

Stichting Blue Ribbon  
Beleidsplan 2019-2020

**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 2019-2020.

Dit beleidsplan is besproken en vastgesteld in de bestuursvergaderingen van november 2018, januari 2019 en februari 2019. Het beleidsplan zal, waar gewenst en/of waar noodzakelijk, (jaarlijks) aangepast en/of bijgesteld worden.

### **1a. Organisatie**

De organisatie van Blue Ribbon bestaat per januari 2019 uit:

1. Een dagelijks bestuur
2. Ambassadeurs
3. Blue Ribbon Friends
4. Klein netwerk van vrijwilligers

NB Tot 2019 werd gewerkt met een Directeur. M.i.v. 2019 is afscheid genomen van de functie van directeur. Dit om pragmatische en kostentechnische redenen. Wij danken onze voormalig directeur Mw. S. Kingma voor haar inzet, betrokkenheid en enthousiasme in de afgelopen jaren.

Ad 1. Conform de statuten kent het dagelijks bestuur een:

Voorzitter	Dhr. Kees-Jan Rozestraten (marketing communicatie)
Vice-voorzitter	Mw. Pauline Huis (marketing communicatie)
Penningmeester	Dhr. Dolf Wentrup
Lid	Mw. Kirsten Huibregtsen (o.m. medische zaken)
Lid	Dhr. Carel Hoepner (online en social media)
Liason PKS	Diversen, w.o. Dhr. Kees van de Berg en Dhr. Will Jansen

NB De werkzaamheden van de directeur bestonden o.m. uit 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 en rapporteren aan het bestuur.

Deze werkzaamheden zijn per 2019 verdeeld onder de huidige bestuursleden.

Ad 2. Ambassadeurs

Wij werken continu aan het bouwen van een netwerk van ambassadeurs, die de doelstelling van Blue Ribbon uit kunnen dragen en daarbij -indien mogelijk- deuren openen voor o.m. het werven van fondsen die we nodig hebben om de beoogde doelstellingen te kunnen realiseren.

Ad 3. Blue Ribbon Friends

Blue Ribbon is bezig een netwerk op te zetten van de zgn. Blue Ribbon Friends. Deze Friends (bij voorkeur 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 werkt momenteel met een klein netwerk van vrijwilligers. Deze personen helpen Blue Ribbon waar gewenst en staan Blue Ribbon onbezoldigd bij op basis van kennis en kunde en beschikbare tijd.

NB Er wordt op dit moment geen gebruik meer gemaakt van een Medische Adviesraad. Wel staat Blue Ribbon in nauw contact met (huis)artsen, (medische) organisaties e.d.. Indien gewenst, en waar mogelijk, kan Blue Ribbon gebruik maken van de uitgebreide expertise binnen de ProstaatKankerStichting.

## **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 bevorderen van de kennis over de prostaat en prostaatknker;
- Het bevorderen van een vroege diagnose van prostaatknker, met als doel:
- Het verminderen van het aantal sterfgevallen aan prostaatknker;
- Het bevorderen van hoge kwaliteit van de zorg.

Zij wil dit doel onder meer te bereiken door:

- aandacht te vragen voor de prostaat en prostaatknker;
- de bewustwording van de risico's van prostaatknker verbeteren;
- wetenschappelijk onderzoek gericht op vroege(re) diagnose (deels) te financieren;
- de totstandkoming van een Prostaatknker monitor -met een blauw lintje als erkenning voor goed performende instellingen- te realiseren.
- fondsen te werven, waarmee we onze doelstellingen zo optimaal mogelijk kunnen gaan bereiken;
- alle overige, wettige middelen welke tot het gestelde doel kunnen leiden op te pakken.

