

Het belang van de achterban

Over de relaties tussen
Prisma, Prismaleden en hun achterban

Henk Jochemsen & Judith Baart

Een interne studie van Prisma
Utrecht, Oktober 2013

Inhoudsopgave

INHOUDSOPGAVE	2
1. INLEIDING	3
2. WIE IS DE ACHTERBAN?	4
2.1 HOE GROOT IS DE ACHTERBAN VAN PRISMA?	4
2.2 HOE IS DIE ACHTERBAN VERDEELD OVER KERKGENOOTSCHAPPEN?	5
2.3 GEMIDDELDE DONATIE PER LEEFTIJD	6
3. VERTEGENWOORDIGING VAN DE ACHTERBAN	7
3.1 INLEIDING	7
3.2 WAT IS EEN 'ACHTERBAN'?	7
3.3 DE RELATIE VERTEGENWOORDIGER – ACHTERBAN	8
3.3.1 <i>Soorten vertegenwoordiging</i>	9
3.3.2 <i>De claim van de vertegenwoordiger</i>	9
3.3.3 <i>Vertegenwoordigingsvormen binnen Prisma</i>	10
4. LEGITIMITEIT	12
4.1 BETEKENIS	12
4.2 HEEFT BELANGENBEHARTIGING DOOR PRISMA MAATSCHAPPELIJKE LEGITIMITEIT?	13
5. RELATIE MET DE ACHTERBAN	15
5.1 INLEIDING	15
5.2 WIJZEN VAN COMMUNICATIE	15
5.3 INTERACTIE MET DE ACHTERBAN	20
5.4 BETROKKENHEID VRIJWILLIGERS	23
5.5 CONCLUSIE	23

1. Inleiding

In 2011 werd een onderzoek naar en onder de achterban van christelijke ontwikkelingsorganisaties verricht, waaronder een heel aantal leden van Prisma.¹ Dat onderzoek leverde veel gegevens op over de kerkelijke achterbannen van de deelnemende organisaties. De publieksversie van dat onderzoek is opgenomen in de uitgave 'Van geven naar delen' – een onderzoek naar het geef- en leefgedrag van christenen in Nederland die in 2012 werd gepubliceerd.² Naar aanleiding van deze publicatie kwam in een Algemene Vergadering van Prisma het verzoek om na te denken over de achterban van Prisma en haar leden en wat het begrip achterban inhoudt.

Een dergelijke studie is ook van belang gezien enkele ontwikkelingen in de samenleving die maatschappelijke organisaties aangaan en met name ook ontwikkelingsorganisaties. We denken aan de toenemende bezuinigingen, de langdurende economische crisis en voortdurende kritiek op ontwikkelingssamenwerking in de media en een over het algemeen afnemende loyaliteit van mensen met een bepaalde organisatie, waardoor ook het financiële draagvlak in de samenleving minder stabiel wordt. Ook uit de politiek klinkt de vraag naar de worteling van de maatschappelijke organisaties in de samenleving.

De laatste jaren staan ook ontwikkelingsorganisaties daardoor vaker stil bij het belang van de achterban, de mensen die de organisatie binnen Nederland in stand houden.

De Vereniging Prisma bestaat uit lidorganisaties, welke ieder ondersteund worden door Nederlandse burgers, grotendeels christelijk. Een van de activiteiten die Prisma verricht namens de leden is beleidsbeïnvloeding. Bij beleidsbeïnvloeding is het van belang te spreken namens een deel van de bevolking. Ook Prisma zegt naar de politiek, overheid en media te spreken namens een deel van de Nederlandse bevolking. Is dat terecht? Betekent het feit dat Prisma de lidorganisaties vertegenwoordigt, ook dat de achterbannen van de leden als achterban gezien kunnen worden van Prisma, namens welke ze spreekt?

Al deze factoren vormen de achtergrond en de context van de vraag naar wie de achterban van Prisma(leden) is en de daarmee verbonden vraag naar de vertegenwoordiging bij de beleidsbeïnvloeding.

¹ Trouw geven, eerlijk leven. Onderzoek uitgevoerd door TNS Nipo, in opdracht van: Stichting Woord en Daad November 2011. Hoofdsponsor: Woord en Daad; cosponsors Light for the World, Diaconaat Christelijke Gereformeerde Kerken, Dorcas, EO Metterdaad, Kom Over En Help, Prisma Red een Kind, Tear Nederland, Wetenschappelijk Instituut ChristenUnie, World Servants, ZOA.

Met toestemming van St. Woord en Daad hier opgenomen; © St. Woord en Daad

² Jochensen, H. (red). (2012). *Van Geven naar Delen. Geef- en leefgedrag van christenen in Nederland*. Maastricht: Shaker Publishing. Hierin is de publieksversie opgenomen van het onderzoek genoemd onder 1)

2. Wie is de achterban?

Deze paper is verdeeld in twee stukken. In dit eerste deel kijken wij vanuit sociologisch perspectief naar wie feitelijk de achterban is van Prismaleden. Hoeveel personen zijn dit en hoe kunnen ze in godsdienstig opzicht gekenmerkt worden?

2.1 Hoe groot is de achterban van Prisma?

Prisma heeft 17 lidorganisaties³ die alle gereageerd hebben op de vraag 'hoeveel personen hebben het afgelopen jaar (2012) aan uw organisatie gedoneerd? Van deze groep ontvangt 1 organisatie geen donaties van natuurlijke personen.

Organisatie	Aantal donateurs (ongeveer)
Deputaten 'Bijzondere Noden' Gereformeerde Gemeenten	90.000
Deputaten Diaconaat Christelijke Geref. Kerken	74.286
Dorcas	69704
De Verre Naasten	20.957
Gereformeerde ZendingsBond	29.417
Kom Over En Help	17.277
Leprazending Nederland	32.000
Leger des Heils	220.524 ⁴
Light for the World	14.238
Operatie Mobilisatie	14.263
Red een Kind	21.752
Tear	29.836
Woord en Daad	67.355
World Servants	2.291
Wycliffe Bijbelvertalers NI.	20.434
ZOA Vluchtelingen zorg	40.000
Mercy Ships Holland	32.438

Van deze organisaties is het totaal aantal particulieren dat tenminste eenmaal aan de organisatie doneerde in het afgelopen jaar 506.544 (excl. Leger des Heils) en met de totale achterban van het Leger des Heils zijn dat 727.068 mensen die in 2012 ten minste eenmaal hebben gedoneerd. Dit is dus bijna driekwart miljoen. Enkele aantekeningen hierbij, ter nuancering van dit beeld.

Aangezien personen aan meerdere organisaties kunnen doneren, is dit cijfer niet per se het aantal unieke donoren aan de lidorganisaties; er is vrijwel zeker enige overlap van donoren.

³ Niet meegerekend is de koepelorganisatie Oreon en de daarbij aangesloten organisaties die ook op Prisma zijn betrokken; tijdens de uitvoering van deze studie is het Zeister Zendingsgenootschap lid geworden van Prisma.

