

Jaarplan 2020

BELEID & BEGROTING



Stichting Overleven met Alvleesklierkanker
Postbus 837
3500 AV Utrecht
Telefoon: 030-2306003
NL82INGB0000042000
KvK nummer: 64583325
ANBI nummer: 855730109

VOORWOORD

In 2020 viert de Stichting Overleven met Alvleesklierkanker (hierna: de Stichting) haar vijfjarig bestaan. De Stichting heeft als doel om geld in te zamelen voor innovatief onderzoek naar nieuwe behandelmethoden voor alvleesklierkanker en om de bewustwording van deze ernstige vorm van kanker te vergroten.

De Stichting heeft de afgelopen vier jaar ruim 10 miljoen euro opgehaald. Het komende jaar willen wij minimaal drie miljoen euro aan donaties van bedrijven, particulieren, stichtingen en verenigingen gaan verkrijgen. De kosten voor beheer, administratie en fondsenwerving stijgen naar € 542.500 euro. Daarnaast hebben wij als uitgavenpost voor jaarlijkse projecten zoals de Support Casper Golfdag, The Dutch 750, de Business Club bijeenkomsten en nog een aantal events € 90.000 begroot. In verband met ons eerste lustrum verwachten wij aan eenmalige uitgaven maximaal € 600.000 voor de kosten van het Lustrumgala, een 360 graden mediacampagne en de overige lustrumactiviteiten.

Om de komende jaren de groei te kunnen blijven realiseren zetten we in op een verdere professionalisering. De organisatie groeit, er staan veel grote activiteiten op de agenda en we willen nog meer geld ophalen de komende jaren om nieuwe onderzoeken naar innovatieve behandelmethoden bij alvleesklierkanker te financieren. Daarbij is ook het vergroten van de bewustwording van de ernst van alvleesklierkanker van groot belang. Een laatste doelstelling is het vergroten van de bekendheid van de Stichting door middel van onze campagne Support Casper.

Wat de fondsenwerving betreft wordt in 2020 geïnvesteerd in meer medewerkers die onder andere meer bedrijven gaan benaderen en zich gaan richten op nalatenschappen. Naast grootschalige acties bij de Marathon van Rotterdam en de Nijmeegse Vierdaagse willen wij ons richten op meer loop, wandel -en fiets events. Wij blijven actievoerenden faciliteren en zo goed mogelijk ondersteunen.

Ook in communicatie gaan wij een verdere professionalisatieslag maken. Te beginnen bij de lancering van de nieuwe website komend voorjaar, waarop uitgebreid aandacht is voor onderzoeksverslagen van de verschillende studies die financiering van de Stichting ontvangen.

Ten aanzien van de processen binnen de Stichting besteden wij in 2020 aandacht aan de vereenvoudiging van processen, een maandelijks rapportage voor het bestuur, de gedragscode en het integriteitsbeleid, een effectief CRM systeem en een efficiënte administratie.

Om de plannen voor 2020 zo goed mogelijk te kunnen realiseren wordt het Support Casper team uitgebreid naar totaal 11 medewerkers: hiervan werken er 4 in dienst van de Stichting, zijn er 5 vaste freelancers met verschillende specialisaties bij betrokken en wordt het team door twee bureauvrijwilligers aangevuld. Dit komt neer op totaal 4.8 FTE (bezoldigd). De Stichting mag verder rekenen op de steun van 40 vrijwilligers, en tevens een team studenten Geneeskunde. Het vrijwilligersbeleid wordt in 2020 verder vormgegeven. Nu het team wordt uitgebreid zullen wij in het voorjaar gezamenlijk gaan werken uit een kantoor in Leiden.

De details van al deze plannen en de bijbehorende begroting 2020 vindt u in dit document.

Sjoerd Zwanenburg | Directeur Stichting Overleven met Alvleesklierkanker

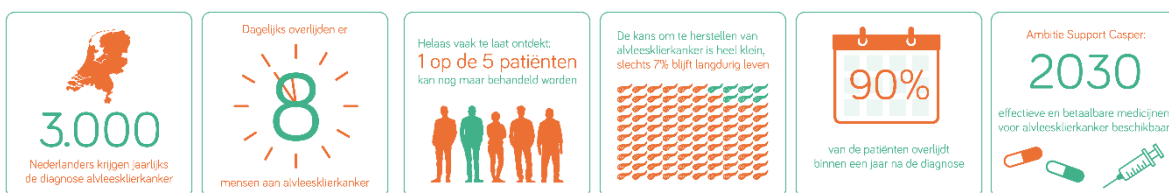
INHOUD

Voorwoord	2
Inleiding	4
Missie	4
Visie	4
Doelstellingen	5
Aandachtsgebieden jaarplan 2020	5
Bekendheid vergroten	6
Doelgroep verbreden	6
Samenwerking mediapartner	6
The Dutch 750	6
Actievoerenden	7
Sportevenementen	7
Regionale aanpak	7
Professionalisatieslag	9
Website	9
Onderzoeksverslaggeving	9
Communicatie	9
CBF Erkenning	10
Kantoor	10
Fondsenwerving	10
Nalatenschappen	10
Evenementen	11
Processen vereenvoudigen	12
Bestuurdersinformatie	12
Integriteitsbeleid en Gedragscode	12
CRM systeem	12
Administratie	12
Meerjarenstrategie onderzoek	13
Team uitbreiden	14
Vrijwilligersbeleid	14
Financiën	15

