

Jaarplan 2026

Voorwoord

Beste leden,

Je hebt ons jaarplan 2026 in handen. Hierin beschrijven we wat we in 2026 willen doen. Wat zijn onze ambities? En hoe willen we die bereiken? Je komt erachter in dit jaarplan. Een ding staat vast: om onze plannen waar te maken hebben we jouw hulp hard nodig.

Wij bouwen voort aan een veganistische wereld. Een wereld waarin dieren worden erkend als de levende en voelende wezens die ze zijn. Een wereld waarin diergebruik niet langer de norm is.

Bouwen aan deze wereld doen we vanuit compassie. Voor de dieren en voor de mensdieren die we op weg helpen om de weg naar veganisme te vinden. Een vegan wereld realiseer je niet alleen. Daarom is het ook belangrijk om toegankelijk te zijn. Iedereen die veganisme een warm hart toedraagt is welkom om ons te steunen en deel te zijn van onze groeiende beweging.

Doe vooral ook mee en versterk onze mooie vereniging. Je kunt je op talloze manieren inzetten. Alle hulp wordt gewaardeerd en is welkom. Zo komt die veganistische wereld steeds dichterbij.

Veel plezier met het doornemen van onze plannen en tot snel op een van onze mooie evenementen.

Met toewijding en optimisme,

Het bestuur van de Nederlandse Vereniging voor Veganisme

Danielle Vol-van der Holst

Erwin Teunissen

Foppe de Haan

Malcolm Jones

Fedde Peutz

Rolf Pronk

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Inhoudsopgave	3
Leeswijzer	4
Organisatie	5
Bestuur NVV	7
Groei van de vereniging Leden, donateurs en inkomsten	9
Grote activiteiten	12
NLVegan Fair.....	12
Campagne.....	12
Vegan Awards.....	13
Doorlopende activiteiten	14
Educatie.....	14
Community evenementen.....	14
Online groeps gesprekken.....	15
Recepten.....	15
Stands.....	15
VeganChallenge.....	16
Vegan Friendly.....	16
VEGAN Magazine.....	16
Vegan Wiki.....	17
Voeding & Gezondheid.....	17
Interne activiteiten en ontwikkelingen	18
Takenpakket medewerkers.....	18
Faciliterende teams en activiteiten	21
ICT.....	21
Foto- en videografie.....	21
Contact met pers.....	21
Vormgeving.....	21
Social media.....	22
Webdevelopment.....	22
Website veganisme.org.....	23
Bijlage A - Doelstellingen Events & Community	24
Bijlage B - Organogram en programmaoverstijgende taken	27

Leeswijzer

In het jaarplan 2026 lees je de plannen van de vereniging voor 2026. In het verleden was het jaarplan grotendeels opgebouwd rond de verschillende programma's van de vereniging: Events & Community, Marketing & Sales en Communicatie. Omdat er echter veel overlap tussen de programma's zit, hebben we dit jaar de opbouw van het jaarplan aangepast. Verschillende teams zijn namelijk van belang voor meerdere programma's. Daarom houden we dit jaar deze indeling aan voor het gedeelte waarin we de verschillende teams beschrijven, waarbij we de indeling in programma's in het jaarplan loslaten:

- Grote activiteiten (op volgorde van grootte)
- Doorlopende activiteiten
- Faciliterende teams/activiteiten
- Interne activiteiten

Verder is er in de eerste hoofdstukken een beschrijving van de organisatie te lezen, de activiteiten van het bestuur en de manier waarop we leden werven en behouden.

Organisatie

De Nederlandse Vereniging voor Veganisme is de grootste en oudste ledenvereniging voor veganisten in Nederland. Onze leden geven onze vereniging haar bestaansrecht. De contributies van leden vormen onze belangrijkste inkomstenbron. Daarnaast geeft de steun van leden ook legitimiteit aan de NVV als vertegenwoordiger van het veganisme in Nederland.

Soorten leden

De vereniging kent vijf soorten leden:

- Jaarleden, die eens per jaar hun contributie betalen;
- Maandleden, die eens per maand hun contributie betalen;
- Huisgenootleden, die op hetzelfde adres wonen als een jaar- of maandlid en gratis lid zijn;
- Leden met een krappe beurs, waarvan de contributie is kwijtgescholden;
- Studentleden, die lid zijn van een veganistische studentenvereniging en tegen een gereduceerd tarief ook lid van de NVV zijn.

Inkomsten

De inkomsten van de vereniging bestaan hoofdzakelijk uit contributie van leden. Dit wordt aangevuld uit andere bronnen zoals; donaties, advertenties (bijvoorbeeld op sociale media, in *VEGAN Magazine* en op evenementen), de verkoop van evenement-tickets, en provisies voor onze rol als tussenpersoon voor het Vegan Keurmerk. Ook zoeken we naar sponsoring voor specifieke activiteiten door fondsen of sponsors.

Bestuur

De vereniging wordt geleid door het bestuur. Zij zijn eindverantwoordelijk voor alles wat binnen de vereniging gebeurt. Het bestuur focust op visie en strategie; tactiek en uitvoer hebben ze gedelegeerd aan medewerkers en vrijwilligers. Het bestuur legt eens per jaar verantwoording af aan de leden op de algemene ledenvergadering (ALV). Een door de leden benoemde kascontrolecommissie controleert de financiële verslaglegging. Onze organisatie wordt gevisualiseerd in het organogram in [bijlage B](#).

Medewerkers

De activiteiten van de NVV zijn ingedeeld in drie programma's: Events & Community, Sales & Marketing en Communicatie. Deze programma's bestaan uit samenhangende projecten en processen die bijdragen aan de doelstellingen van de vereniging. Het team met vaste medewerkers bestond tot eind 2025 uit vijf medewerkers (circa 3,15 fte).

De functies van de medewerkers zijn als volgt: drie medewerkers zijn programmamanagers. Naast het uitvoeren van taken binnen een specifiek werkveld geven zij ook tactisch leiding aan programma's die gerelateerd zijn aan hun werkveld. Twee medewerkers zijn stafmedewerkers. Deze medewerkers voeren taken uit binnen een specifiek werkveld (leden- en fondsenwerving, ledenbehoud, administratie).

Teams en vrijwilligers

Ons succes als vereniging wordt voor een groot deel bepaald door de tomeloze inzet van onze vrijwilligers, die met elkaar samenwerken in teams. De meeste teams werken hoofdzakelijk binnen één programma, maar regelmatig is er overlap, waarbij teams vanuit verschillende programma's met elkaar samenwerken. Teams hebben in de regel een vrijwillige teamleider die toeziet op de uitvoering en die een rol heeft in de onboarding, vinger aan de pols houden, en de betrokkenheid van de andere vrijwilligers. Ten slotte kunnen leden en vrijwilligers van de vereniging terecht bij één of meerdere externe vertrouwenspersonen.

Bestuur NVV

Het bestuur van de NVV bestaat uit vrijwilligers die de organisatie besturen. In goed bestuur kan best wat tijd gaan zitten. Bijvoorbeeld in vergaderingen, het begeleiden van medewerkers, het controleren van financiën en het behouden van leden. De belangrijkste bestuurszaak is het nemen van beslissingen in het belang van de vereniging. Daarnaast zorgt het bestuur voor helderheid richting leden en medewerkers en indirect ook voor de aansturing van vrijwilligers. Een van de grootste uitdagingen in 2026 is het realiseren van financiële ruimte voor verdere groei van de organisatie.

Rol van het bestuur

Het bestuur geeft richting aan de organisatie. Dit doet zij door een prettige en professionele werksfeer te creëren en de uitstraling en positionering van de NVV te bewaken. Daarnaast ontwikkelt het bestuur beleid, stelt het duidelijke kaders en toont het leiderschap, inclusief crisismanagement wanneer nodig. Ook begeleidt en stuurt het bestuur medewerkers aan en legt het verantwoordelijkheid af aan de leden en ledenvergadering.

