

Jaarplan 2022

Stichting Albinisme in Afrika



Stichting Albinisme in Afrika
African Albinism Foundation



Inhoudsopgave

Voorwoord

- 1. Algemeen**
- 2. Bestuur**
- 3. Primaire processen**
 - 3.1 PR & Communicatie*
 - 3.2 Werving*
 - 3.3 Transport*
 - 3.4 Human Resources*

Voorwoord

Teruggrijpend op het jaarplan voor 2021, waarbij de coronapandemie al als uitdaging werd beschreven, stelt de pandemie ons ook in 2022 voor een grote uitdaging.

Transportkosten zijn wereldwijd in coronatijd de pan uit gerezen. SAA staat komende jaren voor een nieuwe uitdaging. Doordat we momenteel een ontzettend goede en betrouwbare samenwerking met Altruïst hebben (een producent van zonnebrandcrème), die grote hoeveelheden zonnebrandcrème aan ons doneert, hoeven we momenteel geen zonnebrandcrème te werven, een absolute luxepositie. Deze 'luxepositie' zorgt echter weer voor nieuwe en specifieke uitdagingen, verderop in de supply chain. Om meer mensen met albinisme van zonnebrandcrème te voorzien, willen we grotere hoeveelheden zonnebrandcrème transporteren en hiervoor hebben we meer financiële middelen nodig. Ook de eerdergenoemde hogere transportkosten vergroten de noodzaak tot het vinden van meer financiële steun. De eerste en belangrijkste doelstelling voor het jaar 2022 is het werven van meer geld om het transport te kunnen bekostigen. Daarnaast zijn we op zoek naar alternatieven om de transportkosten te kunnen verlagen, zoals het organiseren van gratis vervoer, specifieke sponsoring door logistieke partners of gedoneerde ruimte.

Een tweede, kleiner verbeterpunt voor 2022 is het vergroten van feedback vanuit de verschillende stichtingen en mensen met wie wij samenwerken. Het idee van 'closing the loop' gaat over gelijkwaardigheid. Ook heeft het een praktische component: vrijwilligers krijgen positieve energie om hun werk te kunnen continueren en donateurs zien wat er gebeurt met hun geld.

Op deze plaats is het tevens goed om de kernwaarden van SAA nogmaals te benoemen: stabiliteit, continuïteit en professionaliteit... Een stabiele basis is voor ons essentieel, dit betekent onder andere dat er voldoende vrijwilligers binnen de verschillen de processen zijn. Wij veranderen niet snel van koers en als we bijvoorbeeld een nieuwe transportroute instellen, dan is dat een keuze voor de lange termijn. Onze tweede kernwaarde is continuïteit. Juist vanwege onze primaire doelstelling is het belangrijk om continue te blijven leveren. Als we eenmaal een persoon met albinisme van zonnebrandcrème voorzien, willen we dat blijven doen. Ten derde staat 'professionaliteit' hoog in het vaandel. De stichting draait op vrijwilligers, maar die zijn ervan doordrongen dat de afhankelijkheid van de mensen die wij helpen groot is. Die verantwoordelijkheid nemen wij en daar gaan we zorgvuldig mee om. De verschillende processen zijn dusdanig ingericht dat professionalisering tevens mogelijk is. Zodoende is het verloop klein en houden we kennis en kunde binnen de stichting. Bovenstaand idee van 'closing the loop' sluit naadloos aan bij deze kernwaarde. Het meer terugverwachten uit Afrika past bij een gedreven en professionele organisatie, waarbij elke radar het geheel compleet maakt.

Dit jaarplan begint met de doelstellingen van het bestuur, die daaronder worden uitgesplitst in de verschillende processen.

Jos Hummelen, voorzitter



1. Algemeen

Het doel van Stichting Albinisme in Afrika (SAA) is sinds de oprichting in 2004: Het verbeteren van de kwaliteit van leven van mensen met albinisme in Afrika. De focus ligt daarbij op het verbeteren van de gezondheidssituatie door middel van het voorzien van zonnebrandcrème en zonwerende producten, zodat mensen met albinisme zich kunnen beschermen tegen de schadelijke effecten van de zon en hierdoor weer deel kunnen nemen aan het dagelijkse sociale leven. Het primaire doel is dus niet het vergroten van bewustzijn onder mensen in verschillende Afrikaanse landen of in Nederland. Wel kan een vergroot bewustzijn over problematiek van mensen met albinisme bijdragen aan onze primaire doelstelling.

SAA werkt uitsluitend met vrijwilligers, zowel in Nederland als lokaal in Afrika. Er wordt zoveel mogelijk samengewerkt met reeds bestaande lokale instanties die zich inzetten voor de gezondheid en maatschappelijke participatie van mensen met albinisme.

SAA is voor alle activiteiten afhankelijk van bedrijven en individuen die onze doelstellingen van harte ondersteunen. Ten eerste zijn we afhankelijk van bedrijven die zonnebrandcrème doneren en van de magazijnen die ons dit laten verpakken en opslaan voor een zacht prijsje. Ten tweede is onze afhankelijkheid groot richting particulieren en kleine instellingen zoals scholen en kerken voor het verwerven van liquide middelen om te betalen voor de magazijnen, maar ook en vooral voor het transport.



