



Beleidsplan 2017-2019



Inhoudsopgave

Voorwoord.....	3
1. Inleiding.....	4
2. Doelstellingen	5
2.1 Doelgroep.....	5
2.2 Visie (droom)	5
2.3 Externe doelstelling van TFL = Missie.....	5
2.4 Interne doelstellingen voor de komende 3 jaar	6
3. 'SWOT'-analyse	8
3.1 Sterktes.....	8
3.2 Zwaktes.....	8
3.3 Kansen	8
3.4 Bedreigingen	8
3.5 Kernprobleem.....	9
4. Strategie voor periode 2017-2019.....	10
4.1 Geografische focus op 'Groot Eindhoven'.....	10
4.2 Verbeteren positionering.....	11
4.3 Uitbreiding van het dienstenaanbod	12
4.4 Versterking van de organisatie	14
5. Conclusie	17



Voorwoord

Deze door het bestuur opgestelde notitie beschrijft het te voeren beleid voor de komende 3 jaar. Daarbij is de input van de 'heisessie' van 8 oktober jl. (bestaande uit een delegatie van bestuur, coördinatoren en overige vrijwilligers), de daarop volgende individuele inbreng van allen en de verwerking door de werkgroep beleidsplan (bestaande uit Erik in 't Zand, Gera Soederhuizen, Judith Soons en Marga van Dijck) voor een belangrijk deel meegenomen. Belangrijkste verschil qua conclusies is dat het bestuur er alles afwegende voor kiest om door te gaan met dezelfde positionering voor Topsport for Life mits beter uitgevoerd, terwijl de werkgroep een nieuwe positionering in haar aanbevelingen had opgenomen.

Bij dit plan zijn ook de in het voorjaar van 2016 gegeven adviezen en ideeën van GVDW/De Compagnons en de notitie van Dr. Maurizio Montone en de daarin gegeven aanbevelingen hebben een plek gekregen in dit beleidsplan.

Het bestuur bedankt iedereen die op welke manier dan ook heeft bijgedragen aan de totstandkoming van dit plan van harte!

Eindhoven, december 2016

Het bestuur,

Miel in 't Zand, voorzitter

Nita van Vliet, secretaris

Erwin Leppens, penningmeester



1. Inleiding

Na ruim 6 jaar met grote inzet pionieren en het succesvol neerzetten van de Stichting Topsport for Life (hierna: TFL) door de oprichters Miel en Nita, hebben we in een grotere setting op zaterdag 8 oktober 2016 gekeken naar de toekomst.

De verdere uitbouw, consolidatie van TFL en de uitbreiding eind 2015 / begin 2016 met het coördinatorteam, vraagt om een herijking van het beleid en de daarvan afgeleide taken en functies. We merken dat het met de huidige gang van zaken moeilijk is verder te groeien, zowel met ons gastenbestand alsook in het vinden van donateurs en zakelijke partners.

Belangrijk is dat met name de voorzitter meer kan gaan delegeren. De afhankelijkheid van de voorzitter is een gevaar voor het voortbestaan en verdient alle aandacht. De verdere professionalisering en positionering van de organisatie is een teveel omvattende taak voor één persoon. Het invullen van de sleutelposities verdient daarom ook alle aandacht.



2. Doelstellingen

Ieder plan begint met het vaststellen van de doelen. Duidelijk moet zijn op wie wij ons met welke missie richten en wat we bij deze doelgroep binnen welke periode met welke middelen willen gaan bereiken.

