

# Beleidsplan fondsenwerving HagaVrienden 2013-2015



Opgesteld door: Helene Marcus-Baart, coördinator HagaVrienden  
I.s.m: Hans de Sonnaville, secretaris HagaVrienden

## 1. Inleiding

Ontwikkelingen in de zorg volgen elkaar in rap tempo op. Het aandeel van de zorg in het Bruto Nationaal Product wordt steeds groter. De toenemende individuele zorgvraag, vergrijzing en mogelijkheden die nieuwe technologieën bieden, spelen daarbij een rol. Sinds de invoering van het nieuwe zorgstelsel in 2006 – gebaseerd op gereguleerde marktwerking – stijgen de zorgkosten harder dan daarvoor.<sup>1</sup>

Zonder verder op deze marktwerking in te willen gaan, kan algemeen worden gesteld dat zorginstellingen al jaren te maken hebben met krimpende budgetten en stijgende kosten. Zorginstellingen / ziekenhuizen hebben in toenemende mate behoefte aan een extra geldstroom, al dan niet in natura. We noemen dit 'fondsenwerving'.

Hieronder verstaan we alle activiteiten die het ziekenhuis of aan het ziekenhuis verbonden organisaties ondernemen om extra inkomen, producten of kennis te genereren. Denk hierbij aan donaties van particulieren of bedrijven, aanvragen van subsidies, aanvragen bij fondsen, inzamelingen of samenwerkingen.

Om het werven van fondsen beter op de agenda te zetten en het tot een aparte activiteit te maken heeft HagaZiekenhuis in december 2010 Stichting Vrienden HagaZiekenhuis (hierna te noemen; HagaVrienden) opgericht.

In dit beleidsplan \*) wordt de organisatie HagaVrienden beschreven, aandachtspunten benoemd en richting voor de toekomst uitgewerkt.

Op grond hiervan is het bestuur gekomen tot een twee-peiler strategie voor de toekomst.

Namens het bestuur,

Helene Marcus-Baart, coördinator HagaVrienden  
Den Haag, april 2013

\*) Dit beleidsplan is een beknopte versie van het integraal document als afstudeerscriptie voor H. Marcus van de opleiding Fondsenwerving B

## 2. Organisatie HagaVrienden

Stichting Vrienden HagaZiekenhuis (hierna te noemen HagaVrienden, [www.hagavrienden.nl](http://www.hagavrienden.nl)) werd in december 2009 opgericht.

De stichting kent medio 2013 vijf leden.

De heer H.M. Krans, voorzitter

De heer dr. H. de Sonnaville, secretaris

De heer R.P. van den Dool, penningmeester

De heer H. Verkaart

De heer J. Warmerdam

De dagelijkse leiding van HagaVrienden wordt gevoerd door de coördinator fondsenwerving. Deze coördinator (0,87 fte) heeft zowel taken ten aanzien van HagaVrienden als ten aanzien van de business club van het HagaZiekenhuis, de HagaAmbassade.

De coördinator is in dienst van het HagaZiekenhuis, afdeling communicatie. Ze overlegt met en rapporteert aan de manager communicatie.

De expertise beschikbaar op de afdeling communicatie kan zo nodig worden ingezet.

Medewerker communicatie

Sinds 1 januari 2013 wordt de coördinator ondersteund door een medewerker communicatie voor 8 uur per week. De medewerker ontvangt leiding van de coördinator en voert afgebakende taken uit ten behoeve van de werving.

---

<sup>1</sup> <http://sammytuyll.blogspot.nl/2012/09/zorgen-over-de-zorg.html>

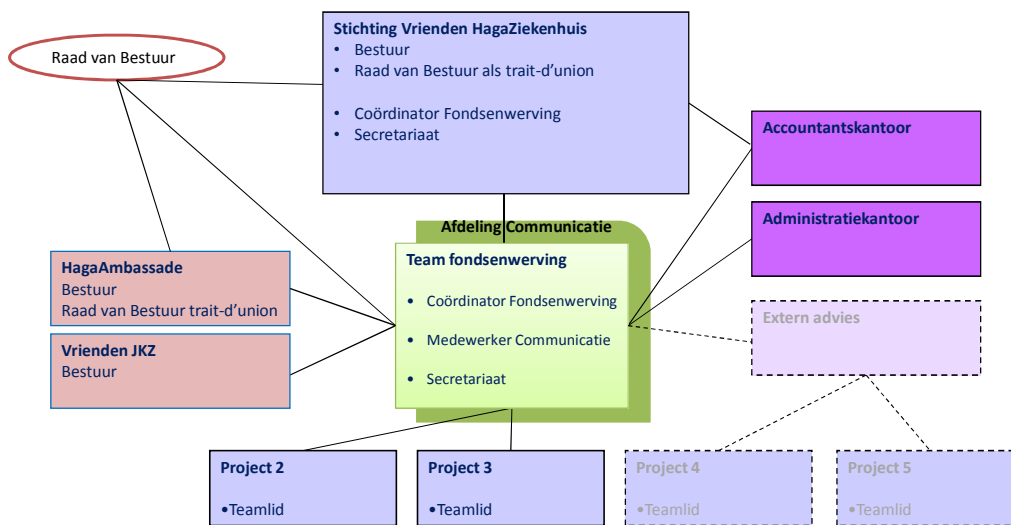
## Secretariaat

Coördinator fondsenwerving kan voor het notuleren van bestuursvergaderingen en hand- en spandiensten gebruik maken van ondersteuning door de management assistente van de afdeling communicatie. Deze inzet bedraagt niet meer dan gemiddeld 2 uur per week.