INLEIDING

Jaarlijks krijgen 3.000 Nederlanders de diagnose alvleesklierkanker; dit aantal neemt nog altijd toe. De afgelopen jaren is weinig vooruitgang geboekt bij de behandeling van dit type kanker. Dat moet veranderen! Veranderingen komen van mensen die het verschil kunnen maken, zoals Prof. dr. Casper van Eijck van het Erasmus MC; hoogleraar chirurgie en onderzoeker met 30 jaar expertise op het gebied van alvleesklierkanker. Casper en zijn team werken aan wetenschappelijk onderzoek naar viro-immunotherapie en geloven dat dit gaat helpen om deze agressieve ziekte aan te pakken.

Hier liggen een aantal droevig makende cijfers aan ten grondslag: Jaarlijks krijgen 3.000 Nederlanders de diagnose alvleesklierkanker te horen, helaas is dit aantal nog altijd stijgende. Slechts 7% van de gediagnosticeerde patiënten blijft langdurig leven. De meeste patiënten sterven binnen een half jaar na de diagnose. Dagelijks overlijden er 8 patiënten aan alvleesklierkanker, hiermee is het de tweede meest dodelijke vorm van kanker in ons land.



Fondsenwerving, voorlichting en kennis vormen de basis van de Stichting Overleven met Alvleesklierkanker en maken haar uniek. Expertise op deze drie gebieden wordt daarom in de volle breedte van de organisatie benut.

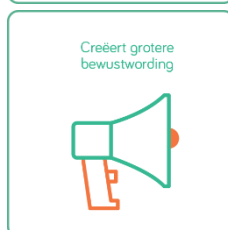
MISSIE

Het verbeteren van de overlevingskans van patiënten met alvleesklierkanker. Hierbij hopen we zowel de duur als de kwaliteit van leven van patiënten in de toekomst te kunnen verbeteren.

VISIE



Wij financieren wetenschappelijk onderzoek naar de ontwikkeling van innovatieve en effectieve behandelmethoden van alvleesklierkanker, zoals het onderzoek naar verschillende oncolytische virussen in combinatie met immunotherapie.



Wij zorgen voor een grotere bewustwording voor deze ernstige vorm van kanker door mensen te informeren, hier in de media aandacht voor te vragen en publieksactiviteiten te organiseren.



Wij stimuleren de omgeving van patiënten en/of nabestaanden om acties voor ons te organiseren en ondersteunen hen daarbij zo goed mogelijk.



Zorgt voor
transparante bedrijfsvoering

Wij zijn transparant. Kostenbewust, aanspreekbaar op onze beloften en eerlijk over wat we hebben bereikt en wat niet is gelukt en leggen daar verantwoording over af.



