

MATCHIS  
FONDS STAMCELDONATIE

# *Donorwerving mogelijk maken*



Jaarplan  
**2025**

# INHOUD

Onze doelstellingen	3
De activiteiten in 2025	5
De organisatie	9
Voorwaarden en risico's	10
Globale planning	12
Begroting baten en lasten 2025	13





# Onze doelstellingen



In 2022 werd de Stichting Matchis Fonds Stamceldonatie opgericht om de fondsenwerving meer te professionaliseren en te profileren. Na een aanlooperperiode van ongeveer een jaar werd in 2023 daadwerkelijk gestart met het Fonds om in 2024 een eerste volledig jaar te functioneren. In 2025 worden de bestaande activiteiten doorontwikkeld en uitgebreid.

## **Doelstellingen Fonds**

Het Matchis Fonds Stamceldonatie is opgericht vanuit een aantal doelstellingen:

- Matchis is de stamceldonorbank die zich bij de werving primair richt op (jonge) donoren. Fondsenwerving was daarbij altijd een ondersteunende en secundaire taak.
- Het Fonds is bedoeld om de fondsenwerving een eigen plek en gezicht te geven, zowel intern als extern. Het volledig wegvallen van de financiering door VWS t.b.v. de donorwerving in 2026 zal voor een groot deel gecompenseerd moeten worden via andere inkomsten, met name fondsenwerving.
- Matchis, met nadruk op donoren en zorg, is belastingtechnisch op een aantal terreinen beperkt in de fondsenwervingsactiviteiten. Het Fonds heeft deze beperkingen niet of minder. De eerste jaren vindt de ondersteuning op allerlei terreinen plaats door Matchis. Op termijn zal gekeken worden in hoeverre een verdere verzelfstandiging van het Fonds plaats moet vinden.

## **Fondsenwerving én voorlichting**

Hoofdoelstelling van Matchis Fonds Stamceldonatie is de werving van gelden. Niet zozeer een directe doelstelling maar zeker een afgeleide is de voorlichting over stamceldonatie die bijna altijd gekoppeld is aan een activiteit. Stamceldonatie is nog steeds een relatief onbekend onderwerp. Bij een fondsenwervingsactiviteit ten behoeve van stamceldonatie gaat dit altijd gepaard met enige of soms zelfs veel informatieverstrekking over het onderwerp zelf. Andersom werkt dit overigens, zij het iets minder, vaak ook zo. Een donorwervingsactiviteit van Matchis roept ook regelmatig de vraag bij een deel van het publiek op of er (ook) een financiële bijdrage kan worden geleverd. Daarom blijft nauwe samenwerking en afstemming tussen beide stichtingen belangrijk.

## **Doelstelling werving gelden**

Concreet stelt het Fonds zich ten doel om de fondsenwerving ten behoeve van stamceldonaties in Nederland te verbreden zodat de noodzakelijke jaarlijkse aanwas van minimaal 20.000 nieuwe jonge donoren mogelijk blijft. De komende jaren moeten de inkomsten uit fondsenwerving verhoogd worden. De opbrengst zal moeten stijgen naar minimaal een bedrag van rond de € 800.000 euro in 2026 om de gewenste instroom van nieuwe donoren te kunnen faciliteren. Verwachting is dat de stijging van de inkomsten stapsgewijs zal plaatsvinden, mede als gevolg van een verdere uitbouw van de activiteiten die ook een investering zullen vereisen. Concreet is de doelstelling voor de fondsenwerving voor 2025 vanuit Matchis gesteld op € 750.000,-.



## Keuzes maken

Het in 2023 uitgebrachte advies van bureau Happy Horizon gaf het ook aan: een nieuwe, kleine organisatie zal keuzes moeten maken om de doelstellingen te kunnen behalen. Niet alles kan maar de meest kansrijke activiteiten moeten goed onderbouwd uitgewerkt worden. Dit jaarplan is bedoeld om de mogelijkheden en activiteiten voor het komende jaar op een rij te zetten waarbij er uiteraard ook ruimte moet blijven voor onverwachte kansen.