## Structuur

Stichting Vrienden HagaVrienden is een zelfstandige stichting, met een eigen bestuur. Door middel van de organisatiestructuur is getracht een logische verbinding te maken met het HagaZiekenhuis, zonder dat de onafhankelijkheid van HagaVrienden in gevaar komt.

De organisatie van HagaVrienden is vastgelegd in het document 'Fondsenwerving en sponsoring, Organisatie – Taken & procedures. Dit document is eind 2010 vastgesteld in het directiebestuur. Onderstaande organisatiestructuur maakt onderdeel uit van dit document.



In het document worden taken, verantwoordelijkheden, verhoudingen etc. vastgesteld en beschreven.

Projectaanvragen voor sponsoring worden na goedkeuring door de Raad van Bestuur HagaZiekenhuis, aangeboden aan het bestuur van HagaVrienden. Het bestuur maakt uit aangeboden projectaanvragen een keus op basis van doel en/of haalbaarheid van te werven fondsen.

## Doel en doelgroepen

Het doel van de stichting HagaVrienden kan, samengevat, worden omschreven als:

Het bijdragen aan:

- bevorderen van welzijn en kwaliteit van de patiënten,
- de inrichting en/of instrumentarium van het HagaZiekenhuis
- research ten behoeve van patiëntenzorg / opleidingsfunctie

HagaVrienden werft voor alle patiënten van het ziekenhuis. Het accent ligt op werving voor bijdrage(n) aan voorzieningen ten behoeve van de volwassenenzorg. HagaVrienden richt zich hierbij grotendeels (maar niet uitsluitend) op projecten die bijdragen aan één van de profileringgebieden zoals beschreven in het strategisch beleidsplan 2011-2015 van het HagaZiekenhuis.

Het middel hiertoe is het werven van gelden onder de volgende doelgroepen (niet in volgorde van belangrijkheid).

- medewerkers
- particulieren
- omwonenden / regio

- bedrijven
- fondsen en subsidies

Hierbij wordt gestuurd op bekendheid met de werkzaamheden van HagaVrienden onder deze groepen door zo veel mogelijk publiciteit onder deze groepen. De strategie die daarbij wordt gehanteerd is van 'binnen naar buiten' te werken. Betrokkenen die HagaZiekenhuis en/of HagaVrienden op een positieve manier hebben leren kennen, zullen dit ook uitdragen. Hieraan wordt de voorkeur gegeven boven grootschalige campagnes.

### 3. Aandachtspunten

De belangrijkste aandachtspunten zijn:

1. Goede positionering van de stichting binnen het beleid van het HagaZiekenhuis.
2. Heldere strategie ten aanzien van doelgroepen
3. Het goed in kaart brengen van netwerken
4. Projectaanvragen bij stichtingen inbedden in de begrotingscyclus
5. Klein operationeel team
6. Verbeteren samenwerking met interne projectteams

De werkwijze van de coördinator en bestuur is gericht op het optimaliseren van deze aandachtspunten.

### 4. Richting voor de toekomst; twee-peiler strategie en samenwerking

Het bestuur heeft zichzelf de vraag gesteld wat een 'substantiële' (financiële) bijdrage zou zijn door de stichting aan HagaZiekenhuis. Hierbij gaan zij uit van minimaal 1% van de bedrijfsopbrengst van het HagaZiekenhuis, zijnde €320.000.

HagaVrienden moet gelden uit de markt zien binnen te halen via fondsenwerving.

De stichting is niet de enige instantie binnen het HagaZiekenhuis die dit doet.

- Stichting Vrienden JKZ werft reeds jaren fondsen ten behoeve van het HagaZiekenhuis / JKZ.
- De Stichting HagaAmbassade kent is eerder een platform voor kennisdeling tussen HagaZiekenhuis en ondernemers

HagaVrienden richt zich op twee peilers *en* samenwerking.

#### 1. Donateurwerving

Donateurwerving heeft enkele specifieke kenmerken:

- De werving richt zich op particulieren of het kleinere bedrijfsleven (MKB).
- Het betreft incidentele giften, één- of meermalige donaties, schenkingen of legaten.
- De afzonderlijke bedragen zijn niet hoog en variëren dikwijls tussen €5 en €500, in uitzonderlijke gevallen maximaal €5.000 .
- Zij geven regelmatig voor een specifiek project.
- Het vraagt een relatief grote inspanning van de organisatie om deze gelden te verkrijgen.
- Voorbeelden van acties die hieronder vallen zijn: straatwerving, mailwerving, benaderen van kleine bedrijven voor een bijdrage en giften van individuele patiënten en andere begunstigers.

