

## ‘Iedere stap telt’



## Meerjarenbeleidsplan

2017-2020

## Voorwoord

De Bas van de Goor Foundation (BvdGF) is inmiddels een vaste waarde geworden in het diabetes landschap. Onze boodschap over het belang van sport en bewegen bij diabetes is inmiddels op veel plaatsen geland. Daar zijn we als bestuur trots op. Het is het resultaat van een gezamenlijke inspanning en het startschot voor een enthousiaste, positieve en betrokken participatie in het diabeteswerkveld.

De omgeving staat echter niet stil. Zelfmanagement speelt de komende jaren een belangrijke rol om de kosten in de gezondheidszorg terug te dringen<sup>1</sup>. Het door het VWS ingezette beleid is aanleiding voor de BvdGF om zelfmanagement tot het centrale thema van de komende jaren te maken. De eigen verantwoordelijkheid in de omgang met diabetes zal de komende tijd in belangrijkheid alsmear toenemen. De BvdGF heeft haar boodschap de laatste jaren op een laagdrempelige wijze voor het voetlicht gebracht en biedt daarmee een uitstekend vertrekpunt om zelfmanagement op een goede wijze onder de aandacht te brengen.

De BvdGF wordt alom gerespecteerd onder de goede doelen. Met grote regelmaat komen we de BvdGF tegen in de media. De professionalisering van de organisatie heeft hiermee gelijke tred gehouden. Succesvol zijn is mooi, succesvol blijven is belangrijker. Als bestuur zien we het als onze taak dit proces verder gestalte te geven door de zuiverheid in besturen een harde randvoorwaarde te laten zijn. In de eerste plaats waar het gaat om de aan ons verstrekte gelden. Transparantie en een open communicatie zijn daarbij voor ons sleutelbegrippen. Met deze grondhouding zal met vereende krachten de komende jaren gewerkt worden om de missie van de BvdGF verder gestalte te geven. Met andere woorden middels sport en bewegen dienstig zijn aan de diabeteszorg in Nederland.

Namens het bestuur van de BvdGF,

Gaston Sporre  
Voorzitter Bas van de Goor Foundation

# Inhoudsopgave

## Voorwoord

<b>1. Inleiding</b>	<b>4</b>
<b>2. Bas van de Goor Foundation</b>	<b>6</b>
2.1 Missie	6
2.2 Visie	6
2.3 Kernwaarden	6
<b>3. Doelstellingen</b>	<b>7</b>
3.1. Doelstellingen	7
3.2. Doelgroepen	7
3.3. Strategie	8
<b>4. Activiteiten</b>	<b>9</b>
4.1. Activiteiten voor kinderen met diabetes	9
4.2. Activiteiten voor volwassenen met diabetes	9
4.3. Fondsenwervende activiteiten	9
<b>5. Organisatie</b>	<b>10</b>
5.1. Algemeen	10
5.2. Bestuur	10
5.3. Directie	10
5.4. Medewerkers	10
5.5. Ambassadeurs	10
5.6. Vrijwilligers	10
<b>6. Fondsenwerving</b>	<b>11</b>
6.1. Sponsors	11
6.2. Partners	11
6.3. Particulieren	12
6.4. Acties	12
<b>7. Communicatie</b>	<b>13</b>
7.1. Communicatiedoelen	13
7.2. Communicatiekanalen	13
7.3. Projectcommunicatie	14
<b>8. Begroting</b>	<b>15</b>
8.1. Baten	15
8.2. Lasten	15

## 1. Inleiding

### 'Wij willen levens veranderen'

**4 augustus 1996:** *de olympische volleybalfinale in Atlanta (VS). Nederland-Italië. Na ruim tweeënhalf uur is het 14-15 in de beslissende vijfde set. Matchpoint tegen. Wereldwijd tientallen miljoenen tv-kijkers zien Bas van de Goor - dan 25 jaar - de lucht in gaan voor een smash en houden de adem in. Het Italiaanse blok is kansloos. Twee opslagen van Van de Goor later is historie geschreven: Nederland wint olympisch goud. Het wordt verkozen tot Sportmoment van de Eeuw. De Brabander wordt uitgeroepen tot beste aanvaller van het toernooi.*

**11 november 2003:** *Bas van de Goor, na acht jaar als prof in Italië neergestreken bij het Nederlandse Dynamo, krijgt de diagnose van diabetes type 1. Matchpoint tegen. Maar hij speelt nog twee seizoenen door op het hoogste niveau. Ruim een jaar na zijn afscheid richt hij in 2006 de Bas van de Goor Foundation op, datzelfde jaar loopt hij een marathon en in 2008 beklimt hij de Kilimanjaro. Mét diabetes.*

„De bovengenoemde momenten zijn voor mij levensveranderend geweest. Die dag van de diagnose, in de herfst van 2003, het was als een schok voor mij. Tijdens mijn loopbaan als volleyballer heb ik veel blessures en ernstige kwalen (onder meer hersentrombose) gekend, waarvan ik telkens herstelde of genas. Maar dit, diabetes, was ongeneeslijk. Dezelfde avond besteedde het Sportjournaal er aandacht aan, aangevuld met beelden van de Engelse roeier Sir Steve Redgrave. Na zijn vierde olympische gouden medaille wilde Redgrave niet meer in de buurt van een roeiboot worden gesignaleerd, maar na zijn diagnose diabetes stapte hij toch weer in de boot richting de Spelen van 2000 en won in Sydney zijn vijfde gouden plak. Dat was voor mij een eyeopener, die beelden maakten mij duidelijk dat je met diabetes écht nog wel aan topsport kunt doen. Sir Steve is mijn inspirator. Zijn woorden, 'ik besloot dat ik niet met diabetes moet leven, maar diabetes gaat maar met mij leven', inspireerden mij. Dat zouden wij met de Foundation voor de mensen met (en zonder) diabetes in Nederland willen doen. Wij willen levens veranderen. Door mijn verhaal te vertellen, door onze ambassadeurs hún ervaringen te laten delen.