⁴ Incl. voor het werk in NL, dat verreweg het grootste deel uitmaakt van het werk van het Leger des Heils

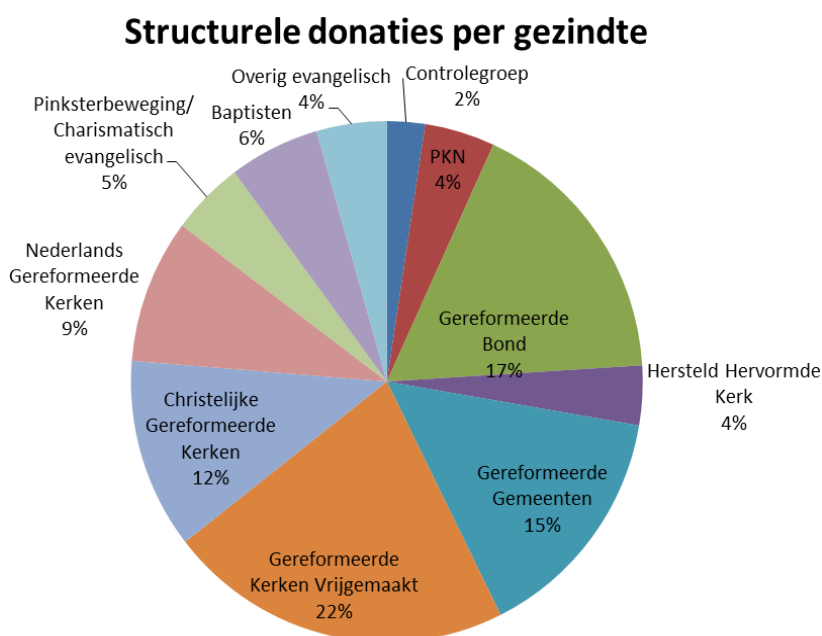
Eén organisatie, het Leger des Heils doet ook maatschappelijk werk in Nederland en kan geen onderscheid maken tussen de donaties specifiek voor het Nederlandse werk en de donaties voor het internationale ontwikkelingswerk. Als het aantal donor wordt verdeeld over ‘Nederland’ en Ontwikkelingssamenwerking’ evenredig aan het aandeel van het totale budget voor ontwikkelingsamenwerking, dan komt dat neer op omstreeks 2.200 donateurs (waarbij ook sterk de vraag is of dat een goed beeld geeft).

Voor enkele organisaties betref dit cijfer het totaal aantal donaties in (inclusief donaties van bedrijven, kerken en scholen); voor andere organisaties is dit cijfer puur particuliere donaties.

Ondanks deze nuancerings, verwijst deze bijna driekwart miljoen donateurs naar een grote groep betrokken personen in Nederland.

2.2 Hoe is die achterban verdeeld over kerkgenootschappen?

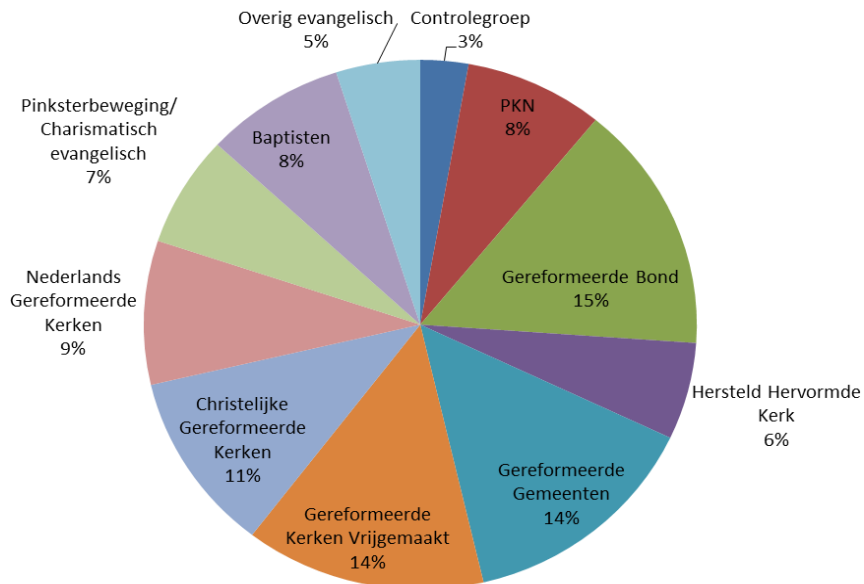
Vanuit data van het onderzoek van TNS NIPO⁵ is op te maken uit welke kerkelijke gezindtes de personen komen die doneren aan Prisma organisaties.⁶ Dit is uitgebeeld in onderstaande cirkeldiagrammen, welke zijn opgedeeld in ‘structurele giften’, d.w.z. donateurs die gedurende een aantal jaren een gift overmaken, en ‘onregelmatige donaties.’ De grafieken portretteren het percentage van elke gezindte in het totale aantal gedane donaties aan de Prismaleden.



⁵ TNS NIPO – Amsterdam | Cawi | G1779 | Veldwerk september 2011

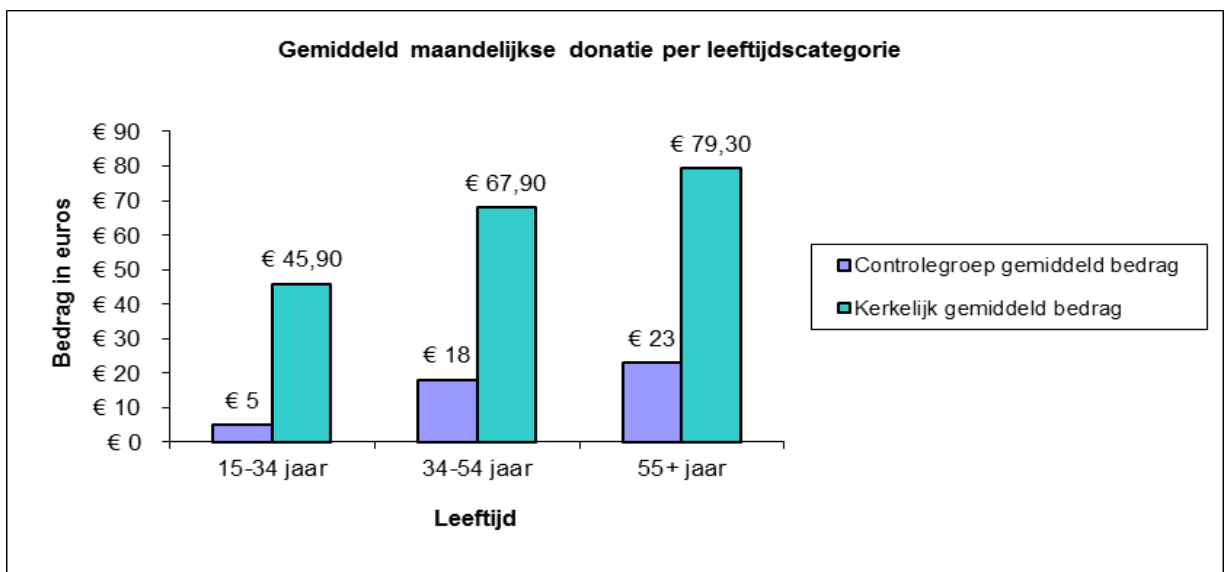
⁶ Deze gegevens zijn alleen beschikbaar voor de leden die daaraan deelnamen.

Onregelmatige donaties per gezindte



2.3 Gemiddelde donatie per leeftijd

Daarnaast kan gekeken worden naar het maandelijkse bedrag dat per leeftijdsgroep wordt gedoneerd aan goede doelen, zoals beschreven in onderstaande grafiek. Hier is gekeken naar het gemiddelde gedoneerde bedrag per maand per leeftijdsgroep, verdeeld in donaties door christenen en donaties door de controlegroep (de Nederlander die niet met regelmaat een kerk bezoekt).



