



Hét netwerk voor
P&O-professionals

Strategisch Plan 2007-2010

"Wat ons bindt"

april 2007

INHOUD

1.	Inleiding	3
2.	Visie op het vak	4
3.	Missie	8
4.	Strategische ambities	9
	4.1) Dé HR-autoriteit in Nederland	
	4.2) Hét netwerk	
	4.3) Excellente ledenservice	
	4.4) Toename ledenaantal	
	4.5) Imagoverbetering	
5.	Speerpunten 2007	12

1. INLEIDING

Na een turbulente periode in de vereniging lijkt anno 2006 de rust binnen de eigen gelederen weer teruggekeerd te zijn. Er is in 2004 een nieuw bestuur aangetreden welke een aantal maatregelen heeft genomen teneinde stabiliteit en continuïteit te creëren. Dus eerst “het huis op orde maken” en dan pas ambitieuze doelstellingen formuleren en realiseren, passend bij de identiteit van de NVP.

In 2001 heeft het NVP-bestuur zijn beleidsplannen 2002-2005 gepresenteerd aan de Ledenraad. De kernpunten daaruit waren:

- het realiseren van een substantiële toename van het aantal leden
- het herstellen van de cohesie binnen de vereniging
- het bieden van excellente service aan haar leden
- het profileren van de NVP als dé HR autoriteit in Nederland.

Het NVP Bureau moet daarbij het kloppend hart zijn van de Vereniging.

Deze beleidsvoornemens waren het startschot voor een intensief veranderingsproces binnen de vereniging. De voorbije periode is er afscheid genomen van de directeur, er is een interim-directeur aangesteld, het bureau is bezig te veranderen van meer intern naar meer externe georiënteerd, het blad Personeelbeleid is op weg naar een nieuwe uitstraling en de financiële processen binnen de vereniging zijn transparanter gemaakt.

In grote mate gelden nog steeds de doelstellingen en ambities beschreven in het Strategisch Plan 2002-2005. Het is echter van belang om een bepaalde focus aan te brengen en daarmee prioriteiten te stellen. Het bestuur is van mening dat het bestaande Strategisch Plan moest worden geactualiseerd als lange termijnplanning en de dagelijkse operationele besluitvorming tot 2010. Het Strategisch Plan 2007-2010 biedt dit kader en beschrijft de gewenste veranderingen, procesmatig en in onderlinge samenhang.

De NVP formuleert wederom ambitieuze doelstellingen. De randvoorwaarden daarvoor zijn gunstig: de interne organisatie maakt een ontwikkelingsproces door en ook de huidige economische omstandigheden zien er goed uit. De arbeidsmarkt trekt weer aan en de groei van het HR-werkveld is daar onlosmakelijk mee verbonden. Voor de NVP een uitgelezen kans om zich te profileren als dé vakvereniging met toegevoegde waarde.

2. VISIE OP HET VAK

De Nederlandse economie staat steeds meer in het teken van organisaties die zich richten op het voortbrengen van kennis en diensten. Deze dienstverlening is mensenwerk. Het werken aan een blijvende inzetbaarheid van mensen staat daarom hoog op de agenda. Om in het mondiale krachtenspel overeind te blijven heeft ons land goed opgeleide mensen met actuele kennis nodig. Mensen die steeds opnieuw unieke waarde toevoegen aan producten en diensten, maar die ook weerbaar en wendbaar zijn op de arbeidsmarkt. Door te blijven leren, komt blijvende inzetbaarheid binnen bereik.

Vanuit deze achtergrond nemen topmanagers uitspraken als “mensen zijn de onderscheidende factor” gemakkelijk in de mond. Te meer daar op andere factoren organisaties zich vaak al lang niet meer onderscheiden. Immers, een organisatie is alleen wendbaar, weerbaar en innovatief wanneer de mensen dat ook zijn. Toch doen managers deze uitspraken in een wereld waarin financiële data worden beschouwd als de belangrijkste graadmeter voor het succes van een organisatie. Vandaar de behoefte om HR te voorzien van een “waardecomponent” en te managen als onderdeel van het bedrijfskapitaal.

