



MEERJARENBELEIDSPLAN

2018-2020

Stichting meedoen mogelijk maken

Inhoudsopgave

1. Inleiding: fondsen in verandering	pag. 3
2. Meedoen als uitgangspunt voor toekomstig beleid: een nieuwe, aansprekende missie en visie	pag. 5
3. Het fonds in de nieuwe vorm: aanpassingen in de organisatie, strategie en werkwijze	pag. 10
4. Concrete speerpunten voor fondsenwerving 2018 – 2020	pag. 12
5. Toelichting financiën meerjarenplan 2018 – 2020	pag. 15

1. Inleiding: fonds(en) in verandering

1.1 Beleid maken is terugkijken en vooruitzien

De Stichting Meedoen Mogelijk Maken is in verandering. Dat is niet onopgemerkt gebleven. De uitvoering van het meerjarenbeleidsplan 2014-2017 heeft geleid tot versterking van de stichting als geheel. Met een nieuw personeelsbeleid en een structureel nieuwe bezetting van het MT; het stevig neerzetten van de marketing- en communicatiepoot en een nieuw ICT-beleid heeft de Stichting haar organisatie op orde gebracht en kritische succesfactoren versterkt.

De veranderingen die op basis van het lopende beleidsplan werden uitgevoerd hebben de Stichting gezond en paraat gemaakt, maar we zijn klaar voor nog een stap verder. De werelden waarin beide fondsen verkeren is in de loop der jaren sterk veranderd. Het Revalidatiefonds gaat al ruim 60 jaar mee en we zien dat de revalidatiesector in die jaren volwassen is geworden met professionele communicatie- en fondsenwervende afdelingen.

Ook in de wereld van verstandelijk gehandicapten is veel aan verandering onderhevig. Niet alleen in de wetgeving rondom de zorg maar ook het beroep op de mantelzorg is veel groter geworden. Ondertussen willen we graag aan onze donateurs en anderen die onze fondsen steunen, nog beter uitleggen waar en hoe onze steun 'het verschil maakt': welke effecten en impact er worden bereikt door de activiteiten en projecten die wij steunen?

Met veel ambitie en passie zijn wij een jaar geleden gestart met een heroriëntatie van beide labels, op de doelgroepen achter de labels en de toegevoegde waarde die wij als stichting Meedoen Mogelijk Maken aan hen kunnen en willen bieden. Om aan de tijd te zijn en in te kunnen spelen op nieuwe ontwikkelingen vinden wij het belangrijk voor al onze stakeholders een samenhangend en onderscheidend profiel te hebben. Het werken met drie labels hebben wij daarom nog eens goed onder de loep genomen. De tijd is rijp en we zijn er helemaal klaar voor om hierop in te spelen en te komen tot een nieuw scherp profiel.

1.2 Terugblik meerjarenbeleidsplan 2014-2017

Bij de start van het beleidsplan 2014-2017 Naar een inclusieve samenleving was de fusie van het Fonds Verstandelijke Gehandicapten en het Revalidatiefonds nog relatief jong en werd het bouwen aan de nieuwe bestuurlijke Stichting Meedoen Mogelijk Maken organisch en werkenderwijs ingezet. In dat beleidsplan is te lezen hoe beleidskeuzes hieromtrent zijn gemaakt en hoe deze zijn onderbouwd.

Er waren drie pijlers waar het fonds zich in die jaren op richt:

- Pijler 1. Versterken en vergroten bestaande inkomstenbronnen;
- Pijler 2. Aanboren nieuwe inkomstenbronnen;
- Pijler 3. Versterken kritische succesfactoren.

In de afgelopen jaren is de relatie met de buitenwereld versterkt en is de noodzaak voor verandering om een gezonde inkomstenstroom te kunnen blijven genereren uitvoerig onderzocht en aangetoond. Daarnaast zijn er intern noodzakelijke veranderingen doorgevoerd. Zo is de organisatie scherper uitgelijnd, is afscheid genomen van de provinciale commissies en zijn werkwijzen vernieuwd. Tot slot is deze beleidsperiode gebruikt om te verkennen wat van de oude fusiepartners meegenomen moet worden naar de toekomst en wat vraagt om vernieuwing.

