

Fondsenwerving voor de gezondheidszorg

**FONDSENWERVING
VOOR DE GEZOND-
HEIDSZORG
SUCCESVOL
ONTWIKKELEN
VAN NIEUWE
GELDSTROMEN
SOFIE BIENERT
FUSIEN VERLOOP
& HANS VAN DER
WESTEN
WALBURG
PERS**

WalburgPers



Deze uitgave kwam tot stand mede dankzij financiële steun van STZ

© 2014 Sofie Bienert, Fusien Verloop en Hans van der Westen, p/a Uitgeversmaatschappij Walburg Pers, Zutphen

www.walburgpers.nl

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veelevoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voorzover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16b Auteurswet 1912 juncto het Besluit van 20 juni 1974, Stb. 351 zoals gewijzigd bij Besluit van 23 augustus 1985, Stb. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3051, 2130 KB Hoofddorp). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) dient men zich tot de uitgever te wenden.

Zoveel mogelijk is getracht de eventuele rechthebbenden van de afbeeldingen te achterhalen. Rechthebbenden die in dit verband niet zijn benaderd wordt verzocht zich met de uitgever in verbinding te stellen.

Omslagontwerp: Walburg Pers, Zutphen
Vormgeving binnenwerk: Marijke Maarleveld, ViaMare, Zutphen

ISBN 978.90.5730.971.7
NUR 780

Inhoud

Proloog	11
Voorwoord	13
Inleiding: Het perspectief	15

Deel I Fondsenwerving in vogelvlucht

HOOFDSTUK 1 Trends	19
Geven aan gezondheidszorg in Nederland	19
Bronnen, doelen en trends in 2011	20
Wat valt hierin op?	20
Geefgedrag van donateurs	20
Geven door bedrijven: lagere bedragen en sponsoring in natura	21
Vermogende Nederlanders geven meer	21

HOOFDSTUK 2 Lessons learned	23
Ervaringen uit de zorgsector	23
Wat houdt de zorgsector tegen?	24
Eén goed fiscaal idee	26
Hoe kan het beter en met meer succes?	26

Interview: Ipse de Bruggen, Marjan IJkema 28

HOOFDSTUK 3 De winst	31
Een onderscheidend en beter product	31
Uw reputatie als cliëntgerichte organisatie	31
Een sterkere binding	31
Een groter netwerk en relatiebestand	31
Méér dan een MRI-scanner	32
Meer interne motivatie	32
Verkooprace en Samenwerk/ven	32

Interview: st. Antonius Onderzoeksfonds, Maarten Rook 33

- HOOFDSTUK 4 De vijf succesfactoren** 37
1. Positief imago en voldoende bekendheid:
bekend maakt bemind 37
 2. Visie, ambitie en aansprekend doel:
een goed verhaal is het halve werk 39
Keuzes maken 39
Betrokkenheid bij fondsenwerving verbreden 40
Waarvoor kunt u werven? 40
Onderzoek staat centraal 41
Vraag het de potentiële donateur 41
 3. Inspirerend leiderschap 42
Twee voorbeelden uit de praktijk 42
Artsen helpen bij de werving 43
 4. Goed netwerk en voldoende grote doelgroep voor werving 43
 5. Organisatie ingericht op fondsenwerving 43

Interview: Health Foundation Limburg, Ellen van de Ven 45

Deel II Doelgroepen en technieken

- HOOFDSTUK 5 Samenwerken met bedrijven** 51
- Maatschappelijk verantwoord ondernemen 51
- Welke bedrijven zijn interessant? 51
- Concrete en passende projecten 52
- Samenwerking met leveranciers 52
- Uw instelling heeft bedrijven iets te bieden 53
- Relatie evenementen 54
- Aanpak van de werving 54
- Voorbeeld van het wervingsproces 55
- Een businessclub starten 56
- Succesfactoren van een businessclub 56
- De HagaAmbassade 57

Interview: Pluryn en st. Cardo, Eric Tonn 58

HOOFDSTUK 6 Aanvragen bij fondsen en loterijen 61

- Fondsen in soorten en maten 61
- Waarvoor kunt u aanvragen? 61
- Passende vermogensfondsen opsporen 62
- Het eerste contact leggen 62
 - Een goede relatie helpt 63
- Vraag op tijd aan met een concreet plan 63
- Begroting en dekkingsplan op orde 64
- De relatie onderhouden en verantwoording afleggen 64
- Zelf doen of uitbesteden 64
- Samenwerken met gezondheidsfondsen 65
 - Samenwerken met bijvoorbeeld de Nierstichting of Hartstichting 65
 - Positief effect 66
- De VriendenLoterij 66

