



**ondernemers
voor ondernemers**

Duurzame samenwerking met het Zuiden

STRATEGISCH KADER

10 OKTOBER 2017

TEAM ORGANISATIE & ONTWIKKELING

INTERN GEBRUIK

Inhoudsopgave

1.	Credo m.b.t. ontwikkelingssamenwerking	2
2.	Missie	3
3.	Organisatiemodel.....	5
4.	Onze toekomstvisie.....	8
5.	Strategische doelstellingen	9
6.	Kritische succesfactoren	9
7.	Interne ontwikkelingsprojecten.....	11
8.	Realisatietraject	14
	Bijlage 1: SWOT-analyse.....	15

1. Credo m.b.t. ontwikkelingssamenwerking

Ondernemers voor Ondernemers werkt vanuit de overtuiging dat individuen en groepen de wil en de kracht hebben om zich te ontplooien. Door zich sociaal en economisch te ontwikkelen, creëren ze welvaart voor zichzelf en voor de samenleving waarin ze opereren.

Meer en meer groeit het besef dat ontwikkelingssamenwerking op de eerste plaats economische initiatieven dient te ondersteunen, voor zover deze duurzaam en ingebed zijn in de lokale samenleving. Privé-initiatief is hierbij onontbeerlijk. Ondernemers voor Ondernemers wil deze ontluikende of groeiende economische initiatieven in het Zuiden ondersteunen, binnen een duurzaam en maatschappelijk verantwoord kader.

Daarnaast onderschrijven meer en meer Belgische bedrijven en ondernemende mensen de duurzaamheidsdoelstellingen van de Verenigde Naties, de zogenaamde *Sustainable Development Goals (SDGs)*. Zij erkennen de betekenis van duurzame economische ontwikkeling in het Zuiden en zijn bereid om actief, financieel en/of met expertise daartoe bij te dragen. Ondernemers voor Ondernemers maakt dit mee mogelijk.

2. Missie

Wat is onze reden van bestaan?

Ondernemers voor Ondernemers is overtuigd dat micro, kleine en middelgrote ondernemingen in landen in ontwikkeling een belangrijke motor kunnen zijn voor duurzame menselijke ontwikkeling en kunnen bijdragen tot welzijn en welvaart van de lokale bevolking.

Op basis hiervan definieert Ondernemers voor Ondernemers haar missie als volgt:

Ondernemers voor Ondernemers faciliteert sociaal-economische initiatieven in lage- en middeninkomenslanden.

Hiertoe brengen we bedrijven en ondernemende mensen uit België rechtstreeks of onrechtstreeks in contact met zulke initiatieven. We stimuleren samenwerking onder de vorm van financiering en/of het inzetten van expertise.

Met hierbij volgende verduidelijkingen:

Sociaal-economische initiatieven

- Wij ondersteunen initiatieven die berusten op duurzaam ondernemerschap. Sociaal gerichte initiatieven komen in aanmerking indien zij bijdragen tot het mogelijk maken van ondernemerschap.
- De ondersteunde initiatieven dienen te voldoen aan een aantal essentiële voorwaarden:
 - zij dienen een grondig onderzoek in verband met hun haalbaarheid (op korte en middellange termijn) te doorstaan,
 - zij dienen een ecologisch en sociaal duurzaam karakter te hebben,
 - zij dienen rechtstreeks en blijvend ten goede te komen aan de lokale bevolking,
 - zij dienen op middellange termijn zelf bedruipend te kunnen zijn.
- Een belangrijke bron voor deze initiatieven berust op de aanbreng door ngo's.

Bedrijven en ondernemende mensen uit België

- Hoewel onze focus uitgaat naar bedrijven en ondernemende mensen in België, inclusief sectorfederaties en werkgeversorganisaties, kan tevens een samenwerking worden aangegaan met andere organisaties, overheidsinstellingen en individuen die ondernemerschap hoog in het vaandel dragen.

Rechtstreeks of onrechtstreeks

- Rechtstreeks: een Belgisch bedrijf of ondernemende persoon steunt rechtstreeks een micro, kleine of middelgrote onderneming in een land in ontwikkeling (B2B-traject).
- Onrechtstreeks: een Belgisch bedrijf of ondernemende persoon steunt een lopend programma van een van de Belgische ngo-partners van Ondernemers voor Ondernemers erkend voor ontwikkelingssamenwerking (ngo-traject).