1.3 Inzet van een nieuwe koers

Bij het bepalen van de koersaanpassing heeft het fonds haar ambitie om te komen tot een integrale aanpak met een duidelijk enkelvoudig en herkenbaar profiel en één merk verkend, onderbouwd en uitgewerkt. Doelgroep, visie, missie en doelstellingen zijn opnieuw geformuleerd en prioriteiten zijn vastgesteld. In het jaar 2017 is de overgang naar een nieuw profiel, een nieuwe naam en een nieuwe inhoudelijke focus uitgewerkt en ingezet. In het voorliggend beleidsplan zal die koers verder worden doorgezet en zal de vernieuwing integraal worden doorgevoerd.

Het fonds heeft gekozen voor een duidelijk merk dat relevant, herkenbaar en aansprekend is voor zowel doelgroep als samenleving. Vanuit de geactualiseerde visie en missie worden inmiddels alle activiteiten van het fonds onder de loep genomen en worden nu al nieuwe activiteiten geëntameerd. Naast relevantie, aansprekend zijn en herkenbaarheid, is het van belang dat het nieuwe merk spraakmakend is zodat er een gezonde basis voor de drie activiteiten van het fonds ontstaat: werving, besteding en communicatie.



2. Meedoen als uitgangspunt voor beleid: een nieuwe, aansprekende missie en visie

2.1 Missie van het nieuwe fonds

Mensen met een beperking en hun naasten sterker maken om volwaardig mee te kunnen doen.

De maatschappij vraagt (onder de vlag van 'participatie' en 'zelfredzaamheid') steeds meer van mensen, dat ze zichzelf, waar mogelijk, zo goed mogelijk redden. Bovendien vragen mensen (als kritische zorgconsument of als zelfbewuste burger) ook steeds meer ruimte om dienstverlening of zorg aan hun wensen aan te passen – men wil zelf ook meer regie over het eigen leven of de eigen zorg, en minder afhankelijkheid en gebrek aan maatwerk. Juist als je een beperking hebt, kan het zeer lastig zijn om goed mee te komen in deze ontwikkeling.



De afhankelijkheid van mensen om je heen, van zorginstaties, van apparatuur en van regelgeving, maakt het – bovenop de beperking die je hebt – moeilijk om 'het script van je eigen leven op te stellen' en dat script te bewaken. Om je eigen leven zo goed mogelijk te kunnen bepalen, juist als je een beperking hebt, heb je extra kennis en vaardigheden nodig, extra lef en doorzettingsvermogen en extra steun van de mensen om je heen. Bovendien moet je de sociale en maatschappelijke obstakels zien te slechten die je beperking met zich mee kan brengen.

Onze missie hebben we daarom als volgt geformuleerd:

Wij willen mensen met een beperking en hun naasten sterker maken om volwaardig mee te

kunnen doen.

2.2 Doelgroep van het nieuwe fonds

Mensen met een lichamelijke en/of verstandelijke beperking en hun naasten

Het vaststellen van de doelgroep van het nieuwe fonds voert terug naar de oorspronkelijke fondsen: FVG voor mensen met een verstandelijke beperking en Revalidatiefonds voor mensen met een lichamelijke beperking. Het behouden van de doelgroepen behorende tot beide fondsen: verstandelijk beperkt én fysieke beperking is het vertrekpunt voor de nieuwe koers. In deze nieuwe koers zullen we ook meer focussen op het sociale systeem om de mens met de beperking heen. In onze visie kunnen we de mens met een beperking niet los zien van diens sociale systeem.

Het nieuwe fonds wil er zijn voor:

- Mensen met een verstandelijke beperking – met daarbij aparte aandacht voor mensen met een licht verstandelijke beperking
- Mensen met een lichamelijke beperking: motorisch (bijvoorbeeld door een dwarslaesie), zintuiglijk (auditief, visueel) en cognitief (bijvoorbeeld NAH of autisme-spectrum).
- Mensen met (ernstige) meervoudige beperking (EMB).
- Naasten/sociaal systeem om degene met de beperking heen: ouders, partner, gezin, andere nauw betrokkenen. In de verkenning komt naar voren dat het sociale systeem (ouders, partner, gezin,

of andere nauw betrokkenen) rond de persoon essentieel is. Gaat het goed met dat sociale systeem, dan heeft dat een positief effect op de persoon die de beperking heeft. We maken daarbij geen afbakening tot een specifieke leeftijdsgroep of andere uitsnede. De verscheidenheid aan handicaps waar Stichting Meedoen mogelijk maken zich al voor inzetten via FVG en RF, zetten we voort onder het nieuwe fonds.

