



Jaarverslag september 2019-augustus 2020

Alles voor onze wenskinderen

De wens van Sanne, 4 jaar:

*Als prinses spelen
in een ballenbak*

Inhoud

★ 3 Voorwoord

Effecten corona

★ 6 Over Make-A-Wish

De wens van Sanne

Impact
Missie, doelstelling en visie
Aantal vervulde wensen
Inkomsten
Aangemelde wensen
Uitgaven
Team
Kerncijfers

Interview

★ 17 Hoe Make-A-Wish waarde creëert

5 De wens van Massimo 18

Hoe Make-A-Wish waarde creëert 19
Make-A-Wish tijdlijn 21

★ 23 Activiteiten en resultaten

De wens van Maeve 24

Team Wens 26
Team Aanmeldingen 28
Team Marketing 30

Interview 33

16 Team Vrijwilligersmanagement 37
Team WishDesk 39
Team Communicatie 40
Team Human Resources 47
Team Financiën 49
Team Informatie Technologie 51
Team Facility 53

Interview

★ 55 Toekomst

De wens van Bart

Begroting

Interview

★ 62 Verantwoordings- verklaring

Interview

Verantwoordingsverklaring 65
Raad van Toezicht 66

Interview

★ 69 Jaarrekening

54

★ 95 Overig

Accountantsverklaring

95

Voorwoord

*“De toekomst zag er
rooskleurig uit, en toen
kwam de klap”*

Hanneke Verburg
Algemeen Directeur
Make-A-Wish Nederland



Alles voor onze wenskinderen

De eerste periode na 1 september kende eigenlijk alleen maar hoogtepunten. Het jaarlijkse loopevenement Meerhoven24 bracht een ton op. De ruim driehonderd lopers van de Dam tot Damloop deden dat nog eens dunnetjes over. En op 18 november was ons jubileumjaar echt voorbij, met als sluitstuk de Kids' Night. Eregast was Linda Pauling, co-founder van de Make-A-Wish Foundation. In een tot aan de nok gevuld DeLaMar Theater!

Ook de eerste maanden van 2020 begonnen fantastisch. Van de Nederlandse tulpenkwekers kregen we een eigen Make-A-Wish tulp en we zetten de eerste stappen in de uitvoering van ons nieuwe beleidsplan. We zagen een groei in fondsen én in aantal wensen. Kortom, de toekomst zag er rooskleurig uit.

En toen kwam de klap.

Op 27 februari werd de eerste COVID-19-besmetting vastgesteld bij een inwoner uit Loon op Zand. Direct hebben we de buitenlandse wenservullingen on hold gezet. Half maart kondigde de regering de intelligente lockdown aan. Daarna lagen ook de binnenlandse wenservullingen stil. Dat duurde tot 11 mei, tot de basisscholen weer open mochten.

Onze ambitie om afgelopen boekjaar flink te groeien in wensen en fondsen, hebben we dus niet kunnen waarmaken. Sterker nog, we zagen een drastische terugval in wensen, én in inkomsten. Want bijna alle acties en events, van onszelf en van derden, werden na de eerste persconferentie gecancelled. Om maar niet te spreken van het verlies van fondsen.

Maar... never waste a good crisis!

Deze crisis bood gelukkig ruimte voor innovatie en creatieve ideeën. Zo organiseerden we de afgelopen maanden de ene online activiteit na de andere. Ons Online feestje voor wens-kinderen bijvoorbeeld, op 15 mei. Een feestje om hun te vertellen dat we ze niet waren vergeten. Ook leuk voor onze vrijwilligers, want zij mochten de uitnodiging persoonlijk langsbrengen. In brandweerauto's, Make-A-Wish limousines en politiewagens. Op het feestje beleefden de kinderen een magische wenservaring en konden ze weer even positief met hun wens aan de slag. Ik noem ook de online Adviesbrigade. We vroegen tien wenskinde-ren om als echte ervaringsdeskundigen thuisblijftips te geven in een videoboodschap. Doel was de rest van Nederland een hart onder de riem steken. In die context bedachten we samen met WNL nog de kaartenactie Kaartjevoorjou. Omdat Make-A-Wish als geen ander weet hoe belangrijk het is om met een kaartje te laten merken dat je aan een ander denkt.

Sinds 11 mei zijn de binnenlandse wensen weer voorzichtig opgepakt.

In het begin alleen van kinderen in de basisschoolleeftijd. Op 31 augustus kwamen we uit op 375 wensen, in plaats van de beoogde 687. Bijna 543 kinderen staan in de wacht. Het is nog een grote uitdaging om al die Wish Journeys op te pakken. Met smart wacht ik op de periode hierna, zonder corona. Het is een gegeven dat elke aanmelding binnenkomt op een moment dat een kind 't het hardst nodig heeft. Daarom is het zo schrijnend dat ze op hun wensvervulling moeten wachten. Een behandeling is meer dan medicijnen alleen.

We moeten zichtbaar zijn. En blijven.

Afgelopen boekjaar deden we er weer alles aan om aanwezig te zijn in de media, met name op social. Het is belangrijk dat we laten zien wie we zijn en wat we doen. Onze verhalen delen met de community. De jubileumactiviteiten genereerden natuurlijk veel aandacht, evenals de doop van de Make-A-Wishulp. Na een korte mediastilte lanceerden we in mei een nieuwe InfluWENSerscampagne. Ditmaal met de stoere Clem en Anouk in de hoofdrol. De eerder genoemde actie een Kaartjevoorjou zorgde voor veel respons. Op 2 mei zat ik in de studio bij WNL om de actie toe te lichten. Ambassadeur Pia Douwes zat er een week later om hem af te sluiten.

Deze crisis bracht bovendien nieuwe zakelijke concepten...

Om te groeien in inkomsten zoeken we steeds meer de samenwerking op met de zakelijke markt. Niet alleen in de vorm van sponsoring, maar door écht samen wensen te vervullen. In deze tijd gaat het namelijk allang niet meer om 'hand ophouden en bedankt.' Bedrijven willen purpose-gedreven ondernemen. Dat gaat over geloofwaardigheid en het verlangen goed te doen. Om die reden bedachten we een aantal inspirerende concepten. Ik noem WishTeams, een ontwikkelprogramma voor future leaders en high potentials binnen bedrijven. En online teambuildings-programma's, zoals de online Creative Challenge. Daarnaast zitten we in de afrondingsfase van enkele succesvolle samenwerkings-verbanden. Leuk detail: daaronder zitten ook enkele jonge onder-nemers. Twintigers die er bewust voor kiezen om niet alleen voor die dikke auto te gaan.

... en een andere manier van werken.

Net zoals de rest van Nederland werken we thuis. Zelf was ik daar nooit zo'n voorstander van, maar het gaat onverwacht goed.

“Om te groeien in inkomsten zoeken we steeds meer de samenwerking op met de zakelijke markt”

In het begin kwamen we bijvoorbeeld wekelijks – inmiddels maandelijks – online samen met alle teamleiders in het land. Met als gevolg dat de communicatie nu veel beter verloopt. Ook het online wenshalen blijkt in de praktijk prima te werken. Je wordt gedwongen zaken op een andere manier aan te pakken. Ik ben enorm blij dat we de afgelopen jaren de slag hebben gemaakt naar zelfstandige teams. Juist in een periode dat je elkaar niet (vaak) ziet, pluk je daar de vruchten van. Alles loopt gewoon door. Zelfs het opleiden van medewerkers. Enkele maanden geleden sloten we ons aan bij GoodHabit, een online trainingsplatform. Net als bij Netflix mogen medewerkers zelf onbeperkt kiezen. In dit geval uit het online aanbod aan trainingen en cursussen. Op basis van een assessment staat er voor iedereen een mooi opleidingsprogramma klaar.

Ik ben me ervan bewust dat deze fase nog wel even duurt.

Ongeduldig als ik ben, moet ik wel realistisch zijn. Het klopt wat ze zeggen: corona is nog niet klaar met ons. Mensen vragen me weleens, wat wens je nou zelf? Nou, mijn wens is simpel: dat we ons werk kunnen blijven doen. Alles voor onze wenskinde-ren.

Hanneke Verburg

Algemeen Directeur Make-A-Wish Nederland

Effecten corona

Het coronavirus en de maatregelen die sinds maart 2020 in meerdere of mindere mate gelden, hebben een grote impact op de samenleving. En dus ook op goede doelen als Make-A-Wish.

Minder inkomsten

Zo zijn er diverse fondsen uitgevallen. En talloze fondsen-wervende acties en events stopgezet of zelfs helemaal afgelast. Alles bij elkaar leidde dit tot een forse terugval in inkomsten. Een dalende trend die nog steeds doorzet. Want voorlopig lijken we nog niet van het virus af te zijn.

Offline werving onder druk

Omdat acties en events niet meer doorgingen, zijn veel campagnes rondom events geannuleerd en waren we minder zichtbaar voor onze community. In de eerste coronamaanden stopte ook de werving voor de Lot of Happiness loterij, conform de maatregelen van de overheid. Gelukkig konden we de huis-aan-huiswerving van nieuwe loten snel weer opstarten. Daarmee vingen we in elk geval een deel van de inkomstenderving op. We verkochten zelfs meer loten dan begroot.

Minder aanmeldingen en wensvervullingen

Meer nog dan de terugval in inkomsten zijn we geraakt in de kern van ons werk: onze wenskinderen een onvergetelijke Wish Journey bezorgen. Van de ene op de andere dag stonden de wensvervullingen stil. Eerst de buitenlandse en een maand later de binnenlandse. Terwijl wij als geen ander weten hoe intens onze wenskinderen kunnen uitkijken naar koken met een topkok, de ontmoeting met een vlogger, of een weekendje naar Disneyland Parijs...

Impact van corona op Make-A-Wish

We lagen goed op koers naar 687 wensvervullingen, maar dit werden er uiteindelijk 375.

27 februari: stopzetten buitenlandse wensen

23 maart: stopzetten overige (binnenlandse) wensen

11 mei: opnieuw opstarten binnenlandse wensen voor kinderen van de basisschool

Tot slot: minder kortingen

Bij het vormgeven van een Wish Journey ontvangen we bijna altijd goederen en diensten met korting. Soms rekenen leveranciers er helemaal niets voor. Dankzij dit soort indirecte bijdragen houden we geld over om meer wensen te vervullen. Afgelopen boekjaar bedroeg de werkelijke waarde van de verkregen kortingen en diensten € 197.000. In het jaar ervoor was dit nog € 336.000. Deze daling had met name te maken met het wegvallen van de buitenlandse wensen. En juist daarmee realiseren we verhoudingsgewijs de meeste korting.

Doel voor corona

Op koers naar minimaal

687 wensvervullingen

Impact van corona

Wensvervullingen **375**

Inkomsten

-22%

Kortingen

-41%



Over Make-A-Wish

Sanne, 4 jaar

Assepoester in de ballenbak

Sanne heeft best lang moeten wachten op haar wensvervulling, maar eindelijk is het zover. Tijdens het halen van haar wens is Sanne heel erg duidelijk. Haar liefste wens: als een prinses in de ballenbak spelen met Eef, haar zusje.

In de periode dat Sanne op haar wens wacht, blijven we haar erbij betrekken. Ze mag alvast een ontwerp maken van haar jurk, én van de taart. Wanneer we op de dag van de wensvervulling aanbellen, is Sanne al helemaal aangekleed in haar eigen ontwerp. De jurk is precies zoals ze wil: roze met een strak lijfje en een rok van tule met bloemen. Sanne vraagt of ze nog wat make-up kan opdoen, maar nu wij er zijn toch maar niet, want ... 'We gaan naar de ballenbak'.

Een echte prinsessenkoets

Ballenbak? Waar staat-ie dan? Misschien in de achtertuin? Sanne snapt er niets meer van. Nee Sanne, loop maar met ons mee. Met z'n allen lopen we naar buiten en wat komt daar nu aan? Een echte Assepoesterkoets. 'Wauw...mama, mama! Kijk!' En weg rijdt Sanne. Als een echte prinses zwaait ze naar iedereen. Haar zusje Eef doet al even enthousiast mee. Na een mooie rit komen we aan bij Hofstede de Middelburg in Bussloo. Door de bomen zien we al iets roze en blauws. O... daar is de ballenbak! Een mooie, roze ballenbak met blauwe ballen.

Snel neemt Sanne afscheid van koets en paarden. De ontvangst is heel hartelijk en Sanne en haar familie mogen zitten waar ze

willen. Onder de luifel staat zelfs een echte prinsessenstoel en alles is versierd. Maar niemand gaat zitten, de ballenbak lonkt... Kijk ze eens genieten. Daarna is het tijd voor de taart die is gemaakt naar het ontwerp van Sanne. De eindversiering van spikkels brengt ze zelf nog aan. Dan de chocolade, aardbeien en het kroontje erbovenop. Met haar papa gaat ze nóg een keer de ballenbak in. Hierdoor krijgt ze het zo warm dat haar wangen net zo roze kleuren als haar jurk.

Poffertjes, ballonnen en pizza to go

Een goed moment om even rust te nemen, wat te kleuren en lekker poffertjes te eten. Op de schaal met poffertjes ligt iets wat Sanne nog nooit heeft gezien. Duivelsfruit. Best lekker! Sanne wil nog een rondje in de ballenbak tot er een man komt aanrijden op een hele kleine fiets. Wat komt hij doen? Het duurt even, maar uiteindelijk verschijnt er een dikke glimlach op haar gezicht... ballonnen! 'Nou papa, even goed opletten. Dan kan jij dit morgen namaken.' De man vertoont zijn kunsten. Sanne vraagt welk dier roze is. Voor haar wordt het dus een flamingo. Eef krijgt een bloem, haar papa een koningskroon en mama een mooie armband van een vliegend paard. Tot slot krijgt Sanne nog een Assepoester-prinses.

Sanne is er stil van. Wat een leuke, intensieve middag. De familie sluit deze prachtige dag af met een doos pizza's om thuis van te smullen. Sanne lacht: van deze Wish Journey gaat ze nog lang nagenieten.



*"Ik wil als een prinses
spelen in een ballenbak"*

Sanne, 4 jaar

Impact: hoop en kracht voor onze wenskinderen

375

vervulde wensen in 2020

646 in 2019



[Lees meer over de wensen](#)

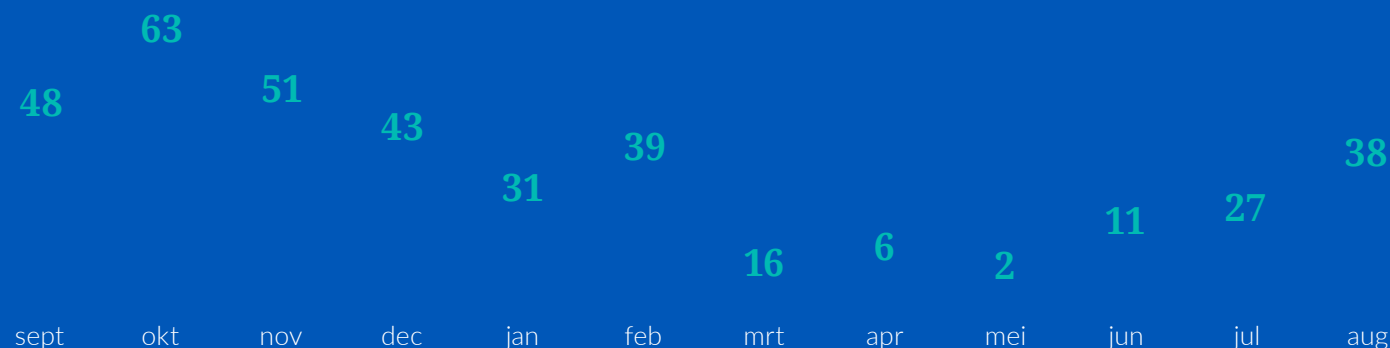


Nederland

72%

Buiten Nederland

28%



Wensen in de wacht

543

Spreiding vervulde wensen

■ Aantal vervulde wensen binnen Nederland

■ Aantal vervulde wensen buiten Nederland



De impact van een Wish Journey

MISSIE

Samen met onze community geven we kinderen met een ernstige, soms zelfs levensbedreigende ziekte hoop en kracht voor de toekomst door hun allerliefste wens te vervullen.

DOELSTELLING

Elke dag horen gemiddeld drie families in Nederland dat hun kind een ernstige, soms zelfs levensbedreigende ziekte heeft.

Make-A-Wish wil álle ernstig zieke kinderen tussen 3 en 18 jaar kracht geven voor de toekomst.

Dat doen we door hun allerliefste wens te vervullen.

VISIE

Onderzoek toont aan dat het realiseren van een allerliefste wens jonge patiënten en hun omgeving kracht en vertrouwen geeft, en blijvend impact heeft. Een wensvervulling ontstaat niet vanzelf. Het is een zorgvuldig geplande Wish Journey. Een bijzonder traject waar een grote groep mensen maanden mee bezig is en dat van a tot z maatwerk is. En dat impact heeft vanaf het moment van kennismaken tot lang na de wensvervulling zelf. Zo maken we met elkaar herinneringen die een leven lang mee gaan. Wij zetten alles op alles om zoveel mogelijk wensen te vervullen.

Dat doen we niet alleen. Dat kúnnen we niet alleen. Allereerst doen we dat met de kinderen zelf. En natuurlijk met de zorgzame vrijwilligers, ouders, ziekenhuizen en business partners die alles uit de kast halen om het onmogelijke onvergetelijk te maken. Elke Wish Journey heeft zijn eigen verhaal. Van de voorbereiding, van het verheugen, van zorgeloze momenten met de hele familie tot en met de herinneringen. Door onderdeel te zijn van een onvergetelijke Wish Journey krijgt een kind weer positieve energie. Zo vinden kinderen én de mensen eromheen nieuwe kracht om sterker de toekomst in te gaan.

Impact 2020

Happy smiles

>1.200



Kilometers met de
wenslimousine

121.500



[Lees meer over de limousine](#)

Omvang totale
Make-A-Wish community

>5.000



[Lees meer over vrijwilligersmanagement](#)

Continuïteitsreserve
uit boekjaar

€ 2.656.914

2019: € 3.275.285

Besteed aan doelstelling
in % van de totale baten

56%

2019: 68%

Besteed aan doelstelling
in % van de totale lasten

66%

2019: 70%

Impact 2020

Gemiddelde aantal familieleden, vrienden en burenbetrokken bij wens

28



Aantal medewerkers en vrijwilligers

465



Grootste crew wensvervulling

23



Ratio continuïteitsreserve / kosten werkorganisatie

0,71

2019: 0,89



[Lees meer over de continuïteitsreserve](#)

Kosten fondsenwerving in % van de totale baten

22%

2019: 23%

Kosten beheer en administratie in % van de totale lasten

8%

2019: 7%

[Lees meer over de kosten](#)