3. Vertegenwoordiging van de achterban

3.1 Inleiding

In de voorgaande paragrafen zijn enkele demografische kenmerken van de achterbannen van Prismaleden beschreven. Daarmee is nog niet de vraag beantwoord wat het hebben van een achterban betekent voor de vertegenwoordiging, met name in beleidsbeïnvloeding. Daarbij willen we in dit hoofdstuk stilstaan. Anders gezegd, in deze en de volgende paragraaf zal worden gezocht naar onderzoek en theorie over 'de achterban' en de vertegenwoordiging hiervan.

Aan de hand van eerder onderzoek en een reflectie daarop zullen wij op de volgende vragen ingaan:

- Uit welke personen of instanties bestaat de achterban?
- Doet een vertegenwoordiger van organisaties met een achterban iets namens die achterban?
- Is het terecht als een vertegenwoordiger van een achterban zegt te spreken namens die achterban?

Ter beantwoording van deze vragen is een beperkte literatuurstudie verricht naar de betekenis van het woord 'achterban', en is dit betrokken op de situatie van Prisma en haar leden.

3.2 Wat is een 'achterban'?

De eerste vraag die wij onszelf stellen is: wat is eigenlijk een achterban? Het woord wordt veel gebruikt, en veel organisaties en vooral politici zeggen te handelen in naam van hun achterban. Maar welke criteria worden gehanteerd om vast te stellen welke individuen wel of niet bij een achterban behoren?

Woordenboeken vertellen ons dit over 'achterban': de achterban is "een groep mensen die iemand of een partij steunt"⁷. Of: de achterban zijn "mensen die een beweging steunen, zonder zelf actief mee te doen"⁸. In het Engels op meerdere manieren te vertalen, bijvoorbeeld als adherents, constituents, followers of supporters.

IHRLOP (International Human Rights Law Outreach Project) maakt onderscheid tussen drie groepen van personen die beschouwd kunnen worden als *constituency* (oftewel achterban) van een ngo. Dit zijn:

- zij die mogen stemmen – bijvoorbeeld leden; de directie,
- zij die ondersteunen – bijv. donoren of vrijwilligers en
- zij die de ngo met hun werk placht te helpen – de cliënten of begunstigden.⁹

⁷ The Free Dictionary. (2009). *Achterban*. <http://nl.thefreedictionary.com/achterban>.

⁸ Encyclo. (2011). *Achterban*. <http://www.encyclo.nl/begrip/achterban>.

⁹ IHRLOP manual. "Constituency Building"
<http://www.aucegypt.edu/sce/ihrlop/training/documents/constituency.pdf>

In de Nederlandse taal wordt de derde groep van die de ngo plachten te helpen, soms wel de *voorban* genoemd. Bij het gebruik van het woord achterban wordt dan vaak een groep bedoeld die bestaat uit zij die mogen stemmen, zij die ondersteunen en zij die op elke andere manier verbonden zijn met de organisatie, maar niet de begunstigen of de ontvangers zijn van de diensten van de organisatie.

Bij het vaststellen wie tot de achterban van een ontwikkelingsorganisatie behoort, is een grote vraag wat de betekenis is van 'steunen'. Welke definitie van achterban gebruiken de organisaties? Of gebruiken ze meerdere van de bovenstaande? Is een kleine donatie genoeg om aan te geven dat die persoon een beweging steunt, en dus tot de achterban behoort? Of hoor je daar pas bij als je ook invloed hebt, bijvoorbeeld via stemmen over zaken of personen, zoals in een politieke partij. Of is een bepaalde inzet als vrijwilliger nodig?

Op dit moment hanteert Prisma feitelijk een ruime definitie van de achterban – de achterban zijn alle personen die een lidorganisatie van Prisma steunen, meestal in de vorm van een donatie. Een scherper beeld van de werkelijkheid krijgen we als we onderscheiden tussen directe en indirecte achterban. De directe achterban wordt gevormd door de lidorganisaties die deel uitmaken van Prisma. Als indirecte achterban beschouwen we de gezamenlijke achterbannen van de lidorganisaties (i.c. zij die doneren aan ten minste een van die organisaties). Op de betekenis hiervan gaan we hieronder nader in.

3.3 De relatie vertegenwoordiger – achterban

Vertegenwoordigen is per definitie het 'optreden in de naam van iemand' of 'namens iets of iemand aanwezig zijn'.¹⁰ Nu kan men zeggen dat in het contact met andere instanties, een ngo- medewerker op een bepaalde manier altijd de organisatie vertegenwoordigt namens wie hij of zij werkt. Wanneer die medewerker evenwel niet de officiële woordvoerder is, dan is zijn mening niet zonder meer die van zijn organisatie, tenzij die medewerker, bijvoorbeeld een lobbyist, voor een bepaalde gelegenheid een mandaat van zijn organisatie heeft. In haar openbare positionering als ngo, spreekt deze vaak mede in naam van de achterban en verdedigt haar standpunt met het argument dat deze in lijn ligt met wat de achterban wil. Deze redenering gaat uit van de aanname dat als dat (herhaaldelijk) niet zo is, de achterban dat zal laten merken, hetzij via reacties dan wel door niet meer te doneren.

We zien dat het begrip vertegenwoordigen wijst op een complexe realiteit. Vertegenwoordiger zijn is niet een kwestie van een objectief feit maar een kwestie van claims en onderhandelen. Dit geldt voor Prisma nog sterker dan voor haar leden. Bij Prisma

heeft wat wij de indirecte achterban noemen niet gestemd op Prisma als hun vertegenwoordiger, en zijn ze ook geen donor van Prisma. In hoeverre kan Prisma dan claimen dat zij die indirecte achterban vertegenwoordigt richting de politiek, de ministeries en andere organisaties?¹¹

¹⁰ Encyclo. (2012). *Vertegenwoordigen*. <http://www.encyclo.nl/begrip/vertegenwoordigen>

¹¹ Saward, Michael. (2008). "The subject of representation." *Representation*, 44 (2), p93-97.

3.3.1 Soorten vertegenwoordiging

Ter beantwoording van deze vraag is het belangrijk om duidelijk te maken over welke vorm van vertegenwoordiging wij spreken. Hanna Pitkin onderscheidt drie soorten vertegenwoordiging:

1. formele vertegenwoordiging – een overeenkomst waarin wordt afgesproken dat de vertegenwoordiger de vertegenwoordigde zal vertegenwoordigen
2. descriptieve vertegenwoordiging – de vertegenwoordiger representeert de vertegenwoordigden op basis van gelijke eigenschappen (bijv. een vrouwenorganisatie die vrouwen vertegenwoordigt op basis van de gezamenlijke eigenschap vrouw-zijn; of bijvoorbeeld in een interreligieuze dialoog waarin ieder geacht wordt zijn/haar religie te vertegenwoordigen)
3. substantiële vertegenwoordiging – vertegenwoordiging door het handelen in overeenstemming met de wensen van de vertegenwoordigde; zij worden vertegenwoordigd als hun belangen worden behartigd.¹²

3.3.2 De claim van de vertegenwoordiger

Zoals een politicus claimt zijn achterban te vertegenwoordigen, zo claimt ook een ngo de vertegenwoordiger te zijn van haar achterban. Zoals Pitkins beschrijft, is vertegenwoordiging “in essentie het tegenwoordig maken van een afwezig iets of iemand via een tussenpersoon.”¹³ Het is het aanwezig maken van datgene of diegene die afwezig is. De ngo zegt dan de vertegenwoordiger te zijn die staat voor elke kerk, school, bedrijf en individu die heeft gedoneerd of op andere wijze steun geeft aan die organisatie. Zij claimt te spreken namens deze personen en claimt, althans op hoofdlijnen, te weten wat hun prioriteiten en wensen zijn.

