



Strategie 2020-2022



Voorwoord

Beste HPP'er,

Samen met 68 andere professionals kies jij ervoor om maatschappelijke impact centraal te stellen in jouw activiteiten. En om dat te doen als lid van Happy Planet Professionals. Want samen staan we sterker en kunnen we elkaar inspireren tot mooie dingen. We nodigen je uit om met ons deze strategie te completeren. En om hem daarna samen met ons te realiseren.



HAPPY PLANET PROFESSIONALS

BESTUUR



Hans Snel – voorzitter

M: hans.snel@nectar-marketing.nl

T: 06-15014732



Nico Verzijden – penningmeester

M: nico@financieel-duurzaam.nl

T: 06-57333336



Madeleine Boerma

M: madeleine@hetzakelijkehart.nl

T: 06-50291459



Anke Bergmans

M: anke@mountainviewresearch.nl

T: 06-12059614



Vacature – secretaris



Inhoudsopgave

1. Waarom HPP is opgericht
2. Waar staan we nu?
3. Missie, visie en ambitie
4. Doelstellingen 2022
5. Doelgroep
6. Strategie
7. Impact 1: van individuele leden
8. Impact 2: van leden gezamenlijk
9. Impact 3: van HPP op de omgeving
10. Besturing
11. Community
12. Positionering

Bijlagen:

1. De vijf beloftes





1. Waarom HPP is opgericht

- Het gangbare businessmodel waarin ondernemingen sturen op omzet, winst, groei, aandeelhouderswaarde en tevredenheid van afnemers en medewerkers, zonder hierbij de negatieve impact op maatschappij en planeet mee te wegen, is niet meer vol te houden
- Het aantal ondernemingen met nieuwe integrale waardemodellen (B-Corp, Social Enterprise, e.d.) groeit sterk
- Steeds meer bestaande ondernemingen maken een transformatie door naar MVO en purpose-gedrevenheid
- Koplopers onder deze ondernemingen vinden elkaar bij MVO Nederland en netwerken als B-Corp en Social Enterprise
- Tegelijkertijd groeit het aantal zelfstandige professionals (nu ongeveer 1 miljoen zelfstandigen)
- Binnen deze groep is een groeiende groep intrinsiek gemotiveerd om maatschappelijk vooruitstreven te ondernemen. Maar de meesten zijn zoekend hoe ze dit vormgeven



2. Waar staan we nu?



Van beweging naar vereniging



69 leden



4 bijeenkomsten per jaar, bezocht door 20-40 leden



Review-tool 1.0 gelanceerd



Vruchtbare samenwerkingen tussen leden

HPP-leden huren andere leden in, en wisselen diensten uit



3. Missie, visie en ambitie

ONZE WAAROM

Wij willen bijdragen aan een betere wereld want we maken ons zorgen en we weten dat het anders kán!

We nemen de verantwoordelijkheid & doen dat in ons eigen (professionele) leven. We maken het verschil.

We geloven dat goed voorbeeld goed doet volgen.

ONZE MISSIE

Als HPP helpen wij zelfstandig professionals (ZP'ers) bij te dragen aan een betere wereld.

Dat doen we met de vier I's: **I**nspiratie, **I**nformatie, **I**nteractie, **I**nstrumenten.

ONZE VISIE

Happy Planet Professionals maken het verschil.

Hun eigen onderneming is 100% duurzaam en ze inspireren anderen om ook te verduurzamen.

Daarnaast trekken ze gezamenlijk op om op grotere schaal het verschil te maken.

ONZE AMBITIE

Alle ZP'ers in Nederland leveren tezamen netto een positieve bijdrage aan de wereld

HPP levert een substantiële bijdrage aan deze beweging.