De uitdagingen voor 2026

Intern:

- Financiële ruimte realiseren voor groei van de vereniging.
- Verder professionaliseren van de NVV.
- Werken aan de medewerkerstevredenheid en vrijwilligersbehoud.
- Het vrijwilligersbeleid herzien en toezien en bijdragen aan invoering van het nieuwe beleid.

Extern:

- De vegan gemeenschap nog beter aan laten sluiten bij de NVV en vice versa.
- Positieve beeldvorming over veganisme verspreiden.

Wat gaan we doen?

Beleid:

- We verbeteren ontbrekend of verouderd beleid, waaronder vrijwilligersbeleid, gedragscode, diversiteit, inclusiviteit en gelijkheidsbeleid (DIG-beleid).

Ledenvergadering:

- We organiseren de algemene ledenvergadering om verslag te doen over 2025.
- We bieden ruimte voor vragen en discussie over de koers van de NVV.
- We bespreken het nieuwe meerjarenplan.

Bestuur, medewerkers en vrijwilligers:

- We zorgen voor continuïteit binnen het bestuur en constante aanwas van nieuwe bestuursleden.
- We vergroten de binding van vrijwilligers met de organisatie.
- We zetten een vacature uit voor een medewerker ledenwerving en behoud.
- We maken het AVG-register af.
- We zetten een enquête uit onder vrijwilligers om meer inzicht te krijgen in hoe zij hun vrijwilligerswerk ervaren en zetten op basis van de resultaten vervolgstappen.

Externe samenwerking:

- We houden lezingen bij bedrijven, organisaties en evenementen.
- We zoeken naar passende samenwerkingen met andere organisaties.

Groei van de vereniging | Leden, donateurs en inkomsten

Leden vormen de primaire inkomstenbron van de vereniging. Meer leden hebben betekent ook een grotere achterban namens wie we kunnen spreken. Bovendien zijn de leden ook echt de ambassadeurs van de vereniging: zij leren over veganisme en verspreiden de boodschap van de NVV. Daarom is het ook in 2026 van groot belang dat wordt gefocust op het behouden én werven van leden.

Maar de groei van de vereniging is meer dan alleen ledengroei. De financiële middelen kunnen namelijk ook groeien door fondsenwerving, bijvoorbeeld door aanspraak te maken op subsidies. Dit is in het verleden wel verkend en een enkele keer gelukt. In 2025 zijn opnieuw stappen gezet in die richting, maar er zijn nog geen serieuze resultaten geboekt. Een belangrijkere inkomstenbron momenteel betreft donaties en donateurs. Om de vereniging financieel gezond te houden, is het van groot belang dat er ook in 2026 gefocust wordt op het optimaliseren van de processen voor leden, donateurs en inkomsten.

In maart 2025 is een functie gecreëerd voor ledenwerving en -behoud. Voor komend jaar zullen we daar vermoedelijk nog iets aan toevoegen zodat het makkelijker wordt om een opvolger te vinden voor de scheidende medewerker en om de werkdruk bij de andere medewerkers te verlagen. Ten tijde van het opstellen van dit jaarplan zijn we bezig met het opstellen van een nieuw functieprofiel en vacature.

Doelen

In 2025 is de focus langzaam verschoven van puur ledenbehoud naar een gezonde mix van ledenwerving en -behoud. Er is nog niet ingezet op fondsenwerving. In 2026 willen we meer aandacht leggen op ledenwerving en indien mogelijk fondsenwerving.

Een deel van de taken vanuit 2025 komt ook weer terug in 2026 en dat is logisch. Denk aan het runnen van de stands of content maken/publiceren bij marketing/communicatie (wanneer het ledenwerving en -behoud betreft). Maar er komen dus ook wat taken bij. Het uiteindelijke doel: meer leden, meer loyaliteit onder de leden (langer lid), meer jaarlijkse inkomsten en minder ledenverloop.

Wat willen we bereiken?

- We verbeteren de zichtbaarheid van het lidmaatschap in alle bestaande NVV-kanalen. Denk aan evenementpagina's, educatiepagina's, nieuwsbrieven, social posts en overige webpagina's die nu nog niet zijn ingestoken om leden te werven. Hiermee zorgen we dat het lidmaatschap op natuurlijke en relevante plekken naar voren komt, zonder de inhoud te verstoren.
- We versterken onze leden- en donateurscommunicatie voor zowel huidige als potentiële leden. We verzamelen nieuwe inzichten over opzegredenen, ledenbehoeften en barrières om lid te worden (o.a. op basis van het studentenonderzoek dat in januari 2026 wordt opgeleverd). In 2025 onderzochten we al waarom mensen lid worden, waar onze doelgroep zich bevindt en welke doelgroepen nog onbenut zijn. Een deel van die inzichten is verwerkt, maar er liggen nog kansen om de ledenreis te verbeteren. Daarnaast optimaliseren we bestaande communicatiestructuren zoals funnels, FAQ's, follow-up mails, formulieren en servicegerichte pagina's, zodat leden én geïnteresseerden een consistente en gebruiksvriendelijke ervaring hebben.
- We implementeren de conclusies van de updates in het *company profile book*, waarin een beschrijving staat van de doelen van de NVV en hoe zich dit vertaalt naar onder andere

doelgroepen, marketing en communicatie. Dit heeft invloed op ledenwerving en -behoud, omdat het verandert naar wie we communiceren en op welke manier.

- We bekijken onze huidige lidmaatschappen en maken eventueel aanpassingen. Denk aan het verhogen van het minimumbedrag voor het lidmaatschap, het starten van een jeugdlidmaatschap, een bedrijfslidmaatschap of het welkomstcadeautje bij de lidmaatschappen. Uiteraard hoort hier weer adequate communicatie en onderzoek bij, wat weer inhaakt op de andere focuspunten voor 2026.
- We bouwen onze aanwezigheid op evenementen verder uit door een duidelijke lidmaatschaps- en fondsenwervingsstrategie per stand. Dit jaar focussen we op een samenhangende communicatieset (CTA's, pitch decks, materialen, training) en een uniforme werkwijze voor standpersoneel, waarvoor al een goede basis is gelegd in 2025. De nadruk ligt niet op nieuw design, maar op het versterken van de boodschap en op conversie (lidmaatschap én donatie).
- We vergroten de zichtbaarheid van het NVV-lidmaatschap buiten de eigen community via partners, Vegan Friendly-locaties, vrijwilligers, barterdeals en zorgvuldig gekozen offline plekken. We ontwikkelen hiervoor een nieuwe aanpak om promotiemateriaal gestructureerd te verspreiden en te monitoren waar dit de meeste impact heeft. Bijvoorbeeld door de *VEGAN Magazine* ambassadeurscampagne door te zetten en te blijven optimaliseren,
- We zetten in 2026 sterker in op fondsenwerving via subsidies. We zetten een gedegen fondsenwervingstrategie op, waarin duidelijk wordt welke fondsen wij aan zouden willen trekken en hoe we dit gaan doen (o.a. met een case for support). Indien nodig gebeurt dit in samenwerking met bestuur, om te ondersteunen bij de strategische keuzes die hierbij gepaard gaan.
- We professionaliseren de flows voor andere manieren van inkomsten, om daar ook meer inkomsten uit te halen. We professionaliseren het bijhouden van donaties, ontwikkelen de schenkingsovereenkomst verder, onderzoeken het nonprofit fundraisingplatform Supporta en werken aan een nieuwe pagina over nalatenschappen. Daarnaast verkennen we sponsormogelijkheden, sportevents en zakelijke vormen van werving die passen bij de NVV.
- We verweven ledenwerving, ledenbehoud en fondsenwerving met privacy en zorgvuldige dataverwerking, in samenwerking met de andere medewerkers. In 2026 nemen we processen door waarop persoonlijke gegevens worden gebruikt en zorgen we dat documentatie, instructies en flows voldoen aan de juiste privacypraktijken voor werving, onderzoek en donatieverwerking. Denk hierbij ook aan: het opschonen van oude data, het standaardiseren van formulieren, en het verbeteren van de datakwaliteit in leden- en donateursbestanden.
- We onderzoeken en implementeren strategieën om de ledenbijdrage te verhogen. Daarbij kijken we naar drempels, motivaties en passende manieren om leden bewust te maken van de mogelijkheid tot een hogere bijdrage. Door dit zorgvuldig in te richten (bijvoorbeeld via heldere communicatie, goede timing en relevante contactmomenten) vergroten we de kans dat leden vrijwillig hun bijdrage verhogen. Dit versterkt onze financiële slagkracht én maakt de organisatie minder afhankelijk van eenmalige donaties.
- We voeren doelgerichte campagnes en activiteiten uit voor ledenwerving en fondsenwerving. Denk aan een 'member get member'-campagne, een zakelijke 'business get member'-variant, een giveaway, een challenge en het benutten van free publicity en partnerships (om een paar voorbeelden te noemen). Maar ook: het maken van een tijdloze impactpagina, het continu benadrukken van de waarde van het lidmaatschap in communicatie en testen om de pagina's conversiegericht te maken. Deze campagnes sluiten aan op de nieuwe inzichten uit onze

