

Beleidsplan Stichting Blue Ribbon

2017-2018

blueribbon



Inhoudsopgave

1. Inleiding
 - a. Organisatie
2. Strategie
 - a. Statutaire doelstelling
 - b. Afwezigheid van winstoogmerk
 - c. Bestemming liquidatiesaldo
 - d. Samenwerking
3. Beleid
 - a. Te verrichten werkzaamheden van de instelling
 - b. Werving en beheer van gelden
 - c. Vermogen van de instelling
 - d. Bestedingsbeleid
 - e. Beschikken over het vermogen van de instelling
4. Overige
 - a. Beloningsbeleid
 - b. Beschrijving van de administratieve organisatie
 - c. Publicatie
 - d. Omgevingsanalyse
 - e. Toelichting op het concreet maken van de doelstellingen
 - f. Privacy en Beveiligingsbeleid

1. Inleiding

In dit beleidsplan legt het bestuur van de stichting Blue Ribbon haar actuele beleid vast voor de periode 2017/2018 Dit beleidsplan is vastgesteld in de bestuursvergadering van 15 februari 2017. Het beleidsplan zal jaarlijks aangepast en bijgestuurd worden.

Organisatie

De organisatie van Blue Ribbon bestaat uit;

1. Een directeur
2. Een dagelijks bestuur
3. Ambassadeurs
4. Blue Friends
5. Vrijwilligers

Ad 1. Directeur Sandra Kingma

De directeur is verantwoordelijk voor de dagelijkse gang van zaken van de stichting. Het vastleggen van vergaderingen, notuleren, het opvolgen van acties voortgekomen uit bestuur beslissingen, activiteiten coördineren en initiëren , het opvolgen van aanvragen, het onderhouden van de contacten met stakeholders, het onderhouden van de website en social media. Zij rapporteert wekelijks aan het bestuur.

Ad 2. Conform de statuten kent het dagelijks bestuur een

Voorzitter	Huib van Santen
Vice voorzitter	Pauline Huis
Penningmeester	Tanja Pelle
Lid	Kirsten Huibregtsen (Medische contacten en Prostaatkankermonitor)
Lid	John Wulfers (Fondsenwerving & Events)
Lid	Kees-Jan Rozestraten (Marketing & communicatie)
Liason PKS	Will Jansen

Ad 3. Ambassadeurs

Er zal gewerkt worden aan een netwerk van ambassadeurs die de doelstelling van Blue Ribbon uit zullen dragen en daarbij inden mogelijk deuren openen voor het werven van fondsen om die beoogde doelstellingen te realiseren.

Ad 4. Blue Friends

Blue Ribbon is bezig een netwerk op te zetten van Blue Friends. Deze Friends (minimaal 1 per provincie) onderschrijven de doelstelling van Blue Ribbon en zijn bereid om gedurende minimaal 1 jaar hun netwerk hiertoe aan te spreken en in ieder geval 1 activiteit t.b.v. Blue Ribbon te (laten) ontplooiën.

Ad 5. Vrijwilligers

Blue Ribbon heeft een vrijwilligersbeleid geformuleerd wat nog verder zal worden ingevuld.

Onderdeel daarvan is het benoemen van een aantal functies binnen de vrijwilligersorganisatie die nog vervuld dienen te worden. De landelijke en regionale vrijwilligerscoördinator zullen verantwoordelijk zijn voor het functioneren van de vrijwilligers.

Er wordt geen gebruik meer gemaakt van een Medische Adviesraad. Indien nodig kan er van de uitgebreide expertise binnen de ProstaatKankerStichting gebruik gemaakt worden.