4. Doelstellingen 2022



500 leden



50% leden zet netwerk of expertise in voor HPP



80% leden doet jaarlijkse review



10 aanvragen van MVO-inkopende partijen bij leden via HPP-platform



100 bezoekers jaarevent 2022



Eerste gezamenlijke MVO-project is succesvol



Eerste regionale events georganiseerd



5. Doelgroep

ONZE IDEALE LID

De ZP'er die zélf het verschil wil maken voor een betere wereld

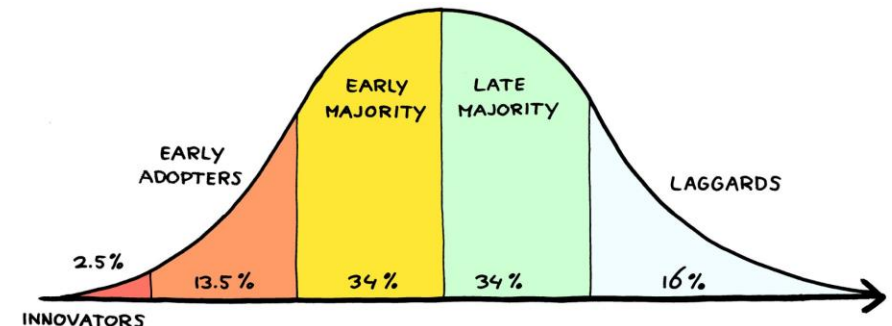
Die bereid is hiertoe actie te ondernemen en waar nodig, zijn leef- en ondernemersstijl aan te passen om dit voor elkaar te krijgen. Onze community bestaat uit leden van het hele spectrum van starter tot expert op gebied van duurzaamheid.

We richten ons op (zie plaatje):

- **Early adopters:** De primaire doelgroep op dit moment. Zij helpen elkaar bij HPP verder en willen ook collectief iets doen
- **Innovators:** de innovators in MVO hebben HPP wellicht niet nodig, maar kunnen wel een rol spelen in het inspireren van anderen en delen van kennis en ervaring.
- **Early Majority:** Bij deze groep is de bewustwording gaande, maar nog geen actie. Doel moet zijn om hen tot actie te bewegen. Laten zien hoe je eenvoudig al de eerste stappen kunt zetten. En hoe je geïnspireerd kunt raken door de innovators en de early adopters.

Onze uiteindelijke ambitie is dat elke ZP'er zich aansluit.

INNOVATION ADOPTION CURVE



6. Strategie



7. Impact 1: individueel

Doel: HPP'ers helpen binnen hun bedrijfsvoering de negatieve impact op de planeet te verminderen en de positieve impact te vergroten.



INSPIRATIE

- Inspirerende voorbeelden van MVO door HPP'ers in nieuwsbrieven en op bijeenkomsten
- Doordat HPP-leden elkaar reviewen kunnen ze elkaar inspireren



INSTRUMENTEN

- De 5 beloftes van HPP als leidraad
- Reviewtool waarin HPP-leden registreren wat ze doen op MVO-gebied en wat hun plannen zijn (NB: de reviewtool is een 1.0 versie die wordt doorontwikkeld)



INFORMATIE

- HPP-leden inzicht bieden in hoe ze hun bedrijfsvoering nog duurzamer kunnen inrichten
- HPP-leden helpen met stellen van prioriteiten in verduurzamen
- Als er behoefte aan is: HPP-leden helpen met meer kennis opdoen over MVO door bijv. expertsessies en doorverwijzen naar opleidingen



INTERACTIE

- D.m.v. reviewproces het gesprek aangaan over MVO met andere HPP-leden
- HPP bijeenkomsten waar leden met elkaar praten over MVO en bij elkaar terecht kunnen voor advies
- Als er behoefte aan is: bijeenkomsten organiseren rondom MVO voor HPP'ers



8. Impact 2: gezamenlijke projecten

Doel: HPP'ers kunnen hun impact vergroten en dit ook met meer plezier doen als ze met elkaar samen impactvolle projecten oppakken. Samen met leden kiezen we één of meer thema's per jaar waar leden zich voor kunnen inzetten.



INSPIRATIE

- Externe sprekers met impactvolle projecten uitnodigen voor bijeenkomsten
- Succesvolle voorbeelden in ledennieuwsbrief en op de website



INSTRUMENTEN

- Ledensectie op de website om elkaar te kunnen vinden op expertise en affiniteit
- Pagina op de website waar projecten staan



INFORMATIE

- Zie inspiratie



INTERACTIE

- Ruimte bieden aan leden om hun ideeën en projecten te delen:
 - Tijdens bijeenkomsten
 - Online, op de website en de LinkedIn groep

9. Impact 3 (*): impact van HPP op omgeving

DOEL: HPP heeft in NL de functie van MVO NL voor ZP'ers. We bereiken hierdoor ook de "laggards" onder de ZP'ers. Plus, opdrachtgevers zoeken in onze poel naar ZP'ers die het verschil maken.