Financiering

- Dit kan via een gift, een rechtstreekse financiële participatie of het verstrekken van een lening.
- Naast een financiële steun kan ook een ondersteuning in natura gegeven worden.

Het inzetten van expertise

- Daar waar nodig of wenselijk reiken wij specifieke expertise aan voor het welslagen van de aangebrachte initiatieven.
- Deze expertise kan zowel betrekking hebben op het vlak van het ontwikkelen en managen van de initiatieven (projectmanagement, financiële expertise, uitwerking business plan...) als op het vlak van product- en/of procestechnische ondersteuning.
- Om dit zinvol te kunnen doen, bouwt Ondernemers voor Ondernemers een specifiek 'expertise-netwerk' uit.

3. Organisatiemodel

Hoe willen we onze missie realiseren? Wat is de specifieke aanpak van Ondernemers voor Ondernemers?

In essentie is de rol van Ondernemers voor Ondernemers er één van 'business-matchmaking'

✓ De STRATEGISCHE DIFFERENTIATIE van Ondernemers voor Ondernemers bestaat erin:

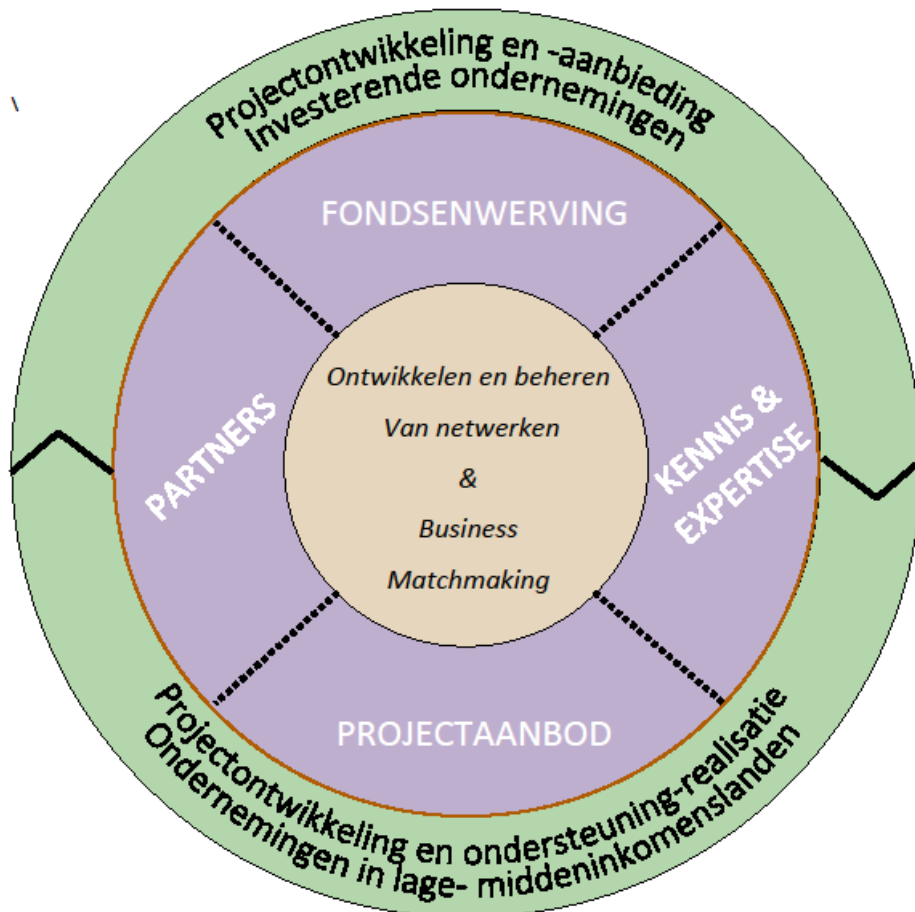
- a. waardevolle **projecten** te kunnen **identificeren, selecteren en ondersteunen**
Hiervoor spreken we verschillende bronnen aan, gaande van onze ngo-partners tot directe contacten ter plaatse (zie verder).
- b. de evaluatie, de selectie en de uitwerking van de projecten te kunnen **verzekeren** op basis van: **duurzaamheid, haalbaarheid, ondernemerschap en impact**.
Hiertoe brengt Ondernemers voor Ondernemers specifieke expertise aan (uitwerken businessmodel en -plan, projectevaluatie, bedrijfseconomische analyse, inhoudelijke expertise...). Ondernemers voor Ondernemers kan aldus **mee vorm geven aan geselecteerde projecten**.
- c. bedrijven en ondernemende personen in België te benaderen met **projecten die hen specifiek kunnen aanspreken**, die zich situeren in hun eigen sector en belevingswereld... Zodoende kan er vanuit de ondernemingswereld een oprechte betrokkenheid ontstaan bij projecten die in lage- en middeninkomenslanden sociale impact genereren. Dit kan (op langere termijn) ook voordelen opleveren voor de Belgische ondernemingswereld.
- d. naast een financieringssteun ook nog een daadwerkelijke **expertisesteun** aan te brengen **bij de uitwerking en realisatie van de projecten**.