onderzoeken en worden concreet uitgerold. We zorgen daarnaast voor structurele evaluatie van alle campagnes, zodat we inzichten kunnen gebruiken voor volgende iteraties.

Wie gaan dit doen?

De medewerker ledenwerving en -behoud zal in overleg met het bestuur en de andere medewerkers de werkzaamheden uitvoeren.

Wat willen we bereiken in cijfers?

- Netto ledengroei: 200 leden (van 4.200 naar 4.400 leden)

Een nieuw, uitgebreider ledenadministratiesysteem met ledenportaal

Deels gerelateerd aan dit onderwerp zijn wij ook bezig met het opzetten van een vervangend ledenadministratiepakket, met veel meer functionaliteit en opties tot uitbreiding. Een van de zaken die we vanaf medio 2026 hopen te kunnen bieden is een ledenportaal, waarop wij beter en meer informatie kunnen delen met leden en waarop leden makkelijk wijzigingen kunnen doorgeven en hun contributie kunnen aanpassen. We zullen de komende maanden waarschijnlijk nog een oproep doen of mensen willen helpen bij het testen.

Grote activiteiten

Er is een aantal activiteiten dusdanig groot dat ze een groot deel van het jaar in beslag nemen en wat vragen van diverse teams en alle programmamanagers. Hieronder beschrijven we de grootste activiteiten.

NLVegan Fair

De NLVegan Fair is een belangrijk onderdeel geworden voor de NVV om de zichtbaarheid onder een breed publiek te vergroten, samenwerkingen aan te gaan met relevante partners en mensen op een toegankelijke manier te informeren en te inspireren over een volledig plantaardige leefstijl. Daarnaast fungeert het evenement als ontmoetingsplek voor de vegan community en als podium voor kennisdeling, activatie, verbinding en de normalisatie van veganistisch leven.

Hieronder worden de overkoepelende richtlijnen voor de NLVegan Fair beschreven. De uitwerking in subdoelen voor de medewerkers en het team is opgenomen in [bijlage A1](#).

- Vanuit het programma Events & Community organiseren we met Team NLVegan Fair een derde editie van dit grote evenement in samenwerking met alle programmamanagers, medewerkers, relevante programma's en bijbehorende teams.
- Vanuit het programma Communicatie betrekken we pers actief bij het evenement. Dit doen we in de vorm van minimaal drie persberichten (twee van tevoren, één na afloop). Ook nodigen we pers uit voor het evenement en vragen we sprekers om beschikbaar te zijn voor eventuele interviews met pers.
- Vanuit het programma Communicatie zoeken we naar diverse manieren om aandacht te besteden aan de NLVegan Fair op de website en in *VEGAN Magazine*. Onder andere door interviews met de sprekers. Ook houden we alle informatie over het evenement op de website up-to-date.
- Vanuit het programma Marketing zetten we onze marketingkanalen (waaronder social media, e-mail, website, magazine en pers) in om een bezoekersaantal van minimaal 1500 te realiseren.
- Vanuit het programma Ledenwerving en -Behoud werven we nieuwe leden via onze stand tijdens het evenement en via onze eigen kanalen, zowel vooraf als achteraf. Dit doen wij door middel van gerichte acties zoals ledenvoordeel, uitnodigingen via de enquête en aanvullende activiteiten die lidmaatschap onder de aandacht brengen.

Campagne

- We draaien van 29 december 2025 t/m 31 januari 2026 de landelijke campagne 'Wat is jouw favoriete dier om te eten?'. Via digitale borden verspreid langs snelwegen, NS-stations en winkelstraten en via een socialmediacampagne. We presenteren na afloop de resultaten online (website en social media), via een nieuwsbrief en live tijdens de Vegan Awards.
- We stellen een conceptplan op voor een nieuwe ledenwervingscampagne die pas na 2026 tot uitvoering zal worden gebracht.

Vegan Awards

De Vegan Awards zijn een belangrijk onderdeel van de NVV om inspirerende initiatieven, organisaties en personen binnen de vegan beweging in het zonnetje te zetten en te belonen. Door deze initiatieven zichtbaar te maken voor een breed publiek draagt het evenement bij aan inspiratie, erkenning en verdere groei en professionalisering van het vegan aanbod en de community.

Hieronder worden de overkoepelende richtlijnen voor de Vegan Awards beschreven. De uitwerking in subdoelen voor de medewerkers en het team is opgenomen in [bijlage A2](#).

- Vanuit het programma Events & Community organiseren we met Team Vegan Awards dit jaarlijkse evenement in samenwerking met alle programmamanagers, medewerkers, relevante programma's en bijbehorende teams.
- Vanuit het programma Events & Community organiseren we in 2026 de werving van suggesties, de samenstelling van de jury, de selectie van de genomineerden voor 2026 en de stemronde, waarna de uitreiking plaatsvindt in het daaropvolgende jaar.
- Vanuit het programma Communicatie betrekken we pers actief bij het evenement. Dit doen we in de vorm van een persbericht over de genomineerden en een persbericht over de winnaars.
- Vanuit het programma Communicatie zorgen we dat alle informatie over het evenement op de website goed beschikbaar is en we besteden aandacht aan de Vegan Awards in *VEGAN Magazine*.
- Vanuit het programma Marketing & Sales zetten we onze marketingkanalen (waaronder social media, e-mail, website, magazine en pers) in om een bezoekersaantal van minimaal 150 te realiseren.
- Vanuit het programma Ledenwerving en -Behoud experimenteren we met ledenwerving via de Vegan Awards. We zetten minimaal een NVV-stand neer op het evenement.
- Samen met het bestuur en de medewerkers van de organisatie ontwikkelen we aanvullend beleid rondom de wervings- en nominatiecriteria van de Vegan Awards.

Doorlopende activiteiten

Veel teams organiseren het hele jaar door activiteiten of zijn continu bezig om informatie te updaten. Hieronder lees je meer over deze teams.

Educatie

Team Educatie speelt een cruciale rol in het verspreiden van kennis over veganisme en het toegankelijker maken van deze levenswijze. Door educatieve activiteiten en voorlichting te bieden, helpt het team (vooral jonge) mensen om beter geïnformeerde keuzes te maken en draagt het bij aan een groeiende beweging die streeft naar een wereld zonder dierenleed.

Team Educatie bestaat uit een groep toegewijde vrijwilligers die zich inzetten voor het geven van presentaties en voorlichting over veganisme op scholen en andere locaties. In 2026 zal het team zich blijven inzetten om veganisme te promoten en toegankelijker te maken voor een breder publiek. Ze zullen zich richten op het uitbreiden van hun educatieve programma's en het organiseren van kleine evenementen en workshops.

