

Beleids- en  
Jaarplan 2020

Stichting  
Vrienden van autismehuis



**vrienden  
van  
autismehuis**

# Versie januari 2020

## Inhoud

1 Inleiding .....	3
Stichting Vrienden van autismehuis.....	3
2 Algemeen beleid en richtlijnen .....	3
2.1 Missie en visie .....	3
Missie .....	3
Visie .....	3
2.2 Doelgroepen .....	3
Interne doelgroepen binnen autismehuis .....	3
Externe doelgroepen.....	3
2.3 Doelstellingen.....	4
Marketingcommunicatie doelstelling .....	4
2.4 Randvoorwaarden .....	5
Intern draagvlak .....	5
Bereikbaarheid .....	5
Ontwikkelen partnerschap.....	5
2.5 Overig .....	5
3 De organisatie Stichting Vrienden van autismehuis .....	5
3.1 Bestuur .....	5
Ambassadeurs .....	6
Vrienden van de Stichting .....	6
Samenwerking per locatie van autismehuis .....	6
3.2 Financiën .....	6
Wervingskosten.....	6
Financieel beheer .....	6
4 Dienstverlening .....	7
5 Communicatie en relatiebeheer .....	8
5.1 Communicatiestrategie.....	8
5.2 Intern relatiebeheer .....	9
5.4 Bekendheid.....	9
5.5 Communicatiemiddelen .....	9
6 Jaarplan 2020 .....	10

# 1 Inleiding

## Stichting Vrienden van autismehuis

Kinderen zijn de toekomst van ons bestaan. Het is belangrijk dat ze liefdevol en veilig kunnen opgroeien en zich optimaal kunnen ontwikkelen. *Stichting Vrienden van autismehuis* wil kinderen en jongeren met autisme een zo normaal mogelijk leven bieden. Zij zet zich in om juist die middelen en begeleiding mogelijk te maken die niet vanuit het reguliere zorgbudget gefinancierd kan worden, maar wel hard nodig is in de levens van deze kinderen en hun omgeving.

De stichting is fan van het werk van autismehuis. Door het kiezen van een Vriendenstichting als verschijningsvorm draagt het bij aan een krachtige identiteit en regionale binding van autismehuis, een positief imago naar haar externe doelgroepen en zal het ook de eigen medewerkers motiveren.

## 2 Algemeen beleid en richtlijnen

### 2.1 Missie en visie

Vrienden van autismehuis is een stichting die het werk van autismehuis met hart en ziel ondersteunt, nu en in de toekomst. Maar die ook andere initiatieven rondom autismezorg voor jongeren van harte ondersteunt.

#### Missie

De Stichting Vrienden van autismehuis betreft inwoners uit het verzorgingsgebied – Zwolle en omgeving – bij projecten die bijdragen aan de ontwikkeling van kinderen met autisme. De stichting werft middelen bij instellingen, ondernemingen, fondsen en particulieren. Hiervan kunnen extra voorzieningen worden aangeschaft en begeleiding worden ingezet die de behandeling van de kinderen zo optimaal mogelijk maakt en die niet uit het reguliere zorgbudget kan worden gefinancierd. Bovendien geloven we als stichting in kennisontwikkeling en kennisdeling op het gebied van autismezorg. En dat de bestaande budgetten daarvoor geen ruimte bieden. Wij zijn een soort van buitenboordmotor voor goede initiatieven.

#### Visie

De Stichting Vrienden van autismehuis draagt bij aan de ontwikkeling van kinderen met autisme door het mede mogelijk maken van hoogwaardige zorg en kennisdeling. Want ontwikkelen en leren gaat met autisme niet altijd vanzelf. Deze zorg is gebaseerd op de nieuwste inzichten in begeleiding en behandeling in een kindvriendelijke omgeving met faciliteiten die het mogelijk maken intensief te leren en ontwikkelen.

### 2.2 Doelgroepen

#### Interne doelgroepen binnen autismehuis

Raad van Toezicht

Directie

Leidinggevenden en medewerkers

Ondersteunend algemeen

Vrijwilligers

#### Externe doelgroepen

(oud)Cliënten

Scholen, toegangsteams van gemeenten en andere doorverwijzers

(Potentiële) donateurs

Media

Bedrijven  
Particulieren  
Fondsen en stichtingen

Enkele doelgroepen toegelicht:

- (Oud)cliënten

Autismehuis begeleidt kinderen uit ca. 100 gezinnen. Zij zijn dan ook een belangrijke doelgroep voor de stichting. Zij hebben kennis gemaakt met de begeleiders en de methodieken.

