

Jaarverslag

2024

Stichting Nationaal Huidfonds



Goed in je vel!

Stichting Nationaal Huidfonds

Koepelplein 1^E
2031 WL Haarlem
secretariaat@huidfonds.nl
www.huidfonds.nl

KvK: 41184634
IBAN: NL02 RABO 0107 3808 6



Voorwoord

De support die we ontvangen voelt als een warme omhelzing

Vorig jaar kon ik hier verheugd melden dat we dankzij een subsidie van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) grote stappen konden gaan maken op het gebied van huidkankerpreventie. We zetten in op een landelijke campagne, doelgroepgerichte interventies, lesprogramma's en het Zonvenant, ons initiatief om huidkankerpreventie in beleid te borgen.

Dit jaar kan ik trots melden dat onze initiatieven en interventies breed worden omarmd en hoog worden gewaardeerd. Organisaties denken actief mee, werken met ons samen en helpen ons doel te bereiken: *de generatie van nu beschermen tegen huidkanker later.*

De beweging die we voor ogen hadden gaat veel sneller dan we hadden durven dromen. Het Zonvenant gaat van 1 deelnemer in december 2023 naar maar liefst 130 deelnemers eind 2024! Indrukwekkende partijen sluiten zich één voor één aan, van GGD-en tot KNVB, en van school tot bedrijf met buitenwerkers. Een voor ons enigszins onverwachte groep sluit zich ook *en masse* aan: ziekenhuizen. De reden? *"Wij zien het aantal mensen met huidkanker enorm toenemen in onze behandelkamers, wij weten hoe urgent het is.", aldus het Antoni van Leeuwenhoekziekenhuis.*

Het Zonvenant voorziet duidelijk in een behoefte. Organisaties realiseren zich dat huidkankerpreventie *nu* noodzakelijk is. Niet alleen om veel persoonlijk leed te voorkomen – in 2024 zijn er 965 mensen aan huidkanker overleden en waren er 79.404 nieuwe diagnoses huidkanker - maar ook vanwege de toenemende druk op zorgpersoneel en -kosten.

Bovendien biedt het Zonvenant handelingsperspectief: een kennisbasis en middelen waarmee we allen dezelfde boodschap uitdragen om zonneilig spelen, sporten en werken vanzelfsprekend te maken. Door mee te doen aan onze landelijke campagne hoeven organisaties niet zelf het wiel uit te vinden, en dat scheelt veel tijd en menskracht. Het is dus een win-win. Gedragsverandering is een langdurig proces en we zijn pas net begonnen. Maar 2024 was echt een vliegende start!

Huidkanker is een van de onderwerpen waar we ons mee bezig houden. We zijn er echter voor alle huidaandoeningen. We zijn trots om te melden is dat we in 2024 zijn toegetreden tot het kernteam van het Nationaal Constitutioneel Eczeem Project (NCEP). Met hen zetten we ons in voor de verspreiding van eenduidig informatie voor mensen met eczeem.

Ook zijn we vanaf nu onderdeel van de Samenwerkende Gezondheidsfondsen (SGF). Dit is een vereniging van (nu) 23 grote gezondheidsfondsen die samen werken aan overstijgende problematiek en gezamenlijke doelen, waaronder de Gezonde Generatie.

Het laat zien hoe we graag werken: samen met actieve (kennis)partners, op basis van consensus over de boodschap en met partijen die enthousiast zijn over onze missie en daaraan willen bijdragen: *huidaandoeningen verminderen en het leven met een huidaandoening verbeteren.*

Hartelijke groet,

Marijne Landman - Directeur-bestuurder

Stichting Nationaal Huidfonds

In Nederland hebben ruim 1,2 miljoen mensen een huidaandoening. Soms van tijdelijke aard, meestal chronisch. Er kan sprake zijn van jeuk of pijn, maar ook van schaamte omdat deze huid 'anders' is.

Onze visie

De huid heeft grote impact op hoe je je voelt en hoe je wordt gezien. Veel mensen lijden onder hun huidaandoening. Het Nationaal Huidfonds zet zich vol passie in om huidaandoeningen te verminderen en het leven met een huidaandoening te verbeteren.

Onze missie

Wij willen waar mogelijk huidaandoeningen voorkomen, de beste zorg voor mensen met een huidaandoening mede mogelijk maken en de hoogst mogelijke maatschappelijke acceptatie van huid die 'anders' is bereiken.

Onze pijlers:

- ♥ de preventie van huidaandoeningen (**voorlichting en preventie**)
- ♥ het (doen) verbeteren van de zorg aan mensen met huidaandoeningen (**zorginnovatie**)
- ♥ het (doen) bevorderen van acceptatie van huidaandoeningen (**kwaliteit van leven**)

Kamer van Koophandel

Het Nationaal Huidfonds is ingeschreven onder nummer 41184634.

Onze ambities

Het Nationaal Huidfonds is een snelgroeiend, relevant fonds dat samenwerkt met een diversiteit aan partijen om huidaandoeningen te voorkomen, huidzorg te verbeteren en acceptatie van de huid die 'anders' is te vergroten.

Focus op huidkanker: impact op de lange termijn

Vanuit de inhoudelijke kennisconsortia op het gebied van huidkankerpreventie is er een behoefte gesignaleerd voor een sterk fonds op dit onderwerp. Het Nationaal Huidfonds pakt deze handschoen op en heeft, in samenwerking met deze kennisconsortia, een visie ontwikkeld om het aantal gevallen van huidkanker op termijn te verminderen en de maatschappij uiteindelijk zorgkosten te besparen.

In 2023 heeft het Ministerie van VWS het Nationaal Huidfonds de verantwoordelijkheid gegeven voor de meerjarige campagne huidkankerpreventie. Deze subsidie zorgt ervoor dat het Nationaal Huidfonds de middelen heeft om haar visie op huidkankerpreventie gedurende drie jaren (2023 – 2025) uit te voeren.

Drie jaar is niet voldoende voor het bereiken van duurzame gedragsverandering op het gebied van UV-bescherming. Onze ambitie is om te groeien als huidkankerpreventiefonds en steeds meer organisaties achter onze missie te scharen.

Niet alleen huidkanker!

Naast huidkankerpreventie richt het Nationaal Huidfonds zich ook op onderwerpen die door haar partners relevant worden geacht en die vallen binnen de doelstellingen van het Nationaal Huidfonds.

Eenzijds laten we ons leiden door de behoefte van onze inhoudelijke partner Nederlandse Vereniging voor Dermatologie en Venereologie (NVDV). Als de dermatologen een onderwerp relevant vinden, en wij impact kunnen maken, dan bekijken we of we hieraan kunnen bijdragen. Zo zijn we in 2024 nauw betrokken geraakt bij het Nationaal Constitutioneel Eczeem Project (NCEP) dat zich inzet voor het op één lijn krijgen van zorgprofessionals en het eenduidig informeren van patiënten met eczeem; en zijn we het project Smeerinstructies aan het door ontwikkelen.

Anderzijds initiëren we als Huidfonds ook eigen projecten, of zetten we deze door. Zo hebben we in 2024 Skin@TheMarket/ Huid@DeMarkt opgezet voor de EADV.

Alleen als het zinnig is!

Als goed doel ben je afhankelijk van giften, schenkingen en – in het geval van onze huidkankerpreventie – subsidies. Je moet je altijd bewust zijn dat je met gegeven geld handelt. En daar moet je zuinig op zijn. Dit betekent concreet dat we soms pas op de plaats doen omdat er, bijvoorbeeld, eerst onderzoek of

intervention mapping¹ nodig is om zeker te weten dat een project zinvol is en impact heeft. We streven ernaar om geen dingen dubbel te doen, en om samenwerking te zoeken als dat synergie en efficiëntie zal genereren. We zullen projecten continu blijven afwegen op impact en doelgerichtheid.

Het Nationaal Huidfonds: een betrouwbare, actieve, betrokken samenwerkingspartner

We nodigen patiëntenverenigingen graag uit om relevante projecten samen op te pakken. Waar mogelijk kan het Nationaal Huidfonds een fondsenwervende rol op zich nemen om de patiëntenvereniging te ondersteunen.

Ook staan we open voor samenwerking met industrie, mits dat onafhankelijk kan gebeuren. Het kan zijn dat er vanuit een bedrijf een behoefte is gesignaleerd, die erkend wordt door dermatologen/ behandelaars/ patiënten. Als dit bijdraagt aan onze missie, verkennen we mogelijkheden tot samenwerking op dit gebied. Betrouwbaarheid, transparantie en neutraliteit staan hierbij altijd voorop.

Onze ambitie is om onze werkwijze – zoals die zich bij huidkankerpreventie en het NCEP heeft bewezen – breder toe te passen: als onderdeel van kennisconsortia met een duidelijke gezamenlijke visie.

Samenwerking staat hierbij centraal. Dat is ook de reden dat het Nationaal Huidfonds zich in 2024 heeft aangesloten bij de Samenwerkende Gezondheidsfondsen (SGF) dat nu uit 23 gezondheidsfondsen bestaat.

Meerjarenbeleid

De uitgangspunten voor het meerjarenbeleid zijn gericht op verdere groei van de organisatie. Hierbij gaat het om het verbinden met relevante partners, het samenwerken aan concrete projecten die bijdragen aan onze missie, en het bevorderen van betrokkenheid van gevers.

Transparantie, betrouwbaarheid en flexibiliteit zijn de basis van het Nationaal Huidfonds. Betrouwbaarheid betreft enerzijds het nakomen van afspraken, en anderzijds het vertrouwen dat onze informatievoorziening up-to-date is en in lijn met de meest recente wetenschappelijke inzichten. Voor dit laatste zijn de nauwe banden met onze inhoudelijke partner De Nederlandse Vereniging voor Dermatologie en Venereologie (NVDV) en andere kennisconsortia zeer waardevol.

Uitgangspunten

- ♥ Door focus op huidkankerpreventie wordt het imago van het Nationaal Huidfonds versterkt.
- ♥ Het Nationaal Huidfonds beperkt zich niet tot huidkanker. Eczeem, psoriasis en andere huidaandoeningen blijven tot het werkdomein van het Nationaal Huidfonds behoren.
- ♥ Relevantie is terug te zien in de keuzes van projecten en onderwerpen.

¹ Intervention mapping is een gestructureerde werkwijze om tot een onderbouwde interventiekeuze te komen

- ♥ Door samenwerking met relevante partners verbreden we ons bereik.
- ♥ Het Nationaal Huidfonds richt zich niet op individuele hulpverlening.
- ♥ Het Nationaal Huidfonds zal waar dit relevant is projectmatig samenwerken met en verwijzen naar patiëntenverenigingen.
- ♥ Inhoudelijke doelstellingen staan centraal en worden, waar mogelijk, verbonden aan fondsenwerving om onze impact ook op lange termijn te kunnen blijven realiseren.

Randvoorwaarden

- ♥ Het Nationaal Huidfonds hanteert randvoorwaarden voor het meerjarenbeleid:
- ♥ De vorm van de organisatie wijzigt voortdurend in overeenstemming met de taken en ambities.
- ♥ De Nederlandse Vereniging voor Dermatologie en Venereologie (NVDV) fungeert als kennispartner van het Nationaal Huidfonds.
- ♥ Het percentage kosten eigen fondsenwerving ligt onder de 20% (huidig percentage <1%)
- ♥ Het Nationaal Huidfonds voldoet aan alle richtlijnen van erkenningsregelingen voor goede doelen.