Verscheidene auteurs maken opmerkingen over dergelijke claims van de vertegenwoordiger. De vertegenwoordiger behartigt niet de belangen zoals de vertegenwoordigden deze letterlijk uiten naar de vertegenwoordiger, maar de vertegenwoordiger moet creatiever aan de gang. De vertegenwoordiger maakt zelf keuzes in wat zij of hij ziet als het belang van de groep die wordt vertegenwoordigd, en benadrukt daarbij waarom hij of zij geschikt is om voor die belangen op te komen.¹⁴

Vertegenwoordigen is dan ook nooit neutraal of objectief. Zoals Celis beschrijft:

“Uit de veelheid aan potentieel te behartigen groepen en belangen maakt de vertegenwoordiger een selectie, onder meer inzake de groep die hij/zij wenst te vertegenwoordigen, de problematieken die daarbij aan bod komen en in welk ‘project’ de vertegenwoordiging kadert. In dit proces creëren de vertegenwoordigers hun vertegenwoordigden.”¹⁵

¹² Pitkin, H. F. (1969). *The concept of representation*. Beresford Book Services.

¹³ Pitkin, H. F. (1969). *The concept of representation*. Beresford Book Services.

¹⁴ Celis, K., Meier, P. & Wauters, B. (red). (2010). *Gezien, gehoord, vertegenwoordigd. Diversiteit in de Belgische politiek*. Gent: Academia Press.

¹⁵ Celis, K. (2004). “Het belang van de politieke aanwezigheid. Descriptieve en substantiële vertegenwoordiging van vrouwen.” Paper voor het politicologenetmaal, Antwerpen. P3.

3.3.3 *Vertegenwoordigingsvormen binnen Prisma*

Welke vorm(en) van vertegenwoordiging hanteert Prisma ten overstaande van haar achterban? De *lidorganisaties* (directe achterban van Prisma) worden in de eerste plaats vertegenwoordigd in een formele vertegenwoordiging. Dit is het gevolg van het lidmaatschap, waarmee leden aangeven Prisma te erkennen als hun vertegenwoordiger richting politiek. Daarnaast legt Prisma haar plannen voor aan de leden (jaarplan en begroting) en vraagt daarvoor goedkeuring van de leden en legt formeel verantwoording af aan haar leden via de jaarstukken. In die vergaderingen en daarnaast in diverse vormen van overleg kunnen de leden input leveren met betrekking tot het werk dat Prisma namens en ten behoeve van hen verricht. Deze inhoudelijke betrokkenheid brengt mee dat Prisma haar leden ook op substantiële wijze vertegenwoordigt.

Tot zover de lidorganisaties die op een directe wijze de achterban van Prisma vormen. Blijft wel staan de vraag in hoeverre Prisma zich kan beroepen op de zogenoemde indirecte achterban, die bestaat uit de mensen, kerken en groepen die een donatie of andere bijdrage leveren aan een van de lidorganisaties van Prisma. Wordt deze achterban dan wel vertegenwoordigd door Prisma?

In dit geval kunnen we niet spreken over een formele vertegenwoordiging – er is geen formele overeenkomst tussen Prisma en de donateurs van lidorganisaties. Kunnen we spreken van een descriptieve vertegenwoordiging? In dit geval zou Prisma de achterban vertegenwoordigen vanwege gedeelde eigenschappen. We zouden er bijvoorbeeld op kunnen wijzen dat Prisma de indirecte achterban vertegenwoordigt op grond van de eigenschap ‘christen-zijn’ die Prisma deelt met het overgrote deel van de donateurs van Prismaleden. Een bezwaar hiertegen is dat op een descriptieve manier Prisma alle christenen zou vertegenwoordigen, terwijl de groep ‘christenen in Nederland’ groter is dan de indirecte achterban. Niet al de personen met deze eigenschap doneren of zijn betrokken bij Prisma-organisaties. In het geval van descriptieve vertegenwoordiging is de descriptief-vertegenwoordigde achterban dus breder dan puur de achterban van lidorganisaties van Prisma. Anderzijds zullen ook een aantal niet-christenen doneren aan een of meer Prismaleden. Onproblematisch is de descriptieve vertegenwoordiging dus niet.

Dan rest nog substantiële vertegenwoordiging. Dit is het vertegenwoordigen van personen door hun belangen te behartigen. Kunnen we hard, of ten minste aannemelijk maken dat Prisma belangen van de indirecte achterban behartigt? In dit geval doen wij de aanname dat een individu dat een donatie doet aan een ontwikkelingsorganisatie per definitie het belang waar de organisatie voor staat, ondersteunt en dat Prisma de belangen van de leden vertegenwoordigt. Dit laatste is een gegronde aanname zoals we zagen, maar het eerste niet zonder meer. We zouden er dan van uitgaan dat de steun aan een lidorganisatie betekent dat de donateur de visie en het beleid van die lidorganisatie steunt en dat in het vertegenwoordigende werk van Prisma dat beleid is verdisconteerd en ten minste daarmee in lijn is. Is dat terecht? Verder kan het natuurlijk zo zijn dat de achterban mogelijk breder is dan wat we hier de indirecte achterban van Prisma hebben genoemd. Er kunnen in voorkomende gevallen meer mensen zijn die een Prisma standpunt delen dan de

mensen uit die indirecte achterban. In substantiële zin vertegenwoordigt Prisma op dat punt ook die andere mensen, ongeacht of zij de eigenlijke, steunende achterban van Prisma zijn of niet.

We zien dat we met deze analyse van vormen van vertegenwoordiging van een achterban wel een verheldering krijgen van waarover het gaat en van de vragen die hiermee samenhangen. Maar tot een helder antwoord leidt het niet. Dat heeft ermee te maken dat de analyse ter verheldering zaken uit elkaar haalt, die in de werkelijkheid vaak zo verweven zijn, dat die uit-een-zetting het zicht op het geïntegreerde geheel vertroebelt. Laten we het eens over een andere boeg gooien en de vraag naar het publieke optreden van Prisma benaderen vanuit de vraag naar de legitimiteit hiervan. Dat is een andere blikrichting. De vraag naar de vertegenwoordiging kijkt van de achterban naar de vertegenwoordiger (i.c. Prisma); de vraag naar de legitimiteit kijkt van de 'woordvoerder' naar het draagvlak daarvoor.