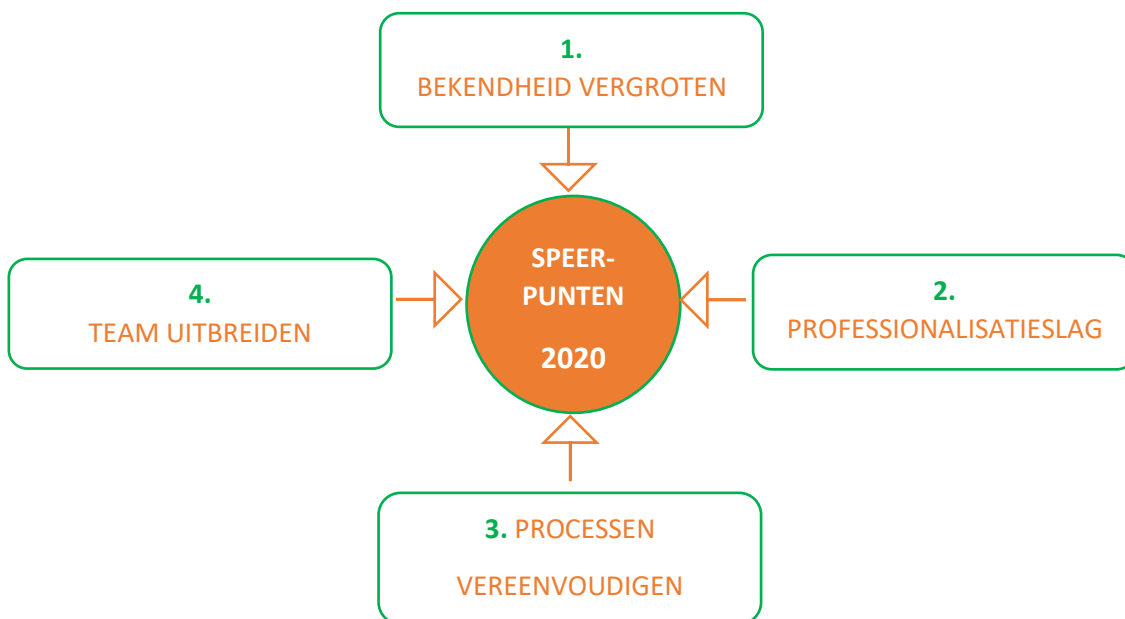
Gaat professioneel
te werk

Wij streven ernaar dat we in alles wat we doen professioneel te werk gaan, zowel in fondsenwerving en communicatie alsook in het afleggen van verantwoording aan de gulle donateurs. Mensen die onze idealen delen (vrijwilligers, donateurs, sympathisanten) en hier door middel van hun tijd en geld aan bijdragen zijn immers de voorwaarde van ons bestaansrecht.

DOELSTELLINGEN

1. Het financieren van multidisciplinair wetenschappelijk onderzoek naar innovatieve behandelmethoden in combinatie met viro-immunotherapie van alveeskliekkanker;
2. Het werven van financiële middelen ten behoeve van het onderzoek;
3. Het vergroten van de bewustwording van de ernst van alveeskliekkanker en de bekendheid van de Stichting.

AANDACHTSGEBIEDEN JAARPLAN 2020



1. BEKENDHEID VERGROTEN

Het vergroten en breed verspreiden van kennis is van cruciaal belang voor het maximaliseren van de bewustwording. We delen professionele, betrouwbare, leesbare en persoonsgerichte informatie. Dit doen we door het creëren van impactvolle campagnes waarbij we op een innovatieve, creatieve en positieve manier zichtbaar zijn in de samenleving. Zo willen we mensen enthousiasmeren met ons mee te doen.

Doelgroep verbreden

Veel Nederlanders zijn niet op de hoogte van het feit dat alvleesklierkanker de tweede meest dodelijke vorm van kanker, na longkanker, is. Sterker nog, lang niet iedereen weet wat waar de alvleesklier zich bevindt in ons lichaam en wat de functie van dit orgaan is. Dit moet veranderen. Sinds onze oprichting hebben we de meeste activiteiten gericht op de kring rondom de patiënten en zijn nabestaanden. De komende jaren zullen we meer activiteiten gaan ontplooiën waarbij we ons focussen op een bredere doelgroep. De bekendheid met alvleesklierkanker vergroten bij het grote publiek is een basisvoorwaarde voor het succesvol aantrekken van voldoende financiële middelen. Dit doen wij onder andere door middel van het vereenvoudigen van een deel van communicatie, de inzet en betrokkenheid van onze ambassadeurs, de samenwerkingen die wij aangaan met partners (waaronder diverse sportclubs, de oprichting van de Support Casper Business Club, de relatie met netwerkclubs en onze keuzes voor mediapartners). Ook de mediaoptredens van zowel Prof. dr. Casper van Eijck, de overige artsen en onderzoekers en de patiënten zelf dragen bij aan het bereiken van een gevarieerd publiek.

Samenwerking mediapartner

Wij zijn voornemens om tijdens een grote landelijke televisiecampagne in het najaar van 2020 een brede doelgroep kennis te laten maken met Support Casper. De campagne betreft een cross mediale 360 graden strategie, voortkomend uit de goede relatie met een bestaande mediapartner. Het plan betreft een wervende campagne met heldere boodschap en behelst de inzet van een breed scala aan communicatiekanalen en -middelen. Uiteraard wordt hierbij rekening gehouden met de verhouding tussen de kosten en de opbrengsten die we verwachten te bewerkstelligen met de actie, waarbij we een onderscheid maken tussen de daadwerkelijke donatieopbrengsten en de gerealiseerde mediawaarde, die bijdraagt aan de naamsbekendheid van de Stichting en de kennis omtrent alvleesklierkanker.

Eerste editie The Dutch 750

De veranderende wereld vraagt om creativiteit en vernieuwing, dit geldt ook voor de fondsenwerving. Beleving speelt hierbij een belangrijke rol. We zoeken daarom naar verrassende combinaties in de samenwerking met andere Goede Doelen en stichtingen. Zo zal in 2020 de eerste editie van The Dutch 750 plaatsvinden, een driedaags wielerevent voor zowel Make-A-Wish Nederland als Support Casper. Op 26, 27 en 28 juni zal de eerste editie van The Dutch 750 van start gaan. Honderden sportievelingen gaan één, twee of drie dagen door het prachtige Gelderse landschap fietsen. Samen voor een ander, dát is waar het bij The Dutch 750 om draait. Een sportief en teamgericht evenement, gebaseerd op het enorm succesvolle concept uit België: de 1000 kilometer tegen kanker. Een initiatief van Libéma Profcycling, die als organiserende partij het wedstrijdelement zal verzorgen met als hoofdsponsor Droomparken.