- Zwolse zakenwereld

Bedrijven geven meer en meer regionaal. Zonder goede regionale verankering ontstaat er geen duurzaam model voor het goede doel. Redenen om zakelijk geld te geven of te sponsoren is een maatschappelijke betrokkenheid van de DGA's en de bedrijven. De zakelijke en financiële dienstverleners, en in ruime zin het MKB in de regio van Zwolle, vormen een belangrijke bron voor sponsorgelden. Belangrijk is het werken aan de naamsbekendheid van de Stichting Vrienden van autismehuis en het ontwikkelen van een relatienetwerk.

De Stichting Vrienden van autismehuis hanteert in haar strategie naar de doelgroepen de volgende uitgangspunten:

- Het bouwen aan een bestendige relatie met de geldgevers;
- Het doneren/sponsoren moet zo laagdrempelig mogelijk zijn;
- Transparantie over herkomst en besteding van de gelden.

## 2.3 Doelstellingen

Marketingcommunicatie doelstelling

- Naamsbekendheid genereren onder al haar doelgroepen;
- Draagvlak en verbondenheid genereren bij al haar doelgroepen;
- Goed bekendstaan als goed doel in Zwolle en de nabije regio.

Gelden werven

De Stichting Vrienden van autismehuis wil het werven van gelden bij particulieren, het bedrijfsleven en fondsen bereiken door:

- Het ontwikkelen van een duurzaam extern netwerk;
- Medewerkers bekend maken met de stichting en fondsenwerving een onderdeel te maken van het bedrijfsproces;
- Het opzetten of ondersteunen van sponsorprojecten;
- Het leggen en onderhouden van contacten met instellingen en personen met doelstellingen die verwant zijn aan die van Stichting Vrienden van autismehuis.

Van betekenis zijn en impact maken

De Stichting Vrienden van autismehuis wil initiatieven ondersteunen die het verschil maken. We streven ernaar om het geld dat we werven maximaal 1 jaar onder ons te houden. Omdat we willen dat ons geld direct impact maakt. Waardoor de zorg voor de kinderen leuker, effectiever of efficiënter wordt. We bemoeien ons niet met de exploitatie van de initiatieven die we steunen. Wel zullen we waar mogelijk meedenken om de inzet van de gelden maximaal rendement te laten hebben.

## 2.4 Randvoorwaarden

### Intern draagvlak

Intern draagvlak binnen autismehuis is essentieel om structureel goede initiatieven te kunnen ondersteunen. De Stichting zal zelf wel aanjager van projecten zijn, maar niet zelf trekker van projecten zijn waar geld aan gedoneerd wordt. Omdat we er van overtuigd zijn dat de beste projecten uit de zorg zelf komen. Wij zijn ondersteunend.

Cruciaal draagvlak wordt al ontwikkeld in de fase van het bedenken en uitwerken van projecten. Om serieus te werken aan intern draagvlak, is het van groot belang om echte interactie te organiseren. In de vorm van bijeenkomsten waarin medewerkers input kunnen leveren voor en feedback kunnen geven op plannen. Als de medewerkers zich bewust zijn van de extra mogelijkheden die de Vriendenstichting biedt, zal dit een positieve invloed hebben op het behalen van de doelstellingen.

### Bereikbaarheid

De Stichting is bereikbaar via mail [info@vriendenvanautismehuis.nl](mailto:info@vriendenvanautismehuis.nl) voor vragen en donaties van medewerkers, particulieren en bedrijven. En natuurlijk zijn de bestuursleden zelf toegankelijk en bereikbaar voor overleg of uitleg. Want samen maken we het verschil.

### Ontwikkelen partnerschap

De toekomst van het werven van geldstromen ligt in het ontwikkelen van partnerschap, waarbinnen sprake is van een evenwichtige relatie tussen prestatie en tegenprestatie. Het accent dient te liggen op de betrokkenheid en binding van donateurs.

## 2.5 Overig

De Stichting Vrienden van autismehuis zal voldoen aan de vereisten van de belastingregels voor een Algemeen Nut Beogende Instelling (ANBI), zodat de Stichting Vrienden van autismehuis is vrijgesteld van betaling van successie- of schenkingsrechten en geldgevers hun giften kunnen aftrekken van inkomsten- of vennootschapsbelasting.

De jaarrekening zal worden opgesteld conform de richtlijn Verslaglegging Fondsenwervende Instellingen.