Door niet alleen te voorzien in financieringsondersteuning van ontwikkelingsinitiatieven, maar eveneens door de inbreng van expertise bij de ontwikkeling, realisatie, opvolging en evaluatie van de projecten is Ondernemers voor Ondernemers ervan overtuigd de doelmatigheid van deze initiatieven sterk te verhogen. Bovendien biedt de inzet van expertise aan investerende of donerende bedrijven de mogelijkheid om daadwerkelijk mede-eigenaar te worden van het project. Hierdoor kan een sterke betrokkenheid van de eigen stakeholders worden gerealiseerd.

Dit vraagt uiteraard de mogelijkheid om deze expertise op het gepaste moment te kunnen inschakelen. We werken hiervoor, naast de inzet van onze eigen vrijwilligers-experten, samen met diverse partners, waaronder diaspora-organisaties, universiteiten en hogescholen, ngo's, studentenorganisaties, 4^{de} pijlerorganisaties, onderzoeksinstellingen, bedrijven en sectorfederaties, en overheden.

Hierbij neemt Ondernemers voor Ondernemers de coördinatie van de inzet van expertise komende van de diverse partners op zich. In functie van de noden zal Ondernemers voor Ondernemers haar netwerk uitbreiden en bijkomende partnerschappen aangaan.

- e. regelmatig nieuwe benaderingen over de aanpak van de SDGs aan te reiken. Door het actief samenbrengen van diverse actoren en het combineren van de verschillende functies is Ondernemers voor Ondernemers een laboratorium voor nieuwe ideeën inzake mondiale samenwerking. Dankzij haar onafhankelijkheid en slanke organisatie is Ondernemers voor Ondernemers ook uitstekend geplaatst om nieuwe ideeën naar de praktijk te vertalen.
- ✓ Om deze specifieke benadering van ontwikkelingsprojecten te kunnen realiseren is in de eerste plaats een opdracht weggelegd in het ONTWIKKELEN EN BEHEREN VAN NETWERKEN van mogelijke stakeholders en bijdragende partijen. Ondernemers voor Ondernemers onderscheidt vier belangrijke netwerken:
- a. *projectaanbod*: directe en indirecte bronnen (o.a. ngo's, diaspora-organisaties, 4^{de} pijlerorganisaties, investeringsfondsen, microfinancieringsinstellingen...) voor de aanbreng van mogelijke projecten
 - b. *partnernetwerk*: diverse organisaties die gericht zijn op de ontwikkeling van de sector 'mondiale samenwerking' en waarmee door Ondernemers voor Ondernemers een samenwerking kan opgezet worden. Hierbij eveneens overheden en overheidsinstellingen
 - c. *fondsenwerving*: via donerende en investerende ondernemingen, crowdfunding, events...
 - d. *kennis & expertise*: wie kan welke expertise aanleveren: vrijwilligers, ondernemingen, hogescholen, vormingsinstituten...



4. Onze toekomstvisie

Waar willen we staan over 10 jaar? Hoe wensen we dan door de maatschappij gepercipieerd te worden?

Over 10 jaar dient Ondernemers voor Ondernemers zich als volgt te kunnen positioneren:

Ondernemers voor Ondernemers heeft een unieke positie weten uit te bouwen op het vlak van mondiale samenwerking en geniet hiervoor in België een ruime erkenning. Ondernemers voor Ondernemers biedt hierbij een uitzonderlijk kanaal voor de bedrijfswereld, ondernemende personen en overheden om een bijdrage aan mondiale samenwerkingsprojecten te leveren in het kader van de *sustainable development goals* (SDGs).

