

## Vrienden van het IJsselland Ziekenhuis

Jaarplan 2021 - 2022



Stichting Vrienden van het IJsselland Ziekenhuis  
Prins Constantijnweg 2  
2906 ZC Capelle aan den IJssel  
Email: [Wtimmermans@ysl.nl](mailto:Wtimmermans@ysl.nl)  
Telefoon: 010 2585560

## Inhoudsopgave

- 1 Inleiding**
- 2 Organisatie**
  - 2.1 Bestuur**
  - 2.2 Fondsenwerving**
- 3 Doelstelling ( plan van aanpak )**
  - 3.1 Ambitie**
  - 3.2 Doelen**
  - 3.3 Strategie**
  - 3.4 Focus**
  - 3.5 Financiering 2021**
  - 3.6 Begroting 2021**
- 4 Communicatie**
  - 4.1 Fondsenwerving naar doelgroep**

**Bijlage: Plan van aanpak 2021**



## 1 Inleiding

De Stichting Vrienden van het IJsselland Ziekenhuis draagt bij en ondersteunt het werk van het IJsselland Ziekenhuis. Hiertoe tracht zij financiële middelen te werven voor activiteiten die niet of niet voldoende kunnen worden bekostigd uit de reguliere investering / exploitatiebudget van het ziekenhuis of op andere wijze en maakt hierbij o.a. gebruik van het eigen netwerk. Tevens wil het bestuur een verbindende rol vervullen tussen ziekenhuis, wijkbewoners, patiënten, bedrijven en overige organisaties en zet hiervoor het eigen netwerk in

## 2 Organisatie

### 2.1 Bestuur

Het bestuur van de stichting bestaat uit negen personen:

- De heer Eric Faassen ( voorzitter )
- De heer Gert Abma ( penningmeester )
- De heer Albert van Wijk
- De heer Willem Groenendijk
- Mevrouw Carla Collignon
- De heer Bert Sterkenburg
- De heer Ralf Reuters
- Mevrouw Marianne van den Anker
- De heer Wim Hendriks

Het bestuur vergadert minimaal zes keer per jaar.

Doel:

- Bespreken plan van aanpak van de stichting, bepalen projectaanvragen, toezien op de voortgang van de uitvoering van projecten die gefinancierd of op andere wijze ondersteund worden door Stichting Vrienden van het IJsselland Ziekenhuis.
- Als klankbord fungeren voor de Raad van Bestuur van het IJsselland Ziekenhuis. Één keer per jaar wordt er een brainstormsessie georganiseerd om over relevante onderwerpen van gedachten te wisselen.

Projectaanvragen die wegens tijdsdruk snel om een beslissing vragen, worden door de fondsenwerver via de mail aan het bestuur ter accordering voorgelegd.

### 2.2 Fondsenwerving

Het bestuur wordt in de uitvoering van de dagelijkse gang van zaken ondersteund door de fondsenwerver:

- Mevrouw Wilma Timmermans

De fondsenwerver heeft twee weken voorafgaande een bestuursvergadering overleg met de voorzitter Raad van Bestuur en de voorzitter Bestuur Stichting Vrienden van het IJsselland Ziekenhuis om de agenda op te stellen.

Intern wordt nauw samengewerkt met diverse afdelingen in het ziekenhuis om de doelstelling van de Stichting Vrienden van het IJsselland Ziekenhuis te kunnen realiseren.

### **3 Doelstelling ( plan van aanpak )**

#### **3.1 Ambitie**

De ambitie is om te groeien naar een vaste kern van bedrijven en een groot aantal vaste particuliere donateurs om de doelen te realiseren.