Actievoerenden zo goed mogelijk ondersteunen

Support Casper is afhankelijk van betrokkenheid en donaties uit de samenleving. Om onze missie te kunnen realiseren werven we fondsen. Dit doen we door het organiseren van eigen evenementen, maar vooral ook samen met al die honderden mensen in de samenleving die zich middels een actie inzetten voor ons goede doel. Hiervoor hebben we een speciale actiewebsite opgericht: www.supportcasper-acties.nl.

We koesteren, stimuleren en ondersteunen deze betrokkenheid actief en gaan een duurzame relatie aan met onze vrijwilligers, initiatiefnemers van acties en donateurs, groot en klein. In die verbinding zit onze kracht als maatschappelijke partner.

Actievoerders assisteren we bijvoorbeeld door het aanbieden van een persbericht. Ook kunnen we hen begeleiden in het benaderen van de pers. We hebben daarnaast een factsheet, Q&A en allerhande promotiemateriaal van Support Casper beschikbaar ter ondersteuning van de actie. Indien gewenst kunnen we ook de inzet van vrijwilligers faciliteren.

Omdat we een persoonlijke benadering zo belangrijk vinden en we sterk geloven in de kracht van samenwerking hebben we hiervoor een speciale medewerker aangesteld die al deze initiatieven coördineert en begeleidt en waar nodig zorgt voor ondersteuning van materialen en/of vrijwilligers.

Om het doen van donaties tijdens een actie zo eenvoudig mogelijk te maken, hebben we sinds 2019 Tikkie/QR iDeal-codes op de collectebus getest als alternatief voor contant geld. Tevens hebben we een aantal pin collectebussen aangeschaft, omdat lang niet iedereen contact geld op zak heeft.

Aanwezigheid tijdens sportevenementen

We zien dat een groot percentage van de actievoerenden donaties werft tijdens een sportieve prestatie. Mede op basis van het advies dat is uitgebracht door de Kleine Consultant (juni 2019) richten we ons de komende jaren op aanwezigheid en zichtbaarheid tijdens grootschalige (sport)evenementen die door het hele land georganiseerd worden.

Na het geweldige succes van de Casper Runners in 2019, waarbij bijna 100 lopers aan de start van de Rotterdam Marathon verschenen, hebben op de actiepagina projecten aangemaakt, waarbij we gelijkgestemde sporters aan elkaar kunnen verbinden. Naast de Casper Runners is er een groep Casper Wandelaars en voor de wielervanaten is Casper's Peloton in het leven geroepen. Op deze manier kunnen zij elkaar op de hoogte houden van interessante sportevenement, eenvoudig tips uitwisselen en makkelijk met elkaar in contact komen.

Regionale aanpak

In 2020 zal worden gestart met regionale fondsenwerving. De focus van de eigen actieve fondsenwerving richtte zich tot heden voornamelijk op fondsen, bedrijven en particulieren in de regio Rotterdam. De onderzoeken naar een betere behandeling met viro-immunotherapie vinden, onder de vlag van het OVIT-consortium, in drie academische medische centra plaats: het Erasmus MC te Rotterdam, het LUMC in Leiden en het UMC Utrecht. Het ligt voor de hand om de scope nu ook te richten op het verzorgingsgebied van de twee andere medische centra. Te beginnen in de regio Leiden. De fondsenwerving zal in samenwerking plaatsvinden met de projectleiding en de betreffende goede doelen stichtingen van het LUMC. De specifieke onderzoeken binnen het LUMC zullen hierbij centraal staan.

Allereerst zal meer bekendheid en bewustwording worden gecreëerd, dat uitmondt in interesse en betrokkenheid. De aandacht zal zich richten op particulieren, bedrijven, (sport-)verenigingen, netwerkclubs en scholen. Het ontwikkelen van een betrokken netwerk is hierbij heel belangrijk. Vooral kansrijke acties derden zullen worden gezocht en gestimuleerd. Informatiemateriaal op maat (flyer, persmap) moet de werving ondersteunen. De regionale media (lokale omroep, dag- en hah-bladen) zullen actief worden benaderd.

2. PROFESSIONALISATIESLAG

De Stichting heeft de afgelopen vier jaar ruim 10 miljoen euro opgehaald. Om ook het komende jaar de groei te kunnen blijven realiseren zetten we in op een verdere professionalisering. De organisatie groeit, er staan veel grote (lustrum)activiteiten op de agenda en we willen nog meer geld ophalen de komende jaren.

Website

Dit voorjaar lanceren we onze nieuwe website, waarin op een overzichtelijke manier informatie wordt gedeeld. De nieuwe website navigeert eenvoudig. Zo is er een heldere tweedeling gemaakt in alle actie gerelateerde informatie voor bezoekers die ons willen steunen en voor bezoekers die op zoek zijn naar meer informatie, zijn de inhoudelijke pagina's aan elkaar verbonden en gemakkelijk via links gekoppeld. Daarnaast is het design overzichtelijk. Er is gebruik gemaakt van infographics en visuals en veel van de teksten zijn - waar mogelijk - ingekort en versimpeld. Binnen het onderzoek is er juist ook meer verdieping te vinden met voortgangsrapportages van alle studies die financiering vanuit de stichting hebben ontvangen.