Normaal gesproken doorloopt een mens bij wie diabetes wordt gediagnosticeerd vier fases. De eerste is de klap na de vaststelling, daarna komt het gevoel dat je alles wilt weten en de vraag hoe de ziekte in te passen in je leven. De derde fase is dat je het eigenlijk weg wilt stoppen, recalcitrant gedrag richting diabetes. De vierde is dat het routine wordt. Ik prijs me gelukkig dat fase één ook maar één dag duurde en fase drie, waarvan ik dacht dat-ie nog zou komen, ik die niet heb gekend. Genoeg mensen blijven worstelen in fase één en drie; die mensen hoop ik er doorheen te helpen. Ik heb het geluk dat ik vanuit mijn karakter al easy going was, een positieve instelling had. Dat hielp me in mijn acceptatieproces en het straalt af op de Foundation en hoe wij de dingen willen aanpakken. Het is geen houding, maar iets natuurlijks. Dit is zoals ik ben, zoals wij zijn. Ook Jeroen en Lydia, als collega's met diabetes, hebben dat. We weten wat het inhoudt. Ik loop niet de hele dag op mijn meter te kijken, ben heus niet de hele dag met diabetes bezig. Maar ik vertel er wel steeds over. Mijn karakter is handig, want als je een controlefreak bent, is dat lastig; diabetes is immers niet altijd te controleren. Zorgen dat jouw bloedsuikerwaardes goed zijn, da's van belang. Maar nog belangrijker is hoe je door je eigen bril (ogen) tegen diabetes aan kijkt. Alsmede het positieve effect van sport en bewegen onderkennen. Met die boodschap willen we als Foundation kort tussen de ogen van de man, vrouw of het kind met diabetes binnenkomen, voor een stuk bewustwording zorgen en dan zijn we weer weg. En hopen we ondertussen ons doel te hebben bereikt.

Mijn vakgebied was volleybal. Van het veld komend, ben ik een half jaar manager geweest. Maar ik was al snel toe aan nieuwe uitdaging. Een intellectuele; volleybal alleen was een beetje leeg. Dit ligt

op het snijvlak van mijn leven, deze twee belangrijke punten: sport en diabetes. Ik had nooit gedacht vijf jaren vol te kunnen maken met de Foundation. Je kunt het immers niet alleen. En lukt het om er financiering voor te vinden? Is er draagvlak vanuit het medische werkveld?

Het idee werd gelukkig goed ontvangen. Inmiddels staat er een organisatie, die stapje voor stapje groeit, klein en wendbaar is, met een groot bereik. Ik merk dat ik levens verander, met zo'n fantastisch team van collega's. Haal veel energie uit het werk, die collega's en de mensen in het werkveld van de gezondheidszorg, autoriteiten op het gebied van diabetes.

Direct na m'n carrière zei ik: 'mooier dan dit wordt het niet meer'. Van die woorden kom ik langzaam terug. Dit doe je niet alleen voor jezelf, maar ook voor anderen en dat geeft heel veel energie. Qua geluismoment is het goud van Atlanta niet te overtreffen, qua euforie is dat de absolute piek. Maar als state of mind in het dagelijks leven, het jezelf prettig voelen, zowel thuis als op het werk en in de sport, dan zit ik nu misschien nog lekkerder in m'n vel dan tijdens m'n volleybalcarrière. We hebben nu veel meer piekjes. Iets vaker een kleine en soms een hele grote piek, letterlijk en figuurlijk. Want na het olympische goud komt voor mij de Kilimanjaro-expeditie. Een 'top'prestatie, geleverd samen met zeven landgenoten met diabetes. Als mens ben ik enorm gegroeid in de vijf jaar 'Foundation' en mijn familie is door alle uitdagingen en ontmoetingen uitgebreid.

Je kunt dus een mooi leven leiden, ook mét diabetes. Onze drive is gegroeid, omdat we de kracht van de activiteiten voelen, zien en horen. We zien wat er gebeurt wanneer ouders na een zomer- of winterkamp hun kinderen komen ophalen. Dan heb je echt het idee dat je verschil maakt, dat je werk ertoe doet. Dat is het belangrijkste wat je kunt voelen. Om dat te mogen doen, dat is goud waard.

Bas van de Goor

## 2. Bas van de Goor Foundation

### 2.1 Missie

***Het is onze missie om de kwaliteit van leven van mensen met diabetes te verbeteren door middel van sport en bewegen.***

*Wij doen dit door op een optimistische, inspirerende en uitdagende manier informatie te delen met mensen met diabetes en hun sociale omgeving over de positieve effecten van sport en beweging, ze deze effecten te laten ervaren en ze te inspireren tot een sportief leven met diabetes.*

### 2.2 Visie

Op dit moment (2017) zijn er in Nederland ruim 1.100.000 mensen met diabetes type 1 of 2. Er wordt zelfs voorspeld dat dit totaal in 2025 op 1,3 miljoen Nederlanders komt. De afgelopen jaren is duidelijk geworden wat de positieve effecten van sport en bewegen op het leven met diabetes zijn. Voor mensen met diabetes zorgt het voor een betere instelling, terwijl het voor mensen zonder diabetes de kans op diabetes type 2 kan verkleinen. Dit in acht nemende houdt de BvdGF er de volgende visie op na.

- *Wij geloven dat sport en bewegen bijdraagt aan een gezond leven met diabetes.*
- *Wij willen perspectief bieden aan alle mensen met diabetes in Nederland.*
- *Wij geloven in de kracht van het delen van informatie, ervaringen en inspiratie.*

### 2.3 Kernwaarden

Opgericht door ex-topvolleyballer Bas van de Goor die zelf diabetes type 1 heeft en ondersteund door vele sporters met diabetes en (ervarings)deskundigen, deelt de BvdGF informatie en ervaringen over de positieve effecten van sport en bewegen op een leven met diabetes.

De volgende kernwaarden staan daarin centraal.