Team Educatie gaat concreet de volgende activiteiten ondernemen:

- We bezoeken Dalton-scholen, starten een pilot Educatie en zorgen daarna voor een follow-up.
- We verzorgen een webinar: Ethiekrevolutie.
- We schrijven een promo in het blad Filosofie voor een spin-off gastlessen voor eindexamenklassen HAVO.
- We onderzoeken of 'Tablen' (met een kleine tafel met informatie het gesprek aangaan op straat) een extra activiteit kan zijn voor de NVV door team Educatie.
- We rollen koude acquisitie verder uit op verschillende social media, evenals telefonisch/via mail.
- Ons lesvormenpakket wordt uitgebreid door de vraag van een diverser publiek.
- We willen actief ons team uitbreiden met onder andere back-office en marketing. We gaan gericht op zoek naar vrijwilligers die over deze kwaliteiten beschikken.
- We benaderen de vrije school MO Haarlem om gastlessen aan te bieden.

Community evenementen

Live bijeenkomsten gericht op ontmoeting, verdieping en verbinding binnen de vegan community. Deze kleinere evenementen spelen een belangrijke rol binnen de NVV door ruimte te bieden voor kennisdeling, ontmoeting en ondersteuning binnen de vegan community. Ze dragen bij aan verbinding, verdieping en het versterken van betrokkenheid bij de vereniging.

Hieronder worden de overkoepelende richtlijnen voor de community evenementen beschreven. De uitwerking in subdoelen voor de medewerkers en het team is opgenomen in [bijlage A3](#).

- Vanuit het programma Events & Community organiseren we een evenement 'Sta sterk in het gesprek' in samenwerking met Team Events, de programmamanagers, alle medewerkers, relevante programma's en bijbehorende teams.

- Vanuit de programma's Communicatie en Marketing & Sales gebruiken we onze marketingkanalen (waaronder social media, e-mail, website, magazine en pers) in om een bezoekersaantal van minimaal 20 te realiseren voor de workshop 'Sta sterk in het gesprek'.
- We ontwikkelen een helder format met alle stappen voor het bedenken en organiseren van kleine evenementen, dat door de betrokken teamleider en alle programmamanagers per stap kan worden geaccordeerd. Dit moet vrijwilligers in staat stellen vanaf 2027 evenementen steeds zelfstandiger uit te voeren.

Online groepsgesprekken

De online groepsgesprekken vormen een belangrijk onderdeel van het NVV-aanbod en bieden een laagdrempelige, online omgeving voor uitwisseling, ondersteuning en herkenning. Ze dragen bij aan het welzijn van deelnemers, versterken onderlinge verbinding en bieden ruimte om thema's rondom veganisme in een veilige omgeving te bespreken.

Hieronder worden de overkoepelende richtlijnen voor de online groepsgesprekken beschreven. De uitwerking in subdoelen voor de medewerkers en het team is opgenomen in [bijlage A4](#).

- Vanuit het programma Events & Community organiseren we twaalf online evenementen in samenwerking met Team Online Groepsgesprekken, de programmamanagers, relevante programma's en programma-overstijgende teams.
- Vanuit de programma's Communicatie en Marketing & Sales gebruiken we onze marketingkanalen (waaronder social media, e-mail, website en eventueel ons *VEGAN Magazine*) werken we toe naar in totaal minimaal 75 deelnemers voor alle online groepsgesprekken.

Recepten

Nieuwe en originele vegan recepten worden ontwikkeld door Team Recepten en worden getest tijdens kookdagen. De resultaten worden vastgelegd door een fotograaf en geüpload op de VeganChallenge website. De volgende activiteiten gaan we in 2026 ondernemen:

- We produceren 25 originele recepten, waar mogelijk in samenwerking met Vegan Wiki (nieuw product) en Vegan Awards (genomineerd product). Hiervan zijn er minimaal acht géén hoofdgerecht.
- We leveren drie keer per jaar recepten aan voor *VEGAN Magazine* die waar mogelijk passen bij het thema.
- We herzien elke kookdag minimaal 1 recept van de huidige database.

Stands

Met de NVV-stand willen we het lidmaatschap van de NVV promoten. Dit zijn onze doelen voor 2026:

- Team Stands staat minimaal 2x per jaar op evenementen waar onze doelgroep komt, zoals de NLVegan Fair, Vegan Awards, Vegan Amsterdam, Planty food festival, Huishoudbeurs, Gastvrij Rotterdam of Gezondheidsbeurs.
- Verder faciliteert Team Stands andere teams en/of vrijwilligers indien die standmateriaal nodig hebben, wat niet op ledenwerving is gericht. Denk bijvoorbeeld aan een presentatie van Team Educatie.

VeganChallenge

Tijdens de ALV van 2024 gaven meerdere leden aan dat het VC programma in het verleden een succesnummer van de vereniging was en dat ze de VeganChallenge - wellicht in een andere vorm - willen behouden. In reactie hierop is een groep vrijwilligers samengekomen die een plan van aanpak gaan maken voor een mogelijke doorstart van de VeganChallenge. Het bestuur heeft hen meegegeven dat de VeganChallenge *onderscheidender, actueler en promotiewaardiger* moet worden. De groep is in december 2024 van start gegaan en heeft intussen:

- Metingen uitgevoerd naar het aantal bezoekers en deelnemers en het onderhoud van de VC website.;
- Een enquête afgenomen onder ontvangers van de NVV-nieuwsbrief om tot een voorstel te komen, dat ook aansluit bij de verwachtingen van leden en andere betrokken veganisten.

Begin 2025 kwam dit voor een groot deel stil te liggen. Vanwege de campagne 'Wat is jouw favoriete dier om te eten?' heeft een groepje vrijwilligers vanaf halverwege september een grote opschoonbeurt aan de VeganChallenge gegeven zodat deze voor de campagne gebruikt kon worden.

Voor 2026 ligt de focus op het afronden van het VeganChallenge plan van aanpak. Na afronding wordt het plan van aanpak aan het bestuur voorgelegd. Op basis van het plan van aanpak maakt het bestuur een besluit over het voortzetten van de VeganChallenge.

Vegan Friendly

Team Vegan Friendly biedt bedrijven met een (deels) vegan aanbod het Vegan Friendly-label aan. Een deel van deze bedrijven biedt NVV-leden ook voordeel bij vertoon van de NVV-ledenpas. Door ondernemers met een veganistisch aanbod zichtbaar te maken, ondersteunen we zowel consumenten als bedrijven en stimuleren we de groei van het veganisme.

De volgende activiteiten gaan we oppakken:

- We ontwikkelen een werkwijze om ledenpasvoordeel actiever aan te bieden.
- We updaten bedrijven waarvan de gegevens meer dan één jaar oud zijn.
- We voegen nieuwe bedrijven toe.
- We voegen 70 nieuwe Vegan Friendly-bedrijven toe aan de site.
- 250 deelnemende bedrijven bieden ledenpasvoordeel.
- 10.000 mensen bezoeken de website van Vegan Friendly.

VEGAN Magazine

VEGAN Magazine wordt geproduceerd door verschillende teams: team Journalistiek, team Lifestyle, team Redactie en team Vormgeving, en twee hoofdredacteuren. Allemaal hebben zij verschillende taken bij het maken van het magazine. Inplannen van de redactievergaderingen, schrijven of vormgeven van content of het controleren van meerdere proefdrukken en nog veel meer. Dit proces neemt per editie enkele maanden in beslag.

De volgende activiteiten en doelstellingen pakken we op voor 2026:

- We produceren drie fysieke edities van VEGAN Magazine. Daarin gaat er onder andere aandacht naar de activiteiten en evenementen van de NVV en de voordelen van het lidmaatschap.

