

Jaarplan Foundation 2019

uitsnede uit versie 13 december incl. leeswijzer website



Leeswijzer bij dit jaarplan I/II

- Dit document is een uitsnede van het jaarplan 2019 van de Foundation zoals opgemaakt eind 2018.
- The Colour Kitchen Foundation is een losse Stichting/entiteit naast de Sociale Onderneming The Colour Kitchen BV
- Begin 2019 heeft een evaluatie plaatsgevonden in het kader van het vervolgen van de ‘voor-investering’ op het op poten zetten van het leiderschapsprogramma-concept, dit ook in de context van de stand van zaken bij de Sociale Onderneming
- Daaruit is naar voren gekomen dat het Bestuur van de Foundation nog steeds heel erg gelooft in het belang van leiderschap in organisaties als aangrijpingspunt om een verschuiving teweeg te brengen in het economische systeem/arbeidsmarkt van Nederland naar een inclusieve arbeidsmarkt/inclusieve economie, waar voor iedereen ruimse is voor duurzaam betaald werk en zelfredzaamheid.
- Echter, dat er voor nu te veel ‘kosten voor de baten’ zijn om het leiderschaps-project verantwoord voort te zetten. Dit in het licht dat de Sociale onderneming -aan wiens missie de Foundation dienend is- en welke grotendeels de kosten van de Foundation dekt, nu al haar focus moet terug brengen op haar kernactiviteiten.

Leeswijzer bij dit jaarplan II/II

- Dit heeft geleid tot het stopzetten van de activiteiten in pijler 3 (en 2 voorlopig) en het besluit om de arbeidsovereenkomst per 1 mei met de medewerker van de Foundation te beëindigen.
- Er komt (voorlopig) geen werknemer terug in de Foundation. Het onbezoldigde bestuur blijft wel aan.
- Pijler 1 van het beleid van de Foundation (en 2 op vraag vanuit TCK) vindt wel voortzetting.
- Het Bestuur van de Foundation zal -als de tijd weer rijp is- in lijn met de missie van de Foundation beraden op een verdere passende invulling van de activiteiten en beleid van de Foundation.

I. Inhoud en aanleiding



Aanleiding

- De TCK Foundation heeft voor 2019 in het kader van #NoSocialWaste de doelstelling om werkgevend Nederland aan te jagen om het talent van mensen met afstand tot de arbeidsmarkt een kans te geven. We willen bijdragen aan de systeemverandering van een economisch systeem (arbeidsmarkt) wat sociaal (en circulair) is.
- Het inspireren en beïnvloeden van (de nieuwe generatie) Leiderschap is hierbij het aangrijpingspunt. Hiervoor hebben we in 2018 de eerste fundamenten gelegd en acquisitie gevoerd.
- Het gaat om Leiderschapsprogramma's voor groepen (Young) leaders, waarbij het doel is om werelden te verbreden, en aan te zetten tot een meer inclusieve (en circulaire) bedrijfsvoering, zowel in de eigen organisatie als met de hele keten. We noemen dit toekomstproof/dienend leiderschap.
- In deze programma's gaat het om het ervaren van de waarde van maatschappelijk ondernemen in contact met de leerlingen, de eigen organisatie/keten ambities in de context van inclusiviteit (en eco/planet), de dragende rol van leiderschap in deze maatschappelijke transitie, persoonlijke reflectie, zingeving en het ontwikkelen van vaardigheden etc.
- In dit plan licht de Foundation de highlights van haar plannen met missie, drie beleidspijlers en bijbehorende projecten toe.

Aanleiding (vervolg)