Ondernemingen willen aandeelhouderswaarde en business performance realiseren, maar die hangt af van de menselijke prestaties. En die is weer afhankelijk van het managen van mensen en van hun kennis.

Diverse onderzoeken tonen aan dat tot 85 procent van de waarde van een onderneming is gebaseerd op immateriële activa. Recent hebben accountantskantoren - in opdracht van het Ministerie van Economische Zaken - onderzoek gedaan naar de mogelijkheden om immateriële activa een plaats op de balans te geven.

De huidige interesse in “mensmanagement” is ook verklaarbaar vanuit de toenemende aandacht voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). De samenleving volgt en beoordeelt organisaties steeds vaker op transparantie in de bedrijfsvoering, inclusief het gevoerde beleid. Tevens kan de opkomst van “keurmerken” (zoals o.a. Investors in People) en de hernieuwde belangstelling voor “betrokkenheid” van medewerkers als redenen voor deze focus worden aangemerkt.

In menig vakblad worden interviews met topmanagers opgenomen waarin hen wordt gevraagd naar het belang van de mens in de bedrijfsvoering en naar hun visie op de manier waarop die mens gemanaged zou moeten worden. Interessant, aangezien het over het algemeen niet best gesteld is met de ideeën van managers over strategieën om mensen te ontwikkelen. Vreemd genoeg worden zij zelden aan de tand gevoeld over de wijze waarop mensen worden aangetrokken, ontwikkeld en ingezet. Er is weinig creativiteit, weinig consensus en geen echt kader voor gedachtevorming over dit onderwerp. Volgens Kaplan en Norton, de bedenkers van de *business balanced scorecard*, is dat de voorbije jaren ook niet echt verbeterd. Het is zorgwekkend dat als HR het belangrijkste is, het slecht begrepen wordt, het het minst gemeten wordt en daardoor het minst “gemanaged” wordt. Toch komt uit gesprekken met Nederlandse topmanagers naar voren dat HR hoog op de agenda staat. Zowel in het bedrijfsleven als bij de overheid. Dat is niet zonder logica. Ook door hen wordt erkend dat de economie voor een belangrijk deel drijft op kennis en diensten, welke door

mensen worden “gemaakt”. Het resultaat en de kwaliteit hiervan, staat of valt met de kwaliteit van mensmanagement.

Managers managen mensen, mensen managen elkaar, zichzelf en niet te vergeten soms ook de manager. Het is dus niet per definitie dat de HR-manager hierover het hoogste woord kan voeren.

Slechts enkele van de vijftientig aan de Nederlandse AEX genoteerde bedrijven kennen een HR-vertegenwoordiger op het hoogste niveau, zo bleek uit een onderzoek van het adviesbureau Syndicated Search.

Uit onderzoek van het adviesbureau Watson Wyatt Brans & Co kwam naar voren dat er een aantoonbare relatie bestaat tussen goed HR-beleid en het succes van organisaties.

Volgens dit bureau noteren (Europese) bedrijven, met een professioneel en strategisch personeelsbeleid, een ruim zevenmaal hoger aandeelhoudersrendement, dan bedrijven die hierin tekortschieten. Het adviesbureau heeft zich hierbij gebaseerd op het model van Sears, te weten: goed HR-beleid leidt tot tevreden en betrokken medewerkers, waardoor de klantenservice en daarmee de klantentrouw wordt verhoogd en dat vertaalt zich in meer rendement. Er zou dus eigenlijk op voorhand geen sprake moeten zijn van een principiële belangenconflict tussen aandeelhouderswaarde en medewerkerwaarde.

Wil men met HR als leiderschapsinstrument de ambities van organisaties en die van het individu dichterbij elkaar brengen, dan zal het spanningsveld waarin HR zich nu nog bevindt, moeten worden weggenomen. Dit spanningsveld wordt veroorzaakt door het driedimensionale denken (HR-Management-Medewerker) dat het werk nu nog bepaalt. HR kan de organisatie veel beter van dienst zijn bij het invullen van de op waarden gedreven leiderschapsstructuur - die veel meer uitgaat van het *stakeholders* denken (wie hebben allemaal belang bij het voortbestaan van de organisatie) - dan vanuit het *shareholders* denken (alleen aandeelhouders moeten worden bediend). Dit vereist van HR-professionals een bredere oriëntatie.