- We organiseren drie (online) meetings voor de schrijvers en redacteuren die aan *VEGAN Magazine* werken. Tijdens deze meetings bespreken we mogelijke onderwerpen voor het magazine, maar zoeken we ook verbinding tussen de verschillende medewerkers van het magazine en de website en werken we aan het optimaliseren van het werkproces.
- We produceren twintig journalistieke artikelen en twintig lifestyle artikelen.
- Een selectie van artikelen uit *VEGAN Magazine* passen we aan voor publicatie op de website.
- We zoeken een nieuwe redactiesecretaris en werken deze in.
- Naar aanleiding van de feedback van de dtp'ers zoeken we doorlopend naar manieren om het proces rond de opmaak nog efficiënter te maken.

Vegan Wiki

Team Vegan Wiki onderhoudt de database op Vegan Wiki met veganistische producten. Daarnaast verspreidt het team via de socialemediakanalen informatie over nieuw toegevoegde plantaardige en vegan producten. Met de productendatabase maken we het makkelijk om voor producten gemaakt van of door dieren een veganistisch alternatief te vinden. Zo maken we veganisme toegankelijker.

De volgende activiteiten en doelstellingen pakken we op voor 2026:

- We voegen 2.000 nieuwe producten toe aan de Vegan Wiki database.
- We onderzoeken of we het toevoegen van producten (deels) kunnen automatiseren.
- We plaatsen 300 berichten op de Facebookpagina van Vegan Wiki.
- We plaatsen 300 berichten op het Instagram-account van Vegan Wiki.
- 100.000 mensen bezoeken de website van Vegan Wiki.
- 300.000 keer worden onze berichten op de Facebook-pagina van Vegan Wiki gezien.
- 300.000 keer worden onze berichten op de Instagram-account van Vegan Wiki gezien.

Voeding & Gezondheid

Om de vereniging te voorzien van goed onderbouwde algemene adviezen zorgt Team Voeding & Gezondheid voor actuele informatie over gezondheid en veganistische voeding.

De volgende activiteiten en doelstellingen pakken we op:

- We zorgen ervoor dat de informatie over specifieke voedingsstoffen en voeding & gezondheid rondom specifieke thema's of doelgroepen op de website up-to-date blijft.
- We controleren één keer per jaar het overzicht met [veganistische behandelaars in de gezondheidszorg](#).
- We controleren alle artikelen en kennispagina's die in 2023 of daarvoor zijn geüpdatet. Dit zijn in totaal negen teksten. Waar nodig actualiseren we deze teksten op basis van de nieuwste wetenschappelijke inzichten.
- We houden in de gaten of er vanwege nieuwe wetenschappelijke onderzoeken of maatschappelijke 'kwesties' (inspelen op dat wat speelt/belangrijk is) op het gebied van voeding en gezondheid nieuwe artikelen of kennispagina's moeten komen.
- We beantwoorden vragen die via social media of voeding@veganisme.org binnenkomen. Ook helpen we de programmamanager Communicatie bij persvragen over voeding.
- De teamleider gaat aan de slag om het team beter te structureren en stelt een wegwijsdocument op om de werkwijze makkelijker over te brengen aan nieuwe teamleden.

Interne activiteiten en ontwikkelingen

Naast activiteiten die op de 'buitenwereld' zijn gericht, werken we als vereniging ook aan de onderlinge band voor onze leden en vrijwilligers. Ook stellen we de koers van de vereniging op en monitoren we die. [Bijlage B](#) bevat een organogram van de organisatie en een overzicht met de inzet per medewerker voor programmaoverstijgende taken.

Takenpakket medewerkers

De NVV heeft vijf parttime medewerkers: medewerker Administratie, medewerker Ledenwerving, -behoud en fondsenwerving, programmamanager Events & Community, programmamanager Sales & Marketing, programmamanager Communicatie. Alle medewerkers hebben naast de eigen taken ook te maken met een aantal algemene zaken die aan hun werkzaamheden raken. Deze algemene zaken kosten tijd. Denk bijvoorbeeld aan het verwerken van gegevens volgens AVG-richtlijnen. Hieronder volgt in het kort een beschrijving van de eigen taken per medewerker:

Medewerker Administratie

Onder administratie valt al het eerste contact met en over de leden. Denk aan het beantwoorden van de info-mails, het doorvoeren van adreswijzigingen, het communiceren met de drukker over de adressen voor de magazines of de praktische afhandeling van een schenking. De functie is veelal uitvoerend maar er wordt ook continu gezocht naar verbeterpunten, zoals automatiseringen in een spreadsheet of een nieuw ledenadministratiesysteem. Uiteraard is de medewerker ook betrokken bij de algemene medewerkers- en bestuurszaken, inclusief de strategie.

Medewerker Ledenwerving, -behoud en fondsenwerving

In deze functie wordt gefocust op ledenbehoud en ledenwerving. Ledenbehoud gaat over het tevreden houden van de leden, zodat zij loyaler zijn. Dit gaat dus verder dan alleen de 'word lid'-pagina strategischer inrichten en conversieoptimalisatiestrategieën toepassen. De medewerker analyseert bijvoorbeeld het ledengedrag, bedankt leden en donateurs, en promoot en optimaliseert het lidmaatschap. Voor ledenwerving ligt de focus onder andere op het promoten van het lidmaatschap bij stands en het coördineren van verspreiding van promotiemateriaal. Maar ook het bedenken van acties voor het verhogen van het lidmaatschapsbedrag en/of donaties en het overzichtelijk maken van aanmelding- en donatiestromingen.

Team Stands valt onder ledenwerving en -behoud. Dit omvat vooral de ledenwervende stands, zoals die op vegan evenementen zoals de NLVegan Fair. In principe werkt de medewerker vooral met de andere medewerkers en het bestuur, maar niet zoveel met vrijwilligers.

Programmamanager Events & Community

Programma Events & Community zorgt voor de opzet van zowel externe als interne evenementen. Veel veganisten vinden het waardevol om gelijkgestemden in hun sociale netwerk te hebben. Door activiteiten te organiseren waarin veganisten met elkaar in contact komen, versterken we het gevoel van verbondenheid binnen de veganistische community. Dit draagt bij aan het toegankelijker maken van veganisme en helpt veganisten om sociale druk te weerstaan, waardoor zij hun levenswijze gemakkelijker kunnen behouden. De programmamanager Events & Community geeft leiding aan de volgende

activiteiten en bijbehorende teams:

- NLVegan Fair
- Vegan Awards
- Community Events
- Online Groepsgesprekken

Daarnaast bewaakt de programmamanager interne evenementen en onderhoudt contact met alle stakeholders. Daarnaast is er veel samenwerking en afstemming tussen alle medewerkers, met de meeste focus op programma Marketing & Sales en programma Communicatie.

Programmamanager Sales & Marketing

De programmamanager Marketing & Sales zorgt dat de verschillende programma's van de NVV onder de aandacht van het publiek komen. Zo is de promotie van evenementen noodzakelijk voor de verkoop van tickets en prijzen we *VEGAN Magazine* en nieuwe Vegan Friendly-bedrijven aan, om mensen aan te moedigen lid te worden. Dit doen we door het plaatsen van uitingen en advertenties op verscheidene kanalen, aan de hand van een strategisch plan. De programmamanager Marketing & Sales geeft leiding aan de volgende activiteiten en bijbehorende teams:

- Recepten
- Social Media
- Vegan Friendly
- Vegan Wiki
- Groep fotografen en videografen

Daarnaast voldoen we met dit programma aan de doelen van de NVV om de bekendheid met veganisme te vergroten, veganisme toegankelijker te maken en om als kenniscentrum over veganisme te dienen.