2. Strategie

a. Statutaire doelstelling en toelichting

De doelstelling van Blue Ribbon is opgenomen in artikel 2 van de statuten en luidt als volgt:

De Stichting heeft als doel:

- Het verminderen van het aantal gevallen van prostaatkanker;
- Het bevorderen van een vroege diagnose;
- Het bevorderen van hoge kwaliteit van de zorg

Zij wil dit doel onder meer te bereiken door:

- Het aandacht vragen voor prostaatkanker;
- Het verbeteren van de bewustwording van de risico's van prostaatkanker;
- Het financieren van wetenschappelijke onderzoeken gericht op vroege diagnose;
- Het bevorderen van de totstandkoming van een Prostaatkanker monitor met een blauw lintje als erkenning voor de goed performende instellingen.
- Het werven van fondsen in het kader van de doelstelling;
- Alle overige wettige middelen welke tot het gestelde doel kunnen leiden.

Met haar doelstelling beoogt Blue Ribbon het algemeen belang te dienen.

Blue Ribbon maakt mannen van 40plus bewust van het risico op en de gevolgen van prostaatkanker en het belang van vroege diagnose waardoor een beter kwaliteit van leven na behandeling en hogere overlevingskansen mogelijk worden.

b. Afwezigheid van winstoogmerk

Blue Ribbon heeft geen winstoogmerk zoals ook blijkt uit artikel 2.3 van de statuten en de feitelijke werkzaamheden. Blue Ribbon streeft niet naar winst omwille van de winst zelf. Dit blijkt uit het feit dat Blue Ribbon de met de activiteiten behaalde opbrengsten ten goede laat komen aan haar doelstelling.

c. Bestemming liquidatiesaldo

Zoals blijkt uit artikel 10.5 van de statuten zal een batig liquidatiesaldo moeten worden besteed ten behoeve van een ANBI met een soortgelijke doelstelling.

d. Samenwerking

Blue Ribbon is voortgekomen uit de prostaatankerpatientenvereniging,; de huidige ProstaatKankerStichting (PKS)

Beide Stichtingen hebben de intentie uitgesproken om nog nauwer te gaan samenwerken waarbij de onafhankelijkheid van beide stichtingen uitdrukkelijk wel gehandhaafd blijft.

3. Beleid

a. Te verrichten werkzaamheden van Blue Ribbon

Om aan haar statutaire doelstelling inhoud te geven organiseert de Stichting Blue Ribbon activiteiten die allen ten doel hebben om prostaatanker zichtbaar en bespreekbaar te maken. Hiermee kan de kans op snelle herkenning, genezing en overleving vergroot worden.

Hiertoe worden de volgende middelen ingezet:

- media campagnes
- interviews in kranten en op tv.
- informatiemateriaal
- promotiematerialen
- aanwezigheid bij seminars en patiënten bijeenkomsten
- lezingen voor groepen waaronder serviceclubs

Naast het werven van middelen voor de bewustwording zullen er gelden geworven worden t.b.v. een prostaatankermonitor.

De Prostaatankermonitor is een online instrument dat de kwaliteit van de prostaatankerzorg in de Nederlandse ziekenhuizen inzichtelijk maakt en daarmee mensen helpt bij het kiezen van hun eigen zorg. Uniek aan de Prostaatankermonitor is dat deze zowel informatie geeft over ziekenhuizen en de zorg die zij leveren, als over de ervaringen van patiënten met de geleverde zorg.

b. Werving en beheer van gelden

Blue Ribbon kan geen aanspraak maken op subsidies en financiert haar activiteiten met de opbrengsten van:

1. geïnitieerde eigen activiteiten
2. activiteiten georganiseerd door derden.
3. giften van donateurs, stille sponsors
4. Cross selling activiteiten

Ad 1. geïnitieerde eigen activiteiten

De stichting streeft ernaar om 1x per jaar een eigen activiteit te organiseren waarvan de opbrengsten ten goede komen aan haar doelstelling.

Hierbij kan gedacht worden aan een autorally, voetbalwedstrijden, wandeltochten, diners etc.

Ad 2. activiteiten georganiseerd door derden.

Activiteiten georganiseerd door partijen waaraan Blue Ribbon haar naam verbind om fondsen te verwerven.