Inspiratie	Informatie	Instrumenten	Interactie
HPP Leden zijn sprekers buiten HPP ("Wil je spreker over duurzaam onderwerp? Kijk bij HPP!")	HPP Leden delen kennis (Op eigen initiatief gastbloggen, kennis inbrengen, reageren op vragen op Social Media (#), op nationale events etc.)	HPP Platform = database voor kennis & ZP-inhuur (◇) ("Zoek je een ZP'er die duurzaam is en/of expertise, kennis & kunde? Kijk bij HPP!")	HPP heeft & werkt met nationale partners (Ze willen graag met ons samenwerken om waar we voor staan.)
HPP maakt een verschil (Cijfermatig en via voorbeelden laten zien wat wij bereikt hebben als netwerk)	HPP Experts geciteerd & HPP site geraadpleegd (Gevraagd en geraadpleegd worden als bron van kennis & kunde via blogs, whitepapers op site & via Social Media)	HPP Review = standaard instrument voor ZP'ers ("Wil je weten of je goed bezig bent als ZP'er? Doe de HPP review!")	HPP participeert in nationale netwerken en events (We zoeken de juiste clubs op én HPP wordt gevraagd deel te nemen)
		HPP Lidmaatschap = keurmerk (HPP Logo functioneert als keurmerk)	HPP = "MVO NL voor ZP'ers" (Groeit ledental, nationaal bereik gedachtegoed, samenwerkingen etc.)

(*) Voor Impact 3 is een voldoende aantal leden nodig want je hebt voldoende massa nodig om een verschil te kunnen maken. (bepalen hoeveel)

(#) Zoals bijvoorbeeld wat @KlimaatZuster, Anne-Marie Pronk doet en bereikt op Twitter

(◇) Interessant om hierover uit te wisselen met bv Annick Schmeddes, werving voor duurzame professionals – i.s.m. HPP ZP'ers onder de aandacht brengen?



10. Besturing



KERNWAARDEN

- 100% integriteit en transparantie
- Het maatschappelijk belang gaat voor het verenigingsbelang, het verenigingsbelang gaat voor het individueel belang
- Deep democracy: de mening van de minderheid nemen wij heel serieus. Wij laten ons door de minderheid inspireren om nog betere keuzen te maken en oplossingen te zoeken



UITGANGSPUNTEN

- Optimale inzet van de kennis, ervaring en energie die in de vereniging aanwezig zijn
- Vrijwillig, maar niet vrijblijvend: informele 'contracten'
- Bestuur onbezoldigd, maar taken kunnen betaald uitgezet worden (bv admin ondersteuning)



BESTUUR

- Het bestuur bestaat bij voorkeur uit vijf leden
- Naast de formele rollen (voorzitter, secretaris en penningmeester) nemen de leden een van de thema's van HPP voor hun rekening
- Voor deze thema's worden leden benaderd om het bestuur te ondersteunen bij de uitvoering. Dit kan ad hoc zijn of in werkgroepen of andere vormen.



FORMEEL

- Wij zijn een informele vereniging: wel statuten, gedeponneerd bij de KvK, maar niet door een notaris opgesteld en bekrachtigd;

11. Community – hoe te groeien?

Nu – online platform met offline events m.n. door bestuur georganiseerd. Leden zijn blij elkaar te herkennen in hun passie en inzet voor duurzaamheid/the planet

Focus – leuke dingen doen voor huidige leden en onszelf goed georganiseerd krijgen

- ✓ Bestuur organiseert
- ✓ Online platform
- ✓ Profielen deelnemers
- ✓ Bijeenkomsten
- ✓ Online reviews
- ✓ Gebruik logo door deelnemers
- ✓ Nieuwsbrieven intern
- ✓ Interviews in nieuwsbrieven
- ✓ Matching op eigen initiatief
- ✓ Leden die expertise inzetten voor HPP
- ✓ Bestuur communiceert naar buiten

Korte termijn – groeiende online activiteit & groeiend aantal matches + leden dragen actief bij aan bijeenkomsten en dragen HPP actief uit.