Onderzoeksverslaggeving

We stellen niet alleen informatie over (de behandeling van) alvleesklierkanker beschikbaar, maar zien het ook als onze taak om te informeren over onze werkwijze en -tussentijdse- onderzoeksresultaten. Daarom hebben wij van alle studies die financiering hebben ontvangen vanuit de Stichting voortgangsrapportages beschikbaar gesteld. Daarnaast halen wij regelmatig het net op bij alle betrokken artsen en onderzoekers of er nieuwe ontwikkelingen zijn waarvan wij onze achterban op de hoogte kunnen brengen. Dit geldt eveneens voor de bredere OVIT onderzoeken, die mogelijk in eerste instantie geen direct verband lijken te hebben met de toekomstige behandelmethoden van alvleesklierkanker, maar waar op het gebied van viro-immunotherapie wel degelijk een overlap binnen het onderzoek zit.

Communicatie

Op het gebied van communicatie bestaan er twee behoeftes: een lange termijn communicatie-aanpak en organisatie en structuur van de communicatie. Om dit te realiseren gaan we aan de hand van het Cascade communicatiemodel werken. Dit zorgt ervoor dat we in alles wat we doen één duidelijk doel voor ogen blijven houden: geld inzamelen zodat er in 2030 een betere behandeling tegen alvleesklierkanker mogelijk is. Het model biedt een substantiële basis voor diverse vormen van communicatie en onderscheidt duidelijke stappen in het proces. Bovendien maakt het inspanningen zichtbaar en meetbaar.

In alle onze communicatie onderscheiden we de volgende doelgroepen:

1. *Direct betrokkenen*: de huidige merkambassadeurs van Support Casper, hebben zelf of in de directe omgeving gehad met alvleesklierkanker en weten wat Support Casper doet.
2. *Indirect betrokkenen*: kennen de ziekte via vrienden, familie, sportclubs, maar kennen Support Casper niet of nauwelijks.
3. *Massa*: variërend van geen enkele voorkennis tot directe link met alvleesklierkanker

Voor de verschillende doelgroepen hebben we een ander communicatiedoel voor ogen. Bij de direct betrokkenen is dat Conversie, bij de Indirect Betrokkenen het vergroten van de Engagement en voor de massa Awareness. Met diverse communicatiemiddelen dragen we de boodschap over aan de verschillende doelgroepen: Website, persberichten, Social Media pagina's, nieuwsbrief, flyer, 3-luik

brochure, jaarverslag, actiewebsite en actievoerenden, ambassadeurs en vrijwilligers, vlaggen en banners tijdens evenementen etc.

Het aangaan van duurzame relaties met onze partners is in alles wat we doen leidend. We koesteren hun betrokkenheid enorm en streven er als maatschappelijk partner naar dit zoveel mogelijk te stimuleren en blijven ondersteunen. We staan open voor allerhande initiatieven en suggesties en zijn doorlopend met verschillende doelgroepen in gesprek over onze idealen en hoe zij denken dat wij deze het beste kunnen realiseren. Daarnaast is het van groot belang dat we de betrokkenheid van donateurs en actievoerders blijven stimuleren door onder andere de mogelijkheid te bieden om een specifieke onderzoekstap of bijvoorbeeld een bepaald medisch instrument te financieren.

CBF Erkenning

De CBF Erkenning is het keurmerk voor goede doelen in Nederland. In 2020 laat de Stichting zich opnieuw toetsen door het CBF. Hierbij worden de kwaliteitscriteria passend bij normering C getoetst op onze organisatie. We hechten veel waarde aan dit erkenningsrapport en verwachten dat betrokkenen en (potentiele) geldverstrekkers de kwaliteitscriteria die gekoppeld zijn aan dit keurmerk eveneens waarderen. De Erkenning brengt een verdere professionalisering van de organisatie en de fondsenwervende activiteiten met zicht mee. Door ons te laten herwaarderen verbeteren wij niet alleen het donateursvertrouwen, maar dragen we ook een beetje bij aan een groeiend vertrouwen in de sector in het algemeen.

Kantoor

Op dit moment werkt iedereen vanuit huis en op locatie, om kosten te besparen. Om echter de gewenste professionalisatieslag te realiseren zullen we medio 2020 vanuit een kantoor in Leiden gaan werken. Centraal gelegen, goed te bereizen met het OV en met voldoende parkeergelegenheid. Dit stelt het team in staat om nog intensiever en efficiënter samen te werken. Ook biedt het kantoor de ruimte om partners te ontvangen en materialen centraal op te slaan.