Aantal vervulde wensen

Strategie

Langetermijndoel

1.200

Doelstelling 2020

687

Resultaten 2020

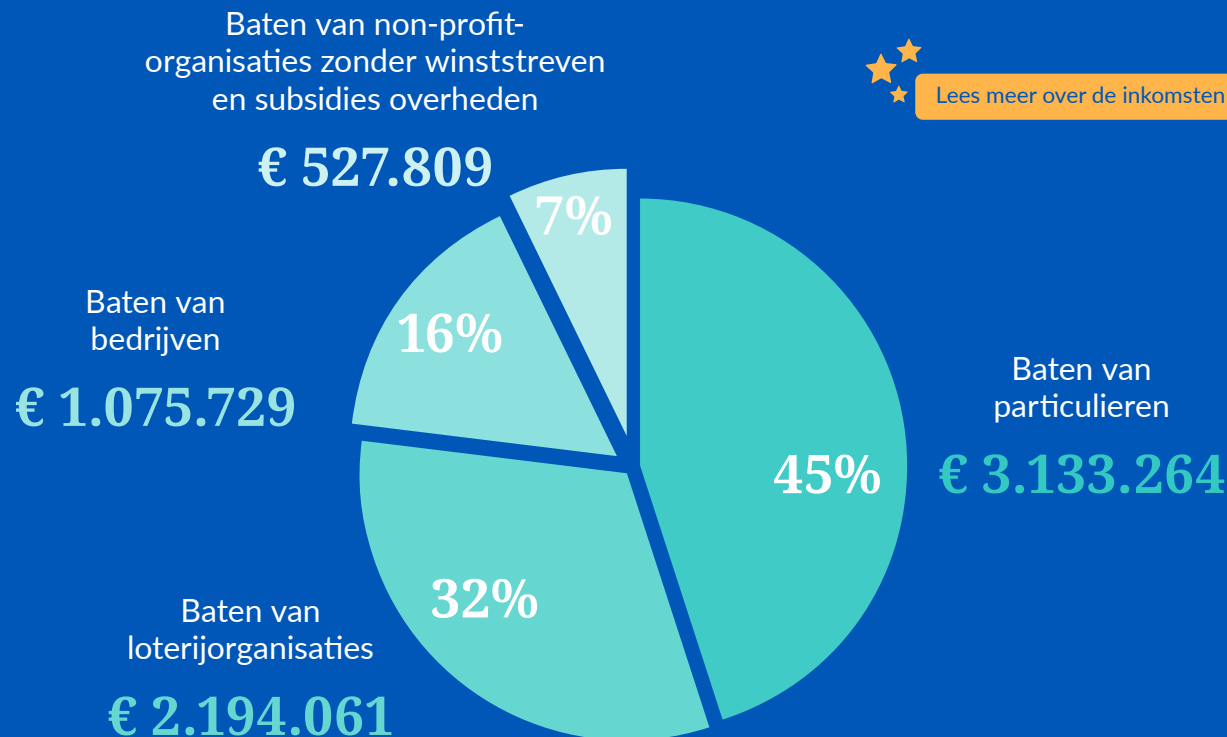
375 -45%



Lees meer over de wensen

Inkomsten 2020

Inkomstenoverzicht



Lees meer over de inkomsten

Totaal inkomsten

€ 6.930.863

Saldo financiële inkomsten-
uitgaven € 195

Aangemelde wenskinderen

Aangemelde wenskinderen
2020

596

Begroting 2020

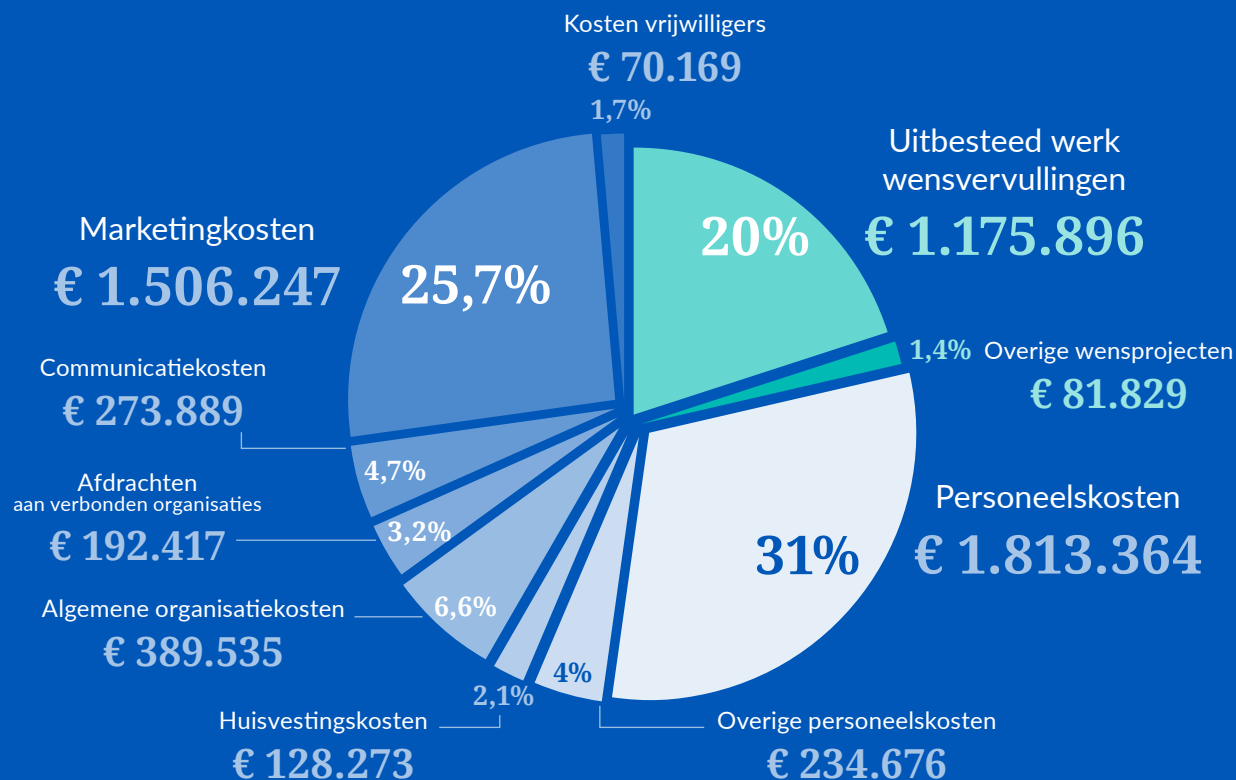
755

Lees meer over de wensen

Uitgaven 2020

Uitgavenoverzicht

Lees meer over de uitgaven



Totaal uitgaven

€ 5.866.295

Resultaat € 1.064.568

Make-A-Wish team

Aantal collega's

465

40 (31,2 FTE) op kantoor +
425 vrijwilligers in het land

Verloop

Gestopt

100

131

Gestart

Sollicitanten

608

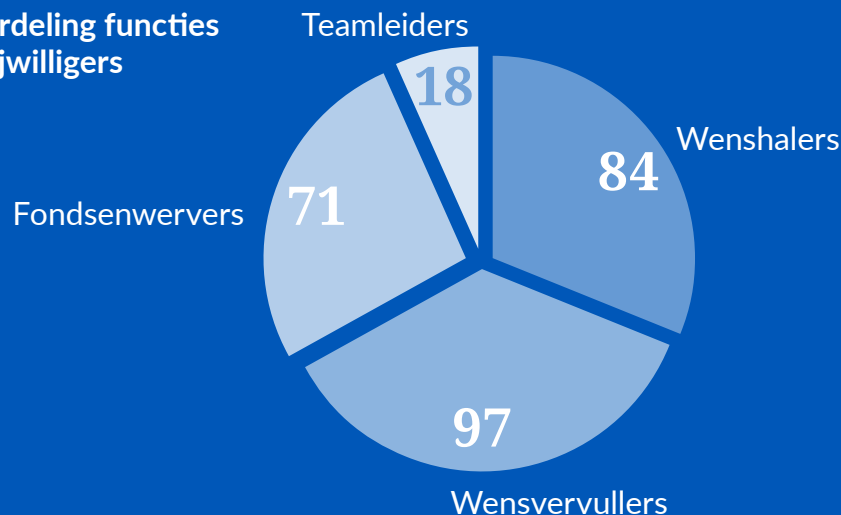
Afgelopen boekjaar hebben 608 mensen gesolliciteerd als kantoormedewerker, vrijwilliger en/of stagiair. Ter illustratie: op de vacatures voor Wens en de WishDesk reageerden gemiddeld 250 mensen.

Lees meer over Human Resources

Kerncijfers 2020

Medewerkers, vrijwilligers

Verdeling functies vrijwilligers

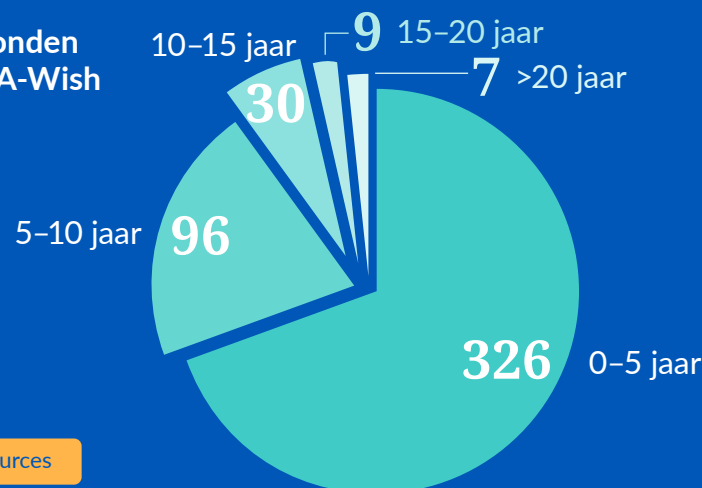


Daarnaast zijn er:

- 15 Coaches
- 32 Fotoalbumvrijwilligers
- 10 Fotograafvrijwilligers
- 10 Parijsvrijwilligers
- 8 Communicatievrijwilligers
- 12 Projectvrijwilligers
- Gemiddeld 10 stagiaires

De overige collega's (58 vrijwilligers) vervullen ieder een specialisme.

Duur verbonden aan Make-A-Wish



Gemiddelde leeftijd

43 jaar
vrijwilligers

38 jaar
op kantoor

Interview

Wibra steunt maar één goed doel

Bas Duijsens, CEO Wibra:

“We kozen voor Make-A-Wish, omdat we erg betrokken zijn bij het leed van zieke kinderen en hun familie. We vinden het belangrijk onze steun te bundelen voor één goed doel. Zodat we écht iets kunnen bijdragen, in plaats van aan meerdere goede doelen kleine bedragen schenken. Ik vind dat heel bijzonder, gezien de omstandigheden binnen de retailsector.”



Ilse Géron, Fondsenwerver zakelijke markt:

“Wibra draagt sinds 2000 een fors steentje bij aan het realiseren van onvergetelijke Wish Journeys door speciale bigshoppers te verkopen. Daarnaast sponsoren zij met zakjes kruidnootjes voor de geweldige én lekkere actie Strooigoed. Ieder jaar is dit enorm succesvol: 40.000 zakjes die € 60.000 opleveren. Ontvangers én verkopers worden daar heel blij van!”

“Bundelen voor één goed doel”

Bas Duijsens
CEO Wibra





Waardecreatie

Massimo, 4 jaar

‘Ik wil boeven vangen en Nino zien’

Donderdag 27 augustus vergeet Massimo niet snel. In colonne rijdt de politie met luide sirenes zijn straat in. De agenten komen hem ophalen, want ze hebben zijn hulp nodig bij het zoeken naar Nino de Dino. De dappere Massimo stapt in de politiebuis. Op naar het bureau, waar een erehaag van agenten hem opwacht.

Dino gezocht

Dan horen ze een gemene lach. De boef die Nino de Dino heeft ontvoerd. Massimo, papa en de politie snellen op de boef af en nemen hem gevangen. Hup, naar binnen jij! Massimo is inmiddels begonnen aan de zoektocht naar Nino. Waar is ie nou? Overal zijn planten uit hun bakken gerukt en mos ligt verspreid door het hele gebouw. Ook zijn er pootafdrukken. De boef wordt gefouilleerd en opgesloten in de cel. Wanneer de boef plechtig belooft voor altijd lief te zijn, laat Massimo hem weer vrij. Alleen: Nino is nog niet gevonden. En dus gaat de zoektocht verder.

Stop, volg politie!

Er staat een limousine klaar om het gezin richting Dinoland te rijden. Tijdens een tussenstop in het bos vindt Massimo allemaal pootafdrukken. Alsof het niks is, slaat hij een dino-piñata tot moes. Tijd voor pauze heeft-ie niet. Hij ziet de volgende voetsporen al liggen. Helaas loopt het spoor hier ook dood. Dan, in de buurt van Zwolle, staat een politieauto. De agenten krijgen de limo in het vizier en racen er naartoe.

STOP VOLG POLITIE, seinen ze. De limousinechauffeur schrikt zich een hoedje. Maar het valt allemaal wel mee. De agenten Jan Willem en Arjan willen alleen maar vertellen dat Nino in de buurt is gesignaleerd. Al snel ziet Massimo weer pootafdrukken. Na een dinopotenrace vindt hij een puzzel. Samen met papa en Jan Willem weet hij de puzzel op te lossen. Het aantal pootafdrukken neemt nu snel toe en kijk: daar is Nino dan eindelijk. Dat komt natuurlijk door al dat slimme speurwerk. En Nino is een hele lieve knuffeldino. Vanwege zijn goede hulp, krijgt Massimo een diploma van de politie.

Eindelijk door naar Dinoland

Het is de hoogste tijd om weer door te rijden, naar Dinoland. Duffy de Dino zorgt voor een warm welkom. Duffy is al net zo'n knuffeldino als Nino. Iedereen heeft inmiddels wel een beetje trek, dus op naar de lunch. In het restaurant wordt speciaal voor Massimo een show opgevoerd. Massimo is nu niet meer te houden. Enthousiast gaat hij op expeditie in Dinoland. Elke dino die hij ziet, streeft hij af op de kaart. Tijdens de theatershow van Ranger Jones gaat Massimo nog even mee de tijdmachine in. Grappig, want als hij er weer uitstapt heeft hij ineens een gigantische bos haar.

Pannenkoeken zijn het favoriete eten van deze dino-expert. Dus is er op de terugweg nog een stop bij Hans en Grietje in Zee-wolde. Met zijn buik vol pannenkoeken, is het nu echt tijd om naar huis te gaan.



Hoe Make-A-Wish waarde creëert

Input

Financieel kapitaal

€ 6.930.863

- Particulieren
- Bedrijven
- Loterij-organisaties
- Non-profitorganisaties

Menselijk & sociaal kapitaal

465

- Collega's op kantoor,
- Collega's als vrijwilligers
- De Community

Toegevoegde waarde



- Missie
- Organisatie
- Governance
- Riskmanagement

Output

596

Aangemelde wenskinden

375*

Vervulde wensen

* 48% minder in verband met het stilleggen van de activiteiten door corona

Outcome

66%

Lasten besteed aan doelstelling

€ 2.683.914

Continuïteitsreserve

Impact

★ Kracht

★ Erkenning

★ Aandacht

★ Happy smiles



[Meer over input](#)



[Meer over toegevoegde waarde](#)



[Meer over output](#)



[Meer over outcome](#)

Hoe Make-A-Wish waarde creëert

Make-A-Wish Nederland is opgericht in 1989. Het eerste kind waarvoor we een wens mochten vervullen, was de toen 10-jarige Cindy. Zij wilde heel graag een tv-opname bijwonen van de in die tijd heel populaire serie 'Zeg 'ns AAA'. Een enthousiaste verpleegster van het Haagse Juliana Kinderziekenhuis meldde haar wens aan. En Cindy mocht als een echte filmster naar de studio én op de foto met 'Mien Dobbelsteen'. De rest is geschiedenis. Sinds die tijd vervulden we al bijna achtduizend wensen. Achter ons staat een grote community van mensen die ons vanuit hun hart steunen. We hebben de ANBI-status en zijn CBF-erkend.

Waarde toevoegen door Wish Journeys

In Nederland hebben jaarlijks ongeveer 1.200 kinderen een Wish Journey nodig. Want dagelijks krijgen gemiddeld drie gezinnen het bericht dat hun kind een ernstige, soms zelfs levensbedreigende ziekte heeft. De impact van zo'n bericht is moeilijk voor te stellen. Van een gewoon leven met school, vriendjes en leuke dingen doen is dan ineens geen sprake meer. In plaats daarvan spelen het ziekzijn, de behandeling in het ziekenhuis en witte doktersjassen de hoofdrol in hun leven. Ons doel is: betekenisvolle Wish Journeys organiseren. Voor ál die kinderen die jaarlijks te horen krijgen dat ze een ernstige, soms zelfs levensbedreigende ziekte hebben. Het vervullen van een allerliefste wens heeft een blijvend positief effect en dat is voor het behandeltraject heel bevorderlijk. Nu staat de teller op ongeveer 650 wensen per jaar – afgelopen boekjaar uitgezonderd. Dat is veel, maar nog niet genoeg.

Waarde toevoegen door nieuwe zakelijke concepten

Doorlopend zoeken we naar manieren om de zakelijke community aan ons te verbinden. Niet alleen in de vorm van sponsoring, maar door écht samen wensen te vervullen. We voegen graag waarde toe aan een gift. Hiervoor bedachten we een aantal inspirerende concepten. Een daarvan is WishTeams, dat echt gericht is op het vergroten van de maatschappelijke waarde van bedrijven.

Bedrijven werken namelijk steeds meer vanuit een purpose. Dat moet ook wel, want purpose-gedreven ondernemen gaat over geloofwaardigheid en het verlangen van bedrijven goed te doen. En het speelt een hoofdrol in de War on Talent die ook in Nederland gaande is. Sommige bedrijfstakken hebben een

chronisch personeelstekort. Denk aan ICT, zorg, onderwijs en logistiek. In de vijver van de generaties Y (de millennials) en Z wordt 'gevochten' om mensen.

Maar juist deze professionals gaan liever voor een bedrijf met een sociale agenda dan voor een mooie leaseauto. Kortom, er is werk aan de winkel. En daar kan Make-A-Wish bij helpen.



Tijdlijn (1980-2019)



1980

29 april 1980

Phoenix, Arizona. De allereerste wensvervulling van de toen 7-jarige Chris leidde tot de oprichting van de Make-A-Wish Foundation door zijn moeder Linda Pauling

1989



10 oktober 1989

Voorhout. Oprichting Make-A-Wish Nederland, toen nog Doe Een Wens Stichting Nederland

2019

7 september 2019

Eerste Make-A-Wish Kids Open



10 oktober 2019

Viering 30^e verjaardag op het terrein van de politieacademie in Lelystad



28 september 2019

Opening expositie 30FACESTORIES

December 2019

Jaarlijkse actie Strooigoed met Wibra



13 december 2019

Freek Vonk ontmoette in de Make-A-Wishkamer van het Prinses Máxima Centrum zeven wenskinden

18 november 2019

Afsluiting jubileumjaar met de Kids' Night



Tijdslijn (2020)



18 januari 2020
Doop Make-A-Wishtulp



7 april 2020
Pop-up abseilevent met superhelden in het Maastricht UMC+



2 mei-9 mei 2020
Gratis kaartenactie Kaartjevoorjou



15 mei 2020
Online feestje voor alle wenskinderen



11 mei 2020
Na 3 maanden lockdown zijn we weer gestart met het vervullen van de binnenlandse wensen van de kinderen op de basisschool



Begin mei 2020
Thankaton voor donateurs boven de 65 jaar



27 mei 2020
Pop-up abseilevent met superhelden in het Erasmus MC-Sophia

29 juni 2020
Start workshop Great Fundraising van Alan Clayton. Dit leidde tot de ontwikkeling van onze New Ambition



Augustus 2020
Presentatie nieuwe concepten online teambuilding en WishTeams



*Activiteiten
en resultaten*

Maeve, 9 jaar

Voor één dag actrice zijn

Toen Make-A-Wish Maeve naar haar liefste wens vroeg, was zij nog volop in behandeling voor de tumoren die bij haar waren aangetroffen. Haar Wish Journey moesten we dus voorzichtig opbouwen.

Maeve wil acteren, het liefst in een film. En wat doe je als je die wens hebt? Lessen nemen. En dus begint ze haar Wish Journey in september 2019 met acteer- en danslessen bij de vermaarde theaterschool Rabarber. Hier leert zij de fijne kneepjes van het vak. Enkele maanden later volgt ze nog wat aanvullende cameralessen bij acteur/docent/regisseur Casper van Bohemen. Maeve heeft dan net de laatste chemobehandelingen achter de rug en kan gaan herstellen.

Begin 2020 nemen we Maeve mee in de volgende stap van haar Wish Journey. Op naar een castingbureau. Bij Elskes Kast mag ze laten zien wat ze heeft geleerd. Het castingbureau zoekt namelijk nog iemand voor een film, naar het populaire kinderboek Engel. Het boek gaat over een meisje dat wensen kan vervullen... Hoe toepasselijk! Enige tijd later komt de producent van de film samen met hoofdrolspeelster Liz Vergeer bij Maeve langs met een geweldige boodschap. Maeve krijgt een rol in de film!

De filmopnames starten vanwege corona later dan gepland. Maar van uitstel komt geen afstel. Na het nemen van de nodige maatregelen, beleeft Maeve een fantastische opnamedag. Haar ster rijst snel, want verschillende kranten en nieuwssites willen graag haar verhaal vertellen.

Luid applaus voor Maeve

Op 5 augustus gaat de film 'Engel' in première. Omdat Maeve op die dag nog op vakantie is, besluiten we op 6 september een speciale Maeve-première te organiseren. Met als gasten alle mensen die voor haar belangrijk zijn. Die bewuste dag gaat Maeve eerst in de opmaak, samen met haar moeder en zussen. Een mooie, roze limousine brengt hen vervolgens naar de Pathé bioscoop in Delft. Onderweg beseft Maeve hoe bijzonder het allemaal is. Vol overtuiging roept ze: 'Ik denk dat dit de mooiste dag van mijn leven is'.

Bij de bioscoop aangekomen ligt de rode loper uit. Alle aanwezigen, inclusief hoofdrolspeelsters Liz Vergeer en Mila van Groenningen, verwelkomen haar als ster van de première. Na de nodige interviews wordt de film 'Engel' getoond. De zaal geeft een daverend applaus tijdens de scène waar Maeve in speelt. Later nog een keer, op het moment dat haar naam op de aftiteling staat. En, een première is geen première zonder nazit met (kinder)champagne, prachtige bloemen en heerlijke cupcakes voor iedereen.

[Bekijk de video](#)



“Ik wil mijn naam op de aftiteling van een bioscoopfilm zien”

Maeve



Activiteiten en resultaten



Wens



Aanmeldingen



Marketing

- Zakelijke markt
- Particuliere markt
- Events



**Vrijwilligers-
management**



WishDesk



Communicatie



**Human
Resources**



Financiën



**Informatie
Technologie**



Facility

Wens

Binnen het Wens-team verwelkomden we een aantal enthousiaste nieuwe collega's. Gezamenlijk verdeelden we weer de taken en verantwoordelijkheden binnen onze zelf-organiserende omgeving. En met hernieuwde energie gingen we aan de slag met de uitdagingen rondom corona en de toekomst.



De uitdagingen

Minder wensen

Corona trok een streep door ons target van 687 wensvervullingen. In maart lieten we de wensvervullingen stilleggen, met pijn in het hart. Het kón niet anders: onze wenskinderen zijn kwetsbaar en hebben vóór alles een veilige omgeving nodig. Op 11 mei, na de opening van de scholen, zijn de binnenlandse wensvervullingen voorzichtig weer opgepakt. Eerst voor kinderen in de basisschoolleeftijd. En vanaf 2 juni voor kinderen uit het voortgezet en mbo-onderwijs. Met trots kunnen we vermelden dat we toch nog zijn uitgekomen op 375 vervulde wensen, ofwel afgeronde Wish Journeys. Daarvan vonden er 148 in het buitenland plaats (van voor corona), 188 in het binnenland en 37 cognitief (waarvan 5 in het buitenland). Cognitief wil zeggen: kinderen die op een functioneringsniveau zitten van jonger dan drie jaar.

Als gevolg van bovenstaande stonden er op 31 augustus 2020 nog 543 wensen in de wacht. 188 in het binnenland, 84 naar Disneyland Parijs en Legoland Denemarken, 101 naar andere delen in Europa en 47 buiten Europa. Daarnaast zijn er 37 cognitieve wensen (voor uitiem jonge kinderen) en 86 wensen waarvan het wenstype nog niet duidelijk is. Variërend van een bezoek aan een voetbalwedstrijd tot het bijwonen van een Formule 1-race of een strandvakantie.

En een aantal speedwensen

De wensvervullingen lagen in het voorjaar weliswaar een tijdje stil, maar de andere activiteiten uit de Wish Journeys zijn natuurlijk wél gewoon doorgegaan. Op die manier bleven de wenskinderen bezig met hun wens en wisten ze dat we aan ze dachten. Daarnaast konden we de speedwensen van vijf kinderen gelukkig nog vervullen. Kinderen die vanwege de ernst van hun ziekte onmogelijk langer konden wachten.

Twee voorbeelden. Wenskind Kiki zou op 12 maart een voorstelling bijwonen van TINA-de musical. Maar door de aangescherpte coronamaatregelen sloot het Beatrix Theater die avond plotseling de deuren. De wens van Kiki om haar favoriete musical te zien, viel bijna in duigen. En toen gebeurde er iets moois: de actrice én de crew van het Beatrix Theater besloten haar een privé-optreden aan te bieden. Zo beleefde Kiki de 12^e toch de avond van haar leven.

Wenskind Nadine wilde nog één keer knuffelen met Blitz, haar voormalige verzorgingspaard. Alleen, Blitz was inmiddels naar een manege in België verhuisd. Maar ja, België had de grenzen gesloten met Nederland. En Nadine had niet veel tijd meer, dus wachten was geen optie. Met een speciaal attest van de Belgische overheid, kregen we het voor elkaar Blitz naar Nederland te halen, naar Nadine. Met speciale dank aan Stichting Ambulance Wens voor de hulp bij het vervullen van deze hartverwarmende wens.

Van huisbezoek naar online bezoek

De komst van corona had ook gevolgen voor de 'normale' manier van werken. Waar voorheen de wenshalers thuis op bezoek gingen bij de wenskinderen, was dat nu natuurlijk geen optie meer. Snel viel het besluit om de wensen online te gaan halen. Om de wenshalers hierin te ondersteunen, stelden we samen met de coaches wenshalen een document op met tips en tricks. De coaches zorgden bovendien voor enkele voorbeeld filmpjes. Hoe leuk om je zo alvast voor te stellen aan je wenskind, voordat je online het gesprek met ze aangaat. Onze wenskinderen waren eigenlijk snel gewend aan het online contact. Bovendien merkten we dat de informatie die nodig was om de Wish Journey op te starten, van dezelfde hoge kwaliteit was. Zo ontstond er geen vertraging in het opstarten van de Wish Journey.

Kinderen actiever betrekken

In de Wish Journey, misschien wel juist vanwege deze corona-crisis, komt de nadruk steeds meer te liggen op de fases van voorbereiden en verheugen. We zijn de wenskinderen standaard actief gaan betrekken bij hun wens. Iedereen ziet en ervaart namelijk wat dat met de kinderen doet. Daarnaast maakt het nieuwe CRM-systeem de weg vrij om een aantal forse stappen te zetten in het proces van kwaliteitsbewaking. Door naast de kwaliteit ook de impact van de Wish Journey te meten, ontstaat een steeds beter beeld van de manier waarop we die willen invullen.



Bestedingspercentage

Het doelstellingspercentage, ofwel de doelstellingskosten gedeeld door de totale kosten, bedroeg in het verslagjaar 66% (vorig jaar 70%). De daling wordt met name veroorzaakt door het lagere aantal vervulde wensen.

Doelstellings-
percentage **66%**

Aanmeldingen

De collega's die verantwoordelijk zijn voor de aanmeldingen hebben als missie: ieder kind vinden dat in aanmerking komt en hem of haar een Wish Journey geven. Elk jaar komen er aanmeldingen bij. Onder meer door goede relaties aan te gaan en te onderhouden met zorgprofessionals door het hele land. Daarom is het belangrijk dat de zorgprofessionals weten welke kinderen in aanmerking komen. En wat de meerwaarde is van een Wish Journey. Voor ons start een Wish Journey met een telefoontje naar de ouders. Om ze te vertellen dat het zover is en wat de volgende stappen zijn. We zijn dus verantwoordelijk voor alles rondom de aanmeldingen en voor de contacten met de zorgprofessionals.