Hierbij kan gedacht worden aan activiteiten georganiseerd door service clubs, zorginstellingen, farmaceutische industrie, activiteiten georganiseerd door de (locale) middenstand/winkelketens, sportverenigingen, etc.

Ad 3. giften van donateurs

Door haar publiciteitscampagnes streeft de Blue Ribbon fondsen te werven door spontane giften van verenigingen en particulieren. Een actief beleid voor het onderhouden van 'stille' donateurs die geen tegenprestatie verlangen zal nader uitgewerkt moeten worden en middels een crm systeem onderhouden moeten worden.

Ad 4. Cross selling activiteiten

Uit een kleinschalig afstudeeronderzoek van de Blue Ribbon HKU stagiaire blijkt dat de gemiddelde Nederlander gevoelig is voor het kopen van een product of dienst wat zich heeft verbonden aan een goed doel. "ik kan een aankoop voor mijzelf verantwoorden omdat een deel van mijn investering ten goede komt aan een goed doel" Blue Ribbon zoekt samenwerking met merken die zich willen verbinden aan het Blue Ribbon merk om cross selling te bewerkstelligen.

Beheer van de verworven gelden

Het beheer van de verworven gelden vindt plaats door de penningmeester van het bestuur. De penningmeester wordt hierbij ondersteunt door een administrateur. Uit de administratie zullen de hiermee samenhangende kosten duidelijk blijken en ten alle tijde in een redelijke verhouding staan met de gemaakte kosten en de bestedingen ten behoeve van de doelstelling.

Blue Ribbon streeft er naar om de verhouding tussen de totale beheerskosten en de directe bestedingen ten behoeve van de doelstelling ten alle tijde minder dan 25 % te laten zijn.

c. Vermogen van de instelling

Al het aanwezige vermogen zal ten goede komen aan de doelstelling van Blue Ribbon met uitzondering van de volgende:

- vermogen met een bestedingsbeperking opgelegd door de erflater, schenker of doneur
- vermogen dat noodzakelijk is voor werkzaamheden van Blue Ribbon alsmede voor voorziene werkzaamheden van Blue Ribbon
- vermogen dat gereserveerd is voor de aanschaf van activa voor de (voorziene) werkzaamheden

Blue Ribbon houdt niet meer vermogen aan dan redelijkerwijs nodig is voor de continuïteit van de voorziene werkzaamheden ten behoeve van de doelstelling van de instelling.

D. Bestedingsbeleid

De instelling besteedt de verkregen inkomsten conform de doelstelling aan projecten die de bewustwording van het risico op en de gevolgen van prostaatkanker, het belang van vroege diagnose en het tot stand brengen van de prostaatkankermonitor bevorderen.

E. Beschikken over het vermogen van de instelling

Op grond van artikel 5 van de statuten van de instelling (besluitvorming door het bestuur) en haar feitelijke werkzaamheid heeft geen enkele (rechts)persoon doorslaggevende zeggenschap binnen de instelling. Aldus kan geen enkele (rechts)persoon beschikken over het vermogen van de instelling als ware het eigen vermogen. De vertegenwoordigingsbevoegdheid komt toe aan twee gezamenlijk handelende leden van het dagelijks bestuur.

Conform Artikel 3.5 is er 2/3 van de ter vergadering uitgebrachte stemmen benodigd bij verkrijging, vervreemding of bezwaring van registergoederen en borgstelling.

4. Overige

a. Beloningsbeleid

De leden van het bestuur ontvangen conform de bepalingen in artikel 3.6 van de statuten voor de door hen in die hoedanigheid verrichte werkzaamheden geen andere beloning dan een vergoeding voor gemaakte onkosten.

Het beloningsbeleid van Blue Ribbon is er overigens op gericht haar personeel (indien aanwezig) te belonen volgens maatstaven die maatschappelijk aanvaardbaar en verantwoord zijn, passend bij haar status als algemeen nut beogende instelling.

b. beschrijving van de administratieve organisatie

De financiële administratie van Blue Ribbon wordt gevoerd door haar penningmeester. Hierbij ondersteund door een administrateur.