1. *Optimistisch* – wij laten zien hoe je met diabetes het beste uit jezelf kunt halen;
2. *Inspirerend* – wij stimuleren mensen met diabetes om hun dromen waar te maken;
3. *Uitdagend* – wij moedigen mensen met diabetes aan hun grenzen te verleggen.

## 3. Doelstellingen

De BvdGF zet zich in om de kwaliteit van leven van mensen met diabetes te verbeteren door middel van sport en bewegen. In dat kader worden er diverse (sport)activiteiten georganiseerd om mensen met diabetes en hun sociale omgeving te informeren over de positieve effecten van sport, ze deze effecten te laten ervaren en ze te inspireren tot een sportief leven met diabetes. De doelstellingen zijn direct afgeleid uit de missie en visie van de foundation.

### 3.1 Doelstellingen

Voor de beleidsperiode 2017-2020 zijn de volgende doelstellingen geformuleerd:

#### Doelstelling 1.

De BvdGF organiseert (sport)evenementen om de kwaliteit van leven van mensen met diabetes te verbeteren. Tijdens de evenementen helpen we door 1 op 1 contact met de deelnemers met diabetes. Hun ervaringen delen we via (social) media met anderen met diabetes, hun sociale omgeving en de zorgverleners.

#### Doelstelling 2.

De BvdGF doet onderzoek naar de effecten van sport en bewegen op het leven van mensen met diabetes om de impact te meten die de BvdGF heeft met haar activiteiten. Zo kunnen we aantonen dat je sport en bewegen ook kunt zien als een manier van zorg leveren.

### 3.2 doelgroepen

De verschillende doelgroepen die we benaderen zijn:

#### **Alle mensen met diabetes**

Zowel mensen met diabetes type 1, type 2, LADA of MODY kunnen een activiteit vinden waaraan ze kunnen deelnemen. We bereiken hen met onze evenementen, via de zorgverleners en via verschillende media(kanalen).

#### **De sociale omgeving**

Niet alleen de mensen met diabetes zelf, maar ook hun sociale omgeving hebben vaak te maken met deze chronische aandoening. Om een beter wederzijds begrip te ontwikkelen betreft de BvdGF ouders en verzorgers ook bij de kinderactiviteiten. Daarnaast is er de mogelijkheid om bij de activiteiten voor volwassenen ook partners, familie, vrienden of collega's mee te nemen.

#### **Zorgverleners uit het diabetes werkveld**

Zonder de zorgverleners is het moeilijk om goede zorg te leveren tijdens onze activiteiten. Bij de BvdGF werken geen zorgprofessionals met een BIG-nummer. Desondanks is er veel specifieke kennis over sport en diabetes binnen de stichting aanwezig. De BvdGF ziet een belangrijke rol voor verschillende ambassadeurs binnen de stichting. Door hun ervaringen samen te laten gaan met de algemene kennis over diabetes van de zorgverlener kan er met de deelnemers informatie én ervaringen gedeeld worden.

#### **Partners**

Het doel is om in de periode 2017-2020 aan te tonen dat bewegen een vorm van behandelen is. Daarvoor hebben we partners nodig die ons daarin kunnen steunen. Zij kunnen de BvdGF helpen met onderzoek, financiering, media, communicatie en draagvlak creëren bij overheden en medische professionals.

### 3.3 Strategie

Het verbeteren van de kwaliteit van leven van mensen met diabetes door middel van sport en bewegen wordt bereikt door ervaringen, informatie en inspiratie te delen tussen de mensen met diabetes, hun sociale omgeving en de zorgverleners. Elke activiteit zorgt ervoor dat er onderdelen van de doelstelling verwezenlijkt worden. Het doel is om steeds meer mensen te bereiken. Dat gebeurt op de volgende manieren:

#### *Ondersteuning bij evenementen van ambassadeurs.*

Het team van de BvdGF bestaat in 2017 uit zeven personen. Het is moeilijk om met een kleine club mensen op veel plekken tegelijkertijd te zijn. Daarom worden ambassadeurs van de stichting ingezet om op verschillende evenementen in het land als afgevaardigde van de BvdGF acte-de-préséance te geven of een activiteit te begeleiden.

#### *Evenementeninrichting*

Ieder evenement dat wordt georganiseerd is opgebouwd uit onderdelen waarbij informeren en ervaringen uitwisselen belangrijke bestanddelen zijn. Door ervoor te zorgen dat de evenementen opgebouwd zijn met in gedachten de drie kernwaarden (optimistisch, inspirerend en uitdagend) zorgt de stichting ervoor dat deelnemers met nieuwe energie en inspiratie naar huis gaan. Het complete evenementenpalet zorgt ervoor dat er voor iedere doelgroep een passende activiteit aanwezig is.

#### *Het betrekken van zorgprofessionals bij al onze evenementen*

Door de aanwezigheid van de zorgprofessionals is er altijd adequate hulp ter plekke, mocht er iets gebeuren met een deelnemer. Een kwestie van veiligheid dus. De ervaringen en leermomenten die zorgprofessionals bij de activiteiten opdoen nemen zij mee naar hun eigen werk en kunnen zij daarom een betere zorgprofessional zijn die passende antwoorden geeft op vragen van hun eigen patiënten.

#### *Het faciliteren van een sportieve ambitie*

Veel mensen met diabetes laten na de diagnose een sportieve droom voor wat hij is. Om toch die uitdaging aan te gaan en te werken aan het lopen van bijvoorbeeld een marathon of het fietsen van een 6-daagse MTB tocht, organiseert de BvdGF een aantal Diabetes Challenges. Aan de hand van een aantal gelijkgestemden, ervaringsdeskundigen en zorgprofessionals word je begeleid richting het evenement en zal ook ter plekke ondersteuning aanwezig zijn. De energie die vrijkomt bij het volbrengen van zo'n prestatie is belangrijke brandstof voor de BvdGF.