Fondsenwerving

Support Casper is afhankelijk van betrokkenheid en donaties uit de samenleving. Om onze missie te kunnen realiseren werven we fondsen. De mogelijkheden voor fondsenwerving staan onder druk door regelgeving, economische factoren en een kritische houding van het publiek. Door de groeiende concurrentie neemt de druk op de inkomstenstromen toe. Mensen en organisaties willen meer betrokken worden en direct tastbare resultaten van hun geefgedrag zien. Acties en projecten moeten zichtbaar zijn en de maatschappelijke impact meetbaar. Dat vraagt om nieuwe manieren van fondsenwerving en om meer transparantie en zichtbaarheid.

We zijn daarom continu op zoek naar passende manieren om donateurs aan ons te binden. Zo zullen we ons onder andere gaan focussen op de mogelijkheden rondom nalatenschappen. Een kans die we tot op heden onbenut hebben gelaten. Hiervoor het is aangaan van een duurzame relatie leidend. Om de betrokkenheid te vergroten kiezen we voor een persoonlijke benadering, waarbij de mogelijkheid bestaat om een specifieke bestemming te geven aan de gift.

Naast dat we ons richten op de werving van nieuwe donateurs is een belangrijk speerpunt ook het behouden van reeds bestaande, trouwe supporters. Onze doelstelling is om de jaarlijkse inkomsten op het niveau 3 miljoen euro te stabiliseren met de inzet van ons team, de vrijwilligers en alle donateurs.

Nalatenschappen

De komende jaren richten we ons ook op het verwerven van inkomsten uit nalatenschappen. Een kans die we tot op heden onbenut hebben gelaten in onze fondsenwerving strategie. Hiervoor het is aangaan van een duurzame relatie leidend. Om de betrokkenheid te vergroten kiezen we voor een

persoonlijke benadering, waarbij de mogelijkheid bestaat om een specifieke bestemming te geven aan de gift. We zullen specifieke communicatiemiddelen ontwikkelen om de diverse mogelijkheden uit een te zetten, we hebben een vrijwilliger (juriste) bereid gevonden om als contactpersoon op te treden en zullen aansluiting zoeken bij partijen die hierin gespecialiseerd zijn.

Evenementen

We maken een onderscheid tussen de evenementen die we zelf (al dan niet in samenwerking met een partner) organiseren en de activiteiten die door derden worden geïnitieerd. Beide varianten nemen toe in aantal. Dit betekent dat we steeds professioneler te werk moeten gaan en het evenemententeam zich zal gaan uitbreiden in de toekomst.

Jaarlijks organiseren we een aantal terugkerende evenementen. De Support Casper Golfdag is hier één van. Altijd een enorm geslaagde dag met vele enthousiaste deelnemers in ruim 20 flights met aansluitend een borrel, diner en veiling. Dit jaar is de Golfdag gepland op 6 juli op de Haagse Golf & Country te Wassenaar.

Twee keer per jaar wordt een Support Casper Business Club bijeenkomst georganiseerd, waarbij we onze zeer gewaardeerde Business Club leden op de hoogte brengen van de laatste ontwikkelingen van de Stichting en het onderzoek. De eerste vindt 9 april plaats in De Kuip en de tweede zal in het najaar plaats vinden.

Ons eerste lustrumjaar vieren we o.a. met een Lustrumgala. Grand Hotel Huis ter Duin is al jarenlang een trouwe partner en biedt een uitstekende locatie voor een onvergetelijke avond. Het belooft een feestelijk gala te worden met memorabel entertainment en passend diner. Op ludieke wijze worden extra donaties verworven naast een traditionele veiling en donatiekaarten.

Vanaf 2020 gaan we van start met het organiseren van een jaarlijks terugkerend benefietdiner, de eerste editie vindt in maart plaats in Amsterdam. De wens is om dit jaarlijks in een andere provincie te doen, zodat onze partners en relaties in het hele land kunnen bereiken. We streven ernaar om de focus te verschuiven van een regionaal georganiseerd goed doel (waar we momenteel vaak mee geassocieerd worden) naar een goed doel met landelijke bekendheid.

3. PROCESSEN VEREENVOUDIGEN

Onze activiteiten groeien sterk, net zoals de verworven donaties en subsidies om onderzoek naar een betere behandelmethodede van alvleesklierkanker mogelijk te maken. Gezien het grote aantal projecten dat de Stichting jaarlijks financiert, de uitbreiding van het team, de vele eigen evenementen en de groei van het aantal publieksacties is efficiënt werken noodzakelijk. We geloven sterk in een persoonlijke aanpak en benadering, maar dit vergt veel tijd. Er is daarom, waar mogelijk, behoefte aan het vereenvoudigen van werkprocessen: wat kan gestandaardiseerd worden, waar is ruimte voor versnelling en versimpeling en waar moet juist meer aandacht naar toe? Om dit te kunnen realiseren zijn/worden allereerst de huidige processen in kaart gebracht.