*Elk jaar komen er
aanmeldingen bij*

Nog 596 Wish Journeys opgestart

755 Wish Journeys opstarten was het doel van afgelopen boekjaar. Maar door corona en de verhoogde werkdruk in de ziekenhuizen, bleef het aantal aanmeldingen bij 596. Normaal komt 75% van de aanmeldingen uit de ziekenhuizen. Dus de verhoogde druk in de zorg en de kwetsbaarheid van de doelgroep hadden vanzelfsprekend effect op de aantallen. Toch zagen gelukkig veel zorgprofessionals juist in deze tijd de toegevoegde waarde van de Wish Journey in.

Tot de eerste coronapiek mochten ook ouders, familie, vrienden en burens een kind aanmelden. Gezien de kwetsbare doelgroep hebben we deze werkwijze herzien. Nog steeds kan iedereen een kind aanmelden. Alleen is aansluitend nog een aanmelding nodig van een zorgprofessional. We willen geen medische risico's lopen; het is enorm belangrijk dat het behandelteam op de hoogte is van de aanmelding. Overigens: we ontvangen elk jaar meer aanmeldingen dan we wensen vervullen. Dit komt omdat er bijvoorbeeld ook kinderen voortijdig overlijden en heeft niet met corona te maken.

Zorgprofessionals, bedankt

Het 30-jarig jubileum kon Make-A-Wish niet voorbij laten gaan zonder onze zorgprofessionals te bedanken. Dat deden we met een traktatie in de ziekenhuizen. Ook nodigden we een aanzienlijk aantal zorgverleners uit voor de Kids' Night in het DeLaMar Theater. Ditmaal was een medisch panel een van de programma-onderdelen. Zorgprofessionals beantwoordden hierin vragen over het belang van een Wish Journey vanuit medisch oogpunt. Een arts, pedagogisch medewerker en een verpleegkundig specialist vertelden over hun beweegredenen om een kind aan te melden.



En over de impact van de Wish Journey op hun patiëntjes. Positiviteit en veerkracht kwamen vaak naar voren. Daarnaast benadrukten zij nogmaals hoe belangrijk het voor kinderen is weer bezig te zijn met iets positiefs. En te kijken naar wat wél mogelijk is. In plaats van alleen te focussen op hun ziekte.

Voor de zorgverleners stond nog een diner in de planning, alleen kon deze om verklaarbare redenen niet doorgaan. Normaal is het diner een moment om bij te praten over de ins en outs van de Wish Journey en vragen te beantwoorden. Het is altijd zeer waardevol om deze aanmelders in het echt te spreken en de samenwerking te intensiveren. Corona bracht ook een nieuwe dimensie aan in de samenwerking: het zette ons aan tot creatief en anders denken. Al snel kwamen er dan ook allerlei leuke ideeën naar boven. Zoals het superhelden abseilevent in de academische kinderziekenhuizen in Rotterdam en Maastricht.

Nadenken over kwaliteit

Kwaliteit van de aanmelding

Kwaliteit gaat voor alles. Een Wish Journey van goede kwaliteit begint met een goede aanmelding. Alleen met de juiste informatie achter de hand, kunnen we rekening houden met álle wensen en behoeften van het gezin. Daarom zijn aanmeldingen van zorgprofessionals zo belangrijk. Als geen ander weten zij welke kinderen in aanmerking komen. Ze kunnen beter inschatten wanneer een kind een Wish Journey nodig heeft. En zijn in staat goed te adviseren over de (medische) mogelijkheden en onmogelijkheden bij het vervullen van de wens. Daarom werd gewerkt aan een nieuwe strategie. Doel: binnen enkele jaren álle aanmeldingen via de zorgverleners te laten verlopen.

Kwaliteit van de medische criteria

De medische adviescommissie speelt een proactieve rol in het bewaken van onze doelgroep. Het is de bedoeling de medische criteria steeds flexibel aan te passen aan nieuwe ontwikkelingen binnen de geneeskunde. In de commissie zitten drie kinderartsen met allemaal een ander specialisme. Annet Bosch, de medisch specialist uit de Raad van Toezicht, adviseert Make-A-Wish weer vanuit haar achtergrond. Afgelopen boekjaar startten we een verkenning van onderzoeksmogelijkheden die de grootte van onze doelgroep moeten duiden. CBS wil graag partner zijn in het onderzoek dat we hierna gaan opstarten.

Kwaliteit van de Wish Journey

Tot slot zijn daar de kwaliteit van de Wish Journey en de impact op onze wenskinderen. Om de kwaliteit te verbeteren en de impact te vergroten, volgen twee collega's vanuit de organisatie een opleiding tot impactmanager. Deze opleiding omvat alles rondom impact meten, rapporteren en optimaliseren.



Marketing

Zoals altijd zat de afdeling Marketing vol grootse plannen voor 2019-2020. Meer acties, meer events, meer WishPartners... Het boekjaar begon ook goed, met de eerste editie van de Kids Open, de KLM100 Experience Dagen, de officiële verjaardag van Make-A-Wish bij de politieacademie en de Kids' Night. En toen stond alles stil. Gelukkig waren er nog genoeg mensen en bedrijven die zich belangeloos voor ons bleven inzetten. We zijn hun zeer dankbaar en hebben respect voor alle collega-vrijwilligers.

Wij geloven in de kracht van onze community

Het vergde een groot aanpassingsvermogen om de ontwikkelingen rondom COVID-19 bij te benen en steeds een passende oplossing te bedenken voor fondsenwerving. Constant waren we met elkaar in gesprek om situaties voor te zijn en te blijven. In te spelen op de actualiteit, en de events en concepten waar nodig aan te passen. Daarin zijn we nooit onze community vergeten. We zijn allemaal een radar in een geoliede machine die het mogelijk maakt om kracht en vertrouwen te geven aan kinderen die ernstig ziek zijn.

De verhouding van kosten ten opzichte van de totale baten uit fondsenwerving lag ditmaal op 22% (streven is maximaal 25%).

Ondersteuning bij Community Fundraising

We geloven in de kracht van onze community. In de afgelopen dertig jaar hebben zoveel mensen mogen ervaren hoe bijzonder een Wish Journey is. De scholen, sportclubs en serviceclubs die de afgelopen jaren voor ons in actie zijn gekomen. De mensen die bij de vervulling van een wens betrokken zijn... Die hele community wordt geraakt door ons werk en is op die manier aan ons verbonden. Daarom zoeken we naar nieuwe wegen om ze vanuit deze warme ervaring betrokken te maken én te houden. Met fondsenwervende activiteiten die op lokaal en landelijk niveau worden opgezet. Hierin spelen de collega's in het land, onze vrijwilligers, een belangrijke rol. Vanuit Marketing zorgen we ervoor dat er voor de regio's steeds tien tot twaalf fondsenwervende concepten klaarstaan. Zeg maar een toolkit die de collega-vrijwilligers kunnen gebruiken om een actie laagdrempelig op te starten. En natuurlijk coronaproof!

Wat zit er in de toolkit?

De Community Fundraising Developer bedacht vanuit Marketing enkele nieuwe acties. Denk aan de 1,5 km-challenge, samen met een aantal enthousiaste studenten. Ofwel: zo snel mogelijk 1,5 km rennen, waarbij de gelopen minuten de hoogte van de donatie bepalen. En de jaarlijkse statiegeldactie, gericht op supermarkten. Klanten van de supermarkt kunnen besluiten om het statiegeld van hun lege flessen te doneren. Al veel supermarkten hebben ons de afgelopen jaren op deze manier gesteund.

Voor volgend jaar staan onder meer op stapel de (online) PubQuiz, Wishes for Wishes, Koop lokaal en Online teambuilding. Wordt vervolgd!



Marketing: Zakelijke markt

De intrede van het coronavirus bracht onze WishPartners grote uitdagingen. Ook wij merkten de effecten vrijwel direct: de budgetten gingen on hold. Fondsenwerven had minder zin. En dus pasten we onze strategie aan; van fundraising naar brandraising. Investeren in relaties en meerwaarde bieden. Niet in de zin van hand ophouden, bedankt, maar op basis van wederkerigheid.

De kracht van de Wish Journey zit in maatwerk en mogelijkheden. De fondsenwerfers op kantoor hebben zich hier meer dan ooit door laten inspireren. Het afgelopen boekjaar gaf nieuwe inzichten en bood kansen. Vol inspiratie bedachten zij nieuwe zakelijke concepten met focus op voelbare impact, inspiratie en (persoonlijke) ontwikkeling. Een samenwerking waarin je elkaar versterkt.

De totale inkomsten uit de zakelijke markt bedroegen toch nog: € 933.687 (tegen € 1.258.675 in boekjaar 2018-2019).

*We pasten onze strategie aan;
van fundraising naar
brandraising*

Business Challenges

Nieuw! Creativity Challenge

Boekjaar 2020 zag er veelbelovend uit voor de Business Challenges. In de eerste helft lagen we met zeven Business Challenges goed op koers. Samen leverden deze € 110.338 op. Door corona werden medio maart de zes geplande Business Challenges met bedrijven gecancelld en werd het target van € 190.000 niet gehaald.

Vanuit marketing zagen we de noodzaak én een kans om het event online te ontwikkelen. Want heel Nederland werkte thuis en collega's begonnen de verbinding te missen. Binnen een paar weken ontstond een nieuw zakelijk concept: de Creativity Challenge. Een online teambuilding-event. Hierbij is de insteek de WishPartners niet te laten 'geven', maar de warme relatie te behouden. Bovendien krijgen nieuwe WishPartners zo de mogelijkheid om op een laagdrempelige manier met ons kennis te maken. Zeg maar van 'fundraising naar brandraising'. De Creativity Challenge wordt in 2021 verder uitgerold.

Wensadopties

In het najaar van 2019 waren veel donaties een-op-een gekoppeld aan een wens. Op die manier was het voor bedrijven duidelijk waar ze aan gaven. Ook zagen ze direct de impact van hun donatie. Ondanks het feit dat bedrijven voorzichtiger waren met hun uitgaven, is de doelstelling van € 90.000 met € 85.786 bijna gerealiseerd. Dit bedrag is exclusief de wensadopties van de Kids Open.

Gezien de uitdagingen in het nieuwe normaal, worden wensadopties steeds belangrijker.

Een wenskind is dichterbij dan je denkt. Meer en meer komt de focus te liggen op de plaatselijke ondernemer die graag lokale betekenis heeft en lokaal impact wil maken.

Cause-related acties

Cause-related marketing levert een win-winsituatie op, voor ons én voor bedrijven. Vanuit maatschappelijk verantwoord ondernemen koppelt een bedrijf in dit geval een product aan Make-A-Wish. Dit draagt bij aan een positief imago van het bedrijf. En wij raken bekend onder een breder publiek en kunnen zo nóg meer liefste wensen vervullen. Van elk verkocht product gaat namelijk een deel van de opbrengst naar Make-A-Wish. Een perfecte match!

Extra dankbaar zijn we voor onze trouwe partners die ondanks alles bereid bleven om weer mooie producten aan ons merk te verbinden. Bedankt Wibra voor de kruidnootjes, Buy Aid, Bristol voor de speciale kerstsokken en Lesli Vuurwerk. Makro, Vanreusel voor hun kilometerchallenge met de Frikandel XXL en Chocolate Company. KLM100 voor de limited edition merchandise en speciale Asics schoenen met Make-A-Wish veters, en nog vele anderen! Samen waren deze cause-related acties goed voor € 249.720.



Overige initiatieven

Bedrijven komen ook op andere manieren voor ons in actie. Dit jaar zou de Main Energy Business Challenge opnieuw rijden voor Make-A-Wish. Na de goede resultaten uit de vorige editie hadden we hooggespannen verwachtingen. Helaas is de rit in maart 2020 uitgesteld naar september 2020 en later naar maart 2021. Het target voor zakelijke initiatieven was € 260.000; het daadwerkelijke resultaat € 40.734.

Sponsoring: in natura

Bedrijven steunen ons tevens 'in natura' door tijd, kennis of materialen 'om niet' ter beschikking te stellen. Dit type sponsoring is voor ons zeer waardevol, want het helpt de kosten laag te houden. Zoals elk jaar leverde Albelli vouchers voor de foto-albums. Om onze wenskinden en familie in stijl te vervoeren, mochten wij opnieuw gebruikmaken van de limousines van Limousine Service. Ook taxi Korthout hielp ons met het vervoeren



Vooruitblik

● WishTeams

WishTeams is een nieuw ontwikkelprogramma voor onder meer high potentials. Eigenaarschap, purpose, aanpassingsvermogen en out-of-the-box denken; alles komt in het WishTeams-programma samen. Het biedt een mooie mix van employee branding en maatschappelijke betrokkenheid. WishTeams laat medewerkers echte, blijvende impact maken. En geeft ze een ervaring die hun leven verrijkt. Mooi meegenomen: het bedrijf krijgt zo een High Score op de Impact Index. Want niets heeft zoveel impact als het vervullen van de allerliefste wens van een ernstig ziek kind.

Vlak voor de lockdown inging, was de samenwerkings-overeenkomst met een afnemer van twee WishTeams al opgesteld. Helaas heeft de WishPartner deze tijdelijk uitgesteld. We rollen dit concept in 2021 verder uit.

● WishMakers

WishMakers is een major-donorprogramma met grote impact. WishMakers staan garant voor verzachting bij een onvermijdbaar afscheid. Wij vervullen 30-35 spoedwensen per jaar. Deze wensen moeten met grote urgentie worden opgepakt en vaak zelfs binnen een week georganiseerd. De kinderen zijn vrijwel altijd uitbehandeld en in hun laatste levensfase. Hun wensvervullingen zijn een waardevolle, blijvende herinnering voor het gezin.

WishMakers zeggen toe samen garant te staan voor het vervullen van deze spoedwensen. Zo kunnen deze wensen, óók in onzekere tijden, áltijd doorgang vinden. Een flink aantal grote gevers heeft aangegeven hier graag aan bij te dragen. Het is de bedoeling in boekjaar 2021 te starten.

van wensgezinnen. Mitsubishi Motors sponsorde ons met een 'gewrapte' auto. Advocaten- en notariskantoor AKD voorzag ons van juridisch advies. Disneyland Parijs bood haar arrangementen (hotel + entree pretpark) met forse korting aan. En last but not least, bood Wibra kosteloos 40.000 zakjes kruidnoten aan voor de actie Strooigoed. Nieuw in het rijtje zijn Standcraft en Jansen Huybrechts voor onze kamerinrichtingwensen.

Opbrengst zakelijke giften

We zijn zeer dankbaar voor de inkomsten uit zakelijke giften. Boven verwachting ontvingen we € 169.494.

De inkomsten die we ontvingen van de internationale organisatie Make-A-Wish International bedroegen € 24.791, iets meer dan het jaar ervoor. Dit gaat om giften die internationaal verzameld worden en verdeeld onder de landen.

Interview

Niet iedereen heeft geluk

Pia Douwes, ambassadeur:

“Als je allemaal gezonde neefjes en nichtjes om je heen hebt, realiseer je je maar al te goed dat niet iedereen dit geluk heeft. In 2015 besloot ik ambassadeur te worden en dat ben ik gebleven. In andere gevallen wissel ik nogal eens van goed doel, maar Make-A-Wish voelt nog steeds goed. Jullie timmeren flink aan de weg, daar wil ik graag wat voor betekenen. Door mijn naam aan Make-A-Wish te verbinden, draag ik ook maatschappelijk wat bij.”



Jojanneke Verschuur, Communicatieadviseur:

“We zijn echt superblij met onze ambassadeurs. Pia spreekt vanuit haar hart wanneer ze iets voor ons doet. Ook de andere ambassadeurs zijn van grote toegevoegde waarde voor ons. PR-matig, maar ook gewoon door bij een wens of event aanwezig te zijn.”

“Make-A-Wish timmert flink aan de weg, daar wil ik graag wat voor betekenen”

Pia Douwes
ambassadeur



Marketing: Particuliere markt

Loyale donateurs

Met een aantal gerichte online activiteiten hebben we de trouwe groep structurele donateurs bij de Make-A-Wish community betrokken. Zonder daarbij de meer traditionele kanalen uit het oog te verliezen. Zo organiseerden we bijvoorbeeld een Thankaton onder een paar duizend oudere donateurs. Met een persoonlijk telefoontje wilden we ze bedanken voor hun jarenlange support. Plus wat extra aandacht geven in de moeilijke eerste maanden van de lockdown.

Niet aflatende steun

De steun van onze donateurs stelt ons in staat onze doelstellingen te realiseren. In augustus 2020 stond de teller op 31.354 structurele particuliere donateurs. Het gemiddelde steunbedrag bedroeg ruim € 78 per donateur per jaar. Goed voor het indrukwekkende bedrag van € 2.385.089, ofwel 35% van de totale baten. We zijn ze enorm dankbaar voor hun niet aflatende support.

Bijdrage vanuit Lot of Happiness

€ 1.716.363

Opbrengst particuliere giften

Losse giften

De inkomsten uit losse giften zijn flink omhoog gegaan. In dit bijzondere jaar vonden veel mensen het kennelijk belangrijk ons een extraatje te geven. Het totale bedrag aan giften steeg van € 80.643 in boekjaar 2018-2019 naar € 100.064 in het afgelopen boekjaar. Dit is ruim boven het gebudgetteerde niveau.

Periodieke schenkingen

Net zoals voorgaande jaren investeerden we in het langer betrokken houden van onze donateurs. Met een 'periodieke schenkingsovereenkomst' kunnen donateurs fiscaalvriendelijk financiële steun verlenen aan Make-A-Wish Nederland. De fiscus betaalt dan feitelijk mee. De begrote € 20.000 op periodieke schenkingen is behaald: € 20.993.

Nalatenschappen

De inkomsten uit nalatenschappen zijn dit jaar flink gestegen. We zijn erg dankbaar voor het vertrouwen dat mensen in ons stellen. Zowel bij leven als na het overlijden. Zo'n laatste gebaar maakt een groot verschil in de levens van onze wenskinderen. In totaal ontvingen we € 273.194 uit nalatenschappen, ruim boven de begrote € 150.000. Deze stijging is mede te danken aan onze deelname aan de 'Toegift'-campagne van de samenwerkende goede doelen. En net zoals voorgaande jaren brachten we op kleine schaal de mogelijkheden van nalaten aan Make-A-Wish onder de aandacht.

Opbrengst uit loterijen



Loyale partner:

de VriendenLoterij

De jaarlijkse bijdrage van de VriendenLoterij was opnieuw € 250.000. Daarbovenop

ontvingen we dit verslagjaar € 200.531 van de deelnemers die geoormerkt voor Make-A-Wish in de loterij meespelen. De totaalbijdrage van de VriendenLoterij en haar deelnemers kwam dus uit op € 450.531.



Twee jaar Lot of Happiness

Sinds boekjaar 2017-2018 is Lot of Happiness een trouwe samenwerkingspartner. Voor wie het niet weet: Lot of Happiness is een loterijmerk van Fairshare Nederland. De loterij support goede doelen die het verschil

maken voor kinderen in Nederland en daarbuiten. Eind augustus 2020 telden we maar liefst 25.730 actieve, voor Make-A-Wish Nederland meespelende loten. De totale opbrengst bedroeg € 1.716.363.

Marketing: Events

Niet gehinderd door de kennis van nu, hielden we in onze begroting voor boekjaar 2020 rekening met fondsenwervende events. Zoals het Midsommar benefietdiner en het fietsevenement TheDutch750. Nu alleen de Kids Open en de Kids' Night zijn doorgegaan, bleek de begrote € 345.000 voor alle events té ambitieus begroot. Samen brachten deze twee events € 67.000 op. Met de niet begrote opbrengst van Wishes on Wheels kwam het totaal in het verslagjaar uit op € 71.389.



Eerste editie Kids Open

Op 7 september vond de eerste Make-A-Wish Kids Open plaats. Voor jeugdige golfspelers een unieke kans om een keer te golfen op The Dutch in Spijk. Maar liefst 36 jeugdspelers deden mee, samen met twaalf van onze zakelijke relaties. Het event was een doorslaand succes en belooft een signature event van Make-A-Wish te worden. De totale opbrengst bedroeg € 46.000. Volgden jaar weer!



KLM100 Experience Dagen

KLM bestond in 2019 honderd jaar en koppelde Make-A-Wish aan dit jubileum. KLM bouwde een eigen belelevingswereld in Hangaar 10 op Schiphol-Oost. Tussen 3 en 13 oktober hield de luchtvaartmaatschappij daar de KLM100 Experience Dagen. In tien dagen tijd bezochten 65.000 medewerkers met hun gezin de Experience. Zij konden er speciaal ontworpen Asics schoenen kopen, met als extra optie een paar unieke KLM/Make-A-Wish veters. De verkoop van veters leverde € 17.871 op.

Kids' Night

De Kids' Night, op 18 november in het DeLaMar Theater, was het sluitstuk van ons jubileumjaar. Deze indrukwekkende avond voerde het publiek terug naar de geschiedenis van Make-A-Wish Nederland. Linda Pauling, in 1980 de co-founder van de Make-A-Wish Foundation, kwam speciaal over uit Amerika. Ook Charles Verhaart was eregast: hij richtte negen jaar later Make-A-Wish Nederland op. We voegden ditmaal een fundraising-element aan de avond toe. De gasten kregen de optie ons te feliciteren, te doneren of een wens te adopteren. De fundraising leverde € 21.000 op.

Linda Pauling, in 1980 de co-founder van de Make-A-Wish Foundation, kwam speciaal over uit Amerika



Geen wens door corona? Dan een Online feestje!

Op 15 mei 2020 hielden we een Online feestje voor de bijna vierhonderd wenskinderen van wie de wens door corona was uitgesteld. Onze collega-vrijwilligers reden heel Nederland door om de uitnodiging op ludieke wijze bij de kinderen te bezorgen. Het feestje was ingedeeld op leeftijd en thema, zodat alle kinderen een passende interactieve beleving kregen. Aan het eind kwamen alle kinderen tegelijkertijd online samen om het confetti-kanon te laten knallen.

Pop-up Tours in ziekenhuizen

Tweemaal hielden we een pop-up abseilevent om kinderen in twee ziekenhuizen een lach op het gezicht te toveren. Op 7 april waren onze superhelden te gast in het Maastricht UMC+ en op 27 mei in het Erasmus MC-Sophia. Als volleerde abseilers lieten Superman en Mega Mindy zich langs de ramen zakken voor een praatje of een spelletje boter, kaas en eieren.



Vooruitblik

- Abseilen van de hoogste gebouwen in Nederland: aankomend boekjaar kan iedereen met lef het proberen tijdens het event Rope for Hope. In de begroting is hiervoor een opbrengst van € 70.000 opgenomen.
- Het afgelopen boekjaar stonden er enkele cause-related acties op stapel die vanwege corona zijn uitgesteld. In 2020-2021 hopen we deze te verzilveren. Tot slot sloten in het vierde kwartaal van 2020 drie nieuwe Wish Partners aan: Danerolles, Norton en ANWB. Hopelijk volgen er nog vele andere mooie samenwerkingen.



