



# MEERJARENBELEIDSPLAN 2023 - 2026

*SAMEN STRIJDVAARDIG*

STICHTING ALS NEDERLAND

## Inhoud

Inleiding.....	2
Visie en missie.....	2
Organisatiestrategie.....	2
Fondsenwervingsstrategie.....	3
Strategische focuspunten .....	3
Toelichting strategische focuspunten.....	4
Ondersteunende activiteiten.....	7

## Inleiding

De klok tikt. Er is dringend een oplossing nodig voor ALS. Na de eerste symptomen leven patiënten met ALS gemiddeld nog drie tot vijf jaar. Stichting ALS Nederland financiert wetenschappelijk onderzoek naar de oorzaak en behandeling van ALS en de aanverwante ziekten PSMA en PLS en projecten die de kwaliteit van zorg en leven van patiënten en hun naasten verbeteren.

## Visie en missie

Stichting ALS Nederland gelooft dat als krachten worden gebundeld genezing van ALS, PSMA en PLS mogelijk is. Om dit te bewerkstelligen worden mensen en partijen samengebracht om zoveel mogelijk geld op te halen, waardoor onze doelen behaald kunnen worden.

Doelen:

- Het financieren van wetenschappelijk onderzoek naar de oorzaken en behandeling van ALS, PSMA en PLS;
- Het financieren van projecten die de kwaliteit van zorg en leven van patiënten en hun naasten verbeteren;
- Het vergroten van de naamsbekendheid van de ziekte ALS om zo meer steun en begrip voor patiënten en hun naasten te creëren.

## Organisatiestrategie

Onze strategie is er op gericht om op duurzame wijze fondsen te genereren voor onderzoek naar de oorzaak en behandeling van ALS en de aanverwante ziekten PSMA en PLS en kwaliteit van leven.

Een van onze speerpunten is het zorgdragen voor een structurele stroom aan inkomsten door verdere inzet op particuliere fondsenwerving en door meer spreiding over meerdere inkomstenstromen. Daarmee maken wij onszelf weerbaarder in geval een bepaalde inkomstenstroom onverwachts wegvalt door onvoorziene omstandigheden.

Hierbij is continue zichtbaarheid van uiterst belang. Door awareness te blijven creëren en top of mind te blijven bij het brede publiek zorgen we ervoor dat ALS op de kaart blijft staan.

Een van onze kerntaken is Doelbesteding. Focuspunt hierbij is het zorgdragen voor een zorgvuldige en transparante behandeling en toekenning van de subsidieaanvragen, alsmede het voeren van een optimaal subsidiebeleid.

In al onze activiteiten hechten wij veel waarde aan het belang van de patiënt. Vandaar dat onze samenwerking in de driehoek met de ALS Patiëntenvereniging (APV) en het ALS Centrum Nederland van groot belang is. Deze samenwerking alsmede de samenwerking met onze internationale partners blijft strategisch onze prioriteit.

Met een sterk team, optimalisatie van processen en een duidelijke strategie zijn wij klaar zijn om verdere groei in de komende jaren voort te zetten.

Ons doel is helder: een oplossing vinden voor ALS. Geen tijd te verliezen.

## Fondsenwervingsstrategie

Onze fondsenwervingsstrategie richt zich op de volgende zaken:

- Wij willen continu zichtbaar zijn als de organisatie waar je met geld en/of je tijd kunt bijdragen aan een oplossing voor ALS, PSMA en PLS, alsmede een verbetering van kwaliteit van leven van patiënten en hun naasten.
- We richten ons primair op mensen die op een of andere wijze betrokken zijn bij iemand met de diagnose ALS, PSMA of PLS (mate van betrokkenheid bij ALS).
- Daarbij werven wij actief donateurs, bedrijven, actievoerders en deelnemers aan evenementen.
- We investeren meer en structureel in particuliere fondsenwerving (inclusief nalaten) voor een meer stabiele en voorspelbare inkomstenstroom.
- Wij inspireren en faciliteren een breed scala aan activiteiten die in het land ontstaan.
- Wij zoeken naar manieren om donateurs, actievoerders, deelnemers en vrijwilligers levenslang aan ons te binden via tijd en/of geld.
- We blijven investeren in loterijen en verkennen de mogelijkheden van groei in inkomsten uit vermogensfondsen.

