

BELEIDSPLAN VERENIGING HARTSDROMEN.NL



14-2 2012 / 14-2 2014

Door: Denise Maassen, oprichter/voorzitter

Voorwoord

Lieve hartsvrienden en hartsvriendinnen,

De oorsprong van Valentijnsdag gaat volgens de meeste bronnen terug tot in de 3e eeuw na Christus. In Rome leefde toen een priester genaamd Valentinus. Hij stond bekend om de goede daden die hij deed voor zieken, ouderen en armen.

Ook wij zijn ontstaan vanuit de diepe menselijke behoefte om liefde te geven aan de zieke, de hulpeloze, de arme en de vreemdeling, waar nog niet door andere goede doelen voor werd gezorgd.

Vandaar dat wij op 14 februari 2009 zijn naamdag kozen als oprichtingsdag voor de Vereniging Hartsdromen.nl, speciaal voor mensen in hospices, verzorgingscentra en verpleeghuizen.

Om mensen in de terminale levensfase te helpen bij onvervulde levensdromen... ook als ze boven de 18 jaar zijn.

Vanuit de filosofie, dat geld een middel is om dromen te vervullen, nooit een doel op zich. Wat echt nodig is, is het verenigen van vele liefdevolle mensen die vanuit hun hart werken. Geleid door mensen die gewend zijn het maximale uit het leven te halen, met minimale middelen. Wat verder nodig is, volgt dan vanzelf.

Liefde is.... Er zijn wanneer je nodig bent.

En daar willen we al onze mensen vandaag, op onze derde verjaardag, op 14-2-2012, voor bedanken!

Want je hielp ons op jouw manier bij onze missie, om mensen en organisaties met elkaar te verbinden. Het gaat ons niet alleen om het concrete resultaat van een vervulde droom, maar om het creëren van een gevoel van verbondenheid om de dromer heen.

Iedere vervulde hartsdroom laat zien, dat door belangeloos kennis en relaties te delen met anderen, de waarde ervan toeneemt. In levenskracht gemeten...

Sinds een jaar vinden de meeste droomaanmelders ons via de Make-A-Wish Foundation (voorheen: Doe-een Wens-stichting). Zij sturen mensen van boven de 18 jaar met een laatste wens aan ons door. Wij zijn nu hun vervolg.

Na drie jaar is onze hartsdroom dus nog springlevend!

Dankjewel, dromenvervuller ☺ .

Fijne Valentijnsdag. Blijf leven, en blijf met ons dromen...

ONTSTAANSGESCHIEDENIS VAN DE VERENIGING HARTSDROMEN.NL

Na de drie voorgaande jaren zijn we de pioniersfase voorbij en heeft het bestuur besloten een professionaliseringslag te gaan maken. Daarvoor is een nieuwe strategie uitgezet.

Voorheen hielpen we ad hoc: wanneer er door onze doelgroep een beroep op ons werd gedaan werd er voor de juiste mensen en middelen gezorgd. Door onze goede intenties, trouwe vrijwilligers en sponsors en ervaring uit het verleden resulteerde dit in concrete eindresultaten. Enkele mijlpalen:

2009

Bij de oprichting op Valentijnsdag 2009 durfden we er slechts van te dromen... Dat wij eind 2009 al twee succesvolle projecten in verzorgingshuizen, en twee individuele dromen zouden hebben vervuld.

Ook lieten we geen mogelijkheid voorbijgaan, ook buiten Nederland de wereld een klein stukje beter te maken. We deden een beroep op het Millenniumdoelencomité van de Gemeente den Bosch voor zeer arme, analfabete kinderen in Sri Lanka. Zij gaven ons een subsidie om 60 kinderen in Sri Lanka vanaf 1 november 2009 bijlessen te geven, om in twee jaar tijd te leren lezen en schrijven. Door kerstacties op scholen kwamen daar nog 25 kinderen bij. Hun enige kans, op het vinden van een baan... en het vervullen van hun verdere toekomstdromen.

Wij weten intussen wat onze kracht is: **het vermogen om mensen te verenigen, zodat we samen in staat zijn, met weinig middelen vele dromen te vervullen.** Ons middel is oprechte tijd en aandacht: een steeds kostbaarder goed in deze maatschappij.

Veel tijd om nieuwe, betalende leden te werven, had het bestuur dit oprichtingsjaar niet. Dus dit wordt de prioriteit voor 2010: nieuwe leden voor Hartsdromen.nl, die wij de ervaring en begeleiding bieden, om zelf dromen te vervullen.