Zowel als het gaat om de eerste categorie (het verzamelen van zonnebrandcrème) alsmede de tweede categorie (financiële middelen verwerven) richt SAA jaarlijks verschillende gerichte campagnes in. Zodoende werken we niet alleen aan onze naamsbekendheid onder partijen en mensen die voor ons werk relevant zijn, maar willen we ook de som van giften die jaarlijks nodig zijn om dit prachtige werk te kunnen doen vergroten.

SAA is een stichting zonder winstoogmerk. Tevens waarborgt SAA een financiële buffer te hebben om ongeveer één tot twee jaar haar activiteiten te kunnen continueren, zodat bij een eventueel stilvallen van het aantal giften, SAA een jaar lang de financiële middelen heeft om de bestaande projecten te continueren en op zoek te gaan naar nieuwe giftgevers. SAA is weliswaar afhankelijk van 'gevende partijen', maar we proberen ons tegelijk zo zelfstandig en onafhankelijk mogelijk te positioneren om continuïteit voor de mensen die wij helpen te kunnen waarborgen.



2. Bestuur

In 2022 zal het bestuur gevormd worden door Catelijn Katz in de rol van secretaris, Eline van Lummel als vertrekkend penningmeester en Jos Hummelen als voorzitter.

- *Werving*
Het voltallige bestuur zal zich inzetten om, persoonlijk of als geheel, het belangrijkste jaardoel voor 2022 te realiseren. Hierbij gaat het om inspireren, motiveren, aansturen, richting geven en faciliteren van alle processen die met werving bezig gaan.
- *Closing the Loop*
Het bestuur zal zich inzetten om via de Landencoördinatoren meer 'terug' te krijgen van de mensen die wij helpen en de stichtingen die wij in hun werk ondersteunen.
- *Evaluaties*
Om dicht bij de waarden van de stichting te blijven en tevens de kwaliteiten van de vrijwilligers optimaal te benutten, willen we eens per jaar een persoonlijke evaluatie inplannen om samen te kijken naar de werkzaamheden van het proces en mogelijke aanpassingen. Ook is dit een moment om als bestuur directe feedback te ontvangen over onze manier van werken om de samenwerking te bevorderen.

- *Bijeenkomsten*
Langzamerhand kunnen we in 2022 elkaar weer meer fysiek zien. We zullen de momenten dat dit weer kan met beide handen aangrijpen. Het is goed om elkaar in de ogen te kunnen zien en de energie weer in de stichting te zien vloeien. Wij denken dat fysieke bijeenkomsten daarbij zullen helpen.
- *Penningmeester*
Voor iedere stichting is het vinden van een goede penningmeester een uitdaging. Wij hebben de luxe gehad om Eline van Lummel als betrouwbare partner te hebben, maar zij gaat haar werkzaamheden afbouwen. In 2022 gaat het bestuur

3. Processen

De activiteiten van de stichting worden uitgevoerd door vier primaire processen; Werving, Transport, HR en Communicatie & PR. Elk proces wordt vertegenwoordigd door een proceseigenaar. In elk proces zijn diverse vrijwilligers actief wat de continuïteit van het proces waarborgt. Elk proces heeft voor 2022 een jaarplan gemaakt.

3.1. PR& Communicatie

Het primaire doel van PR&C is de communicatie vanuit onze organisatie naar buiten, wat we bewerkstelligen door middel van meerdere media en kanalen. Ons doel is om onze donateurs, volgers en andere geïnteresseerden up to date te houden van ons werk, maar ook vooral om naamsbekendheid te verkrijgen en meer donateurs te werven. We werken in dit proces dan ook nauw samen met werving en het bestuur.

In 2022 zullen we door middel van onze social mediakanalen en onze recent vernieuwde en geprofessionaliseerde website onszelf bekender maken, terwijl we onze huidige volgers frequent laten zien en weten waar we mee bezig zijn. De focus van nieuwe projecten zal met name liggen op het werven van geldelijke donaties in samenwerking met Werving. Wij zullen hierin de communicatie van de wervingscampagnes naar buiten toe verzorgen, als ook projecten begeleiden die specifiek op de socials plaats zullen vinden.

Tevens is een van de doelen om onze website te voorzien van geüpdate schoolmateriaal, zullen we meer focussen op het benaderen van de media (tijdschriften, kranten, radio) voor meer bekendheid, en zullen we uiteraard onze standaard activiteiten zoals de acties rondom International Albinism Awareness Day en het versturen van kerstkaarten coördineren



3.2. Werving

Het primaire doel van proces werving is het werven van zonnebrandcrème- en geldelijke donaties. Het afgelopen jaar hebben wij door grote zonnebrandcrème donaties van onze samenwerkingspartner Altruïst vele mensen met albinisme in Afrika kunnen ondersteunen. Om ons mooie werk voort te kunnen blijven zetten, waarin we groeien en de continuïteit blijven bieden, zullen wij ons in 2022, in samenwerking met de andere processen, voornamelijk bezighouden met het werven van geldelijke donaties.