Interview: Fonds NutsOhra, Ann Kusters 68

Interview: Longfondsen, Michael Rutgers 72

HOOFDSTUK 7 Vrienden, donateurs en crowdfunding 75

- De donateurspiramide 75
 - Burgemeester 1e Vriend Honingraad 76
- Een lange adem 77
 - Nog bijna 600 Vrienden 77
- Waarom geven donateurs? 77
- Onderzoek wat haalbaar is 78
 - 1000 Rozen voor Tabor 78
- Brieven (direct mail) 79
- Bellen (telemarketing) 79
 - De Endometriosestichting belde al haar donateurs 79
 - Het Nationale Ballet belt voor het goede doel 80
- Werving op straat, in de hal of huis aan huis 80
 - Donateurs werven met senioren 81
- Crowdfunding 81
- Online fondsenwerving 82
 - Werven met SMS 82
- Patiënten benaderen 82
 - Ziekenhuizen en giften van patiënten 82
- Privacywetgeving 83
- Life Time Value 83
 - Rekenvoorbeeld 84

Interview: Hospice Wijchen, Ton van Dillen en Rob Jeurissen 85

HOOFDSTUK 8 Grote giften werven 89
‘Big money follows big ideas’ 89
 Vrienden van het JBZ realiseren 10 projecten voor de nieuwbouw 90
Het profiel van een gulle gever 90
 Dankzij een grote gift 91
10 redenen om NIET te geven 91
Het wervingsproces 91
 Canisius Wilhelmina Ziekenhuis werft met vallen en opstaan 92
Bedanken 92
Invloed van grote gevers 93
Fiscale aspecten 93

Interview: *AMC Foundation, Mireille van der Meij* 94

HOOFDSTUK 9 Actief nalatenschappen werven 99
Profiel van een potentiële erflater 99
Hoe gaat nalaten? 99
Wanneer is het zinvol om in te zetten op nalatenschappen? 100
Communicatie, voorlichting en service 101
Lange termijn visie 102

HOOFDSTUK 10 Wervende acties en evenementen 103
Bijkomende voordelen van evenementen 103
Terugkerend evenement 104
 Loop met je dokter 104
Een evenement verkopen 105
 40 vrijwilligers voor de Duckrace 105
Een evenement effectief organiseren 105
Acties van derden stimuleren 106
 Winkeliers plakken euro’s 106
Actievoerders ondersteunen 106
 Online actie voeren voor SMA 107
Samenwerken met serviceclubs 107
 De Botary roeiwedstrijd 108

Interview: *Helen Dowling instituut, Door Vonk* 109

HOOFDSTUK 11 Subsidies van overheden	113
Inventariseren van mogelijkheden	113
ZonMw	114
Aandachtspunten	114
Samenwerkingsverbanden voor zorginnovaties	114
HOOFDSTUK 12 Organisatie van fondsenwerving	117
Wel of niet in het bestuur van de Vriendenstichting?	117
Eén fondsenwervende stichting of een apart (onderzoeks)fonds	118
Een actief of toezichhoudend bestuur	118
Fiscaal advies	118
De ANBI-status helpt	119
Comité van Aanbeveling	119
Profiel en plaats van de fondsenwerper	119
Werken met een externe adviseur	119
Stap voor stap werven	120
Voorbeeld geeftabel	121
<i>IF-Academy</i>	122
Interview: <i>Jeroen Bosch Ziekenhuis, Trudy Lemmers</i>	123
Over de auteurs	125
Leessuggesties en relevante websites	126

Proloog

Steeds meer professionals in de ziekenhuiszorg moeten op zoek naar alternatieve financieringsbronnen voor aanvullende activiteiten, zoals extra voorzieningen voor patiënten en onderzoek. Dat is de reden dat de vereniging Samenwerkende Topklinische opleidingsZiekenhuizen (STZ) dit boek mede mogelijk heeft gemaakt. Dit boek wordt onder andere verspreid onder alle STZ ziekenhuizen. Hiermee onderschrijft de STZ het belang van fondsenwerving en sponsoring voor onderzoeken zorg en welzijn voor haar leden. De STZ is actief betrokken geweest bij de totstandkoming van deze uitgave met een overzicht van mogelijke private financieringsbronnen en een eerste kennismaking met manieren om deze te benaderen.