4. Legitimiteit

4.1 Betekenis

Kan Prisma voor haar publieke optreden legitimiteit claimen; is er draagvlak voor? Laten we een normatieve beschrijving geven van de situatie van Prisma, d.w.z. zoals die is bedoeld. Groepen van mensen in ons land zijn van mening dat mensen elders in de wereld die in (diepe) armoede leven, geholpen moeten worden. Om daaraan uiting te geven, hebben diverse reeds langer bestaande organisaties activiteiten ontwikkeld om mensen in dergelijke omstandigheden te helpen. Daarnaast zijn door individuen in de afgelopen 40-50 jaar initiatieven genomen met datzelfde doel, wat geleid heeft tot de oprichting van nieuwe organisaties die zich daar speciaal op richten. Al die organisaties doen een beroep op mensen in het land behorende tot diverse bevolkingsgroepen, voor het grootste deel van de christelijke bevolking, om via allerlei vormen van steun, zulke hulp aan mensen in armoede mogelijk te maken. Tussen die organisaties en degenen van wie ze steun ontvangen, bestaat dus een wisselwerking. Het verantwoordelijkheidsbesef en de wens van mensen om te helpen, vindt een uitingsvorm in de organisaties; die organisaties roepen mensen op en maken ze bewust van hun verantwoordelijkheid die ze (mede) via die organisatie vorm kunnen geven. Rond 2000 heeft een aantal van dergelijke organisaties zich verenigd in Prisma, bij oprichting omschreven als een vereniging van reformatorische en evangelische organisaties in ontwikkelingssamenwerking en wereldwijd diaconaat.¹⁶

Die diaconale en ontwikkelingsorganisaties hebben relaties met de mensen, en organisaties daarvan, die in hun moeilijke levensomstandigheden hulp nodig hebben. In diverse vormen wordt samengewerkt aan een situatie waarin meer recht wordt gedaan aan mensen en aan hun relaties en verbanden. Dit laatste geeft aan de ontwikkelingsorganisatie haar *bestaansredenen*. Wanneer de samenwerking-in-ontwikkeling niet goed gebeurt of tot niets leidt, verliest de ontwikkelingsorganisatie haar reden van bestaan. In die zin is het begrijpelijk dat in onderzoek bij vragen over wie de ngo vertegenwoordigt ofwel namens wie de ngo spreekt, de personen voor wie de hulp bedoeld is (d.w.z. the beneficiaries) meestal worden genoemd. Deze verwijzing is terecht voor zover met vertegenwoordigers van de beneficiaries wordt samengewerkt en zij inspraak hebben in het werk dat met en voor hen wordt gedaan. In de literatuur wordt de achterban – de supporters – nauwelijks genoemd als basis voor de legitimiteit van de organisatie. In veel gevallen stelt de ngo dan ook niet zozeer te spreken namens de achterban, maar namens de gedupeerden, de armen. Dit is mijns inziens een eenzijdige voorstelling van zaken. Weliswaar ligt de *bestaansredenen* in het samenwerken aan het wegnemen van armoede. Maar het *bestaansrecht als maatschappelijke organisatie* ligt in de achterban die de organisatie steunt en namens wie de organisatie haar werk verricht. Kortom, een maatschappelijke organisatie kan haar bestaansredenen vinden in het werk dat ze doet en haar bestaansrecht ontleen aan het feit dat er (institutionele) donoren zijn die haar steunen om dat werk te verrichten. Maar als die steun niet minstens ten dele komt van een bevolkingsgroep

¹⁶ Sinds 2010 is de omschrijving: 'vereniging van christelijke organisaties in ontwikkelingssamenwerking en wereldwijd diaconaat'

dan is in de eigenlijke zin van het woord geen sprake van een maatschappelijke organisatie maar van een projectorganisatie of consultancy of eventueel van een maatschappelijke onderneming (al dan niet met winstoogmerk). In de praktijk claimen organisaties hun bestaansrecht, hun legitimiteit, vaak vanuit beide kanten – aan de ene kant de doelgroep van hun werk en aan de andere kant hun achterban, ofwel donateurs. Terwijl zowel de doelgroep (voorban) als de achterban formeel de organisatie niet als haar vertegenwoordiger hebben aangewezen. Toch kan het ons inziens terecht zijn onder bepaalde voorwaarden legitimiteit te ontleen aan voorban en achterban. (Deze twee hangen samen. Want de achterban steunt omdat een voorban, een doelgroep, geholpen wordt.) Die voorwaarden zijn ten eerste dat de voorban betrokken is bij de planning en uitvoering van het werk dat met en voor hen wordt verricht en daarover voor zover enigszins mogelijk medezeggenschap heeft. Ten tweede dat er een achterban is in onze bevolking die adequaat geïnformeerd wordt en substantieel steunt.¹⁷ Als aan deze voorwaarden is voldaan kan een zodanige verbondenheid met bevolkings-groepen vastgesteld worden dat op grond daarvan redelijkerwijze legitimiteit als maatschappelijke organisatie geclaimd kan worden. Overigens wordt die legitimiteit des te sterker naarmate de achterban niet alleen via donatie haar steun uit maar ook betrokken is bij en eventueel inspraak heeft in het beleid van de organisatie. Naarmate hiervoor meer ruimte ontstaat, kan met te meer recht beweerd worden dat de maatschappelijke ontwikkelingsorganisatie een instrument is waarmee een bevolkingsgroep hun inzet voor medemensen elders in de wereld tot uitdrukking brengen.

4.2 Heeft belangenbehartiging door Prisma maatschappelijke legitimiteit?

In het licht van bovenstaande willen we in deze paragraaf de vraag beantwoorden of Prisma in haar lobbywerk terecht verwijst naar haar achterban, die we in deze studie de ‘indirecte achterban’ genoemd hebben? Anders gezegd, kan de lobby van Prisma legitimiteit ontleen aan een verbondenheid met een bepaald deel van de bevolking? We willen hier betogen dat daarvan inderdaad sprake is. Ter onderbouwing brengen we enkele lijnen uit het bovenstaande bij elkaar.

In de eerste plaats is duidelijk dat Prisma haar bestaansrecht en legitimiteit in directe zin ontleent aan haar leden. De leden ontleen hun bestaansreden aan hun werk en hun bestaansrecht aan de steun die ze krijgen uit een deel van de bevolking, hun achterban. Via de informatie die al de leden verstrekken kan de achterban een redelijk goed beeld krijgen van wat de betreffende organisatie doet. Uit het feit dat in een sterk competitieve markt er groepen van mensen zijn die Prismaleden (blijven) steunen, mag geconcludeerd worden dat die mensen instemmen met het werk dat de organisatie die ze steunen, doet. Die organisaties bepalen als leden van Prisma op hoofdlijnen het beleid waarvan de inzet van de Prisma-beleidsbeïnvloeding een onderdeel is. Ten opzichte van de leden kan bij Prisma gesproken worden van een vertegenwoordiging in formeel en substantieel en in zekere zin ook van descriptief

¹⁷ Dit roept de vraag op wat ‘substantieel steunen’ is. Moet dan gekeken worden naar een absoluut bedrag of naar een percentage van de totale inkomsten van de organisatie? Mijns inziens gaat het hier niet om scherp af te bakenen be ragen en percentages. Maar een organisatie minder dan 5% van haar inkomsten van een achterban uit de bevolking ontvangt kan redelijkerwijze niet meer als maatschappelijke organisatie gezien worden. Aan de andere kant geldt dit mijns inziens ook voor een organisatie die veel geld ontvangt van een rijke familie.

opzicht. Door de lijn tussen Prisma en haar leden en die tussen de leden en hun achterban aan elkaar te knopen, kan redelijkerwijze worden verondersteld dat de lobby van Prisma op hoofdlijnen een inzet heeft die weerklank zal vinden bij de indirecte achterban onder de bevolking. Die indirecte verbondenheid en affiniteit met een in absoluut opzicht niet onaanzienlijk deel van de bevolking (we kwamen op ten minste een half miljoen mensen), verleent aan de beleidsbeïnvloeding van Prisma een reële legitimiteit.

Die legitimiteit zou nog verder versterkt worden naarmate de lidorganisaties erin slagen om hun financiële achterban inhoudelijk bij hun beleid en werk te betrekken, met vormen van zeggenschap. Bij sommige leden, vooral kerkelijk gedefinieerde, is daarvan in sterker opzicht sprake dan bij andere (zie hs 5).