Onze aandachtspunten voor 2020 zijn:

1. Bestuurdersinformatie stroomlijnen
2. Integriteitsbeleid en gedragscode
3. CRM systeem optimaliseren
4. Administratiesysteem YUKI optimaliseren
5. Meerjarenstrategie financiering onderzoek

Bestuurdersinformatie

We willen toe naar een maandelijkse rapportages aan het bestuur met een overzicht van alle relevante informatie. Hierdoor kunnen we beter inzichtelijk maken of we de beoogde resultaten behalen, waar extra aandacht/bijsturing vereist is, wat goed en wat minder goed werkt. In de huidige situatie kunnen bestuursleden en leden van de RVT op dagelijkse basis de gegevens bekijken. Door hier een eenduidig format voor te ontwikkelen scheelt het voor iedereen tijd en geeft het een beter beeld van de resultaten.

Integriteitsbeleid en Gedragscode

De gedragscode en het integriteitsbeleid staan in concept klaar. De gedragscode zal tijdens de komende bestuursvergadering (april 2020) ter akkoord voorgelegd worden, waarna er een integriteitsfunctionaris en vertrouwenspersoon zullen worden aangesteld. Zij zullen waar nodig het integriteitsbeleid verder aanscherpen.

CRM systeem

Door het optimaliseren van het CRM systeem valt er operationeel veel winst te behalen. Momenteel werken we met verschillende systemen die niet volledig gekoppeld zijn. We willen toe naar één bronbestand, met daarin een uitsplitsing voor de verschillende doeleinden. Alleen de betrokken personen hebben ook in de nieuwe situatie toegang tot de voor hun relevante informatie (zoals de database voor nieuwsbrieven voor de communicatie collega's en de database met vrijwilligers voor de vrijwilliger coördinator).

Administratie

In de huidige situatie zijn de verschillende geldstromen (donateurs, actievoerenden, eigen evenementen) nog niet optimaal uitgesplitst in de administratieve tool van Yuki. Dit kan nog efficiënter worden ingericht, waardoor er zonder veel handmatig werk meer informatie inzichtelijk is in het systeem.

Meerjarenstrategie onderzoek

Door het succes van de Stichting en geldstromen die daarmee gepaard gaan, zijn we genoodzaakt om elke twee jaar een update te maken van onze Meerjarenstrategie wat betreft het financieren van de verschillende onderzoeken. Om dit proces te vereenvoudigen willen we de eerstvolgende update (zomer 2020) gaan werken met een eenduidig model, dat in de toekomst gemakkelijk uitgebreid en aangevuld kan worden. Hiermee hopen we werk en tijd te kunnen besparen.

De verhuizing naar een eigen kantoorruimte is een mooi moment om een aantal simpele wijzigingen door te voeren, bijv. door minder lang te vergaderen, maar doorlopend dingen met het team af te stemmen.

4. TEAM UITBREIDEN

Stichting Overleven met Alveesklierkanker/Support Casper bestaat uit een divers team van professionals. De directeur werkt fulltime, overige werknemers zijn in parttime dienstverband betrokken, daarnaast werken we met een aantal freelancers en vrijwilligers.

In februari 2016 is de huidige directeur gestart met de opbouw van een kleine organisatie. In vier jaar tijd is het team uitgebreid naar 4 medewerkers die in dienst zijn van de stichting, 3 vaste freelancers en twee vaste (bureau-) vrijwilligers.

Een bevlogen team, waar authenticiteit, kwaliteit en professionaliteit voorop staat. Om flexibiliteit te waarborgen en specialistische kennis in huis te halen werken we ook met een aantal vaste freelancers. Het team wordt daarnaast bijgestaan door professionals die zich op specifieke deelgebieden als financieel en juridisch advies, pro bono inzetten. Van groot belang binnen de dagelijkse uitvoering zijn slagvaardigheid en wederkerigheid. Adequaat reageren op actie verzoeken, faciliteren waar het kan en hiermee altijd weer nieuwe activiteiten en vrijwilligers aantrekken.

Voor de komende jaren zal het team verder geprofessionaliseerd worden met een fondsenwerver, een office manager en een project verantwoordelijke die de verbinding maakt tussen het onderzoek en dit team.

VRIJWILLIGERSBELEID

Binnen het team van Support Casper geloven we dat vrijwilligers kunnen helpen om onze visie uit te dragen en de doelstellingen van Support Casper te bereiken. We hebben daarom begin 2020 een vrijwilligersbeleid opgesteld. In dit beleid worden de werkzaamheden van de vrijwilligers, de werving, de ondersteunende communicatie- en informatiemiddelen, de beloning, waardering en de persoonlijke begeleiding uiteengezet.

In 2020 willen we ook trainingen gaan aanbieden aan de vrijwilligers. Hierbij kan gedacht worden aan een pitchtraining - om het verhaal van Support Casper op juiste wijze over te kunnen brengen - of een training hoe je zelf een fondsenwervende actie opzet en hierbij gebruikmaakt van de actiepagina op de website.