#### *Wetenschappelijk onderzoek*

Er wordt wetenschappelijk onderzoek gedaan naar de effecten van bewegen op onze doelgroep. Niet alleen voor de mensen met diabetes, maar ook voor de zorgverleners; wat zien zij gebeuren bij hun patiënten als een van hen meedoet met een evenement van de BvdGF. Door te laten zien wat sport en bewegen doet met mensen met diabetes laten we zien tonen we aan dat iedere stap telt. Dat wordt gedurende de periode van dit meerjarenbeleidsplan een speerpunt.

#### *Communicatie*

Alle ervaringen, informatie en inspiratie worden tijdens de evenementen opgedaan. Het is zonde als die informatie daar blijft hangen. Daarom deelt de BvdGF uitgebreid onze ervaringen op onze website en social mediakanalen. Maar ook in print media, radio en TV. Met Bas als boegbeeld van de BvdGF wordt het makkelijker om voor bepaalde onderwerpen aandacht te vragen. Voor een uitgebreide uitleg over het communicatie hoofdstuk lees verder op pagina 7



## 4 Onze activiteiten

De BvdGF deelt haar evenementen in drie categorieën in.

### 4.1 Activiteiten voor kinderen met diabetes:

In Nederland zijn tussen de 6000 en 8000 kinderen met diabetes. Onze kinderactiviteiten vormen de basis van de stichting. Het doel is dat we al deze activiteiten (behalve het wintersportkamp) om niet kunnen aanbieden. Het benodigde geld komt van de Fondsenwervende Diabetes Challenges. Voor de kinderen worden de volgende evenementen georganiseerd:

- Sportclinics bij voetbalclubs als Ajax of PSV. Topdag tussen de toppers.
- Sportkampen bij SnowWorld in Landgraaf, samen met leeftijdgenoten sporten, leren en plezier maken.
- Sportdagen op Nationaal Sportcentrum Papendal. Samen met je ouders meedoen en leren.
- Gezinsweekenden waar ouders en kinderen wederzijds begrip over diabetes verbeteren.
- Wintersportkamp, heerlijk skiën en tegelijkertijd leren over diabetes.

### 4.2 Activiteiten voor volwassenen met diabetes:

In Nederland zijn ongeveer 100.000 volwassenen met diabetes type 1 en 1.000.000 volwassenen met diabetes type 2. Voor hen organiseren we:

- Back-on-Track. Een informatiebijeenkomst waar gesport en geleerd wordt.
- Outdoorkamp. Na de pubertijd ga je naar de volwassenpoli en krijg je andere zorg en een nieuwe kijk hoe je leven met diabetes eruitziet. Een hele uitdaging, net als het outdoorkamp.
- Congressen voor zorgverleners en mensen met diabetes.
- De Nationale Diabetes Challenge, een project waarbij deelnemers met diabetes 20 weken lang tenminste één keer per week met hun zorgverlener wandelen in voorbereiding op de afsluitende wandelvierdaagse van 5, 10, 15 of 20 kilometer.

Het laatst beschreven evenement, de Nationale Diabetes Challenge (NDC), vergt enige extra toelichting. In tegenstelling tot alle andere activiteiten organiseert de BvdGF dit evenement samen met de eerstelijns zorgverleners en een aantal andere partners in de gezondheidszorg. Bij de andere activiteiten hebben de zorgverleners wel een taak, maar geen organiserende rol. Bij de NDC wel. Dat doet de BvdGF omdat dit haar grootste project is. De afgelopen jaren hebben rond de 3000 deelnemers met diabetes vanuit 160 locaties, verspreid over alle twaalf provincies in Nederland meegedaan. Maar de doelstelling is om in 2020 25.000 deelnemers mee te laten doen. Dat vergt een andere insteek dan bij alle andere activiteiten. Om zoveel mensen in beweging te krijgen kiest de BvdGF voor een apart team dat zich alleen gaat richten op dit evenement. Dat betekent dat drie van de zeven werknemers alleen aan de NDC werken en drie anderen soms aanhaken. Het evenement heeft een eigen begroting en financiering en er wordt wetenschappelijk onderzoek gedaan naar de effectiviteit van dit evenement op de kwaliteit van leven van mensen met diabetes en naar de kosteneffectiviteit ervan voor de zorg. Dit evenement is wat betreft het aantal deelnemers, bereik en impact groter dan alle overige evenementen van de BvdGF bij elkaar.

### 4.3 Sportieve fundraisers

Om hier aan deel te nemen hoeft je niet persé diabetes te hebben. Iedereen kan dus meedoen. Met de vier sportieve fundraisers (Diabetes Challenges) werft de BvdGF fondsen om de kinderactiviteiten gratis aan te kunnen bieden. Tijdens deze Challenges helpt de BvdGF ook mensen met diabetes hun sportieve droom waar te maken. Dit zijn de vier Diabetes Challenges:

WeRun2ChangeDiabetes:	Hardlopen (Marathon in New York City)
WeBike2ChangeDiabetes:	Mountainbiken/fietsen (op wisselende plaatsen in Europa)
WeSki2ChangeDiabetes:	Langlaufen (Vasaloppet in Zweden)
WeWalk2ChangeDiabetes:	Wandelen op de Camino de Santiago de Compostela (Spanje)

## 5. Organisatie

### 5.1 Algemeen

De BvdGF maakt zich de komende jaren op voor haar derde lustrum. De afgelopen jaren zijn gebruikt om de stichting voor een breder voetlicht te krijgen en stabiliteit te creëren binnen de organisatie. De komende vier jaar zal de BvdGF hier verder op bouwen. De BvdGF zal kritisch kijken naar de effectiviteit en efficiency. De BvdGF is een foundation waar initiatiefrijke ideeën worden gewaardeerd en waar ruimte is om ambities te verwezenlijken.