Gelijktijdig is Ondernemers voor Ondernemers erin geslaagd een substantiële verhoging te realiseren van de via haar tussenkomst gerealiseerde initiatieven met een blijvend maatschappelijk toegevoegde waarde. Het betreft hier zowel een substantiële verhoging van het aantal projecten als van de totale waarde van de realisaties.

Met hierbij volgende verduidelijking:

De **unieke positie** van Ondernemers voor Ondernemers bestaat erin dat zij, in lijn met haar missie, de ontwikkeling van sociaaleconomische initiatieven in lage- en middeninkomenslanden realiseert onder de vorm van business-matchmaking en dit dan op een zodanige wijze dat:

- a. de inbreng naast financiële steun (en eventueel steun in natura) evenzeer berust op de inbreng van expertise en dit zowel op het vlak van management als product- en procestechnische knowhow,
- b. de projecten vooraf degelijk gescreend zijn (haalbaarheid, duurzaamheid, lokale inbedding, op termijn zelf bedruipend...) en vervolgens gemonitord en periodiek geëvalueerd,
- c. aan bedrijven en ondernemende mensen in België een belangrijke kanaal wordt aangereikt om een bijdrage te leveren aan mondiale solidariteit. Er wordt hierbij niet alleen de mogelijkheid geboden om projecten te steunen waarmee zij zich kunnen identificeren (dikwijls in een één-op-één relatie), maar waarbij in heel wat gevallen ook een win-win situatie wordt gecreëerd. Deze win-win situatie resulteert bijvoorbeeld uit de mogelijkheid om ervaring op te doen in landen en/of culturen waarmee de bedrijven een zakenrelatie kunnen uitbouwen of om via interculturele samenwerking de innovatiekracht te verhogen.
- d. kanalen worden gecreëerd voor de inzet van expertise vanuit diverse kenniscentra.

5. Strategische doelstellingen

Wat dienen we op lange termijn gerealiseerd te hebben?

De strategische doelstelling van Ondernemers voor Ondernemers is eenduidig, nl. het volwaardig ontwikkelen van het vooropgestelde organisatiemodel en dit gericht op de realisatie van de visie!

6. Kritische succesfactoren

Wat zijn de essentiële voorwaarden in het licht van onze missie en organisatiemodel om onze visie te kunnen waarmaken?

Om het organisatiemodel volwaardig te ontwikkelen en de visie te realiseren zijn volgende voorwaarden zonder meer kritisch:

- a. Het verhogen van de fondsenwerving via de bestaande kanalen (bedrijven en ondernemers).
- b. Het (verder) ontwikkelen van bijkomende kanalen voor fondsenwerving.
- c. Het verbreden en verdiepen van de bronnen voor de aanbreng van maatschappelijk waardevolle projecten.
- d. Een grotere bekendheid in België van de opzet en de reputatie van Ondernemers voor Ondernemers.
- e. Het kunnen ontwikkelen en beheren van de voor Ondernemers voor Ondernemers strategische netwerken:
 - netwerken voor projectaanbod,
 - netwerken voor fondsenwerving,
 - netwerken gericht op de ontwikkeling van de sector 'mondiale samenwerking'
 - netwerken voor de inbreng van expertise.
- f. Uitbouwen en onderhouden van goede relaties met overheden en overheidsinstellingen.
- g. Het kunnen blijven beheersen en verder ontwikkelen van de interne organisatie:
 - beheer, aansturing en enthousiasmering van het vrijwilligersnetwerk,
 - verzekeren van de interne afstemming tussen de verschillende organisatiegeledingen en tussen de te ontwikkelen initiatieven,

- dynamisch kunnen blijven beheren en inzetten van de strategische netwerken,
 - borgen en ontsluiten van de interne kennis.
- h. Er zorg voor dragen dat de aangebrachte en ondersteunde projecten, ook bij hun realisatie, maximaal beantwoorden aan de missie en het vooropgestelde organisatiemodel; m.a.w. het belang van de succesratio van de projecten.
- i. Voeling creëren met de lokale culturen en inzicht verwerven in de lokale mogelijkheden en beperkingen inzake ondernemerschap.
- j. Het verhogen van de interne kennis met betrekking tot mondiale samenwerking en het scherp houden van de organisatievisie.

7. Interne ontwikkelingsprojecten

Wat dienen we concreet te doen, te ontwikkelen om onze visie waar te maken?