Programmamanager Communicatie

Programma Communicatie zorgt voor de verspreiding van informatie over het veganisme en onze evenementen via de website en externe media. Hiermee inspireren we niet-veganisten en werken we aan zichtbaarheid van de vereniging. De programmamanager Communicatie geeft leiding aan de volgende activiteiten en bijbehorende teams:

- Webdevelopment
- Website
- *VEGAN Magazine* (bestaande uit team Journalistiek, team Lifestyle en team Redactie)
- Vormgeving
- Voeding & Gezondheid

Daarnaast checkt de programmamanager Communicatie alle communicatiemiddelen van de NVV voordat deze worden verstuurd. Er vindt een check plaats op: doel- en doelgroepgerichtheid, herkenbaarheid (huisstijl), professionaliteit en positieve uitstraling. Ook onderhoudt ze contacten met de pers. Daarnaast is er veel samenwerking tussen alle medewerkers, programma's en teams bij de uitvoering van het werk.

De programmamanager is onder andere actief betrokken bij het ondersteunen van team Events voor communicatie.

Contact medewerkers en vrijwilligers

- De programmamanagers Events & Community, Sales & Marketing en Communicatie hebben veel contact met de vrijwilligersteams. Maandelijks hebben zij meetings met de betrokken teamleiders. Ook is er via Slack veel contact met de teamleiders en andere vrijwilligers.
- We geven uiting aan de waardering van onze vrijwilligers. Dit doen we in de vorm van bedankkaartjes, cadeautjes bij bijzondere inzet en een eindejaarscadeau voor alle vrijwilligers.

Interne verslaglegging

- We stellen een jaarverslag over 2026 op.
- We stellen een begroting en jaarplan voor 2027 op.
- We ronden beleidsstukken af die al in ontwikkeling zijn.

Interne events

- We organiseren een vrijwilligersdag, waarvan één leden- en vrijwilligersevenement, en maken daarna ook budget vrij voor teams om samen iets te gaan doen. Bij de vrijwilligersdag kunnen vrijwilligers uit team Community Events worden betrokken.
- We organiseren een algemene ledenvergadering waarin leden kunnen meepraten over de koers van de vereniging.

Faciliterende teams en activiteiten

Om de diverse werkzaamheden van de vereniging uit te kunnen voeren, zijn er een aantal ondersteunende teams. Zonder deze teams zouden de overige teams hun werkzaamheden niet kunnen uitvoeren.

ICT

Om onze ICT draaiende te houden is Team ICT verantwoordelijk voor het draaiende houden van de IT-infrastructuur, en onderhoudt en ontwikkelt daarnaast ook software die daarbij helpt. We gaan aan de slag met de volgende taken:

- We zoeken naar een betere oplossing voor ticketverkoop.
- We automatiseren het accountbeheer en website-onderhoud verder.
- We gaan verder met de uitrol van een zoveel mogelijk geautomatiseerde kalender voor veganistische en/of plantaardige evenementen, zowel om die van de NVV zichtbaarder te maken als om een overzicht te creëren van vegan evenementen georganiseerd door verwante organisaties.
- We koppelen de vrijwilligersadministratie aan de ledenadministratie (nadat we zijn overgestapt).

Foto- en videografie

- We leggen de externe en interne evenementen van de NVV vast.
- We produceren een professionele video ter promotie van de NLVegan Fair.
- We onderzoeken de mogelijkheden om van de groep fotografen en videografen een team te maken, met bijbehorende teamleider.

Contact met pers

De programmamanager Communicatie is verantwoordelijk voor het (eerste) contact met geïnteresseerde media. Dit gebeurt op de volgende manier:

- In de gaten houden van persverzoeken via de perstelefoon en communicatie@veganisme.org. Bij persverzoeken zorgen we ervoor dat er altijd iemand bereid is om de pers te woord te staan;
- Het actief benaderen van pers voor de grote evenementen, zoals Vegan Awards en NLVegan Fair. Ook als we kansen zien op andere momenten benaderen we wanneer mogelijk actief de pers. Hierbij kijken we actief welke media geschikt zijn per activiteit;
- Actueel houden van de perslijst(en).

Vormgeving

Team Vormgeving ontvangt gedurende het jaar diverse verzoeken van verschillende teams voor het vormgeven van materiaal. Dit gaat vaak om ad hoc-klussen. Daarnaast pakt het team de volgende activiteiten en doelstellingen op:

- We geven drie fysieke edities van *VEGAN Magazine* vorm.
- We maken een start met een plan voor de merkarchitectuur van de NVV en de merkstrategie voor de onderliggende merken van de NVV, in ieder geval VeganChallenge.
- We doen een evaluatie rond de toepassing van de vormgeving op veganisme.org.

Social media

De volgende activiteiten en doelstellingen pakken we op:

- We plaatsen 52 berichten op de Facebook-pagina van de NVV.
- We plaatsen 52 berichten op de Instagram-account van de NVV.
- We plaatsen 12 berichten op de Instagram-account van de NVV ten behoeve van de Online Groepsgesprekken (in samenwerking met Events & Community).
- We plaatsen 12 berichten op de Facebook-pagina van de NVV ten behoeve van de Online Groepsgesprekken (in samenwerking met Events & Community).
- We maken voor elk NVV evenement een evenement aan op Facebook (in samenwerking met Events & Community).
- We plaatsen 20 video's op het Instagram-account van de NVV.
- We plaatsen 10 video's op het YouTube-kanaal van de NVV.
- We plaatsen 26 berichten op de LinkedIn-account van de NVV.
- We verhogen het engagement van bezoekers op onze kanalen.
- We zoeken versterking voor het team voor het maken van video's.
- We standaardiseren de werkwijze voor het opmaken en plaatsen van berichten.

Webdevelopment

Goed beheer van de diverse websites van onze vereniging is onmisbaar en wordt uitgevoerd door Team Webdevelopment. Het team heeft diverse taken die standaard terugkeren. Zo is het team dagelijks aanspreekpunt voor redacteuren en andere websitegebruikers bij vragen over opmaak, uitlijning, afbeeldingen, formulieren, redirects, et cetera. Ook is het team veel bezig met troubleshooting bij problemen met de website en de daar ingebouwde plugins en systemen. Andere vaste activiteiten zijn bijvoorbeeld het maken van koppelingen, maken van speciale pagina's, instellen van automatische mails, UX-optimalisatie, en nog veel meer. Als extra activiteiten voor 2026 staan de volgende punten op het jaarplan:

- De handelingen voor online groepsgesprekken volledig automatiseren (registratie van afmeldingen, geautomatiseerde e-mails met Zoomlink, et cetera);
- Nieuw feedbackformulier op veganisme.org voor online groepsgesprekken (ipv Google Forms);
- E-mailbevestigingen voor donatieformulieren op veganisme.org;
- Herschrijven handleiding WordPress voor redacteuren en andere gebruikers van veganisme.org;
- Inbouwen van functie voor de voedingspagina's om aan te geven wanneer de pagina voor het laatst inhoudelijk is geüpdatet;
- Voor events op de website die geweest zijn, bouwen we een functie voor een automatische redirect naar een pagina met daarop informatie dat het evenement geweest is en een verwijzing naar de actuele agenda;
- Instructies opstellen voor het opschonen van de mediatheek op veganisme.org;
- Nieuwsbriefinschrijfmogelijkheid voor de ticketshop op veganisme.org.

Website veganisme.org

De volgende activiteiten en doelstellingen pakken we op:

- Team Website publiceert nieuwe content en verbetert bestaande content. Ook plaatsen we minimaal 28 (nieuws)berichten op veganisme.org. Daarnaast houden we de informatie voor grote evenementen up-to-date en streven we ernaar categorieën voor nieuwsberichten te creëren.
- Oude webpagina's die niet meer actueel zijn, halen we offline (na redirecten).
- We controleren of we aan alle eisen rond toegankelijkheid voldoen door te streven naar een interne evaluatie van de website 0-meting.
- We streven ernaar de informatie voor ondernemers te actualiseren (i.s.m. programma Marketing & Sales).
- We verwijderen oude stukken en magazines uit de mediatheek, voor een snellere website.
- We streven ernaar te zoeken naar manieren waarop degenen die bijdragen aan veganisme.org nog meer een team kunnen vormen.
- We maken een plan om Vegan Wiki, Vegan Friendly en VeganChallenge zichtbaarder te maken op veganisme.org, onder andere op het menu en op de pagina Wat doen wij.