Samengevat kan worden gesteld dat de NVP haar leden zal moeten ondersteunen vanuit de volgende ontwikkelingen op het gebied van Human Resources:

- De HR-functie wordt steeds complexer en generalistischer en vraagt een brede zakelijke en beroepsmatige kennis van de HR-professional.
- Het managen van de balans tussen de ambitie van het individu en de ambitie van de organisatie wordt het speelveld van de HR-professional.
- Om de organisatie te leiden naar de borging van de behoefte aan een gezonde balans van mensen, zal HR de drijvende kracht worden in de Cultuur- en Leiderschapsprocessen binnen de organisaties.
- Afstemming van vraag naar talent en het aanbod van werk op de markt, zal om een hoog niveau van kennis, creativiteit en interactie vragen.
- De virtualisering binnen de markt zal HR meer mogelijkheden bieden, maar tevens een ander behoeft patroon van individu en organisatie laten zien. Dit complexe behoeft patroon zal om pro-activiteit, creativiteit en zakelijke kennis van HR vragen.

Daarnaast wordt van de HR-professional verwacht dat deze in staat is tot onafhankelijke oordeelsvorming en (mentaal) afstand kan nemen van door anderen ingenomen posities. Dit zonder de verbondenheid met de organisatie, bijvoorbeeld als lid van een MT, uit het oog te verliezen.

De HR-professional moet van zijn beroepsvereniging kunnen verwachten en verlangen dat deze hem adequaat ondersteunt. Niet alleen in het inzichtelijk maken van de veranderingen, maar bovenal in het feitelijk ondersteunen in de concretisering ervan.

Dit speelt zich af op de gebieden van belangenbehartiging, advies- en informatieverstrekking. En ook: de vereniging als kennisbron, optredend als intermediair, inspeland op de ontwikkelingen op de arbeidsmarkt, op het gebied van internet en virtualisering van de werkplek.

De NVP heeft de ambitie zich te profileren en positioneren als dé HR autoriteit in Nederland. Voor de NVP - die zich tot op heden niet of nauwelijks als zodanig profileerde op politiek, sociaal-maatschappelijk en economisch terrein - vereist dit een drastische ombuiging. Met deze ombuiging is een proces van jaren gemoeid. Toch zijn de contouren nu al zichtbaar van de weg die het huidige bestuur is ingeslagen en in de concretisering van haar plannen.

Voor de komende jaren wil het bestuur, getoetst bij de vereniging - door middel van het Voorzittersoverleg - en bij de Raad van Advies, aandacht besteden aan de volgende onderwerpen:

1. Internationalisering van HR

- Concurrentie positie van NL
- Internet, Outsourcing, Offshoring (Globalisering van arbeidsmarkt/medewerkers)
- Exportwaarde Nederlandse *Expats* ;in- en *expatbeleid* en ervaringen
- EU: Verdrag van Bologna; Nieuwe lidstaten

2. HR Organisatie & Ontwikkeling

- Professionalisering HR (Strategisch HR)
- HR modellen & systemen (ICT)
- MVO; Maatschappelijk Verantwoord (en betrokken) ondernemen
- Organisatie Development & Change (veranderingsmanagement)
- HR Consultants & Zelfstandigen → geoutsourced HR vs. de rol van (intern) HR

3. HR Innovatie

- Opleiding en ontwikkeling van HR (alle niveaus)
- Code/Keurmerken: Code NVP, Sollicitatiecode, Keurmerk Recruitment
- Kennismanagement (NVP Digitaal), KEG's (Knowledge Exchange Groups)

4. **Recruitment**
 - Employer Brand
 - Resource planning
 - Veranderende Arbeidsmarkt
 - Vergrijzing en employability

5. **Diversiteit & Cultuur**
 - Alle soorten: M/V, leeftijd, etniciteit etc.
 - Leiderschap van diversiteit