## Strategische focuspunten

Stichting ALS Nederland heeft de volgende focuspunten benoemd:

1. Fondsenwerving, onderverdeeld in:
  - Acties & events
  - Particuliere fondsenwerving
  - Zakelijke fondsenwerving
  - Vermogensfondsen
  - Loterijen
2. Patiënten- en naastencontact
3. Doelbesteding

## Toelichting strategische focuspunten

### **Acties & events**

Inkomsten uit particuliere en zakelijke acties en evenementen vormen van oudsher de financiële ruggengraat van Stichting ALS Nederland.

Centraal staat het onderhouden van warme contacten met diegenen die in actie komen (actievoerders). Door acties nog beter en efficiënter te faciliteren, zoals bijvoorbeeld het bieden van een ideeëntoolkit, verwachten wij dat de gemiddelde opbrengst per actie verhoogd kan worden. Daarnaast geloven we dat door te inspireren meer acties kunnen worden geworven.

Wat betreft de evenementen is onze basis de zogenoemde drie *Corner Stone events*: Tour du ALS en Sunrise Walk (eigen events) en Amsterdam City Swim (event derde).

Deze evenementen:

- Zorgen voor het grootste deel van de inkomstenstroom uit evenementen;
- Spreken verschillende doelgroepen aan door de opzet (hoogdrempelig versus laagdrempelig) en de verschillende disciplines (fietsen, wandelen en zwemmen);
- Vinden verspreid over het kalenderjaar plaats.

Bekeken gaat worden of de Sunrise Walk de komende jaren verder kan groeien qua inkomsten en op nieuwe locaties in het land kan worden opgezet.

Met eigen events worden evenementen bedoeld waar wij zelf de regie over hebben. Wij zijn hierbij zelf de opdrachtgever of bieden pakketten aan bij bestaande evenementen. Om onze eigen evenementen zoveel mogelijk onderscheidend te laten zijn ten opzichte van andere sportieve fondsenwervende evenementen, laten we ze aansluiten op de kernwaarden van de stichting: Ambitieuus, Lef, Verenigt en de merkessentie 'samen strijdvaardig'.

Met de evenementen, zowel eigen als die van derden, willen we een brede doelgroep aanspreken. Dit doen we door onder andere soort event (hoog- en laagdrempelig) en soort (sport)discipline. Daarnaast willen wij evenementen door derden zo goed mogelijk ondersteunen en faciliteren, onder andere door het delen van kennis en promotie, om zo een zo hoog mogelijke inkomstenstroom te genereren.

Vanwege de levenscyclus van gemiddeld zeven jaar van evenementen, zorgen we ervoor dat er naast lopende evenementen nieuwe evenementen worden opgestart, om zo een continue inkomstenstroom te waarborgen (innovatie). Daarbij is de stichting geen evenementenbureau: liever ondersteunen we waar de energie zit, dan zelf te organiseren! Tegelijkertijd willen we een goede balans bewaren tussen: 'zelf aan de knoppen zitten' versus 'derden ondersteunen en faciliteren'. Dit om te grote afhankelijkheid van derden te voorkomen.

Gezien de recente pandemie hebben we een 'pandemie-proof concept' op de plank liggen, zodat snel kan worden ingespeeld op een veranderende situatie en zo toch inkomsten via evenementen kunnen genereren als dat nodig mocht zijn.

### ***Particuliere fondsenwerving***

De particuliere donaties zorgen voor een stabiele, stijgende inkomstenbron. Het werven van nieuwe (eenmalige) donateurs om ze vervolgens te upgraden naar structurele donateurs, is daarom een onmisbaar element binnen onze fondsenwerving strategie. Naast het werven van nieuwe donateurs wordt uiteraard ook ingezet op het behouden van de huidige donateurs. De komende jaren gaan we daarvoor loyaliteitsprogramma's ontwikkelen.

Het verder uitbouwen, verrijken en optimaliseren van onze database blijft een noodzakelijk proces. Tevens voor het verwerven van nalatenschappen. Daarnaast is vooral persoonlijke aandacht voor periodieke schenkers en erflaters belangrijk voor behoud.

Door de komende jaren systematisch te investeren in landelijke cross mediale donateurscampagnes en in goede regular, middle en major donorprogramma's, geloven we dat we verdere groei kunnen realiseren.

### ***Zakelijke fondsenwerving***

Veel bedrijven en organisaties zijn bereid om een goed doel te steunen om zo hun maatschappelijke betrokkenheid te laten zien. Door Stichting ALS Nederland te steunen dragen zij bij aan onderzoek naar ALS en kunnen zij zo onderdeel zijn van de oplossing. Wij bieden daarbij een breed palet aan mogelijkheden en zoveel mogelijk op maat. Persoonlijke aanpak kost tijd maar is essentieel voor succes!