Doelrealisatie

Onze projecten en inspanningen dienen onze missie: huidaandoeningen verminderen en het leven met een huidaandoening verbeteren. Het is belangrijk om te evalueren of dit effectief verloopt.

Communicatie als motor van gedragsverandering

Voor het Nationaal Huidfonds is communicatie geen bijzaak, maar een essentieel instrument om bewustwording te vergroten en gedrag duurzaam te beïnvloeden. Binnen campagnes zoals 'Luister naar je huid', de Zonnetjesweek, het Zonvenant en het onderwijsprogramma ZonSlim, zetten we strategische communicatie in om kennis, houding en gedrag rond huidgezondheid te veranderen.

We maken daarbij gebruik van een mix aan middelen: van landelijke televisie- en onlinecampagnes tot social influencers, educatieve animaties en lesmateriaal. Ook zetten we PR-momenten en nieuwswaardige activiteiten in om de zichtbaarheid te vergroten en draagvlak te bouwen.

Deze communicatiestrategie wordt onderbouwd met effectmetingen (zoals de Zonmonitor) en afgestemd met inhoudelijke experts, zodat we steeds effectiever kunnen inspelen op kennishiaten, belemmeringen en gedragsdynamiek. Zo vormt communicatie een stevige pijler onder onze ambitie om structurele gedragsverandering te realiseren.

2024 was een goed jaar voor het Nationaal Huidfonds

We zijn benaderd om te participeren in projecten, zoals het NCEP en ontwikkelden concepten zoals Skin@TheMarket voor het EADV-congres in Amsterdam. Lopende projecten werden succesvol gecontinueerd. Smeerinstructies maakt de overgang van pilot naar project en groeit hard qua zichtbaarheid. Er zijn ook weer prachtige filmpjes opgenomen voor ons project Huidhelden; mensen die hun verhaal over de impact van hun huidaandoening delen.

De grootste stappen zijn genomen op het gebied van huidkankerpreventie. De Zonnetjesweek is met 25% meer participerende organisaties enorm gegroeid. Onze landelijke campagne 'Luister naar je huid' kreeg lovende reacties van inhoudelijke experts en werd zelfs genomineerd voor een Ster Gouden Loeki. 2024 was ook het jaar dat we in maart het nieuwe onderwijsprogramma ZonSlim lanceerden dat in juni al door 18% van de basisscholen werd ingezet. Maar het meest trots zijn we op de lancering van het Zonvenant, een snelgroeiend netwerk van organisaties dat er letterlijk voor tekent om zich de komende jaren samen met ons hard te maken voor huidkankerpreventie.

Het aantal partners groeit, zowel financieel als 'in kind'

Het Nationaal Huidfonds heeft algemeen partners (organisaties die onze missie steunen) en projectpartners (die een specifiek project financieel ondersteunen). Op dit moment zijn er 7 algemeen partners en 14 projectpartners. Bijzonder is de samenwerking met het Zilveren Kruis, dat naast bedrijfspartner het Huidfonds vroeg om ook kennispartner te worden in hun campagne 'Shotjes op de kaart', waarbij horecagelegenheden shotjes zonnebrandcrème aanboden op de terrassen.

Naast deze partijen die ons financieel steunen, zijn er een groot aantal organisaties die onze missie steunen. Via het Zonvenant wordt dit het meest zichtbaar. De eerste handtekening werd gezet in februari 2024 door GGD Kennemerland. De KNVB was de eerste sportbond; VieCuri het eerste ziekenhuis, al snel gevolgd door het Antoni van Leeuwenhoek. Natuurlijk konden NVDV en patiëntenvereniging HUKAs niet ontbreken, en ook de branchevereniging van huidtherapeuten (NVH) sloot snel aan. Het gaat snel. Eind 2024 zijn er 130 handtekeningen gezet; een geschat gezamenlijk bereik van ruim 2 miljoen mensen. Samen creëren we beweging!

Wat loopt niet conform meerjarenplan 2023 – 2025?

Uiteraard zijn er verschillen in voorspelde inkomsten en uitgaven maar het netto verschil is slechts 1000 euro. We hebben meer kunnen uitgeven aan doelbestedingen. De inkomsten zijn hoger en de organisatiekosten zijn lager dan beoogd. We hebben meer kunnen uitgeven aan de doelstelling 'de acceptatie van de huid die anders is' en er is uiteindelijk iets minder uitgegeven op de pijler 'zorg'. Ook is er meer besteed aan de pijler 'voorlichting en preventie'. De uitgaven aan doelstelling zijn in totaal 172.166 euro hoger dan van tevoren voorspeld. Dit is een positief resultaat.

Beoogde vs gerealiseerde percentages doelbesteding, beheer en administratie en fondsenwerving

In 2024 hebben we meer aan onze doelbestedingen uitgegeven dan beoogd. Onze kosten fondsenwerving zijn nog geen 1% en ook onze beheer en administratiekosten zijn erg laag (5,5%). Dit betekent dat 91,64%

van onze inkomsten naar onze doelstellingen gaat.

Belangrijkste risico's en onzekerheden

Beperkt aantal structurele donateurs

Een van de grote uitdagingen van het Nationaal Huidfonds is het creëren van een stabiele stroom van inkomsten om te kunnen blijven werken aan onze missie, met name qua zakelijke giften en particuliere donaties. De zakelijke werving is steeds op projectbasis en derhalve geen structurele bron van inkomsten. In de afgelopen jaren is er weinig geïnvesteerd in het werven en behouden van donateurs. In de komende jaren zal donateurswerving en – behoud meer aandacht moeten krijgen.

Dankzij de landelijke campagne Voorkom Huidkanker en het daaruit voortvloeiende Zonvenant wordt de naamsbekendheid van het Nationaal Huidfonds onder het algemene publiek vergroot. Dit zal bijdragen aan donateurswerving. In 2024 plukt het Nationaal Huidfonds daar nog niet de vruchten van.

Projecten

Pijler: het voorkomen van huidaandoeningen

#VoorkomHuidkanker!

Huidkanker is de meest voorkomende en snelst toenemende kankersoort in Nederland. Op dit moment hebben bijna een half miljoen mensen huidkanker en in 2024 kregen bijna 80.000 mensen de diagnose huidkanker. 1 op de 5 Nederlanders krijgt te maken met huidkanker, en dat gaat naar 1 op de 4. De verwachting is dat in 2032 er 100.000 mensen de diagnose krijgen.

Voor veel mensen is huidkanker een chronische ziekte. Helaas zijn er ook agressieve vormen, waarvan melanoom de meest dodelijke is. In 2024 kregen 8.803 mensen de diagnose melanoom en stierven er bijna 800 mensen aan. Bijna 200 mensen stierven aan andere vormen van huidkanker.

Huidkanker is in veel gevallen te voorkomen, maar dan moet er wel een grote stap gemaakt worden. Men moet van jongs af aan anders met de zon omgaan en men moet het idee loslaten dat een zongebruinde huid een teken van gezondheid is. Er is dus een cultuurverandering nodig en deze start met bewustwording. In dit kader is er een aantal projecten uitgevoerd.

De Zonnetjesweek (RIVM-erkende interventie)

Op jonge leeftijd onbeschermd in de zon vergroot het risico op huidkanker later. Daarom organiseert het Nationaal Huidfonds sinds 2018 – met een pauze tijdens de corona-jaren - de Zonnetjesweek. Tijdens deze voorlichtingsweek voor kinderdagverblijven, peuterspeelzalen en gastouders leren kinderen van 0 tot 4 jaar, hun ouders/verzorgers en pedagogisch medewerkers op een positieve manier over veilig spelen in de zon.

Lesmateriaal

Inhoudelijk zijn er wijzigingen doorgevoerd. O.a. is het advies voor 'weren' aangepast naar aanleiding van overleg van het Zonkracht Actieplatform. Dit was: blijf binnen tussen 11:00 en 15:00 uur en is nu tussen 12:00 en 15:00 uur. Bovendien hebben we de term zonkracht vaker terug laten komen.

In 2024 is het lesmateriaal geoptimaliseerd in samenwerking met ambassadeurs van de Gezonde Kinderopvang en zijn nieuwe illustraties verwerkt. We organiseerden twee inhoudelijke panelsessies. Deze panels bestonden uit een diverse groep van pedagogen, locatiemanagers en kinderbegeleiders. Hun betrokkenheid zorgde voor inhoudelijk sterker, beter aansluitend materiaal voor peuters én hun begeleiders. Tijdens de eerste sessie beoordeelden zij het oude lesmateriaal. In de tweede sessie bekeken ze de vernieuwde versie waarin hun feedback al was verwerkt.

Winactie

Om het aantal aanmeldingen te verhogen is er een winactie op poten gezet: kinderopvanglocaties konden een jaar lang gratis zonnebrandcrème van Nivea Sun voor hun kinderopvang winnen. Hiervoor is een prachtig filmpje ontwikkeld door Studio Guru. Deze is te bekijken via de QR-code.

PR-moment bij de Beste Opvanglocatie Van Het Jaar

Om de Zonnetjesweek in het nieuws te brengen organiseerden we de Zonnetjesweek Dag op een voorbeeldlocatie: Gro-Up in Den Haag, vorig jaar bekroond tot 'Beste opvanglocatie van het jaar'. Deze activatie gaf de campagne een extra boost in zichtbaarheid én betrokkenheid. Op deze locatie deelden we 250 goodiebags uit aan ouders; organiseerden we vrolijke Zonnetjesweek-activiteiten met de kinderen en was een huidtherapeut aanwezig voor persoonlijk advies over zonbescherming, inclusief Q&A-sessie met ouders en begeleiders.

Resultaat

Onze ambitie was wederom 25% groei. Om dit voor elkaar te krijgen is er een prachtige campagnevideo gemaakt. Daarnaast is e-mail en social media ingezet. Waar in 2023 2.473 locaties zijn bereikt, waren dat er in 2024 3.125 locaties, en daarmee 153.120 kinderen (116.000 in 2023) en 267.960 ouders (203.000 in 2023). De evaluatie onder participerende kinderopvang leverde een dikke 8 op. Daar doen we het voor!



“We doen vanaf het begin mee met de Zonnetjesweek. Elk jaar merk ik weer hoeveel effect het heeft. Kinderen worden op een speelse manier bewuster van zonbescherming, en ouders nemen die boodschap mee naar huis. Het lesmateriaal sluit goed aan bij onze praktijk en de vrolijke insteek maakt het een feestje om mee aan de slag te gaan.”

Renate Aarts. KINDEROPVANG
PETITO'S

RIVM en programma Gezonde Kinderopvang

Het Nationaal Huidfonds is een van partners van de Gezonde Kinderopvang. Het Nationaal Huidfonds heeft een verdiepende module over zonbescherming voor de online scholing 'Een Gezonde Start' van het landelijke programma Gezonde Kinderopvang ontwikkeld. Met de verdiepende module kunnen pedagogisch medewerkers kennis opdoen over de zon en zonbescherming en beleid ontwikkelen om te implementeren in hun eigen kinderopvang. Jaarlijks wordt deze module door ons geüpdatet, zo ook in 2024.

Campagne huidkankerpreventie van Ministerie van VWS

Het rapport 'Huidkanker in Nederland - cijfers uit 30 jaar Nederlandse Kankerregistratie' (IKNL, oktober 2019) bevestigt de al jaren toegenomen en ook de komende jaren nog verder toenemende aantallen huidkankerpatiënten in Nederland. Deze leggen een grote druk op de houdbaarheid (bemensbaarheid en betaalbaarheid) en daarmee ook op de kwaliteit van de huidkankerzorg van nu én morgen. Het rapport roept dan ook op tot een nationaal 'plan van aanpak' tegen huidkanker.