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

*Blue Ribbon maakt mannen van 40plus bewust van het feit dat zij een prostaat hebben, het risico op en de gevolgen van prostaatknker alsmede het belang van vroege diagnose, waardoor een betere 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 het realiseren van 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 prostaatkanker patiëntenvereniging; de huidige ProstaatKankerStichting (PKS)

Beide Stichtingen hebben ook recentelijk weer 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 de prostaat en prostaatkanker zichtbaar en bespreekbaar te maken. Hiermee kan de kans op snelle herkenning, genezing en overleving vergroot worden.

Hiertoe kunnen o.m. de volgende media-/middelen worden ingezet:

- media campagnes, evt. met een activerend, fondsenwervend karakter
- interviews in diverse typen media
- informatie-/promotiematerialen
- aanwezigheid bij seminars en patiënten bijeenkomsten
- lezingen voor groepen, waaronder serviceclubs

Naast het werven van middelen om te werken aan meer bewustwording, zullen er gelden geworven worden t.b.v. het verwezenlijken van een prostaatkankermonitor.

De Prostaatkankermonitor zien wij als een online instrument, dat de kwaliteit van de prostaatkankerzorg in de Nederlandse ziekenhuizen inzichtelijk maakt en daarmee mensen helpt bij het kiezen van hun eigen zorg. Uniek aan de Prostaatkankermonitor 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 daarom 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 o.m. gedacht worden aan een autorally, wandeltocht, run, gala, diner, activatie, etc.

#### Ad 2. Activiteiten georganiseerd door derden.

Activiteiten georganiseerd door partijen, waaraan Blue Ribbon haar naam (tijdelijk) verbindt om fondsen te verwerven.

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

#### Ad 3. Giften van donateurs

Door haar publiciteitscampagnes streeft Blue Ribbon er naar 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.

#### Ad 4. Cross selling activiteiten

Uit een kleinschalig afstudeeronderzoek van een Blue Ribbon HKU-stagiair 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 staat daarom open voor samenwerkingen met merken die passen bij Blue Ribbon, relevantie hebben voor Blue Ribbon en zich willen verbinden aan het Blue Ribbon merk teneinde 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 –wanneer gewenst- ondersteund door een administrateur. Uit de administratie zullen de hiermee samenhangende kosten duidelijk blijken en te allen 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 te allen tijde minder dan 25% te laten zijn.

#### c. Vermogen van de instelling

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

- vermogen met een bestedingsbeperking opgelegd door de erflater, schenker of donateur;
- 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 de prostaat, 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 doorslaggevend 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 aantoonbaar 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.

De Jaarrekening wordt conform de eisen van Richtlijn 650 of Richtlijn C1 voor de kleine fondsenwervende organisaties opgesteld door de penningmeester.

De overige administratie wordt (vooralsnog) gevoerd door de voorzitter en/of de penningmeester.

#### c. Publicatieplicht

Blue Ribbon voldoet aan haar publicatieplicht door middel van haar website [www.blueribbon.nl](http://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 vergrijst en ontgroent. Hierdoor zullen er dus meer oudere mannen zijn en daarmee de doelgroep van Blue Ribbon vergroten.

Aan de donatiekant zal dit ook gevolgen hebben. De oudere generaties zijn relatief kapitaalkrachtig en gewend om te geven aan goede doelen. De jongere generaties hebben minder geld, zijn veel minder 'merktrouw' en wellicht meer gericht op onderwerpen als 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 Prostaatkanker meer aandacht voor dit onderwerp creëren.

*Sociaal-culturele ontwikkelingen:* een steeds grotere groep (met name 40+) wil iets betekenisvol 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 blijkt het moeilijk om mensen voor langere tijd als vrijwilliger aan een goed doel te binden.

*Technologische ontwikkelingen:* sociale media en internet zijn belangrijk (zelfs cruciaal!) geworden. 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 media-/middelenmix hanteren aangezien haar doelgroep zich ook in het ouderen-segment bevindt.

*Medisch-technologische ontwikkelingen:* Blue Ribbon zal waar mogelijk ontwikkelingen ten aanzien van vroegdiagnostiek 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.