Hoewel de indirecte achterban dus niet formeel wordt vertegenwoordigd door Prisma, geeft zij wel legitimiteit aan het werk wat Prisma doet. Zoals een ngo leider mooi verwoordde:

“we have a certain democratic legitimacy... by having millions of supporters. And while they do not give us a specific mandate, they decide by the membership fee whether they agree with us or not.”¹⁸

¹⁸ Raustiala, Kal. NGOs in international treaty making. (2012) Chp 6 in: ed. Duncan B. Hollis. The Oxford guide to Treaties. Oxford University Press: Oxford. P171.

5. Relatie met de achterban

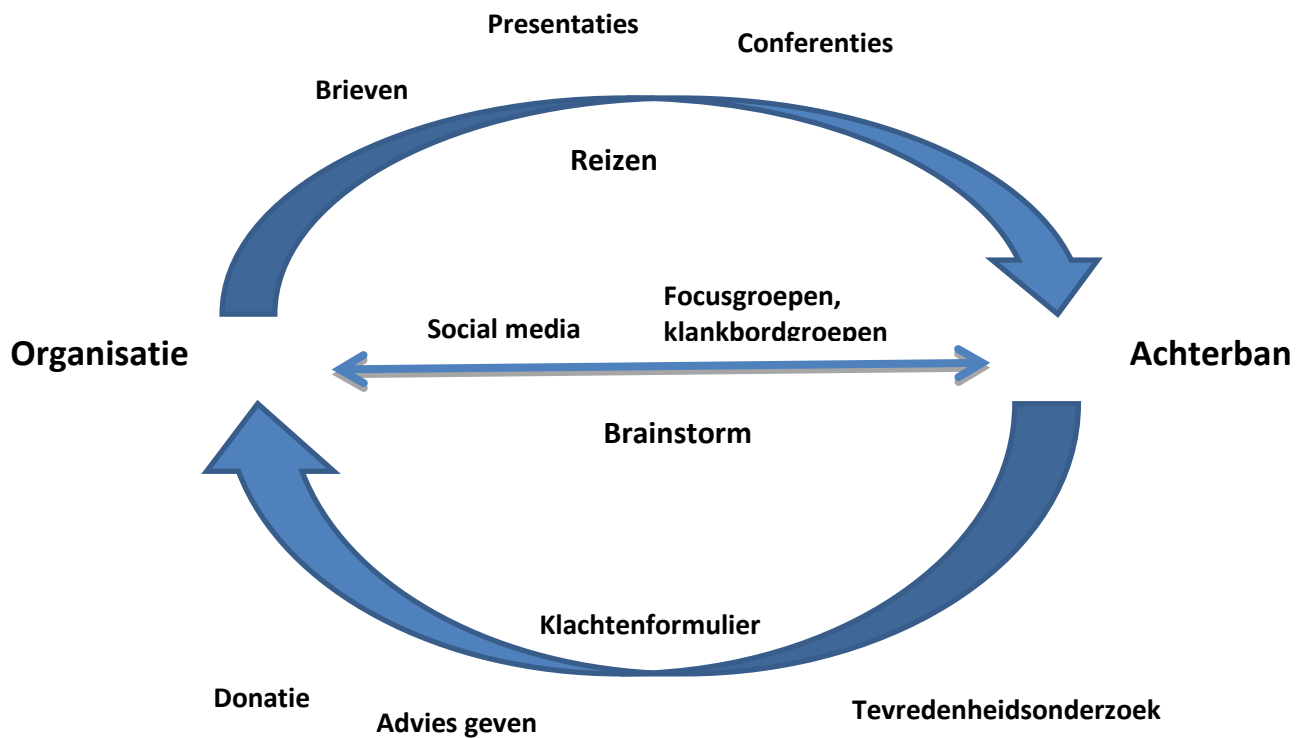
5.1 Inleiding

Hierboven concludeerden we dat Prisma een directe achterban heeft, bestaande uit de lidorganisaties, en een indirecte achterban, bestaande uit de achterbannen van de lidorganisaties. Ook hebben we gesteld dat de legitimiteit van de vertegenwoordiging van de achterbannen van de lidorganisaties door Prisma des te sterker is naarmate die achterbannen betrokken zijn bij het werk van de organisaties. Dit roept de vraag op naar de wijze en in de mate waarop de achterbannen bij het werk van de lidorganisaties van Prisma zijn betrokken. Hierop zijn de leden bevraagd met enkele tabellen waarin de betrokkenheid op diverse manieren is uitgesplitst. We geven hieronder de resultaten weer en bespreken di kort.

5.2 Wijzen van communicatie

De eerste tabel geeft aan op welke wijze de organisaties contact houden met hun achterban en deze betrekken bij de uitvoering en het beleid.

Zoals hierboven geïllustreerd zijn er verschillende niveaus van contact met de achterban en verschillende communicatiewijzen. Onderstaand diagram toont een aantal manieren waarop de communicatie kan verlopen: van de organisatie naar de achterban, van de achterban naar de organisatie, of in een wederzijds gesprek.



Acti- teit Orga- nisatie	Nieuws- brief/ magazine	Klachten Formulier	Onderzoeken	In gesprek met groepen vanuit de achterban	Evenement vanuit de organisatie	Inbreng van partners	Reis organiseren	Medewerkers werven eigen inkomsten uit achterban	Gebruik social media
Diaconaat CGK	ja	ja	ja	Ja, tijdens presentaties, via social media, diakenendagen	Verzorgen presentaties, regionale ontmoetingen	Zo mogelijk per jaar ontmoeting en bespreking van relaties	Reizen door jongeren, werkreizen met gemeenteleden	Ja, via de diaconieën en presentaties	Facebook & twitter
Dep. Bijzondere Noden, GG	Ja	nee	Enquêtes over de plaats van het diaconaat in de gemeente en persoonlijk	Brainstormsessie Bijeenkomsten met diakenen, heidag met deputaten	Verzorgen van presentaties	nee	Deputaten mee op werkbezoek	Medewerkers participeren in voorlichtingsbi- jeenkomsten	Nog niet, wordt wel over gedacht
Dorcas	Ja	Ja	Ja, o.a. Dorcas Journaal lezersonderzoek CCP, Mediad.	Ja, ondernemersgroepen, werkgroepen, Dorcas winkels, regio- coördinatoren- dag.	Lokale vrijwilligersdagen, rondleidingen in Andijk op hoofdkantoor en loodsen, Dorcas Voedselactie, Springmeeting (int.org. komt bijeen)	Samenwerking met partners in Nederland met name op gericht op bewustwording(spro- gramma's)	Vrijwilligersrei- zen naar Oost- Europa, Ondernemers- reizen naar Afrika, event- fondswervende reizen	Individuele sponsoractied eenames	Facebook, Twitter, LinkedIn, You tube – inpassen van social media groeit. ,
De Verre Naasten	ja	ja	Ja, onderzoek naar imago, betrokkenheid en geefgedrag. etc.	Ja, grote donateurs, ex- uitgezondenen, vrijwilligers, kerkleden; incidenteel focusgroepen	Zendingszondagen / evenementen bij scholen, etc.	Ja, op bepaalde thema's worden partners betrokken bij tot standkoming beleid + periodieke evaluatie	Ja diverse landen Oeganda, ZA. India, etc.	nee	Ja. Twitter, facebook, hyves, youtube
Gereformeerde Zendingsbond	ja	ja	Imago- onderzoek	Zendingscommissies, kerkenraden, predikanten	Landelijke dagen voor ouderen en jongeren, presentaties voor verschillende kleinere doelgroepen, sympo- sia, bezinningsavond voor specifieke groep donateurs; Jongeren- zendingsweekend	Inhoudelijke bijdragen tijdens evenementen en bij vaststellen van meerjarenbeleids- plan	Alle leeftijden en jongeren	nee	ja