Onze doelgroepen hebben een flinke verscheidenheid, zelfs ook binnen dezelfde doelgroep, lichamelijk of verstandelijk, maar kennen ook de nodige overlap en overeenkomsten:

- de verschillende doelgroepen lopen tegen vergelijkbare vraagstukken en maatschappelijke ontwikkelingen aan;
- voor het gevend publiek is het combineren van de verschillende doelgroepen binnen één fonds niet onlogisch;
- projecten en interventies kunnen relevant zijn voor meerdere doelgroepen; het fonds wil doelgroep overstijgende activiteiten kunnen initiëren;
- de doelgroepen zoeken zelf het fonds op vanuit een eigen vraag, of voelen zich al of niet aangesproken vanuit een thema;
- er meerdere organisaties zijn die in één merk meerdere handicaps combineren en daar succesvol in zijn.

Deze overeenkomsten hebben we als vertrekpunt gekozen voor het zoeken naar een nieuwe focus voor één gezamenlijk fonds voor al onze doelgroepen.



2.3 Visie

Bij het realiseren van onze missie hanteren we twee essentiële uitgangspunten:

1. Heft in eigen handen

Een beperking brengt afhankelijkheid met zich mee. Afhankelijkheid van zorg, van hulpmiddelen, van mensen om je heen. We vinden het belangrijk dat mensen die een beperking hebben, zo goed mogelijk 'het script van hun eigen leven kunnen bepalen', ook wanneer hun handicap ze in meer of mindere mate afhankelijk maakt van anderen.

Heft in eigen handen gaat over het tegengaan van machteloosheid, afhankelijkheid, aangeleerde hulpeloosheid & onzekerheid. Heft in eigen handen betekent (individuele) mensen sterker maken en in hun kracht zetten. Heft in eigen handen gaat om het verwerven van kennis, inzichten en vaardigheden waarmee het zelfvertrouwen toeneemt en deelname aan de samenleving wordt bevorderd.

Heft in eigen handen heeft ook een mentale dimensie. Dan gaat om het vertrouwen hebben dat je zelf je leven zo goed mogelijk kunt inrichten en het vertrouwen dat je tegenslag kunt opvangen. Dus ook het zelf kunnen bepalen wat je met je leven wilt (autonomie); om zelfstandigheid en eigen regie, en een stem te krijgen. Heft in eigen handen sluit aan bij verschillende maatschappelijke ontwikkelingen zoals: zelfregie en zelfredzaamheid en de cliënt centraal.

Het heft in eigen handen nemen is niet alleen een zaak van het individu met de beperking maar ook hun naasten: als sociaal systeem kunnen zij ook de noodzaak voelen om meer het heft in eigen handen te nemen.

Ook kan het heft in eigen handen een collectieve dimensie krijgen, bijvoorbeeld in de vorm van lotgenotencontact of activiteiten van patiëntenverenigingen.



2. Eerlijke kansen

Daadwerkelijk meedoen wordt daarnaast bepaald door de kansen die je krijgt in je omgeving. Soms in nabije en zeer directe zin: je naasten, je vrienden, de buurt waarin je woont kan bijdragen aan eerlijke kansen. Soms in grotere sociaal-maatschappelijke structuren, zoals in beeldvorming, uitsluiting, wet- en regelgeving. Die kansen hoeven niet per sé 'gelijk' te zijn: het kan zijn dat iemand, vanwege zijn of haar beperking, juist méér kansen geboden moet worden. Daarom spreken we hier van 'eerlijke' kansen. Ons nieuwe fonds wil bijdragen aan meer eerlijke kansen voor mensen met een beperking.

2.4 Focus op urgente en actuele probleemgebieden

Vanuit bovengenoemde visie wil het fonds zich scherp richten op actuele en urgente probleemgebieden waarin meedoen tot uitdrukking komt. We vragen ons daarbij af: wat maakt dat mensen met een handicap niet volwaardig mee kunnen doen in onze maatschappij? Welke urgente problemen maken dat mensen met een handicap moeite hebben om het heft in eigen handen te nemen? Op welke terreinen ligt er een dringende noodzaak om harder te werken aan eerlijke kansen voor mensen met een handicap?