2.1 Doelgroep

Vanaf de start in 2010 heeft TFL zich gericht op volwassen mensen die leven met een levensbedreigende ziekte én hun directe naasten/gezinsleden. Op basis van de omvang en de aard van de ziekte, richten wij ons primair op mensen met kanker en ALS/PLS/PSMA. *Definitie 'levensbedreigend ziek': hieronder wordt verstaan dat iemand gediagnostiseerd is met een ziekte waarbij er als gevolg hiervan een kans tot overlijden bestaat. Mensen die door hun behandelend arts genezen zijn verklaard, en dus niet langer behandeld hoeven worden, kunnen als 'gast' worden uitgeschreven, dit ter beoordeling van onze eigen artsen en bestuur.*

2.2 Visie (droom)

Topsporters worden omringd door een team van begeleiders en coaches om optimaal te kunnen presteren. Een zieke daarentegen die in zeker zin ook iedere dag een topprestatie moet leveren, staat er heel vaak alleen voor en moet zelf maar uitzoeken hoe 'de grote wedstrijd' tot een goed einde kan worden gebracht. Zeker in het geval de zieke is uitbehandeld of wanneer er zelfs geen behandeling mogelijk is.

Topsport for Life onderkent de parallellen in de levens van iemand die levensbedreigend ziek is en dat van een topsporter en wij willen hulp bieden vanuit een topsportfilosofie. Wij richten ons daarbij op volwassenen. Mensen die vol in het leven staan en geconfronteerd worden met hun mogelijke dood hebben NU weinig aan onderzoek naar de ziekte die hen mogelijk het leven gaat kosten. Een medicijn zal voor hen vrijwel zeker te laat komen. Zij leven NU en willen ook NU leven.

Door onze inzet en die van onze sporthelden en dankzij de hulp van donateurs en sponsors ervaart de zieke en zijn of haar directe naaste(n) het leven draaglijker en aangenamer en kan daardoor 'beter leven met een levensbedreigende ziekte'.

2.3 Externe doelstelling van TFL = Missie

Stichting Topsport for Life verbetert het leven van mensen met een levensbedreigende ziekte. Wij noemen deze mensen onze 'gasten'. Hoofdzakelijk zijn dit mensen die leven met kanker of ALS/PLS/PSMA. Alles wat we doen wordt direct of indirect mogelijk gemaakt door sporters of (voormalig) topsporters en door anderen, vrijwilligers en donateurs, die zich zeer aangesproken voelen door onze aanpak.



Wij trachten onze missie te bereiken door voor onze gasten:

1. onvergetelijke dagen in groepsverband te organiseren met de volgende thema's
 - 'Samen op reis'
 - 'Samen naar topsport'
 - 'Samen cultureel'
 - 'Samen in actie'
 - 'Samen Zijn'
 - 'Last minute'
 - 'Acties derden'
2. hulp te bieden bij het verwezenlijken van individuele wensen of dromen
3. door het begeleiden van de gasten bij het leven met de ziekte.

2.4 Interne doelstellingen voor de komende 3 jaar

GASTEN

Huidig aantal ingeschreven gasten: 68
Aantal ingeschreven gasten ultimo 2017: 100
Aantal ingeschreven gasten ultimo 2018: 150
Aantal ingeschreven gasten ultimo 2019: 225

VRIJWILLIGERS

Huidig aantal vrijwilligers: 50
Aantal vrijwilligers ultimo 2017: 60
Aantal vrijwilligers ultimo 2018: 70
Aantal vrijwilligers ultimo 2019: 80

TOPSPORTERS / AMBASSADEURS

Huidig aantal sportvrienden: 49
Huidig aantal ambassadeurs: 1
Aantal sportvrienden ultimo 2017: 50
Aantal ambassadeurs ('nieuwe stijl') ultimo 2017: 5
Aantal sportvrienden ultimo 2018: 50
Aantal ambassadeurs ('nieuwe stijl') ultimo 2018: 8
Aantal sportvrienden ultimo 2018: 50
Aantal ambassadeurs ('nieuwe stijl') ultimo 2018: 10

PERSONEEL

Huidig aantal betaalde medewerkers: 1
Huidige aantal vrijwilligers met onbelaste vergoeding: 4
Aantal betaalde medewerkers ultimo 2017: 2
Aantal vrijwilligers met onbelaste vergoeding ultimo 2017: 5
Aantal betaalde medewerkers ultimo 2018: 2
Aantal vrijwilligers met onbelaste vergoeding ultimo 2018: 6
Aantal betaalde medewerkers ultimo 2019: 2
Aantal vrijwilligers met onbelaste vergoeding ultimo 2019: 7