Bijlage A - Doelstellingen Events & Community

Er komen regelmatig verzoeken voor meer events. Hoe graag we ook aan die wens voldoen, is daar op dit moment geen ruimte voor. Om een indruk te geven van de diverse taken die komen kijken bij de organisatie van events voor de NVV, gaan we in deze bijlage dieper in op de diverse taken van de teams van programma Events & Community.

1. NLVegan Fair

De volgende activiteiten en doelstellingen pakken we op:

- We zoeken een geschikte locatie die voorzien is van alle benodigde faciliteiten.
- We passen de branding van de NLVegan Fair aan naar het nieuwe jaar en stemmen onze promotie hierop af (Communicatie en Marketing & Sales).
- We zorgen voor minimaal 50 standhouders (in samenwerking met Administratie).
- We streven naar minimaal 1.500 betalende bezoekers (Communicatie en Marketing & Sales).
- We onderzoeken de mogelijkheden om donaties te vergroten via het evenement (Marketing & Sales).
- We werven minimaal 50 (het liefste 60 of meer) nieuwe leden die minimaal € 6,- per maand bijdragen. Daarnaast werven we minimaal 5 leden die minder bijdragen (€ 3,- tot € 5,99 per maand), 5 huisgenoot leden en 5 nieuwe vrijwilligers (Ledenwerving en -behoud).
- Via gerichte acties rondom het evenement werven we aanvullend minimaal 60 nieuwe leden, waarvan minimaal 50 leden met een maandelijkse bijdrage van € 6,- of meer en 5 leden met een lagere bijdrage (€ 3,- tot € 5,99). Verder werven we ook VSA-leden, huisgenootleden en krappe beurs leden door hen te wijzen op het bestaan van deze lidmaatschappen. Deze acties bestaan uit onder andere het benadrukken van ledenvoordeel in de ticketprijs, gerichte communicatie vooraf en opvolging via de enquête na afloop (Ledenwerving en -behoud).
- We coördineren op de dag van de NLVegan Fair minimaal 30 vrijwilligers en zorgen voor heldere communicatie en waardering.
- We nodigen minimaal twee sprekers uit die aansluiten bij de visie van de NVV.
- We organiseren minimaal twee activiteiten op locatie om de bezoekerservaring te verrijken.
- We betrekken de pers actief bij het evenement (Communicatie).
- We stellen een sluitende begroting op waarin de NLVegan Fair bijdraagt aan onze fondsenwerving en benaderen potentiële sponsors (Marketing & Sales).
- We actualiseren de algemene voorwaarden voor zowel bezoekers als standhouders, zodat deze helder, up-to-date en juridisch correct zijn (in samenwerking met Communicatie en Administratie).
- We zorgen voor een overzichtelijke en gedegen documentatie, inclusief de planning en tijdlijn, facturen, vrijwilligerscoördinatie, promotie- en marketingplan, draaiboeken en communicatie met stakeholders. Daarnaast leggen we contracten en vergunningen vast (in samenwerking met alle medewerkers).
- Na afloop van het evenement stellen we een evaluatierapport op met inzichten, verbeterpunten en resultaten. Hierbij wordt ook onderzoek gedaan naar de ervaring van de bezoekers om feedback en suggesties voor toekomstige edities te verzamelen.
- Daarnaast omvat het evaluatierapport een data-analyse van de kaartverkoop en marketing om de effectiviteit van promotie en verkoopstrategieën te beoordelen (in samenwerking met Communicatie, Marketing & Sales en Administratie).

2. Vegan Awards

De volgende activiteiten en doelstellingen pakken we op:

- We verbeteren de gebruiksvriendelijkheid en vormgeving van het suggestieformulier, stemformulier en de webpagina (in samenwerking met Communicatie).
- We ontwikkelen aanvullend beleid rondom de wervings- en nominatiecriteria van de Vegan Awards.
- We leveren input aan de programmamanagers Marketing & Sales en Communicatie voor het voeren van een online campagne ter promotie van de Vegan Awards.
- We onderzoeken de mogelijkheden om donaties te vergroten via het evenement (Marketing & Sales).
- We organiseren de online werving van suggesties.
- We stellen een jury samen die de nominaties vaststelt.
- We ontwikkelen een helder communicatieplan voor de genomineerden.
- We organiseren de online werving van stemmen voor de uitreiking.
- We stellen een gedetailleerde en realistische begroting op om de financiële haalbaarheid van het evenement te waarborgen.
- We zoeken een geschikte locatie met alle benodigde faciliteiten, inclusief catering.
- We betrekken de pers actief bij het evenement (Communicatie).
- We streven naar minimaal 100 betalende bezoekers (Communicatie en Marketing & Sales).
- We zorgen voor een overzichtelijke en gedegen documentatie, inclusief de planning en tijdlijn, facturen, vrijwilligerscoördinatie, promotie- en marketingplan, draaiboeken en communicatie met stakeholders. Daarnaast leggen we contracten en vergunningen vast (in samenwerking met alle medewerkers).
- Na afloop van het event stellen we een evaluatierapport op met inzichten, verbeterpunten en behaalde resultaten. Dit omvat ook een data-analyse van de kaartverkoop en marketing (in samenwerking met Communicatie, Marketing & Sales en Administratie).

3. Community Events

De volgende activiteiten en doelstellingen pakken we op:

- We organiseren het evenement 'Sta sterk in het gesprek' voor de derde keer.
- We stellen een gedetailleerde en realistische begroting op om de financiële haalbaarheid van het evenement te waarborgen.
- We stellen een duidelijke werkwijze op voor onze prijsbepaling (in samenwerking met het bestuur en Marketing & Sales).
- We streven ernaar te onderzoeken wat de mogelijkheden zijn om donaties te vergroten via het evenement (Marketing & Sales).
- We ontwikkelen een format waar alle stappen die het team moet doorlopen om een evenement succesvol op te zetten.
- We leveren input aan de programmamanagers Marketing & Sales en Communicatie ten behoeve van het werven van deelnemers.
- We ondersteunen de interne evenementen mits daar vrijwilligers voor beschikbaar zijn.