Een aantal focuspunten gaat in ieder geval onze aandacht krijgen:

1. Verminderen van eenzaamheid

Uit onderzoek, gesprekken met stakeholders en uit ervaringen blijkt, dat veel mensen met een beperking zich in vergelijking met mensen zonder beperking, vaker en ernstiger eenzaam voelen. 62% van de mensen met een beperking voelt zich soms of vaak eenzaam, tegenover 39% van de algemene bevolking, stelde de Gezondheidsmonitor van GGD'en, CBS en RIVM in 2012 vast. De NIVEL-participatiemonitor vond in 2015 andere totalen maar een vergelijkbare verhoudingen: 48% van de mensen met een lichamelijke beperking en 35% van de mensen met een verstandelijke beperking voelt zich matig tot ernstig eenzaam. Tegenover 11% van de algemene bevolking.

Eenzaamheid is per definitie niet prettig en kan daarbij een waaier aan negatieve gevolgen hebben op andere levensterreinen. Eenzaamheid is per definitie: niet meedoen – daarom wil ons nieuwe fonds zich sterk maken voor het doorbreken van eenzaamheid bij mensen met een handicap. Voor het doorbreken van eenzaamheid is het nodig om sociale netwerken te versterken, onafhankelijkheid te vergroten en de regie zelf (terug) te krijgen. Hulpbronnen moeten snel en makkelijk bereikbaar zijn wanneer je eenzaam bent. Bovenal moet de negatieve spiraal doorbroken worden die eigen is aan eenzaamheid, en moeten sociale en maatschappelijke taboes aangekaart worden.

2. Overbelasting van naasten

Dit gaat om de kwetsbare gezinnen en/of de ouders, partner, gezinsleden of andere intimi die zich intensief inzetten voor iemand met een beperking. Zij vervullen een essentiële en onmisbare rol. Naasten lopen een verhoogd risico om overbelast te raken. Als het niet goed gaat met hen, zal het ook niet goed gaan met degene die van hun zorg afhankelijk is. Een goede ondersteuning van naasten draagt bij aan de kwaliteit van leven van degene met een beperking.

Het stimuleren van erkenning voor de rol van naasten en het mobiliseren van steun aan het sociale systeem rondom de persoon met de beperking, is daarmee van essentiële meerwaarde. Het kunnen leren van mensen in vergelijkbare situaties en het vinden van tips, steun en bemoediging via het delen van ervaringen, is voor ons fonds een belangrijk aangrijppunt. Speciale aandachtspunt zal er zijn om aan naasten de kans te bieden om weer op kracht te kunnen komen en/of te kunnen blijven (respijtzorg) bij het bieden van hun langdurige, niet aflatende zorg.



3. Vergroten van zelfstandigheid en toegankelijkheid

Het bepalen van de focuspunten bij onze nieuwe koers is nog in volle gang. Op het moment van opstellen van dit meerjarenbeleidsplan onderzoeken we nog de mogelijkheden en noodzaak voor een focus op (een) probleemgebied(en) rond maatschappelijke toegankelijkheid en beeldvorming, en een focus op zelfstandigheid en het toerusten van mensen met een handicap om zo goed mogelijk de eigen regie te kunnen voeren. Beide focuspunten sluiten nauw aan bij de kernelementen van onze missie: heft in eigen handen en eerlijke kansen. Deze focuspunten worden in de loop van 2018 uitgekristalliseerd en krijgen in de tweede helft van 2018 hun definitieve vorm, mede in relatie tot de andere focuspunten 'verminderen eenzaamheid' en 'overbelasting van naasten'.

Vanuit de missie gericht op volwaardig meedoen, zien we eenzaamheid, overbelasting van naasten, beperkte zelfstandigheid resp. ontoegankelijkheid als belangrijke obstakels om dat doel te bereiken. We gaan samenhangend werken aan het versterken van de doelgroep en het stimuleren van eerlijke kansen bij deze problemen. Daarbij willen we overtuigend kunnen laten zien waar onze steun 'het verschil maakt' en op aansprekende en wervende wijze onze achterban overtuigen om (op wat voor manier dan ook) bij te dragen en mee te doen aan het bereiken van de programmadoelen.