### 5.2 Bestuur

Het bestuur van de BvdGF is onbezoldigd, houdt toezicht op de dagelijkse gang van zaken binnen de foundation en heeft kennis van de activiteiten die de foundation ontwikkelt. Het bestuur heeft een controlerende taak en functioneert als klankbord. Het bestuur komt vier keer per jaar samen tijdens de bestuursvergadering. Het bestuur bestaat uit 6 bestuursleden, te weten:

Gaston Sporre (voorzitter)	(aftreden of herkiesbaar in 2019)
Gerritjan Eggenkamp (penningmeester)	(aftreden of herkiesbaar in 2019)
Leo Heere (secretaris)	(aftreden of herkiesbaar in 2018)
Eelco de Koning	(aftreden of herkiesbaar in 2020)
Marc Delissen	(aftreden of herkiesbaar in 2020)
Barbara de Loor	(aftreden of herkiesbaar in 2020)

Het bestuur ziet het als haar taak om de professionalisering van de BvdGF verder gestalte te geven door de zuiverheid in besturen een harde randvoorwaarde te laten zijn. In de eerste plaats waar het gaat om de aan ons verstrekte gelden. Transparantie en een open communicatie zijn daarbij sleutelbegrippen.

### 5.3 Directie

De directie is statutair vastgelegd en bestaat uit Bas van de Goor en Petra Seegers. Gezamenlijk zijn zij verantwoordelijk voor de dagelijkse gang van zaken binnen de foundation. Bas van de Goor is directeur Diabetes en Sport. Petra Seegers is directeur Algemene Zaken.

### 5.4 Medewerkers

Anno 2017 zijn er 7 medewerkers in dienst van de Stichting Bas van de Goor Foundation, waarvan 3 fte's volledig toegerekend kunnen worden aan de NDC.

### 5.5 Ambassadeurs

Ambassadeurs vervullen een belangrijke rol in het uitdragen van de boodschap van de BvdGF. Er zijn twee soorten ambassadeurs: 1) de (top)sporters met diabetes en 2) de deelnemers met diabetes aan onze activiteiten. Beide ambassadeurs onderschrijven het belang van een sportief leven en zijn voorbeelden waaraan andere mensen met diabetes zich kunnen optrekken c.q. waarmee ze zich kunnen identificeren. Er zijn ambassadeurs met diabetes type 1 en 2.

### 5.6 Vrijwilligers

De BvdGF maakt gebruik van medische vrijwilligers en ervaringsdeskundigen tijdens alle activiteiten die zij organiseert. Medische vrijwilligers spelen een belangrijke rol in de organisatie, voorbereiding en uitvoering van diverse sportactiviteiten. Ervaringsdeskundigen zijn mensen met diabetes. Zij hebben geen verantwoording over het programma maar een ondersteunende taak. Zonder vrijwilligers is het voor de BvdGF niet mogelijk om dergelijke activiteiten uit te voeren. De BvdGF waardeert haar vrijwilligers en kijkt uit naar de samenwerking voor de komende jaren.

## 6 Fondsenwerving

Voor de BvdGF vormt fondsenwerving een belangrijk thema. Om voortzetting van de foundation ook in de toekomst te kunnen garanderen is het belangrijk om fondsen te vinden die de BvdGF (financieel) willen ondersteunen. Om een goed financieel fundament te bouwen is ondersteuning vanuit diverse pijlers gewenst. De BvdGF maakt daarbij onderscheid in sponsors, partners en particulieren.

### 6.1 Sponsors

Veel sponsors van de BvdGF zijn direct betrokken vanuit het diabeteswerkveld. De producten en/of diensten van de sponsors zijn gericht op mensen met diabetes. De sponsors vinden aansluiting in de missie en visie van de BvdGF en ondersteunen de foundation met financiën of producten. Met deze ondersteuning kan de BvdGF haar doelstellingen uitvoeren. Gezien de toename van de activiteiten is het wenselijk om voor de komende beleidsperiode extra sponsors te werven die buiten het diabetes werkveld liggen. De BvdGF heeft anno 2017 overeenkomsten met de volgende sponsors:

1. *VriendenLoterij* – De BvdGF is vaste beneficiënt van de VriendenLoterij geworden sinds 2013 en de overeenkomst is verlengd voor de periode 2017-2021. Naast een vaste bijdrage ontvangt de BvdGF jaarlijks ook een geormerkte afdracht.
2. *Novo Nordisk* – is een health care organisatie gericht op o.a. diabeteszorg die al sinds 2006 sponsor is van de BvdGF.
3. *Bosman* – is een leverancier van medische hulpmiddelen en is al sinds het ontstaan van de BvdGF sponsor.
4. *Medtronic* - is een industrieel bedrijf dat zich richt op insulinepomptherapie en continu glucosemonitoring. Het contract met Medtronic loopt t/m eind 2014.
5. *Ascencia* – is een leverancier van bloedglucosemeters
6. *Penders Voetzorg* – is een organisatie gericht op voetzorg.

### 6.2 Partners

De BvdGF heeft samenwerkingsverbanden met de volgende organisaties:

- *Partners van de Nationale Diabetes Challenge*
  - o *Zelfzorg Ondersteund!* – Is een samenwerkingsverband van patiënten-vertegenwoordigers, zorgaanbieders en zorgverzekeraars, die zich samen sterk maken voor implementatie en opschaling van ondersteunende zelfzorg in Nederland.
  - o *InEen – Versterkt, vernieuwt en verbindt de eerste lijn en behartigt de belangen van de georganiseerde eerste lijn.*
  - o *Diabetes Fonds* – ondersteunt de NDC in het onderzoek naar de kwaliteit van leven.
  - o *Diabetesvereniging Nederland* – ondersteunt de NDC in de uitvoering met de inzet van diabetes gespecialiseerde vrijwilligers.
  - o *Brancheorganisaties* – diverse beroepsgroepen zijn op deze manier betrokken in het bekend maken van de challenge bij hun achterban.
  - o *Langerhans* – maakt de NDC onderdeel van haar onderwijsmodules.
- *Johan Cruyff Foundation (JCF)* – brengt jeugd in beweging. Samen met de JCF zal de BvdGF jongeren met diabetes in beweging brengen en gezamenlijke activiteiten organiseren.
- *Nederlandse Volleybalbond (NeVoBo)* – de BvdGF is het goede doel van de NeVoBo.
- *Stipp* - de connectie in (elektronisch) publiceren. Stipp ontwikkelt de website van de BvdGF en is partner in het ontwikkelen van diverse boeken.
- *Challenge partners* – de BvdGF werkt voor de WeRun2ChangeDiabetes, WeSki2ChangeDiabetes en WeBike2ChangeDiabetes Challenges samen met diverse partners.