Vrijwilligersmanagement

Het team van Vrijwilligersmanagement is verantwoordelijk voor het laten functioneren van de teams in het hele land. Dit doen de collega's bij Vrijwilligersmanagement met een warm hart en vanuit de overtuiging dat we allemaal een bijdrage leveren aan het einddoel. Ook in onze kleine, platte organisatie bleek het mogelijk collega's een nieuwe uitdaging te geven. Intern stroomde een vrijwilligersmanager door naar de rol van Community Fundraising Developer. En een collega van de WishDesk werd onze nieuwe vrijwilligersmanager.

Kortom, we zijn weer op volle sterkte om onze collega-vrijwilligers optimaal te ondersteunen. Vlekkeloos werkende primaire werkprocessen waren daarvoor wel een randvoorwaarde. Om die reden hadden we een belangrijk aandeel in de ontwikkeling van het nieuwe CRM-systeem – zie verder onder Informatie Technologie (IT).



Flexibel werken in coronatijd

Ook wij ontdekten het online werken. Natuurlijk, het was best wennen om elkaar niet meer op kantoor te zien. Maar vrijwel direct wist iedereen flexibel met deze nieuwe werkelijkheid om te gaan. Met een beetje steun en begeleiding zagen de teams in het land al snel de voordelen. Voor de nieuwe collega's lagen er binnen no time een online introductie klaar en een opleidingsprogramma inclusief workshops. Het was sowieso al de bedoeling om nieuwe e-learning modules te ontwikkelen en nieuwe collega's per onderwerp op te leiden in de Make-A-Wish Academy, corona heeft dit proces versneld. En wie denkt dat het in een online wereld veel lastiger is om met elkaar in contact te blijven, heeft het verkeerd. Er is sinds maart nog nooit zoveel gecommuniceerd naar en met de collega-vrijwilligers. De maandelijkse Nieuws-update uit Hilversum en de online specialisten workshops zorgden voor een hoge betrokkenheid.

Analyse wensdossiers

Toen alle wensen stilstonden door corona, hielden we een diepgaande analyse van de lopende wensdossiers. Doel: met een plan komen om waar en wanneer mogelijk zo veel mogelijk wensen te laten doorgaan. Ook zochten we naar wegen om toch in contact te blijven met de wenskinders van wie de Wish Journey was stopgezet. De analyse van de wensdossiers en de uitwerking in vervolgstappen waren een enorme klus. Niet in het minst vanwege de soms wekelijks wisselende maatregelen. Waarvoor hulde aan alle vrijwilligers in het land die constant flexibel met de veranderingen moesten omgaan. Aan hen de lastige taak de Wish Journeys telkens opnieuw aan te passen en op te pakken.

Community fundraising

Deze vorm van fondsenwerving gaat over het mobiliseren van netwerken om je doel te steunen. In de dertig jaar van ons bestaan verzorgden we ruim achtduizend Wish Journeys en hielden we meer dan 15.000 fondsenwervende acties. Achter al die Wish Journeys en acties schuilt een enorme community die graag persoonlijk iets voor Make-A-Wish willen doen of betekenen. Een actie opzetten, met het hele bedrijf een Business Challenge opstarten, een donatie doen... Onze collega-vrijwilligers zijn daarin van onschatbare waarde.

Een van de gestelde doelen van afgelopen boekjaar was dan ook de samenwerking tussen de diverse disciplines verder professionaliseren en écht starten met community fundraising. De inspanningen om de collega-vrijwilligers voor dit doel in te zetten, leidden in de eerste maanden van het boekjaar tot een aantal mooie, sportieve acties. Ons doel was € 1.225.000 op te halen. Uiteindelijk kwamen we uit op 448 acties die in totaal € 831.380 opbrachten. Dit heeft natuurlijk alles te maken met de coronacrisis: hierdoor zijn vanaf half maart veel regionale acties geannuleerd.

Ons doel was € 1.225.000 op te halen. Uiteindelijk kwamen we uit op in totaal € 831.380

De meest succesvolle acties van afgelopen boekjaar waren:

Meerhoven24 – regio Brabant

Op 7 en 8 september 2019 was de tiende editie van Meerhoven24. Het projectteam van bewoners uit de wijk Meerhoven in Eindhoven organiseerde dit grootschalige hardloopevent voor de laatste keer. Ditmaal deden er 28 teams mee, met maximaal 12 lopers. Samen liepen zij een 24-uurs estafetteloop, 2,2 km per ronde, om zoveel mogelijk geld op te halen voor Make-A-Wish. De verwachte opbrengst was € 80.000.

Het totaalbedrag kwam daar ruim bovenuit, namelijk € 102.740.



Dam tot Damloop – regio Amsterdam Noord Holland

Op 22 september hielden we de jaarlijkse Dam tot Damloop. Tijdens de werving voor de loop hielden we rekening met een opbrengst van € 25.000 en vijftig lopers. Er kwamen echter veel meer aanmeldingen binnen dan verwacht, zodat sportorganisatie Le Champion extra startbewijzen uitgaf. Naast particuliere lopers haakten ook bedrijven aan. KLM bijvoorbeeld, nam met honderd lopers deel. Voor het eerst sloot zich ook een team studenten aan met driehonderd lopers.

Samen waren de lopers goed voor: € 93.500.

Singelloop Breda – regio Zeeland / Brabant West

Ook de Singelloop Breda kwam dit verslagjaar terug. Een run van 10 km door de straten van Breda.

Op 6 oktober liepen de ruim zeventig lopers, particulieren én werknemers van zes bedrijven € 29.085 bij elkaar.

Ook **Avebe** hoort in dit rijtje thuis: zij organiseerden eerder in het jaar een fietsactie die tot december 2019 doorliep.

Het leverde maar liefst € 70.000 aan donaties op.

WishDesk

De WishDesk is het service- en expertise-centrum voor onze collega-vrijwilligers. Afgelopen boekjaar is veel gedaan aan het verbreden van kennis. Alle collega's nemen inmiddels veel werkzaamheden en vragen van elkaar over. We zijn daardoor meer allround inzetbaar. En niet alleen op de persoonlijke kernverantwoordelijkheden actie, wens, managementrapportages en vrijwilligersmanagement. Met als positief effect dat de collega-vrijwilligers daardoor minder lang hoeven te wachten op antwoorden.



Signaalfunctie

De WishDesk heeft een signaalfunctie. Vanuit die rol namen we diverse interne processen onder de loep. Zoals van de Business Challenge en wensadopties. De eerste stappen zijn gezet om deze processen verder te optimaliseren.

Bijzondere wensleveranciers

De WishDesk speelt bovendien een cruciale rol in het relatiebeheer naar bijzondere wensleveranciers. Collega wensvervullers bespreken de wensen met ons. Wij bekijken vervolgens hoe en waar ze de vragen kunnen uitzetten en met wie ze kunnen samenwerken. Of nieuwe samenwerkingen aangaan, zoals met BN'ers, de Efteling, voetbalclubs, dierentuinen et cetera.

Steeds meer telefoontjes

Onze collega-vrijwilligers weten de WishDesk goed te vinden. Gemiddeld komen er wekelijks 75 telefoontjes binnen. En gaan er tussen de zeshonderd en achthonderd e-mailberichten heen en weer, met de meest uiteenlopende vragen. Van een verzoek om gekoppeld te worden aan een actie of wens. Een vraag over het nieuwe CRM-systeem of een statusupdate. Tot de behoefte om inhoudelijk te sparren over wensen en acties.

Gemiddeld per week

75

Telefoontjes

600-800

E-mailberichten

Vooruitblik

Vinden en verbinden

De WishDesk zoekt nóg meer verbinding met Wens, Marketing en Vrijwilligersmanagement. Dat gebeurt nú al, door met enige regelmaat aan te sluiten bij interne overleggen. Doel is om bruggen te bouwen tussen de verschillende disciplines op kantoor, en de kernteams en de collega-vrijwilligers in het land. Vanuit onze signaalfunctie weten we snel in te spelen op lopende zaken en verschillende vraagstukken.

Op het gebied van acties willen we het volgende bereiken: succesvol afronden van de optimalisatie van de processen van de Business Challenges en wensadopties. Meedenken over doorontwikkeling van CRM. En het op de kaart zetten van WishMaps 2.0. Op wens ligt er de ambitie om de relatie met de wenspartners te verstevigen.

Communicatie

In 2019-2020 hielden de collega's van communicatie zich bezig met onder meer het 30-jarig jubileum, de tentoonstelling 30 Facestories, de nieuwe InfluWENSers-campagne, de kerstcampagne met wenskind Arnau en de Adviesbrigade. Ondanks de lastige periode deden we er alles aan om in contact te blijven met onze volgers. Want samen met onze community bouwen we aan een sterk merk!

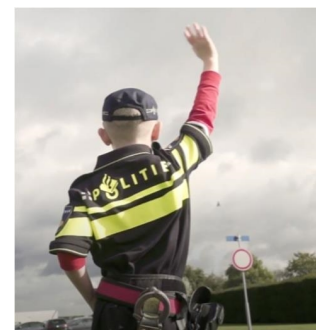
Samen met onze community bouwen we aan een sterk merk!

Campagnes

Jubileum Make-A-Wish

Politiewensen voor tien kinderen

Boekjaar 2018-2019 stond al voor een groot deel in het teken van #30yearsofwishes. Dit verslagjaar organiseerden we nog enkele mooie laatste activiteiten. Allereerst was daar onze echte verjaardag, op 10 oktober 2019. Deze dag brachten we door op het terrein van de politieacademie in Lelystad. Een bewuste keuze. Terug naar hoe Make-A-Wish in Amerika begon, met de politiewens van Chris uit Phoenix. In Lelystad zag Mike zijn politiewens in vervulling gaan en mochten negen kinderen hun wens herbeleven. Zoals Jace die compleet in politie-outfit hand-boeien mocht 'omdoen' bij een 'echte' boef. Een prachtige dag, waar we allemaal met een goed gevoel op terugkijken, de politie inclus. Medeorganisator Bas van Tuijl liet zich bijvoorbeeld maar al te graag door enkele kinderen in de boeien slaan. 'Normaal blijf



ik liever wat op de achtergrond, maar dit was zó leuk om te doen...' Make-A-Wish ambassadeur Wendy van Dijk kwam ook in actie, in haar rol als agent uit de serie Moordvrouw. De politiewensdag en de PR eromheen kregen veel publiciteit in de media. Hart van Nederland volgde de wens van Mike en belde kinderoncoloog Annemarie Peek voor een korte reactie. Omroep Flevoland interviewde Hanneke Verburg, samen met een aantal kinderen. Radio 2 besteedde aandacht aan ons jubileum in de uitzending van Jan-Willem Start Op. En Hanneke Verburg zat op 27 september in de studio bij de AD OchtendShow To Go.



Foto: © Marieke Timp

30FACESTORIES: boek

In boekjaar 2018-2019 verscheen 30FACESTORIES. Ariëlla Kornmehl en Julie Blik portretteerden in dit boek dertig wens-kinderen uit de afgelopen dertig jaar in woord en beeld. Zij vertelden over de impact van hun wensvervulling en hoe het nu met hen gaat. Het boek was de basis voor een online campagne, waarin we in dertig dagen aftelden naar onze verjaardag op 10 oktober. Elke dag plaatsten we een verhaal op onze social-mediakanalen.

Deze posts zorgden voor een groot bereik, met name op Facebook en Instagram: respectievelijk 612.326 en 80.262. Daarna volgden LinkedIn met 64.849 en Twitter met 42.542. Op Facebook ontvingen we ook de meeste likes en comments: 7.775 en 1.432.



Casper Wammes opende de expositie in Beeld en Geluid

30FACESTORIES: expo

Naar aanleiding van het boek trok afgelopen boekjaar ook de reizende expositie 30FACESTORIES door het land. De tentoonstelling startte in 2019 in Beeld en Geluid in Hilversum en stond verder in het DeLaMar Theater in Amsterdam, bij Randstad Diemen, de VriendenLoterij en AMC in Amsterdam. De expositie kwam tot stand dankzij Here we are, Bloemendaal en Dekkers, Planemos en Standcraft.

De Kids' Night

Ook de speciale jubileumeditie van de Kids' Night, op 18 november 2019 in het DeLaMar Theater, was een doorslaand succes. Het was voor ons een enorme eer dat Linda Pauling, co-founder van de Make-A-Wish Foundation, die avond als gast aanwezig was. Later bracht Pauling nog een bezoek aan ons kantoor in Hilversum.





Make-A-Wishtulp

Make-A-Wish heeft sinds kort een eigen tulp, een schenking van Tulpen Promotie Nederland. Een helderrode, eigenwijze tulp die op 13 januari 2020 officieel is gedoopt door ambassadeur Pia Douwes en de wenskinden Zoé en Femke. In échte prinsessenkleden en met échte – in hun geval alcoholvrije – champagne. Maar liefst 27.663 mensen zagen de doop op onze eigen socialmediakanalen.

Vijf dagen later gaven de twee tulpenprinsesjes opnieuw acte de présence.

Op de Nationale Tulpendag in Amsterdam, vergezeld door ons derde prinsesje Evy. Ruim 15.000 mensen kwamen deze zaterdag af op de officiële aftrap van het nieuwe tulpenseizoen. Op de Dam in Amsterdam legden de Nederlandse tulpenkwekers voor de negende keer een pluktuin aan met 200.000 kleurrijke tulpen. Onder massale belangstelling van de nationale en internationale pers openden Zoé, Femke en Evy de pluktuin, samen met ambassadeur Fockeline Ouwerkerk. Via onze eigen socialmediakanalen bereikten we 11.227 mensen. En met een collecte onder de bezoekers haalden onze collega-vrijwilligers die dag € 1.306,95 op.

InfluWENSers-campagne

Twee jaar geleden lanceerden we een eerste influWENSers-campagne, met als doel Make-A-Wish bij een jongere doelgroep onder de aandacht te brengen. Dit jaar kregen opnieuw enkele wenskinderen een podium op Instagram. In december 2019 trapte Clem af. Waarvan hij droomde? Een écht gebouw slopen. Liv wilde haar klasgenootjes bedanken voor alle steun tijdens haar ziekte. Dat deed ze in stijl: met z'n allen in witte limousines naar een trampolinepark. De energieke Meijs wenste voor één dag de baas te zijn van pretpark Toverland. En Anouk ontmoette eindelijk haar grote helden van StukTV.



Clem sloopt een gebouw

536.958 weergaven



Liv neemt haar klasgenootjes mee naar een trampolinepark

70.584 weergaven

Make-A-Wish via Instagram onder de aandacht van de jongere doelgroep brengen



Meijs is de baas van pretpark Toverland

80.982 weergaven



Anouk is op bezoek bij StukTV

73.431 weergaven



Kerstcampagne Arnau

In de kerstcampagne van Make-A-Wish speelde wenskind Arnau de hoofdrol. Zijn wens? In september kerst vieren op het strand. We gebruikten de video van zijn wensvervulling om online zoveel mogelijk eenmalige giften op te halen. De video was te zien op de socialmediakanalen.

Met de posts bereikten we 120.517 mensen: 101.873 op onze eigen socialmediakanalen en 18.644 via de betaalde advertentie op Facebook. De campagne bracht € 1.336 aan donaties op.



Adviesbrigade

In april 2020 lanceerden we de online 'Adviesbrigade'. Een video met tien tips van wenskinderen. Doel: als echte crisiscoaches mensen van advies voorzien in deze donkere coronamaanden. De tips waren gebaseerd op ervaringen uit hun eigen leven. De video is gedeeld op onze socialmediakanalen. Samen met een oproep om via Tikkie een eenmalige donatie te doen. Voor alle kinderen die door corona nog op hun wens moesten wachten.

De campagne is op drie manieren ingezet: organisch, via de eigen kanalen en paid. In totaal leverde deze inzet een bereik op van 369.668 en aan donaties een bedrag van € 3.733,27.

WNL/Kaartjevoorjou/Kaartje2Go

Door corona lagen de wensvervullingen heel lang stil. Om te laten weten dat we aan onze wenskinderen dachten, stuurden we ze een lief kaartje. Zoiets wilden we voor heel Nederland doen. Daarom organiseerden we vanaf 2 mei 2020 een week lang de postkaartenactie Kaartjevoorjou. Samen met Kaartje2Go en ondersteund door WNL. Op www.eenkaartjevoorjou.nl kon iedereen gratis een kaartje uitzoeken en versturen. De actie kwam tussen 2 en 9 mei elke ochtend terug in het ochtendprogramma van WNL op NPO1.



Maeve krijgt filmrol in Engel

Maeve wilde het allerliefste in een film spelen en haar naam op de aftiteling zien ([zie haar story op pagina 24](#)).

Maeve kreeg haar rol en wij maakten daar zelf ook weer een film van. De Wish Journey van Maeve was ook te volgen op social media. Onder meer het AD Haagsche Courant en de Delftse Post besteedden in augustus 2020 aandacht aan dit bijzondere meisje.



Merkonderzoek

We lieten Brand consultancy Hendrik Beerda in mei 2020 een merkonderzoek doen naar de plek die Make-A-Wish in de goededoelensector (top-100) inneemt. De belangrijkste resultaten:

- Make-A-Wish is een bovengemiddeld sterk merk in de Nederlandse goededoelensector.
- In de top-100 van sterke merken in de sector neemt Make-A-Wish een 39^e plaats in; in 2018 stonden we nog op de 47^e plaats.
- De spontane bekendheid met Make-A-Wish nam de afgelopen jaren geleidelijk toe.
- De geholpen bekendheid met Make-A-Wish steeg van 56% in 2018 tot 63% in 2020.
- Qua waardering nemen we een prachtige 16^e positie in.
- De donatie-intentie van mensen die Make-A-Wish als merk kennen is 14%.
- 23% van de mensen die ons merk kennen, denkt dat het aantal donateurs de komende twee jaar zal toenemen. Op basis hiervan nemen we een relatief hoge 23^e positie in op de populariteitsranglijst van de honderd goede doelen.

*39^e plaats in top-100
sterke merken in de sector*

Communicatiekanalen

Social media

Afgelopen boekjaar zagen we een fikse toename in de statistieken van onze landelijke socialmediakanalen. Dankzij de verschillende campagnes wisten we onze volgers te behouden en zelfs te laten groeien in aantal.



Facebook

Een trouwe doelgroep volgt ons op social media (vrouwen tussen de 35 en 55 jaar). Het afgelopen boekjaar gebruikten we Facebook dan ook om nóg meer mooie verhalen te delen met de community. We hebben onze trouwe doelgroep weten te behouden. Eind augustus 2020 was de stand 75.460. Het gemiddelde bereik groeide van 28.894 per bericht (in 2019) naar 90.442 (in 2020) per bericht. Uitschieter was de video van wenskind Kiki, die 313.400 mensen bereikte.



Instagram

Ook op Instagram nam het aantal volgers behoorlijk toe. Van 7.314 in september 2019 tot 8.991 volgers aan het eind van dit verslagjaar. Een stijging van maar liefst 23%! Ook het gemiddelde bereik van een post nam toe. Waar het bereik eerder op 2.000-3.000 lag, steeg het naar 3.000-5.000. Met in augustus een uitschieter naar 8.500 bij een post over de wens van Mare met Maan.



LinkedIn

De zakelijke markt is eveneens een belangrijke doelgroep. Daarom gebruiken we LinkedIn bewust om vanuit de community mooie, interessante verhalen te plaatsen. Eind augustus zaten we op 6.155 volgers, een stijging van 31,9% ten opzichte van september 2019.



Twitter

Op Twitter zagen we een kleine daling in volgers: 8.507 eind augustus 2020 tegen 8.619 in september 2019. Deze daling is te verklaren, omdat onze doelgroep met name op Facebook en Instagram zit.

*Het gemiddelde bereik op
Facebook groeide van 28.894
naar 90.442 per bericht*

Diversen



Bezoek Freek Vonk

Op 13 december 2019 mochten zeven wenskinden hun held Freek Vonk ontmoeten. Het bezoek vond plaats in onze Make-A-Wishkamer in het Prinses Máxima Centrum voor kinderoncologie. Vonk gaf daarna een eenmalige show voor alle kinderen uit het ziekenhuis.

Het bericht over deze ontmoeting is op onze kanalen geplaatst. Freek Vonk en het Prinses Máxima Centrum deelden het vervolgens weer op hun eigen socialmediakanalen.

Communicatievrijwilligers

Afgelopen boekjaar is veel aandacht besteed aan de samenwerking met de communicatievrijwilligers. In maandelijkse meetings stelden we hen op de hoogte van wat er speelde op landelijk als regionaal niveau. We deelden de jaarplannen en wisten elkaar steeds beter te vinden. Vol enthousiasme zijn er het afgelopen boekjaar ook enkele nieuwe vrijwilligers gestart.

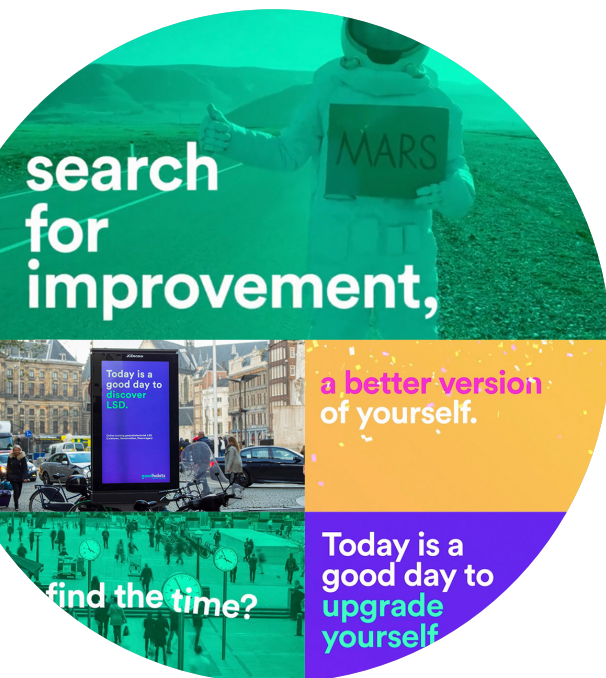


Nieuwe ambassadeur: Ruben Nicolai

In juni 2020 begon Ruben Nicolai als ambassadeur bij Make-A-Wish. Al eerder was hij bij Make-A-Wish betrokken als gastheer van de Kids' Night 2019. Tijdens deze bijzondere avond mocht wenskind Thijs spontaan ook nog even komen presenteren.

Human Resources

De 465 collega's van Make-A-Wish Nederland vormen het fundament onder de organisatie: 40 (31,2 FTE) werken op kantoor in Hilversum en 425 als vrijwilliger in het land. De collega's van HR faciliteren deze interne community bij het uitvoeren van hun werk.



Je welkom voelen

Onboarding programma

Make-A-Wish biedt nieuwe collega's een onboarding programma aan. Dit introductieprogramma bestaat uit twee delen. De dag begint met een kennisdeel, verzorgd door de directie. Zo kan de directie persoonlijk kennismaken met alle nieuwe medewerkers en hen een warm welkom heten bij Make-A-Wish. Verder ontvangen de collega's informatie over hun rol, hun team en de organisatie. Het tweede dagdeel bestaat uit een korte training in de specialismes Wenshalen, Wensvervullen en Fondsenwerving.

Verdieping specialismes

Afgelopen boekjaar hebben we het programma uitgebreid met een verdieping van de specialismes. Na de introductiedag worden wenshalers en wensvervullers een-op-een gekoppeld aan een wens én een coach voor training en begeleiding 'on the job'. Ook bieden we speciale workshops aan. Voor nieuwe wenshalers is dat de workshop Wenshalen en voor wensvervullers de workshop Wensvervullen. In deze workshop komen alle facetten van het werk aan bod. De nieuwe fondsenwerfers nemen, na koppeling aan een coach, weer deel aan de Verdiepingstraining Fondsenwerving. Deze training geeft een verdieping in het proces van fondsenwerving en acties voeren. Tegelijkertijd gaat de training in op community fundraising. Ofwel: welke fondsenwervende activiteiten zijn er en hoe kunnen ze die zelf begeleiden, ondersteunen of initiëren.