6. **Talent Development**
 - Learning
 - Deployment
 - Leadership/Management Development
 - Employability/Outplacement

7. **Arbeidsverhoudingen & Sociale wetgeving**
 - Overheid & Sociale partners
 - Nieuwe kijk op arbeidsverhoudingen & Collectieve programma's
 - Veranderende wetgeving

8. **Arbeidsvoorwaarden**
 - Impact van veranderende sociale wetgeving
 - EU
 - Flexibiliteit

In het komende jaar 2007 zal de NVP specifiek aandacht besteden aan de thema's; **"Diversity & Talent Development"** en **"Vergrijzing & Employability"**.

3. MISSIE

De NVP heeft als missie dé HR autoriteit in Nederland te willen zijn. De NVP wil uitgroeien tot het toonaangevende netwerk voor personeelsmanagement en organisatieontwikkeling door:

a) het ontwikkelen en actueel houden van integraal personeelsbeleid als een primaire component in het totale beleid in arbeidsorganisaties

b) het bekendheid geven aan ontwikkelingen op het gebied van personeelsbeleid

c) het ontwikkelen en uitdragen van standaarden en innovatie ter ontwikkeling van het vakgebied en haar beoefenaars.

4. STRATEGISCHE AMBITIES

Om deze missie - de NVP als dé HR-autoriteit te profileren - te bereiken, heeft het bestuur zich ten doel gesteld hét (HR)netwerk voor haar leden te willen zijn, excellente service aan haar leden te bieden en een substantiële toename van het aantal leden te realiseren.

4.1. Dé HR-autoriteit in Nederland

De NVP wil de komende jaren haar contacten met bestaande partners intensiveren, zoals de overheid, de politieke en maatschappelijke organisaties, werkgevers- en werknemersorganisaties en nationale en internationale zusterverenigingen.

Om dé gezaghebbende autoriteit te zijn is het nodig dat de vereniging zich ontwikkelt tot een keurmerk voor HR met in- en externe bekendheid en erkenning, dat zij haar opinie vormt in maatschappelijke en sociaaleconomische discussies en dat zij is verbonden met vooraanstaande instanties, organisaties en personen.

De NVP is voornemens op relevante thema's standpunten te gaan uitdragen teneinde een dialoog met *stakeholders* binnen en buiten haar vakgebied tot stand te brengen.

Het ontwikkelen en uitdragen van standaarden zoals de NVP Sollicitatiecode en de NVP-code en het Keurmerk Recruitment, passen binnen deze strategische ambitie.

4.2. Hét netwerk

De NVP wil haar leden toegang bieden tot het brede netwerk aan nationale en internationale contacten met haar zusterorganisaties.

De NVP bestaat uit een groot aantal secties en afdelingen, waardoor zij in de gelegenheid is zelf jaarlijkse tenminste 70 bijeenkomsten aan haar leden aan te bieden, waardoor bekendheid wordt gegeven aan tal van ontwikkelingen in het vak en professionals het netwerk verder kunnen uitbreiden en verdiepen.

Dit kan ook in internationaal verband. Zo is de NVP (met 27 andere landen) aangesloten bij de *European Association of Personnel Management* (EAPM) welke op haar beurt weer deel uitmaakt van de *World Federation of Personnel Management* (WFMD).

Tevens is de NVP actief in het *Northern European Exchange of Management* (NEEM), een netwerk van Noord-Europese (inclusief Duitsland en Engeland) zusterorganisaties. In Nederland zelf zijn er ook vele contacten met o.m. afstudeerverenigingen, onderwijsinstellingen en aanverwante organisaties (werkgeversverenigingen en vakbonden) en organisaties actief op disciplines binnen het integrale vakgebied (o.a. NVA, OAWS).