INKOMSTEN

Huidige (2015) inkomsten per jaar: €55.000

Begroting inkomsten 2017: €80.000

Begroting inkomsten 2018: €110.000

Begroting inkomsten 2019: €150.000

NAAMSBEKENDHEID

Huidige naamsbekendheid: niet gemeten

Naamsbekendheid ultimo 2017: 5% in de doelgroep binnen werkgebied Groot Eindhoven

Naamsbekendheid ultimo 2017: 5% bij bedrijven binnen werkgebied Groot Eindhoven

Naamsbekendheid ultimo 2018: 15% in de doelgroep binnen werkgebied Groot Eindhoven

Naamsbekendheid ultimo 2018: 10% bij bedrijven binnen werkgebied Groot Eindhoven

Naamsbekendheid ultimo 2019: 20% in de doelgroep binnen werkgebied Groot Eindhoven

Naamsbekendheid ultimo 2019: 15% bij bedrijven binnen werkgebied Groot Eindhoven



3. 'SWOT'-analyse

3.1 Sterktes

- Uniek aanbod
- Grote betrokkenheid van huidige vrijwilligersbestand
- Kantoorlocatie binnen 'SX'
- Gastentevredenheid
- Interne organisatie qua functies en procedures
- ANBI-status en CBF-erkenning

3.2 Zwaktes

- Onduidelijke positionering
- Onbekendheid
- Financiële positie en financiële sturing
- Afhankelijkheid van voorzitter
- Interne (vrijwilligers) en externe (gasten, donateurs, sponsors) communicatie
- Communicatie met gasten heeft teveel nadruk op de mogelijke dood
- Onvoldoende structureel contact met minder actieve gasten
- Relatie met bekende (ex-)topsporters
- Afhankelijkheid van vrijwilligers
- Medische beoordeling van gasten
- Fondsenwerving, o.a. het tekort aan sponsors voor de app Fundrunner
- Onvoldoende landelijke dekking qua organisatie

3.3 Kansen

- Aantrekkende economie
- Groeimogelijkheden in regio 'Groot Eindhoven'
- 'Geefcultuur'
- Bezuinigingen in de zorgsector
- Toename aantal levensbedreigend zieke mensen
- Behoeftte aan ondersteuning en informatievoorziening
- Social networking

3.4 Bedreigingen

- Imago goede doelenbranche
- Veel concurrentie van andere goede doelen
- Weinig bereidheid in de sector om samen te werken
- 'overkill' aan informatie



3.5 Kernprobleem

De externe omstandigheden zijn zich in positieve zin aan het ontwikkelen en dat biedt kansen voor TFL. Weliswaar zijn er ook bedreigingen waar we mee te maken hebben, maar daar kunnen wij zelf weinig aan doen. Door ons intern te versterken kunnen we in gaan spelen op de ontwikkelingen en succesvoller worden.

Daarin moeten ook keuzes worden gemaakt, want we hebben zeer beperkte middelen en kunnen ons niet op alle fronten gaan verbeteren. Dat vraagt er om te starten met het beschrijven van ons kernprobleem, omdat onze energie zich in de komende jaren vooral richt op het oplossen van dit probleem:

TFL heeft te maken met het feit dat wij een landelijke stichting zijn c.q. willen zijn, maar dat we niet de organisatie en niet de financiële middelen hebben om onze doelstellingen te kunnen realiseren.

Gezien ons unieke aanbod verwachten we te groeien, maar dat betekent wel dat we ons meer moeten focussen en sterker moeten positioneren.