Bedrijven en organisaties waar een collega ALS krijgt, komen regelmatig zelf in actie om geld in te zamelen voor ALS. Veel van ons werk is dus reactief: men weet ons zelf te vinden. Voor verdere groei is het belangrijk de komende jaren ook meer te investeren in proactieve acquisitie. Onder andere door naast de landelijke cross mediale campagne die zorgt voor zichtbaarheid van de stichting, meer specifieke campagnes voor relevante zakelijke sectoren en doelgroepen te ontwikkelen. Daarnaast zetten we in op het zogenaamde 'Butterfly effect': activatie van netwerk van bestaande relaties en deelnemers aan evenementen. Ook zetten we sponsors in als ambassadeur.

We gaan meer investeren in het opwaarderen van bedrijventeams die voor ons in actie komen. Zowel tijdens evenementen, als bij acties die ze zelf ontwikkelen om geld voor ALS op te halen.

Belonen en waarderen is een belangrijk onderdeel van behoud van relaties. Hiervoor zetten we het zogenaamde puzzelstukplan in. Iedere zakelijke partij die de strijd tegen ALS steunt voor € 1.500 of meer ontvangt een houten puzzelstuk.

### ***Vermogensfondsen***

Wij vermoeden dat er op het gebied van inkomsten uit vermogensfondsen nog veel groeipotentie is. Daarom zullen we de mogelijkheden op dit gebied voor de toekomst gaan verkennen.

### ***Loterijen***

Loterijen zorgen voor een redelijk voorspelbare inkomstenstroom met weinig risico en jaarlijks groeiende structurele inkomsten tegen minimale inspanningen vanuit de stichting. Komende jaren zal de stichting verder blijven investeren in loterijen.

### ***Patiënten- en naastencontact***

Patiënten- en naastencontact biedt patiënten en hun naasten een eerste handreiking nadat de diagnose is gesteld en helpt patiënten wegwijs te worden in de wereld van ALS.

Daarnaast faciliteert en stimuleert zij patiënten en hun naasten bij het organiseren van of deelnemen aan een fondsenwervende actie als zij willen en kunnen. In die zin ondersteunt zij de fondsenwerving op een indirecte wijze.

### ***Doelbesteding***

Doelbesteding behoort tot de kerntaken van Stichting ALS Nederland. De stichting is opgericht om geld te werven waarmee projecten gefinancierd kunnen worden op het gebied van ALS, PLS en PSMA om wetenschappelijke voortuitgang en een betere kwaliteit van leven te bewerkstelligen. Projectfinanciering vindt zowel op nationaal als op internationaal terrein plaats. Het maakt de stichting niet uit waar de oplossing wordt gevonden, als deze maar wordt gevonden.

Focuspunt bij de Doelbesteding ligt op het zorgdragen voor een zorgvuldige en transparante behandeling en toekenning van de subsidieaanvragen, alsmede het voeren van een optimaal subsidiebeleid.

## Ondersteunende activiteiten

### ***Corporate communicatie***

Met het blijvend beschermen en ontwikkelen van een sterk merk, wordt gebouwd aan een sterke reputatie van Stichting ALS Nederland. Hierdoor wordt onze aantrekkingskracht vergroot en ons onderscheidend vermogen wordt versterkt. Dit draagt bij aan het creëren van voorkeur bij het Nederlandse publiek en meer specifiek (potentiële) ALS-, PSMA- en PLS-patiënten, hun naasten, actievoerders, donateurs, vrijwilligers en bedrijven om ons te blijven steunen met tijd en/of geld.

Om te blijven bouwen aan een sterk merk, wordt onze corporate communicatie vooral ingezet op:

- Continue zichtbaarheid middels slimme inzet van media-inkoop met beperkte budgetten en gratis PR, met pieken rondom specifieke acties en evenementen;
- Ontwikkeling van soms schurende c.q. opvallende acties en evenementen.
- Storytelling van patiënten, naasten en nabestaanden;
- Derden die in actie komen voor ALS, waarbij onze kanalen dienen als platform;
- Groei op social media;
- Cross-mediale inzet van content;

Het gebruik van videobeelden en de inzet van ALS-ambassadeurs zijn hierbij van grote toegevoegde waarde.

### ***Lobbyactiviteiten***

Waar nodig zullen lobbyactiviteiten worden opgestart welke kunnen bijdragen aan het behalen van onze doelen. Dat kan zowel op individuele basis als in gezamenlijk verband met de ALS Community, de Samenwerkende Gezondheidsfondsen (SGF), de Samenwerkende Spierfondsen (SSF) en Goede Doelen Nederland (GDN).