4.3. Excellente ledenservice

Voor haar verenigingsdoelgroepen zet de NVP het volgende profiel neer:

- De NVP is een beroepsvereniging die zich richt op professionalisering en ondersteuning van het HR-vak en de kwaliteitsuitoefening daarvan. De NVP biedt een bron van kennis en ervaring aan haar leden en ondersteunt hen bij de uitoefening van hun vak met specifieke diensten. Daarnaast is de NVP ook een netwerkorganisatie met als doel het (op niet commerciële basis) uitwisselen van professionele kennis en standpunten.
- Doelgroep van de NVP zijn alle mensen die werkzaam zijn in het HR werkveld (of studierend hiervoor), zowel op operationeel als op strategisch niveau binnen een organisatie. Qua positionering en focus richt ze zich vooral op het midden- en topsegment, waarbij ze een “lerende omgeving” vormt voor het lagere segment. Hiermede wordt de range WO/HBO (*Bachelor/Master* structuur) en het MBO bestreken. Het topsegment zal sterk moeten worden uitgebreid en neergezet, daar dit segment kan appelleren als “entree” voor de overige segmenten.
- Vanwege de verzelfstandiging van veel HR professionals richt de NVP zich ook op externe consultants, met als primair doel kennisuitwisseling. Ten slotte biedt de Vereniging plaats aan diegenen die werkzaam zijn in een discipline binnen het brede werkveld (opleiders, intercedenten, coaches, beloningsdeskundigen, etc).

De NVP wil de vakorganisatie zijn waar ieder zichzelf respecterende HR-professional lid van moet zijn. Om daar te komen moet gewerkt worden aan zichtbaarheid, visievorming, het verhogen van het huidige kennis- en doelgroep niveau, leiding en efficiency. *Be good and tell it.*

In dit kader heeft de NVP recent haar (vereniging)communicatie gestroomlijnd en gestandaardiseerd, zodat stijlen in uiterlijk en in taalgebruik op elkaar zijn afgestemd in de verschillende communicatie-uitingen. Hiermede creëert de NVP één gezicht en de benodigde communicatiekracht voor het versterken van de profilering van de NVP.

Communicatiekracht heeft te maken met duidelijkheid, eenduidigheid en (gepercipieerde) aantrekkelijkheid. Om lid te worden of te blijven van een beroepsvereniging stelt iemand zich de vragen: “welk waar krijg ik voor mijn geld?”, en “is de NVP een organisatie waar ik mij in herken en bij wil (blijven) horen?”. Voor (potentiële) kaderleden (bestuursleden, vrijwilligers) komt daar nog bij: “Is dit een club waarvoor ik mij actief wil inzetten?” In dit kader heeft het landelijk bureau onderzocht wat de meest voorkomende reden is voor opzeggingen. Deze liggen in het veronderstelde gebrek aan toegevoegde waarde en het schrappen in de persoonlijke bestedingen van abonnementen en lidmaatschappen.

Bovenstaande betekent dat de serviceverlening aan de leden, waar mogelijk, maatwerk moet zijn en zich, bovenop een bestaand basispakket voor iedereen, meer zal gaan richten op de wensen en behoeften van de te onderscheiden hoofdgroepen. Dit betekent dat het

bureau het bestaande producten- en dienstenpakket kritisch zal bezien en waar nodig aanpast en verdiept: onder meer door belangenbehartiging, het bieden van regionale en landelijke platformen en het verstrekken van informatie en advies. Ook zullen er partnerrelaties worden gezocht die de leden voordeel bieden. Tevens zal een introductieprogramma voor nieuwe leden worden opgezet en uitgevoerd.

4.4. Toename ledenaantal

De NVP wil haar ledenaantal de komende jaren sterk zien groeien: immers, de NVP wil er zijn voor iedereen die op enigerlei wijze te maken heeft met (onderdelen van) HR-beleid. Uit onderzoek is gebleken dat er in Nederland 35.000 interne HR-professionals werkzaam zijn en nog eens een vergelijkbaar aantal externe HR-adviseurs, opleiders, trainers, *recruiters* etc. Er is dus een groot potentieel - circa 70.000 - aan mogelijke leden. Uit een onderzoek van Berenschot kwam naar voren dat vakorganisaties als advocaten, registeraccountants en belastingadviseurs een organisatie graad van tussen de 85 en 100% kunnen bereiken. Interim-managers en organisatieadviseurs daarentegen komen tot 15 à 20%.