De uitdagingen waar we voor staan zijn:

1. Hoe kunnen we onze doelgroep gasten beter bereiken en overtuigen?
2. Hoe kunnen we onze inkomsten gaan vergroten?
3. Belangrijke functies invullen
4. Naamsbekendheid vergroten
5. Activiteiten minimaal kostendekkend organiseren



4. Strategie voor periode 2017-2019

Gegeven het voorgaande komen we tot de volgende strategie:

1. focus in werven gasten en donateurs/sponsors op de regio Groot Eindhoven
2. verbeteren van de positionering
3. uitbreiden van het dienstenpakket
4. versterken van de organisatie

4.1 Geografische focus op 'Groot Eindhoven'

We zullen onze energie en mogelijkheden in de komende jaren vooral richten op de omgeving waar we gevestigd zijn, waarbij 'SX' als kantoor een heel belangrijke functie vervult. Hier zitten we goed tussen en het biedt de beste mogelijkheden om een stevige basis voor landelijke groei te gaan realiseren. Er is in deze regio meer dan voldoende groeipotentie aanwezig, zowel wat nieuwe gasten betreft alsook wat fundingsmogelijkheden betreft.

Dit betekent overigens NIET dat we instroom van vrijwilligers, gasten, donateurs of sponsors buiten de regio Groot Eindhoven zullen stoppen, maar dat we in die gevallen meer reactief te werk zullen gaan. Binnen de regio zijn we dus vooral pro-actief bezig.

De regio Groot Eindhoven heeft ca. 392.000 inwoners (ca. 2,5% van de Nederlandse bevolking, bestaande uit de Gemeentes Eindhoven ca. 220.000 inwoners, Veldhoven ca. 45.000 inwoners, Eersel ca. 20.000 inwoners, Oirschot ca. 20.000 inwoners, Son & Breugel ca. 16.000 inwoners, Nuenen ca. 25.000 inwoners, Geldrop ca. 30.000 inwoners, Heeze & Leende ca. 16.000 inwoners). Groot Eindhoven is een regio waar landelijk gezien, ná de Randstad, zeer veel bedrijvigheid plaatsvindt en waarbij ook op sportief gebied zowel in breedte- alsook in topsport heel veel gebeurt. Eindhoven staat met grootschalige evenementen zoals de Marathon van Eindhoven en ook de top van onder andere het voetbal, hockey en zwemmen 'op de kaart' als belangrijke sportstad in Nederland.

In de regio zijn ook een aantal ziekenhuizen en revalidatiecentra (Eindhoven 3, Veldhoven 1, Geldrop 1) gevestigd die een belangrijke functie hebben in de zorg binnen Midden- en Oost-Brabant en waar we directe relaties mee aan kunnen gaan.

Om TFL binnen de regio op de kaart te gaan zetten, worden de volgende projecten voorgesteld:

- **Werving nieuwe Life coaches en Gastvrouwen- en/of heren**, woonachtig binnen dit werkgebied. Uit deze groep mensen zullen we enkele 'regio-ambassadeurs' benoemen die TFL gaan representeren.
- **Netwerken in de sector zorg**. Wij presenteren ons bij zorginstellingen, zoals bij de ziekenhuizen, inloophuizen en revalidatiecentra.
- **Aangaan van samenwerkingsverbanden met strategische partners in het bedrijfsleven**. Mede op basis van het nu lopende afstudeeronderzoek van Joël Prat gaan we gericht op zoek naar deze partners om materiële en financiële hulp te krijgen.



- Aangaan van **samenwerkingsverbanden met interessante sportevenementen en -clubs**, en stimulering gebruik van de app **Fundrunner**.
- **Aangaan van samenwerkingsverbanden met goede doelen** die zich richten op de verbetering van kwaliteit van leven.
- **Het ontwikkelen van een haalbare en betaalbare promotiecampagne** met gebruikmaking van bekende sportambassadeurs, gericht op het vergroten van de naamsbekendheid in de regio. We kunnen daarvoor de eerder door De Compagnons / GVDW ontwikkelde basis voor een campagne gebruiken.

4.2 Verbeteren positionering

We ontvangen met regelmaat signalen dat niet meteen wordt begrepen wie wij zijn en wat wij als goede doel voor ogen hebben. Deels heeft dit te maken met onze naamgeving, deels met de 'gap' tussen wie we pretenderen te zijn en hoe we in de praktijk functioneren en deels ook met tekortkomingen in onze externe communicatie. We missen nog de effectieve inzet van video, deze vorm van communicatie blijkt in de praktijk de meeste aandacht te krijgen.