- Het voorstel van JL aan het Bestuur van de Foundation om de focus (de ‘actieve’ activiteiten) van de Foundation in 2019 volledig te richten op de Leiderschapspropositie.
- Dit om bij te dragen aan de verandering van het economisch systeem in Nederland, maar ook om in de toekomst gelden terug te kunnen laten vloeien naar de opleidings- en begeleidingsactiviteiten van TCK; kortom om mensen met afstand tot de arbeidsmarkt een kans te geven (dit in lijn met de missie van de Foundation)
- We geloven hier in en het heeft volle aandacht en focus nodig om hier een (renderend) succes van te maken. Het DT van TCK heeft aangegeven te geloven in deze propositie en juicht de focus toe en draagt bij aan een effectief proces op pijler 1 en 2. Daarnaast is de samenwerking goed en ligt alles open om de krachten te verenigen t.a.v. dit vlak om dit initiatief succesvol te maken. Uiteraard staat dit los van de good governance rol van de Foundation vanuit Opdrachtgevers t.a.v. bijdragen in pijler 1.
- Een conclusie die ook getrokken kan worden, is dat de ‘pro bono’ No Social Waste Tour alleen nog strategisch en in afstemming met TCK wordt in gezet. (simpelweg we kunnen dezelfde zoniet meer effect resorteren met het leiderschapsprogramma en heeft potentie om kosten te dekken.

Inhoud

- I. Inhoud en aanleiding
- II. Evaluatie/terugblik Q3/Q4 2018
- III. Doel en pijlers beleid Foundation
- IV. Activiteiten Pijler 3 - No Social Waste Tour
- V. Activiteiten Pijler 3 - No Social Waste Leiderschap
- VI. No Social Waste Leiderschap - TCK Future Leadership Centre
- VII. Strategiekaart 2019 - NSW Leadershp - TCK Future Leadership Centre
- VIII. (Start van) Marketingplan/aanpak benaderen markt

Bijlage I. SWOT en confrontatiematrix

Bijlage II. Begroting Foundation



NO
social
WASTE



II. Evaluatie/terugblik (Q3/Q4) 2018

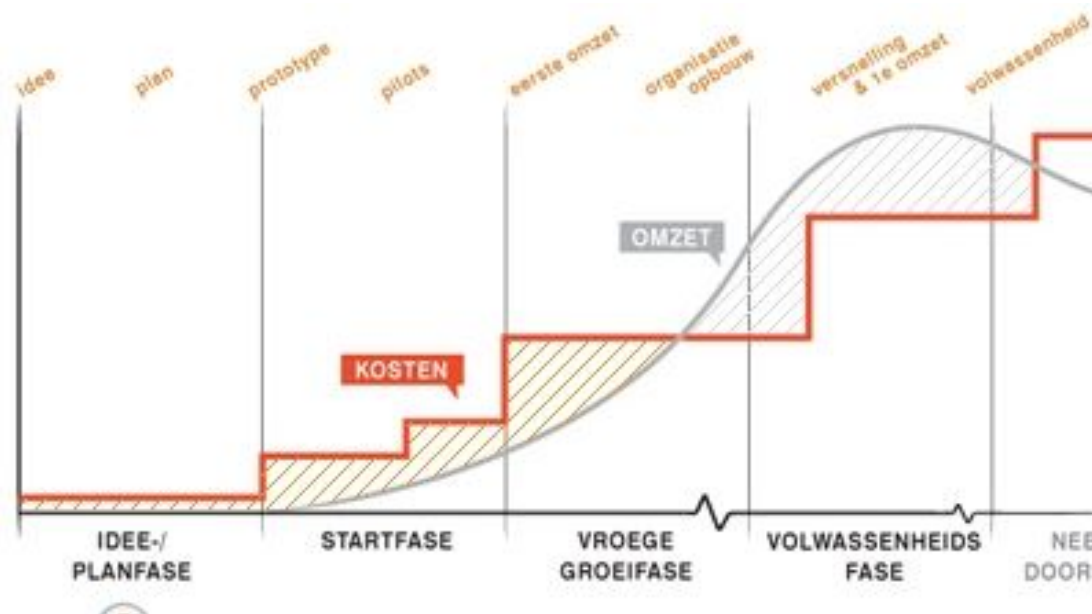


Evaluatie/terugblik Q3 en Q4 2018

Voor een gedegen vorming van beleid, het vervolg van de invulling van de Foundation en vervolg van inzet van Janneke naar aanleiding van de (tijdelijke) verhoging van uren tbv het NSW Leadership concept, lijkt het goed om in het Bestuur de resultaten en learnings over (Q3/Q4) van 2018 te evalueren.