## 3 De organisatie Stichting Vrienden van autismehuis

### 3.1 Bestuur

Het bestuur bestaat uit tenminste drie bestuursleden. De bestuursleden zijn afkomstig uit resp. de zakelijke dienstverlening en de regio Zwolle. Het bestuur heeft een voorzitter, penningmeester en secretaris. Geregeld vinden bestuursvergaderingen plaats waar de agenda wordt bijgehouden door een van de bestuursleden. Na afloop ontvangt ieder lid de notulen.

Het bestuur heeft de verantwoordelijkheid om de strategische koers van de Stichting Vrienden van autismehuis te bewaken, periodiek te herijken en bij te stellen in het beleidsplan. Daarnaast is het bestuur verantwoordelijk voor het financiële beleid. Zij rapporteert ieder jaar over de gevoerde activiteiten via een jaarverslag onder meer conform de voorschriften die de belasting stelt t.a.v. Algemeen Nut Beogende Instellingen.

Door het bestuur worden sponsorprojecten gekozen waaraan de gelden worden besteed en die passen binnen de doelstellingen. De bestuurders zijn naast hun bestuurstaken bereid om zich persoonlijk in te zetten voor fondsenwerving van de Stichting Vrienden van autismehuis. Zij stellen hiervoor hun netwerk(en) ter beschikking en zoeken actief mee naar giften.

### Ambassadeurs

Ter vergroting van het maatschappelijke draagvlak is de ambitie dat de Stichting Vrienden van autismehuis op termijn ondersteund zal worden door ambassadeurs. Deze ambassadeurs dragen in positieve zin bij aan het beeld van de stichting naar de doelgroepen. Zij stellen hun naam en netwerk ter beschikking en zijn bereid om zich actief in te spannen voor de Stichting Vrienden van autismehuis.

### Vrienden van de Stichting

Er is een club mensen die de Stichting steunt met een jaarlijkse bijdrage. Deze club krijgt als wederdienst voorrang bij deelname aan evenementen die georganiseerd worden door de Stichting.

### Samenwerking per locatie van autismehuis

De omvang van de doelstellingen vraagt om een consequente uitvoeringsorganisatie. Het bestuur krijgt voor de uitvoerende werkzaamheden hulp van medewerkers van autismehuis. Van elke locatie wordt 1 medewerker het aanspreekpunt voor de bestuursleden.

Hij/zij functioneert onder het bestuur van de stichting en heeft de volgende taken:

- ondersteunen van het bestuur;
- fungeren als eerste aanspreekpunt vanuit de betreffende locatie;
- opstellen van een actieprogramma per locatie en zorg dragen voor de uitvoering daarvan.

## 3.2 Financiën

### Wervingskosten

De kosten voor de werving of het evenement dienen gedekt te worden uit de uiteindelijke opbrengst van de campagne. De kosten van de werving mogen sowieso niet hoger zijn dan 20 procent, om de ANBI-status niet te verliezen. De organisatiekosten mogen nooit hoger zijn dan de opbrengsten uit Ticketverkoop van evenementen. Het doel is namelijk geld genereren voor de Stichting.

Het bestuur verbindt zich natuurlijk onbezoldigd.

### Financieel beheer

De financiële administratie en beheer zal worden verzorgd door de penningmeester uit het bestuur van Stichting Vrienden van autismehuis conform de richtlijnen die de fiscus stelt ten aanzien ANBI's. Aangezien de kost voor de baat uitgaat, moet in de eerste jaren rekening worden gehouden met initiële kosten en investeringen.

Eigen manier om gelden te genereren voor de Stichting

- Opbrengsten uit eigen activiteiten

Het organiseren van specifieke acties voor een specifiek sponsorproject kan in korte tijd geld opleveren. Bovendien draagt het bij aan de naamsbekendheid van de Stichting Vrienden van autismehuis door de media aandacht die dit soort acties genereren.

- Wervingsacties derden

Het gaat hier om gelden uit acties die door derden zijn georganiseerd. Het opzetten van een goed relatienetwerk naar sportverenigingen, personeelsverenigingen, scholen, serviceclubs in de regio Zwolle kan hier aan bijdragen. Deze groepen zijn over het algemeen te enthousiasmeren om iets te doen voor het goede doel. Zij zullen allereerst worden geïnformeerd over het bestaan van de

Stichting en vervolgens op de hoogte gehouden worden van met name komende projecten waar zij iets voor kunnen betekenen. De spontane initiatieven die ontstaan zullen op een warme ondersteuning van de Stichting kunnen rekenen.