2010

Om niet alleen regionaal, maar ook landelijk dromen te kunnen (blijven) vervullen, steunen we de oprichting en starten de samenwerking met de nieuwe Stichting dreams4You. In 2010 kreeg deze stichting voor terminaal zieke volwassenen 51 droomaanvragen, waarvan het merendeel kon worden vervuld! Zelf vervulden we enkele individuele dromen, en gaven vooral advies.

Eindconclusie 2010: groots gebleken, door zelf klein te durven blijven. Partner Dreams4you blijkt te snel gegroeid, moet pas op de plaats maken. Daardoor zijn we weer de enige actieve organisatie in NL voor terminaal zieke volwassenen en wordt onze doelstelling voor 2011: succesvolle matches maken met nieuwe hartsdroomvrienden, om onze continuïteit voor onze doelgroep in 2011 te waarborgen.

2011

Hartsdromen.nl viert haar tweejarig bestaan! En legt contacten met de diverse wensambulance-organisaties. Om de 8 weken wordt er een individuele hartsdroom vervuld. Wel wordt besloten, alleen nog dromen binnen NL te vervullen. Daarnaast worden er zakelijke adviseurs in de arm genomen, om een gezonde ambitie voor de toekomst te creëren.

Op de Maatschappelijke Beursvloer van de Gemeente Den Bosch worden er 5 succesvolle matches gemaakt met het lokale bedrijfsleven, voor sponsoring in natura. Doelstelling 2012: de vereniging via een notariële akte formeel vorm gaan geven.

2012

Terugblik: binding huidige donateurs, vrijwilligers en sponsoren door:

- Binding en werven met emotie
- Steeds betere selectie (maatwerk!)
- Geen negatieve berichten
- Persoonlijke benadering (hoe persoonlijker, hoe beter!)
- Transparantie
- Per droom vragen
- Voorkomen afhaken door intensief relatiebeheer

Vooraf de doelstellingen op het gebied van ledenwerving zijn echter niet gehaald de voorgaande jaren. Veel kosten zijn privé betaald door de oprichtster en andere vrijwilligers, aan donaties in natura werd geen maatschappelijke waarde toegekend waardoor er een vertekend beeld ontstaan is van de werkelijke kosten om de organisatie draaiende te houden. Hierdoor komt onze continuïteit in gevaar. Het bestuur besluit dat er een zakelijkere koers nodig is binnen Hartsdromen.nl. Medeoprichtster Josie de Vuijst kan zich hier niet in vinden, en besluit afscheid te nemen. Denise Maassen en Roely Kolmer gaan verder, Rob Pander Maat wordt aangetrokken als nieuwe secretaris.

Uitgangspunt van het hierna volgende beleidsplan om succesvol dromen te blijven vervullen zijn deze 4 kernvragen en deze 4 kernprocessen. Hierin vertalen we onze goede intenties voortaan naar concrete eindresultaten en daaraan gekoppelde activiteiten:

Onze 4 kernvragen:

- I. *Gezonde ambitie:*** Naar welke werkwijze streven wij in 2012-2013?
- II. *Dienstverlening Hartsdromers:*** Wat moeten we in de ogen van onze hartsdromers leveren om ons streven te verwezenlijken?
- III. *Werkwijze binnen de vereniging:*** In welke acties moeten we uitblinken om onze beoogde dienstverlening ook daadwerkelijk waar te kunnen maken?
- IV. *Leer- en groeimogelijkheden:*** Over welke vakbekwaamheid, informatie (technologie) en ontwikkelingsniveau moeten we als vereniging beschikken en hoe dienen we te vernieuwen om te kunnen uitblinken in onze droomacties?

Onze 4 kernprocessen:

- 1. Managen van het goede doel Hartsdromen.nl** (Relevantie en Emotie)
- 2. Fondsenwerving.** Durven vragen: aan de juiste persoon op het juiste moment en op de juiste manier
- 3. Relatiebeheersysteem** (goed vastleggen geefgedrag, optimaliseren droomvervullingsproces)
- 4. Doelbesteding:** verantwoord uitgeven ontvangen gaven

ONZE VIER KERNVRAGEN

I. GEZONDE AMBITIE: Naar welke werkwijze streven wij ?

Belangrijke doelstellingen van de Vereniging Hartsdromen.nl zijn:

1. Continuïteit in het vervullen van dromen
2. Het bieden van vakkundige hulp bij uitvoering van dromen
3. Zorgen voor binding met de vereniging door verbondenheid met zowel dromers als familieleden als sponsors.

We streven ernaar met onze activiteiten bij te dragen aan een vergroting van de kwaliteit van leven van zowel de dromer, als zijn dierbaren. Zodat ook na de vervulling van de levensdroom (de droomdag), de dromer en zijn omgeving nog lang van de impact kunnen nagenieten .