2.5 Focuspunten aanpakken in effect- en impact gestuurde programma, met samenhang tussen bestedingen en fondsenwerving

De focuspunten worden ingevuld als een programma. Zo'n programma omvat een aantal elementen:

- Een doelstelling die gekwantificeerd en aansprekend verwoord kan worden. Achter de doelstelling zit een 'theory of change' en een logisch model, waarin indicatoren meegenomen worden om niet alleen het aantal mensen vast te stellen dat baat heeft gehad bij onze steun, maar ook (via output en outcome) wat het effect c.q. de impact is geweest voor deze mensen.
- We gaan binnen een programma samenwerken met een aantal toonaangevende en betrouwbare organisaties, in de vorm van 'partnerships'. Daar ontwikkelen we inzicht in de 'werkbare bestanddelen' en de meest effectieve aanpak voor het centrale probleem, gedifferentieerd naar doelgroepen. We willen daarbij een substantieel deel van de begroting financieren, zodat we de projecten en activiteiten als 'van ons' kunnen monitoren en profileren.
- Daarnaast houden we (naast de 3 programmalijnen) de mogelijkheid open voor losse aanvragen, via de weg die we nu kennen (reactief, maar kan ook proactief opgepakt worden). Dit soort losse aanvragen hebben betrekking op een bijzondere doelgroep of aanpak, die niet in de programma opgenomen kan worden (om wat voor afweging dan ook) maar wel kan bijdragen aan het programma-doel. Het kan gaan om grote, landelijk relevante projecten, of om kleinschalige activiteiten.

Programma's vormen onze manier om effect- en impact gestuurd te gaan werken. Impact gestuurd werken is niet een kwestie van een simpele effectmeting toevoegen aan je werkwijze. Het bepalen van impact start bij het formuleren van een heldere missie, een verandertheorie ('theory of change') en het bepalen van indicatoren die op een vanzelfsprekende en veelzeggende manier samenhangen met missie en veranderingstheorie.

Impact gestuurd werken vraagt ook om een langere en intensievere relatie met de projecten die we steunen. Bij aanvang zoeken we met de aanvrager naar de 'werkzame bestanddelen' van het project om vanaf een nulmeting de effecten en impact te kunnen vaststellen. Impact willen weten betekent ook over een langere periode na afloop van een project, nog zicht houden op de impact ervan. Impact gestuurd werken betekent ook dat we ons instrumentarium willen kunnen uitbreiden: van sec het instrument 'projectfinanciering' naar andere instrumenten die bijdragen aan de missie. Op dit moment zoeken we naar goede voorbeelden, methodieken en best practices. We zullen in de loop van dit meerjarenbeleidsplan werkenderwijs, meer methoden ontwikkelen en implementeren in onze projectbestedingsaanpak.

Het structureren van onze activiteiten in programmavorm zal zorgen voor een betere integratie van onze bestedingen en onze fondsenwerving en communicatie. Het publiek en (potentiële) donateurs worden kritischer en verlangen enerzijds een aansprekende missie en anderzijds aansprekende resultaten. De relatie tussen Projectbestedingen en Fondsenwerving binnen onze organisatie zal daarom nog sterker verweven moeten worden. Impact gestuurd werken biedt kansen om veel meer samenhang te brengen tussen bestedingen en werving. We kunnen ons consequenter en eenduidiger profileren aan de hand van programma's in de impact van programma's, we kunnen campagnes beter aan laten sluiten op onze bestedingen en vice versa.

3. Het fonds in de nieuwe vorm: organisatie, strategie en werkwijze

3.1 Inleiding: randvoorwaarden

In het voorgaande hebben we vanuit en heroriëntatie op de doelgroep, missie en visie vastgesteld dat meedoen het vertrekpunt is voor de activiteiten van het fonds. We hebben vanuit de verkenning in elk geval twee en in ontwikkeling een derde, samenhangende thema's benoemd die de koers van het fonds aangeven.

Naast doelgroep, visie en missie kent het fonds duidelijke randvoorwaarden waarmee de kaders worden gesteld wat wel en wat niet thuishoort in de activiteiten van het fonds. Het fonds heeft de volgende randvoorwaarden:

- Nuttig, uitlegbaar en aanwijsbaar
De bestedingen van het fonds zijn nuttig en uitlegbaar. Bij een besteding moet het directe nut voor individuele leden uit de doelgroep uit te leggen en aan te wijzen zijn. We steunen activiteiten en ontwikkelingen die, aansluitend op onze missie en doel, aantoonbaar effect en impact hebben voor onze doelgroep. Als het directe nut uitlegbaar en aantoonbaar is, kunnen we (potentiele) donateurs en het publiek beter laten zien waarom we doen wat we doen.
- Het verschil maken
We willen via onze steun zaken van de grond krijgen die anders niet of nauwelijks gerealiseerd zouden worden. Onze steun zorgt qua aard en qua omvang dat ons fonds daadwerkelijk kan claimen dat onze steun onmisbaar is.
- Zichtbaar in de samenleving
Het fonds manifesteert zich in de samenleving met haar missie en doel en aansprekende voorbeeldprojecten. Enerzijds vanuit inhoudelijke overwegingen: publieke aandacht kan bijdragen aan het creëren van eerlijke kansen in de maatschappij. Anderzijds om het fonds te profileren en fondsen te werven.