Mogelijkheden om geld te werven naast het organiseren van eigen acties en events als dan niet met partners:

- Goede doelen fondsen

Er zijn in Nederland een tiental fondsen die op basis van goede-doelenloterijen geld inzamelen. Van de € 400 miljoen die jaarlijks wordt uitgekeerd komt ongeveer € 28 miljoen terecht in de gezondheidszorg. Bijvoorbeeld de BankGiroloterij en de Nationale Postcode Loterij.

- Vermogensfondsen

Naar schatting zijn er ruim 200 vermogensfondsen in Nederland actief. Van de € 275 miljoen komt per jaar slechts een kleine € 4 miljoen in de gezondheidszorg terecht. Bijvoorbeeld: VSB Fonds en het Oranje Fonds.

- Geldwervende fondsen

Deze fondsen zamelen geld in ter realisatie van hun doelstellingen. In de gezondheidszorg wordt jaarlijks € 30 miljoen verdeeld over een kleine vijftig verschillende doelen. Bijvoorbeeld de KWF kankerbestrijding en de Nierstichting.

Een verkennend onderzoek zal in eerste instantie een beeld moeten schetsen op welke (type) fondsen een beroep kan worden gedaan.

## 4 Dienstverlening

Wat kan Stichting Vrienden van autismehuis betekenen voor initiatieven rondom autismezorg voor de jeugd? Dit is immers het belangrijkste onderdeel van ons bestaan.

- Financiering van wensen

De stichting geeft geld zodat een idee of wens gerealiseerd kan worden, mits deze voldoet aan de randvoorwaarden en doelstellingen. Iedereen kan een sponsorverzoek indienen bij het bestuur. Het stichtingsbestuur neemt in een bestuursvergadering het besluit om de aanvraag goed of af te keuren. Om de financiering te ontvangen stuurt het betreffende initiatief na goedkeuring van de aanvraag een factuur aan de stichting.

- In Natura realiseren van wensen

De stichting heeft een netwerk. Dat netwerk kan actief worden aangesproken bij het realiseren van ingediende wensen van initiatieven/zorgorganisaties op gebied van autisme. Op die manier kunnen zaken regelmatig in natura ter beschikking worden gesteld aan de initiatieven. Een mooie manier voor mensen of bedrijven om iets te betekenen voor de autismezorg.

- Verdubbelaar

Ons geld zetten we graag effectief in. We geloven erg in samenwerking. Dat betekent dat we waar mogelijk bij initiatieven die we steunen samen op zullen trekken met andere financiers. Dat kan in natura (bijvoorbeeld door iets te bestellen bij iemand die het tegen kostprijs of voor minder levert) dan wel optrekend met een andere financier. Op deze manier werkt het gegenereerde geld twee keer.

- Geld in beheer

Als het goed is levert een sponsoractie geld op. Het geld dat -binnen de doelstellingen van de stichting- wordt opgehaald kan bij de stichting in beheer worden gezet. Wij passen dan op het geld net zolang tot de afdeling daar een bestemming voor heeft.

- Sponsoractie

Het stichtingsbestuur beschikt over een breed netwerk in regio Zwolle. Mocht een locatie een idee of wens hebben en het voldoet aan de randvoorwaarden en doelstellingen, dan kan zij contact opnemen met het bestuur. Tijdens een gesprek bespreken we de mogelijke sponsoracties of potentiële sponsors. Samen proberen we de wens te realiseren. Let wel, de organisatie van een sponsoractie valt onder de verantwoordelijkheid van de locatie. De stichting biedt daarbij ondersteuning in natura.

- Realisatie van sponsoractie

Elke sponsoractie is een bruto-netto verhaal. Daarmee wordt bedoeld: voordat geld verdiend kan worden, moet eerst geld geïnvesteerd worden. 20% Investeringskosten is een reële post vinden wij. Als Stichting zijn we dus bereid mee te doen aan initiatieven die als doel hebben geld te werven voor de doelstellingen van de Stichting.

Het kan voorkomen dat een actie niets oplevert. Als het bedrag dat wordt opgehaald door de actie volledig ten goede komt aan de Stichting Vrienden van autismehuis, betaalt de stichting de kosten. Als het bedrag dat wordt opgehaald terugstroomt naar de locatie of initiatiefnemer van de sponsoractie komen de kosten voor rekening van de initiatiefnemer.

## 5 Communicatie en relatiebeheer

### 5.1 Communicatiestrategie

De communicatie zal in een optimale mix van middelen per doelgroep worden ingezet en aansluiten op het communicatiebeleid en beeld van autismehuis. De stichting heeft communicatiemiddelen om zichzelf te promoten en onder de aandacht te brengen.