Naast de functionele informatie die de vrijwilligers nodig hebben om hun taken goed te kunnen uitvoeren, houden we ze op de hoogte via onze website, sociale media, persberichten, het jaarverslag en onze nieuwsbrieven over de voortgang van de activiteiten van Support Casper en van de vorderingen van het onderzoeksteam. Zo zijn ze altijd op de hoogte van de laatste ontwikkelingen. In onze media uitingen zetten we ook onze vrijwilligers in het zonnetje met portretten op social media en de Support Casper website.

Naast persoonlijke aandacht en begeleiding, vormt het waarderen van onze vrijwilligers een belangrijk aandachtspunt. Eens per kwartaal organiseren we een vrijwilligersavond, waarin de vrijwilligers die zelf fondsenwervende acties hebben georganiseerd een cheque met het opgehaalde bedrag kunnen overhandigen aan Prof. dr. Casper van Eijck. Het horen van de acties van de andere vrijwilligers en de verhalen van de patiënten en nabestaanden op deze bijzondere avonden geeft veel waardering voor iedereen die zich belangeloos heeft ingezet. Daarnaast biedt de aanwezigheid van de vrijwilligers veel steun aan de aanwezige patiënten en nabestaanden.

FINANCIEN
BEGROTING 2020

Begroting Stichting Overleven met Alveesklieker 2020	
Kostenpost	Begroting 2020
Personeelskosten (PK)	
salarissen + vakantiegeld	€ 170.000
premies + sociale lasten	€ 30.000
onkostenvergoeding	€ 2.000
uitbesteed werk	€ 1.000
opleidingskosten	€ 5.000
Claire (communicatie medew1)	€ 30.000
Evalien (project medew. 1)	€ 50.000
Projectmedewerker 2	€ 17.500
Danielle (comm. Medew. 2)	€ 20.000
Projectleider Mediacampagne	€ 20.000
Kristel (beleid vrijwilligers)	€ 5.000
Projectleider vrijwilligers	€ 17.500
Totaal	€ 368.000
Huisvestingskosten (HK)	
Huur bedrijfspand (opslag)	€ 2.500
Huur Kantoor	
Kosten auto's	
Leasekosten auto's	€ 13.000
Brandstof	€ 3.300
Kilometervergoedingen	€ 2.500
Onderhoud	€ 1.000
Boetes	
Parkeergeld	€ 1.000
Distributiekosten	
Webshop opslag	€ 3.500
Marketing	
Bureaunkosten	€ 1.200
Marketing materialen	€ 40.000
Website Support Casper	€ 5.000
Website Living With Hope	€ -
Studio A filmproductie	€ 15.000
Sociale media	€ 15.000
Acties	€ 2.000
Advertentiekosten	
Verkoop	
Representatiekosten	€ 2.000
Ov. Verkoop kosten	€ 1.000
Overige Bedrijfskosten	
Adviseurs Accountant	€ 15.000
Adviseurs overig	€ 5.000
Kantoorkosten	
Post	€ 1.000
Telefoon + internet	€ 1.000
Contributies + abonnementen	€ 12.000
Kantoorart. + drukwerk	€ 10.000
Automatiseringskosten	€ 2.000
Verzekering	
Financiële kosten	
Bankkosten	€ 2.000
Overige alg. bedrijfskosten	
Lunches en diners	€ 3.000
Congressen, seminars	€ 500
Incasso	
Algemene kosten	€ 5.000
Diversen	
Onvoorzien	€ 10.000
Totaal	€ 542.500
Dossiers/Projecten	
Kreeftveiling	
The Dutch	€ 10.000
Golfdag	€ 15.000
Business Club	€ 15.000
Overige evenementen	€ 30.000
Productie Mediacampagne	€ 20.000
Overige inkopen	
Totaal	€ 632.500
Inkomsten	
Percentage	€ 3.000.000
	21,10%
Vergoeding Mediacampagne	€ 300.000
Kosten Lustrumgala	€ 200.000
Overige lustrum events	€ 100.000
Totale kosten	€ 1.232.500
Inkomsten actie Mediacampagne	€ 1.000.000
Inkomsten totaal 2020	€ 4.000.000
Percentage	30,80%
Beschikbaar voor onderzoek	€ 2.767.500

BESTEDINGEN 2020

Budget Stichting OAK 2020-2022

	2019	2020
Goedgekeurde en nog goed te keuren projecten		€ 1.100.000
Strati-Vir		€ 450.000
ATMP apotheek		€ 250.000
DSP en Nanostring apparatuur		€ 300.000
Kosten Stichting OAK		€ 632.500
Nieuwe projecten		€ 150.000
		<hr/>
		€ 2.882.500
Kas saldo ING bank per 31-12-2019	€ 4.015.000	
Kas saldo ABN Amro per 31-12-2019	€ 2.004.000	
Verwachte opbrengsten uit activiteiten en donaties		€ 3.000.000
	<hr/>	
Kas saldo einde periode	€ 6.019.000	€ 6.136.500
Percentage van de lasten besteed aan de doelstelling		78%