Hierop heeft de Stuurgroep Huidkankerzorg Nederland een Nationaal Actieplan Huidkanker (april 2021) opgezet en aangeboden aan politiek Den Haag. Dit actieplan is positief ontvangen. Het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS), ook daartoe aangezet door de kamerbreed aangenomen Motie-Dierts, heeft hierop besloten tot een voorlichtingscampagne over huidkanker. Eind april 2023 is hiervoor een subsidie aan het Nationaal Huidfonds toegekend.

Doelen Huidkankerpreventiecampagne 2023-2025

Het doel van de huidkankerpreventie campagne van het ministerie van VWS is het terugdringen van de prevalentie van huidkanker. Hiervoor is gedragsverandering noodzakelijk.

Het ministerie van VWS formuleert de volgende 'key performance indicators' (KPI's):

- ♥ Een 45% toename in kennis van veilig zongedrag na 3 jaar campagne
- ♥ Een 15% toename in veilig zongedrag na 3 jaar campagne
- ♥ Een 5% afname van het aantal zonverbrandingen na 3 jaar campagne

Deze KPI's zijn aangescherpt op basis van de 0-meting die is uitgevoerd door het Nationaal Huidfonds in samenwerking met Motivaction en de Universiteit van Maastricht.

In 2024 zijn de volgende projecten onder de noemer Voorkom Huidkanker uitgevoerd:

- ♥ Onderzoek: Voor- en nameting (Zonmonitor)
- ♥ Interventionmapping door de Universiteit van Maastricht
- ♥ Landelijke multimediale campagne
- ♥ Interventies voor specifieke doelgroepen: festivalgangers, wintersporters en winterzonzoekers en buitenwerkers
- ♥ Educatie: Lancering lesprogramma ZonSlim, start Nieuwsbegrip en Feit, Fabel of Fake?
- ♥ Versterken bestaande interventies: Zonvenant

Onderzoek: Voor- en nameting 2024 (Zonmonitor)

Meten is weten. Na de 0-meting in 2023 hebben we in 2024 een voor- en nameting uitgevoerd. Deze effectmetingen zijn uitgevoerd door Motivaction en de analyses zijn gedaan door Yara Sievers van de Universiteit van Maastricht, onder begeleiding van de Francine Schneider (onderzoeker Universiteit van Maastricht) en het Nationaal Huidfonds.

Conclusies:

Op basaal niveau – ‘te veel zon kan ongezond zijn’ – is de nodige kennis aanwezig, maar bij de verschillende doelgroepen, onderwerpen en bij doorvragen worden duidelijke hiaten in kennis zichtbaar.

Ook zien we dat kennis nog niet altijd leidt tot het gewenste gedrag. De meeste risico's op zonverbranding loopt men bij gewone dagelijkse bezigheden. Als belangrijkste reden om zich tijdens deze activiteiten niet tegen de zon te beschermen wordt door ruim de helft van de ondervraagden genoemd 'gewoonweg niet aan gedacht'.

Ook kennis over de zonkracht, met name kennis over de kracht van de zon op de verschillende momenten in het jaar en op de dag, ontbreekt. Campagnematig inzetten op zonbescherming vanaf zonkracht 3 of hoger als onderdeel van de dagelijkse routine biedt kansen.

Er is gekozen om ons te focussen op deze kennishiaten:

- ♥ De zon is in het voorjaar minstens net zo krachtig als in de zomer (55% weet dit)
- ♥ Temperatuur speelt geen rol bij zonkracht (54% weet dit)
- ♥ Betekenis van zonnebrandcrème met een hogere zonbeschermingsfactor (SPF) (40% weet dit)
- ♥ UV-werende kleding als goede bescherming tegen de zon (70% weet dit)
- ♥ Minimaal 30 minuten voordat je de zon in gaat insmeren (64% weet dit)

Interventionmapping:

In 2024 heeft de Universiteit van Maastricht gewerkt doelgroep-specifieke (campagne/interventie) advisering door middel van het gebruik van de Intervention Mapping benadering (<https://interventionmapping.com/>). Bij de ontwikkeling van doelgroep-specifieke (campagne/interventie) advisering werd gewerkt volgens de Intervention Mapping benadering:

- ♥ Planmatig en systematisch: van probleemanalyse naar oplossingsrichting en evaluatie hiervan;
- ♥ Gebruikmakend van theorie en empirie;
- ♥ Op een participatieve wijze (in nauwe samenwerking met de doelgroep en relevante stakeholders en experts);
- ♥ Met een ecologisch perspectief, waarbij de focus lag op individueel gedrag en op de omgeving waarin dit gedrag plaatsheeft.

Er werd gewerkt aan adviezen voor twee risicogroepen, met het doel om inzicht te krijgen in hun perspectieven en behoeften, zodat passende oplossingen kunnen worden ontwikkeld die stimuleren tot meer bewustwording, veiliger zongedrag en minder zonverbranding. De volgende groepen werden in 2024 geprioriteerd:

- ♥ Middelbare scholieren: van februari tot juli is onderzoek gedaan naar effectieve interventies voor jongeren in de leeftijdscategorie 12-18 jaar, bestaande uit een literatuurstudie, kwalitatieve interviews met jongeren zelf en een vragenlijst. Dit resulteerde in een onderbouwd advies met een focus op campagnes, educatie en omgevingsinterventies.
- ♥ Buitenwerkers: van oktober 2024 tot maart 2025 is onderzoek uitgevoerd naar zonbeschermingsgedrag en houdingen van buitenwerkers. In 2024 lag de focus op werving en voorbereiding; interviews en rapportage volgden in 2025.

De opgedane kennis biedt belangrijke inzichten voor huidkankerpreventie en vormt de basis voor vervolgonderzoek met nieuwe metingen en doelgroepen in 2025.

Landelijke multimediale campagne: Luister naar je huid: weren, kleren, smeren



We hebben in 2024 samengewerkt aan deze landelijke campagne met reclamebureau Make Some Noise en



mediabureau Zigt. De leden van de klankbordgroep van het project, samengesteld uit vertegenwoordigers van

het Zonkracht Actieplatform en de Stuurgroep Huidkankerzorg Nederland, zijn aangesloten waar dit relevant of nodig was.

Beschrijving

De campagne bestaat uit een touch en tell-fase. De spot bestaat uit de drie doelgroepen waarin je ziet hoe de huid reageert op de zon. De huid roept bijna letterlijk om beschermingsmaatregelen. Als de personen ernaar luisteren verdwijnt de reactie van de huid. In de tell-fase worden via socials specifieke boodschappen gecommuniceerd gericht op de hiaten in kennis zoals hierboven beschreven.

De video van deze campagne kan je vinden via ons Youtube kanaal: <https://youtu.be/gTRdAb6Yxfc>

Doel

Bewustwording omtrent de zonkracht/kracht van de zon, handelingsperspectief bieden (weren, kleren, smeren) en gedragsverandering

Doelgroepen

Recreanten, sporters/ toeschouwers, kinderen en ouders

Resultaten

De campagne was een succes. De zichtbaarheidsdoelstelling is binnen elk kanaal ruimschoots behaald.

- ♥ Televisie-spot (STER): 3.1 miljoen keer bekeken
- ♥ Online Video: 4,2 miljoen keer bekeken
- ♥ Socials: 1,6 miljoen unieke personen bereikt, 5,4 miljoen video-weergaven
- ♥ Influencers: 277.748 unieke personen bereikt, 337.836 videoweergaven op TikTok (excl. doorplaatsing op Instagram)
- ♥ DOOH: ruim 21 miljoen contactmomenten
- ♥ Bussen: 13 weken 2 bussen op 8 lijnen

Funfacts: De campagne Luister naar je Huid in 2024 is genomineerd voor een Gouden Loeki, is geprezen via Adformatie voor de preventieve boodschap en staat in de top 7 van meest invloedrijke campagnes van Frankwatching.

Interventies specifieke doelgroepen: festivalgangers, wintersporters en winterzonzoekers en buitenwerkers

Festivalgangers: Swipe-game

Om de jongeren te bereiken hebben we tussen 25 juli en 19 september een team op pad gestuurd om jongeren in de festival-leeftijd aan te spreken over huidkankerbescherming. Het team had twee doelen: informatie ophalen en preventie. De methode was een educatieve quiz. Jongeren werden door een enthousiaste ambassadeur van dezelfde leeftijd aangesproken en gevraagd een quiz te doen. Onze ambassadeurs waren uiteraard goed gekleed tegen de zon. Onze mobiele blikvangers vielen goed op. Deed een jongere mee, dan kregen ze zonnebrandcrème als een bedankje en maakten kans op 2 festivaltickets. Ruim 1000 mensen hebben de quiz gedaan.

Het team bezocht:

25-07-2024 | Utrecht
26-07-2024 | Amstelveen
02-08-2024 | Bloemendaal
03-08-2024 | Rotterdam
06-08-2024 | Nijmegen
12-08-2024 | Leiden
19-08-2024 | Delft
22-08-2024 | Maastricht
29-08-2024 | Tilburg
07-09-2024 | Eindhoven
19-09-2024 | Den Haag



Winterzon-zoekers en wintersporters

In de wintersportperiode hebben we twee campagnes uitgevoerd. Een gericht op mensen die via Schiphol naar zonnige vakantieoordens reisden, en een voor de mensen op andere manieren op wintersportvakantie gingen. Deze campagne is ook ingezet door de Nederlandse Skivereniging, sinds 2024 partner van het Zonvenant.



Winterzon-zoekers

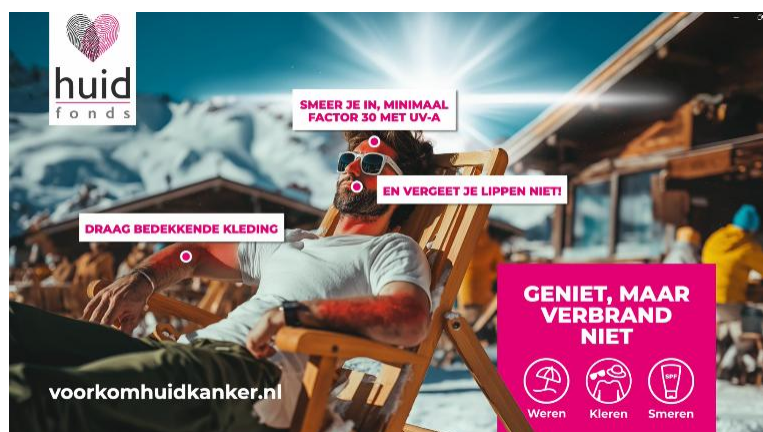
Vanaf 16 december 2024 (voor de kerstvakantie) tot en met 22 februari 2025 (voorjaarsvakantie) hebben we geadverteerd op Schiphol. Zowel bezoekers die vertrekken als de transfer passagiers zien de animatie op de 196 schermen in de verschillende wachtruimtes in Schiphol die eindigt in de oproep om mee te doen aan een kennis-quiz. De animatie staat tussen boarding information, dus er wordt vaak op de schermen gekeken. Bovendien heeft men tijd om te kijken als men aan het wachten is.