Het is onze verwachting dat de vraag naar droomvervullingen gelijk blijft of stijgt. Daarnaast is de verwachting dat het moeilijker zal worden om fondsen te werven door het afschaffen van subsidies en het teruglopen van gelddonaties vanuit het bedrijfsleven en particulieren.

Dit zal leiden tot meer samenwerking tussen professionele dromen/wensenvervullers, om aan zoveel mogelijk aanvragen van diverse doelgroepen te kunnen voldoen. We verwachten dat de betere samenwerking tussen droomorganisaties leidt tot het kunnen vervullen van meer dromen. Doorsturen en adviseren zal daardoor ook steeds meer tot onze taken gaan behoren. Om de uniekheid en het voortbestaan van de dienstverlening van de Vereniging Hartsdromen.nl niet in gevaar te brengen, zullen we moeten zorgen voor binding met en groei van de vereniging door meer leden te werven.

De doelstellingen op het gebied van continuïteit, hulp bij dromen en het zorgen voor meer binding vormen samen onze 'gezonde ambitie'. Dit betekent dat we pas tevreden zijn als alle drie de doelstellingen begin 2013 zijn bereikt.

II. DIENSTVERLENING HARTSDROMERS:

Wat moeten we in de ogen van onze hartsdromers leveren?

In de dienstverlening naar de hartsdromers staat de vraag centraal wat we in de ogen van onze hartsdromers moeten waarmaken om onze ambitie te kunnen realiseren. De juiste invulling van de beleving die wij onze hartsdromers in het vooruitzicht stellen moet ons een verdedigbare, onderscheidende positie verschaffen ten opzichte van andere organisaties.

We willen ons onder meer onderscheiden door direct te reageren op droomaanmeldingen, door snel een kennismaking te plannen en zo (zeker bij terminaal zieke mensen!) onnodige wachttijden te voorkomen. Wij willen dat dromers ervaren, dat wij ons betrokken voelen en meelevend: **Hulp bij het definiëren van een droom.**

We zijn een organisatie met veel kennis en ervaring op het gebied van het vervullen van dromen en wensen. Ook weten we wat er bij in de goede doelen sector en bij donateurs en sponsors speelt. Deze kennis en ervaring gaan we inzetten om een zo snel mogelijk een droom te vervullen: **Vakkundige hulp bij het vervullen van de droom.** Dat doen we door adviezen en maatregelen af te stemmen op de specifieke situatie van de dromer. En door ons mensgericht op te stellen tijdens gesprekken met de dromer.

Het is onze overtuiging dat persoonlijke aandacht voor de dromer, maar ook door familieleden en vrienden te vragen aan een droom mee te werken, er voor zorgt dat zij ons ervaren als een actieve meedenker. Daarmee doorbreken we de impasse en verslagenheid, waarin de dromer en zijn dierbaren zich bevinden nadat zich realiseren dat hij in zijn laatste levensfase is beland: **Hulp bij het omgaan met een dierbare die door een dodelijke ziekte is getroffen.**

III. WERKWIJZE BINNEN DE VERENIGING: In welke acties moeten we uitblinken om onze beoogde dienstverlening aan de hartsdromers ook daadwerkelijk waar te kunnen maken?

Om onze doelstellingen in onze dienstverlening naar de hartsdromers te realiseren, moeten we intern bepaalde handelingen heel goed uitvoeren. We willen niet alleen dat onze leden, sponsors en klanten het gevoel hebben dat we goede resultaten boeken, maar we willen het ook kunnen onderbouwen. Dit vereist dat we de dromer ook alternatieven aanbieden, als een geplande droomdag niet door kan gaan: **Bieden van alternatieven.**

Een belangrijke factor bij het vervullen van de droom, is de persoon die de droom bij ons aanmeldt. In de praktijk is het zelden de dromer zelf die ons benaderd, maar een familielid, vriend(in) of verpleegkundige. We zijn er van overtuigd dat het niet altijd nodig is om als vereniging als droomvervuller aan de slag te gaan. Vaak is men al begonnen met vervullen en vraagt ons om advies, of om te coördineren in de uitvoering: Verbinding leggen tussen vraag en aanbod.