Uitgaande van de SWOT-analyse, de missie, de visie en de kritische succesfactoren worden hierna een aantal projecten gedefinieerd. Deze projecten zijn vitaal in het licht van de in dit strategisch kader geschetste ambities.

Voor elk intern ontwikkelingsproject worden tevens een aantal deelacties omschreven. Deze zijn niet noodzakelijk bindend en zeker niet limitatief. Het komt toe aan de respectievelijke projectverantwoordelijken om hun project verder uit te werken, dit steeds in afstemming met de general manager. Zodoende kan de coherentie en consistentie van het geheel worden gewaarborgd.

A. Met betrekking tot de kernactiviteiten van Ondernemers voor Ondernemers.

1. Verhogen fondsenwerving via bestaande kanalen
 - a. verzekeren van de klantenbinding met leden en donateurs,
 - b. ontwikkelen en implementeren van een marketingplan i.v.m. ledenwerving,
 - c. uitwerken van een sales strategie en benaderingsplan m.b.t. projectaanbod, en bijbehorende tools,
 - d. versterken sales-organisatie, aantrekken consultants met het juiste profiel,
 - e. uitwerken en verzekeren van de opleiding, de begeleiding en de 'aansturing' van de consultants.

2. Uitbouwen van andere kanalen voor fondsenwerving
 - a. organiseren van winstgevendende events,
 - b. verder ontwikkelen van financiering via crowdfunding,
 - c. ijveren voor het verwerven van subsidies.

3. Verder opschalen van de B2B-werking en hierbij een toename realiseren van het aanbod van kwaliteitsvolle projecten
 - a. ontwikkelen en beheren van kwalitatieve projectbronnen,
 - b. vervolmaken projectselectie en screening,
 - c. uitbouwen methodiek voor projectontwikkeling, inclusief multi-sector aanpak,
 - d. verbreden systematische opvolging en evaluatie van projecten,
 - e. verbijzonderen van de screeningcriteria (KPI's),
 - f. verzorgen van de projectdocumentatie.

4. Invoeren van een gestructureerd projectbeheer met betrekking tot de ondersteunde externe initiatieven/projecten
 - a. invoeren van de functie 'projectbeheer',
 - b. systematisch bijhouden van de stand van zaken van alle projecten,

- c. doorvoeren van analyses inzake projectverwerving, projectontwikkeling, projectverkoop, projectrealisatie en projectevaluatie,
 - d. aansturen van de keuze inzake projectverwerving,
 - e. adviseren inzake de aanbrenge van vereiste/wenselijke expertise.
5. Uitwerken en realiseren van een plan ter verbetering van de externe bekendheid en van het imago van Ondernemers voor Ondernemers.
 - a. uitwerken en implementeren van een communicatie- en promotieplan,
 - b. organiseren van doelgerichte beleef en prospectiereizen,
 - c. gericht deelnemen aan en zelf organiseren van events,
 - d. optimaliseren van de communicatie naar de doelgroepen en naar de diverse beleidsniveaus,
 - e. benutten van de mogelijkheden die sociale media bieden
 - f. verder ontwikkelen van de PR-werking,
 - g. geven van zichtbaarheid aan de bestemming en de aanwending van de middelen.
6. Structureel beheren van het ngo-netwerk
 - a. uitbouwen van het ngo-accountmanagement,
 - b. uitbouwen van het ngo-netwerk beheer.
7. Uitbouwen en structureel beheren van het netwerk gericht op de ontwikkeling van de sector 'mondiale samenwerking'
 - a. uitbouwen van samenwerkingen met andere organisaties die dezelfde visie delen en/of complementair zijn,
 - b. opzetten overleg en samenwerking met verschillende beleidsniveaus (federale, regionale en lokale overheden, DGD, BTC, FIT...),
 - c. uitbouwen van een partner-accountmanagement,
 - d. uitbouwen van een partner-netwerk beheer.
8. Uitbouwen en structureel beheren van een expertise-netwerk
 - a. uitbouwen van een expertise-accountmanagement, (een expertise-accountmanager kan eventueel een medewerker zijn van het desbetreffende expertisecentrum)
 - b. uitbouwen van een expertise-netwerk beheer.
9. Verder ontwikkelen en beheren van adequate databases (aanbod expertise, lopende projecten, financieringspartners...).
10. Connectie maken met de lokale culturen en inzicht verwerven wat betreft de lokale mogelijkheden en beperkingen inzake ondernemerschap. Intern uitdragen van de specifieke gebruiken en gevoeligheden in diverse culturen.
 - a. netwerk uitbouwen en onderhouden met de lokale culturen,

- b. organiseren van studiereizen,
- c. benaderen ngo's voor dit doel,
- d. benaderen diasporanetwerk en hiermee contacten structureren en onderhouden.