Focus – groeien en een stevige en inspirerende community bouwen

- ✓ Leden actief in commissies
- ✓ Leden wisselen tips uit (boeken, cursussen etc.)
- ✓ Actief leden-matches organiseren (een eigen “futureproofcommunity” zoals MVO NL)
- ✓ HPP community communiceert over HPP activiteiten naar buiten = ruchtbaarheid = groei leden
- ✓ Meedoen met initiatieven zoals St ZZP NL, SharePeople, of bv Entrepreneurscan etc.
- ✓ Kortingen & voordelen organiseren voor leden die online te boeken zijn (denk aan events, workshops, boeken, lidmaatschappen elders etc.)
- ✓ Leden organiseren bijeenkomsten (regionaal, thematisch, expertise uitwisselen door bv workshop aan elkaar)
- ✓ Online platform uitbreiden met optie voor leden om diensten aan te bieden
- ✓ HPP-leden die dat willen plaatsen blogs op HPP-website (community-elkaar-vinden wordt óók kennis-delen-community)

Lange termijn – aantrekkelijke kennis-expert-community die als community interessant is voor zowel de leden als externe partijen – online platform laat zien welke kennis aanwezig is (goede zoekfunctie en kennisblogs) en offline activiteiten zijn aantrekkelijk voor derden om bij aan te haken. Men wil erbij horen! Plus, HPP wordt om kennis input gevraagd.

Focus – zichtbaarheid in en naar de buitenwereld en speler in de markt zijn

- ✓ Groeiend aantal actieve lokale cirkels
- ✓ Groeiende zichtbaarheid van HPP-blogs / online platform / reviewproces / samenwerkingsverbanden = zo aantrekkelijk dat anderen ons vinden ook al zoeken ze ons niet (online)
- ✓ HPP-leden als sprekers in te huren op expertise-velden? (contact met speakers academy?)
- ✓ Eigen event/seminar organiseren op landelijke schaal?

Observaties

Wat willen we op site en wat eventueel op LinkedIn?
Hoe waarborgen we kwaliteit bij het uitdragen van kennis?
Financiering – hoe financieren we de ontwikkeling van de site?
En - vraag nummer een = Wat willen HPP-leden met HPP?



12. Positionering

- **Happy planet professionals is** een beweging van maatschappelijk bewuste zelfstandige professionals. Wij willen onze positieve impact op de maatschappij maximaliseren en onze negatieve impact minimaliseren. Hierbij richten wij ons op integriteit en transparantie, mensen- en dierenwelzijn en klimaat, natuur en milieu.
- **HPP Community = het landelijke netwerk van, voor en door zelfstandige professionals** waarin zij worden ondersteund in de realisatie van hun MVO missie en doelstellingen:
 - HPP wordt door partijen als ZZP Nederland, MVO Nederland, KvK, Triodosbank, e.d. gezien als de MVO Nederland voor zelfstandigen;
 - Potentiële leden zien direct het voordeel van een lidmaatschap;
 - Leden ervaren de benoemde voordelen ook daadwerkelijk, waardoor zij loyaal zijn en zich als ambassadeurs opstellen naar potentiële leden;
- **HPP Keurmerk** = hét keurmerk waaraan MVO inkopende partijen herkennen of ze te maken hebben met een Maatschappelijk Vooruitstrevend Ondernemende zelfstandige professional (gebruik in offertes biedt toegevoegde waarde)
- **HPP Platform** = dé plaats waar MVO inkopende partijen hun zelfstandige professionals vinden



Oproep

Happy Planet Professionals zijn we samen!

Wie wil zich inzetten voor HPP?

Werkgroepen:

- | | |
|--------------------------------|--------------|
| - Reviewproces doorontwikkelen | -> Anke |
| - Community uitbouwen | -> Madeleine |
| - Communicatie | -> Hans |
| - Evenementen | -> Hans |



Bijlage 1: Instrumenten

De 5 beloftes

DE 5 BELOFTES VAN HAPPY PLANET PROFESSIONALS



IK LAAT ZIEN WAT IK DOE AAN MVO, OP MIJN WEBSITE OF LINKEDIN-PROFIEL



IK PROBEER IEDER JAAR IETS MEER TE DOEN DAN HET JAAR ERVOOR



EENMAAL PER JAAR DOE IK EEN 'PEER-REVIEW' BIJ ÉÉN VAN DE ANDERE LEDEN



EENMAAL PER JAAR ONDERGA IK ZELF ZO'N REVIEW



IK ZET MIJN EXPERTISE EN NETWERK IN OM DE BEWEGING GROTER TE MAKEN