Hoewel het een utopie is te veronderstellen dat er een dekking van 100% kan worden gerealiseerd, kan er - mede gelet op het *mission statement* van de NVP - wel naar worden gestreefd een substantiële groei te realiseren naar op termijn 10.000 leden. In de planperiode 2007-2010 wordt gestreefd naar een aanwas met netto 40%, ergo een ledenbestand van 7000 leden. Met op termijn een bestand van 10.000 leden komt de NVP op het niveau van een land als Canada. Dat dit ook in ons land niet onmogelijk is, blijkt uit vrijwel de verdubbeling van het ledental sinds begin jaren '90. De nieuwe toename van leden kan worden behaald door autonome groei, slimme marketingacties, het aangaan van strategische allianties met aanverwante en intermediaire organisaties en simpelweg meer focus en *accountability*. Zo is recent bijvoorbeeld gebleken dat het actief aanbieden van collectieve NVP-lidmaatschappen een succesvolle formule lijkt.

4.5. Imagoverbetering

Er liggen kansen voor verbetering voor het imago en de bekendheid met en de waardering voor de doelstellingen en activiteiten van de NVP. Door aan de voorafgaand genoemde strategische ambities te werken, wordt verwacht dat het imago van de NVP geleidelijk zal worden versterkt.

5. SPEERPUNTEN 2007

Voortbouwend op het voorgaande, wordt teruggekeken op de ingezette acties (in 2006) en komen de speerpunten voor het komende jaar 2007 naar voren.

In 2006 heeft er een zekere stabilisering van het ledenbestand plaatsgevonden. Diverse groeperingen zoals jonge professionals hebben weer belangstelling voor het lidmaatschap van de vereniging. Er zijn nog geen grote slagen gemaakt, maar wel zijn een aantal initiatieven zichtbaar van een vereniging die zich activeert.

De Vereniging heeft bij de lancering van het Strategisch Plan ook de wens geuit tot verdere profilering van de Vereniging richting overheid. In 2006 is de NVP door de overheid verzocht tot deelname aan het project "Breed Initiatief Maatschappelijke Binding". Dit is een project om allochtonen meer te laten participeren in het arbeidsproces. De NVP heeft samen met de partners ABU en FNV daar de nodige aandacht aanbesteed en de output hiervan is tijdens het jaarcongres op 27 september 2006 zichtbaar geworden. Hier werd ook de 4^e NVP Future HR Award uitgereikt.

De financiën zijn op orde, wat de Vereniging in een betere positie brengt om nieuwe initiatieven te financieren.

De Vereniging heeft een Raad van Advies geïnstalleerd. Het is de bedoeling om 3 x per jaar bijeen te komen en van gedachten te wisselen over de koers van de NVP. De Raad van Advies heeft vooral als taak om de NVP verder op weg te helpen met onderwerpen als profilering, standpuntbepaling e.d. en zal gevraagd én ongevraagd advies geven. De Raad bestaat uit prominenten uit bedrijfsleven, politiek, vakbeweging en andere sectoren, in totaal thans 13 personen.

Een belangrijke activiteit waarmee de Vereniging bezig is, is het ontwikkelen van een Beroepscode voor de NVP. Daarvoor is een commissie in het leven geroepen waarin een aantal bekende hoogleraren zitting hebben genomen. Naar verwachting is medio 2007 het eindproduct beschikbaar. De Code heeft de NVP nodig voor de certificering van de leden en de versteviging van de invloed op de opleidingen op het gebied van HR.

Een andere belangrijke activiteit is de ontwikkeling van kenniscentra. Bij de opzet hiervan is het doel om specifieke c.q. specialistische kennis binnen de NVP traceerbaar te maken, waardoor het mogelijk wordt als NVP-lid gebruik te maken van die kennis alsmede ons als NVP naar "buiten" toe (media, politiek e.d.) te kunnen profileren en positioneren op bepaalde thema's. Kenniscentra thema's 2007 :

- 1) Talent Development (sectie MD/HRD)
- 2) Veranderende arbeidsmarkt/employability (sectie Strategisch Recruitment)

Inmiddels heeft de NVP met een aantal sponsors afspraken met betrekking tot sponsoring en prestatiecontracten gemaakt. Deze contracten moeten er mede toe bijdragen de sponsors en de NVP dichter bij elkaar te brengen. Daarnaast is er intensief contact met SDU om een kwaliteitsverbetering te realiseren m.b.t. het blad "Personeelbeleid". Tevens worden actuele thema's ook digitaal aangeboden.