### **6.3 Particulieren**

De BvdGF heeft de afgelopen jaren op diverse manieren geprobeerd om particuliere donateurs aan zich te binden. Met beperkte middelen is het echter moeilijk om een groot publiek aan te spreken. De BvdGF is een kleine organisatie met beperkte communicatiemiddelen en heeft om die reden besloten om particuliere donaties met name via het geormerkt werven van de VriendenLoterij te laten verlopen. De BvdGF zal de komende jaren dan ook inzetten op het ontwikkelen van acties om het geormerkt werven samen met de VriendenLoterij een boost te geven.

### **6.4 Acties**

Om de fondsenwerving voor de BvdGF breder en gevarieerder te maken zal de foundation zich de komende beleidsjaren o.a. richten op de volgende acties:

- Het vinden van sponsors op het gebied van de zorgverzekeraars.
- Het ontwikkelen van acties om geormerkt te werven via de VriendenLoterij.
- Het organiseren van sportactiviteiten, die passen binnen de doelstellingen van de BvdGF, om via deelnemers bedrijven en particulieren de BvdGF financieel te steunen.
- Het organiseren van een tweejaarlijks congres om de BvdGF meer onder de aandacht te brengen bij het medisch werkveld.
- Een financieel beroep doen op serviceclubs en bedrijven die als doelstelling hebben dienend te zijn aan de maatschappij;

## 7 Communicatie

### 7.1 Communicatiedoelen

Vanzelfsprekend is communicatie met haar doelgroep voor de BvdGF van groot belang. Het bereiken van de doelgroep gebeurt rechtstreeks via de eigen communicatiekanalen, maar ook via andere partijen zoals partners, brancheverenigingen of zorgprofessionals. De BvdGF heeft de volgende communicatiedoelen voor de komende beleidsperiode.

- **Mensen met diabetes, hun sociale omgeving en zorgverleners kennen de BvdGF** - Door regelmatige vernieuwing van de website, het blijven zoeken naar nieuwe communicatiekanalen en evenementen en een slim gebruik van het eigen netwerk zal de BvdGF haar doelgroepen (mensen met diabetes, partners, zorgprofessionals, brancheverenigingen etc.) op de hoogte houden van de ontwikkelingen, nieuwe verhalen en de nieuwe activiteiten van de foundation. Daarmee wordt de zichtbaarheid van activiteiten van de BvdGF verhoogd. Ook actieve samenwerking met andere partijen vergroot de zichtbaarheid van de BvdGF. Zo maken we gebruik van de netwerken van diverse partners binnen de branche, zoals het Diabetesfonds, de Diabetesvereniging Nederland en diverse zorgkoepels. Waar mogelijk grijpt de BvdGF kansen om de naamsbekendheid te vergroten in diverse media. De BvdGF wil gezien worden als hét loket met specialisten en ervaringsdeskundigen voor alles wat met sporten en bewegen met diabetes te maken heeft.
- **Positieve boodschap** – De BvdGF zal in haar communicatie-uitingen altijd een positieve boodschap naar buiten brengen. Daar waar andere organisaties ook de ernst van diabetes laten zien, wil de BvdGF laten zien wat je allemaal nog kunt en daar hulp bij bieden waar nodig. Daarbij houdt de BvdGF rekening met de wensen en behoeften van de doelgroep (mensen met diabetes en belanghebbende organisaties). Een afgeleide doelstelling hiervan is dat de BvdGF ook graag gezien wordt als een positieve groep waarbij mensen zich graag aansluiten. De BvdGF geeft energie en zelfvertrouwen. Kernwaarden in alle communicatie-uitingen zijn daarom altijd: Inspirerend, uitdagend en optimistisch.
- **Een (inter)actieve community vormen** – In haar communicatie streeft de BvdGF ernaar om (inter)actief te zijn. De BvdGF wil niet alleen zenden, maar vraagt de doelgroep om actief bij te dragen aan de communicatie, door te reageren op berichten en eigen verhalen en ervaringen te delen. Door het (laten) delen van positieve ervaringen creëert de stichting haar eigen ambassadeurs. Daarnaast is de communicatie erop gericht dat mensen in actie komen voor en met de BvdGF, door deel te nemen aan activiteiten of fondsen voor de BvdGF te werven.

### 7.2 Communicatiekanalen

De BvdGF maakt de komende beleidsperiode gebruik van de volgende communicatiekanalen.

- **Website** - De BvdGF bouwt op dit moment aan een nieuwe website. De website is opgebouwd rondom de drie thema's informeren, ervaren en inspireren. Op overzichtelijke wijze presenteert de BvdGF er informatie rondom sporten en bewegen met diabetes. Bij het thema 'ervaren' daagt de BvdGF bezoekers uit om in beweging te komen met of voor de BvdGF. Hier presenteert de BvdGF onder andere al haar activiteiten. Het thema 'inspiratie' biedt verhalen van ambassadeurs, zorgverleners en deelnemers aan onze activiteiten. Andere communicatie-uitingen krijgen dezelfde vormgeving als de website.
- **Evenementen** – Door middel van de evenementen ervaren deelnemers zelf het verhaal dat de BvdGF vertelt. Zo kunnen zij dit later zelf verder vertellen. Een evenement leidt eigenlijk ambassadeurs voor een sportief leven met diabetes op. De BvdGF laat hen het verhaal vertellen via communicatiekanalen van de stichting en spoort deelnemers aan dat via hun eigen social media en lokale media te doen.