4. Online Groepsgesprekken

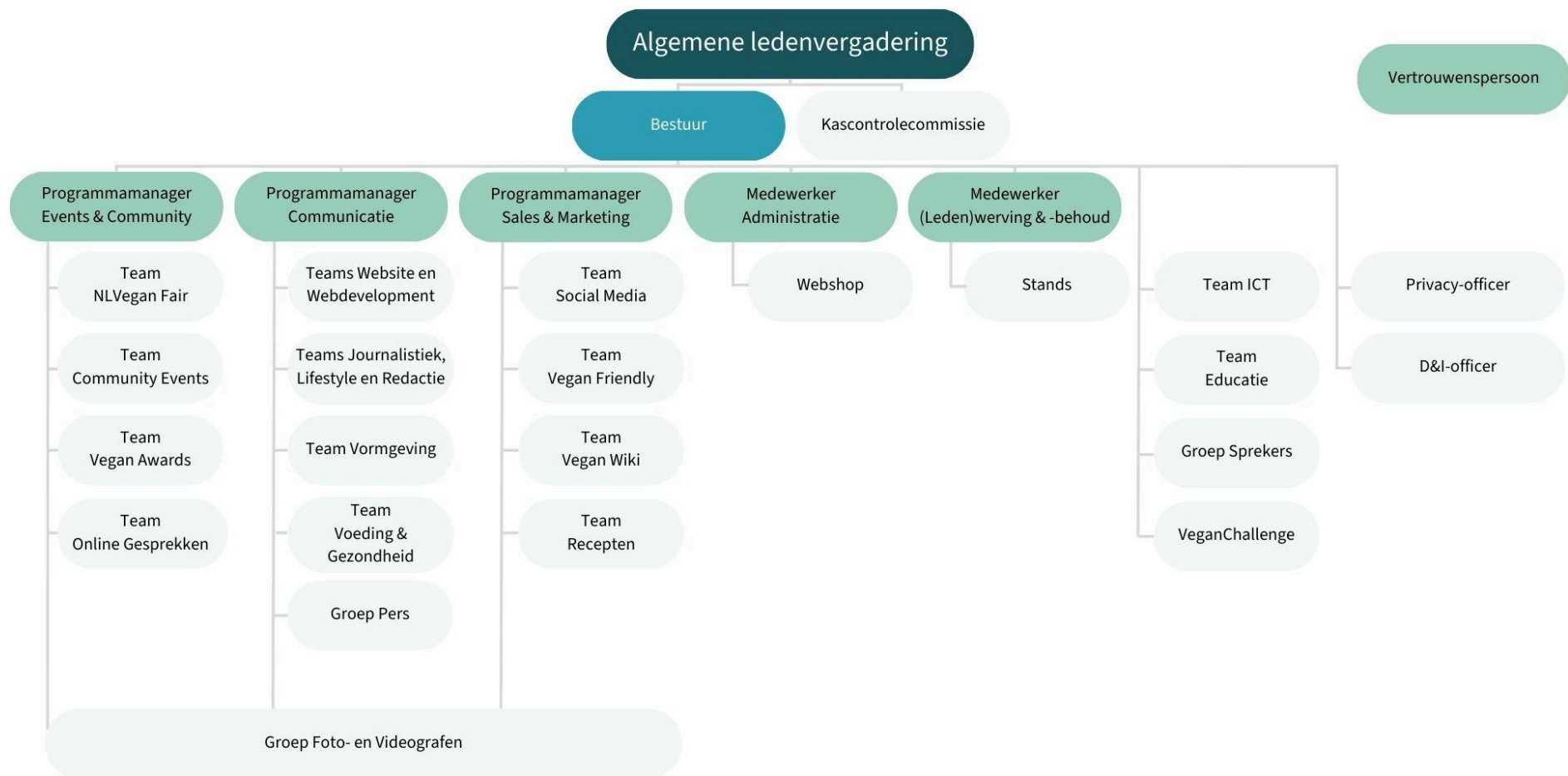
De volgende activiteiten en doelstellingen pakken we op:

- We organiseren minimaal 12 online groepsgesprekken.
- We zorgen voor overzichtelijke en gedegen documentatie, inclusief een geüpdatet document over de werkwijze, een overzicht van data en thema's, en aanmeld- en feedbackformulieren.
- We leveren input aan de programmamanagers Marketing & Sales en Communicatie ten behoeve van het werven van deelnemers.
- We werven extra gespreksleiders aan (in samenwerking met Communicatie en Marketing & Sales).
- Minimaal 75 mensen nemen deel aan onze online groepsgesprekken.
- Minimaal 75% van de deelnemers is tevreden over de groepsgesprekken.
- We evalueren en actualiseren de webpagina over de Online Groepsgesprekken (in samenwerking met Communicatie).

Bijlage B - Organogram en programmaoverstijgende taken

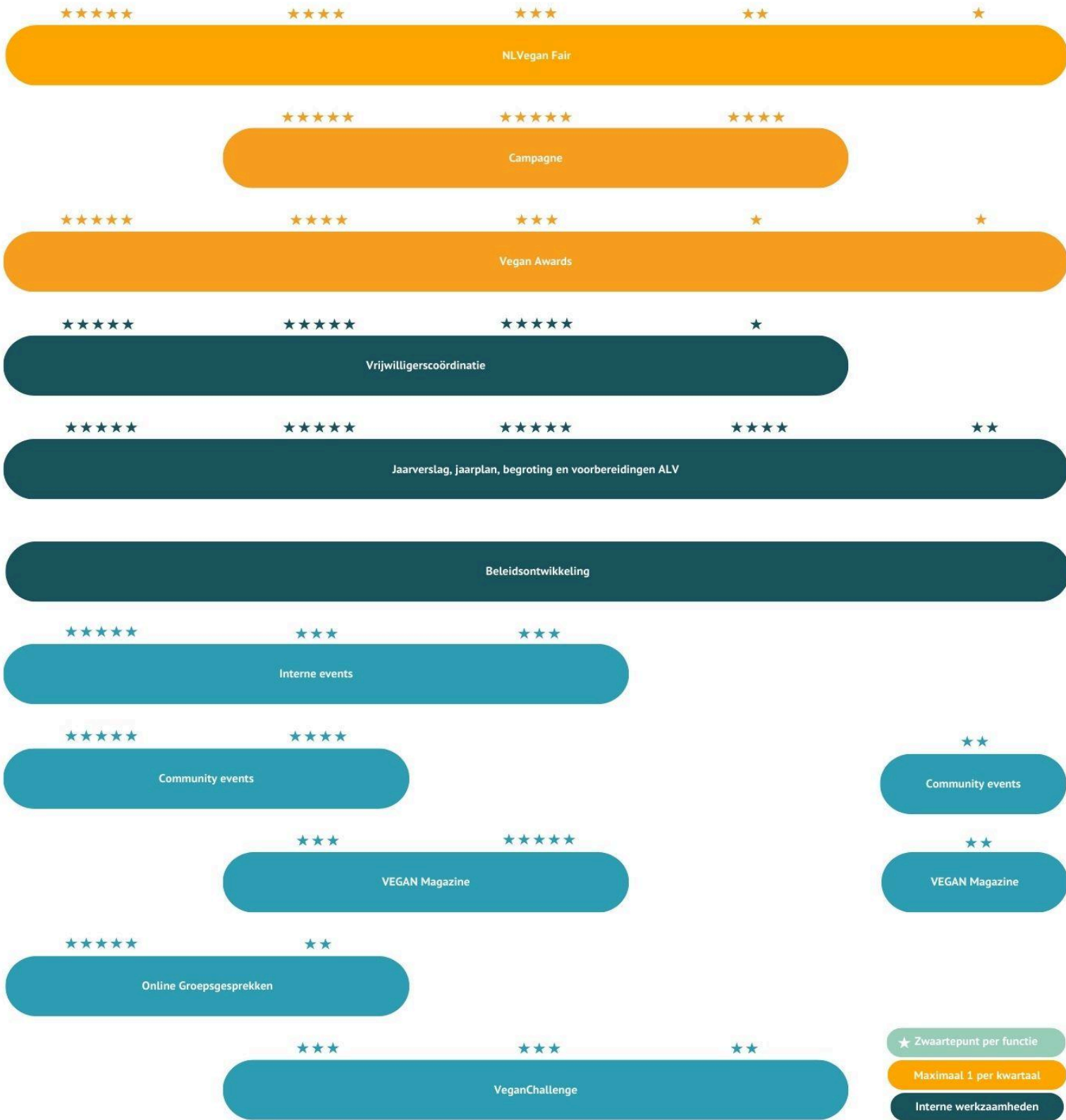
De NVV is ingedeeld in drie programma's, bestaande uit diverse teams. Deze programma's zijn: Community & Events, Sales & Marketing en Communicatie. Daarnaast zijn er medewerkers met specifieke taken. In de praktijk zijn er echter veel programma-overstijgende taken. In het organogram wordt duidelijk hoe de organisatie in hoofdlijnen is ingedeeld. In de afbeelding Programmaoverstijgende taken wordt duidelijk hoeveel inzet er per medewerker nodig is bij een aantal grote activiteiten. Niet alle activiteiten staan in dit overzicht genoemd, enkel de programmaoverstijgende.

NVV Organogram 2026



Programmaoverstijgende Activiteiten

- Programmamanager Events & Community
- Programmamanager Sales & Marketing
- Programmamanager Communicatie
- Medewerker (Leden)werving & -behoud
- Medewerker Administratie



- ★ Zwaartepunt per functie
- Maximaal 1 per kwartaal
- Interne werkzaamheden
- Meerdere momenten per jaar