Door ons beter te gaan profileren als het goede doel waarbij bekende (ex-)topsporters zich inzetten voor onze gasten en er dus een sterkere profilering ontstaat met 'sport' kunnen we ons beter gaan onderscheiden (advies GVDW/De Compagnons).

Dat impliceert dus ook dat we vooral gasten met een zekere affiniteit met sport (zelf actief beoefenend en/of lieveling van sport) zullen aantrekken. Sport is ook wel de belangrijkste bijzaak en dat betekent dus ook dat we met deze profilering toch een zeer grote groep zullen aanspreken. Niet alleen gasten, maar ook donateurs en zakelijk partners zullen zich dan gemakkelijker tot ons aangetrokken voelen.

De volgende projecten worden opgestart:

1. **Ontwikkelen van professioneel folder- en affichemateriaal** voor de doelgroepen:

- zieken en hun naasten
- bedrijfsleven
- donateurs

In onze communicatie is het goed om rekening te houden met de adviezen van Dr. Montone.

2. **Ontwikkelen van een (online) marketing beleid incl. de uitvoering daarvan**, rekening houdende met de focus op de regio Groot Eindhoven.

3. Het in relatie tot de invoering van een online marketing campagne **actualiseren van de website en social media kanalen** (Facebook, Twitter, YouTube en LinkedIn)

4. Het planmatig produceren van effectief en professioneel **video-promotiemateriaal**.

5. **Ontwikkelen van een eigen webshop**. Deze webshop dient 2 doelen: vergroten naamsbekendheid en vergroting inkomensstroom.



6. Versterken van de band met een groep bekende actieve of ex-topsporters, met name uit de regio Groot Eindhoven. Doelstelling daarbij is dat zij actief worden bij onze (sportieve) activiteiten en ook als sportambassadeur voor ons willen gaan optreden. Met Robert van der Horst, captain van het Nederlands Hockey Elftal en van Oranje Zwart uit Eindhoven, zijn dergelijke afspraken gemaakt. Robert is dit jaar verkozen tot 'Beste hockeyspeler van de wereld' en 'Sportman van het Jaar' in Eindhoven.

Andere bekende (ex-)topsporters met een Eindhovense achtergrond zijn Hans van Breukelen en Björn van der Doelen die beide reeds actief zijn voor TFL. Maar ook Luuk de Jong, Pieter van den Hoogeband en Ranomi Kromowidjojo zouden heel goed in het rijtje passen.

7. Structurele invulling van onze nieuwsvoorziening aan gasten, donateurs en zakelijk partners in de vorm van het digitale Nieuwsbulletin en berichtgeving via social media.

Om deze projecten te kunnen laten slagen, zal uitbreiding van ons vrijwilligersbestand voorwaarde zijn. Denk aan functies Grafisch vormgever, Redacteur, Websitebeheerder, Social mediaplanner, Inkoper, Ambassadeurs, etc.

4.3 Uitbreiding van het dienstenaanbod

Tot nu toe zien we dat binnen het gastenbestand een 'harde kern' is van trouwe gasten die veel van onze evenementen bezoeken en die in veel gevallen met ons en onderling intensieve contacten onderhouden. Echter, een relatief substantiële groep gasten zien we nauwelijks bij onze evenementen en soms is er langdurig geen contact. Het komt zelfs voor dat ingeschreven gasten al overleden zijn zonder dat wij daarvan op de hoogte zijn. Dat is dan een duidelijk signaal dat de relatie met deze gasten te oppervlakkig is geweest.

De volgende projecten worden opgestart:

1. Het '1 op 1' koppelen van onze gasten aan een contactpersoon van TFL.

Deze contactpersoon is een nieuwe functie bij TFL en is goed te combineren met andere functies, zoals Life Coach of Gastheer-/vrouw. Doel is dat er minstens 1 x per maand persoonlijk contact is tussen onze gasten en vertegenwoordigers van TFL. De inhoud van deze contacten dient ook geregistreerd te worden in een nog in te voeren RBS, zie punt 2.