Alles in Microsoft Teams

Het merendeel van de introductiedagen en (vervolg)trainingen kon afgelopen boekjaar natuurlijk niet live plaatsvinden. Maar met de nodige creativiteit in de planning en flexibiliteit van de trainers

in aanpak, vonden de algemene introductiedagen al snel plaats via Microsoft Teams.

Het was oorspronkelijk nog de bedoeling het onboarding programma uit te breiden met nieuwe e-learning modules. Vanwege de overstap naar het nieuwe CRM-systeem, dat van alle collega's veel tijd en inspanning kostte, besloten we het e-learning programma pas volgend boekjaar te presenteren vanuit een heuse Make-A-Wish Academy.

Opleidingstraject

Online trainen en persoonlijke groei stonden hoog op de agenda. We zijn blij dat we daar een goede partner in hebben gevonden: GoodHabit. Een online trainingsplatform dat meer dan honderd trainingen aanbiedt. Alle collega's ontvingen halverwege het boekjaar een persoonlijke uitnodiging voor dit moderne platform. Nieuwe collega's worden ook uitgenodigd. GoodHabit werkt eigenlijk net als Netflix. Uit het aanbod mag iedereen zelf trainingen uitzoeken en ook nog eens onbeperkt. Variërend van een training Excel voor beginners tot een masterclass klantgerichtheid. We verstuurden 451 uitnodigingen. Ruim de helft heeft inmiddels een account geactiveerd. De top vijf van gekozen trainingen:

1. Werken op je iPad
2. De kracht van slaap
3. Gewoon goed Nederlands
4. Sociale intelligentie
5. Socialmedia-marketing

HR Algemeen

Ziekteverzuim

Het afgelopen boekjaar ondernamen we diverse acties om ons ziekteverzuim terug te dringen. De collega's van HR droegen hieraan positief bij vanuit hun rollen als aanspreekpunt en sparring partner. De een-op-eengesprekken, eventuele aanpassing van werktijden en aanschaf van hulpmiddelen, zorgden voor tussentijdse (gedeeltelijke) herstelmeldingen. Ook de intensivering van de samenwerking met onze nieuwe arbodienstverlener maakte het verschil. En het samenwerken met een gespecialiseerd dienstverlener voor het casemanagement ziekteverzuim was zeer prettig en effectief.

Doordat een aantal collega's helaas ernstig ziek werden, bedroeg het ziekteverzuimpercentage 7,39%.

Personeelsverloop onder vrijwilligers

In totaal namen we afscheid van 28 fondsenwervers, 2 coaches, 9 wenshalers, 18 wensvervullers, 18 vrijwilligers Prinses Máxima Centrum en 2 communicatiespecialisten. Mensen die in een nieuwe levensfase waren terechtgekomen, door bijvoorbeeld een nieuwe baan, studie en/of zorg voor naasten. Waardoor (tijdelijk) geen ruimte meer was voor hun vrijwilligerswerk.

Tegenover het vertrek van deze vrijwilligers stond ook de komst van maar liefst 131 nieuwe vrijwilligers. Daarvan begonnen 98 vrijwilligers tussen 1 september 2019 en eind maart 2020, en 33 in de tweede helft van het boekjaar.

Bezoldigingsbeleid

Make-A-Wish Nederland is niet aangesloten bij een cao en volgt ook geen bepaalde cao. Met onze arbeidsvoorwaarden benchmarken wij onszelf met de Goede Doelen-sector. De functieprofielen en het salarishuis zijn hierop aangepast.

Voor de directeur/bestuurder volgen we de 'Regeling beloning directeuren van Goede Doelen' van Goede Doelen Nederland. Zie hiervoor de [jaarrekening](#), onder 'Bezoldiging'. De Raad van Toezicht ontvangt geen beloning.

HR-medewerker Conchita van Breukelen:



“Regelmatig moet ik vrienden uitleggen wat HR doet. Maar daar voeg ik ook altijd trots aan toe dat het bij Make-A-Wish een ketting is van kantoormedewerkers, vrijwilligers en stagiaires. Collega's die betrokken zijn en samen werken aan hetzelfde doel: alles voor onze wenskinderen!”

Financiën

De afdeling Financiën is verantwoordelijk voor de financiële administratie en marketing-administratie. We ondersteunen en faciliteren de andere disciplines en sturen daarbij nadrukkelijk op de inkomsten en uitgaven van Make-A-Wish Nederland.

Financial Controller Richard van der Vaart:

“Boekjaar 2020 is een jaar met twee gezichten: het eerste halfjaar zonder corona en het tweede halfjaar met. Dat zie je terug in de cijfers. Het resultaat is heel goed, maar feitelijk is het gereserveerd geld voor alle wensen die wij helaas niet konden vervullen als gevolg van corona.”



Financiële gevolgen coronacrisis

In dit verslag kwam het al eerder terug: van september 2019 t/m februari 2020 deden we het financieel boven verwachting goed. Daarnaast lag het aantal vervulde wensen precies op koers. Sinds maart zagen we echter een stevige terugval in inkomsten. Naast de inkomsten, ging ook het aantal vervulde wensen omlaag. Met als gevolg dat de wenskosten afgelopen boekjaar fors lager uitvielen en het resultaat veel hoger was dan begroot. Dit geld staat nu gereserveerd voor de wensen die zijn blijven staan.

De tweede helft van het boekjaar stond verder vooral in het teken van het maken van detailrapportages en prognoses van de verwachte opbrengsten en kosten. Ook wij klopten bij de overheid aan voor de NOW-subsidie (de Noodmaatregel Overbrugging Werkgelegenheid). Op basis van de verwachte omzetting, ontvingen we een deel van de loonkosten terug.

Verkregen kortingen

Regelmatig bieden leveranciers ons kortingen aan, of gratis goederen en diensten. Onder bepaalde voorwaarden mogen we deze in geld waardeerbare prestaties verantwoorden als kosten en baten. Dit soort kortingen of goederen stellen ons namelijk weer in staat meer wensen te vervullen. Afgelopen boekjaar bedroeg de werkelijke waarde van de verkregen kortingen en diensten € 197.000, tegen € 336.000 in het jaar ervoor. Deze daling had met name te maken met het wegvallen van de buitenlandse wensen. En juist daarmee realiseren we

verhoudingsgewijs de meeste korting. We zijn heel dankbaar dat veel leveranciers ons zijn blijven steunen. Iets wat ze soms al jarenlang op deze manier doen.

Algemene Verordening Gegevensbescherming

Sinds 2018 hanteren we de privacyregels die vallen onder de noemer Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). Daarnaast zijn we ons bewust van de noodzaak veilig, bewust en voorkomend om te gaan met gegevens en privacy. In de breedste zin van het woord. Van het vragen om toestemming om gegevens te mogen opslaan tot een clean desk policy op kantoor. Voor meer informatie verwijzen we naar het [Privacy Statement](#) op onze website.

Make-A-Wish International

Samen met vijftig andere landen zijn we aangesloten bij Make-A-Wish International. Deze samenwerking levert ons veel voordelen op, bijvoorbeeld bij wensvervullingen in het buitenland. Daarnaast werft Make-A-Wish International wereldwijd sponsors en ondersteunen zij ons met kennis en (communicatie)materiaal. Voor deze dienstverlening betalen we jaarlijks een vast bedrag.

Risico(beheersing)

In het voorjaar van 2020 stelden het Bestuur, samen met de Raad van Toezicht en onder begeleiding van Deloitte Consultants, een hernieuwde risicoanalyse op. Inclusief beheersmaatregelen.

Risico's zijn onzekerheden die de doelstelling kunnen beïnvloeden. Zij komen steeds vaker en frequenter voor, zowel binnen als buiten de invloedssfeer van Make-A-Wish. Doel van risicomanagement is bewustzijn creëren van de risico's en dit een integraal onderdeel te laten zijn van de organisatie.

We onderscheiden de volgende categorieën:

- Strategische risico's (doen we de goede dingen).
- Operationele risico's (doen we de dingen goed).
- Financiële/rapportage risico's (hebben we de juiste informatie).
- Compliance risico's (voldoen we aan wet- en regelgeving).

Er zijn in totaal 29 risico's geïdentificeerd. Het Bestuur en Raad van Toezicht bepaalden voor elk risico de kans van optreden. Periodiek nemen we de belangrijkste risico's met elkaar door. Wat is de impact van het risico? Hoe gaan we het risico beheersen of beargumenteerd accepteren? De risico's en bijbehorende beheersmaatregelen zijn opgenomen in het beleidsplan. Hierna volgen de belangrijkste.

1. Aanmeldingen en wensvervullingen blijven achter bij de begroting

Vanwege de coronacrisis bleven de aanmeldingen én wensvervullingen achter op de begroting. Doorlopend keken we naar wat nog wél mogelijk was, binnen de regels van de RIVM. Daardoor vonden er in juli en augustus respectievelijk toch nog 27 en 38 binnenlandse wensen plaats.

2. Naamsbekendheid blijft achter

We spannen ons op diverse fronten in met als doel ons merk en onze naamsbekendheid te versterken. Hoe meer mensen Make-A-Wish kennen, des te meer fondsen en aanmeldingen we ontvangen. Zo genereerden we bijvoorbeeld publiciteit met de laatste activiteiten rondom onze dertigste verjaardag. Voor de derde maal organiseerden we het Kids' Night event. En we voerden een aantal succesvolle socialmedia- en pr-campagnes.

3. Effect negatieve publiciteit/reputatierisico

Reputatieschade kan op verschillende manieren ontstaan. De kans bestaat dat we zelf een fout maken. Dat we slachtoffer worden van cybercrime, of de dupe van negatieve publiciteit over andere goede doelen. Een goede reputatie is dus van groot belang voor ons werk. Imago schade leidt tot minder inkomsten en een afname van vrijwilligers en wensaanmeldingen. We zijn ons dus bewust van het belang van een goede reputatie. Een goede relatie met ál onze belanghebbenden is voor ons dan ook van grote waarde. Communicatie en de directie spelen hierin een belangrijke rol. Indien er sprake is van brancheschade, organisatie- of persoonlijke reputatieschade, ligt er een crisiscommunicatieplan klaar om onze community transparant te informeren.

4. Financiële risico's ten aanzien van de opbrengsten

Het risico bestaat dat particulieren, bedrijven en donateurs in economisch mindere tijden bezuinigen, waardoor de opbrengsten dalen. Door deze coronacrisis blijven acties, evenementen en opbrengsten uit de zakelijke markt fors achter. Bij tegenvallende opbrengsten ontwikkelen we eerst marketingcampagnes die zijn gericht op het verhogen van andere opbrengsten. Vervolgens zijn er nog voldoende mogelijkheden om te bezuinigen op de kosten.

Een voorbeeld van hoe we inzetten op andere opbrengsten: de Lot of Happiness loterij. Sinds twee jaar zijn we beneficiënt van deze loterij die zich hard maakt voor een onbezorgd leven van kinderen. We zien namelijk een trend in de markt dat particulieren steeds minder voelen voor een vaste donatie. Wél zijn zij enthousiast om een goed doel te steunen via een loterij. Doordat de huis-aan-huiswerving voor de loterij de afgelopen maanden grotendeels doorliep, konden we de inkomstendaling van de andere inkomsten categorieën voor een deel opvangen. Dat maakt ons alleen wel afhankelijk van dit ene wervingskanaal.

5. Cybersecurity

Elke organisatie kan te maken krijgen met een datalek (AVG) of cybercrime, ook bij Make-A-Wish. Hierdoor zou gevoelige informatie beschikbaar komen voor onbevoegden. In overleg met onze IT-leveranciers namen we diverse maatregelen om dit risico te verkleinen.

Informatie Technologie (IT)

IT speelde een bepalende rol in enkele cruciale veranderprocessen. Daarmee verwierf IT voor het eerst sinds het bestaan van Make-A-Wish een definitieve plek in de meerjarenstrategie. We geven drie voorbeelden.



Nieuw CRM-systeem

In 2019 begonnen we samen met onze nieuwe IT-partner Pixelzebra aan een groot IT-project: de implementatie van een nieuw CRM-systeem. Of voluit: een systeem voor Customer Relationship Management. Een goed CRM-systeem helpt bij het beheren van de klantgegevens. Biedt ondersteuning voor salesmanagement. Integreert met social media en geeft actie-gerichte inzichten. Hard nodig, want we werkten nog met een verouderd Microsoft-systeem uit 2011. Dit systeem had nogal wat beperkingen, waardoor we onze ambities voor fondsen-werving niet konden verwezenlijken.

Er is veel tijd gestopt in het online beschrijven van de werk-processen. Dit gebeurde in een multidisciplinaire werkgroep met producteigenaren uit alle disciplines. Die legden in workshops aan de Pixel-consultant uit hoe de werkprocessen in elkaar staken, zodat Pixelzebra kon gaan bouwen. Op deze manier raakten er zoveel mogelijk collega's bij het proces betrokken. Vanuit hun eigen kennis en talenten. En niet vanuit hun functie. Zo zetten we tegelijk een flinke stap vooruit naar een matrixorganisatie.

Korte, behapbare sprints

Pixelzebra leverde in sprints van twee weken steeds een stuk van het nieuwe systeem op dat is gebouwd op Microsoft Dynamics 365. Op 28 september 2020 was de implementatie afgerond.

Het nieuwe CRM-systeem is nu:

- geheel compatible met de andere systemen waarmee we werken;
- klaar om processen volledig te ondersteunen;
- klaar voor werken vanuit community;
- klaar voor fondsenwervende innovaties;
- klaar voor adequate verwerking administratieve noviteiten.

Alle betrokken collega's zijn inmiddels getraind om ermee te werken.

Toegang via Microsoft Teams

Een van de redenen om voor Pixelzebra te kiezen was de unieke oplossing om vrijwilligers via Microsoft Teams toegang te geven tot de aan hen gekoppelde wens- en actiedossiers. En ze een plek te bieden om samen te werken, geheel mobile responsive. De ideale werkwijze voor de vrijwilliger van de toekomst, die geen vast bureau of vaste werkplek heeft, maar wel een telefoon...

IT-Governance

Samen met Pixelzebra en IT-bedrijf Ultimium richtten we een beveiligde online dataomgeving in en legden we een aantal basiscriteria in het IT-beleid vast.

De criteria zijn:

- Welk effect hebben IT-besluiten op ons beleid?
- Wat zijn de financiële consequenties?
- Wat zijn de consequenties voor de (interne) organisatie?
- Wat zijn de risico's? Hierin speelt cybersecurity een belangrijke rol – zie ook onder Risico(beheersing).

Met de twee IT-partners is nu ook de IT-service verder geprofessionaliseerd. Er staat nu een heldere servicelijn.

De lijn voor IT-gerelateerde vragen of klachten is: 1^e lijn WishDesk, 2^e lijn IT, 3^e lijn Pixelzebra. De bedoeling is dat de WishDesk dus zoveel mogelijk vragen opvangt, zodat IT zich meer met het beleid en de grotere projecten als Wish Maps 2.0 kan bezighouden.

Wish Maps 2.0

Zomer 2020 was de aftrap van Wish Maps 2.0. Met nieuwe partners Outsystems, Phact en We are the garage bouwen we de komende drie jaren aan een volledig interactieve Wish Maps 2.0.

Aangezien 1,5 meter voorlopig de maat is voor de manier waarop we ons tot elkaar verhouden, gingen we op zoek naar een 1,5 meter antwoord op de behoefte aan connectie en goed doen. Zo ontstond Wish Maps 2.0. Een digitaal platform dat wens-kinderen, vrijwilligers, zorgprofessionals en bedrijven – kortom, de hele community – op een unieke manier met elkaar verbindt.

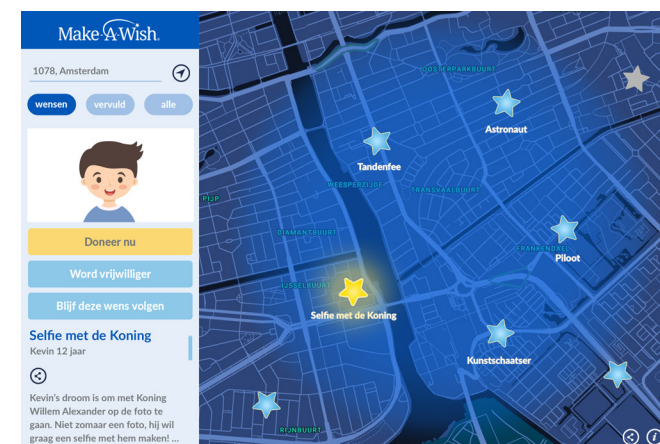
Pilot uit 2018

In 2018 startten wij een eerste pilot met Wish Maps. Een kleinschalige website die alle wensvervullingen op postcode-niveau zichtbaar maakt in de vorm van sterren op de kaart van Nederland. Bezoekers zien direct de lokale impact; er is altijd een wensvervulling of actie in de buurt. De pilot was en is een groot succes. Wish Maps zorgt voor een verhoogde zichtbaarheid van ons werk, meer media-aandacht, sociale betrokkenheid van mensen uit de buurt én trots vanuit de wenskinderen. Hét bewijs dat een multifunctioneel online platform het fundament van onze organisatie kan zijn.

Platform dat de hele community verbindt

Wish Maps 2.0 functioneert dus als platform dat ál onze doelgroepen met elkaar verbindt. Een platform waar wenskinderen hun wensvervulling online mede vormgeven en hun belevenissen delen met familie en vrienden. Waar bezoekers snel de wensen vinden die in hun eigen omgeving spelen en ze geld kunnen ophalen. Waar vrijwilligers met elkaar samenwerken en ideeën uitwisselen voor mooie wensvervullingen. En waar bedrijven aan hun achterban kunnen laten zien aan welke wensen zij hebben meegeholpen.

Wanneer het ons lukt om onze community binnen Wish Maps virtueel bijeen te brengen, blijven we samen verbonden en maken we optimaal gebruik van technologie om goed doen voor iedereen mogelijk te maken. Bovendien is het een steeds grotere uitdaging donateurs via de traditionele fondsenwervingsmethoden aan ons te binden en vast te houden.



Facility

Achter de schermen ondersteunt het Facility-team de hele organisatie.



Alerta

In september 2019 nam Make-A-Wish een aan-/afwezigheidstool in gebruik, Alerta. Via dit systeem melden alle medewerkers zich elke ochtend aan en aan het einde van de dag weer af. Zo is altijd duidelijk wie er aanwezig is op kantoor. Het systeem geeft ook aan of er een bhv'er in het pand aanwezig is en waarschuwt als je de laatste bent die het pand verlaat.

Werkplekken

In de zomer van 2020 kregen alle medewerkers ergonomisch verantwoorde bureaustoelen. De leverancier gaf Make-A-Wish een speciaal tarief. Naast stoelen bestelde Facility ook een aantal in hoogte verstelbare bureaus en ergonomische muizen en toetsenborden.

Klimaatbeheersing

In de loop van het verslagjaar is het gehele klimaatbeheersingssysteem getest en opnieuw afgesteld/ingericht. Hierin zijn de aanbevelingen van het RIVM omtrent corona meegenomen.

Coronaproof maken van het kantoor

Het coronaproof maken van het kantoor vroeg veel tijd en energie. Alle afzonderlijke ruimten zijn uitgemeten en onder de loep genomen. Daarnaast zijn de werkplekken opnieuw ingedeeld, geheel volgens de richtlijnen van het RIVM.



Samenwerking met Make-A-Wish International

Ook dit jaar zocht Facility de samenwerking op met Make-A-Wish International die sinds 2019 een kantoor in hetzelfde pand heeft.

We vonden elkaar in de:

- aanschaf apparatuur
- beveiliging pand
- receptietaken
- postverzending
- telefonie

Interview

Niet kunnen dromen over later

Camiel Stokkermans, tijdens carnaval 2019 Prins Camiel 1:

“Hoe oneerlijk is het dat kinderen met een ernstige ziekte niet onbezorgd kunnen dromen over later. Kinderen die eigenlijk gewoon touwtje zouden moeten trekken op de kermis, bij oma en opa logeren. Zoals de zoon van Benny, een goede vriend. Hij werd ineens erg ziek, teelbalkanker. Vlak voor zijn overlijden, in 2000, kwam zijn liefste wens uit. En daar heeft hij intens van genoten, hoe ziek hij ook was. Daarom ging de collecte van de carnavalsmis naar Make-A-Wish.”



Anneke Boek, Vrijwilligersmanager (voor onder meer Brabant):

“In Brabant houden we van feesten. We omarmen alles met een zachte G: gezelligheid, gastvrijheid en gemoedelijkheid. Daarnaast houden we altijd oog voor wat écht belangrijk is in het leven: liefde, aandacht en ondersteuning. Zeker voor een kind met een levensbedreigende ziekte. Zo fijn dat onze mensen zich juist in deze tijd inzetten voor Make-A-Wish.”

*“Hij heeft intens genoten,
hoe ziek hij ook was”*

Camiel Stokkermans
Prins Camiel 1





Toekomst

Bart, nu 28 jaar

Bart, voormalig wenskind

“Wat Make-A-Wish voor mij heeft gedaan, vergeet ik nooit meer”

Via via krijgt Bart het krantenartikel in de Limburger over Jeanny van Wissem (wenshaler/wensvervuller) onder ogen. Voor zover hij weet is de kans klein dat er nóg een jongen uit Maastricht bij Arnold Schwarzenegger is geweest, in datzelfde jaar...

“Het móest wel over mij gaan. Die reis naar Amerika is een van de mooiste dingen die ik heb beleefd. Ik denk er nog regelmatig aan terug. Daarom leek het me leuk om Jeanny te bedanken.” Bart gaat op onderzoek uit en achterhaalt waar ze woont. Samen met zijn moeder stapt hij in de auto om een bloemetje langs te brengen. “Daar aangekomen dacht ik dat er iemand anders voor de deur stond. Op de foto in de krant zag Jeanny er namelijk heel anders uit.” En dus geeft hij de bloemen af en rijdt weg. Gelukkig zoekt Jeanny kort daarop zelf contact via Facebook. “We bleken elkaar niet te hebben herkend! Nu konden we eindelijk bijpraten.”

In de jaren na de wensvervulling gaat het best goed.

Tot de laatste klas van de middelbare school. “Het ging steeds slechter. Met moeite kon ik op school één vak volgen, de zuurstoffles altijd bij de hand. Ik had een longcapaciteit van 18% en reageerde verder nergens meer op. De behandelend arts in het UMC vertelde me dat ze waren uitbehandeld. Ik was het daar niet mee eens. Hoezo was er niets meer mogelijk? En een longtransplantatie dan? De dokter keek me aan en zei: ‘Als je dat zelf écht wilt, dan gaan we dat in gang zetten’. Ik kreeg twee opties: Utrecht of Groningen. Het werd Groningen. Stel je voor, voor elk onderzoek moest ik ‘even’ op en neer tussen Maastricht en Groningen.”



To Bart Berghmans,

With appreciation and respect,

Thank you for your visit!
Best wishes

In oktober 2014 woont Bart een lecture bij van de professor die hem behandelt.

“De professor besprak mijn aandoening als casus.” Een van de aanwezige studenten stelt aan het eind de vraag waarom ze het niet in Leuven proberen. Volgens de student zou dat veel meer resultaat opleveren. “Meteen ging ik erachteraan. Kennelijk lag het een tijdje gevoelig om patiënten naar België door te sturen, vooral ook vanwege de financiële afwikkeling. Maar de contacten waren nét weer aangehaald. Dus ik mocht voor een second opinion naar Leuven. Inmiddels was het mei 2015.”

