



Stichting Sinterklaaspret

Meerjarenbeleidsplan 2012-2014

(versie 28 april 2012, definitief)

Inhoudsopgave:

Voorwoord	blz. 3
1. Missie en kernwaarden	blz. 4
2. Visie	blz. 5
3. Strategie en beleid	blz. 6
a. Afbakening van het werkgebied	
b. Bereiking van de doelgroep	
c. Werving van sponsors en partners	
d. Sponsoracties	
4. Financieel beleid	blz. 8
5. Activiteiten- en sponsorplan	blz. 9

Voorwoord

Voor u ligt het eerste meerjaren beleidsplan van de Stichting Sinterklaaspret te Huissen.

Het initiatief tot oprichting van de stichting is genomen vanuit een maatschappelijke betrokkenheid van de initiatiefnemers. De doelstelling en activiteiten van de stichting worden mede gedragen door de Rotaryclubs Arnhem-Huissen en Lingewaard.

Geconstateerd werd dat een toenemend aantal kinderen, hetzij door de financiële situatie van het gezin, al dan niet veroorzaakt door de economische crisis, hetzij door een vorm van emotionele verwaarlozing, niet kunnen meedoen bij de viering van het jaarlijkse sinterklaasfeest. Hierdoor ontstaat voor deze kinderen een situatie waarin zij een achterstelling voelen bij andere kinderen in hun omgeving. Andere kinderen mogen op 6 december hun ontvangen sinterklaascadeaus op school tonen. Zij hebben echter niets gekregen. Dat is aan een kind niet uit te leggen. Waarom reed de Sint hun deurtje voorbij?

De Stichting Sinterklaaspret beoogt om dit kleine kinderleed te voorkomen. Na een geëvalueerde pilot rond het sinterklaasfeest van 2011 is besloten om de komende jaren structureel op dit thema aan de slag te gaan. Dit beleidsplan is gericht op de jaren 2012 t/m 2014.

In dit plan leest u onze missie, visie en strategie, alsmede onze beleidsuitgangspunten. Daarbij beschrijven wij tevens op welke wijze wij graag met partners en sponsors samenwerken om ons doel te bereiken en welke kaders wij ons daarbij hebben gesteld.

Bestuursleden:

- | | |
|-----------------------|--------------------|
| • Joke van Roosmalen | Voorzitter |
| • Hans Teunissen | Penningmeester/ PR |
| • Paul Benders | Secretaris |
| • Jan Willem Heijting | Sponsoring |
| • Pim Miltenburg | Sponsoring |
| • Gerald Willemsen | Sponsoring |
| • Hennie van de Weerd | Logistiek |

1. Missie en kernwaarden

De missie van de stichting Sinterklaaspret is kernachtig geformuleerd en brengt in één zin tot uitdrukking waar de stichting voor staat.

“Sinterklaaspret voor ieder kind, geen kind mag buiten de pakjesboot vallen.”

Onze kernwaarden zijn:

- Een proactieve houding
- Respect
- Verantwoordelijkheid
- Solidariteit
- Afspraak=afpraak
- Gastgerichtheid
- Flexibiliteit
- Communicatie

2. Visie

Stichting Sinterklaaspret is een stichting die als doel heeft fondsen te verwerven om sinterklaascadeaus te kopen voor basisschoolkinderen tot en met 12 jaar die door slechte financiële middelen van ouders of verzorgers of door emotionele verwaarlozing geen sinterklaascadeaus zullen krijgen.

Indien in een bedoeld gezin met basisschoolkinderen (4-12 jr), óók nog kinderen aanwezig zijn onder de basisschoollleeftijd (< 4 jr), dan behoren ook zij tot de doelgroep.

De benodigde fondsen zal de stichting verkrijgen door het aanwerven van geldelijke sponsors en het (laten) organiseren van sponsoracties.

Zicht op de doelgroepkinderen krijgt de stichting door gebruik te maken van intermediairs. Dit zijn relevante maatschappelijke instanties die direct contact hebben met deze doelgroep, zoals de voedselbank, het maatschappelijk werk, de kerken en de scholen.

Om haar activiteiten te ondersteunen verzoekt de stichting de belangeloze medewerking van partners. Hierbij wordt gedacht aan het verzorgen van drukwerk, het onderhouden van een website, externe communicatie en public relations. De belangeloze medewerking kan ook worden gezien als een vorm van sponsoring.

Stichting Sinterklaaspret schenkt alle opbrengsten aan het beoogde doel.

Goed uitgangspunt van de stichting is dat alle sponsorgelden worden aangewend ten bate van het hiervoor geformuleerde doel. Met andere woorden: er blijft geen cent aan de strijkstok hangen.

Op deze regel zijn inmiddels enkele uiterst geringe uitzonderingen noodzakelijk gebleken; zoals bijvoorbeeld de inschrijving bij de Kamer van Koophandel, de registratie van het domeinpakket van de website en bankkosten.

De bestuursleden verrichten hun taak volledig belangeloos en verwachten dat ook van alle ondersteuners die zijdelings kleine of grotere activiteiten verrichten. Solidariteit in de samenleving is hierbij een kerngedachte.

3. Strategie en beleid

a. Afbakening van het werkgebied

De stichting voert het beleid dat het werkgebied zodanig beperkt van omvang moet zijn dat dit goed aansluit bij dat van de intermediairs en sponsors. Om die reden beperkt dit werkgebied zich tot de gemeente Lingewaard.