#### 2. Manifestatiestrategie

Deze strategie onderscheidt zich als volgt.

- Het doel van deze strategie is een groter bedrag (minimaal in beginsel €50.000) ineens te werven.
- HagaVrienden organiseert jaarlijks een evenement met als doel geld in te zamelen voor een specifiek project binnen het HagaZiekenhuis.
- Het grotere bedrijfsleven en andere organisaties in de omgeving van het HagaZiekenhuis worden hiervoor benaderd.

- De aard van de manifestaties kan verschillend zijn. Er kunnen manifestaties georganiseerd worden die meer een ontspanningskarakter hebben (bijv. een diner al of niet gecombineerd met een concert) of een inhoudelijk seminar of congres rondom een bepaald thema.
- Een dergelijke strategie kan worden ontwikkeld samen met Vrienden JKZ, HagaAmbassade en andere organisaties binnen de Haagse regio.

Met een dergelijke strategie heeft het bestuur nog geen ervaring.

## 5. Beoogd financieel resultaat

Op basis van een uitgewerkte benadering van o.a. benoemde particuliere doelgroepen, gaat HagaVrienden uit van een haalbaar resultaat onder verschillende doelgroepen van 2013 tot 2015 dat als volgt wordt weergegeven.

<b>OPBRENGSTEN</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Eigen bijdragen (uit opgebouwd vermogen)	12.000	15.000	20.000
Vermogensfondsen	30.000	50.000	70.000
Sponsors (MKB)	10.000	15.000	25.000
Vrienden	15.000	20.000	25.000
Upgrading	1.000	2.500	5.000
Scheningen	0	2.500	5.000
Acties derden	0	2.500	5.000
Eigen evenement	0	60.000	75.000
Social media	500	750	1.000
Rente op eigen vermogen	7.500	5.000	2.500
<b>Totaal opbrengsten</b>	<b>76.000</b>	<b>173.250</b>	<b>233.500</b>

De kosten zullen worden beperkt tot maximaal 20% van de opbrengsten. Er wordt op gestuurd dit kostenpercentage in de toekomst te laten afnemen.

De opbrengst die gerealiseerd kan worden met een manifestatiestrategie zal afhankelijk zijn van de vorderingen van de samenwerking binnen het bestuur, Raad van Bestuur en besturen van de andere HagaZiekenhuis Stichtingen.

2012 Strategie opgesteld

2013 Strategie uitwerken

2014 Eerste bijeenkomst à €60.000 opbrengst

2015 Tweede bijeenkomst à €75.000 opbrengst

## 6. Conclusie

De ontwikkelingen binnen de zorgsector gecombineerd met de huidige economische situatie maakt het uiterst moeilijk om gelden van particulieren en bedrijfsleven te werven. Fondsenwerving binnen de gezondheidszorg is voor vele instellingen een nieuwe, branchevreemde, activiteit en om die reden regelmatig een lastig thema. Maar behoefte aan extra inkomsten is er zeker. Fondsenwerving binnen het HagaZiekenhuis is een mooie casus die wellicht model staat voor (een deel van) de sector.

De zorginstellingen die het HagaZiekenhuis min of meer omringen, houden zich inmiddels allemaal met fondsenwerving bezig of zijn daarmee gestart. HagaVrienden loopt wat betreft ontwikkeling van donateurwerving op dit moment nog voorop. Dat omliggende zorginstellingen ook starten met fondsenwerving wordt niet direct als een bedreiging. De ziekenhuizen bedienen over het algemeen een verschillend gebied op basis van locatie of ziektebeeld.

Wat betreft fondsenwerving onder bedrijven kan de toename van fondsenwervende activiteiten van omliggende zorginstellingen een grotere rol spelen. Den Haag is een overheidsstad met relatief minder profit organisaties dan in bijvoorbeeld Rotterdam.

Voorwaarde voor met name succesvolle fondsenwerving onder bedrijven, is inbedding van de fondsenwerving in de organisatie van het HagaZiekenhuis. Maar ook goede samenwerking tussen alle partijen; management van de zorginstelling en het bestuur van de vriendenstichting en team fondsenwerving mag als voorwaarde worden gesteld. Een goede verdeling van taken vergroot de slagkracht.

Bij gesteld beoogd resultaat zijn we ervan uitgegaan dat aan deze voorwaarden zal (blijven) worden voldaan.

De strategie voor fondsenwerving ten behoeve van het HagaZiekenhuis is wellicht niet heel ambitieus. We hebben echter te maken met de huidige situatie van de zorgsector, een nieuwe ontwikkeling binnen de zorg en een onbezoldigd bestuur. Dit vraagt op dit moment eerder om een realistisch, dan om een ambitieuze strategie.

De werving ontwikkeld zich echter in een gestage stijgende lijn. Wanneer HagaVrienden koers weet te houden volgens ingezet beleid, staat de organisatie sterk op het moment dat er meer ruimte komt voor een grotere ambitie!