Om er voor te zorgen, dat er geen verkeerde verwachtingen ontstaan, zorgen we voor duidelijke informatie wat onze dienstverlening wel, maar ook niet inhoudt. Want onze specialisatie geldt op een beperkt aantal terreinen: **Afbakening soort en omvang dromen.**

Het is ons streven om na het kennismakingsgesprek helder en duidelijk antwoord te kunnen geven, op de hulpvraag van de dromer: **Bevestiging gemaakte afspraken.**

Een laatste (levens)droom vervullen wordt nu nog vaak ervaren als iets wat je doet als je uitbehandeld bent. Als je je lot hebt aanvaard. We gaan er voor zorgen dat zowel de dromer als zijn omgeving zich bewust wordt van de mogelijkheden die er nog zijn: dat dromen DOET leven. Waardoor, ondanks het naderende einde, met een glimlach kan worden teruggekeken op het leven. Dit doen we door persoonlijke tijd en aandacht te geven aan de dromer en ons te verdiepen in zijn levensverhaal, om iets verrassends te kunnen vinden: **Op zoek gaan naar persoonlijke extra's**.

Met onze kwalitatieve doelstelling willen we mensen inspireren, hun dromen te gaan leven. Ongeacht of wij de droomvervulling hebben uitgevoerd of onze samenwerkingspartners. Wij vinden het belangrijk dat mensen met een droom, snel bij de juiste organisatie terecht komen die ze kan helpen: **Vergroten van onze bekendheid**.

We hebben gekozen voor een vereniging. Met leden die meedenken over onze werkwijze, en onze toekomst. En om geen verrassingsdromen te vervullen, maar alles in goed overleg met de dromer en zijn omgeving uit te voeren, en na te bespreken: **Betrek familieleden, ook na de droom**.

IV. LEER-EN GROEIMOGELIJKHEDEN: Over welke vakbekwaamheid, informatie (technologie) en ontwikkelingsniveau moeten we als vereniging beschikken en hoe dienen we te vernieuwen om te kunnen uitblinken in onze droomacties?

In ons werk maken we veel gebruik van internet. We vragen er informatie uit op en gebruiken vooral e-mail om bekend te maken welke dromen we hebben vervuld en we hebben een website: **Verbeter informatievoorziening**.

We hebben onszelf een ambitie gesteld voor 2012/2013 en deze willen we ook realiseren. Dit vereist dat we inzicht hebben in waar onze organisatie staat en dit ook duidelijk kunnen maken naar buiten toe. Dit is nu onvoldoende beschikbaar, waardoor we niet direct weten waar we bij moeten sturen: **Continuïteit in informatievoorziening**.

Ook voor onze (bestuurs)leden en vrijwilligers geldt dat ze met name moeten sturen op de kosten en de effectiviteit van droomvervullingen. We willen dat onze leden uit de beschikbare budgetten het best mogelijke 'droomresultaat' halen. Onze leden hebben hiervoor informatie nodig over wat wel of niet gesponsord kan worden: **Vergroot inzicht in bestaand en vergroot netwerk van sponsors/donateurs**.

Wij beschouwen onze vrijwilligers als de spil voor het realiseren van ons succes. We vinden het belangrijk dat mensen zich betrokken voelen bij onze vereniging, en zich er aan willen verbinden: **Vergroten van betrokkenheid en binding**.

Omdat onze vrijwilligers het succes bepalen, moet voor iedereen duidelijk zijn wat de ambitie van onze organisatie is en hoe iedereen daar individueel aan kan bijdragen: **Dromen mee willen maken/ervaren**. Er moet dus aandacht worden besteed aan

het inlevingsvermogen en er zullen concrete afspraken worden gemaakt met alle vrijwilligers over de individuele bijdrage die wordt verwacht.

Wij hebben ervaren dromenvervullers nodig en een netwerk van ondersteunende relaties om ons werk goed en professioneel te kunnen doen. We vragen aan ieder voortdurend te investeren in: **Relatiebeheer**.

Om onze ambitie te kunnen waarmaken is het nodig dat onze bestuursleden ondernemerschap tonen. Ondernemerschap stimuleren is voor ons het maken van heldere afspraken over resultaten, gecombineerd met een minimale set aan kaders. Het betekent ook dat we nieuwe mensen uitnodigen mee te draaien of trainingen te volgen in het vervullen van dromen: **Onderhoud en vergroot professionaliteit dromenvervullers**.

Op hoofdlijnen luidt de hier opgebouwde oorzaak-gevolg redenering:

Hoe beter wij de doelstellingen op het gebied van innovatie, informatie, medewerkers en cultuur weten te realiseren, hoe beter wij in staat zijn dromen te vervullen.

In het volgende hoofdstuk worden de vier kernprocessen beschreven, die hier voor nodig zijn.

Nieuwe beleid vereniging Hartsdromen.nl per 14-2-2012 tot 14-2-2012:

ONZE VIER KERNPROCESSEN!