Als netwerkorganisatie heeft STZ het delen van 'best practices' op diverse terreinen als uitgangspunt. De STZ geeft hiermee ook het belang aan van een op de gezondheidszorg gerichte publicatie, die naast vele praktijkvoorbeelden en interviews een indruk biedt van het werkveld en de kansen.

Dr. Fenna Heyning, directeur STZ



Over STZ

Binnen de STZ werken achtentwintig grote opleidingsziekenhuizen door heel Nederland samen aan hooggespecialiseerde medische zorg. Kern van de samenwerking zijn de pijlers Topklinische & Toppreferente Zorg, Opleiding & Onderwijs, Onderzoek & Innovatie. Een uniek kenmerk van de STZ is het paritair bestuur en ledenvergadering. Bij alle beraadslagingen en beslissingen zijn zowel zorgbestuurders als medisch specialisten van de 28 lid-ziekenhuizen betrokken. Daarnaast bestaan diverse werkgroepen die best practices delen en de ziekenhuizen adviseren over actuele ontwikkelingen op het gebied van opleiding & onderwijs, topklinische zorg, wetenschap, kwaliteit, p&o en fondsenwerving. Deelnemende ziekenhuizen moeten voldoen aan 42 toelatingscriteria, die via (her)visitatie minimaal iedere vijf jaar worden getoetst. De 28 ziekenhuizen tellen samen ca. 94.000 medewerkers (67.000 fte), 5.000 stafleden, ruim 2100 aio's, 80 hoogleraren en ruim 7 miljard euro omzet in patiëntenzorg. STZ-ziekenhuizen verzorgen 37% van de medisch-specialistische opleidingen (de umc's 51% en de overige ziekenhuizen, w.o. categorale 11%).

Voor meer informatie: www.stz.nl

Voorwoord

Fondsenwerving biedt onvoorziene perspectieven

‘Ik heb altijd al affiniteit gehad met vrijwilligers die zich inzetten voor goede doelen, zoals de bestuursleden van onze Vriendenstichting die geweldig werk doen voor ons STZ ziekenhuis. We begonnen zo’n twee jaar voor onze verhuizing naar de nieuwbouw met de voorbereidingen voor sponsor- en fondsenwerving. Ik werkte er graag aan mee, ook omdat de campagne een bijdrage zou leveren aan de begroting van de nieuwbouw, al bleef dat beperkt tot enkele procenten. Ik moet eerlijk zeggen dat ik destijds af en toe wel aarzelingen had bij de lange aanloop en de voorinvesteringen van de fondsenwervende campagne.

In 2011 trad ik toe tot de Raad van Bestuur. Omdat wij een collegiaal bestuur vormden en ik het ook gewoon leuk vond, nam ik de bestuurszetel in de Vriendenstichting over van Willy Spaan, die overigens samen met mijn voorganger Peter de Kubber alle credits verdient voor het opzetten van ons sponsor- en fondsenwervingsbeleid. Door het meewerken in en aan de fondsenwerving ben ik overtuigd geraakt van de meerwaarde voor ons ziekenhuis.

We hebben sinds 2009 ruim 3 miljoen euro ingezameld en de structurele inkomsten zijn nog in opbouw, dat loopt nu op tot zo’n € 250.000 per jaar. Dat zijn allemaal middelen die we direct ten goede kunnen laten komen aan een betere verblijfservaring van onze patiënten. Dat zit vaak in kleine dingen. Met wat we nu al inzamelen kunnen we dus veel extra voorzieningen aan onze patiënten aanbieden.

Maar dat geld en die extra voorzieningen zijn misschien niet eens de belangrijkste winst. Met een zéér daadkrachtig Vriendenbestuur, een ontzettend leuk tweejaarlijks gala, allerlei clubs die acties voor ons doen, allerlei nuttige nieuwe contacten in diverse netwerken, en op weg naar 5000 zeer betrokken donateurs, zijn we ook veel zichtbaarder in de stad en regio. Met een sterke boodschap: we doen er alles aan om het voor onze patiënten zo goed mogelijk te organiseren. Daarom willen we doorbouwen. We hebben inmiddels een stevige infrastructuur opgebouwd, met het Vriendenbestuur, interne Ambassadeurs op de afdelingen, onze eigen businessclub *Health2-Business*, allerlei (sport)clubs en groepen die acties voor ons organiseren, en met alle donateurs. De persoonlijke en actieve

betrokkenheid van zoveel mensen bij het verbeteren van de zorgverlening in ons ziekenhuis is echt hartverwarmend en in feite onbetaalbaar.