B. M.b.t. de interne organisatie:

1. Voor alle teams: definiëren van concrete doelstellingen bij de realisatie van alle recurrente taken/opdrachten.
2. Verbeteren van de efficiëntie van de administratieve organisatie.
3. Opmaken en hanteren van profielen voor het aantrekken en selecteren van intern personeel en vrijwilligers (een bijzonder aandachtspunt hierbij is de zorg voor een goede mix van de gewenste profielen).
4. Voorzien in een goede introductie en opleiding van nieuwe vrijwilligers.
5. Uitwerken en doorvoeren van acties gericht op blijvende betrokkenheid en samenspel van de vrijwilligers.
6. Beheer en uitbouw organisatieontwikkeling
 - a. verduidelijken van de organisatie- en overlegstructuren, mede in het licht van dit strategisch kader,
 - b. uitwerken van een degelijk procedurebeheer,
 - c. uitwerken van een projectmethodologie voor de realisatie, de opvolging en de aansturing van de interne ontwikkelingsprojecten,
 - d. ICT-ondersteuning
 - uitwerken van een opvolgings- en rapporteringssysteem
 - invoeren digitaal boekhoudsysteem
 - verder uitbouwen en stroomlijnen samenwerking met extern boekhoudkantoor
7. Verder uitbouwen van het financieel beheer.
8. Invoeren en rigoureus bijhouden van een nieuw CRM-systeem.
9. Opmaken en beheren van interne stuurboards op basis van KPI's.

8. Realisatietraject

Voor elke doelstelling of te realiseren project dient een concreet stappenplan te worden uitgewerkt en het geheel van de vereiste ontwikkelingen te worden bewaakt

Voor elk van de doelstellingen of te ontwikkelen projecten dient:

- a. een verantwoordelijke, al dan niet samen met een team, aangesteld te worden, en
- b. een concreet actieplan (inclusief opvolgingsplan met o.a. KPI's) te worden opgesteld.

Voor een samenvattende weergave van de projectplannen zal gewerkt worden met een eenvormig schema.

Gezien:

- a. de omvang en de ambitie van het totale plan,
- b. de veelheid aan te realiseren ontwikkelingen en in te stellen beheersmaatregelen
- c. de tijdelijkheid van een aantal projecten,
- d. het feit dat heel veel zal berusten bij vrijwilligers,

zal een overkoepelende opvolging vereist zijn. Dit is een kernopdracht voor de general manager. Parallel dient hij ook de interne organisatie te bewaken en waar nodig bij te sturen.

Bijlage 1: SWOT-analyse

Wat zijn respectievelijk de zwaktes en de sterktes van onze organisatie?

Welke bedreigingen en opportuniteiten doen zich voor in de externe omgeving?

Blijkt hieruit een bijstelling van de missie, het organisatiemodel en/of de visie wenselijk?

Welke operationele doelstellingen dringen zich hierbij op?

STERKTES

1. OvO is een lage kostenorganisatie met een vlakke structuur.
2. OvO is een sterk merk met sterke producten die meer en meer 'aanslaan' bij ondernemers in België die maatschappelijk verantwoord ondernemen.
3. OvO kan beroep doen op de diverse competenties en het 'netwerk' van vrijwilligers, zelf afkomstig uit de ondernemingswereld.
4. De Ngo-projecten bieden een kwalitatieve aanbreng van projecten. Het multiplicatoreffect van de overheidssubsidies is hierbij cruciaal.
5. De portefeuillebenadering m.b.t. de B2B-projecten is een hefboom voor innovatie alsook voor de risicobeheersing van de projecten, via een sterke screening van de projecten.
6. De sterkte van de B2B en NGO projecten zit vooral in de 1-op-1 relatie projectsponsor - lokale ondernemer waarbij OvO optreedt als 'makelaar' via 'match making' van middelen (financieel / expertise).
7. OvO is niet gesubsidieerd en is politiek neutraal.
8. OvO is zeer flexibel en kan snel inspelen op nieuwe opportuniteiten