Kom Over en Help	Ja	Ja	Imago-onderzoek	Bedrijvenpanel Bellen met donateurs	Rond bijzondere gebeurtenissen, bijv. het 40-jarig jubileum, organiseren van open dag en symposium.	Iedere 2 jaar een partnermeeting in Oost-Europa over beleidsvragen en programma ontwikkeling.	Xperience reizen voor jongeren, Onderwijsreizen voor onderwijsgeevenden; Vrijwilligersreis		Facebook met name. Ook twitter en Vimeo.
Leprazending	Ja	Wel procedure, geen standaard formulier.	Enquêtes over verschillende onderwerpen (naamgeving, positionering, vormgeving, betrokkenheid etc.)	Soms in sessies tijdens ontmoetingsdagen.	Ontmoetingsdag, Wereld Lepradag-activiteiten, Verzorgen van presentaties, Concerten	Soms betrokkenheid veldpartners bij ontmoetingsdag	In onderzoek	Nee	Ja, maar nog erg beperkt Facebook, twitter, Youtube
Leger des Heils	Ja	Nee	Lezers-onderzoek donateurs-magazine Kans	Informatiebijeenkomsten op locatie in het land.	Concerten, Najaarsfestival	Nee	Ghanareis 2013	nee	Zeer beperkt
Light for the World		Ja	Jaarlijkse donateur-tevredenheids-onderzoek	Brainstormsessies					
Mercy Ships Holland	ja	ja	Ja, via website	Ja, via Facebook	Presentaties, beurzen		Ja, voor Major Donors	Ja, gedeeltelijk	Ja
Operatie Mobilisatie	ja	Ja	Af en toe	Regelmatig bijeenkomsten met -thuisfront teams van uitgezonden. -Ouders van uitgezonden. -geïnteresseerden in zending en uit te zenden short- en long-termers	Concerten Gebedsbijeenkomst; Verzorgen van presentaties	-jaarlijks een internationale meeting met alle partners waarin strategie en richting van de organisatie wordt besproken	Ja, -korte acties -reizen met donors	Ja	Ja
Red een Kind	Ja	Ja	CCP, SKF en interne onderzoeken	Kerken en scholen. Regelmatige raadplegingen / bijeenkomsten	Presentaties op scholen en in kerken. Presentie op 15 evenementen	Partners georganiseerd in 5 regionale allianties.	Achterbanreis, scholierenreis	Nee	Facebook, Twitter, Pinterest, You-tube, Google+

Tear	Ja	Ja + procedure	Klanttevredenheidsonderzoek in Nederland en Internationaal (jaarlijks). Achterban onderzoek. Vrijwilligersonderzoek. Ad hoc onderzoeken.	Feedbackrondes (focusgroepen of digitaal). Expertmeetings (kerkelijk leiders);	Welkom bij Tear avonden, Groene Kerkendag, andere evenementen. Verder zoveel mogelijk bijdragen en aansluiten bij bestaande evenementen.	Klanttevredenheid onderzoek. Veel inbreng van lokale partners op inhoud: Church&Community mobilization, Integral Mission.	Indepth reizen, reizen met kerkelijk leiders, ambassadeursreizen, ondernemersreizen, sponsorreizen met grote gevers.	nee	Ja
Woord en Daad	Ja, In redacties van uitgaven iemand uit achterban	Ja	Tevredenheidsonderzoek onder stakeholders	Stakeholder klankbordgroepen betrokken bij beleidsvorming ¹⁹ ; 4x/jaar; Nationaal ondernemers-platform (90 Ondernemers) directe relatie met 'Zuiden' i.o.m. W&D; 78 lokale comités en 12 netwerken van regio-ondernemers t.b.v. betrokkenheid, bewustwording en fondswerving	Sponsorbijeenkomsten bezinningsavonden, debatavonden, symposia, sponsoracties met kinderen, jongeren en volwassenen;	Werkt met 7 regional alliances van partners; bepalen beleid in regio dat W&D als regel volgt; wel eigen keuzes mbt donorrol	Wees Eerlijkreizen, Young Ambassadors reizen, Ondernemersreizen, grote gevers reizen, comitéreizen, sponsorreizen.	nee	ja
World Servants	Ja	Ja		Leiding van teams (WSPR) 2x/j betrokken bij beleidsvorming;	World Servants visiedag; 1x/3 jaar partnerconferentie, verzorgen, presentaties, gastlessen, trainingen en voorbereidings-weekends		Ja, bouwprojecten van 2-3 weken	Nee	Hyves Twitter Facebook Youtube
Wycliffe	Ja	Ja		Presentaties bij kerken en scholen. Stands bij evenementen	Gebedsworkshops, Ontmoetingsdag	Projecten worden altijd uitgevoerd in samenwerking met partners	Nee	Ja	Facebook, Twitter, Youtube

¹⁹ Het gaat om klankbordgroep comités; adviesgroep ondernemers; adviesgroep vermogensfondsen; klankbordgroep jongeren.

ZOA	ja	Ja	Chr Charitatief Peil	In gesprek met groepen vanuit de achterban	Walk4Water		Wees Eerlijk- en ondernemersreizen		Hyves Twitter Facebook
-----	----	----	----------------------	--	------------	--	------------------------------------	--	------------------------------

Tabel 1. Contact met de achterban per organisatie

5.3 Interactie met de achterban

Uit Tabel 1 blijkt dat leden op diverse manieren in interactie staan met hun achterban.

Vormen

Uit de gegevens komt naar voren dat het verzenden van drukwerk de meest gebruikte communicatiemethode is. Daarbij gaat het om de verspreiding onder (delen van) de achterban van een magazine of nieuwsbrief en vaak ook een kort publieksvriendelijk jaarverslag. Daarmee wordt deze ingelicht over het verrichte en toekomstige werk.

Verder heeft elke organisatie een klachtenformulier, welke de achterban kan gebruiken om hun klachten en zorgen richting de organisatie te uiten.

Daarnaast organiseren veel organisaties terugkoppelingsmomenten met bepaalde leden van hun achterban. Daarbij gaat het om bijeenkomsten met betrokken diakenen, diverse klankbordgroepen, gesprekken met het bestuur van de organisatie, of een panel speciaal voor bedrijven. Op deze momenten wordt in gesprek gegaan met de meest betrokken leden van de achterban, dan wel speciaal uitgekozen personen. Soms komen daarbij ook beleidskeuzes waarvoor de organisatie staat, op tafel.

Tot slot kan hier worden opgemerkt dat een aantal leden ook speciale activiteiten voor hun achterban variërend van bijeenkomsten in Nederland tot het organiseren van reizen naar landen waar programma's worden gesteund. Bewustwording vormt daarbij een van de belangrijke motieven.

Inhoud

De belangrijkste contactmomenten met de achterban lijken bij de meeste organisaties eerder een voorlichtende rol te hebben, dan een uitwisselingsrol. Zo is er het drukwerk, geven veel organisaties presentaties waarin naar voren wordt gebracht wat voor werk zij doen en worden er activiteiten georganiseerd waar de achterban meer over de organisatie kan leren. Hieronder vallen activiteiten als campagnes, sponsoravonden, reizen en conferenties.