#### **3.2 Doelen**

Er ligt voor het bestuur een gezamenlijke uitdaging om tussen 2021-2022 de volgende doelen te bereiken:

##### Bestuur Stichting Vrienden van het IJsselland Ziekenhuis

- De organisatie van het bestuur optimaliseren en naamsbekendheid vergroten

##### Communicatie ( naamsbekendheid vergroten )

- Nieuwe flyers/brochures op alle balie's van de afdelingen incl. QR-code
- Banners bij de ingangen incl. QR-code
- Website up to date incl. mogelijkheid tot direct betalen (QR-code) en LinkedIn koppelen aan site.
- Gebruik maken van het Narrow casting systeem IJsselland Ziekenhuis
- Campagne via LinkedIn en andere media. De website dient aan te sluiten op de folder, flyer en banner.
- Tenminste 100 winkels in Capelle / Krimpen hebben flyer hangen c.q. flyer op balie liggen.
- Postercampagne in Capelle aan den IJssel en Krimpen aan den IJssel ( nog vaststellen op welke plekken en tijd dit moet plaatsvinden )
- In 2021 drie artikelen in media.
- ANBI stichting als logo toevoegen op folder, flyer en banner

##### Projecten en evenementen

- Deelname aan ondernemersevenementen
- Golftoernooi
- Galadiner
- Kerstevenement
- Wijkgerichte evenementen ( IJsselland diner, koffieconcerten e.d. )

##### Aantal Vrienden verhogen

- Het streven is om in 2021 honderd vaste Vrienden te hebben die bestaan uit:
  - Zakelijke Vrienden
  - Particuliere Vrienden
  - Fondsen en Stichtingen

##### Financiële targets

- Het streven is om in 2021 € 200.000,00 te kunnen werven.

#### **3.3 Strategie**

Door verbonden en betrokken te zijn met patiënten en de omgeving is succesvolle fondsenwerving mogelijk. Het Bestuur van de Vrienden van het IJsselland ziekenhuis mobiliseert en faciliteert particulieren, bedrijven en organisaties die zich willen inzetten voor een project. De fondsenwerper zal een professionele rol vervullen in het bij elkaar brengen van externe relaties en de interne organisatie. Centraal staat het opbouwen van langere termijn relaties, service en kwaliteit bieden door excellent relatiebeheer.

Naamsbekendheid is belangrijk voor het Bestuur van de Vrienden van het IJsselland ziekenhuis. Waar het om gaat is om zoveel mogelijk mensen te laten weten waar de Stichting voor staat en wat haar doel is.

### 3.4 Focus

- Naamsbekendheid vergroten
- Verbeteren en opnieuw opzetten van de bestaande website
- Organiseren diverse evenementen zoals een golftoernooi, galadiner, kerstevenement enz.
- Nieuwe brochures en banners aanschaffen

### 3.5 Financiering 2021

In 2021 wordt € 25.000 in totaal met een max. van € 5000 per project gereserveerd voor kleinere projectaanvragen die worden goedgekeurd maar niet te financieren zijn d.m.v. fondstoekenningen of sponsoring. Mandaat wordt verleend aan de voorzitter en de penningmeester om hier gezamenlijk goedkeuring aan te geven.

Tevens zal een aantal grote projecten worden gefinancierd waarbij de aanvraag, voorzien van een projectomschrijving en financiële onderbouwing, door het voltallige bestuur worden geaccordeerd. Tenminste drie van deze grote projecten zullen worden gefinancierd door fondsenwervende campagnes, waarbij de wervingskosten worden voorgefinancierd door de vriendenstichting. Per project wordt een dekkingsplan gemaakt en gericht gezocht naar donateurs, sponsors en fondsen.

### 3.6 Begroting 2021

#### Baten

- Baten uit eigen fondsenwerving	€ 200.000,00
- Baten uit fondsenwervende campagnes	€ 80.000,00
- Overige baten	€ 10.000,00

#### Lasten

- Projectbijdragen klein	€ 25.000,00
- Projectbijdragen groot	€ 250.000,00
- Indirecte kosten	€ 15.000,00

## 4 Communicatie

### Communicatiedoelgroepen

Particuliere donateurs	Bedrijven	Fondsen / Stichtingen
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Patienten</li> <li>•Medewerkers</li> <li>•Buurtbewoners</li> <li>•Sportverenigingen</li> <li>•Scholen</li> <li>•Geloofsgemeenschappen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Leveranciers</li> <li>•Capelse bedrijven</li> <li>•Rotterdamse bedrijven</li> <li>•Bekende merken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Stichting DaDa</li> <li>•Van Cappellen Stichting</li> <li>•Stichting Pallieter</li> <li>•Laurensfonds</li> <li>•Denk en Doe mee fonds</li> <li>•Overheden</li> </ul>