3.2 Passende bestedingen voor de toekomst

Vanuit het voorgaande kunnen we de aanpassingen in het bestedingenbeleid afleiden. Deze aanpassingen betreffen zowel de inhoud als de werkwijze:

- Visie en doelstelling centraal bij projectbestedingen, clusteren in plaats van versnipperen: samenhang creëren in de projectbestedingen door programmatisch te gaan werken, waarbij we projecten geclusterd en in samenhang met elkaar gaan beoordelen. Dat gaat versnippering tegen en werkt herkenbaarheid in de hand (ook voor potentiële aanvragers). Bovendien creëert het meer zicht op missende of kansrijke mogelijkheden in het veld, waar we actief mee aan de slag kunnen (in plaats van reactief afwachten).
- Effect en impact centraal, beoordelen en sturen op daadwerkelijke oplossingen voor onze doelgroep: veranderingsmodellen en logische modellen opstellen over wat op welke wijze bijdraagt aan oplossingen voor de problemen die we willen aanpakken. Overkoepelende 'theory of change' en actieve monitoring van effect en impact van projecten geven ons handvatten om te (over)zien wat projecten echt betekenen voor onze doelgroep. Zo kunnen we proactief gaan beoordelen en sturen op effect en impact, in plaats van passief en achteraf inschatten of het voorgenomen projectresultaat binnen budget gerealiseerd is.
- Samenwerken als solidaire partner bij gedeelde doelstellingen: we gaan pro-actief op zoek naar organisaties die onze doelstellingen met ons delen en met wie we samen oplossingen kunnen realiseren voor onze doelgroepen. We gaan intensievere en innoverende partnerrelaties aan. Minder losse projecten, meer partnerships. Uiteraard houden de veldpartijen daarbij de rol van uitvoerder en het fonds de rol van financier.
- Grotere bijdragen om echt het verschil te maken: het missie- en impact gestuurd werken binnen langer lopende samenwerking geeft mogelijkheden om verhoudingsgewijs grotere financiële bijdragen te leveren aan de begrotingen van de diverse activiteiten of projecten. Omdat we meer zicht hebben op doel en impact en samenwerken met organisaties die we goed kennen, bouwen we vertrouwen op dat ons geld goed besteed is. Met grote financiële bijdragen kunnen we meer 'het verschil maken'. Bovendien kunnen we dan ook meer claimen dat we het verschil maken, wat vanuit het oogpunt van fondsenwerving en communicatie relevant kan zijn.



N.B. Het balkje bedekt het nieuwe merk 'onder constructie'

3.3 Organisatiestructuur stichting

Een duidelijke samenhang tussen de afdelingen Projectbestedingen, Fondsenwerving en Communicatie is binnen de nieuwe werkwijze zeer wenselijk. De afgelopen jaren heeft de samenwerking tussen Projectbestedingen en Fondsenwerving & Communicatie al veel meer vorm en inhoud gekregen. De projectaanvragen stemmen Projectbestedingen, Communicatie en Fondsenwerving altijd met elkaar af. De komende jaren zullen we de organisatie structuur nog eens grondig wijzigen door meer met integrale teams te gaan werken. Dat wil zeggen, mensen van alle disciplines werken vanaf de start van een programma samen op inhoud, inkomsten en communicatie. In 2018 zullen we die samenwerking vormgeven in gemengde programmateams. In 2019 zullen we hier een definitieve vorm voor presenteren.

3.4 Huidige bestedingen in relatie tot de toekomst

Bij beide fondsen richten veel projecten op het gebied van meedoen mogelijk maken zich ook op het versterken van het eigen netwerk. Projecten op het gebied van vakantie, revalidatietechnieken ontwikkelen en patiëntenvoorlichting hebben vaak een aanzienlijke 'heft in eigen handen'-component.