Bij het succesvol vervullen van dromen gaat het om deze 4 kernprocessen:

- 1. Managen van het goede doel Hartsdromen.nl** (Relevantie en Emotie)
- 2. Fondsenwerving.** Durven vragen: aan de juiste persoon op het juiste moment en op de juiste manier
- 3. Relatiebeheersysteem**(goed vastleggen geefgedrag, optimaliseren dromenvervullingsproces)
- 4. Doelbesteding:** verantwoord uitgeven ontvangen gaven

1. Het bedrijfskundig leiden van het goede doel Hartsdromen.nl

Het bedrijfskundig leiden van Hartsdromen.nl is gebaseerd op 4 punten:

- 1a. Inzicht in onze eigen club**
- 1b. Communiceren vanuit onze kernwaarden en emotie**
- 1c. Werken aan onze bekendheid**
- 1d. Werken aan onze waardering**

1a. INZICHT IN ONZE EIGEN CLUB

• Wie willen we zijn?

Een verenigd netwerk van vrijwilligers, ondersteund door een klein team vrijwilligers/kantoor, dat uit liefde en compassie de dromen vervult van volwassenen, die in hun laatste levensfase zijn terecht gekomen.

• Wie zijn we in de ogen van je publiek?

Idem !

• Matchen die twee?

Tot nu toe JA: alleen maar imagooversterking. Zo niet: onmiddellijke imagoafbraak!
Nu: onbekend en bemind. Toekomstdoel: bekend en bemind!

• Waarom relevant in deze in hoog tempo veranderende samenleving?

8 van de 10 dromen betreft kankerpatiënten: in 2010 was dit doodsoorzaak nr. 1, in 2012 krijgt 1 op de 3 mensen kanker in Nederland

• Hoe zijn we in het hart van het NL-se publiek gekomen?

Door geheel belangeloos te werk te gaan. Gat in de "markt" te vullen.

1b. COMMUNICEREN VAN UIT ONZE KERNWAARDEN EN EMOTIE

• Kernwaarden Hartsdromen.nl?

Vanuit het hart, krachtig, liefdevol, compassie.

• Oeremotie Hartsdromen.nl? Compassie (mee leven, niet mee lijden!)

1c. WERKEN AAN ONZE BEKENDHEID

- Onderscheidend blijven door: ludieke acties van vrijwilligers, die door het leven van hun eigen dromen andermans dromen ook willen vervullen
- Rekening blijven houden met (sociaal) mediagedrag van Nederland!
- Zo min mogelijk irriteren door ongewenste mailings etc.
- Aanbevelingen van sponsors, bekende personen of bedrijven om zo extra vertrouwen te realiseren
- Bij reclame er altijd rekening mee houden, dat mensen dit zien als onecht

1d. WERKEN AAN ONZE WAARDERING

- Eerlijk en open laten zien wat we doen
- De emotie achter Hartsdromen zo dichtbij en concreet mogelijk bij het NL-se publiek brengen

HET MERK HARTDROMEN.NL:

- Hartsdromen.nl is uniek in haar werkwijze; andere organisaties niet vergelijkbaar
- Hartsdromen.nl richt zich op volwassenen in hun laatste levensfase in hospices, zorgcentra of thuis wonend en opereert slecht met 1 andere organisatie (www.dreams4you.nl) op dit afgebakende gebied
- De relatie tussen droomvervuller en dromer is uniek
- Hartsdromen.nl richt zich puur op de dromer zelf
- Kleine organisatie
- Nationaal opererend
- Geld van donateurs komt volledig ten goede aan de dromen: geen duur kantoor en/of salariskosten
- Hartsdromen.nl is niet kapitaalintensief
- Doorzichtige organisatie
- Bereiken van doelen 'gemakkelijk' (geen hopeloosheid); middel is zeer effectief

Hartsdromen.nl heeft dus een unieke Positionering Gevers hebben dit KERNBEELD van Hartsdromen.nl:

- **Dromenvervullers brengen een sprankje hoop in het leven van levensbedreigend zieke volwassenen, als hun leefwereld steeds kleiner wordt.** Als een levensdroom vervuld wordt, is er meer berusting in de (te vroege) dood. Het creëert daarnaast vele **positieve overdrachts effecten:**

- * De leefwereld van de zieke wordt groter
- * Familieleden en vrienden worden uit een vroegtijdig rouwproces gehaald en komen alsnog in actie komen voor hun zieke geliefde
- * een mooie herinnering voor nabestaanden (werkt troostend, verzachtend)
- * Door alle positieve effecten kan het levensverlengend werken