Buiten Schiphol is er een social media campagne gevoerd gericht op 18 – 30 jaar. De advertenties bestonden uit drie animaties van 15 seconden. Deze waren gericht op het vergroten van bewustwording rond de risico's; het activeren van mensen om de kennisquiz te doen; en het onder de aandacht brengen van de boodschap: weren, kleren en smeren. De campagne is uitgevoerd via onze socialmedia kanalen.

Wintersporters

Ook in de winter kan je huid schade oplopen en verbranden. Je huid is in de winter minder gewend aan zonlicht. En de zonkracht verschilt per locatie en omstandigheden waarin je je bevindt. Dit is belangrijke kennis die bijdraagt aan de risicoperceptie voor het krijgen van huidkanker. De risicoperceptie is de belangrijkste driver om zonbeschermende maatregelen te nemen. Helaas is de risicoperceptie van mensen in Nederland nog laag.

We richtten ons met deze campagne op reizigers die tijdens het winterseizoen naar de sneeuw gaan. Dit zijn wintersporters (recreanten zoals skiërs, snowboarders, langlauf, sneeuwschoenwandelaars, natuurliefhebbers, fotografen, wandelaars, en gezinnen).



Educatie: ZonSlim, een gratis lesprogramma voor basisonderwijs

Het lesprogramma ZonSlim voor primair onderwijs is in recordtijd ontwikkeld en is in maart 2024 gelanceerd. Dit was belangrijk om nog dit jaar profijt te hebben van het programma. We werken hiervoor samen met EDG Media. Het was een enorme klus, en beide partijen hebben enorm hard gewerkt. We zijn enorm trots op het resultaat.

Resultaten

- ♥ 1.764 fysieke pakketten
- ♥ 1.165 unieke instellingen bereikt (bijna 18% van alle scholen)

Evaluatie resultaten:

- ♥ Het wordt voor alle groepen gebruikt
- ♥ Beoordeling docenten: cijfer 7 (95%) en cijfer 8 of hoger (71%)
- ♥ Beoordeling kinderen: positief (76,92%) en zeer positief (16,48%)
- ♥ Lespakket wordt gebruikt voor presentaties door bijvoorbeeld dermatologen bij basisscholen, onder andere door VieCuri

Educatie: Nieuwsbegrip

Nieuwsbegrip is al sinds 2005 een begrip in onderwijsland als methode voor begrijpend lezen. In 2024 hebben we de basis gelegd om deze te implementeren voor 2025.

Educatie: Feit, fabel of fake? Ontmasker nepnieuws over zonbescherming

We hebben vorig jaar geconstateerd dat er geen geschikt lesprogramma is voor middelbare scholieren. De vraag is ook of een lespakket voor deze leeftijd het meest geschikt is. Is het niet effectiever om de fysieke omgeving aan te passen? Of een communicatiecampagne specifiek voor deze doelgroep te voeren? Om antwoorden op deze vraag te krijgen was het van belang de resultaten van het onderzoek van Maastricht Universiteit (intervention mapping op deze doelgroep) af te wachten. In 2024 is dit opgeleverd.

Een van de conclusies was dat we de doelgroep middelbare scholieren het beste op school kunnen bereiken, enerzijds via omgevingsinterventies (dat kan via het Zonvenant) en anderzijds op school tijdens de les. Er is ook aangegeven dat er weinig interesse is voor zonbescherming, maar dat er wel behoefte is aan inzicht in de risico's en gevolgen en aan informatie over de soorten zonbescherming. Ze worden enthousiast van innovatie, interactie en betrokkenheid.

Er is echter een uitdaging: zonbescherming is echter geen expliciet verplicht onderdeel van de landelijke kerndoelen of eindtermen voor het voortgezet onderwijs. Wel kunnen scholen binnen bestaande leergebieden, zoals "mens en natuur", "biologie" of "burgerschap", aandacht besteden aan gezondheidsthema's zoals zonbescherming.

We besloten voor omdenken. Wat past wel binnen het interesse gebied van scholen en leerlingen? Het antwoord: herkenning van desinformatie en online-mediawijsheid. In 2024 zijn we gestart met de ontwikkeling van een gratis lesprogramma voor middelbare scholen dat via deze insteek de juiste boodschap bij deze doelgroep krijgt: Feit, fabel of fake? Ontmasker nepnieuws over zonbescherming.

.

Het Zonvenant®

Het Zonvenant - met een kwinkslag naar de term 'convenant' - is een afspraak tussen organisaties en het Nationaal Huidfonds waarbij de partijen hun handtekening zetten onder de intentie om zich minimaal drie jaar actief in te zetten voor het voorkomen van huidkanker.

Door te tekenen borgen we de aandacht voor dit onderwerp in beleid. Door als Nationaal Huidfonds als kennispartner op te treden is er een duidelijke en eenduidige boodschap die wordt gedragen door de kennisconsortia op dit onderwerp.

Deze interventie richt zich op:

- ♥ Kennisverhoging: verhogen van de risicoperceptie (nut en noodzaak)
- ♥ Gedragsverandering: op de juiste wijze beschermen van je huid ('weten, kleren en smeren')
- ♥ Het verminderen van het aantal huidverbrandingen en huidkankerincidentie

Het Nationaal Huidfonds faciliteert en ontzorgt de partners die het Zonvenant ondertekenen.

Partners van het Zonvenant:

♥ Strategische partners

Netwerkpartners zoals gemeenten, GGD, werkgeversorganisaties en sportbonden. Een strategische partner heeft een inspanningsverplichting en sluit minimaal 3 andere uitvoerende partijen aan

♥ Uitvoerende partners

De uiteindelijke doelgroepen zoals sportverenigingen, scholen, bedrijven met buitenwerkers

2024: Vliegende start Zonvenant!

In mei 2023 heeft IKNL de Nederlandse Kankeratlas uitgebracht. De interactieve online atlas toont patronen van hoe vaak bepaalde kankersoorten ergens voorkomen (incidentie), gebaseerd op waar mensen woonden toen ze de diagnose kregen. Daarbij valt op dat vooral de incidentie van huid-, long- en baarmoederhalskanker in specifieke gemeenten en regio's hoger dan gemiddeld is.

KWF heeft hierop GGD-en uitgenodigd om plannen in te leveren voor lokale en regionale projecten op het gebied van lokale kankerpreventie, waaronder huidkanker. Dit project heet 'Kanker Lokaal op de Kaart'. 7 GGD-en hebben plannen ingeleverd voor de financiering van preventie van huidkanker. Zij hebben het Huidfonds gevraagd of ze konden aansluiten bij onze landelijke campagne en ons verzocht om als inhoudelijk kennispartner op te treden voor de preventieactiviteiten.

Inmiddels is er een samenwerking op poten gezet waarin KWF-huidkankerpreventiemiddelen, zoals zonnebrandcrème- dispensers etc. van een aantal GGD-en financiert, en de GGD-en het Zonvenant met het Nationaal Huidfonds afsluiten, zodat wij hen kunnen ontzorgen als kennispartner, en ook communicatie en preventie-materialen kunnen leveren. Zo zullen de GGD-en het Nationaal Huidfonds helpen bij de distributie van

preventie-boodschappen naar de uiteindelijke doelgroepen van dit project. In 2023 zijn hier de voorbereidende gesprekken voor gevoerd en in februari 2024 tekende GGD Kennemerland als eerste strategische partner van het Zonvenant.

Met het Zonvenant willen we een beweging op gang brengen; een commitment van partijen om huidkankerpreventie de komende jaren in beleid te borgen. Dit initiatief is warm omarmd in 2024. Er sloten ruim 130 indrukwekkende organisaties aan. Hieronder een overzicht van de strategische partners van eind 2024. Er is een netwerk van organisaties aan het ontstaan met een enorm bereik (aan social media contacten ruim 2 miljoen eind 2024) en – belangrijker nog – een enorme drive om zich hard te maken voor dit onderwerp. Wij maken het hen makkelijk door middelen te ontwikkelen en hen van kennis te voorzien.



Figuur 1 De eerste strategische partners van het Zonvenant

Kennis-event Zonvenant

Op 14 november hebben we een kennis-event gehouden in De Koepel in Haarlem. Het was een fantastisch evenement met een enorm positieve onderstroom. Het programma:

- ♥ Zonvenant the Movie – een terugblik op 2024
- ♥ Zonkracht als objectieve graadmeter – door Arjan van Dijk van het RIVM
- ♥ Weren, kleren, smeren, maar welke kleren? - door Arjan van Dijk van het RIVM
- ♥ Geniet, maar verbrand niet. Maar waarom niet? – door Daniel Kadouch (dermatoloog)
- ♥ Effectmeting publiekscampagne 'voorkom huidkanker 2023' door Yara Siegers, UM
- ♥ Vooruitblik 2025 – Huidfonds
- ♥ Break-out rooms: kleding, zonkracht, strategische partnerschap
- ♥ Handtekening Zonvenant door Haagse Hogeschool

De deelnemers hebben het evenement bij evaluatie een '8' gegeven.



Pijler: betere zorg voor mensen met een huidaandoening

Psoriasis

Psoriasis is één van de bekendste chronische huidaandoeningen. Naar schatting hebben meer dan 300.000 mensen van de Nederlandse bevolking deze aandoening. De aandoening wordt gekenmerkt door rode, vaak samenvloeiende plekken die bedekt zijn met dikke schubachtige schilfers. Hoewel de symptomen dat suggereren is psoriasis niet besmettelijk. Desondanks is de kwaliteit van leven van vele psoriasispatiënten ernstig verstoord.

Nationale Psoriasis campagne: psoriasis-checkjeopties.nl

Sinds mei 2022 voert het Nationaal Huidfonds de campagne psoriasis-checkjeopties.nl. De doelstellingen van dit project:

- ♥ Psoriasispatiënten concrete handvatten bieden om zelf de regie te nemen tijdens contact met huisartsen en medisch specialisten.
- ♥ De psoriasispatiënten die al langer psoriasis hebben duiden dat er veel ontwikkelingen zijn op het gebied van psoriasis, waardoor hun kwaliteit van leven verbeterd kan worden, en het de moeite waard is om hun situatie opnieuw te laten bekijken.
- ♥ De psoriasispatiënt bewust maken van het risico op co-morbiditeit, en deze bewustwording te delen met hun behandelaars.

Het project bestaat uit een hulptool en een persoonlijke actiekaart. De psoriasis actiekaart dient als een praktisch hulpmiddel om patiënten te begeleiden bij het nemen van specifieke stappen in hun behandelingstraject. Het helpt bij het creëren van duidelijkheid, het verbeteren van de betrokkenheid van de patiënt en het bevorderen van een gestructureerde aanpak.

In augustus 2024 zijn zowel de website als de hulptool geüpdatet en geoptimaliseerd. Dermatoloog Ewout Baerveldt heeft namens de NVDV bijgedragen aan de ontwikkeling van de psoriasis-hulptool door zijn expertise te delen over de juiste zorg en behandelingen.



JAN-ROEL OVER DE PSORIASIS TOOL:

"Dit is een geweldige tool met nuttige vragen en handige links, die ook nog eens heel duidelijk is."

"Dit is bijzonder waardevol voor iemand met psoriasis die aarzelt over mogelijke behandelingen en twijfelt of een doktersbezoek noodzakelijk is."

JAN-ROEL IS EEN VAN ONZE HUIDHELDEN MET PSORIASIS.

Klik hier voor de video van Jan-Roel

Smeerinstructies.nl

Er bestaan veel onduidelijkheden onder patiënten hoe ze op een goede en effectieve manier hun huid moeten insmeren met therapeutische middelen. Artsen en

apothekers krijgen hier vaak vragen over.