In de hierna volgende slides volgt als handvat voor de discussie een reflectie t.o.v. de strategiekaart Q3/Q4 2018 en een overzicht van een aantal (overige) waardevolle resultaten. We sluiten af met een aantal conclusies, ter discussie in het Bestuur, welke uitkomsten het fundament leggen voor het beleid en focus voor 2019.

Met Leadership-propositie in Q3/Q4 van plan naar eerste deel start-fase



Conclusies evaluatie: Focus

In afstemming met TCK is het voorstel (ter discussie in bestuur) om focus aan te brengen;

- Pijler 3 Focus op Leiderschapspropositie, we geloven in toegevoegde waarde aan beweging naar ander economisch systeem/systeem-wijziging inclusieve arbeidsmarkt. Het kan tegelijk kostendekkend gaan werken en zelfs mogelijk een geld-stroom in de toekomst genereren tbv donatie aan het opleiden en begeleiden. Focus hier op om dit een succes te maken.
- Pijler 3 NSW Tour concept overhevelen naar Impact team
- In beginsel geen 'pro bono' NSW Tour events meer. Tenzij strategisch relevant. Bespreken wanneer Foundation nog wel hieraan bijdraagt. Afstemming TCK-Foundation.
- Pijler 1 en 2 TCK proactief t.a.v. informatie contracten, en behoefte innovatie/fondsen. Foundation werkt op vraag.

III.

Doel en pijlers beleid Foundation



Missie/doel Foundation

De missie/doelstelling van de Foundation is:

‘meer mensen in onze samenleving te laten participeren, maatschappelijke activering te stimuleren en het bieden van nieuwe kansen aan mensen met afstand tot de arbeidsmarkt,...’

Daarbij onderschrijft en wil de Foundation mee versterken dat waar The Colour Kitchen voor staat:

‘Mensen met afstand tot de arbeidsmarkt een nieuwe kans geven’, door

1. Het vergroten van de eigenwaarde & zelfredzaamheid van mensen met afstand tot de arbeidsmarkt
2. Het creëren van een inclusieve arbeidsmarkt
3. Het vergroten van solidariteit in onze samenleving

Doel vertaald naar actie

Mensen verbinden met hun eigen (inspiratie)bron, met elkaar en met kennis en ervaring, om positieve maatschappelijke impact te creëren op de wereld.

Om haar doelstelling te realiseren heeft de Foundation 3 pijlers geformuleerd die focus geven aan haar activiteiten

thecolourkitchen® foundation

Pijlers met projecten 2019 - FOCUS

1. € O&B

Financiële bijdragen aan het Opleiden en Begeleiden van mensen met afstand tot de arbeidsmarkt

a. Opdrachtgeversbijdragen tbv TCK O&B
B. Donaties t.b.v. Studiebeurs Budget voor leerlingen zonder financiering

Doelstelling: TCK zorgt in 2019 voor effectieve toevoer informatie t.a.v. OGB contracten opdat de Foundation hier zo weinig mogelijk tijd/effort in hoeft te steken

2. (€) INNOVATIE

mede-financier van innovatie t.a.v. het Opleiden en Begeleiden van mensen met afstand tot de arbeidsmarkt

a. Fondsen en sponsoring zoeken op basis van de innovatie-agenda van The Colour Kitchen Opleiden & Begeleiden.

TCK geeft richting aan agenda en tred.

3. CAMPAGNE & BROEDPLAATS

Ambassadeurschap NOSocialWaste (NSW) gedachtegoed en stimuleren 'inclusieve arbeidsmarkt'

a. In House NSW Tour

Pro bono alleen strategische invulling in afstemming met TCK

b. NSW Leiderschaps programma

Focus qua 'actieve' activiteiten Foundation

**3. CAMPAGNE &
BROEDPLAATS**

Ambassadeurschap
NOSocialWaste
gedachtegoed en
stimuleren 'inclusieve
arbeidsmarkt'

**V. Activiteiten Pijler 3.
No (Social) Waste Leiderschap**



Belang Leiderschap

*‘Een economie waarin sociaal (en circulair) het nieuwe normaal is vraagt
ander toekomst ‘proof’ leiderschap...*

....Leiderschap

*wat primair dienend is aan de wereld en de maatschappij,
en wat tegelijk voor de organisatie business en rendement kan
creëren.’*

Vraag in de context van Leiderschapsprogramma No (Social) Waste

‘Hoe kunnen we het (young potential) leiderschap van Nederland beïnvloeden en ontwikkelen zodat Sociaal (en Circulair) handelen in de middelgrote en grote bedrijven/corporates (nog meer dan nu) het nieuwe normaal wordt?’