Door publiciteit en de verbinding onder deze doelgroepen te zoeken worden de werkzaamheden en de naamsbekendheid van de Stichting Vrienden van het IJsselland Ziekenhuis onder de aandacht gebracht. De strategie die daarbij wordt gehanteerd is om van ‘binnen naar buiten te werken’. Betrokkenen die de Stichting Vrienden van het IJsselland Ziekenhuis / fondsenwerver op een positieve manier hebben leren kennen, zullen dit dan ook gaan uitdragen.

#### Tegenprestatie

- Reclame (bijv. branding, steentjes in muur, naamsbekendheid op de website e.d.)
- Bijeenkomsten (dag van de vrienden, netwerkbijeenkomst)
- Evenementen (gala diner, ondernemersontbijt enz.)

#### Mogelijke marketing-/wervingsmiddelen

- Posters en brochures (verspreiding intern en extern)
- Nieuwsbrief
- Website / Facebook / PifWorld / Intranet
- Personeelsblad IJsvogel
- IJsselland Magazine
- Acties derden

### **4.1 Fondsenwerving naar doelgroep**

Enkele voorbeelden zijn:

#### Algemeen (regio/omgeving)

- Vergroten naamsbekendheid door regelmatig aandacht in magazine, Facebook, website
- Samenwerking zoeken met huis- aan huisbladen voor free advertising
- Genereren free publicity door persberichten
- Poster- en foldercampagne extern: wachtkamers huisartsen, bejaarden- en verzorgingstehuizen, scholen

#### Vrienden:

- Huidige donateurs behouden en aantal uitbreiden
- Loyaliteitsprogramma opzetten (voordeeltjes)
- Speciaal Vriendenprogramma tijdens Open Dag

#### Schoolkinderen en ouders:

- Scholen benaderen
- Artikelen in nieuwsbrieven van scholen

#### Sportverenigingen

- Contact gaan leggen met Sportverenigingen in de buurt (Capelle, Krimpen, Rotterdam Oost). Sportblessures worden immers veelal behandeld in het IJsselland Ziekenhuis. Denk hierbij aan hockey verenigingen als Leonidas en grotere voetbalverenigingen in de regio. Naast posters ophangen in kantines kunnen we ook vragen om berichten in hun achterban te verspreiden of ze laten plaatsen op hun website.

#### Dankbare patiënten, familie/bezoekers:

- Wensboom met kerstmis
- Zichtbaarheid van de Vrienden in centrale hal vergroten
- Poster- en foldercampagne in ziekenhuis (alle afdelingen)
- Donatiezuil in centrale hal

- Gerealiseerde projecten in huis zichtbaarder maken.

#### Grote gevers:

- Persoonlijke afspraak om gift in ontvangst te nemen. Bedrijven overhandigen symbolisch een cheque ( opgemaakt door afdeling communicatie ) Kort persmoment opgemaakt door afdeling communicatie en geplaatst op social media.
- Oorkonde van dankbaarheid
- Handgeschreven dankbrief/kaart van RvB
- Vermelding op dankbord, nieuwsbrief, jaarverslag, website

#### Crowdfunding

Dit is voor het bestuur een nieuw fenomeen. Het project moet een aansprekend doel zijn en ook via de social media voldoende bereik hebben. Als pilot wordt een actie gestart voor een koppelbed voor de oncologieafdeling.

#### Medewerkers:

- Poster- en flyercampagne in huis: op elke afdeling zichtbaarheid verhogen
- Op website gedeelte maken met informatie voor medewerkers/aanvraagbeleid
- Stimuleren deelname en sponsoring fondsenwervende acties zoals Ladies Run (aandacht bij personeelsfeest, bloggen deelnemers)
- Kerstmarkt
- Specialisten en management meenemen in relatienetwerk; grote giften, nalatenschappen, serviceclubs, bedrijven etc.