In 2023 is daarom besloten om de pilot Smeerinstructies te starten, een website met animaties waarin meerdere smeerinstructies staan. Smeerinstructies.nl is aandoening-overstijgend. Dat betekent dat er instructies te vinden zijn over bijvoorbeeld het smeren van een chemotherapeutikum bij huidkanker maar ook voor corticosteroïden bij eczeem. De scripts zijn opgesteld in samenwerking met dermatologen. Door de instructies te animeren en met verschillende talen aan te bieden, hebben patiënten een tool in handen om hen te begeleiden in het effectief smeren, en daarmee in een effectieve behandeling.

In 2024 is besloten de pilot te laten evolueren tot een project. De gesprekken met diverse partners leidde bovendien tot het inzicht dat er een bredere behoefte is dan medicinale crèmes: we kunnen met Smeerinstructies ook de eerste lijn verder ontlasten. In 2024 is het volgende bereikt:

Nieuwe Inhoudelijke samenwerkingen:

Er zijn nieuwe samenwerkingen aangegaan met diverse professionals en organisaties. In plaats van alle smeerinstructies zelf te ontwikkelen, werkt het Huidfonds nu samen met het Nationaal Constitutioneel Eczeem Project (NCEP) voor instructies over constitutioneel eczeem en met het RIVM voor instructies bij schurftbehandeling. Hierdoor konden we ons richten op andere huidaandoeningen, zoals acne en niet-corticosteroïd eczeembehandelingen.

Toename van Animaties

Het aantal beschikbare animaties op de Huidfonds-website is uitgebreid naar tien. Deze animaties dienen als visuele en praktische handleidingen voor patiënten over het correct aanbrengen van (medicamenteuze) crèmes.

Integratie in website Huidfonds

De pilotwebsite voor smeerinstructies is succesvol geïntegreerd in de vernieuwde Huidfonds-website. Deze integratie heeft de zoekfunctionaliteit verbeterd en relevante links toegevoegd, waardoor de gebruikerservaring en toegankelijkheid zijn toegenomen. De website maakt nu deel uit van het vertrouwde Huidfonds-platform in plaats van een losse site, wat de geloofwaardigheid voor zowel patiënten als professionals vergroot.

Vergrote Zichtbaarheid van Smeerinstructies:

De zichtbaarheid van smeerinstructies is vergroot door samenwerking met verschillende platforms, waaronder BijsluitersPlus, een portaal waar patiënten en apothekers medicatie-instructies kunnen vinden. Onze smeerinstructies zijn aangekondigd in een nieuwsbrief aan apothekers.

Uitbreiding naar Ziekenhuizen:

De animaties worden nu getoond in wachtruimtes van de afdeling dermatologie in ziekenhuizen, te beginnen in Rotterdam, met plannen om in 2025 uit te breiden naar meer ziekenhuizen.

Samenwerking met Apotheek.nl:

We hebben regelmatig overleg gevoerd met Apotheek.nl om verdere samenwerking te bespreken. Tipje van de sluier: begin 2025 zijn onze smeerinstructies toegevoegd aan relevante secties van de Apotheek.nl-website, waaronder de pagina's "Klachten en Ziekten", zodat patiënten de instructies gemakkelijk kunnen vinden.

Positieve Feedback en Presentaties:

In 2024 heeft het Huidfonds de smeerinstructies gepresenteerd aan diverse organisaties, waaronder NCV, CBD en NCJ, waarbij zeer positieve feedback werd ontvangen.

Conclusie

Het project Smeerinstructies heeft in 2024 aanzienlijke stappen gemaakt. We hebben belangrijke samenwerkingen opgezet, de zichtbaarheid van de smeerinstructies vergroot en het aantal animaties uitgebreid.



Home / Smeerinstructies

Smeerinstructies

Huidklachten zijn vervelend en kunnen veel impact hebben op je leven. Gelukkig kan een arts vaak een crème of zalf voorschrijven waardoor de

Zoek smeerinstructies

Suggesties: Fluorouracil, Zonnebrandcrème, Schurft (scabiës), (Constitutioneel) Eczeem, Imiquimod

Het NCEP: Nationaal Constitutioneel Eczeem Project

Constitutioneel Eczeem (CE), ook wel atopisch eczeem genoemd, is een chronische huidaandoening die gepaard gaat met jeuk, roodheid en schilfers. Het komt vaak voor: in Nederland zijn er circa 400.000 mensen (2% van de bevolking) die aan CE lijden, vaak vanaf hele jonge leeftijd. Jaarlijks komen 220 duizend mensen met constitutioneel eczeem bij de huisarts. Het aantal patiënten stijgt naar verwachting met 12% tot 2040. De hoge prevalentie maakt het een belangrijk probleem voor de volksgezondheid.

De aandoening heeft veel impact op kwaliteit van leven, zowel lichamelijk als psychisch.

“Ik ervaar mijn eczeem als ‘levenslang’. Pijn en jeuk, ze horen bij mijn leven. Een goede periode is een verademing, maar het is gewoon wachten tot het terugkomt”. Huidheld Willem

Er bestaan effectieve behandelingen, maar toch lijdt een groot aantal patiënten onnodig aan de symptomen van CE. Kennis en kunde van de behandeling, de achtergrond, impact en therapeutische opties, als ook de begeleiding van mensen met CE, laat in de gehele keten te wensen over. Ook de (vindbaarheid van) benodigde materialen, informatie en hulpmiddelen voor patiënten en professionals zijn versnipperd, verouderd, onvolledig en vaak op het verkeerde begripsniveau geschreven. De huidige situatie is hierdoor ontluisterend.

“Ik zie regelmatig ouders in mijn praktijk die helemaal radeloos zijn omdat hun kind gek wordt van de jeuk. Dan hebben ze al een heel traject achter de rug... Zo wordt er bij consultatiebureaus vaak gezegd dat de oorzaak van eczeem koemelkallergie is, terwijl dat bij kinderen maar bij 10% van de gevallen zo is. Een hardnekkig misverstand dat voor veel narigheid en onnodige kosten zorgt”. K-P de Roos – dermatoloog.

Goed nieuws: er wordt iets aan gedaan!

In 2021 is een groot aantal betrokkenen bijeengekomen om dit probleem gezamenlijk aan te pakken, waaronder de NVDV, VMCE, KNMP, NVK, V&VN, NVH, NAPA, AJN, Thuisarts.nl, Pharos en JongPit². Er is een unieke taskforce gevormd voor een landelijk project om uniformiteit te creëren in de gehele zorgketen, op basis van wetenschappelijke inzichten, waarbij een plan werd bedacht om laagdrempelig toegang te geven tot nieuwe materialen en onderwijs: het Nationaal Constitutioneel Eczeem Project (NCEP). De unieke samenwerking van deze gedreven taskforce heeft ertoe geleid dat er eind 2024 allerlei nieuwe materialen zijn, van e-learnings tot folders en van smeerkarten tot een game.

De volgende stap is het uitrollen van deze materialen op landelijk niveau; enerzijds naar de zorgprofessionals en anderzijds naar de patiënten. Het Nationaal Huidfonds is in 2024 toegetreden bij het kernteam van de taskforce om hier fondsen voor te werven en, bij succes, de publiekscampagnes uit te voeren. In 2024 zijn hier de eerste stappen in gezet.

Op dit moment zijn alle materialen beschikbaar via www.eczeemwijzer.nl.

Pijler: het vergroten van de acceptatie van de huid die ‘anders’ is

² Ncep.nl

De huid is belangrijk. Als ons grootste orgaan voor het functioneren van ons lichaam, maar ook voor ons zelfbeeld. Een van de belangrijke doelstellingen van het Nationaal Huidfonds is het vergroten van de acceptatie van de huid die 'anders' is.

Huidhelden

Een van de projecten van het Nationaal Huidfonds is Huidhelden. Dit project is opgezet in 2016 om meer acceptatie en bewustwording te creëren voor verschillende huidaandoeningen. Bij Huidhelden gebeurt dit met een persoonlijke aanpak. We willen mensen met een huidaandoening een platform bieden om hun verhaal te vertellen en een gezicht te geven. Er zijn in 2024 uiteindelijk 3 Huidhelden opgenomen.

- ♥ Dakdekker Ed heeft huidkanker en is een voorvechter voor zonveilig buiten werken
- ♥ De Brabantse Mariët heeft eczeem en vertelt waarom ze vanwege haar huidaandoening handschoenen draagt als ze gaat slapen.
- ♥ Lola (17 jaar) heeft constitutioneel eczeem en vertelt hoe dit impact heeft op haar leven

Huidheld Lola: "mijn eczeem betekent dat ik vaak activiteiten niet mee kan doen omdat ik uitslag heb."



EADV – Skin@TheMarket

Het Nationaal Huidfonds is benaderd door de European Academy of Dermatology and Venereology (EADV) in het kader van hun jaarlijkse congres dat in 2024 in Amsterdam zou plaatsvinden. De vraag die voorlag was: kunnen we iets verzinnen om Amsterdam te bedanken voor het hosten van dit congres? Het concept dat we voor EADV hebben ontwikkeld was Huid op de Markt (Skin@TheMarket) waarbij we het internationale aspect van de EADV gekoppeld is aan de internationale samenstelling van de bewoners van Amsterdam.

Op de donderdag tijdens het congres stond er een stand van het Nationaal Huidfonds op de populaire Dappermarkt in Amsterdam. De bemensing bestond uit internationale dermatologen, zodat een ieder in zijn/haar eigen taal zou kunnen spreken.

Er werd een mooie reportage door AT5 gemaakt waarin mede-organisator Bibi van Montfrans en Huidfonds collega Joanneke van Zadelhoff er meer over vertellen. [Dermatologen geven advies op Dappermarkt: "Ik denk weleens: was maar eerder gekomen." - AT5](#)

Fondsenwerving

Particuliere donateurs

In 2024 steunden 815 individuele donateurs ons met een totale jaarwaarde van 33.973 euro.

Van Care a Lot naar Lot of Happiness

Goededoelenloterij Fairshare Lottery onderging een transformatie en het Nationaal Huidfonds bewoog mee. Waar eerst via het merk Care-A-Lot voor het Nationaal Huidfonds kon worden gespeeld, is dat nu via Lot of Happiness. In totaal is er € 15.891,52 overgemaakt naar het Nationaal Huidfonds. 3.004 euro via Care a Lot en €12.887,52 via Lot of Happiness. In januari 2024 had Care a Lot 143 deelnemers en Lot of Happiness 0. In december had Care a Lot 113 deelnemers en Lot of Happiness 244.

Partners en sponsors

Bedrijfspartners zijn bedrijven of merknamen van bedrijven waarvan het Nationaal Huidfonds financiële ondersteuning ontvangt omdat zij onze missie ondersteunen. Sponsors zijn bedrijven die projecten mogelijk maken. Het Huidfonds kan ook optreden als kennispartner bij relevante campagnes van derden. In 2024 zijn dit de bedrijfspartners van het Nationaal Huidfonds:



SkinVision



ETB-BISLIFE



Huidpraktijk
shop

Projectponsors

Om de projecten te realiseren is sponsoring door bedrijven onmisbaar.

- ♥ De Huidhelden zijn in 2024 mogelijk gemaakt door Leo Pharma en MSD
- ♥ Smeerinstructies wordt gefinancierd door Viatris
- ♥ De Zonnetjesweek is gesponsord door Nivea Sun
- ♥ Het Zonvenant wordt ondersteund door Sundo, Smeerkees, Carelyn, Zilveren Kruis, Nivea Sun, Tenue de Soleil, Etos en Naïf
- ♥ NCEP wordt mogelijk gemaakt door Almirall, DermaCura, Sanofi



Belangrijk: De projecten worden ontwikkeld door het Nationaal Huidfonds.
De sponsors hebben geen invloed op de inhoud.