Maar de mening van de achterban lijkt van steeds groter belang te worden. Zo worden er door steeds meer organisaties donateurstevredenheidsonderzoeken gehouden. Daarnaast noemen veel organisaties in hun jaarverslag dat ze inzien dat de mening van de achterban belangrijk is en worden door sommige organisaties sinds kort activiteiten als brainstormsessies en focusgroepen georganiseerd voor inbreng vanuit de achterban. OP diverse manieren wordt zo feed back of advies vanuit (groepen uit) hun achterban op de eigen activiteiten en het beleid verkregen.

Interessant is het opkomende gebruik van sociale media. Deze vorm van interactie kan in eerste instantie bedoeld zijn om de achterban op de hoogte te houden van het werk, maar lokt ook uit tot reactie. Sociale media bieden een groot potentieel om niet alleen te informeren, maar ook terug te horen wat de achterban vindt.

Activiteit Organisatie	Kledingdepot/ winkel	Voorlichting geven	Hulp bij evenementen	Werkgroepen	Kantoor Werkzaam- heden	Organiseren van evene- menten	Bidden	Collecte organiseren	Werk in projectlanden
Diaconaat CGK	nee	Ja, via publicaties, website, social media; ontmoetingen	Ja, m.n. bij regionale dagen, uitzendingen	Ja, zowel landelijk als plaatselijk	ja	Ja, altijd in combinatie met andere kerk. organen	ja	Ja, plaatselijk, maar ook landelijk	ja
Bijzondere Noden	nee	Ja	ja	Eenmaal per jaar overleg met classis-diakenen als contactpersonen tussen centrale organisatie(BN) en de contactdiakenen per gemeente	ja	nee	nee	Onderdeel jaarlijkse collecterooster; samen met de zending een najaarscollecte en een speciale oproep bij rampen	nee
Dorcas	Kledingdepot Winkels	Ja	Ja, grootste event is de Dorcas Voedselactie met 10.000 vrijw.	Ja (werven van geld en hulpgoederen; ondersteunen Dorcas projecten), werkgroepen, ondernemersgroepen deponhouders, Dorcas winkels	Vertalers, postmedewerkers, redacteuren loodswerk, al het winkelpersoneel	Voedselactie, kledingacties, sponsoracties	Gebeds- groep	Huis aan huis	Ja
De Verre Naasten	nee	ja	ja	ja	Ja	ja	Ja	ja	Soms korte klus
Gereformeerde Zendingsbond	nee	ja	M.b.v. vrijwilligers	Ambassadeur(s) Kinderwerk Zendingscommissies thuisfrontteams	ja	ja	ja	ja	ja
Kom Over en Help	Kledingdepot	Ja	Ja	Ja (fondsenwerving/contact met partnergemeenten)	Ja	Nieuwjaarsbijeenkomst voor vrijwilligers	Oproep in periodieken	Huis-aan-huiscollecte Plaatselijk comité	

Leprazending	On-line winkel	Soms	Ja		Ja		Ja, via gebeds-brief	Ja, m.n. tijdens Wereldlepra-dag/dankdag	Ja, maar afnemend in aantal
Leger des Heils	Winkels	Ja	Ja	Ambassadeurs	Ja	Ja	Ja	Ja	??
Light for the World		Ja	Ja		Ja				
Mercy Ships Holland		Ja	Ja	Mee bezig	Ja	Ja	Ja		Ja "Mercy Teams"
Operatie Mobilisatie	Nee	Ja	Nee	Ja, de thuisfront teams	Ja	Ja	Ja	Nee	ja
Red een Kind	Nee	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Niet georganiseerd	Door plaatselijke comités	In de regel niet
Tear		Ja	Ja	Ja (geld inzamelen)	Ja		Ja	Ja	
Woord en Daad		Lokale comités v vrijwilligers; voorlichting, bewustwording, fondswerving	M.b.v. lokale comités	Regio-netwerken ondernemers, Landelijk platform ondernemers; Young ambassadors	Ja, Soms inbreng expertise	Ja, voor fondswerving			Soms (mede) investeren in projecten
World Servants	Nee	Ja, presentaties in het land, stand-promotie	ja	ja	Ja	Ja (trainingen en voorbereidingsweek-ends)	Nee	Nee	Ja
Wycliffe	Nee	Ja	Ja	Thuisfrontcomités	Ja	Nee	Ja	Nee	Nee
ZOA			Ja	Ja	Ja			Ja	

Tabel 2. Inzet vrijwilligers per organisatie

5.4 Betrokkenheid vrijwilligers

Tabel 2 geeft kort weer op welke wijze de diverse organisaties vrijwilligers inschakelen bij hun activiteiten. Het blijkt dat vrijwilligers bij veel van de Prismaleden een diversiteit van werkzaamheden verrichten. Kennelijk weten de leden nog steeds mensen voor die activiteiten te interesseren. Veel van de werkzaamheden die vrijwilligers doen staan direct of indirect in het teken van fondswerving. Overigens gaat het bij de consultatie van de achterban die sommige leden regelmatig houden, ook vaak om mensen die daaraan vrijwillig deelnemen. In die zin kan men zeggen dat in elk geval sommige leden vrijwilligers niet alleen betrekken bij uitvoerende activiteiten maar ook bij consultaties van de achterban omtrent voorgenomen beleid of beleidsplannen.

5.5 Conclusie

Uit dit hoofdstuk kan geconcludeerd worden dat de Prismaleden over het algemeen niet alleen een stevige achterban hebben in de zin van een groep mensen die regelmatig doneren (zie 2.1). Bij die fondswerving onder de achterban betrekken de organisaties op verschillende manieren ook vrijwilligers. Bij sommige leden zorgen medewerkers zelf voor hun achterban die het geld voor hun aanstelling met elkaar opbrengen. Dat geeft natuurlijk een heel duidelijke relatie. Maar daarnaast zijn leden in verschillende mate en wijzen bezig om ook op een inhoudelijke manier met hun achterban te communiceren. In sommige gevallen tot en met het mede bepalen van het beleid.

Eerder in deze studie stelden we dat de legitimiteit van een maatschappelijke organisatie om zich namens hun achterban in het publieke en politiek debat te mengen des te sterker is naarmate de relatie met die achterban sterker en meer inhoudelijk is. Bij Prismaleden kunnen we in het algemeen spreken van een intensieve relatie en een duidelijke betrokkenheid van mensen uit de achterban op de organisatie.

Plaatsen we dit in het licht van wat hierboven is gezegd over de legitimiteit van Prisma (zie 4.2), dan kunnen we concluderen dat Prisma met een duidelijke legitimiteit kan optreden in haar beleidsbeïnvloedende activiteiten.

We kunnen ook de vraag stellen in hoeverre de lidorganisaties van Prisma de omslag hebben gemaakt van een maatschappelijke organisatie die een achterban zoekt om haar werk te steunen naar een organisatie die een kanaal vormt voor een bevolkingsgroep om de betrokkenheid van deze mensen bij mensen elders in de wereld vorm te geven. De verkregen resultaten suggereren dat sommigen wel nadrukkelijk bezig zijn die omslag te maken, maar dat voor anderen dat (nog) minder geldt.

In het licht van de maatschappelijke en culturele ontwikkelingen denken wij dat de kansen voor het behoud van een substantieel draagvlak in de samenleving beter worden naarmate die omslag wordt gemaakt.

Het lijkt erop dat hier voor ons allemaal nog een taak ligt.

