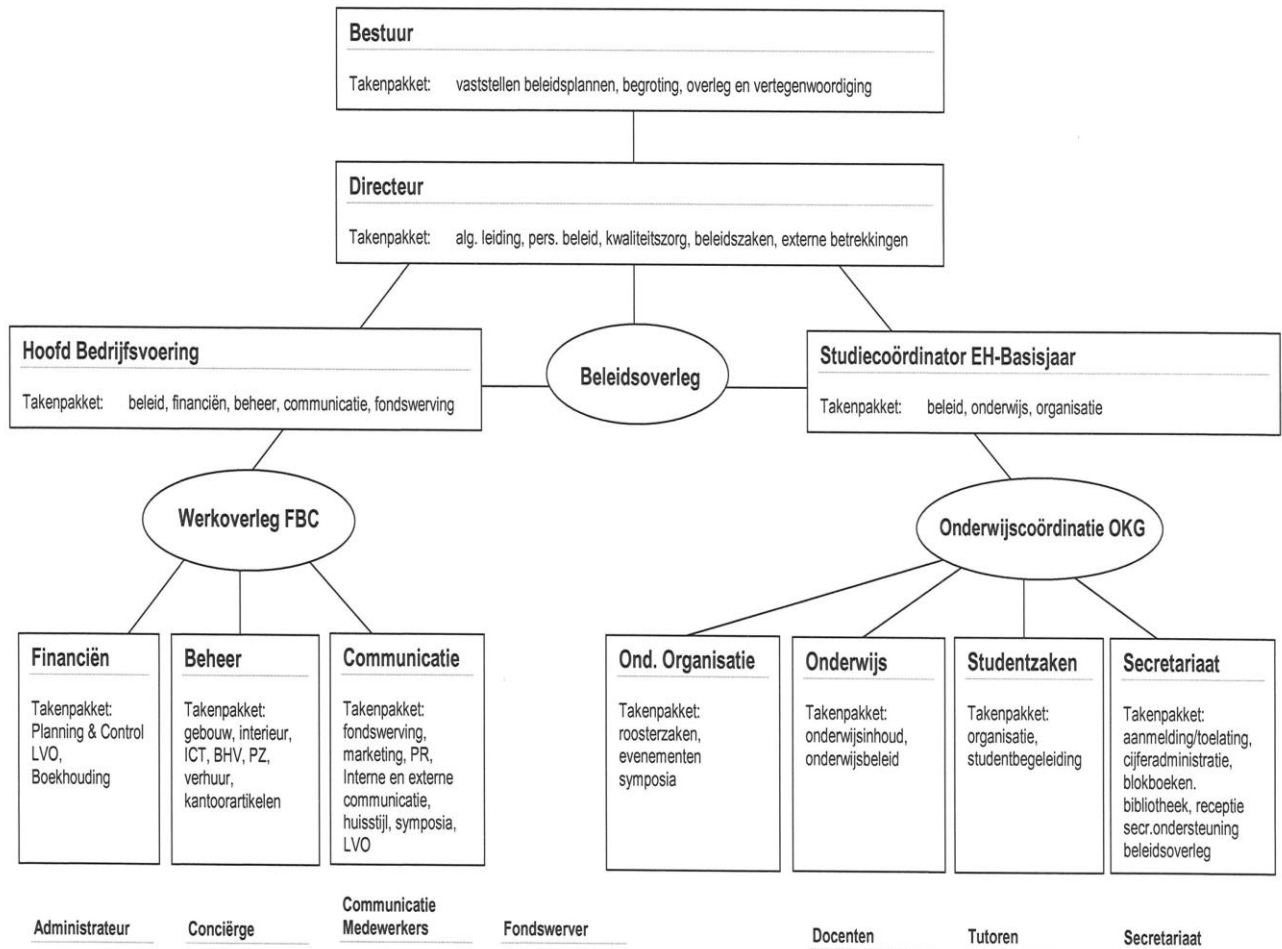
Imago en naamsbekendheid (hoofdstuk 5)

- Organiseren jubileumbijeenkomst EHT
- Uitbreiden ambassadeursnetwerk
- Inzetten op free publicity

Fondswerving (hoofdstuk 6):

- Giften particuliere donateurs € 525.000
- Bedrijfsgiften € 250.000
- Kerken € 80.000
- Speciale fondsen € 30.000