Partners

Aansluiting bij relevante kennispartners is voor het Nationaal Huidfonds belangrijk. De NVDV is de inhoudelijke partner van het Huidfonds. De samenwerking met het Zonkracht Actieplatform (ZAP) en de Stuurgroep Huidkankerzorg Nederland, dé kennisconsortia rondom huidkankerpreventie in Nederland, is ook in lijn met ons beleid. Deze samenwerking is sinds 2021 geïntensiveerd. Het Nationaal Huidfonds heeft een zeer actieve rol bij de werkgroepen rondom preventie bij festivals, buitenwerkers en symposia; en denkt mee met het Nederlands Kanker Collectief over huidkanker in de Nederlandse Kanker Agenda.

Nederlandse Vereniging voor Dermatologie en Venereologie (NVDV)

De NVDV is de beroepsvereniging van de Nederlandse dermatologen. Nederlandse dermatologen, en dus geen patiëntenvereniging. In 2024 heeft de NVDV 864 leden, voornamelijk dermatologen en artsen in opleiding (158).

De doelstelling van de Vereniging is de bevordering van de studie van huidziekten. Naast wetenschappelijke activiteiten en allerlei organisatorische aspecten zoals de belangenbehartiging van haar leden, heeft de NVDV ook een publiek doel om mensen te informeren over het voorkomen van en de achtergronden van huidaandoeningen. Dit doet zij door uitgifte van publicaties, folders, maar ook met hun website. Het Nationaal Huidfonds zal in toenemende mate de publiekscampagnes van de NVDV verzorgen.

Stuurgroep Huidkankerzorg Nederland

De NVDV (beroepsvereniging van Nederlandse dermatologen) en IKNL hebben samen een overkoepelende stuurgroep opgericht die fungeert als aanjager voor het continu monitoren en verbeteren van de houdbaarheid en kwaliteit van de huidkankerzorg in Nederland. Deze stuurgroep bestaat uit vertegenwoordigers van de belangrijkste probleemgebeurtenissen (organisaties van patiënten en professionals), aangevuld met adviseurs uit de werelden van onderzoek en wetenschap respectievelijk politiek en beleid (inclusief zorgverzekeraars). Het Huidfonds maakt sinds 2021 deel uit van deze stuurgroep.

Zonkracht Actieplatform

Het RIVM is coördinator van het Zonkracht Actieplatform (ZAP) dat is opgericht om het aantal mensen met huidkanker en oogziekten door UV(ultraviolet)-straling te verminderen. Het platform moet ervoor zorgen dat de maatregelen om huidkanker te voorkomen op elkaar afgestemd worden. Verder worden nieuwe onderzoeken gestart naar ontbrekende essentiële kennis over huidkanker en oogziekten en preventie.

Governance

Governance, ook wel "goed bestuur" genoemd, omvat de wijze waarop een organisatie wordt bestuurd en gecontroleerd. Het gaat om het vaststellen van kaders, processen en principes die de richting bepalen en de besluitvorming sturen. Voor een goed doel als het Nationaal Huidfonds is governance van essentieel belang. Donateurs en andere financiers moeten erop kunnen vertrouwen dat hun middelen op een verantwoorde manier worden besteed en dat de doelstellingen daadwerkelijk worden behaald.

Erkend als Goed Doel door het CBF

Sinds 1 januari 2016 geldt er één standaard voor kwaliteit, verantwoording en toezicht: de Erkenningsregeling Goede Doelen. Alle goede doelen met een Erkenning zijn volgens dezelfde strenge kwaliteitseisen (normen) beoordeeld. Zo moet een goed doel een concreet plan van aanpak hebben, haalbare doelen stellen, verantwoording afleggen en zich laten controleren.

Het CBF is de onafhankelijke toezichthouder van erkende goede doelen en controleert of de normen worden nageleefd. Voldoet een goed doel aan al die kwaliteitseisen, dan krijgt het een Erkenning. De donateur kan erop vertrouwen dat het goede doel bijdraagt aan een betere wereld, zorgvuldig omgaat met iedere euro, verantwoording aflegt en zich laat controleren door het CBF.

Het Nationaal Huidfonds voldoet aan alle normen en is door CBF als goed doel erkend.

Lid van Goede Doelen Nederland

Goede doelen moeten verantwoording afleggen aan hun donateurs en de maatschappij over de besteding van de inkomsten. Eenduidige regels maken goede doelen transparant en verplichten tot een goede toelichting op de werkwijze en verantwoording van resultaten. Binnen de filantropische sector zijn er daarom afspraken gemaakt over kwaliteit, goed bestuur, transparantie en verantwoording. Meer over de richtlijnen is te vinden op goededoelennederland.nl.

Het Nationaal Huidfonds is aangesloten bij Goede Doelen Nederland.

Lid van Samenwerkende Gezondheidsfondsen (SGF)

Samen bereik je meer dan alleen. Het moge duidelijk zijn dat wij als Nationaal Huidfonds dit geloven en nastreven. Het is dan ook een logische stap om als gezondheidsfonds lid te worden van SGF. Deze vereniging bestaat uit 23 gezondheidsfondsen die werken aan het voorkomen, genezen en behandelen van ziekten. Samen zetten we ons in voor onderwerpen zoals een gezonde leefomgeving, gezonde leefstijl, kwaliteit van leven en ziekte overstijgend onderzoek, waaronder de



Gezonde Generatie. Samen zetten we ons in voor een langer gezond leven voor iedereen in Nederland.

Na een periode als aspirant lid is het Nationaal Huidfonds in december toegetreden tot dit gezelschap van (nu) 23 goede doelen:



ANBI-status

Een ANBI is een algemeen nut beogende instelling. Giften aan deze instellingen zijn, onder bepaalde voorwaarden, fiscaal aftrekbaar. De Belastingdienst bepaalt welke goede doelen de ANBI-status krijgen. Hiervoor beoordelen ze goede doelen op fiscale criteria. Deze criteria gaan lang niet zo ver als de kwaliteitscriteria van de Erkenning waar het CBF naar kijkt. Een ANBI en een Erkend Goed Doel zijn dus twee heel verschillende dingen. Het ene zegt iets over fiscale aftrekbaarheid, het andere over betrouwbaarheid.

Een ANBI moet 90% van haar inzet richten op het algemeen belang. Ze mag niet bedoeld zijn om winst te maken en moet voldoen aan eisen van integriteit. De leiding of het bestuur mag niet over het vermogen beslissen alsof het privévermogen is. Een ANBI mag ook niet teveel vermogen hebben. Voor onkostenvergoedingen zijn er strikte regels. En een beleidsplan is verplicht. Kosten en bestedingen moeten redelijk in evenwicht zijn. Verder moet een ANBI op een internetsite een aantal vaste gegevens publiceren.

Het Nationaal Huidfonds heeft de ANBI status. Dat is aantrekkelijk voor donateurs omdat giften aan een ANBI belastingvoordeel kunnen opleveren. Dit geldt zowel voor losse giften via de giftenaftrek als via periodieke giften. Een ANBI zelf betaalt geen erf- of schenkbelasting.

Toezicht

Het Nationaal Huidfonds heeft een Raad van Toezicht.
Ingeschreven bij de Kamer van Koophandel staan:

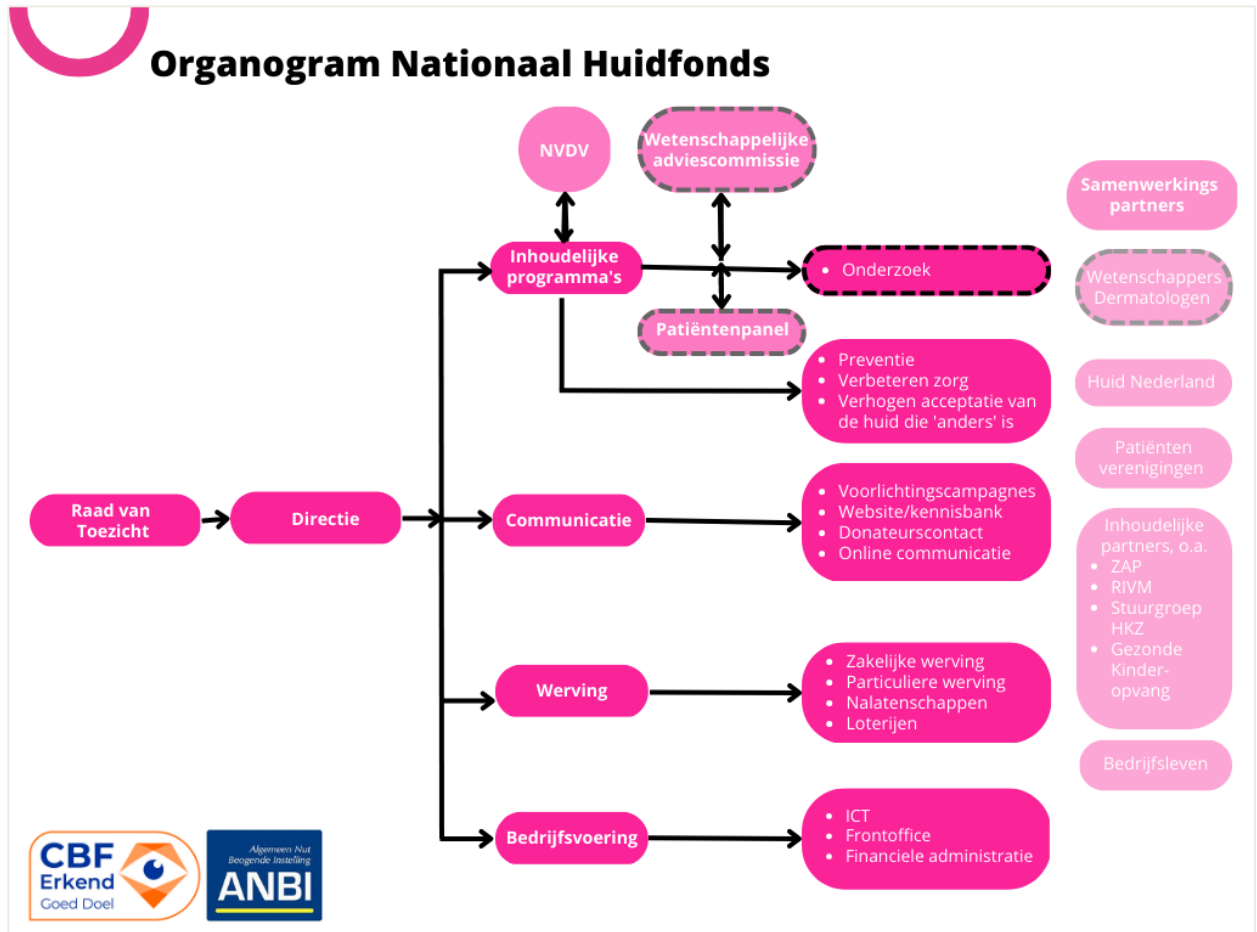
Marijne Landman	Directeur-bestuurder
Kees-Peter de Roos	Voorzitter Raad van Toezicht
Sven van Egmond	Lid Raad van Toezicht
Edwin van Leent	Lid Raad van Toezicht
Guus Loomans	Lid Raad van Toezicht
Franc Korsten	Lid Raad van Toezicht

Samenwerking met patiëntenverenigingen

Het Nationaal Huidfonds werkt op projectniveau samen met patiëntenverenigingen waar mogelijk en waar wenselijk. In 2024 betrof dit met name samenwerking met huidkanker gerelateerde goede doelen. HUKAS en St. Melanoom zijn als actieve partners binnen het Zonkracht Actieplatform betrokken bij de huidkankerpreventiecampagne van het Nationaal Huidfonds. Daarnaast is de samenwerking met de patiëntenvereniging voor mensen met eczeem (VMCE) geïntensiveerd rondom het project NCEP.