2. Introduceren van een Relatie Beheer Systeem.

In dit systeem kunnen alle persoonlijke (incl. medische)- en contactgegevens en alle contacten met relaties van TFL worden vastgelegd. Door de hantering van toegangsrechten kan ook worden voldaan aan privacy-eisen. Met de invoering van dit systeem wordt de relatie met onze gasten ook beter gemonitord en kan eerder eventueel passende actie ondernomen worden waardoor onze servicegraad vergroot wordt. De aanschaf van dit systeem kan als project waarschijnlijk extern worden bekostigd.



3. **Het invoeren van een fiets-, - en wandelprogramma.**

Tot nu toe hebben we geen goed gestructureerd 'beweegprogramma' gehanteerd. In de beginjaren waren we nog regelmatig met een fietsgroep op pad, maar de laatste tijd is dit enigszins 'verwaterd'. Daardoor zien we ook dat er steeds minder gasten bij komen die nog graag fietsen of wandelen met ons. Ander nadeel is dat we daardoor ook minder aandacht in de media hebben gekregen en men ons minder gaat associëren met sport.

Om dit tij te keren gaan we nieuw leven inblazen in ons 'Team Topsport for Life'. Deze fietsgroep kan dan vooral gaan deelnemen aan bekende grotere fietstochten zoals de Koos Moerenhout Classic, Gerrie Knetemann Classic, Amstel Gold Race toertocht en vooral ook tochten in de regio Groot Eindhoven. In het team gaan we dan fietsen met gasten, vrijwilligers en bekende (ex-) profwielrenners/topsporters.

Behalve dat we daarmee voldoen aan de behoefte aan 'samen zijn' en actief bezig zijn, bouwen we ook aan onze bekendheid en aan relaties met de organisatoren van deze evenementen. Deze relaties zouden kunnen gaan leiden tot het adopteren van Topsport for Life als goed doel gekoppeld aan die evenementen.

Behalve onze fietsactiviteiten kunnen we ook meer aandacht gaan geven aan wandelactiviteiten.

Het 'samen zijn' / lotgenotencontact staat daarbij voorop en we moeten vooral doorgaan met het organiseren van 'Samen Zijn'- bijeenkomsten.

Essentieel is dat we in een vroeger stadium zekerheid kunnen geven over activiteiten die op de kalender komen te staan. Met name in 2016 zijn we daarin tekort geschoten en dat mag niet meer gebeuren. Dit had te maken met onvoldoende organisatiecapaciteit, gebrek aan medewerking derden en tekort aan budget. Hiervoor zullen we dus wel oplossingen moeten vinden en ervoor moeten waken dat we aangekondigde Gastendagen niet waar kunnen maken.

De organisatie van 1 of meerdere vakantieweken voor Gasten moet een belangrijk doel blijven. Een effectieve en tijdige fondsenwerving is daarbij wel voorwaarde.

We blijven ons vooral profileren met sport, maar willen ook een gevarieerd aanbod blijven bieden rondom de in Hoofdstuk 2 (pag. 6) genoemde 7 thema's, zoals bijvoorbeeld met het bezoeken van culturele activiteiten en andere 'samen zijn' dagen. Het evenement 'Kerst proeven' in december 2016 kende grote belangstelling en lijkt dus ook een 'succesformule' waar gasten uit een groot deel van Nederland zich voor willen aanmelden.

Voor de planperiode 2017-2019 concentreren we ons op activiteiten in de regio Groot Eindhoven omdat het dan gemakkelijker is te organiseren, zowel qua inzet van vrijwilligers, het vinden van samenwerkingspartners en het vinden van budgetten. Activiteiten kunnen natuurlijk ook buiten de regio plaatsvinden, maar dan vooral op initiatief van vrijwilligers en/of gasten in die regio. Daarvoor kan de besloten Facebook-groep een belangrijk instrument gaan worden.

Ook kan het nieuw in te voeren Gastenpanel hierbij belangrijke input leveren.