Bijlage A – Organogram



Bijlage B - Begroting EH43

Begroting EH43 (en prognoses EH44/45) periode van 01-07-2019 t/m 30-06-2020 bedragen in €	EH41 (werkelijk)	budget EH43 120/100	prognose EH44	prognose EH45
Opbrengsten				
Algemene fondswerving				
baten uit fondsenwerving	929.720	885.000	905.000	920.000
verwervingskosten tbv.fondswerving	-64.884	-61.500	-66.000	-68.000
uitvoeringskosten t.b.v. fondsenwerving	-83.308	-80.975	-81.785	-82.603
opbrengst verkoop artikelen en catering	35.279	25.000	27.600	27.700
overige baten en lasten	37.029	3.500	5.500	5.500
opbrengst verhuur	18.472	20.825	21.850	22.875
Totaal Algemene fondswerving	872.308	791.850	812.165	825.472
Fondsenwerving studenten/ouders				
studenten/ouders bijdrage ehb/eht	94.871	97.000	97.000	97.000
Opbrengsten EHB/EHT				
opbrengst collegegelden	394.268	409.502	417.352	426.609
opbrengst inschrijfgeld	8.183	7.727	7.727	7.727
Totaal Opbrengsten EHB/EHT	402.451	417.229	425.079	434.336
Opbrengsten EH-cursussen				
opbrengst EH-cursussen	24.870	26.500	26.500	26.500
opbrengst adviespraktijk	2.228	2.250	2.250	2.250
kosten EH-cursussen	-19.468	-23.750	-24.250	-24.750
Totaal Opbrengsten EH-cursussen	7.630	5.000	4.500	4.000
Totaal opbrengsten	1.377.261	1.311.079	1.338.744	1.360.808
Bestedingen				
Loonkosten				
loonsom ehb/eht	749.324	689.741	714.012	728.292
loonsom mt/okg	72.071	62.043	63.284	64.549
loonsom oop	288.363	290.610	296.422	302.350
bijkomende personeels kosten	4.981	4.500	4.500	4.500
Totaal Loonkosten	1.114.739	1.046.894	1.078.218	1.099.691
Uitvoeringskosten				
kosten studentenwerving	91.236	86.750	87.750	88.250
algemene studiekosten	18.684	43.400	43.350	43.350
bijkomende studiekosten	18.194	-5.620	-7.232	-7.232
afschrijvingen	21.745	20.500	17.000	17.000
interest en bankkosten	4.696	1.300	5.800	5.800
huisvesting	80.840	82.750	83.325	84.859
administratie	54.512	54.100	56.200	56.200
bestuur	2.371	2.500	2.000	2.000
diverse kosten	5.760	5.500	13.000	13.000
Totaal Uitvoeringskosten	298.039	291.180	301.193	303.227
Totaal bestedingen	1.412.778	1.338.074	1.379.411	1.402.918
Totaal saldo EH43 (- is tekort, + is overschot)	-35.516	-26.995	-40.667	-42.110

Parameters meerjaren plan		EH41	EH42	EH43	EH44	EH45
		2017-2018	2018-2019	120/100	2020-2021	2021-2022
Aantal studenten EHB		121	117	120	120	120
Aantal studenten EHT		100	73	100	100	100
StudentaandeelFondswerving EHB		250	250	250	250	250
VV Ouderbijdrage EHB		350	350	350	350	350
StudentaandeelFondswerving EHT		150	150	150	150	150
VV Ouderbijdrage EHT		65	65	100	100	100
Collegegeld EHB (incl 21% BTW)		2.510,00	2.575,00	2.625,00	2.675,00	2.735,00
Collegegeld EHT(incl 21%BTW)		1.700,00	1.750,00	1.785,00	1.820,00	1.860,00
Inschrijfgeld (incl 21% BTW)		42,50	42,50	42,50	42,50	42,50
Stud. Bijdrage EHB (incl 9%BTW)		275,00	275,00	275,00	275,00	275,00
Stud. Bijdrage EHT (incl 9%BTW)		130,00	130,00	130,00	130,00	130,00
blokboek bijdr EHB (Incl 21% BTW)		145,00	145,00	145,00	145,00	145,00
blokboek bijdr EHT (incl 21%BTW)		90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
FTE						
Totaal EHB	fte	6,100	6,100	5,920	6,000	6,000
Totaal EHT	fte	2,707	2,400	2,750	2,800	2,800
Totaal Mt(Dir)	fte	0,632	0,632	0,560	0,560	0,560
Totaal FW Fondswerving	fte	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Totaal OOP EH	fte	5,000	5,500	5,350	5,350	5,350
Totaal FTE		15,44	15,63	15,58	15,71	15,71
Kosten FTE						
Totaal EHB	loonkosten /fte	78.400	79.968	82.137	83.780	85.455
Totaal EHT	loonkosten /fte	80.000	81.600	73.996	75.476	76.986
Totaal Mt	loonkosten /fte	108.000	110.160	110.791	113.007	115.267
Totaal FW	loonkosten /fte	85.000	85.850	80.975	81.785	82.603
Totaal OOP EHB	loonkosten /fte	62.250	63.495	54.320	55.406	56.514
Totaal EHB:EHT (afgerond)	75:25					