De professor in Leuven is heel duidelijk.

“Hij zei: ‘Het is heel simpel. Je bent resistent tegen antibiotica, hebt een longfunctie van rond de 18% en geen conditie meer. Eén zware winter en het is afgelopen.’” Bart is blij dat er eindelijk iemand is die eerlijk zegt waar het op staat. “Ik heb me direct op de lijst laten zetten voor transplantatie. Ze konden niets zeggen over de wachttijden, uiteindelijk was ik op 2 december aan de beurt. De winter was dat jaar zacht, dus ik had nog geen infecties opgelopen. De operatie is wonder boven wonder gelukt. Zelfs zonder hartlongmachine of bloedtransfusie. De dag erna maakten ze me al wakker. Normaal duurt zo iets drie dagen. En na twintig dagen stond ik buiten. De dag voor kerst.”

De rest is bekend. Het gaat prima. Geen afstoting, infecties, niets.

Bart is onlangs zelfs afgestudeerd in Civiele Techniek, iets waarvan hij als kind al droomt. “En ik heb werk gevonden bij een Ingenieurs & Adviesbureau. Dat had ik in 2006 niet kunnen bedenken!” Bart heeft zijn succes voor een groot deel te danken aan zijn eigen doorzettingsvermogen. “In Amerika dacht ik: als dit

me lukt, dan lukt de rest ook. Ik deed veel om mijn conditie op peil te houden, ondanks mijn ziekte. Dat Arnold Schwarzenegger een paar keer wereldkampioen is geworden met bodybuilding hield mij op de been. Dan zei ik tegen mezelf: kom op, niet zeuren, sporten is goed voor je!”

Bart reflecteert nog even op zijn reis. “Wat Make-A-Wish voor mij heeft gedaan, vergeet ik nooit meer. Even iemand op en neer naar Amerika brengen is best bijzonder, toch? Elke keer als ik de foto's bekijk, voel ik opnieuw die blijdschap van toen.”



“Elke keer als ik de foto's bekijk, voel ik opnieuw die blijdschap van toen”

Bart
voormalig wenskind

Toekomst

In september 2019 is ons nieuwe meerjarenbeleidsplan 2019-2022 ingegaan. COVID-19 zit ons behoorlijk dwars bij het behalen van onze targets voor de toekomst. Het allerbelangrijkste is dat wij veilig en gezond ons werk kunnen voortzetten. In de lijn van de pilaren waarop ons beleidsplan steunt.

**Wensen
vervullen met
impact**

**Geven met
betekenis**

**Verhalen
delen**

**Flexibel
en betrokken
organiseren**

Toekomst

Wensen vervullen met impact

Ons streven is en blijft: een Wish Journey voor álle ongeveer 1.200 in aanmerking komende kinderen. We kunnen door corona op korte termijn geen prognose geven van aantallen, maar zijn wel druk bezig met het proces van de Wish Journeys. Iedere Wish Journey heeft straks nóg meer effect op de veerkracht van het wenskind en zijn vertrouwen in de toekomst. Dat spelen we klaar door de Wish Journey steeds nadrukkelijker sámen met het kind te organiseren. Nu er flinke stappen zijn gezet in het verbeteren van de kwaliteit van de Wish Journeys, wordt 2021 het jaar waarin we de openstaande wensen gaan oppakken. En wel op een slimme manier en met behoud van kwaliteit. Hoe we dat gaan doen, bereiden we in enkele scenario's voor.

Verhalen delen

We geven de regie steeds meer uit handen. Dat doen we door de kinderen zelf meer te betrekken bij het vertellen van hun bijzondere verhaal met de community. Als echte InfluWENSers delen zij hun belevenissen via social media. Hun authentieke verhalen raken meer mensen in hun hart en bereiken via Instagram ook jongeren. Hierdoor beleven steeds meer mensen de impact van een wenservulling.

Geven met betekenis

We stimuleren onze community, van bedrijven, scholen en sportverenigingen tot retailers én particulieren, om fondsenwervend in actie te komen. Op een manier die bij hén past. Als initiatiefnemer van een actie, als deelnemer, als giftgever, als donateur óf als Wish Partner. Dat krijgen we voor elkaar door waarde toe te voegen en de gever meer te betrekken bij onze activiteiten. Geven met betekenis levert bekendheid en betrokkenheid op én leidt tot fondsen waarmee we die activiteiten bekostigen. We blijven de komende jaren investeren in relatiebeheer en hopen dat deze inspanningen uiteindelijk weer gaan leiden tot een groei in inkomsten.

Flexibel en betrokken organiseren

Doel voor aankomend boekjaar is de intensieve samenwerking tussen de diverse disciplines verder professionaliseren. Ook het onboarding programma breiden we uit. Door de ontwikkeling van nieuwe e-learning modules om de nieuwe collega's per onderwerp op te leiden, weten we elkaar steeds beter te vinden op onze ervaring en expertise.

De verwachting is dat het komende boekjaar minder budget beschikbaar zal zijn voor sponsoring. Investeren in de kwaliteit en ontwikkeling van medewerkers krijgt meer prioriteit. We investeren daarom in samenwerkingen met resellers die zijn gespecialiseerd in learning & development. Inmiddels is de eerste overeenkomst al getekend met WishPartner Scout B.V.

En verder

- Spoedwensen en andere emotionele gebeurtenissen rond onze wenskinden hebben veel impact op de betrokken collega's. In 2020-2021 rollen we een protocol uit voor nazorg en aftercare, inclusief trainingen, zoals de training 'Zaken die raken'.
- In 2020-2021 staat de volgende update van het integriteitsbeleid gepland, conform de richtlijnen van Goede Doelen Nederland.
- Corona vergt veel van medewerkers. Niet alleen mentaal, maar ook fysiek. We blijven de balans privé en werk nauwlettend volgen. Hierbij besteden we zeker aandacht aan het Nieuwe Werken.
- De wereld van filantropie verandert. We onderzoeken of we nieuwe community driven vormen van vrijwilligerswerk kunnen bieden, waarin we vrijwilligers betrekken op een manier die bij hen past. Het moet bijvoorbeeld mogelijk zijn je ook alleen voor een project aan te melden.

Baten
Baten van particulieren
Baten van bedrijven
Baten van loterijorganisaties
Baten van verbonden organisaties zonder winststreven
Baten van andere organisaties zonder winststreven
Overige baten
Baten

Begroot 2020-2021
2.757.500
1.066.000
3.137.000
25.000
343.500
1.000
7.330.000

Lasten
Uitbesteed werk wensvervullingen
Overige projectkosten
Personeelskosten:
Salarislasten
Overige personeelskosten
Huisvestingskosten
Algemene organisatiekosten
Internationale kosten
Marketingkosten
PMC
Communicatiekosten
Vrijwilligerskosten
Totaal lasten
Financiële baten en lasten
Resultaat

1.305.100
65.000
1.370.100
1.796.400
372.900
2.169.300
155.000
475.000
234.900
2.014.800
40.000
375.000
90.000
3.384.700
6.924.100
100
406.000

Besteed aan doelstelling in % van de totale lasten
Besteed aan doelstelling in % van de totale baten
Kosten werving baten in % van de totale baten
Kosten beheer en administratie in % van de totale lasten
Aantal Vervulde Wensen

65%
61%
27%
7%
500

Begroting Boekjaar 2020-2021

Doelstellingswerk: Wensvervullingen en Voorlichting	Werving baten	Beheer & Administratie
1.305.100	-	-
65.000	-	-
1.370.100	-	-
1.045.700	417.700	333.000
187.900	76.000	109.000
1.233.600	493.700	442.000
113.300	34.700	7.000
347.600	106.300	21.100
171.900	52.500	10.500
835.745	1.179.055	-
40.000		
304.250	70.750	-
69.100	20.600	300
1.881.895	1.463.905	38.900
4.485.595	1.957.605	480.900

Interview

Dit vergeet ik nooit meer

Voormalig wenskind **Bart:**

“Wat Make-A-Wish in 2006 voor mij heeft gedaan, vergeet ik nooit meer. Even iemand op en neer naar Amerika brengen is best bijzonder, toch? Elke keer als ik de foto's bekijk, voel ik opnieuw die blijdschap van toen. Onlangs ben ik zelfs afgestudeerd in Civiele Techniek, iets waarvan ik als kind al droomde. En ik heb werk gevonden bij een Ingenieurs & Adviesbureau. Dat had ik in 2006 niet kunnen bedenken, met een longcapaciteit van 18%.”



Jeanny van Wissem, Wenshaler/wensvervuller:

“Er stond een artikel in de Limburger over mijn 20-jarig jubileum bij Make-A-Wish. Terloops kwam daarin de wens ter sprake van de toen 14-jarige Bart. Een Maastrichtse jongen met taaislijmziekte. Hij had een bijzondere wens: Arnold Schwarzenegger ontmoeten. En wie stond er na dat artikel bij mij voor de deur? Bart! Dat iemand 14 jaar later langskomt met een bloemetje... Dat raakt me wel.”

“Dat iemand 14 jaar later langskomt met een bloemetje, dat raakt me wel”

Jeanny van Wissem
Wensvervuller





*Verantwoordings-
verklaring*

Juri

Geld ophalen door live *Escape from Tarkov* spelen

Tussen 1 juli 2020 en 1 juli 2021 haalt Juri Meijer via zijn live-streams op gameplatform Twitch TV geld op voor Make-A-Wish. Zijn doel is 10.000 dollar. Juri streamt voor de Nederlandse markt. Hij zit op ruim 34.000 volgers, maar hij hecht meer waarde aan zijn kijkers. Dat zijn er 80-100, een gemiddeld aantal voor streamers zoals hij. Met deze groep heeft Juri direct contact, via de chat. We leggen Juri langs de lat van 10 vragen.

1. Je ondertekent met Aart Meijer. Is het Aart of Juri?

"Nou... Aart is mijn doopnaam. Juri komt van Jurgen, mijn roepnaam. Ik woonde een tijdje in Berlijn en een vriendin vond Jurgen meer iets voor oude, dikke Duitsers. Zij maakte er Juri van. Die naam is mijn merknaam geworden. Eigenlijk is er niemand meer die me Jurgen of Aart noemt, behalve mijn oma."

2. Streaming of muziek maken?

"Uhm, moeilijk. In muziek ben ik beter, daar zit mijn talent. Voor muziek moet je écht wat kunnen. Technisch gezien kan iedereen streamen."

3. Wie zijn jouw helden?

"Eerlijk gezegd: die heb ik niet. Ik heb me aangeleerd niet te veel naar anderen te kijken. We zijn allemaal maar gewone mensen."

4. Kun je leven van streaming?

"Nee. Om mijn inkomen aan te vullen, heb ik een bijbaan als postbode. Sommige mensen verdienen eraan, maar ik wil niet afhankelijk zijn van donateurs. Ik ervaar het als stressvol wanneer je niet weet hoeveel je elke maand binnenhaalt. Alleen in mijn Duitse periode kon ik er echt goed van leven, maar toen gaf ik ook veel muziekovertredens."

5. En dan deel je nog uit ook.

"Dat wilde ik zelf. Toen ik weer naar Nederland kwam, dacht ik: en nu? Ik heb een live stream en een bepaald bereik. Gaming staat vaak slecht bekend, terwijl het in de praktijk juist heel veel positiefs oplevert. Het ontspant, je bouwt vriendschappen op, je leert goed focussen en wisselen van taken... Het gaat mij niet om ikke, ikke. Ik ken iemand uit Australië die met zijn streams veel



geld ophaalt voor een goed doel. Dat leek me wel wat. Zeker in deze tijd, waarin goede doelen minder geld krijgen. Het is een perfect moment om goed te doen.”

6. Hoe kwam je dan op Make-A-Wish?

“Zoeken! Zo kwam ik Make-A-Wish tegen. Bij jullie kan je met weinig tóch impact maken. Daarna hebben we een paar maal gebeld en gemaïld en dat klikte. Volgens mij waren jullie best wel verrast, door mijn streven om 10.000 dollar op te halen.”

7. Het is ook een hele bijzonder manier van geld ophalen.

“Als je niet echt geld hebt om weg te geven, heb je meestal wel tijd. Dus ik geef een jaar lang tijd. Ik stream bepaalde periodes voor Make-A-Wish. De ene keer 2 uur, soms 6 uur. Eén keer per maand probeer ik iets speciaals uit. Zo hoop ik die 10.000 dollar te halen.”



8. Het gaat hartstikke goed en het jaar is nog niet om!

“Inderdaad, na een maand zat ik al op ruim 7000 dollar. Sommige mensen doneren een dollar. En Mike, een andere streamer, zamelde door middel van een fietstocht zelfs 1.538 dollar in voor mijn campagne. Dus hopelijk zit er meer in.”

9. Heb je nog meer ideeën?

“Ja ik zou nog iets extra's aan de stream kunnen toevoegen. Een videoboodschap van een ambassadeur bijvoorbeeld. Bij Ruben Nicolai zou iedereen uit zijn plaat flippen. En als een wenskind een keertje samen met mij wil streamen, graag!”

10. En na dit jaar?

“Dan ga ik met pensioen. Haha, nee, zo ver ben ik nog niet. Dat zien we dan wel. Waarschijnlijk neem ik even een pauze en dan komt er vanzelf wel weer iets. Dit jaar is ook een leerproces. Sponsors zoeken, mensen enthousiasmeren, alles eromheen organiseren. Het is bijna pokeren, je moet weten hoe je het spel speelt.”

“En als een wenskind een keertje samen met mij wil streamen, graag!”

Juri Meijer

Verantwoordingsverklaring Raad van Toezicht

De Raad van Toezicht neemt bij het uitoefenen van zijn functie de volgende principes in acht:

1. Scheiding toezicht en bestuur

De Raad van Toezicht adviseert over en geeft goedkeuring aan het (meerjaren)beleid, en ziet erop toe dat de doelstellingen die daarvan worden afgeleid, worden behaald. De Raad van Toezicht volgt de resultaten aan de hand van rapportages. De bestuurlijke taken liggen bij de statutair bestuurder/algemeen directeur van de organisatie. Er is een tweekoppige directie. De uitvoering ligt in handen van de professionals op het kantoor in Hilversum (Media Park) en van de professionele vrijwilligers in het land.

2. Besteding van de middelen

Voor ons bestaan zijn we afhankelijk van donaties, giften en sponsoring. Het is essentieel dat de gevers ervan uit kunnen gaan dat hun bijdrage effectief en doelmatig wordt ingezet. In het jaarplan staan de doelstellingen die Make-A-Wish in de verslagperiode wil bereiken. Deze betreffen het aantal te vervullen wensen, de uit te voeren communicatieprojecten, de te behalen financiële doelen en de plannen ten aanzien van de vrijwilligers. In het jaarverslag en in de maandelijkse rapportages doen we verslag over de behaalde resultaten.

Net als alle goede doelen geven we aan welk deel van de kosten is gerelateerd aan beheer en administratie (overhead), en welk deel aan fondsenwerving en aan doelstellingswerk. Ons streven is dat deze ondersteuning maximaal 8% van alle kosten bedraagt. Daarnaast streven we ernaar dat 70% van de kosten aan de doelstelling moet worden besteed (dit verslagjaar lag het percentage op 65% als gevolg van de coronacrisis). Wat betreft het percentage fondsenwerving blijven we met 23% binnen de vastgestelde CBF-norm van 25%.

3. Omgaan met de community

Onze community bestaat onder meer uit:

- Wenskinderen en hun families
- Donateurs
- Vrijwilligers
- Kantoorpersoneel
- Actie-initiatoren
- Deelnemers fondsenwervende acties
- Sponsors
- Zakelijke partners
- Wensleveranciers
- Vrienden van Make-A-Wish Nederland
- Ziekenhuizen en medisch professionals
- (Zakelijke) ambassadeurs
- Make-A-Wish Foundation International

4. Toezicht

De Raad van Toezicht houdt toezicht op de toekomstplannen voor Make-A-Wish Nederland en de behaalde resultaten. In het verslagjaar 2019-2020 bestond de Raad van Toezicht uit zes personen. Zij voerden hun werkzaamheden onbetaald uit. In deze samenstelling deelden de leden hun expertise op de volgende vakgebieden: marketing, IT, medisch, financieel, juridisch en HR.

De Raad van Toezicht



Hans Geels (voorzitter)

Achtergrond
Nevenfuncties

Directeur Dille & Kamille
Bestuurder KidsRights
DGA Geels Beheer BV



Peter Bommel (secretaris)

Achtergrond
Nevenfuncties

Partner Deloitte
Voorzitter Curatorium Accountantsopleiding
aan de Vrije Universiteit
Bestuurder Stichting de Nederlandsche
Bachvereniging
Lid Adviesraad Maatschappelijke Alliantie
Voorzitter Deloitte Impact Foundation



Theo Rinsema

Achtergrond
Nevenfuncties

CEO/eigenaar Shift Patrol
Lid RvC Menzis
Voorzitter Raad van Bestuur Fellowmind
Bestuurslid Ortec Finance
Lid RvC Olympia Uitzendbureau
Lid Adviesraad NGL International
Lid RvC Kinly



Mariëlle Broekhuysen

Achtergrond
Nevenfuncties

Partner ondernemingsrecht bij
Janssen Broekhuysen Advocaten
Legal Mediator bij Derksen Broekhuysen
Business Mediation



Annet Bosch

Achtergrond
Nevenfuncties

Kinderarts Amsterdam UMC,
gespecialiseerd in metabole ziekten
Collegelid College ter Beoordeling van
Geneesmiddelen (CBG/MEB)



Ralf Knechtmans

Achtergrond
Nevenfuncties

Managing Partner bij
Lighthouse De Vroedt & Thierry
Centre of Excellence for Data and Analytics
Gastcolleges over leiderschap in digitale
wereld, wendbaarheid van talent, diversiteit,
de veranderende rol van HR; op o.a.
Nyenrode Business Universiteit, TIAS
Business School, Technische Universiteit
Gdansk, Speakers Academy en Harvard
Business Review Polska
Columnist bij BNR (Business News Radio) en
MT (Management Team) over leiderschap,
(top)talent en diversiteit

De termijn van de leden is statutair vastgelegd en bedraagt drie jaar. Na een eerste termijn van drie jaar kan deze tweemaal worden verlengd. In 2019 – 2020 vonden twee wijzigingen plaats. Ralf Knegtmans is als nieuw lid toegetreden, met ingang van 6 april 2020. En Peter Bommel is per 1 september 2020 gestopt. Hij wil alle aandacht besteden aan zijn carrière op Aruba. Voor deze positie met een financieel profiel zoeken we nog een nieuw lid.

Rooster van aftreden	Einde eerste termijn	Einde tweede termijn	Einde derde termijn
Hans Geels	1 augustus 2018	1 augustus 2021	
Peter Bommel	1 januari 2017	1 januari 2020	1 september 2020
Theo Rinsema	1 september 2020	1 september 2023	
Mariëlle Broekhuysen	1 september 2020	1 september 2023	
Annet Bosch	21 mei 2022	21 mei 2025	
Ralf Knegtmans	6 april 2023	6 april 2026	

Rapportages

Om toezicht te kunnen houden, informeren we de Raad van Toezicht via maandelijkse managementrapportages en kwartaalrapportages over de voortgang en de resultaten. In de rapportages staat hoe de baten en kosten zich ontwikkelen, hoeveel wensen zijn vervuld en de kostprijs daarvan. Daarnaast doen we mondeling of aan de hand van notities verslag over beleidsthema's en activiteiten. Er komt ook een verslag van de bestuursvergaderingen.

De Raad van Toezicht vergaderde afgelopen boekjaar acht keer. Hieronder een overzicht van onderwerpen die regelmatig op de agenda stonden:

- Financiële zaken
- Managementrapportages
- Jaarplan en jaarbegroting
- Jaarverslag en jaarrekening
- Marketingcampagnes
- Wish Journeys
- Governancebeleid
- Teamstructuur kantoor en regio
- Wish Maps 2.0
- Make-A-Wish International
- AVG
- Ziekteverzuim

Interview

We gaan gewoon door

Annelies Blom, Eventmanager bij het Erasmus MC-Sophia:

“We doen hier alles voor de kids. Daarin zoeken we verbinding met andere partijen, zoals Make-A-Wish. Corona of geen corona, we gaan gewoon door. Dus toen Make-A-Wish me belde met het voorstel op 27 mei een abseilevent te houden met superhelden, zei ik meteen ja. We hadden het binnen een maand geregeld. Het feit dat er in het ziekenhuis reuring is, persoonlijke aandacht voor de kinderen... dat doet wonderen. Die stralende koppies, daar doe je het voor.”



Stefanie Lommers, Relatiebeheerder zorgprofessionals :

“Wij werken altijd graag samen met Annelies. Zij is typisch iemand die kijkt naar wat wél kan. Zo kijken wij ook. Bovendien is zij een waardevolle relatie van ons, net zoals de vele andere zorgprofessionals in de ziekenhuizen.”

*“Die stralende koppies,
daar doe je het voor”*

Annelies Blom

Eventmanager bij het
Erasmus MC-Sophia





Jaarrekening

Boekjaar 2020

September 2019 - Augustus 2020

Inhoudsopgave

Balans per 31 augustus 2020	71
Staat van baten en lasten september 2019 - augustus 2020	72
Algemeen	74
Kasstroomoverzicht	75
Grondslagen van waardering en resultaatbepaling	76
Toelichting op de balans per 31 augustus 2020	79
Toelichting op de staat van baten en lasten over september 2019 - augustus 2020	86
Gebeurtenissen na balansdatum	94



Balans per 31 augustus 2020

Balans per 31 augustus 2020 in € na resultaatverdeling		31-08-2020	31-08-2019
Activa			
Vaste activa			
Immateriële vaste activa	1.	228.418	93.275
Materiële vaste activa	2.	130.524	142.582
		358.942	235.857
Vlottende activa			
Vorderingen en overlopende activa	3.	551.067	1.075.250
Liquide middelen	4.	4.432.532	2.916.946
		4.983.599	3.992.195
		5.342.541	4.228.053
Passiva			
Reserves en fondsen			
Continuïteitsreserve	5.	2.656.914	3.275.285
Reserve vaste activa		358.942	235.857
Reserve nog te vervullen wensen		1.560.050	-
		4.575.906	3.511.142
Kortlopende schulden	6.	766.635	716.910
		5.342.541	4.228.053

Staat van baten en lasten september 2019 - augustus 2020

Staat van baten en lasten september 2019 - augustus 2020 in €	sept 2019 - aug 2020	Begroot	sept 2018 - aug 2019
Baten			
Baten van particulieren 7.	3.133.264	3.418.750	3.776.005
Baten van bedrijven 8.	1.075.729	1.443.750	1.292.294
Baten van loterijorganisaties 9.	2.194.061	1.812.000	1.272.673
Baten van verbonden organisaties zonder winststreven 10.	24.791	20.000	23.824
Baten van andere organisaties zonder winststreven 11.	327.673	521.500	430.484
Baten subsidies van overheden 12.	175.346	-	-
Som van de geworven baten	6.930.863	7.216.000	6.795.280
Lasten			
Besteed aan doelstelling:			
wensvervullingen 13.	3.007.782	4.161.800	3.715.700
voorlichting 13.	871.058	924.375	872.676
	3.878.841	5.086.175	4.588.376
Wervingskosten 14.	1.527.168	1.689.525	1.580.032
Beheer en administratie 15.	460.286	440.700	433.349
Som van de lasten	5.866.295	7.216.400	6.601.757
Saldo financiële baten en lasten	195	400	784
Resultaat	1.064.763	-	194.307
Toevoeging/onttrekking aan:			
continuïteitsreserve	(618.371)	-	218.039
bestemmingsreserve vaste activa	123.085	-	(23.732)
bestemmingsreserve nog te vervullen wensen	1.560.050	-	-
	1.064.763	-	194.307

Staat van baten en lasten september 2019 - augustus 2020 in €	sept 2019 - aug 2020	Begroot	sept 2018 - aug 2019
Besteed aan doelstelling in % van de totale baten	56%	70%	68%
Besteed aan doelstelling in % van de totale lasten	66%	70%	70%
Wervingskosten in % van de totale baten	22%	23%	23%
Kosten beheer en administratie in % van de totale lasten	8%	6%	7%
Aantal wensvervullingen	375	687	646

Algemeen

We sluiten het boekjaar 2020 af met een fors positief resultaat van € 1.064.763. Begroot was een resultaat van € 0,-. In boekjaar 2019 behaalden wij een positief resultaat van € 194.307.