Een nieuw project is "NVP digitaal". Dit project is gestart om de dienstverlening aan de leden te verbeteren. Door een verdergaande automatisering zullen o.a. de administratieve processen worden gestroomlijnd. Daarnaast is de verwachting dat door moderne technieken als *internet portals* de leden beter in staat zullen zijn de diensten van de NVP te benutten en dat deze middelen ook ingezet kunnen worden om leden met elkaar in contact te brengen. De NVP heeft Exact-software gekozen om het project te realiseren.

De wens van het bestuur was o.a. ook dat er een communicatieplan zou komen. Dit is er inmiddels. Er is daarvoor een handleiding geschreven die besproken is met de voorzitters van de afdelingen en de secties. Het is een bruikbaar instrument voor verdere profilering van de NVP (zie ook paragraaf 4.3).

Het opleidingsaanbod bij de NVP en andere aanbieders is in kaart gebracht en tevens voorgelegd aan de Raad van Advies. De conclusie is dat er op HR gebied een groot aanbod is. Samen met de externe partij De Baak wordt een businessplan gemaakt om meer richting te geven aan het gehele opleidingsgebied.

Veel energie wordt gestoken in de voorbereiding van het EAPM congres in 2009. Er is een aparte Stichting en een congrescommissie in het leven geroepen. Er zal gebruik gemaakt gaan worden van professionele organisatiebureaus om risico's beheersbaar te houden en de financiering te kunnen borgen.

De bezetting van het NVP Bureau is weer op sterkte. Er zijn 3 jonge professionals aangetrokken nadat een aantal mensen zijn vertrokken. Met betrekking tot de interne organisatie is te melden dat de omvorming van de Ledenraad naar de Algemene Leden Vergadering daar een onderdeel van is. Het bestuur acht het van belang de betrokkenheid van de leden te vergoten. Afdelingen en secties zijn het hart van de Vereniging. Het voorzittersoverleg is daarbij een belangrijke voedingsbron van wat op de agenda komt.

Als een logisch vervolg in het voortgaande beschreven bestuurlijke kaders, zal het NVP Bureau (in overleg met en ondersteund door het NVP Bestuur) in het huidige jaar 2007 de volgende zaken ter hand nemen.

1. Invulling bestuursrollen

Zowel bij het landelijk bestuur als bij de afdelings- en sectiebesturen, met de nadruk op professionalisering en kwaliteit.

2. Profilering (hierdoor herkend en érkend worden als de HR autoriteit van Nederland)

- Raad van Advies op standpunten en thema's inzetten geeft standpunten gezag
- standpunten gevraagd en ongevraagd innemen
- voor leden
- ten aanzien van opleidingen
- samenwerking met meerdere organisaties
- idee kwaliteitszetel SER?
- in vaste kamercommissie?

3. PR en publiciteit

Het blad "*Personeelbeleid*" verbeteren en ook publiciteit in andere media zoeken.

4. Ledenwerving

- PR
- Profilering NVP Sollicitatiecode
- Systematische benadering van bedrijfslidmaatschappen voortzetten

5. Sponsoring

- prestatiecontracten
- visie/standpunt toekomst
- onderscheid maken;
 - o Hoofdsponsors (met bijbehorende *benefits*)
 - o Subsponsors
 - o Congres/evenementen sponsor
 - o "Vrienden van de NVP"

6. Opleidingen

- verwachte implementatie 2007

7. Code of Conduct (Beroepscode)

- verwachte oplevering eind 2007

8. SLA's bestuur/bureau

Heldere afspraken over verwachtingen tussen besturen en NVP bureau en vice versa.