- **Alle associaties, alle waarden, alle gedachten, alle doelen en alle motivaties zijn van dit kernbeeld afgeleid of zijn hierop direct terug te voeren.**

- **Het kernbeeld is 'pure emotie'.**
- **Hartsdromen.nl brengt hoop in een sfeer van hopeloosheid.**

In de essentie van Hartsdromen.nl zit wel een paradox:

NEGATIEVE EMOTIE ROND HARTSDROMEN.NL:

- Ernstig, vaak terminaal zieke volwassenen
- Confrontatie met eigen sterfelijkheid
- Ziekenhuizen, chemokuren, pijn
- Dichtbij: het zou je eigen familielid kunnen zijn
- * *Dromen zijn bedrog!*

POSITIEVE EMOTIE ROND HARTSDROMEN.NL

- Dromenvervullers/ contact
- Lachen / humor
- Liefde / aandacht
- Perspectief /lichtpuntjes
- Concrete belofte
- Authentiek
- * *Dromen komen uit!*

Kracht van deze Paradox

- | | | |
|-----------------------------|-----|------------------------------------|
| • Negatieve emotie | <-> | Positieve emotie |
| • Onopgeleide Vrijwilligers | <-> | Professionele Dromenvervullers |
| • Verdriet | <-> | Blijdschap |
| • Traan | <-> | Lach |
| • Ongezond / ziek | <-> | Dromen=gezond, leidt af van ziekte |

In 2012/2013 gaan we de positieve emotie meer benadrukken door de slagzin:
Blijf leven. Blijf dromen... op al onze communicatiemiddelen te gebruiken.

Kwetsbaarheid van Hartsdromen.nl:

- Te weinig slagkracht door klein ledenaantal
- Te snel groeien
- Te emotioneel betrokken dromenvervullers
- Authenticiteit verliezen
- Gezonde balans verliezen: kwantiteit – kwaliteit – prijs

2. Fondsenwerving

HUIDIG FONDSSENWERVINGSBELEID:

- Durven vragen (van contributie, donaties, sponsoring in natura)
- Aan de juiste persoon
- Op het juiste moment
- Op de juiste manier
- Door de juiste persoon

TERWIJL DE NEDERLANDER:

- Steeds minder open staat ("er zijn zoveel goede doelen")
- Steeds kleinere geefportefeuille heeft

EN ER MEER EN MEER CONCURRENTIE KOMT

- Duizenden professionele fondsenwerfers
- En ze doen allemaal hetzelfde, vissen uit dezelfde vijver
- Iedereen kan namelijk fondsenwerven

Daarom streven wij niet naar een intensievere fondsenwerving, maar naar een intensievere ledenwerving. Daarin kunnen we ons onderscheiden van vele andere goede doelen. Daarnaast zorgen de leden voor de (financiële) continuïteit van onze organisatie, doordat met de contributie de vaste kosten betaald kunnen worden.

3. Relatiebeheersysteem Hartsdromen.nl

- Werven is moeilijker dan behouden
- Goed beheer is meer dan halve werk
- "80% van de inkomsten wordt gegenereerd door 20% van uw ledenbestand" nog steeds een goede formule: mensen die eenmaal een schenking deden, zijn geneigd om nogmaals een schenking te doen.
- Er zijn verschillende soorten gevers
- Hoe meer je weet wie waarop geeft, hoe persoonlijker de communicatie, hoe hoger het succes van het binnenhalen van een donatie
- Hartsdromen.nl is net gestart: nog geen succesformule door ontbreken goed relatiebeheersysteem.

In 2012 zal er met een relatiebeheersysteem gestart gaan worden.

4. Doelbesteding Hartsdromen.nl 2012-2012

Hier gaat het om...

- Ons werk zo goed en zo veel mogelijk laten zien
- Reclame is bedacht, echte emotie verkoopt!
- Indien 1 t/ m 4 goed worden gemanaged is in 5 jaar een enorme groei mogelijk

Nodig voor de toekomst van Hartsdromen.nl op financieel gebied:

GOED, VERANTWOORD EN TRANSPARANT BESTUUR

Een goede bestuurlijke inrichting van een onderneming en de realisering van een goed ondernemerschap, waaronder integer en transparant handelen, goed toezicht en het afleggen van verantwoording over het uitgeoefende toezicht.

Dus het borgen van:

- Discipline
- Integriteit
- Transparantie & verantwoordelijkheid

ER IS BELEIDSTROUW NODIG:

-Het ontwerpen van, borgen van en het nakomen van spelregels.
Zowel op papier (adequaatheid) als in het feitelijke doen en laten (effectiviteit)

In 2012 is daarom een begroting opgesteld, waarin duidelijk de kosten voor beheer zijn opgesteld.