#### Notarissen:

- Flyer nalatenschappen
- Posters en folders in wachtkamers
- Adverteren

#### Bedrijven:

We moeten ons goed realiseren dat veel bedrijven op dit moment en mogelijk ook nog lang na de Corona crisis een andere prioriteitstelling hebben en mogelijk niet open staan voor (uitbreiding van) MVO-activiteiten zoals het ondersteunen van organisaties als de onze. Mogelijk kan de Stichting Vrienden bij een bedrijf worden geadopteerd door een initiatief.

- In Kaart brengen bedrijven. Vorig jaar zijn we gestart met het in kaart brengen van de bedrijven die we als bestuur in ons netwerk hebben. Dat moeten we afmaken en vervolgens nagaan welke (grotere) bedrijven in de regio niet op de lijst de lijst staan en daar de gegevens van ophalen ( o.a. namen directie).
- Bedrijven toewijzen aan Bestuursleden Vrienden, contact leggen / onderhouden waar nodig.
- Mailing campagne opzetten t.b.v. periodieke mailing?
- Wellicht een data base aanleggen ( een CRM toepassing) om het bestand goed te kunnen onderhouden
- Contact leggen met bepaalde organisaties van ondernemingen waar we nog niet bekend bij zijn (bv Havenbedrijven).

#### Wat bieden we donateurs?

Naast het vragen van een donatie is het ook belangrijk dat we hen iets te bieden hebben.

- Bv twee jaarlijks een evenement organiseren waarbij we bv een interessant thema met gerenommeerde sprekers organiseren. Het idee om bv dit te organiseren bij Excelsior lijkt een goed idee( goed kunnen parkeren is hierbij een voorwaarde)

- Voortzetting van het huidige “ondernemers- ontbijten”.
- Het opzetten van een jaarlijks golftoernooi en een fundraising gala-avond in het Isala.



**Plan van aanpak 2021**

Onderwerp	Activiteit / wat is nodig	Resultaat / aanschaf	Betrokkenen	Kosten	Start datum	Eind datum
<b>De organisatie van het bestuur optimaliseren en naamsbekendheid vergroten</b>	Zie onderstaande activiteiten		- Bestuur			
<b>Communicatie ( naamsbekendheid vergroten )</b>	Nieuwe flyers / brochures op alle balie's van de afdelingen (incl. QR code ) ANBI stichting als logo toevoegen QR code en Tikkie aanvragen		- C. Collignon - W. Timmermans - G. Abma			
	Banners bij de ingangen (incl. QR code) ANBI stichting als logo toevoegen		- C. Collignon - W. Timmermans			
	Verbeteren en opnieuw opzetten van bestaande website	Website up to date incl. mogelijkheid direct betalen (QR code) en LinkedIn koppelen aan site	- G. Abma - M. van den Anker - W. Timmermans - F. van der Schaft		Februari 2021	
	Gebruik maken van het Narrow casting systeem IJsselland Ziekenhuis					
	Campagne via LinkedIn en andere media. Website dient aan te sluiten op flyer, folder en banner					
	Honderd bedrijven in Capelle en Krimpen aan den IJssel hebben een flyer hangen c.q. flyer op balie liggen		-			

Onderwerp	Activiteit / wat is nodig	Resultaat / aanschaf	Betrokkenen	Kosten	Start datum	Eind datum
	Postercampagne in Capelle en Krimpen aan den IJssel	Vaststellen welk tijdstip en plaats				
	Drie artikelen in (social) media					
<b>Projecten en evenementen</b>	Deelname aan ondernemersevenementen	- Ondernemers ontbijt	- Bestuur - P.Regoord - W. Timmermans		3 keer per jaar	3 keer per jaar
	Golfoernooi		- Bestuur - P. Regoord - W. Timmermans		Februari 2021	30-9-2021
	Galadiner		- Bestuur - P. Regoord - W. Timmermans			15-12-2021
	Kersevenement		-			
	Wijkgerichte evenementen	- IJsselland Diner - Koffieconcert	- P. Regoord - W. Timmermans			
<b>Aantal Vrienden tot 100 verhogen</b>	Zakelijke Vrienden Particuliere Vrienden Fondsen en Stichtingen					
<b>Financiële targets verhogen</b>	€ 200.000,00 werven		- Bestuur			