Fonds Verstandelijk Gehandicapten

Voor het FVG is de inschatting dat veel onderwerpen ook binnen het nieuwe beleid zullen passen. Alleen de projecten die momenteel binnen 'werk' en 'toegankelijkheid' vallen, zullen in veel gevallen niet meer passen. Verder zullen binnen de meest omvangrijke onderwerpen qua financiering; 'theater' en 'wonen' scherp gekeken worden per project of de doelstelling bijdraagt aan onze missie. De kleinschalige projecten maken op dit moment ongeveer een derde deel uit van de uitgaven voor het FVG. Voor deze projecten maken wij ook binnen het nieuwe beleid ruimte.

Revalidatiefonds

Bij het Revalidatiefonds worden de nodige projecten gesteund die een focus hebben op 'een zo zelfstandig mogelijk leven'. Dergelijke projecten kunnen wat betreft hun doelstelling aansluiten bij het nieuwe centrale uitgangspunt 'het heft in eigen handen' kunnen nemen en bij 'eerlijke kansen' krijgen.

Het Revalidatiefonds steunt daarnaast veel wetenschappelijke onderzoeken naar effectiviteit van (vernieuwende) revalidatiemethoden en -technieken. We gaan veel kritischer bekijken of we

dergelijke aanvragen nog zullen honoreren: deels omdat de revalidatiesector zelf de financiële middelen zou moeten reserveren om hun eigen effectiviteit vast te stellen; deels omdat we directer steun aan de onze doelgroepen willen bieden dan via de weg van langlopende onderzoekstrajecten.

3.5 Toekomstige werving donateurs

Wij hebben de overtuiging dat we als één merk effectiever zullen zijn in het binden en boeien van mensen. Door samen te gaan zijn wij in staat om onszelf te positioneren als dé autoriteit voor mensen met een handicap. Samen zijn we groter, sterker en zichtbaarder, en kunnen we beter aantonen waar we het verschil maken.

4. Concrete speerpunten voor fondsenwerving 2018 – 2020

De transitie naar een nieuw merk met een nieuwe positionering vraagt om een aanpak die gericht is op verandering en opbouw. Met name in de particuliere fondsenwerving zal er een nieuwe aanpak nodig zijn, die vooral gericht is op het opbouwen van een beweging of community van betrokken burgers. Door met name te investeren in de community / fanbase rondom het nieuwe merk gaan we bouwen aan vele nieuwe contacten die we mettertijd kunnen verleiden tot een donatie of gift. Op deze manier kunnen we groei realiseren in de inkomsten vanuit particuliere donateurs én we creëren waarde voor een grote groep mensen. Ook de collecte gaan we fundamenteel veranderen. Door de omvorming van de klassieke collecte naar landelijke campagneweek verwachten we de dalende trend bij de collecte om te zetten in een groei. Om meer waarde te bieden voor particulieren en bedrijven, gaan we in samenwerking met zakelijke partners diensten en producten voor (zorg)consumenten introduceren, al dan niet gekoppeld aan het donateurschap.

Hieronder lichten we een aantal speerpunten toe voor de komende drie jaar.

Relevantie neemt toe

Wij zijn straks het enige fonds dat opkomt voor **alle** mensen met een handicap, ongeacht leeftijd (oudere, kind), soort beperking (verstandelijk, lichamelijk, meervoudig) of interessegebied (bijv. sport). Daardoor neemt onze relevantie toe. Rond onze speerpunten verzamelen we kennis en inzichten over interventies 'die het verschil maken' en daarover kunnen we als spreekbuis fungeren voor relevante deskundigen, uitvoerders en mensen met een beperking zélf. We zullen effectiever zijn in het werven en behouden van donateurs en zakelijke partners binnen de doelgroepen zelf (en hun directe omgeving).

Van financier naar platform en beweging

Het klassieke donateursmodel (structurele donatie voor het leven) is steeds minder aan de orde voor jongere doelgroepen (<50 jaar). Aansluiten bij de behoefte van deze leeftijdsgroepen is noodzakelijk om in de toekomst ook voldoende inkomsten te hebben en draagvlak in de maatschappij. Het betekent dat mensen meer "involved" zullen gaan zijn, en een actieve rol hebben in het bereiken van onze doelen, bijvoorbeeld door hen te helpen om project of actie te starten. En wij vragen vervolgens weer mensen om zich hierbij aan te sluiten en deze initiatieven financieel te steunen. Deze community- en crowdfundingachtige benadering is essentieel om in de toekomst voldoende steun te hebben. Wij willen daarnaast meer gaan investeren in de relatie met particulieren. Dat doen we omdat wij de overtuiging hebben dat wij daarmee aan een behoefte voldoen: veel mensen met een handicap, en hun naasten, zoeken steun en richting in het vormgeven van hun leven met een handicap. Wij hebben de ambitie om dé organisatie voor mensen met een handicap te zijn. Dat betekent dat we activiteiten gaan ontwikkelen waarmee we mensen gaan informeren, boeien en met hen de dialoog aangaan.