Boekjaar 2020 kent twee gezichten. Van september t/m februari zaten wij goed op schema om de begroting te gaan halen. Zowel in aantal wensvervullingen, als met de fondsenwerving.

Op 13 maart brak de coronacrisis uit. Vanaf die datum kwamen de wensvervullingen stil te liggen. De rest van het boekjaar hebben we helemaal geen buitenlandse wensen meer vervuld. En pas vanaf half mei is een deel van onze binnenlandse wensvervullingen weer opgestart. Ook de acties en evenementen in het land kwamen de rest van het boekjaar voor een groot deel stil te liggen. Daarnaast bleef de opbrengst van bedrijven fors achter op de begroting.

Corona heeft dit boekjaar uiteraard een grote impact gehad op onze staat van baten en lasten. De wenskosten bleven fors achter bij de begroting. Wij hebben slechts 375 wensen kunnen vervullen terwijl er 687 waren begroot. Vorig jaar zaten we nog op een record aantal van 646 wensen.

Ook wij klopten bij de overheid aan voor de NOW-subsidie (de Noodmaatregel Overbrugging Werkgelegenheid). Op basis van de verwachte omzetsdaling ontvingen we een deel van de loonkosten terug.

Voor de NOW 1.0 regeling, die betrekking had op maart, april en mei 2020, ontvingen wij een voorschot van € 141.375. Omdat onze omzetsdaling minder groot was dan verwacht, moesten wij € 55.433 terugbetalen. Per saldo bedroeg de subsidie die wij vanuit de NOW 1.0 regeling ontvingen dus € 85.942.

Voor de NOW 2.0 regeling die betrekking had op juni, juli, augustus en september 2020, hadden wij de omzetsdaling op voorhand al lager ingeschat. De in totaal ontvangen subsidie voor deze regeling bedraagt € 119.205, waarvan de maand september in het volgend boekjaar valt. Ook de voorschotbetalingen ontvingen wij pas in het nieuwe boekjaar, zodat er per saldo een grote vordering is opgenomen in de balans per 31/8/2020.

Hieronder lichten we de belangrijkste fluctuaties toe ten opzichte van de begroting en vorig boekjaar:

Baten

De totale baten zijn € 285.137 lager dan begroot, maar € 135.583 hoger dan het voorgaande jaar. De eerste fluctuatie komt voornamelijk door de coronacrisis in de tweede helft van het boekjaar. Hierdoor konden wij fors minder acties en evenementen organiseren. Daarnaast liepen de inkomsten uit de zakelijke markt terug door het wegvallen van Business Challenges bij bedrijven. Tenslotte is het in deze markt moeilijk om nieuwe zakelijke partners te werven. Ondanks de coronacrisis stegen de baten van loterij-organisaties, zowel ten opzichte van de begroting als ten opzichte van vorig jaar. Wij hebben dit boekjaar vol ingezet op werving van nieuwe deelnemers aan de Lot of Happiness Loterij.

Doelstellingskosten

De doelstellingskosten zijn met € 1.207.334 fors lager dan begroot en met € 709.535 fors lager dan vorig jaar. Zoals hierboven vermeld konden wij helaas fors minder wensen vervullen.

Wervingskosten

De wervingskosten zijn € 162.357 lager dan begroot, en € 52.864 lager dan voorgaand jaar. Enkele campagnes zijn later gestart dan begroot en lopen door in het nieuwe boekjaar. Daarnaast konden wij door de coronacrisis veel acties en evenementen niet organiseren, waardoor wij ook fors minder kosten maakten.

Kasstroomoverzicht

Kasstroomoverzicht in €	sept 2019 - aug 2020	sept 2018 - aug 2019
Kasstroom uit operationele activiteiten		
Resultaat	1.064.763	194.307
Aanpassingen voor:		
afschrijvingen/afboekingen IVA en MVA	83.757	110.401
mutatie vorderingen	524.182	(651.799)
mutatie kortlopende schulden	49.725	(83.575)
	657.665	(624.973)
Kasstroom uit investeringsactiviteiten		
Investerings in immateriële en materiële vaste activa	(206.842)	(86.669)
Toename liquide middelen	1.515.586	(517.335)
Liquide middelen		
Stand liquide middelen ultimo boekjaar	4.432.532	2.916.946
Af: stand liquide middelen begin boekjaar	2.916.946	3.434.281
Toename liquide middelen	1.515.586	(517.335)

Grondslagen van waardering en resultaatbepaling

Algemeen

Make-A-Wish Nederland heeft als doel het vervullen van wensen van kinderen die wonen/verblijven in het Koninkrijk der Nederlanden met een levensbedreigende ziekte, en voorts alles wat er rechtstreeks of zijdelings verband mee houdt en daartoe bevorderlijk kan zijn, in de ruimste zin van het woord.

Wij proberen dit doel te bereiken door onder meer:

- a. wensen te vervullen;
- b. fondsen te werven;
- c. het bedrijfsleven te benaderen;
- d. folders en materialen te verspreiden;
- e. voorlichtingsbijeenkomsten en andere activiteiten te verzorgen op het gebied van public relations en op het gebied van het vervullen van wensen. Voorlichting over wensvervulling is voornamelijk gericht op bewustwording bij het publiek over het effect dat wensvervulling op kinderen/jongeren heeft;
- f. samen te werken met organisaties met een (nagenoeg) gelijke doelstelling in andere landen;
- g. lid te zijn van of aansluiting te zoeken bij organisaties, al dan niet gevestigd in andere landen, die een (nagenoeg) gelijke doelstelling hebben gericht op ondersteuning en stimulering van organisaties met een (nagenoeg) gelijke doelstelling;
- h. en alles wat met het voorafgaande verband houdt en daartoe bevorderlijk kan zijn, in de ruimste zin van het woord.

Make-A-Wish Nederland beoogt geen winst te maken.

De Stichting is gevestigd te Hilversum, Frits Spitsstraat 1 en heeft KvK-nummer: 41131321.

Grondslagen voor waardering en resultaatbepaling

De jaarrekening is opgesteld in overeenstemming met de Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving 650 voor fondsenwervende organisaties.

Baten en lasten

Baten en lasten worden toegerekend aan het jaar waarop zij betrekking hebben. We verantwoorden baten slechts voor zover deze op balansdatum zijn gerealiseerd. Lasten en risico's die hun oorsprong vinden voor het einde van het verslagjaar, verantwoorden we indien de lasten en risico's voor het opmaken van de jaarrekening bekend zijn geworden.

Actie-opbrengsten

Actie-opbrengsten van grote acties verantwoorden we in het jaar waarin de actie plaatsvindt. Kleine acties verantwoorden we in het jaar dat de gelden van deze actie worden ontvangen.

Nalatenschappen

Nalatenschappen verantwoorden we in het boekjaar waarin de omvang betrouwbaar kan worden vastgesteld.

Verkregen kortingen

Opbrengsten van verkregen kortingen waarderen we tegen de reële waarde van de transactie.

Overige baten

De overige baten verantwoorden we in het jaar waarin de baten worden ontvangen.

Immateriële en materiële vaste activa

Deze activa worden gewaardeerd op verkrijgingsprijs, verminderd met de cumulatieve afschrijvingen. De afschrijvingen worden gebaseerd op de geschatte economische levensduur en berekend op basis van een vast percentage van de verkrijgingsprijs, rekening houdend met de eventuele restwaarde. We schrijven af vanaf het moment van ingebruikname. Jaarlijks beoordelen we of er sprake is van een bijzondere waardevermindering. We brengen subsidies op investeringen in mindering op de verkrijgings- of vervaardigingsprijs van de activa waarop de subsidies betrekking hebben.

Vorderingen op korte termijn

De vorderingen worden bij eerste verwerking opgenomen tegen de reële waarde en vervolgens gewaardeerd tegen de geamortiseerde kostprijs. De reële waarde en geamortiseerde kostprijs zijn gelijk aan de nominale waarde. Noodzakelijk geachte voorzieningen voor het risico van oninbaarheid brengen we in mindering. Deze voorzieningen worden bepaald op basis van individuele beoordeling van de vorderingen.

Schulden op korte termijn

Kortlopende schulden waarderen we bij de eerste verwerking tegen reële waarde. Na de eerste verwerking waarderen we ze tegen geamortiseerde kostprijs, zijnde het ontvangen bedrag, rekening houdend met agio of disagio en onder aftrek van transactiekosten. Dit is meestal de nominale waarde.

Liquide middelen

Liquide middelen bestaan uit kas- en banktegoeden met een looptijd korter dan twaalf maanden. Rekening-courantschulden bij banken zijn opgenomen onder schulden aan kredietinstellingen onder de kortlopende schulden. Liquide middelen waarderen we tegen nominale waarde.

Reserves en Fondsen

Continuïteitsreserve

De continuïteitsreserve is gevormd om de risico's op korte termijn af te dekken. Volgens de aanbeveling van Goede Doelen Nederland mogen wij hiervoor een reserve aanhouden van maximaal anderhalf maal de jaarlijkse kosten van de werkorganisatie. Onze Raad van Toezicht acht de vorming van een continuïteitsreserve noodzakelijk voor de dekking van risico's op korte termijn en als zekerheidsstelling dat we ook in de toekomst aan onze verplichtingen kunnen voldoen. Onder de kosten van de werkorganisatie verstaan we: kosten eigen personeel, huisvestingskosten, kantoor- en algemene kosten en de kosten voor fondsenwerving.

Bestemmingsreserve

Het gedeelte van het eigen vermogen dat is afgezonderd omdat het bestuur daaraan een beperkte bestedingsmogelijkheid heeft gegeven, merken we aan als bestemmingsreserve.

Voorzieningen

Voorzieningen worden gevormd voor in rechte afdwingbare of feitelijke verplichtingen die op de balansdatum bestaan, waarbij het waarschijnlijk is dat een uitstroom van middelen noodzakelijk is en de omvang op betrouwbare wijze is in te schatten. De voorzieningen waarderen we tegen de beste schatting van de bedragen die noodzakelijk zijn om de verplichtingen per balansdatum af te wikkelen.

Rentebaten en rentelasten

Rentebaten en rentelasten verwerken we tijdsevenredig, rekening houdend met de effectieve rentevoet van de desbetreffende activa en passiva.

Operational lease

Make-A-Wish Nederland bezit leasecontracten waarvan een groot deel van de voor- en nadelen die aan dit eigendom verbonden zijn, niet bij ons ligt. Deze leasecontracten worden verantwoord als operationele leasing. Verplichtingen uit hoofde van operationele leasing worden, rekening houdend met ontvangen vergoedingen van de lessor, op lineaire basis verwerkt in de winst-en-verliesrekening over de looptijd van het contract.

Personeelsbeloningen

Lonen, salarissen en sociale lasten verwerken we op grond van de arbeidsvoorwaarden in de staat van baten en lasten, voor zover ze verschuldigd zijn aan werknemers.

Pensioenregeling

Make-A-Wish Nederland heeft een beschikbaar premiestelsel als pensioenregeling. Op deze regeling zijn de bepalingen van de Nederlandse Pensioenwet van toepassing. We betalen op verplichte basis premies aan pensioenverzekeraar Zwitserleven. De premies worden verantwoord als personeelskosten zodra deze verschuldigd zijn. Vooruitbetaalde premies worden opgenomen als overlopende activa indien dit tot een terugstorting leidt of tot een vermindering van toekomstige betalingen. Nog niet betaalde premies worden als verplichting op de balans opgenomen.

Kasstroomoverzicht

Het kasstroomoverzicht is opgesteld volgens de indirecte methode. Ontvangsten en uitgaven uit hoofde van interest zijn opgenomen onder de kasstroom uit operationele activiteiten.

Toerekeningssystematiek lasten

Voor de toerekening van de lasten aan de doelstelling, fondsenwerving of beheer & administratie kozen wij, conform de aanbeveling van Goede Doelen Nederland, voor een eenvoudige methodiek. Hieronder lichten wij per kostensoort toe hoe deze is toegerekend aan de drie kostencategorieën.

Uitbesteed werk wensen en overige wensprojecten: we rekenen alle kosten volledig toe aan de doelstelling.

Personeelskosten: we boeken alle directe personeelskosten per organisatorische afdeling en kunnen ze daarom direct verdelen over de afdelingen. De overige personeelskosten worden toegerekend in verhouding tot de directe personeelskosten. Vervolgens maken we per afdeling een verdeling van de lasten naar doelstelling, fondsenwerving en beheer & administratie. Dit gebeurt op basis van de % personele inzet voor deze categorieën.

Huisvestingskosten en algemene organisatiekosten: Alle lasten worden eerst verdeeld onder de organisatorische afdelingen op basis van de personeelsbezetting in FTE. Daarbij gaan we ervan uit dat het merendeel van de lasten personeelsgebonden is. In de bepaling van de hoogte van het aantal FTE's nemen we ook de inzet van vrijwilligers mee. Vervolgens maken we per afdeling een verdeling van de lasten naar doelstelling, fondsenwerving en beheer & administratie. Dit gebeurt op basis van de personele inzet voor deze categorieën.

Communicatiekosten: we verdelen deze kosten per soort uitgave in kosten voor de doelstelling (voorlichtingskosten) of kosten voor de werving van de baten. De verdeling hangt af van het feit of de kosten voor voorlichting zijn (doelbestedingswerk), of voor de werving van baten.

Marketingkosten: deze kosten verdelen we per soort uitgave in kosten voor de doelstelling (voorlichtingskosten) of kosten voor de werving van baten.

Kosten vrijwilligers: deze kosten worden volledig toegerekend aan de organisatorische afdeling Vrijwilligersmanagement. Vervolgens rekenen we de kosten naar de verschillende doelstellingen toe op basis van de ureninzet van de vrijwilligers voor het doelstellingswerk en de werving van de baten.

Toelichting op de balans per 31 augustus 2020

1. Immateriële vaste activa in €

Software (in ontwikkeling)

Het verloop van de immateriële vaste activa gedurende het boekjaar is als volgt:

Boekwaarde per 1 september

Aanschaffingen

Afschrijvingen

Boekwaarde per 31 augustus

Wij wenden de immateriële vaste activa aan voor de bedrijfsvoering en in het kader van de doelstelling.

Investeringsuitgaven groter dan € 500 worden geactiveerd. Software wordt in 5 of 10 jaar afgeschreven, afhankelijk van de economische levensduur.

31-08-2020

228.418

93.275

174.962

(39.819)

228.418

31-08-2019

93.275

106.817

33.922

(47.464)

93.275

2. Materiële vaste activa in €

Vervoermiddelen

Inventaris

Hardware

Het verloop van de materiële vaste activa gedurende het boekjaar is als volgt:

Vervoermiddelen

Inventaris

Hardware

PMC Themakamer

Boekwaarde per 1 september

125.073

4.808

12.701

–

Aanschaffingen

–

19.182

12.698

–

Vriendenloterij Projectsubsidie

–

–

–

–

Afschrijvingen

(31.268)

(2.227)

(10.442)

–

Afboekingen

–

–

–

–

Boekwaarde per 31 augustus

93.805

21.763

14.957

–

31-08-2020

93.805

21.763

14.957

130.524

31-08-2019

125.073

4.808

12.701

142.582

31-08-2020

142.582

31.880

–

(43.938)

–

130.524

31-08-2019

152.772

52.747

(17.558)

(45.379)

–

142.582

Wij wenden de materiële vaste activa aan voor de bedrijfsvoering en in het kader van de doelstelling.

Investeringsuitgaven groter dan € 500 worden geactiveerd.

Hardware schrijven wij af in 3 of 5 jaar, afhankelijk van de economische levensduur.

Inventaris en vervoermiddelen schrijven wij af in 5 jaar.

3. Vorderingen en overlopende activa in €

	31-08-2020	31-08-2019
Nog te ontvangen actiebaten	6.932	76.192
Nog te ontvangen Vriendenloterij	38.291	52.188
Nog te ontvangen Lot of Happiness	51.814	502.388
Nog te ontvangen nalatenschappen	123.670	194.654
Nog te ontvangen rente	–	417
Overige vorderingen en overlopende activa	330.361	249.410
	551.068	1.075.250

Overige vorderingen en overlopende activa

Vooruitbetaalde personeels- en pensioenkosten	31.997	28.879
Vooruitbetaalde huisvestingskosten	5.616	14.444
Vooruitbetaalde organisatiekosten	96.486	82.832
Vooruitbetaalde wens- en vrijwilligerskosten	15.545	39.910
Vooruitbetaalde communicatiekosten	–	29.089
Vooruitbetaalde marketingkosten	15.557	22.137
Vordering ziekengeld	34.438	18.319
Vordering NOW-regeling	89.404	–
Overige vorderingen	41.318	13.801
	330.361	249.410

4. Liquide middelen in €

	31-08-2020	31-08-2019
Kas	189	139
Rabobank	2.283.414	1.074.366
Rabobank inzake garantiestelling huur	39.047	56.536
ING	858.332	860.159
ABN AMRO Bank	951.549	625.745
SNS Bank	100.000	100.000
ASN Bank	100.000	100.000
Nationale-Nederlanden Bank	100.000	100.000
	4.432.532	2.916.946

De liquide middelen staan, met uitzondering van de bankrekening inzake garantiestelling huur, ter vrije beschikking. Wij wenden de liquide middelen aan voor de bedrijfsvoering en in het kader van de doelstelling.

Beleggingsbeleid

In 2011 heeft Make-A-Wish Nederland een beleggingsstatuut opgesteld. Ons beleggingsbeleid is defensief en gericht op de instandhouding van het vermogen, waarbij het behoud van flexibiliteit belangrijk is. Make-A-Wish Nederland investeert niet in aandelen of aandelenfondsen. Daarmee zijn de risico's van negatieve rendementen op beleggingen beperkt. Beleggingen in individuele obligaties dienen minimaal een A+-rating te hebben. In boekjaar 2020 bestaan de beleggingen volledig uit liquide middelen.

Beleid ten aanzien van liquide middelen

Make-A-Wish Nederland wil het risico over haar liquide tegoeden zo laag mogelijk houden. Dit is vastgelegd in het beleggingsstatuut. Met het oog op risicospreiding hebben wij de tegoeden verdeeld over diverse banken die onder het depositogarantiestelsel van De Nederlandsche Bank vallen. Alle banken waar wij zaken mee doen zijn Nederlandse banken. Onder de systeembanken (Rabobank, ABN AMRO en ING) hebben wij meer dan € 100.000 verdeeld, omdat het risico op discontinuïteit hier kleiner is dan bij niet-systeembanken. Bij de overige banken is niet meer dan € 100.000 gestort op de rekening.

5. Reserves en Fondsen in €

	31-08-2020	31-08-2019
Continuïteitsreserve	2.656.914	3.275.285
Bestemmingsreserve vaste activa	358.942	235.857
Bestemmingsreserve nog te vervullen wensen	1.560.050	-
	4.575.906	3.511.142

De totale mutatie in de reserves is gelijk aan het positieve resultaat. Dit resultaat is als volgt bestemd:

Onttrekking aan de continuïteitsreserve	(618.371)
Toevoeging aan de bestemmingsreserve vaste activa	123.085
Toevoeging aan de Bestemmingsreserve 'Nog te vervullen wensen'	1.560.050
Totaal resultaat	1.064.763

De samenstelling en het verloop van de reserves en fondsen is als volgt:

Continuïteitsreserve

Stand per 1 september	3.275.285	3.057.246
Mutatie	(618.371)	218.039
Stand per 31 augustus	2.656.914	3.275.285

Conform de Richtlijn 'Financieel Beheer Goede Doelen' mogen wij een continuïteitsreserve aanhouden van maximaal anderhalf maal de jaarlijkse kosten van de werkorganisatie. Wij achten de vorming van een continuïteitsreserve noodzakelijk voor de dekking van risico's en om zeker te stellen dat we ook in de toekomst aan onze verplichtingen kunnen voldoen. In 2018 hebben wij het beleid inzake continuïteitsreserve geüpdatet. De boven- en ondergrens van de reserve zijn op basis van de belangrijkste risico's bepaald. Wij achten een bovengrens van één maal de kosten van de werkorganisatie toereikend.

De hoogte van de kosten van de werkorganisatie zijn als volgt berekend:

	sept 2019 - aug 2020
Personeelskosten	1.813.364
Overige personeelskosten	234.676
Huisvestingskosten	128.273
Algemene organisatiekosten	389.535
Afdrachten aan verbonden organisaties	192.417
Communicatiekosten (excl. toerekening doelstelling)	59.399
Marketingkosten (excl. toerekening doelstelling)	849.679
Kosten vrijwilligers	70.169
Totaal	3.737.512

De continuïteitsreserve blijft binnen de grenzen van de Richtlijn 'Financieel Beheer Goede Doelen' en binnen de (boven)grens zoals gesteld door het Bestuur.

	31-08-2020	31-08-2019
Bestemmingsreserve vaste activa		
Stand per 1 september	235.857	259.589
Mutatie	123.085	(23.732)
Stand per 31 augustus	358.942	235.857

Om de immateriële en de materiële vaste activa te financieren, houden wij een bestemmingsreserve aan ter waarde van de vaste activa conform de Richtlijn 'Financieel Beheer Goede Doelen'.

Bestemmingsreserve 'Nog te vervullen wensen'

Stand per 1 september	-	-
Mutatie	1.560.050	-
Stand per 31 augustus	1.560.050	-

Als gevolg van de coronacrisis is het aantal nog te vervullen wensen fors opgelopen. Voorheen konden wij deze wensen snel vervullen, maar nu wachten per 31 augustus 2020 helaas 543 wenskinderen op hun wensvervulling. Voor de directe kosten verricht door derden hebben wij een reserve gevormd. Hiermee geven wij aan dat een fors deel van het positieve resultaat is bestemd om deze wensen te vervullen.