- **Nieuwsbrief** – De digitale nieuwsbrief van de BvdGF krijgt een nieuw leven. Deze gaat de BvdGF maandelijks versturen volgens een vaste opbouw. Startend met een column van Bas, een update over komende activiteiten en (een) verslag(en) van afgeronde activiteiten. Waar mogelijk brengt de BvdGF ook nieuws rondom (bewegen) met diabetes, door bijvoorbeeld artikelen van partners te delen. Via de nieuwsbrief trekt de BvdGF bezoekers naar de website.
- **Optredens in de media** – De BvdGF zal met behulp van haar diverse activiteiten proberen in de media te verschijnen. Dit gebeurt vrijwel altijd d.m.v. free publicity. Daarvoor wordt een up to date perslijst onderhouden.
- **(Diabetes) media** – de (diabetes) media als dag-, week- en maandbladen vormen een belangrijke communicatiebron. Er liggen goede contacten, dus de BvdGF zal in de komende beleidsperiode ook via deze media actief blijven communiceren met haar doelgroep. Dat gebeurt niet alleen in hun vakbladen, maar ook via websites en nieuwsbrieven van partners.
- **Media toolkit** – Om de ambassadeurs van de BvdGF te helpen verstrekt de BvdGF voor ieder evenement een media toolkit aan de deelnemers. Dit is een kit bestaande uit een persoonlijke brief met informatie over het evenement, achtergrondinformatie over diabetes en een handleiding ‘Hoe om te gaan met pers?’ Op deze manier kunnen deelnemers eenvoudig contact opnemen met lokale, regionale of nationale pers, wordt de informatie altijd op een juiste manier verteld en heeft de deelnemer een goede ingang bij de pers.
- **Training ambassadeurs** – Om ervoor te zorgen dat ambassadeurs de juiste boodschap uitdragen zal de BvdGF hen eens per jaar een ‘training’ geven tijdens een bijeenkomst. Zij krijgen hier ook een toolkit uitgereikt die ze kunnen gebruiken als naslagwerk.
- **Google Grants** – Google Grants is een gratis dienst van Google, speciaal in het leven geroepen voor goede doelen. De BvdGF ontvangt maandelijks advertentieruimte ter waarde van \$ 10.000,- van Google. Met behulp van zoekwoorden kan de BvdGF haar vindbaarheid vergroten in Google. Het beheren van het Google Grants budget en AdWords wordt uitbesteed aan een derde partij.
- **Social media** – Het bereik van de BvdGF op social media is al een aantal jaren flink groeiende. Facebook neemt hierin een belangrijke plaats in. Social media zijn het platform om interactief te zijn en ervaringen en inspiratie te delen. Dit platform kan daarnaast goed gebruikt worden om mensen aan te zetten tot actie, waar de website juist met name informatief en praktisch is. De BvdGF volgt de ontwikkelingen op social media op de voet en maakt gebruik van de platformen die onder haar doelgroep populair zijn. Op het moment van schrijven van dit beleidsplan zijn dat Facebook, Instagram, Youtube (in toenemende mate) en Twitter (in afnemende mate).

### 7.3 Projectcommunicatie

Voor elk project stelt de medewerker communicatie samen met de projectleider een communicatieplan op. Dit plan start ruim voor aanvang van het project en loopt door tot na de evaluatie van het project. Het beschrijft de doelstellingen van de communicatie, de doelgroepen, de communicatiekanalen, budgetten en de planning. De medewerker communicatie is verantwoordelijk voor de uitvoering van dit plan.