Het Nationaal Huidfonds heeft de ambitie om de banden met patiëntenverenigingen en koepelorganisaties in de komende jaren te versterken, en hen te ondersteunen bij

fondsenwerving voor hun relevante projecten.



Figuur 2. Het Nationaal Huidfonds heeft de ambitie om in de nabije toekomst ook Onderzoek te financieren. In de statuten is hier reeds rekening mee gehouden.

Communicatie met betrokken partijen

Het Nationaal Huidfonds houdt veel persoonlijk contact met betrokken partijen. Er is veel overleg en er wordt veel in samenspraak gedaan.

Jaarrekening 2024

I. Balans per 31 december 2024

(na saldobestemming)

		31-12-2024		31-12-2023	
		€	€	€	€
Activa					
Vaste activa					
Materiële vaste activa	1		1.991		2.544
Financiële vaste activa	2		2.734		2.734
Vlottende activa					
Vorderingen	3		55.718		34.543
Liquide middelen	4		1.203.310		984.531
			<u>1.263.753</u>		<u>1.024.352</u>
Passiva					
Reserves en fondsen					
Continuïteitsreserve	5		367.343		257.707
Kortlopende schulden					
Vooruitontvangen subsidies VWS	6	404.187		521.991	
Crediteuren		440.311		31.714	
Schulden ter zake van belastingen en premies sociale verzekeringen	7	14.614		7.817	
Kortlopende overige schulden en overlopende passiva	8	<u>37.298</u>		<u>205.123</u>	
			896.410		766.645
			<u>1.263.753</u>		<u>1.024.352</u>

2. Staat van baten en lasten over 2024

		2024		2023	
		€	€	€	€
Geworven baten	9				
Baten van particulieren	10		33.973		43.703
Baten van bedrijven	11		262.590		169.708
Baten van loterijorganisaties	12		15.348		3.902
Baten van subsidies van overheden	13		1.817.804		1.078.009
Baten van andere organisaties zonder winststreven	14		400		6.684
			2.130.115		1.302.006
Baten als tegenprestatie voor levering van goederen en/of diensten		-		-	
Overige baten		-	-	-	-
Som van de baten			2.130.115		1.302.006
Lasten					
Besteed aan doelstellingen	15	1.952.938		1.186.919	
Wervingskosten		47.780		13.990	
Kosten beheer en administratie		18.286		24.114	
Som van de lasten			2.019.004		1.225.023
Saldo voor financiële baten			111.111		76.983
Financiële baten en lasten			-1.475		-1.488
Saldo van baten en lasten			109.636		75.495

Bestemming saldo van baten en lasten

Continuïteitsreserve	109.636	75.495
----------------------	---------	--------

3. Toelichting algemeen

Algemeen

De jaarrekening is opgesteld conform de RJ650 voor de Verslaggeving van Fondsenwervende instellingen. De jaarrekening is opgesteld in euro's.

Verslaggevingsperiode

Deze jaarrekening is opgesteld uitgaande van een verslagperiode van een jaar. Het boekjaar valt samen met het kalenderjaar.

Grondslagen van waardering van activa en passiva en resultaatbepaling

Algemeen

De grondslagen die worden toegepast voor de waardering van activa en passiva en de resultaatbepaling zijn gebaseerd op historische kostprijs. Voor zover niet anders is vermeld, zijn zowel de activa en passiva tegen nominale waarde gewaardeerd.

Baten en lasten worden toegerekend aan het jaar waarop ze betrekking hebben, Winsten worden slechts opgenomen voor zover zij op balansdatum zijn gerealiseerd. Verliezen en risico's die hun oorsprong vinden voor het einde van het verslagjaar, worden in acht genomen indien zij voor het opmaken van de jaarrekening bekend zijn geworden.

Vorderingen

De vorderingen worden bij eerste opname gewaardeerd tegen reële waarde en vervolgens tegen de geamortiseerde kostprijs. De reële waarde en de geamortiseerde kostprijs zijn gelijk aan de nominale waarde. Voorzieningen voor oninbaarheid worden bepaald op basis van individuele beoordeling van de vordering.

Liquide middelen

Liquide middelen bestaan uit kas- en banktegoeden en worden gewaardeerd tegen nominale waarde. De liquide middelen staan, voor zover niet anders vermeld, ter vrije beschikking van de Stichting.

Continuïteitsreserve

Een continuïteitsreserve wordt gevormd voor de dekking van risico's op korte termijn en om zeker te stellen dat de Stichting ook in de toekomst aan haar verplichtingen kan voldoen.

Bestemmingsfondsen

De bestemmingsfondsen betreffen het gedeelte van het eigen vermogen waaraan een beperktere bestedingsmogelijkheid is gegeven dan gezien de doelstelling van de organisatie zou zijn toegestaan en deze beperking is door derden aangebracht.

Schulden

De schulden worden bij de eerste verwerking opgenomen tegen de reële waarde en vervolgens tegen de geamortiseerde kostprijs. Deze is gelijk aan de nominale waarde.

Baten

Donaties en giften worden verantwoord in het boekjaar van ontvangst. Baten van bedrijven en samenwerkingen worden verantwoord in het boekjaar van ontvangst met uitzondering van ontvangsten die kunnen worden toegerekend aan een periode waarin een bepaalde actie heeft plaatsgevonden. Baten uit nalatenschappen worden verantwoord in het boekjaar waarin de omvang betrouwbaar kan worden vastgesteld. Eventuele voorschotten worden in het boekjaar waarin zij worden ontvangen verantwoord.

Overige inkomsten worden toegerekend aan de periode waarop zij betrekking hebben.

Giften in natura worden gewaardeerd tegen de reële waarde. Giften bestaande uit diensten worden in het algemeen niet financieel verantwoord, tenzij dit op geld waardeerbare diensten zijn.

Pensioenen

De stichting heeft een pensioenregeling. De regeling wordt gefinancierd door afdrachten aan de pensioenuitvoerder, zijnde Stichting Pensioenfonds Zorg en Welzijn. De pensioenverplichting kwalificeert als een 'verplichting aan de pensioenuitvoerder benadering'. In deze benadering wordt de aan de pensioenuitvoerder te betalen premie als last in de winst- en verliesrekening verantwoord.

Gebruik van schattingen

De opstelling van de jaarrekening vereist dat het bestuur zich oordelen vormt en schattingen en veronderstellingen maakt die van invloed zijn op de toepassing van grondslagen en gerapporteerde waarde van activa en verplichtingen van baten en lasten. De daadwerkelijke uitkomsten kunnen afwijken van deze schattingen. De schattingen en onderliggende veronderstellingen worden voortdurend beoordeeld. Herzieningen van schattingen worden opgenomen in de periode waarin de schattingen wordt herzien en in de toekomstige perioden waarvoor de herziening gevolgen heeft.

4. Toelichting op de balans per 31 december 2024

1 Materiële vaste activa

	Inventarissen €
Stand per 1 januari 2024	
Verkrijgings- of vervaardigingsprijs	2.765
Cumulatieve afschrijvingen	<u>-221</u>
Boekwaarde per 1 januari 2024	<u>2.544</u>
Mutaties	
Afschrijvingen	<u>-553</u>
Saldo mutaties	<u>-553</u>
Stand per 31 december 2024	
Verkrijgings- of vervaardigingsprijs	2.765
Cumulatieve afschrijvingen	<u>-774</u>
Boekwaarde per 31 december 2024	<u>1.991</u>
	Materiële vaste activa
Afschrijvingspercentage	20,00

	<u>31-12-2024</u> €	<u>31-12-2023</u> €
2 Financiële vaste activa		
Waarborgsom	1.234	1.234
Lening FBPN	<u>1.500</u>	<u>1.500</u>
	<u>2.734</u>	<u>2.734</u>

	<u>31-12-2024</u> €	<u>31-12-2023</u> €
3 Vorderingen		
Vorderingen op debiteuren	29.345	19.497
Belastingen en premies sociale verzekeringen	-	9.615
Overige vorderingen en overlopende activa	<u>26.373</u>	<u>5.431</u>
	<u>55.718</u>	<u>34.543</u>

	<u>31-12-2024</u> €	<u>31-12-2023</u> €
Vorderingen op debiteuren		
Vorderingen op handelsdebiteuren	43.345	25.497
Nog te factureren	<u>-</u>	<u>8.000</u>
	43.345	33.497
Voorziening dubieuze vorderingen op handelsdebiteuren	<u>-14.000</u>	<u>-14.000</u>
	<u>29.345</u>	<u>19.497</u>

	<u>31-12-2024</u>	<u>31-12-2023</u>
	€	€
Belastingen en premies sociale verzekeringen		
Omzetbelasting	-	9.615
	<u>31-12-2024</u>	<u>31-12-2023</u>
	€	€
Overige vorderingen en overlopende activa		
Vooruitbetaalde projectkosten	21.886	-
Vooruitbetaalde huur	2.675	2.940
FairShareLottery 4e kwartaal	1.447	88
Nettolonen	271	269
Overlopende activa	94	2.134
	<u>26.373</u>	<u>5.431</u>

4 Liquide middelen

Onder de liquide middelen zijn direct opvraagbare banktegoeden opgenomen met een looptijd van maximaal 1 jaar.

	<u>2024</u>	<u>2023</u>
	€	€
5 Continuïteitsreserve		
Stand per 1 januari	257.707	182.212
Uit saldobestemming	<u>109.636</u>	<u>75.495</u>
Stand per 31 december	<u>367.343</u>	<u>257.707</u>

De continuïteitsreserve fungeert als buffer om onvoorziene tegenvallers in de inkomsten te kunnen opvangen. Bij structurele tegenvallers worden de uitgaven verlaagd en in de meest extreme situatie zullen de dagelijkse activiteiten, of een deel daarvan, worden afgebouwd.

Kortlopende schulden

	<u>31-12-2024</u>	<u>31-12-2023</u>
	€	€
6 Vooruitontvangen subsidies VWS		

Vooruitontvangen projectsubsidie VWS Huidkankercampagne 404.187 521.991
Het project Huidkankercampagne loopt van 2023 tot en met 2025. In 3 jaar wordt maximaal € 5.000.000 subsidie ontvangen. In 2024 is € 1.700.000 ontvangen (2023: € 1.600.000), waarvan € 1.817.804 is besteed in 2024 (2023: €1.078.009) en € 404.187 als vooruitontvangen is verantwoord op 31 december 2024 (31 december 2023: € 521.991).