Al met al ben ik nu misschien een dag per maand hiermee bezig en dat is te overzien. Die tijd besteed ik ook effectief en actief. Wij spreken in netwerken iedereen aan die maar kan helpen, ik doe dat ook en van harte. Met leveranciers spreek ik ook, maar niet tijdens contractonderhandelingen, daarvoor hebben we een protocol dat prima werkt. We schrijven ontslagen patiënten aan en vragen of ze Vriend willen worden en spreken mensen aan in de hal. Dat kan gevoelig liggen, ik bewaak dat dat goed gaat. We werven heel zorgvuldig, met professionals, want met alleen vrijwilligers en persoonlijke passie krijg je misschien een keer een acuut probleem opgelost, maar nooit zo'n substantieel en structureel programma opgebouwd. Onze gevers en sponsors begrijpen dat ook. Klachten over onze fondsenwerving krijgen we eigenlijk zelden. En mocht het incidenteel voorvallen, dan neem ik in principe zelf contact op. Dat stellen mensen zeer op prijs.

Tot nu toe werven we vrijwel uitsluitend voor extra voorzieningen voor patiënten, maar het doelprogramma kan en moet breder. Als topklinisch opleidingsziekenhuis is het onze ambitie om ook substantieel wetenschappelijk toegepast onderzoek te doen. Daar liggen zeker kansen. Ook de druk op onze medisch-technische voorzieningen wordt steeds groter. Ik acht het goed mogelijk om ook die mogelijkheid verder te gaan verkennen. Maar dit voelt nu vooral als een uitdaging en niet meer als een 'no go area' zoals in het begin. Er lijkt nu veel meer mogelijk dan we vooraf hadden voorzien.

Ik hoop dat mijn ervaringen en die van andere zorginstellingen u een beetje verder kunnen helpen op deze veelbelovende weg!

Drs. Peter Langenbach RC
Raad van Bestuur Jeroen Bosch Ziekenhuis, lid van STZ

Inleiding: Het perspectief

Sinds de invoering van de budgettering in de gezondheidszorg wordt er in de sector gesproken over sponsor- en fondsenwerving. Voorstanders propageren dat instellingen er beter van worden. Zij realiseren er immers onderzoek of extra voorzieningen mee die het verblijf voor patiënten en cliënten veraangename en het behandel- en herstelproces bevorderen. Tegelijk ontwikkelen de instellingen nuttige nieuwe relaties en bouwen aan hun reputatie als patiëntgerichte zorginstelling: belangrijke bijkomende voordelen van sponsor- en fondsenwerving om markgericht te kunnen werken.

De grote meerderheid van de beleidsbepalers in de zorgsector aarzelt echter over de inzet van sponsor- en fondsenwerving. Interne discussies gaan vooral over vooronderstellingen, beperkingen en risico's: 'het kost veel tijd', 'levert weinig op', 'sponsors willen altijd iets terug', 'we moeten niet afhankelijk worden', 'het is onethisch om steun te vragen aan patiënten'. Onbekendheid met het vakgebied maakt onbemind.

Pionierende zorginstellingen die wel met werving aan de slag zijn gegaan, doen dat vaak met veel succes. Zij ervaren dat Nederlanders vaak veel verder zijn in hun bereidheid om te doneren of sponsoren dan interne 'stakeholders' verwachten. Geven aan een zorginstelling is inmiddels normaal en een alternatief voor geven aan goede doelen. Ook de veronderstelde risico's blijken in de praktijk nihil.

Kortom, de zorgsector doet er goed aan de grote kansen die er liggen te benutten. Er zijn inmiddels, ook in Nederland, genoeg ervaringen die dat onderschrijven. Dat is onze drijfveer om dit boek te schrijven, met ondersteuning van STZ. Het is bedoeld voor iedereen in de gezondheidszorg die meer wil weten over fondsenwerving en sponsoring en biedt naast vele praktijkvoorbeelden en interviews een indruk van het werkveld en de kansen.

We danken graag de STZ en in het bijzonder Elmar Beekman (STZ werkgroep subsidiemanagement en fondsenwerving), Trudy Lemmers (Jeroen Bosch Ziekenhuis), Jan Versteegh (st. Antonius Onderzoeksfonds) en alle geïnterviewden voor het mede mogelijk maken van dit boek.

Sofie Bienert, Fusien Verloop en Hans van der Westen