4. **Realisatie van een 'Pluspakket' (concept naam) in 2018 waar op basis van een betaald abonnement aan kan worden deelgenomen.**

Hierbij kan worden gedacht aan een maandelijkse bijeenkomst in SX met een variatie aan activiteiten, zoals een voorlichtingsavond over 'leven met een levensbedreigende ziekte', 'alternatieve behandelmethodes', 'de invloed van gezonde voeding en beweging', meditatie- en yogasessies, etc.

Dr. Maurice Montone heeft het in zijn advies over interessante zaken die we onder de aandacht willen brengen: een gemeenschap opbouwen door het delen van gedachten/angsten/ervaringen, coaching op de verbinding tussen lichaam en geest en motiverende bijeenkomsten. Sportactiviteiten zijn daarin één van de middelen!

Dit initiatief zorgt niet alleen voor verdieping van ons aanbod, maar versterkt ook onze relaties met gasten en draagt bij aan grotere bekendheid. Verder valt te overwegen bepaalde diensten aan te gaan bieden aan het bedrijfsleven, mogelijk als onderdeel van een sponsorafpraak. Wij bieden hun zieke werknemers perspectief op beter omgaan met hun ziekte. HRM-afdelingen, Arbodiensten van bedrijven kunnen dan onze partners en sponsors worden.

4.4 Versterking van de organisatie

Het onderstaande moet worden gerealiseerd:

1. **Invoeren Managementteam en overleg- en beslissingsstructuur**

Het bestuur draagt eindverantwoordelijkheid en is beslissingsbevoegd over beleidsplan, financiën en aanstelling van nieuwe medewerkers en vrijwilligers. Coördinatoren dragen verantwoordelijkheid over het toegekende aandachtsgebied en hebben beslissingsbevoegdheid op operationeel niveau. Zij sturen binnen een bepaald project vrijwilligers aan. Een verantwoordelijke Coördinator kan ook een werkgroep (teamvorming, betrokkenheid van de andere vrijwilligers) formeren om een bepaald project of klus te (laten) klaren met een bepaald budget. De overige vrijwilligers hebben een verantwoordelijkheid over de goede uitvoering van het eigen takenpakket. Coördinatoren kunnen bij gebleken geschiktheid en ambitie deel gaan uitmaken van het bestuur en daarmee ook mede eindverantwoordelijkheid gaan dragen.

Vanaf de aanstelling van Coördinatoren hebben Bestuur en Coördinatoren gescheiden overleg gevoerd. Dit blijkt minder efficiënt te zijn. Vanaf 2017 wordt gewerkt met een maandelijks 'Managementteamoverleg' bestaande uit bestuur én coördinatoren. Ieder MT-lid heeft de verantwoordelijkheid over één of eventueel meer van de volgende gebieden:



1. Financiën (administratie en financieel beheer)
2. Secretariaat (office management, correspondentie, contracten, verslaglegging, procedures, etc.)
3. Good governance (jaarverslagen, interne controle, etc.)
4. Marketing & Communicatie/PR (incl. fondsenwerving, webshop, in- en verkoop)
5. Gasten (werving, inschrijving, begeleiding)
6. Vrijwilligers ('in-, door- en uitstroom', inclusief interne communicatie & opleiding)
7. Ambassadeurs
8. Gastendagen (voorheen 'Evenementen', individuele- en groepsactiviteiten)
9. Materiaalbeheer (aanschaf, onderhoud en gebruik vervoermiddelen, teamkleding, etc.)

In het MT wordt in gezamenlijk overleg beleid voorbereid en worden beslissingen genomen. Voor zwaarwegende en formele beslissingen neemt het bestuur de eindverantwoordelijkheid en neemt dan dus ook de eindbeslissingen.

Los van het 'MT' zal het bestuur nog 3 x jaarlijks formeel vergaderen over vaststelling beleidsplan en jaarverslagen.

Financiële transparantie is een voorwaarde voor goede besluitvorming, budgettering en verantwoord opereren door het Managementteam.