Indien buiten dit werkgebied ook belangstelling ontstaat voor de werkwijze van de stichting, dan kan langs hetzelfde criterium een nieuw werkgebied of meerdere nieuwe werkgebieden worden gevormd. Deze nieuwe werkgebieden mogen/kunnen gebruik maken van de kennis en ervaring, de naam en werkwijze van de Stichting Sinterklaaspret te Huissen, maar zullen vervolgens een eigen bestuur en eigen netwerk van lokale intermediairs en sponsors moeten opbouwen. Geografische uitbreiding van de activiteiten zal dus moeten plaatsvinden middels een “celstructuur”, door het ontwikkelen van nieuwe cellen.

b. Bereiking van de doelgroep

De Stichting Sinterklaaspret wil door haar activiteiten slechts faciliterend zijn bij het beschikbaar stellen van sinterklaascadeaus. Zij heeft niet noodzakelijkerwijs zelf contact met de doelgroepkinderen en –gezinnen. Hiermee komt de stichting tegemoet aan een mogelijk schaamtegevoel van de doelgroep en beoogt hiermee een drempelverlaging te bereiken.

De strategie is om gebruik te maken van intermediairs, zoals hiervoor al genoemd. Deze intermediairs hebben immers al contact met de doelgroepgezinnen; juist door de situatie waarin deze gezinnen verkeren.

De stichting geeft de intermediairs uitleg over de criteria die zij hanteert om de doelgroep te bepalen en af te bakenen. Hierna gaat de stichting er van uit dat de intermediairs professioneel en integer met deze criteria omgaan.

De stichting gebruikt intermediairs waarvan zij inschat dat deze een voldoende zicht hebben op de gehele gezinssituatie van de betreffende doelgroep.

De Stichting Sinterklaaspret ontvangt en beoordeelt de aanvragen van de intermediairs en bepaalt uiteindelijk welke kinderen in aanmerking komen. Het kan immers ook zijn dat verschillende intermediairs onafhankelijk van elkaar hetzelfde kind voordragen. De sinterklaascadeaus bereiken de kinderen door tussenkomst van de intermediairs.

c. Werving van sponsors en partners

Sponsors en partners worden in beginsel geworven binnen het werkgebied. Het kunnen lokale ondernemers en/of particulieren zijn. De stichting streeft naar een wat groter aantal sponsors die elk een bepaald bedrag schenken. Daarbij liever iets vaker een kleiner bedrag van meerdere sponsors dan één of enkele grotere bedragen van weinig sponsors.

Deze vorm van spreiding beperkt enerzijds het risico van “afhakende sponsors”. Anderzijds raken zo meer ondernemers en particulieren “warm betrokken” bij het gedachtegoed van de stichting. Dit draagt bij aan de sociale cohesie in de lokale gemeenschap.

Hetzelfde beleid geldt de partners die de stichting ondersteunen.

Een voorbeeld: een belangrijke sponsor én tevens partner is de lokale speelgoedwinkel die bereid is om tegen sterk gereduceerd tarief sinterklaascadeaus te leveren en daarbij tevens een belangrijke bijdrage te leveren aan het logistieke proces; lees: de distributie.

De stichting kan een sponsor of partner weigeren waarvan zij vermoedt dat de doelstellingen van deze sponsor of partner strijdig zijn met de belangen van kinderen.

d. Sponsoracties

Sponsoracties kunnen zijn: lege flessenacties, sponsorlopen, wandeltochten, wijnproeverijen, rommel-/boekenmarkten, etc.

De stichting organiseert deze sponsoracties in beginsel niet zelf. Zij verzoekt partners in het werkgebied om de organisatie op zich te nemen ten bate van de stichting. Partner kunnen in dit verband zijn: scholen, sportverenigingen, dorpshuizen, rotary- en andere serviceclubs, etc.

4. Financieel beleid

In 2011 is de stichting gestart met een 'pilot'. De financiële uitkomsten hiervan zijn verwerkt in de balans per 31 december 2011 en de Staat van baten en lasten over 2011 (zie bijlage 1). Deze 'pilot' heeft als basis gediend voor de onderstaande begroting over de jaren 2012 t/m 2014.

		2012	2013	2014
Ontvangen giften		4.000	4.250	4.500
Af: Verstrekte geschenken	1)	-3.500	-4.000	-4.500
		500	250	0
Exploitatiekosten				
Computerkosten		30	30	30
Kamer van Koophandel		30	30	30
Algemene kosten		250	250	250
Bankkosten		100	100	100
		410	410	410
Resultaat	2)	90	-160	-410

- 1) In het 'pilot' jaar zijn er circa 140 kinderen van een geschenk voorzien. Mede als gevolg van de economische crisis is er de verwachting dat dit aantal de komende jaren alleen maar zal toenemen. Vandaar de stijging in verstrekte geschenken.
- 2) Het resultaat wordt toegevoegd, dan wel onttrokken aan het stichtingskapitaal.

Het bestuur heeft als doelstelling dat het stichtingskapitaal maximaal de omvang heeft van de te verstrekken giften in een jaar. Mochten de ontvangen giften de verstrekte geschenken ruimschoots gaan overschrijden, dan zal er voor gekozen worden de waarde van de geschenken te verhogen, dan wel aanvullende sinterklaasactiviteiten voor de doelgroep te gaan organiseren, dan wel de fundraising te remmen tot het noodzakelijke niveau.

5. Activiteiten- en sponsorplan

Jaarlijks stelt de stichting een beknopt en praktisch activiteiten-, sponsor, en logistiek plan vast. In dit plan/deze plannen wordt langzaam toegewerkt naar de datum 5 december.

In het lopende jaar wordt getracht sponsors te werven en particuliere giften te verkrijgen. Daarnaast tracht de stichting anderen te mobiliseren om sponsoractiviteiten op touw te zetten.

In november, na de aankomst van Sinterklaas in Nederland, komt het logistieke proces rondom de sinterklaascadeaus op gang. De aandacht wordt dan verschoven van fondsenwerving (inkomsten) naar logistiek (uitgaven).