# De activiteiten in 2025



Het komende jaar moeten nieuwe activiteiten worden opgezet, bestaande gecontinueerd en zo mogelijk verder worden ontwikkeld. Ook kan een aantal bestaande activiteiten wegens onvoldoende succes (in verhouding tot de inspanningen) worden stopgezet. Er zal de nodige aandacht moeten zijn voor de verdere ontwikkeling van de organisatie. Onderwerpen die in dit onderdeel van het jaarplan kort worden beschreven.

## **Sterk voor Matchis**

Mensen kunnen via dit platform op individuele basis gesponsorde acties voeren en daar hun eigen netwerk voor mobiliseren. Streven is om via dit platform veel kleinere acties te (laten) genereren zodat er een gestage stroom van inkomsten ontstaat. Het platform blijft ook het komende jaar belangrijk voor een breed scala van individuele, vaak particuliere acties.

## **Behouden gevers Sterk voor Matchis**

Zowel de grotere als kleinere acties halen hun opbrengsten vooral uit de bijdragen van individuele gevers. Hiervan is het mailadres meestal bekend. In 2024 is voor het eerst een actie opgezet om deze eenmalige gevers nogmaals om een gift, maar dan niet via een actie, te vragen. Dit willen we jaarlijks gaan uitbouwen.

## **Golftoernooi**

Ook in 2025 zal het jaarlijkse golftoernooi door de Stichting Vrienden van de Stamceldonorbank in Nijmegen in september worden georganiseerd. Een activiteit die voor een deel wordt begeleid door medewerkers van Matchis Fonds.

## **Vierdaagse**

De vierdaagse in Nijmegen was lange tijd een van de grotere fondsenwervende activiteiten van Matchis. In 2024 hebben we een forse achteruitgang gezien t.o.v. vorig jaar wat betreft het aantal lopers en de inkomsten. Het is dat jaar niet gelukt hier, ondanks meer ondersteuning en begeleiding van lopers, de neerwaartse trend te keren. Er zullen in 2025 meer inspanningen geleverd worden om te proberen het tij te keren.



### **Van donor naar donateur en vriend**

Onder de titel “het stokje doorgeven” worden donoren benaderd die de leeftijd van 55 jaar hebben bereikt, en als donor worden uitgeschreven, om donateur van het fonds te worden. Een callcenter actie leverde een redelijke respons op. Dit echter wel tegen hoge kosten. Een DM actie leverde bijna geen respons op. In 2025 wordt gekeken hoe we dit initiatief kosteneffectief kunnen continueren.

### **Acties richting patiënten en hun omgeving**

Een belangrijke doelgroep voor fondsenwerving van het Fonds is de (getransplanteerde) patiënt en de directe omgeving. Een doelgroep die echter lastig is te bereiken wegens het ontbreken van patiëntengegevens en wettelijke beperkingen. De enige mogelijkheid die er is is om patiënten via derden en afgeleide acties op subtiele wijze te attenderen op ons bestaan. Samenwerken met patiëntenorganisaties kan ook bijdragen aan het bereiken van deze doelgroep: Hematon, jongeren en kanker, Kanker inloophuizen, Leukemie.nl., Lymph&CO. Komend jaar wordt bekeken of hier wellicht op enkele terreinen contacten mee kunnen worden opgebouwd.

### **Loterij**

Na de succesvolle loterijen van 2023 en 2024 is het streven om ook in 2025 weer een loterij op te zetten.

### **Projecten met bedrijven**

Door bedrijven worden met enige regelmaat giften gestort. Vaak is de motivatie hiertoe ingegeven doordat een werknemer een stamceltransplantatie nodig heeft. Ook worden mondjesmaat donorwerfacties georganiseerd waarbij de bedrijven de wervingskosten betalen. Een aantal bedrijven zet zich in via Sterk voor Matchis. Om dit meer pro-actief te stimuleren is een aantal proposities nodig om van bedrijven structurele partners te maken.