2. **Uitbreiding van het vrijwilligersbestand.**

De huidige organisatie bestaat uit een bestuur van 3 mensen (voorzitter, penningmeester en secretaris), een coördinatorteam van 3 mensen (aandachtsgebieden Gasten, Vrijwilligers, Evenementen en Fondsenwerving, PR & Communicatie), 1 Projectleider Marketing, 18 Gastheren- cq. vrouwen, 7 Life coaches, 5 Fotografen, 4 Projectleiders evenementen, 3 Teamartsen, 3 Verpleegkundigen, 1 Vertrouwenspersoon, 1 Redacteur social media, 2 Mecaniciens, 1 Chauffeur. Soms is het geen bezwaar meerdere functies te vervullen.

Gezien de voorgaand beschreven projecten is er behoefte aan uitbreiding van de bezetting op diverse gebieden. Beschikbaarheid, inzetbaarheid, geschiktheid binnen onze bedrijfscultuur en natuurlijk kwaliteit/expertise zijn bij het werven belangrijke criteria.

Eén van de belangrijkste in te vullen functies op korte termijn is die van professioneel Fondsenwerver. Het bestuur zal daartoe ook besluiten tot een passende beloning, welke gerelateerd zal worden aan de door de functionaris verworven fondsen. Het is dus voorlopig níet de bedoeling aan deze functie een vast basissalaris te koppelen.

Daarnaast willen we het bestand Life Coaches landelijk verder uitbreiden, onder andere door samenwerking met de Life Coaches Professional Group.

3. **Invoering Handboek Vrijwilligers en vrijwilligersovereenkomsten**

Het in 2016 ontwikkelde Handboek Vrijwilligers zal z.s.m. worden geïntroduceerd en er dienen met alle vrijwilligers die in relevante functies actief zijn (nieuwe) vrijwilligersovereenkomsten worden opgesteld.



4. **Invoering regelmatige vrijwilligersbijeenkomsten**

Om meer gestructureerde binding met onze vrijwilligers te krijgen, komt er minimaal twee keer per jaar een programma in het kader van teamvorming, naast deskundigheid bevorderende themabijeenkomsten. Ook moet er een helder introductieprogramma voor nieuwe vrijwilligers (rekening houdend met verschillen in functies) worden opgesteld.

5. **Invoering gastenpanel**

Van gasten willen we minimaal twee keer per jaar inbreng door middel van een samen te stellen gastenpanel.

6. **Versterking administratieve organisatie**

Bovenstaande vereist ook een extra inspanning op het gebied van administratie. Facturatie, verwerking mutaties, projectbudgettering en opstelling tussentijdse resultaten zijn enkele taken die een veel grotere inzet op dit gebied vereisen. Dit wordt tot nu toe ook in hoofdzaak gedaan door de voorzitter, maar dat is bij verdere groei niet langer acceptabel.



5. Conclusie

Zodra besluitvorming heeft plaatsgevonden wordt een Masterprojectplan opgesteld waarin wordt omschreven wanneer projecten opgestart worden, welk budgetten daarvoor eventueel nodig zijn, wie daarbij de projectleiders en evt. werkgroepleden gaan worden en welke einddata worden bepaald.

Dit beleidsplan beschrijft de richting maar ook ons doel voor de komende jaren. Er dienen 'bergen verzet te worden' en dat hoofdzakelijk door vrijwilligers. Een grote uitdaging ligt daarmee voor ons.

We bereiken dat doel slechts wanneer we er allemaal echt voor willen gaan en bereid zijn om soms moeilijke keuzes te maken. De mensen voor wie wij dit allemaal doen zijn onze belangrijkste inspiratiebron. Zij hebben géén keuze en móeten elke dag weer 'presteren'. Klagen heeft geen zin en velen dragen hun lot heldhaftig en roepen grote bewondering bij ons op. Met deze vaak indrukwekkende voorbeelden helder in ons vizier, gaan wij SAMEN ons doel bereiken en het verschil maken voor de mensen voor wie we ons inzetten. SAMEN zullen we heel veel plezier en voldoening gaan vinden in de klus die te wachten staat!

**SAMEN STRIJDEN
IS TOPSPORT**  **TOPSPORT FOR LIFE**