Onderwerp	Activiteit / wat is nodig	Resultaat / aanschaf	Betrokkenen	Kosten	Start datum	Eind datum
Fondsenwerving naar doelgroep	<u>Algemeen (regio/omgeving)</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vergroten naamsbekendheid door regelmatig aandacht in magazine, Facebook, website</li> <li>- Samenwerking zoeken met huis- aan huisbladen voor free advertising</li> <li>- Genereren free publicity door persberichten</li> <li>- Poster- en foldercampagne extern: wachtkamers huisartsen, bejaarden- en verzorgingstehuizen, scholen</li> </ul>					
	<u>Vrienden:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Huidige donateurs behouden en aantal uitbreiden</li> <li>- Loyaliteitsprogramma opzetten (voordeeltjes)</li> <li>- Speciaal Vriendenprogramma tijdens Open Dag</li> </ul>					
	<u>Schoolkinderen en ouders:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Scholen benaderen</li> <li>- Artikelen in nieuwsbrieven van scholen</li> </ul>					

Onderwerp	Activiteit / wat is nodig	Resultaat / aanschaf	Betrokkenen	Kosten	Start datum	Eind datum
	<u>Sportverenigingen</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contact gaan leggen met Sportverenigingen in de buurt (Capelle, Krimpen, Rotterdam Oost).</li> </ul>					
	<u>Dankbare patiënten, familie en bezoekers:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wensboom met kerstmis</li> <li>- Zichtbaarheid van de Vrienden in centrale hal vergroten</li> <li>- Poster- en foldercampagne in ziekenhuis (alle afdelingen)</li> <li>- Donatiezuil in centrale hal</li> <li>- Gerealiseerde projecten in huis zichtbaarder maken.</li> </ul>					
	<u>Grote gevers:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Persoonlijke afspraak om gift in ontvangst te nemen. Bedrijven overhandigen symbolisch een cheque ( opgemaakt door afdeling communicatie ) Kort persmoment opgemaakt door afdeling communicatie en geplaatst</li> </ul>					

	<p>op social media.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Oorkonde van dankbaarheid</li> <li>- Handgeschreven dankbrief/kaart van RvB</li> <li>- Vermelding op dankbord, nieuwsbrief, jaarverslag, website</li> </ul>					
	<p><u>Crowdfunding</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dit is voor het bestuur een nieuw fenomeen. Het project moet een aansprekend doel zijn en ook via de social media voldoende bereik hebben. Als pilot wordt een actie gestart voor een koppelbed voor de oncologieafdeling</li> </ul>	<p>Coldcap project:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chocolate verkoop door oncologieafd.</li> <li>- Golftoernooi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bestuur</li> <li>- P. Regoord</li> <li>- L. Verhaar ( T.L.)</li> <li>- W. Timmermans</li> </ul>		Juli 2021	Oktober 2012
	<p><u>Medewerkers:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Poster- en flyercampagne in huis: op elke afdeling zichtbaarheid verhogen</li> <li>- Op website gedeelte maken met informatie voor medewerkers en aanvraagbeleid</li> <li>- Stimuleren deelname en sponsoring en fondsenwervende acties</li> </ul>					

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kerstmarkt</li> <li>- Specialisten en management meenemen in relatienetwerk; grote giften, nalatenschappen, serviceclubs, bedrijven etc.</li> </ul>					
	<p><u>Notarissen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Flyer nalatenschappen</li> <li>- Posters en folders in wachtkamers</li> <li>- Adverteren</li> </ul>					
	<p><u>Bedrijven</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- In kaart brengen bedrijven</li> <li>- Bedrijven toewijzen aan bestuursleden, contacten leggen / onderhouden</li> <li>- Mailing campagne opzetten t.b.v. periodieke mailing</li> <li>- Database aanleggen?</li> <li>- Contacten leggen met onbekende organisaties / ondernemingen</li> </ul>					