6. Kortlopende schulden in €

	31-08-2020	31-08-2019
Crediteuren	342.581	145.511
Loonverplichtingen	64.542	48.191
Overige schulden en overlopende passiva	359.512	523.209
	766.636	716.910
Loonverplichtingen		
Reservering vakantiegeld	29.500	28.212
Reservering vakantiedagen	35.042	19.979
	64.542	48.191
Overige schulden en overlopende passiva		
Nog te betalen wens- en vrijwilligerskosten	7.477	33.143
Nog te betalen organisatiekosten	64.828	53.825
Nog te betalen personeelskosten	15.965	6.399
Nog te betalen marketingkosten	25.686	189.856
Nog te betalen communicatiekosten	-	4.991
Nog te betalen NOW-regeling	55.433	-
Nog te besteden projectsubsidie Vriendenloterij PMC	142.255	169.422
Vooruitontvangen bedragen	47.869	65.573
	359.512	523.209

Niet in de balans opgenomen activa en verplichtingen

Make-A-Wish Nederland heeft de volgende rechten en verplichtingen met een waarde per contract hoger dan € 20.000 per jaar die niet uit de balans blijken:

- Een overeenkomst met de Vriendenloterij en Make-A-Wish voor 5 jaar waarin is bepaald dat Make-A-Wish als beneficiënt zal delen in de opbrengst van de loterij.
- Een huurovereenkomst voor kantoorruimte te Hilversum met Media Park Enterprise B.V. Deze verplichting is ingegaan op 1 september 2017 en heeft een looptijd van 10 jaar. De jaarhuur inclusief servicekosten en inclusief BTW bedraagt € 167.184.
- Een bankgarantie ter waarde van € 39.047 voor bovenstaand huurcontract van de kantoorruimte. Deze garantie is tevens opgenomen onder de liquide middelen.
- Een overeenkomst met Fairshare Nederland en Make-A-Wish voor 4 jaar waarin is bepaald dat Make-A-Wish als beneficiënt zal delen in de opbrengst van de Lot of Happiness Loterij.
- Een contract met een lotenwervingsbureau te Amsterdam. Deze verplichting is ingegaan op 1 oktober 2018 en recent verlengd tot 30 september 2023. Wij zijn hen een variabele vergoeding verschuldigd die afhankelijk is van de geïncasseerde gelden.

Toelichting op de staat van baten en lasten over september 2019 - augustus 2020

7. Baten van particulieren in €	sept 2019 - aug 2020	Begroot	sept 2018 - aug 2019
Acties	303.485	514.500	370.211
Events	25.864	224.250	241.754
Donateurs	2.371.961	2.356.000	2.779.347
Giften	100.064	77.000	80.643
Notariële schenkingen	20.993	20.000	19.248
Nalatenschappen	273.194	150.000	207.435
Business Challenge	33.303	76.000	76.100
Wensadoptie	3.025	-	-
Overige opbrengsten	1.375	1.000	1.267
	3.133.264	3.418.750	3.776.005

8. Baten van bedrijven in €	sept 2019 - aug 2020	Begroot	sept 2018 - aug 2019
Acties	311.876	294.000	242.291
Events	39.110	120.750	147.176
Cause Related Acties	249.720	255.000	273.948
Initiatieven zakelijke partners	40.734	260.000	22.227
Donateurs	11.968	-	8.577
Giften	107.226	46.000	47.778
Business Challenges	67.786	114.000	135.142
Wensadoptie	50.200	54.000	76.841
Verkregen kortingen/baten in natura	197.109	300.000	338.314
	1.075.729	1.443.750	1.292.294

9. Baten van loterijorganisaties in €	sept 2019 - aug 2020	Begroot	sept 2018 - aug 2019
Vriendenloterij	250.000	250.000	250.000
Vriendenloterij projectsubsidie PMC	27.167	40.000	43.522
Geormerkte loten Vriendenloterij	200.531	178.000	272.657
Lot of Happiness	1.716.363	1.344.000	706.494
	2.194.061	1.812.000	1.272.673
10. Baten van verbonden organisaties zonder winststreven in €	sept 2019 - aug 2020	Begroot	sept 2018 - aug 2019
Make-A-Wish International	24.791	20.000	23.824
11. Baten van andere organisaties zonder winststreven in €	sept 2019 - aug 2020	Begroot	sept 2018 - aug 2019
Acties	216.020	416.500	314.904
Events	6.415	-	-
Donateurs	1.160	-	1.160
Giften	62.268	69.000	71.839
Business Challenges	9.249	-	775
Wensadoptie	32.561	36.000	41.806
	327.673	521.500	430.484
12. Baten subsidies van overheden in €	sept 2019 - aug 2020	Begroot	sept 2018 - aug 2019
NOW 1.0- en NOW 2.0-subsidie	175.346	-	-
Som van de baten	6.930.863	7.216.000	6.795.280

13. t/m 15. Toelichting lastenverdeling in €	Doelstelling wenservullingen	Doelstelling voorlichting	Werving baten	Beheer en administratie	Totaal 2019 - 2020	Begroot 2019 - 2020	Totaal 2018 - 2019
Uitbesteed werk wenservullingen	1.175.896	-	-	-	1.175.896	2.158.000	1.938.339
Overige wensprojecten	81.829	-	-	-	81.829	179.000	104.816
Personeelskosten	1.043.008	-	390.969	379.387	1.813.364	1.868.300	1.679.753
Overige personeelskosten	134.673	-	51.384	48.619	234.676	247.600	265.056
Huisvestingskosten	93.646	-	28.841	5.786	128.273	192.000	182.289
Algemene organisatiekosten	284.381	-	87.583	17.571	389.535	466.000	369.541
Afdrachten aan verbonden organisaties	140.474	-	43.263	8.679	192.417	216.500	172.678
Communicatiekosten	-	214.490	59.399	-	273.889	232.000	235.605
Marketingkosten	-	656.568	849.679	-	1.506.247	1.532.000	1.567.525
Kosten vrijwilligers	53.876	-	16.050	244	70.169	125.000	86.155
Totaal	3.007.782	871.058	1.527.168	460.286	5.866.295	7.216.400	6.601.757
	% Doelstellingswerk//Totale kosten			% Beheer & Administratie//Totale kosten			
Werkelijk 2019 - 2020	66%			8%			

In 2016 stelde het Bestuur opnieuw het beleid vast omtrent de hoogte van de kosten van het doelstellingswerk. Ons streven is dat deze kosten uitgedrukt in de totale lasten minimaal 70% bedragen. Werkelijk bedraagt het percentage in 2019 - 2020 66% (2018 - 2019: 70%, begroot 71%). Dit lage percentage is met name het gevolg van het beperkt aantal vervulde wensen van 375 door de coronacrisis.

Tevens stelde het Bestuur in 2016 opnieuw het beleid vast omtrent de hoogte van de kosten van beheer en administratie. Ons streven is dat deze kosten uitgedrukt in de totale lasten maximaal 8% bedragen. Werkelijk bedraagt het percentage in 2019 - 2020 8% (2018 - 2019: 7%, begroot 6%).

Lasten in €	sept 2019 - aug 2020	Begroot	sept 2018 - aug 2019
Uitbesteed werk wensvervullingen	1.175.896	2.158.000	1.938.339
Overige wensprojecten	81.829	179.000	104.816
	1.257.725	2.337.000	2.043.155
Aantal wensvervullingen	375	687	646
Uitbesteed werk wensvervullingen			
Verblijfskosten	226.966	459.000	428.728
Reiskosten buitenlandse wensen	145.008	388.800	326.974
Limousine en taxikosten	260.871	463.100	400.463
Reiskosten vrijwilligers	29.891	59.800	47.195
Specifieke wenskosten	259.456	376.000	302.542
Eten/drinken	52.636	97.100	79.553
Overige kosten	18.184	34.200	32.644
Verkrege korting	182.884	280.000	320.239
	1.175.896	2.158.000	1.938.339

Helaas hebben wij dit jaar minder wensen kunnen uitvoeren dan begroot, als gevolg van de coronacrisis. Sinds half maart hebben wij geen buitenlandse wensen meer vervuld. Daarom hebben wij verhoudingsgewijs meer binnenlandse dan buitenlandse wensen vervuld. Binnenlandse wensen zijn gemiddeld goedkoper dan buitenlandse wensen. Juist op buitenlandse wensen ontvangen wij verhoudingsgewijs veel korting. Zodoende neemt ook de post ontvangen kortingen af, doordat wij fors minder buitenlandse wensen konden vervullen dan begroot.

Overige wensprojecten			
Prinses Maxima MC Themakamer	27.167	40.000	43.522
Ziekenhuisprojecten	4.880	64.000	8.581
Online feestje wenskinderen	8.305	-	-
Wish Journeys	-	10.000	-
Kwaliteitssysteem	-	10.000	-
Service Calls	-	-	5.614
Wish-on-Wheels	41.476	55.000	47.099
	81.829	179.000	104.816

Als gevolg van de coronacrisis konden wij minder activiteiten in de ziekenhuizen organiseren dan begroot. Om dezelfde reden was onze Themakamer in het PMC een periode in het voorjaar gesloten. De kosten van de Wish Journey zijn verantwoord onder de wenskosten zelf, of als trainingen onder de vrijwilligerskosten. De investeringen in het nieuwe kwaliteitssysteem zullen wij volgend jaar oppakken. De Wish-on-Wheels konden wij als gevolg van de coronacrisis minder dan gepland inzetten.

Personeelskosten in €	sept 2019 - aug 2020	Begroot	sept 2018 - aug 2019
Bruto salaris	1.364.246	1.468.400	1.282.006
Vakantiegeld/vakantiedagen	128.981	–	108.284
Ontvangen ziekengeld	(74.602)	–	(69.167)
Sociale lasten	285.220	280.600	259.093
Pensioenpremie	109.518	119.300	99.538
	1.813.364	1.868.300	1.679.753

Bezoldiging Algemeen directeur/Bestuurder

De Raad van Toezicht heeft het bezoldigingsbeleid, de hoogte van de directiebeloning en de hoogte van andere bezoldigingscomponenten vastgesteld. Wij hebben een eigen bezoldigingsbeleid en volgen hierin geen cao. Bij de bepaling van het bezoldigingsbeleid en de vaststelling van de beloning volgt Make-A-Wish de Regeling beloning directeuren van goededoelenorganisaties van Goede Doelen Nederland.

De regeling geeft aan de hand van zwaartecriteria een maximumnorm voor het jaarinkomen. De weging bij Make-A-Wish vond plaats door de Raad van Toezicht bij overgang van het Bestuursmodel naar het Raad van Toezicht-model. Dit leidde tot een BSD-score van 450 punten met een maximaal jaarinkomen van € 121.708 per juli 2019 en € 124.142 per januari 2020. Dit inkomen is afkomstig uit de Regeling beloning directeuren. De voor de toetsing aan dit maximum relevante werkelijke jaarinkomen bedroeg in boekjaar 2020 € 123.264. Deze beloning bleef dus binnen het maximum.

De hoogte en samenstelling van de bezoldiging lichten we op de volgende pagina toe.

sept 2019 - aug 2020

Naam

J.J. Verburg

Functie

Algemeen directeur/
Bestuurder

Dienstverband

Aard (looptijd)

onbepaald

Uren

40

Parttimepercentage

100

Bezoldiging (EUR)

Jaarinkomen

Bruto loon/salaris

114.195

Vakantiegeld

9.069

Eindejaarsuitkering, 13e/14e mnd

–

Variabel jaarinkomen

–

Jaarinkomen (toetsingsinkomen)

123.264

SV-lasten (wg deel)

26.132

Belastbare vergoedingen/bijtellings

9.536

Pensioenlasten (wg deel)

16.746

Overige beloningen op termijn

–

Uitkeringen beëindiging dienstverband

–

Totaal bezoldiging boekjaar 2020

175.678

Totaal bezoldiging boekjaar 2019

162.188

Bezoldiging Raad van Toezicht

De leden van de Raad van Toezicht van de Stichting ontvingen over het boekjaar 2020 geen bezoldiging en tevens geen kostenvergoeding.

Overige personeelskosten in €	sept 2019 - aug 2020	Begroot	sept 2018 - aug 2019
Reis- en parkeerkosten	79.150	108.300	100.678
Opleiding en cursussen	41.738	35.000	12.669
Personeelsverzekeringen	54.590	45.000	45.047
Inhuur	22.628	25.500	81.634
Overige personeelskosten	36.570	33.800	25.028
	234.676	247.600	265.056

Als gevolg van de coronacrisis zijn de reiskosten lager dan begroot.

Door een hoger dan begroot ziekteverzuim, zijn de kosten voor de ziekteverzekering gestegen.

Aantal werknemers ultimo boekjaar	40	43	42
Gemiddeld aantal FTE tijdens het boekjaar	31,2	31,9	30,8

Huisvestingskosten in €	sept 2019 - aug 2020	Begroot	sept 2018 - aug 2019
Huur-, parkeer- en servicekosten	121.548	184.000	173.901
Overige huisvestingskosten	6.724	8.000	8.387
	128.273	192.000	182.289

Algemene organisatiekosten in €	sept 2019 - aug 2020	Begroot	sept 2018 - aug 2019
Hardwarekosten	78.795	86.000	69.623
Softwarekosten	150.579	157.000	120.843
Kopieerkosten	11.302	12.000	10.217
Portikosten	18.402	27.000	30.524
Telefoonkosten	21.438	23.000	21.095
Lidmaatschapskosten	24.757	24.000	20.204
Accountants- en administratiekosten	33.760	34.000	31.999
Verkregen kortingen	14.225	37.500	18.775
Bankkosten	20.717	22.500	20.861
Overige organisatiekosten	15.560	43.000	25.402
	389.535	466.000	369.541

Afdrachten aan verbonden organisaties in €	sept 2019 - aug 2020	Begroot	sept 2018 - aug 2019
Contributie Make-A-Wish International	192.417	216.500	172.678
Communicatiekosten in €	sept 2019 - aug 2020	Begroot	sept 2018 - aug 2019
Kids' Night en documentaires	107.605	64.000	88.314
Campagne InfluWENSers	23.595	–	42.048
Overige campagnes	46.106	41.000	30.136
30-jarig bestaan en facestories	12.277	35.000	13.826
Advertentie- en drukwerkkosten	15.002	30.000	30.706
Social media	24.477	37.500	21.955
Overige communicatiekosten	44.827	24.500	8.619
	273.889	232.000	235.605
Marketingkosten in €	sept 2019 - aug 2020	Begroot	sept 2018 - aug 2019
Acties en events	51.924	115.000	223.315
Direct mail en telemarketing	25.587	77.000	73.091
Straatwerving donateurs	753.786	742.000	917.702
Straatwerving loten	610.399	480.000	247.262
Vriendenloterij geormerkte loten	14.332	13.000	15.174
Overige marketingkosten	50.219	105.000	90.981
	1.506.247	1.532.000	1.567.525
De opbrengsten van acties en events vielen helaas tegen als gevolg van de coronacrisis. Daardoor zijn de kosten ook lager dan begroot. De werving van loten was echter veel succesvoller dan begroot, waardoor ook de kosten hoger dan begroot zijn.			
Vrijwilligerskosten in €	sept 2019 - aug 2020	Begroot	sept 2018 - aug 2019
Reiskosten	16.870	24.000	28.742
Opleidingskosten	13.627	25.000	24.854
Vergaderingen en uitjes	25.609	54.000	15.880
Overige kosten	14.063	22.000	16.679
	70.169	125.000	86.155

Vorig boekjaar zijn wij gaan werken met een nieuwe, kleinere teamstructuur van vrijwilligers. Hierdoor daalden de vergaderkosten en de reiskosten. Door de coronacrisis moesten de vergaderingen digitaal plaatsvinden en werd er minder gereisd. Opleidingen vonden ook digitaal plaats.

Gebeurtenissen na balansdatum

Ook het nieuwe boekjaar, dat loopt van september 2020 t/m augustus 2021, staat helaas nog volop in het teken van de coronacrisis. Wegens alle beperkingen kunnen wij helaas slechts een beperkt aantal binnenlandse wensen vervullen. Buitenlandse wensvervullingen zijn nog steeds niet mogelijk. De coronacrisis heeft ook gevolgen voor onze fondsenwervende evenementen die grotendeels niet door kunnen gaan. Gelukkig gaat het wel goed met de lotenwerving van Lot of Happiness, zodat wij per saldo geen NOW 3.0 subsidie hebben aangevraagd.

Ondertekening

Hilversum, 25 januari 2021

Het Bestuur	J.J. Verburg	Algemeen directeur/Bestuurder
De Raad van Toezicht	J.P. Geels	Voorzitter Raad van Toezicht
	M. Abdellati	Lid Raad van Toezicht
	M. Broekhuysen	Lid Raad van Toezicht
	T. Rinsema	Lid Raad van Toezicht
	A. Bosch	Lid Raad van Toezicht
	R. Knegtmans	Lid Raad van Toezicht

Overige gegevens

Controleverklaring van de onafhankelijke accountant

Aan: het bestuur en de raad van toezicht van de Stichting Make-A-Wish Nederland

A. Verklaring over de in het jaarverslag opgenomen jaarrekening 2019-2020

Ons oordeel

Wij hebben de in dit rapport opgenomen jaarrekening van Stichting Make-A-Wish Nederland te Hilversum gecontroleerd.

Naar ons oordeel geeft de in dit jaarverslag opgenomen jaarrekening een getrouw beeld van de grootte en de samenstelling van het vermogen van Stichting Make-A-Wish Nederland per 31 augustus 2020 en van het resultaat over de periode 1 september 2019 tot en met 31 augustus 2020 in overeenstemming met de in Nederland geldende RJ-Richtlijn 650 Fondsenwervende organisaties.

De jaarrekening bestaat uit:

1. de balans per 31 augustus 2020;
2. de staat van baten en lasten over de periode 1 september 2019 tot en met 31 augustus 2020; en
3. de toelichting met een overzicht van de gehanteerde grondslagen voor financiële verslaggeving en andere toelichtingen.

De basis voor ons oordeel

Wij hebben onze controle uitgevoerd volgens het Nederlands recht, waaronder ook de Nederlandse controlestandaarden vallen. Onze verantwoordelijkheden op grond hiervan zijn beschreven in de sectie 'Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening'.

Wij zijn onafhankelijk van Stichting Make-A-Wish Nederland zoals vereist in de Verordening inzake de onafhankelijkheid van accountants bij assurance-opdrachten (ViO) en andere voor de opdracht relevante onafhankelijkheidsregels in Nederland. Verder hebben wij voldaan aan de Verordening gedrags- en beroepsregels accountants (VGBA).

Wij vinden dat de door ons verkregen controle-informatie voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel.

B. Verklaring over de in het jaarverslag opgenomen andere informatie

Naast de jaarrekening en onze controleverklaring daarbij, omvat het jaarverslag andere informatie, die bestaat uit:

- het bestuursverslag;
- toelichting op de lastenverdeling.

Op grond van onderstaande werkzaamheden zijn wij van mening dat de andere informatie met de jaarrekening verenigbaar is en geen materiële afwijkingen bevat. Wij hebben de andere informatie gelezen en hebben op basis van onze kennis en ons begrip, verkregen vanuit de controle of anderszins, overwogen of de andere informatie materiële afwijkingen bevat.

Met onze werkzaamheden hebben wij voldaan aan de vereisten in de Nederlandse Standaard 720. Deze werkzaamheden hebben niet dezelfde diepgang als onze controlewerkzaamheden bij de jaarrekening. Het bestuur is verantwoordelijk voor het opstellen van de andere informatie in overeenstemming met RJ-Richtlijn 650 Fondsenwervende organisaties.

C. Beschrijving van verantwoordelijkheden met betrekking tot de jaarrekening

Verantwoordelijkheden van het bestuur en de raad van toezicht voor de jaarrekening

Het bestuur is verantwoordelijk voor het opmaken en getrouw weergeven van de jaarrekening in overeenstemming met de in Nederland geldende RJ-Richtlijn 650 Fondsenwervende organisaties. In dit kader is het bestuur verantwoordelijk voor een zodanige interne beheersing die het bestuur noodzakelijk acht om het opmaken van de jaarrekening mogelijk te maken zonder afwijkingen van materieel belang als gevolg van fouten of fraude.

Bij het opmaken van de jaarrekening moet het bestuur afwegen of de stichting in staat is om haar werkzaamheden in continuïteit voort te zetten. Op grond van genoemd verslaggevingsstelsel moet het bestuur de jaarrekening opmaken op basis van de continuïteitsveronderstelling, tenzij het bestuur het voornemen heeft om de stichting te liquideren of de bedrijfsactiviteiten te beëindigen of als beëindiging het enige realistische alternatief is.

Het bestuur moet gebeurtenissen en omstandigheden waardoor gereede twijfel zou kunnen bestaan of de stichting haar bedrijfsactiviteiten in continuïteit kan voortzetten, toelichten in de jaarrekening.

De Raad van Toezicht is verantwoordelijk voor het uitoefenen van toezicht op het proces van financiële verslaggeving van de stichting.

Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening

Onze verantwoordelijkheid is het zodanig plannen en uitvoeren van een controleopdracht dat wij daarmee voldoende en geschikte controle-informatie verkrijgen voor het door ons af te geven oordeel. Onze controle is uitgevoerd met een hoge mate maar geen absolute mate van zekerheid waardoor het mogelijk is dat wij tijdens onze controle niet alle materiële fouten en fraude ontdekken.

Afwijkingen kunnen ontstaan als gevolg van fraude of fouten en zijn materieel indien redelijkerwijs kan worden verwacht dat deze, afzonderlijk of gezamenlijk, van invloed kunnen zijn op de economische beslissingen die gebruikers op basis van deze jaarrekening nemen. De materialiteit beïnvloedt de aard, timing en omvang van onze controlewerkzaamheden en de evaluatie van het effect van onderkende afwijkingen op ons oordeel.

Wij hebben deze accountantscontrole professioneel kritisch uitgevoerd en hebben waar relevant professionele oordeelsvorming toegepast in overeenstemming met de Nederlandse controlestandaarden en ethische voorschriften, de onafhankelijkheidseisen.

Onze controle bestond onder andere uit:

- het identificeren en inschatten van de risico's dat de jaarrekening afwijkingen van materieel belang bevat als gevolg van fouten of fraude, het in reactie op deze risico's bepalen en uitvoeren van controlewerkzaamheden en het verkrijgen van controleinformatie die voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel. Bij fraude is het risico dat een afwijking van materieel belang niet ontdekt wordt groter dan bij fouten. Bij fraude kan sprake zijn van samenspanning, valsheid in geschrifte, het opzettelijk nalaten transacties vast te leggen, het opzettelijk verkeerd voorstellen van zaken of het doorbreken van de interne beheersing;
- het verkrijgen van inzicht in de interne beheersing die relevant is voor de controle met als doel controlewerkzaamheden te selecteren die passend zijn in de omstandigheden. Deze werkzaamheden hebben niet als doel om een oordeel uit te spreken over de effectiviteit van de interne beheersing van de entiteit;
- het evalueren van de geschiktheid van de gebruikte grondslagen voor financiële verslaggeving en het evalueren van de redelijkheid van schattingen door het bestuur en de toelichtingen die daarover in de jaarrekening staan;
- het vaststellen dat de door het bestuur gehanteerde continuïteitsveronderstelling aanvaardbaar is. Tevens het op basis van de verkregen controle-informatie vaststellen of er gebeurtenissen en omstandigheden zijn waardoor gereede twijfel zou kunnen bestaan of de stichting haar activiteiten in continuïteit kan voortzetten. Als wij concluderen dat er een onzekerheid van materieel belang bestaat, zijn wij verplicht om aandacht in onze controleverklaring te vestigen op de relevante gerelateerde toelichtingen in de jaarrekening. Als de toelichtingen inadequaat zijn, moeten wij onze verklaring

aanpassen. Onze conclusies zijn gebaseerd op de controle-informatie die verkregen is tot de datum van onze controleverklaring. Toekomstige gebeurtenissen of omstandigheden kunnen er echter toe leiden dat een stichting haar continuïteit niet langer kan handhaven;

- het evalueren van de presentatie, structuur en inhoud van de jaarrekening en de daarin opgenomen toelichtingen;
- het evalueren of de jaarrekening een getrouw beeld geeft van de onderliggende transacties en gebeurtenissen.

Wij communiceren met het bestuur en de raad van toezicht onder andere over de geplande reikwijdte en timing van de controle en over de significante bevindingen die uit onze controle naar voren zijn gekomen, waaronder eventuele significante tekortkomingen in de interne beheersing.

Leersum, 25 januari 2021

Van Ree Accountants

w.g.

drs. A.H.J. Kraaij
Registeraccountant