### **Institutionele werving**

Het benaderen van grote fondsen is alleen zinvol als hiervoor concrete en aansprekende projecten kunnen worden opgesteld en ingediend. Inventarisatie hiervan binnen Matchis als geheel heeft nog niet tot veel resultaat geleid. Het blijkt in de praktijk lastig om projecten op te stellen die mogelijk ter financiering aan fondsen kunnen worden voorgelegd. Streven is daarbij toch om in 2025 tot 1 concreet en tastbaar project te komen dat kan worden ingediend. De verwachting is dat dit een project binnen de voorlichting/werving zal betreffen.

### **Benaderen grote gevers**

De ervaring leert dat deze doelgroep graag gericht, geormerkt wil geven. Voor deze doelgroep moeten net zoals bij bedrijven aansprekende proposities ontwikkeld worden, contacten met het Fonds zullen laagdrempelig en persoonlijk moeten zijn. Via een klankbordgroep zal begin 2025 worden besproken welke acties hiervoor het komende jaar kunnen worden opgezet.

### **Benaderen serviceclubs**

Contacten met serviceclubs zijn tot nu toe voornamelijk reactief. Er dient een aanbod te worden opgesteld waar uiteenlopende serviceclubs op kunnen inspelen om een actie te ondersteunen dan wel zelf t.b.v. het Fonds op te gaan zetten.

### **Een eigen product**

Op het ogenblik worden de mogelijkheden op een rij gezet om in 2025 te starten met een ‘eigen’ product dat via samenwerking met winkelketens voor Matchis op de markt wordt gezet. Het moet dan uiteraard wel een product zijn dat op een of andere wijze een verbinding heeft met het onderwerp stamceldonatie.

### **Webwinkel**

Niet direct voor de inkomsten maar wel t.b.v. profilering en uitstraling kan een webwinkel worden gestart met een beperkt maar exclusief productaanbod. Uiteraard dienen ook deze producten een verband te hebben met het onderwerp stamceldonatie en Matchis. Aan een plan om dit in 2025 te starten wordt inmiddels gewerkt.





Man in a tuxedo speaking into a microphone.

Man in a tuxedo holding a large ceremonial check.

Woman in a blue dress standing next to the man with the check.

CHEQUE T.W.V.  
76.600,-  
MATCHIS  
FCNDS STAMCELDONATIE





### **Opzetten mogelijkheid tot nalatenschappen**

Het percentage mensen dat goede doelen begunstigt via het testament neemt jaarlijks toe. Het is van groot belang dat het Fonds aan deze vorm van schenken aandacht gaat geven. Het is namelijk goed voorstelbaar dat patiënten en hun inner circle open staan voor deze vorm van steun. Ook hier geldt dat laagdrempelig contact van belang is, het bieden van informatie en service zal daarnaast helpen deze vorm van schenken meer top of mind te maken. Naast de algemene folder over het Fonds wordt in 2025 een aparte folder/brochure ontwikkeld over dit onderwerp. Ook via de website en social media worden mensen op deze mogelijkheid gewezen. Om opgenomen te worden in nalatenschappen is een lange adem nodig. Het is van belang nu te investeren zodat we hier mogelijk over enige jaren het rendement van kunnen hebben.

### **Eigen event**

De mogelijkheden om een eigen groter event te organiseren worden onderzocht. Gedacht wordt aan een sportief evenement met een landelijke uitstraling dat in de loop van de jaren kan worden uitgebouwd. Gelet op de beperkte personele mogelijkheden wordt hierbij samenwerking gezocht met een evenementen bureau dat dit soort activiteiten organiseert. Op dit moment worden de mogelijkheden onderzocht voor een "Held op sokkenloop" in het laatste kwartaal van 2025.