	2017	2018	2019	2020
<b>Baten uit eigen fondsenwerving</b>				
VriendenLeren! (gevoormerk)	€ 200.000,00	€ 200.000,00	€ 200.000,00	€ 200.000,00
Farmaceut	€ 50.000,00	€ 50.000,00	€ 50.000,00	€ 50.000,00
Hulpverleners	€ 75.000,00	€ 75.000,00	€ 75.000,00	€ 75.000,00
Pompradiant	€ 50.000,00	€ 50.000,00	€ 50.000,00	€ 50.000,00
Overige	€ 20.000,00	€ 20.000,00	€ 20.000,00	€ 20.000,00
WaaranzChangeDiabetes	€ 20.000,00	€ 20.000,00	€ 20.000,00	€ 20.000,00
WashZChangeDiabetes	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 40.000,00
WashZChangeDiabetes	€ 45.000,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
NDC buitenland	€ 20.000,00	€ 50.000,00	€ 60.000,00	€ 75.000,00
NDC	€ 170.000,00	€ 300.000,00	€ 400.000,00	€ 450.000,00
Donaties en giften	€ 50.000,00	€ 60.000,00	€ 60.000,00	€ 60.000,00
<b>Subtotaal</b>	<b>€ 770.000,00</b>	<b>€ 955.000,00</b>	<b>€ 955.000,00</b>	<b>€ 1.020.000,00</b>
<b>Baten uit acties van derden</b>				
VriendenLeren! (gevoormerk)	€ 23.860,00	€ 60.000,00	€ 100.000,00	€ 140.000,00
WashZChangeDiabetes	€ 22.500,00	€ 34.000,00	€ 34.000,00	€ 34.000,00
WaaranzChangeDiabetes	€ 42.195,00	€ 42.195,00	€ 42.195,00	€ 42.195,00
WashZChangeDiabetes	€ 37.500,00	€ 50.000,00	€ 50.000,00	€ 50.000,00
WashZChangeDiabetes	€ 0,00	€ 0,00	€ 20.000,00	€ 0,00
Wintersportkamp	€ 31.920,00	€ 31.920,00	€ 31.920,00	€ 31.920,00
Dam tot Damloop	€ 4.000,00	€ 10.000,00	€ 12.000,00	€ 14.000,00
<b>Subtotaal</b>	<b>€ 161.975,00</b>	<b>€ 228.115,00</b>	<b>€ 290.115,00</b>	<b>€ 312.115,00</b>
<b>Overige baten</b>				
Rentebaten en soortgelijke baten	€ 2.000,00	€ 2.000,00	€ 2.000,00	€ 2.000,00
<b>Subtotaal</b>	<b>€ 2.000,00</b>	<b>€ 2.000,00</b>	<b>€ 2.000,00</b>	<b>€ 2.000,00</b>
<b>Reserve</b>				
Continuïteitsreserve	€ 14.225,00	€ 32.344,45	€ 7.126,95	€ 0,00
Investering VV	€ 14.000,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
<b>Subtotaal</b>	<b>€ 28.225,00</b>	<b>€ 32.344,45</b>	<b>€ 7.126,95</b>	<b>€ 0,00</b>
<b>TOTALE BATEN</b>	<b>€ 962.200,00</b>	<b>€ 1.117.459,45</b>	<b>€ 1.254.241,95</b>	<b>€ 1.334.115,00</b>
<b>Besteding aan doelstelling</b>				
NDC	€ 127.000,00	€ 139.000,00	€ 231.000,00	€ 289.000,00
NDC buitenland	€ 0,00	€ 20.000,00	€ 20.000,00	€ 20.000,00
WashZChangeDiabetes	€ 18.000,00	€ 20.000,00	€ 20.000,00	€ 20.000,00
WaaranzChangeDiabetes	€ 90.000,00	€ 62.100,00	€ 56.700,00	€ 56.700,00
WashZChangeDiabetes	€ 59.200,00	€ 33.750,00	€ 33.750,00	€ 33.750,00
WashZChangeDiabetes	€ 0,00	€ 0,00	€ 15.000,00	€ 0,00
Part-on-track	€ 4.000,00	€ 4.000,00	€ 4.000,00	€ 4.000,00
Sportkampen	€ 30.000,00	€ 30.000,00	€ 30.000,00	€ 30.000,00
Sportdag	€ 2.000,00	€ 2.000,00	€ 2.000,00	€ 2.000,00
Sportlinks	€ 4.000,00	€ 4.000,00	€ 4.000,00	€ 4.000,00
Hardlooptoeristische	€ 3.250,00	€ 5.000,00	€ 7.500,00	€ 10.000,00
Gezinsweekend	€ 3.500,00	€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 5.000,00
Wintersportkamp	€ 35.000,00	€ 35.000,00	€ 35.000,00	€ 35.000,00
Communicatie kosten	€ 50.000,00	€ 75.000,00	€ 75.000,00	€ 75.000,00
Loonkosten	€ 262.800,00	€ 336.085,21	€ 345.351,62	€ 359.351,62
Autokosten	€ 27.540,00	€ 27.157,50	€ 27.157,50	€ 27.157,50
Reiskostenvergoeding	€ 7.200,00	€ 17.750,00	€ 21.300,00	€ 24.850,00
Reiskostenvergoeding	€ 3.600,00	€ 3.550,00	€ 3.500,00	€ 3.500,00
Deskundigheidbeoordering	€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00
Boeken	€ 8.000,00	€ 10.000,00	€ 12.000,00	€ 14.000,00
Diverse kosten	€ 730.090,00	€ 830.392,71	€ 949.259,12	€ 1.014.309,12
<b>Subtotaal</b>	<b>€ 730.090,00</b>	<b>€ 830.392,71</b>	<b>€ 949.259,12</b>	<b>€ 1.014.309,12</b>
<b>Kosten fondsenwerving</b>				
Loonkosten	€ 36.500,00	€ 56.803,13	€ 69.070,32	€ 82.137,51
Gevoormerk werven VV	€ 33.000,00	€ 50.000,00	€ 50.000,00	€ 50.000,00
Autokosten	€ 3.825,00	€ 4.590,00	€ 5.355,00	€ 6.120,00
Reiskostenvergoeding	€ 1.000,00	€ 3.000,00	€ 4.200,00	€ 5.800,00
Deskundigheidbeoordering	€ 500,00	€ 500,00	€ 700,00	€ 800,00
<b>Subtotaal</b>	<b>€ 74,825,00</b>	<b>€ 114.995,13</b>	<b>€ 129.325,32</b>	<b>€ 144.857,51</b>
<b>Kosten beheer en administratie</b>				
Afdriving materiële vaste activa	€ 7.000,00	€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 5.000,00
Kantoorkosten	€ 30.000,00	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 40.000,00
Loonkosten	€ 65.700,00	€ 80.971,11	€ 78.997,51	€ 71.870,32
Autokosten	€ 6.885,00	€ 6.502,50	€ 6.120,00	€ 5.355,00
Reiskostenvergoeding	€ 1.800,00	€ 4.250,00	€ 4.900,00	€ 4.900,00
Deskundigheidbeoordering	€ 900,00	€ 850,00	€ 800,00	€ 700,00
Niet verlenbare btw	€ 30.000,00	€ 15.000,00	€ 15.000,00	€ 15.000,00
Algemene kosten	€ 15.000,00	€ 20.000,00	€ 25.000,00	€ 30.000,00
Rentelasten of soortgelijke lasten	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
<b>Subtotaal</b>	<b>€ 157.285,00</b>	<b>€ 172.073,61</b>	<b>€ 175.657,51</b>	<b>€ 172.825,32</b>
<b>Reserve</b>				
Continuïteitsreserve	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 2.323,05
<b>Subtotaal</b>	<b>€ 0,00</b>	<b>€ 0,00</b>	<b>€ 0,00</b>	<b>€ 2.323,05</b>
<b>TOTALE LASTEN</b>	<b>€ 962.200,00</b>	<b>€ 1.117.459,45</b>	<b>€ 1.254.241,95</b>	<b>€ 1.334.115,00</b>
<b>Totaalkosten</b>				
Loonkosten	€ 365.000,00	€ 473.359,45	€ 493.359,45	€ 513.359,45
Autokosten	€ 38.250,00	€ 38.250,00	€ 38.250,00	€ 38.250,00
Reiskostenvergoeding	€ 10.000,00	€ 25.000,00	€ 30.000,00	€ 35.000,00
Deskundigheidbeoordering	€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 5.000,00
Doelstelling	72%	71%	70%	70%
Fondsenwerving	10%	12%	14%	16%
Beheer en administratie	18%	17%	16%	14%