TOEKOMSTTAAK HARTSDROOMBESTUUR: Vaststellen interne spelregels

Met als bouwstenen:

- 1. Duidelijke bevoegdheden*
- 2. Onafhankelijke toezichthouders*
- 3. Relevante ethische code*
- 4. Adequaate risicomangement*
- 5. Effectief interne controle systeem*
- 6. Transparantie met betrekking tot de risico's, financiële rapportage en bestuur*
- 7. Effectieve externe accountantscontrole*

ORGANISATIES MET EEN GOED, VERANTWOORD EN TRANSPARANT BESTUUR:

- ° komen gemakkelijker aan geld voor hun investeringen
- ° blijken beter te presteren
- ° naar goede doelen met een goed bestuur vloeit relatief meer geld

En kenmerkend aan een liefdadigheidsbestuur indien dit NIET goed functioneert:

- afnemende loyaliteit van donateurs en vrijwilligers
- maatschappelijk en sociaal investeren(=ontstaan eigen initiatieven bedrijfsleven)
- nadelige fiscale behandeling van donaties (voorbeeld: Cruyff)
- er wordt meer risico genomen
- gevoeligheid voor schandalen is groter dan in het bedrijfsleven.

Grootste bedreiging goed bestuur: onze kleinschaligheid

Aanbevelingen om dit probleem op te lossen:

- Gedeelde diensten intern/extern (bv. gezamenlijke opzet Droomdatabase met Stichting VEADS, waardoor sneller meer transparantie wordt verkregen)
- Gescheiden houden van fondsen en bestedingen via gespecialiseerde aannemers (geen belangenverstrengeling)
 - samenwerken met andere dromenvervullers zoals wensambulances
- Toetsbare opstelling t.o.v. de maatschappelijke omgeving (verantwoording)
- Meer aandacht voor risicobeheersing, om imago beschadiging te voorkomen.(Transparante Rapportage)

Prioriteit in 2012: een duidelijke begroting, waarin ook de maatschappelijke waarde van sponsoring in natura is opgenomen.

BEGROTING 2012

UITGAVEN	€	INKOMSTEN	€
Telefoon en internet	1000	Contributie leden	300
Bankkosten	150	Losse giften	1500
Kantoorkosten	250	Projectsubsidie	3000
Reiskostenvergoeding	1200	Sponsorloop (4-Daagse)	500
Relatiebeheer/bedankjes	100	Droomsponsoring (in natura,75%)	3000
Totale Droomkosten (10 dromen)	4000		
Nieuwe website bouwen	2000	FINANCIERING NODIG:	7000
Ontwerp+ Drukwerk: 1000 folders	2500		
Kosten Droomproject in verpleeghuis	3000		
Onvoorzien (5-10%)	1000		
TOTAAL UITGAVEN:	15300	TOTAAL INKOMSTEN:	15300

Toelichting begroting:

