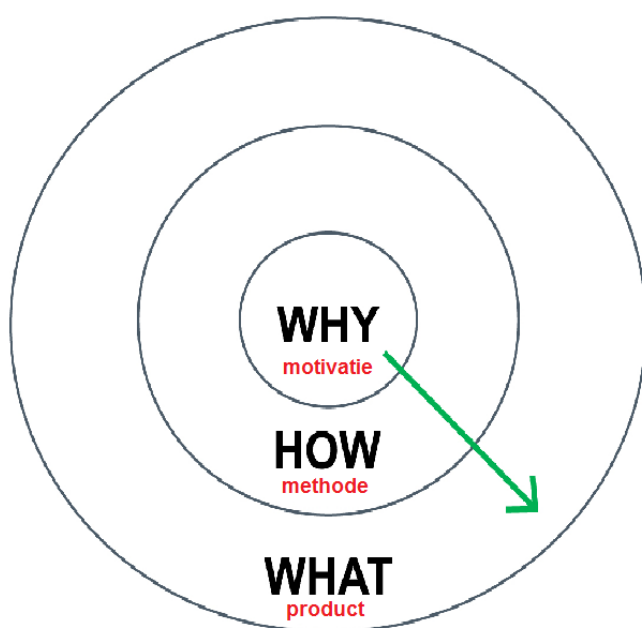


# De gouden cirkel van uw bestaansrecht

Een handig hulpmiddel bij het nadenken over het bestaansrecht van een organisatie en de constructie van een missie en een visie is de Golden Circle. Dit middel dwingt u om van binnen ('Why') naar buiten ('What') te denken – over uw motieven, uw methoden en uw diensten of producten.



Het 'Why' staat voor de motivatie van de organisatie. Waarom gaat u doen wat u wilt doen? Voor een bedrijf is het Why veelal het maken van winst, maar dat ligt bij een organisatie anders. Daar gaat het om de waarden die een organisatie drijven. Bijvoorbeeld: u wilt een stad waarin kinderen zich optimaal kunnen ontplooien.

Het 'How' omvat de manier en het proces waarmee u als organisatie uw doel denkt te bereiken. Welke activiteiten dient u te ondernemen om datgene aan te bieden waarmee u het Why wilt bereiken? Dit gaat over de stappen die moeten worden gezet tussen het antwoord op de vraag naar het Why en de dienstverlening die u daarvoor wilt aanbieden. U wilt een stad waarin kinderen zich optimaal kunnen ontplooien? Dan kunt u een stichting oprichten. U kunt vrijwilligers werven die gemotiveerd zijn om een dienst aan te bieden. U kunt fondsen werven om de activiteiten te ontplooien etc.

ONDERDEEL VAN  
[www.pep-eboek.nl](http://www.pep-eboek.nl),  
de praktische gids voor  
organisaties die met  
vrijwilligers werken

UITGEGEVEN DOOR  
**PEP Den Haag**  
[www.pepdenhaag.nl](http://www.pepdenhaag.nl)  
070-302 44 44

Het 'What' is hetgeen u wilt aanbieden. Volgens het Why wilt u een stad waarin alle kinderen zich kunnen ontplooien. Volgens het How heeft u hier financiën en vrijwilligers voor nodig. Het What zijn dan de activiteiten die u met het opgehaalde geld en de geworven vrijwilligers gaat ontplooien: een gratis dagje uit voor kansarme kinderen.

Organisaties die al een tijd bezig zijn met hun activiteiten en bijvoorbeeld niet langer de oprichter als bestuurder hebben, focussen zich soms vooral op het What. Immers, men is al een tijdje bezig en getroffen door de waan van de dag stelt men zich niet langer de vraag *waarom* men doet wat men doet. Men vervalt dan in een tunnelvisie, vergeet de kernwaarden en komt steeds verder van de organisatiedroom af te staan. U doet er dan ook goed aan om samen met de mensen die actief zijn binnen de organisatie regelmatig stil te staan bij het Why. Waarom doen we wat we doen? En doen we dat nog wel goed – How? En sluit ons product hier nog steeds bij aan – What?