	<u>31-12-2024</u>	<u>31-12-2023</u>
	€	€
7 Schulden ter zake van belastingen en premies sociale verzekeringen		
Pensioenen	10.384	7.817
Omzetbelasting	4.230	-
	<u>14.614</u>	<u>7.817</u>
	<u>31-12-2024</u>	<u>31-12-2023</u>
	€	€
8 Kortlopende overige schulden en overlopende passiva		
Vakantiegeld	13.490	9.418
FBPN afrekening uren	7.556	7.446
Accountantskosten	7.172	4.991
Vooruitgefactureerde termijnen	6.666	-
Te betalen fondsenwerving	1.738	1.872
Te betalen VWS Huidkankercampagne	-	167.091
Te betalen Psoriasiscampagne	-	13.657
Overige nog te betalen bedragen	676	648
	<u>37.298</u>	<u>205.123</u>

Niet in de balans opgenomen rechten, verplichtingen en regelingen

Informatieverschaffing over niet in de balans opgenomen verplichtingen

De stichting is een huurverplichting aangegaan voor 2025 van € 10.700 voor een kantoorruimte. De huurovereenkomst wordt jaarlijks stilzwijgend verlengd met een opzegtermijn van 3 maanden.

5. Toelichting op de staat van baten en lasten over 2024

	2024	2023
	€	€
9 Geworven baten		
Baten van particulieren	33.973	43.703
Baten van bedrijven	262.590	169.708
Baten van loterijorganisaties	15.348	3.902
Baten van subsidies van overheden	1.817.804	1.078.009
Baten van andere organisaties zonder winststreven	400	6.684
	<u>2.130.115</u>	<u>1.302.006</u>
	2024	2023
	€	€
10 Baten van particulieren		
Donaties en giften	33.973	32.981
Nalatenschappen	-	10.722
	<u>33.973</u>	<u>43.703</u>
	2024	2023
	€	€
11 Baten van bedrijven		
Partnerschap	36.250	31.250
Huidkankercampagne	-	-2.500
Zonnetjesweek	61.000	50.000
Psoriasis campagne	20.000	35.000
Smeerinstructies	23.777	15.000
Huidhelden	15.000	21.000
Zonvenant	58.334	-
Nationaal Constitutioneel Eczeem Project	23.000	-
EADV congres	13.100	-
Overige baten bedrijven	12.129	19.958
	<u>262.590</u>	<u>169.708</u>
	2024	2023
	€	€
12 Baten van loterijorganisaties		
Fairshare Lottery (Care-A-Lot)	15.348	3.902
	<u>15.348</u>	<u>3.902</u>
	2024	2023
	€	€
13 Baten van subsidies van overheden		
VWS Huidkankercampagne	1.817.804	1.078.009

	2024	2023
	€	€
14 Baten van andere organisaties zonder winststreven		
Overige baten van andere organisaties zonder winststreven	400	6.684
	2024	2023
	€	€
15 Besteed aan doelstellingen		
VWS Huidkankercampagne	1.817.804	1.078.008
Zonnetjesweek	55.211	52.065
Psoriasiscampagne	10.047	29.082
Smeerinstructies	30.349	11.323
Zonvenant	943	1.251
Heel de Huid	-	33
Huidhelden	16.034	15.157
Nationaal Constitutioneel Eczeem Project	11.337	-
EADV congres	11.213	-
	<u>1.952.938</u>	<u>1.186.919</u>

1.5 Toelichting op de lasten 2024

	Personeel	Huisvesting	Overige kosten	Kosten derden	Totaal
	€	€	€	€	€
Projecten					
VWS Huidkankercampagne	322.756	575	45.657	1.448.816	1.817.804
Zonnetjesweek	6.546	12	947	47.706	55.211
Psoriasiscampagne	5.918	8	631	3.490	10.047
Smeerinstructies	2.959	4	315	27.071	30.349
Zonvenant	-	-	-	943	943
Huidhelden	6.546	12	947	8.529	16.034
Nationaal Constitutioneel Eczeem Project	2.959	4	315	8.059	11.337
EADV congres	-	-	-	11.213	11.213
	<u>347.684</u>	<u>615</u>	<u>48.812</u>	<u>1.555.827</u>	<u>1.952.938</u>
Wervingskosten	15.423	24	1.893	30.440	47.780
Beheer en administratie	<u>16.050</u>	<u>27</u>	<u>2.209</u>	<u>-</u>	<u>18.286</u>
	<u>379.157</u>	<u>666</u>	<u>52.914</u>	<u>1.586.267</u>	<u>2.019.004</u>

Toelichting op de lasten 2023

	Personeel	Huisvesting	Overige kosten	Kosten derden	Totaal
	€	€	€	€	€
Projecten					
VWS Huidkankercampagne	149.777	-	49.315	878.917	1.078.009
Zonnetjesweek	-	-	-	52.065	52.065
Psoriasiscampagne	-	-	-	29.082	29.082
Smeerinstructies	-	-	-	11.323	11.323
Zonvenant	-	-	-	1.251	1.251
Heel de Huid	-	-	-	32	32
Huidhelden	-	-	-	15.157	15.157
	<u>149.777</u>	<u>-</u>	<u>49.315</u>	<u>987.827</u>	<u>1.186.919</u>
Wervingskosten	4.732	-	1.297	7.961	13.990
Beheer en administratie	<u>18.927</u>	<u>-</u>	<u>5.188</u>	<u>-</u>	<u>24.115</u>
	<u>173.436</u>	<u>-</u>	<u>55.800</u>	<u>995.788</u>	<u>1.225.024</u>

	<u>2024</u>	<u>2023</u>
Gemiddeld aantal werknemers in FTE	3,40	0,44
Aantal werknemers in dienst ultimo jaar	6	4

Analyse verschil uitkomst met budget

	Realisatie 2024	Budget 2024	Mutatie	
	€	€	€	%
Geworven baten	2.130.115	2.056.769	73.346	3,6
Baten als tegenprestatie voor levering van goederen en/of diensten	-	-	-	-
Overige baten	-	-	-	-
	-	-	-	-
Som van de baten	2.130.115	2.056.769	73.346	3,6
Lonen	-	101.991	-101.991	-100,0
Besteed aan doelstellingen	1.952.938	1.780.772	172.166	9,7
Wervingskosten	47.780	15.494	32.286	208,4
Kosten beheer en administratie	18.286	45.812	-27.526	-60,1
Som van de lasten	2.019.004	1.944.069	74.935	3,9
Saldo voor financiële baten	111.111	112.700	-1.589	-1,4
Financiële baten en lasten	-1.475	-2.000	525	26,3
Saldo van baten en lasten	109.636	110.700	-1.064	-1,0

Toelichting op de analyse van verschillen tussen de begroting en werkelijke cijfers

Uiteraard zijn er verschillen in voorspelde inkomsten en uitgaven maar het netto verschil is slechts 1000 euro. We hebben meer kunnen uitgeven aan doelbestedingen. De inkomsten zijn hoger en de organisatiekosten zijn lager dan beoogd. We hebben meer kunnen uitgeven aan de doelstelling 'de acceptatie van de huid die anders is' en er is uiteindelijk iets minder uitgegeven op de pijler 'zorg'. Ook is er meer besteed aan de pijler 'voorlichting en preventie'. De uitgaven aan doelstelling zijn in totaal 172.166 euro hoger dan van tevoren voorspeld. Dit is een positief resultaat.

Bezoldiging directie mevr. M.S. Landman

Per 1 april 2022 is mevr. M.S. Landman benoemd als directeur van het Nationaal Huidfonds. Aan de directie zijn geen leningen, voorschotten of garanties verstrekt. Vanaf 1 april 2023 is M.S. Landman 32 uur per week voor het Nationaal Huidfonds gaan werken.

BSD-score

Bij de bepaling van het bezoldigingsbeleid en de vaststelling van de beloning volgt het Nationaal Huidfonds de Regeling Beloning Directeuren van GoedeDoelen-organisaties van Goede Doelen Nederland. De Regeling geeft aan de hand van zwaartecriteria een maximumnorm voor het jaarinkomen. Op basis van deze criteria krijgt het Nationaal Huidfonds 400 punten en valt onder categorie G. Het fulltime jaarinkomen blijft binnen het maximum van de beloningsregeling van Goede Doelen Nederland.

Bezoldiging

Naam	:	M.S. Landman	
Functie	:	Directeur	
Dienstverband	:	Jaar 2024	Jaar 2023
Looptijd	:	onbepaald	onbepaald
Uren	:	32	16 / 32
Parttime%	:	88,89%	44,4% / 88,89%
Periode	:	01.01-31.12	01.01-31.12

	2024	2023
	€	€
Jaarinkomen		
Bruto loon / salaris	78.773	63.389
Vakantiegeld	6.341	3.429
Eindejaarsuitkering	6.562	5.280
Totaal	91.676	72.098
Pensioenlasten (wg deel)	10.163	7.797
Onkostenvergoedingen	892	892
Totaal bezoldiging	102.731	80.787

Directie

Mw. Marijne Wong-Landman

- Lid Stuurgroep Huidkankerzorg Nederland
- Lid Zonkracht Actieplatform

Raad van Toezicht

Dhr. Kees-Peter de Roos

- European Board of Phlebology van de European Union of Medical Specialists (UEMS) - Lid
- Overkoepelende Richtlijn Veneuze pathologie Voorzitter
- Stichting Fonds Onderzoek Dermatologie Voorzitter
- Commissie Praktijkvoering (NVDV) Voorzitter
- Commissie Dermatologische Professionaliteit (NVDV) Voorzitter
- St. Sint Peregrinus (dermatologen voor Zanzibar) Voorzitter

Dhr. Sven van Egmond

- Erasmus MC, afdeling Dermatologie Arts in opleiding tot specialist
- De Huidkanker Stichting Medeoprichter / Lid Raad van Advies

Dhr. Edwin van Leent

- Amsterdam UMC, afdeling Dermatologie Dermatoloog, plaatsvervangend afdelingshoofd
- Huid Medisch Centrum Dermatoloog, lid medische directie
- NVDV Lid Bestuur
- Concilium NVDV Lid
- FMS Raad Opleiding Lid, plaatsvervangend
- Regionaal Tuchtcollege Gezondheidszorg Lid beroepsgenoot

Dhr. Guus Loomans

- Rabobank Charity Management
- Pyke Koch Foundation
- Waterboys Filmmuseum EYE

Charity Manager

Bestuurslid

Voorzitter

Dhr. Franc Korsten

- Adviesbureau Korsten
- Stichting Begraafplaatsen Nijmegen
- NEC Maatschappelijk
- Via-T
- Stichting Verenigingsgebouw Overasselt
- Stichting Fonds Onderzoek Huidziekten

Eigenaar

Bestuurslid

Bestuurslid

Bestuurslid

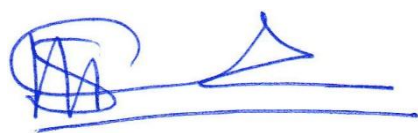
Bestuurslid

Bestuurslid

Ondertekening Directie en Raad van Toezicht

Vanaf 1 april 2022 is mevrouw Wong-Landman directeur-bestuurder. De Raad van Toezicht wordt in 2023 gevormd door Kees-Peter de Roos (voorzitter), Sven van Egmond en Edwin van Leent en vanaf 1 januari 2024 aangevuld met Guus Loomans en Franc Korsten.

w.g. 30 juni 2025



Mw. Marijne Wong-Landman



Dhr. Kees-Peter de Roos



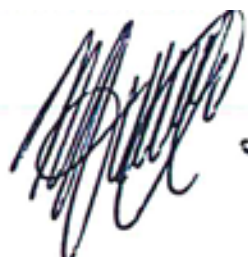
Dhr. Sven van Egmond



Dhr. Edwin van Leent



Dhr. Franc Korsten



Dhr. Guus Loomans