ZWAKTES

1. Het verminderen van subsidies aan Ngo's kan na verloop een risico inhouden m.b.t. de continuïteit (vissen in dezelfde vijver van projecten, financiering en werving van experts).
2. De communicatie en de zichtbaarheid van OvO zijn ontoereikend om OvO als natuurlijke partner te erkennen om als projectmakelaar op te treden en een win-win situatie te creëren.
3. Een vlakke structuur en een low-cost organisatie leveren een probleem i.v.m. de organisatorische efficiëntie en de stroomlijning van de processen.
4. Kennis- en informatiedeling zijn 'ad hoc' ontstaan en te ongestructureerd en geborgen waardoor er veel 'ondoelmatig' rework gebeurt. De uitbouw van CRM en boordtabellen met verstaanbare stuurindicatoren (KPI's) is een noodzakelijkheid om een 'meer' gestroomlijnde en 'beter' geïnformeerde organisatie te hebben.
5. OvO heeft veel competentie in huis maar er is te weinig achtergrond m.b.t. opgebouwde kennis van OvO en de kennis van de lage- & midden inkomenseconomie.
6. Er is momenteel geen gestructureerde aanpak om nieuwe medewerkers in OvO te introduceren.
7. Het aanbod van 'kwalitatief goede' projecten is nog té beperkt.
8. De prospectie en contacten van nieuwe bedrijven botst op de beperking van de bestaande consulentennetwerken.

OPPORTUNITEITEN

1. B2B als volwaardige pijler uitbouwen, gebaseerd op een in de markt 'erkende competentie' m.b.t. de selectie, de financiering en de opvolging van projecten bij lokale ondernemers. B2B kan de groeimotor worden zowel m.b.t. de aanbrengh van nieuwe/kwalitatieve/duurzame projecten (innovatie) als partnerships (ontbrekende/complementaire competenties).
2. Samenwerken met ondernemers uit diverse sectoren via een 'multi-sector' aanpak bij de projectselectie en –realisatie waarbij een kruisbestuiving van competenties / middelen plaatsvindt, zowel bij de participerende partners hier als bij de lokale ondernemers in het zuiden.
3. Het versterken van de eigen expertise en het opgebouwde netwerk in bepaalde thema's/sectoren en alzo bijkomende projecten en middelen/partnerships te kunnen aantrekken vb. : 4de pijler, andere organisaties dan de ngo's (culturele sector, onderwijs, milieubewegingen, lokale overheden, socio/politieke verenigingen als vakbonden, mutualiteiten, ...)
4. Deelname aan multi-actor partnerships is m.b.t. de projectportfolio risico verlagend en kennisopbouw & opportuniteit verhogend.
5. Er is een veranderende tijdsgeest die nieuwe perspectieven biedt om nieuwe 'alternatieve' financiering en prospectiemethodes te ontwikkelen en toe te passen waarbij de portfolio-benadering, het expertisemanagement en het realiseren van duurzame win-win relaties hefboomen zijn om OvO een 'boost' te geven om zich blijvend te ontwikkelen en als 'dé' partner te positioneren.
6. OvO kan een 'shared value' via samenwerking met organisatie uit andere culturen realiseren.
7. OvO dient de motor te zijn om een wettelijk kader te laten introduceren dat voorziet in bijkomende fiscale incentives voor bedrijven die financieel of via expertise meewerken aan de ontwikkeling van projecten die bijdragen aan een duurzame ontwikkeling van de lokale ondernemers.
8. OvO moet het beheer van het expertise potentieel zowel van eigen medewerkers als van de bedrijven beheren op een actieve manier om zodoende ook nieuwe financiering alsook nieuwe kwalitatief goede projecten te kunnen aantrekken.

BEDREIGINGEN

1. Het opdrogen of verminderen van overheidssubsidies aan ngo's zal de ngo's aanzetten om te gaan vissen in dezelfde vijver dan OvO zowel wat de bron van de financiering betreft als m.b.t. het aantrekken van zinvolle projecten.
2. Het werken met vrijwilligers waarbij er een potentieel verloop kan optreden noopt tot investeren in vastleggen en documenteren van processen, procedures en rapportering.
3. Er is momenteel een negatieve perceptie bij ondernemers m.b.t. een 'onvoldoende' succesratio van de OvO projecten.
4. De opkomst van soortgelijke organisaties (al dan niet na heroriëntatie)