Collecte

De inkomsten uit de collecte dalen als sinds lange tijd. Het zorgvuldig opgebouwde landelijke vrijwilligersnetwerk, dat het organiseren van de collecteweek ondersteunt, is de laatste jaren steeds moeilijker te onderhouden, onder andere door vergrijzing van de doelgroep. De bereidheid van het publiek om via deze anonieme manier te doneren is echter nog steeds groot. We moeten daar echter beter gebruik van gaan maken. De komende jaren gaan we de collecte op geheel nieuwe leest schoeien. We gaan deze omvormen naar een landelijke campagneperiode, waarbij de collectebussen weliswaar nog steeds de ruggengraat vormen, maar waarbij particulieren, organisaties, verenigingen en bedrijven op allerlei manieren met acties kunnen aanhaken. Dat betekent wel dat we deze campagne anders zullen gaan aansturen: meer vanuit het landelijke bureau, met een team van specialisten, ingebed in de totale wervingsstrategie van de organisatie en met een intensiever en moderner contact met onze collectanten. Intensieve samenwerking met andere collecterende goede doelen, zoals Fonds gehandicaptensport, biedt daarin kansen.

Zakelijk

Er liggen kansen in zakelijke partnerships. Veel bedrijven streven naast zakelijke ook maatschappelijke doelen na en dragen op hun manier bij aan onze missie: het volwaardig meedoen van mensen met een handicap. Wij geloven dat we middels deze partnerships in staat zijn om ons doel dichterbij te brengen, en ook te zorgen voor nieuwe vormen van financiering van onze projecten. In 2018 starten we met het opzetten en uitwerken van een zakelijk programma. Vanaf eind 2018 gaan we dit uitvoeren. Ook de samenwerking met private vermogensfondsen zal geïntensiveerd worden. Ook voor deze partners geldt dat we dank zij de samenwerking het realiseren van ons doel dichterbij kunnen brengen én projecten kunnen voorzien van financiering. Hierbij geldt dat onze nieuwe werkwijze, waarin we meer regie voeren op eigen programma's met eigen projecten, de mogelijkheden voor samenwerking met fondsen vergroot.

5. Toelichting Financiën Meerjarenplan 2018 – 2020

De introductie van een nieuw merk zorgt in het eerste jaar voor een forse toename van de lasten en een bescheiden stijging van de baten. In 2018 hebben we een negatief saldo van ruim 1 mln, in 2019 houden we rekening met een verlies van 0,4 mln en 2020 is er een bescheiden plus. In onderstaande tabel een overzicht van de baten en lasten van de drie jaren.

(bedragen x € 1.000)

Jaar	2018	2019	2020
Baten	5.500	6.090	6.635
Lasten	6.503	6.498	6.615
Resultaat	-1.003	-408	20

In het eerste jaar van deze cyclus ligt het accent vooral op communicatie en investeren in een versterking van de afdeling fondsenwerving. In de latere jaren verwachten we een evenwichtiger beeld.

In de cijfermatige bijlage wordt een cijfermatige opstelling per categorie gepresenteerd.

a) Baten

Het vervangen van twee merken door één merk zorgt in eerste instantie voor een terugval van de collecte inkomsten en donaties. We verwachten dat deze terugval beperkt is doordat de overgang naar één merk zorgvuldig wordt begeleid en we de gegevens hebben van een grote groep donateurs (ca. 200.000) die om onbekende reden zijn afgehakt.

De toename van inkomsten vindt vooral plaats bij evenementen, vermogensfondsen en new business (denk aan baten van het bedrijfsleven). De afdeling fondsenwerving wordt begin 2018 versterkt en gaat zich vooral richten op vermogensfondsen, bedrijfsleven en nalatenschappen. Doordat de collecte organisatie is afgesplitst krijgen MT-leden meer tijd en aandacht voor deze baten categorieën.

b) Lasten

In 2018 wordt het nieuwe merk in de markt gezet. De jaren daarna nemen de communicatiekosten af maar nemen de project toekenningen toe. In dit meerjarenbeleidsplan 2018 – 2020 blijven de lasten schommelen tussen 6,5 mln en afgerond 6,6 mln.