- *Werving geldelijke donaties*

Met de grotere instroom van zonnebrandcrème donaties is de verwachting dat de transportkosten flink zullen oplopen komend jaar. Door meer aandacht te vragen voor ons belangrijke werk, hopen we meer financiële middelen te werven, zodat het transport van zonnebrandcrème naar Afrika door kan blijven gaan.

Komend jaar zullen er meerdere wervingscampagnes worden georganiseerd om onze naamsbekendheid te vergroten en ook met als doel het werven van geldelijke donaties voor het transport voor 2022. Tijdens de workshop dit voorjaar zullen wij onze plannen voor komend jaar bekendmaken. Daarnaast zullen we komend jaar blijven netwerken bij bedrijven, diverse serviceclubs en kerken.

- *Werving fysieke donaties*

We zullen ons binnen het proces nu vooral richten op het werven van geldelijke donaties, echter zullen wij ook onze warme contacten van bedrijven blijven benaderen voor zonnebrandcrème donaties. Gezien de professionalisering die wij als stichting doormaken, nemen wij zonnebrandcrème donaties aan van minstens 50 liter, met minimaal een houdbaarheidsdatum van 12 maanden en met een aangeleverd testrapport.

- *Samenwerking*

In 2022 zullen wij meer gaan samenwerken met alle andere processen binnen de stichting omdat we met elkaar, onze stichting meer op de kaart willen zetten. Daarnaast zullen wij contact opnemen met andere partners, zoals de Nederlandse Vereniging voor Dermatologie en Venerologie, om te kijken of wij onze krachten kunnen bundelen.

3.3. Transport

Opschroeven transportcapaciteit. Met de toenemende aantallen liters die jaarlijks worden gedoneerd, kan er tevens meer getransporteerd worden. Er dient kritisch gekeken te worden in welke landen behoefte is aan meer crèmes, rekening houdend met belastbaarheid van lokale contactpersonen/ distributeurs, transportroutes, hogere kosten. De verwachting is dat er circa 7000 liter verstuurd zal kunnen worden in 2022, waarbij de voornaamste beperkende factor op dit moment de transportkosten zijn.

- *Nieuwe transportlijn Zambia*

Zambia zal voor het eerst toegevoegd worden aan het grote transport richting Oost-Afrika, dat via Tanzania verloopt. De transporten richting Uganda en Kenia verlopen ook op die wijze. In 2020/2021 was het transport naar Zambia sterk vertraagd en duurder dan voorheen vanwege toenemende bureaucratie.

- *Nieuwe transportlijn Lesotho*

Het transport naar Lesotho is jaren aaneen een van de duurste landen naar rato per verstuurd liter. Zodoende wordt er gezocht naar een nieuwe transportlijn. Een mogelijkheid is via Wim Leeftang van Fair Trade Solutions, die een nieuw programma genaamd 'Aid-by-Wings' aan het opzetten is. Daar probeert hij niet gebruikte vrachtruimte in vliegtuigen voor goedkopere prijs op te vullen met goede doelen middelen.

- *Vernieuwen Transportbijbel*

Het document dat alle belangrijke data omtrent de afgelopen transporten per land gestructureerd bijhoudt, kan overzichtelijker en een update krijgen. Tevens is het de bedoeling dat er overzichtsdocumenten komen die donatie-, loods-, en transportdata combineren, zodat we inzichtelijker krijgen wat en hoeveel er wanneer in en uit de stichting gaat.

- *Optimaliseren lokaal proces*

Inzichtelijker krijgen per land in welke mate lokale opslag, distributie en ontvangst geregeld is en wie hiervoor verantwoordelijk zijn. Dit om kwaliteit en continuïteit van het lokale transportproces zo goed mogelijk te waarborgen.

3.4. Human Resources

Onze doelstellingen voor het aankomende jaar zijn wederom gericht op de werving van nieuwe vrijwilligers, interne professionalisering en meer aandacht besteden aan onze stichting om meer bekendheid tot stand te brengen.

- *Vacatures*

Voor het proces werving is SAA dringend op zoek naar versterking. Beide vrijwilligers die het proces deden hebben te kennen gegeven te willen stoppen. Hiermee wordt de vervulling van deze twee functies cruciaal voor SAA. Naast deze twee vacatures is er door het vertrek van een vrijwilliger bij PR ook een vacature ontstaan. Daarnaast heeft SAA in 2021 voor het eerst zonnebrandcrème verstuurd naar Gambia. Hiervoor zal een landencoördinator Gambia moeten worden aangetrokken. Naast de inzet van de eigen netwerken van de Stichting, zullen we in 2022 nog meer middelen inzetten om de professionaliseringsslag en groei van SAA te kunnen ondersteunen.

- *Interne professionalisering*

Voorgaande jaren is HR actief geweest om een integriteitsbeleid en de evaluatie van medewerkers te ontwikkelen. In 2022 zullen deze werkwijze worden geïmplementeerd door HR binnen SAA.

- *Bekendheid SAA vergroten*

In nauwe samenwerking met Communicatie & PR ligt voor ons de focus op vergroten naamsbekendheid inclusief de werving van financiële middelen.