Stichting Vrienden van autismehuis hanteert in haar strategie naar de doelgroepen de volgende uitgangspunten:

- Interne doelgroepen

Communicatie verloopt via de lijn van autismehuis en via de bestaande communicatiemiddelen van autismehuis. Door persoonlijk contact met medewerkers van elke locatie te onderhouden kunnen sponsorprojecten worden bedacht, opgezet en uitgevoerd.

- Loyaliteit opbouwen

Doelen zijn informeren, bewustwording, aanzetten tot actie en het onderhouden van relaties. Gebruik van Free publicity zoals Social media en internet worden vooral ingezet, gezien het beperkte budget.

- Het bouwen aan een bestendige relatie met de geldgevers



Beleidsmatig ondersteunt dit het streven naar versterking van de goede naam en reputatie van autismehuis. Ook in het kader van de zich ontwikkelende marktwerking in de zorg heeft autismehuis behoefte aan een duurzaam klantenbestand en relatiernetwerk in haar verzorgings- en werkingsgebied. De stichting kan hieraan een bijdrage leveren.

- Het doneren/sponsoren moet zo laagdrempelig mogelijk zijn

Geld geven of medewerking verlenen aan een goed doel is een emotioneel moment. Mensen doen dit vaak uit overtuiging of op basis van een gevoel. Het komt niet alleen aan op een goede timing om geldgevers te benaderen, maar ook de mogelijkheid om zo gemakkelijk mogelijk geld te kunnen geven is van groot belang. Vertragende betalingsprocedures verhogen het risico van afhaken. Een persoonlijke benadering vergroot de kans op sympathie voor de stichting.

- Transparantie over herkomst en besteding van de gelden

Volledige transparantie van de activiteiten binnen de stichting door een goede communicatie is cruciaal. Onze kritisch volgende samenleving zal onmiddellijk publiekelijk afrekenen met elke vorm van onduidelijkheid ten aanzien van ontvangsten van gelden, aanwending van middelen en/of onderzoek-/actieresultaten. Een goede website en het op de juiste manier inzetten van Social Media is hierin van essentieel belang.

## 5.2 Intern relatiebeheer

Een goed draagvlak binnen de organisatie van autismehuis is belangrijk. Niet alleen voor het concrete werven van begunstigers, maar ook voor het uitdragen van de Stichting naar buiten.

Medewerkers zullen via de interne communicatiekanalen (directie en locatiemanagers) over de voortgang van de activiteiten op de hoogte worden gehouden. We merkten in de afgelopen jaren dat medewerkers ons steeds beter weten te vinden met goede vragen om steun waarmee we het verschil kunnen maken in de zorg.

## 5.4 Bekendheid

In de afgelopen jaren is met name gewerkt aan de bekendheid van de Stichting in het zakelijke netwerk van Zwolle. Dit heeft als resultaat gehad dat de Stichting nu een gewaardeerd onderdeel is geworden van de goede doelen in Zwolle en omgeving. Naast geldelijke bedragen levert dit ook geregeld hulp in natura op waarmee wensen van de Stichting kunnen worden ingevuld. We zijn als Stichting erg blij met de acceptatie en steun vanuit het Zwolse zakelijke netwerk.

Een volgende stap in bekendheid zal worden gezocht in de regio Zwolle. Zodat er een nog bredere basis kan gaan ontstaan in de steun voor de Stichting.

Bovendien zal de bekendheid worden uitgebreid bij scholen, gemeentes en autisme initiatieven. Dit zullen we met name proberen te bereiken via de inzet van Social media en het organiseren van events.

Het beeldmerk van Stichting Vrienden van autismehuis heeft een eigen identiteit.

## 5.5 Communicatiemiddelen

- Website
- Social media
- Flyers
- Evenementen

## 6 Jaarplan 2020

De volgende activiteiten staan in 2020 centraal:

- Bezoek van het bestuur aan elke locatie van autismehuis;
- Een inventarisatie van wensen en ideeën per locatie;
- Bekendheid van de stichting en de locaties vergroten in de regio en bij scholen, gemeentelijke jeugdzorg in de regio;
- Doorzetten van de ingezette weg op het gebied van fondsenwerving. O.a. door het wederom organiseren van de Vrienden van Autisemehuis rally en het benefiet golftoernooi in Nunspeet;
- Innovatie in methoden en begeleiding op het gebied van ABA stimuleren door opleidingen te vergoeden en kennisevents te organiseren;
- Kennisdagen organiseren voor Gemeentes en Scholen;
- Aanschaf en inrichting faciliteiten ter ondersteuning van de begeleiding van de kinderen en jongeren.