VI.
No (Social) Waste Leadership -
TCK Future Leadership Centre



**Leiders zijn de dragers van de transitie
naar een economisch systeem
wat circulair en sociaal is**



**Dream big.
Start small.
But most of all ...
START.**

Simon Sinek

Droom TCK Leadership Centre Groeipad 2018-2020

<i>Wat</i>	<i>Type activiteit</i>	<i>Met wie</i>	<i>Kern aanpak</i>
<p><i>‘Het huis van betekenis’ - Het TCK Future Leadership Centre</i></p> <p><i>Inspiratie/ opleidings- en ontmoetings-centrum rondom dienend leiderschap & betekenisvol ondernemen (‘Moonshot’)</i></p>	<p><i>inspiratie/ voorbeeldrol, en verbinden/ kruisbestuiving)</i></p> <p><i>Trainings & development Leiderschap en teams, Strategisch advies</i></p>	<p><i>oriënteren op goede partners</i></p>	<p><i>(Persoonlijk) Leiderschapsontwikkeling</i> <i>Centraal: dienend leiderschap, door betekenisvol te ondernemen; oftewel toekomstproof ondernemen/ toekomstproof werkgeverschap.</i></p> <p><i>En in deze stap verder zien wij een kruisbestuiving tussen mens en planeet. Toekomstproof ondernemen/werkgeven is zowel inclusief/solidair als circulair/duurzaam.</i></p> <p><i>Leiderschaps- en bezinnings-programma’s waarin werkgevers worden geholpen om (ketenbrede)plannen tot sociaal/inclusief, en circulair/duurzaam ondernemen om te zetten tot strategie, producten en acties.</i> <i>Evt. aanpak vanuit maatschappelijke vraagstuk</i></p>

Why Creëren van een economie die sociaal en circulair is.
No (Social) Waste!

How Future Proof Leaders inspireren en ontwikkelen; zij zijn de dragers van de transitie naar een economische systeem wat sociaal (en circulair) is.

Voor wie?

- Young Potentials
- Trainees
- (Senior) Managers
- Directors
- Game changers
- Teams

TCK FUTURE PROOF LEADERSHIP CENTRE

Wat levert op?

Future leaders met een andere kijk op de wereld (people/planet) bereid en capable om een totaal andere missie en strategie door te voeren wat dienend is aan de wereld en tegelijk rendeert.

Wat?

- 1- en 2- daagse leiderschapstraining
- Future Proof Leadership Jaarprogramma
- Strategie-ontwikkeling
- Intervisie

Ingrediënten



Uniek omdat:

- **Hoofd, hart, buik**
- **Kennis en inspiratie over volle breedte van toekomst**
- **In contact met koplopers en met TCK leerlingen > voelen betekenis en impact!**

TCK beïnvloedt op 2 wijzen systeemverandering Nieuwe Normaal

2. Het TCK Future Leadership centre/programm biedt een opleidings- en ontmoetingsplaats om te bezinnen over de eigen en de organisatie'bijdrage aan een mooiere, meer sociale, duurzame wereld.

Top Down verandering vanuit Leaders door andere propositie en bedrijfsvoering

Future leaders met een andere kijk op de wereld (people en planet) dan puur financieel gedreven vermarkten (meer) sociale, duurzame (ontwikkelde/geproduceerde) producten en diensten

producten
en diensten

1. The Colour Kitchen heeft haar marktactiviteiten **horeca en (bedrijfs)catering** om mensen met afstand tot de arbeidsmarkt een kans te geven. Zij laat zien dat je met ondernemerschap positieve maatschappelijke impact kan maken.