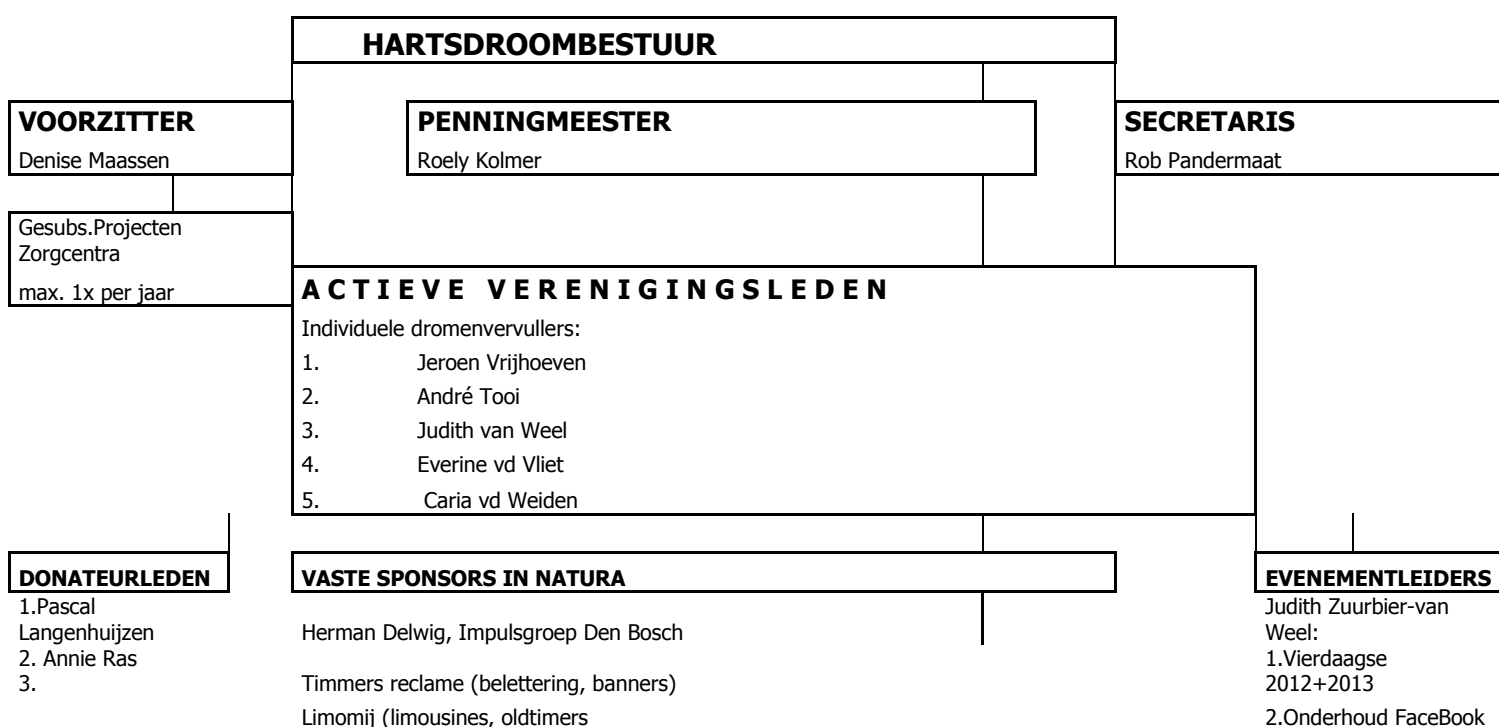
In vergelijking met voorgaande jaren zijn voor het eerst kostenposten opgenomen als reiskostenvergoeding, een begroting van een bedrag per droom en een post onvoorzien. Ook zijn er investeringen nodig in een nieuwe folder en een nieuwe website, om onze doelstellingen te kunnen halen.

CONCLUSIE DOELBESTEDING/FINANCIËN:

Zodra er € 7000 aan extra middelen zijn binnengehaald, is er financiële zekerheid dat we 2012 met een positief banksaldo afsluiten.

De kosten van beheer en administratie blijven < 10 %, wat wij ieder jaar nastreven. Ons bestedingsratio wat altijd rond de 80% lag, zal dit jaar afnemen tot < 60%. Reden: door de éénmalige kosten van een noodzakelijke en een nieuwe website kunnen we niet al onze baten aan onze doelstellingen besteden.

ORGANISATIESCHEMA 2012 VERENIGING HARTSDROMEN.NL



Wat is er nodig om binnen Hartsdromen.nl groei te creëren?

1. Meer leden werven door:

- band met huidige vrijwilligers verstevigen, vragen lid te worden (onder onze voorwaarden -> zie statuten!)
- Nieuwe leden c.q. dromenvervullers voor mond-tot-mond reclame laten zorgen.

2. Meer input vanuit het bestuur:

- Beschikbaar stellen van eigen netwerken!
- Regelmatig waardering uiteten naar vrijwilligers toe

3. Continuïteit op kantoor, door continue inzet onbetaalde krachten

4. Efficiencyverhoging Hartsdroomkantoor

- Relatiebeheersysteem opstarten en onderhoud optimaliseren
- Administratie bijwerken en bijgewerkt houden
- Goede taakverdeling, overdracht, vaste overlegstructuren

Nodig anno 2012:

- Datatypistes voor invoeren+in gebruikname gehele Relatiebeheersysteem
- Procedures vastleggen die helderheid bieden in alle operationele zaken.
- Vereniging notarieel vastleggen om ook in aanmerking te kunnen komen voor erfenissen en legaten.

Prioriteit in 2013:

- ledengroei, zodat de contributie de vaste maand lasten dekt.

Zodat donaties ingezet kunnen worden voor dromen, waarvoor geen ad hoc financiering gevonden kan worden via de omgeving van de dromer.

Tot zover dit beleidsplan. Op de Algemene Ledenvergadering, in het 1^e kwartaal van 2013, zal indien nodig een bijsturing op dit uitgezette beleid toegelicht worden.

EEN NIEUW JAAR LIGT VOOR ONS, MET WENSEN EN DROMEN...

IK WENS HIERBIJ DAT ZE ALLEMAAL UIT MOGEN KOMEN!

Denise Maassen, oprichter en voorzitter