De Jaarrekening wordt conform de eisen van Richtlijn 650 of Richtlijn C1 voor de kleine fondsenwervende organisaties opgesteld door de penningmeester en de administrateur. Het administratiekantoor zal de jaarrekening van een verklaring voorzien.

De overige administratie wordt voorlopig gevoerd door de directeur.

c. Publicatieplicht

Blue Ribbon voldoet aan haar publicatieplicht door middel van haar website www.blueribbon.nl

d. Omgevingsanalyse

Diverse externe factoren zijn van invloed op het functioneren en de ontwikkeling van Blue Ribbon de komende jaren:

Demografische ontwikkelingen: Nederland vergrijsst en ontgroent. Hierdoor zullen er dus meer oudere mannen zijn en de doelgroep van Blue Ribbon vergroten.

Aan de donatiekant zal dit ook gevolgen hebben De oudere generaties zijn relatief kapitaalcrachtig en gewend om te geven aan goede doelen. De jongere generaties hebben minder geld, zijn veel minder 'merktrouw' en meer gericht op het milieu. Zij zullen vooral aangesproken moeten worden op hun gevoel voor de oudere generatie (vader).

Economische ontwikkelingen: Ondanks de vooruitgang in het economische klimaat staat fondsenwerving nog steeds onder druk. Er wordt kritisch gekeken naar de doelmatigheid van fondsenwervende instellingen. Transparantie is dus essentieel.

Politieke ontwikkelingen: geven aan goede doelen is de komende jaren nog steeds fiscaal aftrekbaar.

Verder zal de discussie rond bevolkingsonderzoek voor Prostaatanker meer aandacht voor dit onderwerp creëren.

Sociaal-culturele ontwikkelingen: Een steeds grotere groep (met name 40+) wil iets betekenisvols doen. Vooral mensen die in aanraking zijn gekomen met de ziekte zullen zich aangesproken voelen om als vrijwilliger op te treden. Aan de andere kant wordt het moeilijker om mensen voor langere tijd als vrijwilliger aan een goed doel te binden.

Technologische ontwikkelingen: sociale media en internet worden steeds belangrijker. Tegelijkertijd is er nog een grote groep die met meer traditionele middelen moet worden bereikt. Blue Ribbon wil zeker de jongere doelgroep aanspreken maar zal een mix hanteren aangezien haar doelgroep zich ook in het ouderen segment bevindt.

Medisch-technologische ontwikkelingen:

Blue Ribbon zal waar mogelijk ontwikkelingen ten aanzien van vroeg diagnostiek bevorderen en onder de aandacht brengen. Hiertoe behoren PSA en vernieuwende MRI technieken.

Marktspecifieke ontwikkelingen:

De markt voor fondsenwerving wordt gedomineerd door een aantal grote fondsen, die veel middelen tot hun beschikking hebben en daardoor een grote communicatiekracht hebben. Dit maakt het voor kleine(re) fondsen, zoals Blue Ribbon moeilijk om hun boodschap bij een breed publiek voor het voetlicht te brengen. Hierbij zullen de Blue Ribbon Friends en ambassadeurs een goede rol kunnen spelen.

e. Toelichting op en het concreet maken van de doelstellingen

Blue Ribbon zal jaarlijks in haar jaarverslag toelichting geven op de (al dan niet) behaalde doelstellingen en de doelstellingen van het komende jaar vastleggen.

f. Privacy en Beveiligingsbeleid

Blue Ribbon zal een actueel beleid met betrekking tot de beveiliging van informatie ontwikkelen. De afdoende beveiliging van de haar ter beschikking staande informatie, zodanig dat de privacywetgeving, waaronder de Wet Bescherming Persoonsgegevens kan worden nageleefd, zal hier onderdeel van uitmaken.