Bottum Up verandering vanuit vraag naar Sociaal door Consument

Onze gasten van horeca, en gasten en opdrachtgevers van onze (bedrijfs)catering gaan door ander koopgedrag steeds meer Sociaal/Inclusiviteit vragen/eisen/afdwingen van andere partijen. Door TCK en andere koploper Social Enterprises is de impact hiervan breder dan alleen horeca

VII. Strategiekaart 2019

No (Social) Waste Leadership - TCK Future Leadership Centre



VIII. (Start van) Marketingplan/aanpak benaderen markt



Strategische issues marktbenadering I/II

- We willen een zo groot mogelijke impact maken om een inclusieve arbeidsmarkt/economie te realiseren
- Op basis van een SWOT en confrontatiematrix (zie als achtergrond verderop in dit hoofdstuk) is het van belang dat we een slimme oplossing bedenken om:
 - krachten nog meer bundelen met TCK (benutten warme relaties, samen strategische leads aanvliegen)
 - kennis en capaciteit (manuren) binnen te halen cq. aan ons te binden (zonder financieel risico/verantwoordelijkheid)
 - kruisbestuiving te creëren tussen verschillende markten en kennisvelden om impact richting een inclusieve arbeidsmarkt en sociale economie te vergroten (eg. combinatie bottleneck gemeenten en IT en de praktijkervaring vanuit TCK, en begeleiden leiderschap/organisatie-ontwikkeling door Foundation)
 - we zowel met (middel) grote bedrijven (veel arbeidsplaatsen en qua ‘branding’ t.a.v. inclusiviteit), als gemeenten (bottleneck in eigen organisaties qua inzicht ‘doelgroep’ en financiering) aan de slag gaan
 - track record te bouwen qua opdrachten maar ook qua positionering/naamsbekendheid en visie (= ook beweging creëren)

Strategische issues marktbenadering I/II

Kernwoorden voor de komende periode zijn:

- a. product leadership (unieke propositie) icm aandacht,
- b. slimme partnerships (kennis/capaciteit en als bron tot opdrachten = impact) en
- c. slimme communicatie (PR/blogs/podcasts)

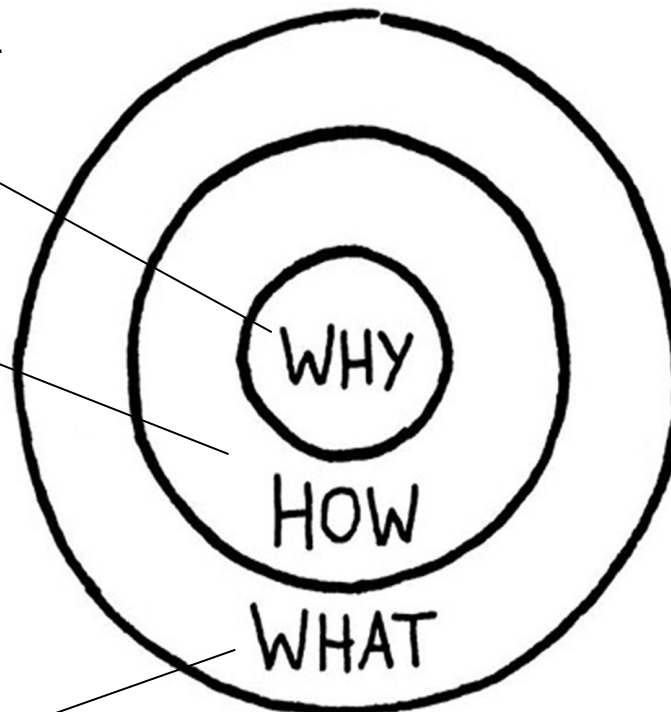
Golden Cirkel

Nu een strategie van Strategie van 'product leadership/differentiatie icm 'aandacht' (customer intimacy) voor de hand ligt, is de Golden Cirkel een mooi handvat om te laten zien waar het onderscheidende van het TCK No (Social) Waste Leadership aanbod in zit

WHY Wij geloven dat Leiders de dragers zijn van de transitie naar een samenleving en economie die sociaal (en circulair) is.

HOW Wij helpen leiders om vanuit hun organisatiestrategie positieve impact te maken op people (en planet). Hiertoe vormen we unieke out of the box partnerships. Daarnaast geven we leiders een andere kijk op de wereld door oprecht contact met onze TCK leerlingen om de betekenis van betaald werk en zingeving tastbaar te maken.

WHAT Wij faciliteren leiderschaps- team-, en organisatieontwikkelprogramma's



Why = The Purpose

What is your cause? What do you believe?

Apple: We believe in challenging the status quo and doing this differently

How = The Process

Specific actions taken to realize the Why.

Apple: Our products are beautifully designed and easy to use

What = The Result

What do you do? The result of Why. Proof.

Apple: We make computers

Ad II. Opdrachtgever-partners; op wie richten we ons?

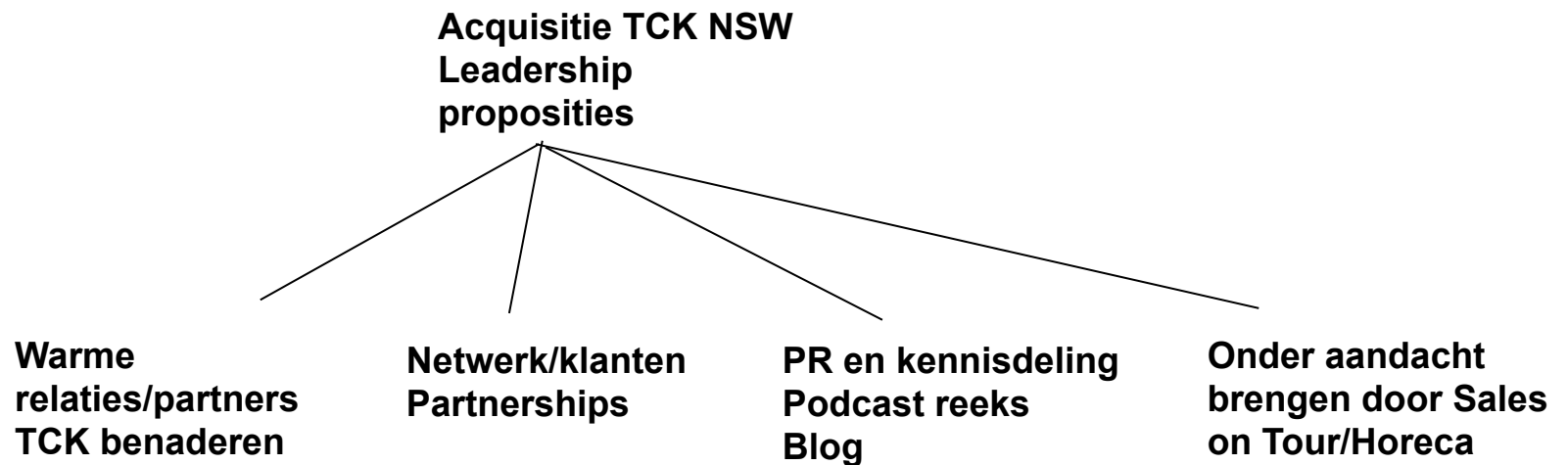
Kijkend naar doel van inclusieve arbeidsmarkt/economie die sociaal en circulair is lijkt het van belang om naast het zien/benutten van kansen, om de aankomende periode te bestuderen:

Welke bedrijven/(gemeentelijke) organisaties vinden wij belangrijk om met Leiderschapontwikkeling te beïnvloeden? Dus met andere woorden waar gaan we onze (koude) acquisitie op richten? We kunnen kijken naar

- Omvang (aantal arbeidsplaatsen - potentieel tot aantal arbeidsplaatsen / impact)
- Merkbekendheid - effect afstralen - mee krijgen anderen
- impact op beleid/wetgeving
- Geografisch
- Omzet
- Branche

Ad II. Wegen van acquisitie

Verschillende wegen van acquisitie bewandelen aankomende periode:



Theory of Change en impact meting

Om in de toekomst de impact van onze leiderschapsprogramma's te bewijzen, maar ook de programma's inhoudelijk te kunnen verbeteren, lijkt het goed om in de aankomende periode:

- een Theory of Change te beschrijven
- hieruit criteria te formuleren/ 'in te koken'
- en op basis hiervan de impact van de (onderscheidende) programma's te meten

Bijlage I. SWOT, verdieping marketing aanpak, confrontatiematrix



Bijlage II. begroting Foundation