### **Diverse kleinere acties**

Er is inmiddels een groot aantal kleinere acties bedacht om niet alleen geld in te zamelen maar ook het Fonds onder de aandacht te houden. Denk aan meerdere wandeltochten, kaartenacties, vier je transplantatieverjaardag, doneer je kerstpakket. In 2024 hebben deze initiatieven nog niet geleid tot echte successen. Vraag is ook of de huidige werkwijze die zich veelal beperkt tot een oproep via de nieuwsbrief echt tot succes zal leiden. Beter is het om meer aandacht te richten op enkele succesvolle acties en die verder uit te werken.



### **Fondsenwervingsgala in de week van de Stamceldonor**

Een eerste gala heeft plaatsgevonden in 2024. We willen ook in 2025 weer een gala opzetten in de week van de stamceldonor. Belangrijk is dat meer dan bij de eerste editie breder wordt gekeken naar mogelijke participanten en eerder wordt begonnen met werving van bedrijven die een tafel willen sponsoren.



# De organisatie



## **Governance en team**

Een kleine organisatie die nieuw is kent uiteraard de nodige uitdagingen. Dat geldt voor het Fonds ook voor wat betreft duidelijkheid over verantwoordelijkheden, aansturing, onderlinge communicatie, taakstellingen en functieomschrijvingen van medewerkers etc. Een belangrijke stap voor 2025 is dan ook om vragen die hieromtrent nog leven beantwoord te krijgen en de structuur duidelijker zowel op papier als in de praktijk vorm te geven. De governance, verhouding tussen bestuur, directie en medewerkers moeten in 2025 concreet en afgerond zijn. Ook wat betreft de samenstelling van het team, taakverdeling en aansturing zijn in 2025 nog slagen te maken.

## **Facilitaire uitbouw**

Een belangrijk middel om de organisatie meer armslag en inzicht te geven is de opbouw van een eigen CRM systeem. In 2023 is gekozen om het ook bij donorwerving in gebruik zijnde Salesforce te gaan gebruiken en aan te passen aan de wensen van de afdeling fondsenwerving. Het beheer van donateurs, bedrijven en acties is daardoor verbeterd. In 2025 wordt gekeken of het huidige systeem voldoet dan wel verdere aanpassingen nodig zijn.

## **Communicatie en uitstraling Fonds**

Het belangrijkste communicatiemiddel van het Fonds is op dit ogenblik nog de website. Inmiddels is er ook een LinkedIn pagina, facebook, andere social media en een eigen folder. Ook zal er in 2025 voor het eerst een eigen jaarverslag worden opgesteld waarmee het jarenlang uitgegeven activiteitenoverzicht wordt gecombineerd.

## **Jaarlijkse brainstorm met externen**

Het Fonds is relatief nieuw en beoogt de komende jaren veel nieuwe activiteiten te ontwikkelen. Het is raadzaam hier 1x per jaar met externe specialisten op het terrein van fondsenwerving over van gedachten te wisselen en om adviezen te vragen. Hierbij zou dan ook de Raad van Toezicht van Matchis kunnen worden betrokken. Een dergelijke brainstormsessie zou bij voorkeur in september/oktober gehouden moeten worden om de ideeën eventueel nog in de plannen voor het jaar erop mee te kunnen nemen.



# Voorwaarden en Risico's

**Om doelstellingen te behalen en ook de genoemde activiteiten succesvol van de grond te krijgen zal aan een aantal voorwaarden moeten worden gewerkt.**

## **Profilering fonds, intern en extern**

Het Fonds zal meer bekendheid moeten krijgen in Nederland en als een geloofwaardige en betrouwbare organisatie bekend moeten worden. Dit betekent dat naast of beter nog tegelijk met de fondsenwervende activiteiten ook profilering een doelstelling wordt. Ook intern bij Matchis moeten doel en mogelijkheden meer naar voren komen. Het gaan werken met projecten die ook vanuit Matchis kunnen worden uitgevoerd is nog onvoldoende van de grond gekomen. Hier zal zowel binnen het Fonds als Matchis zelf meer aandacht voor worden gevraagd.

## **Afstemming Matchis en Matchis Fonds**

In het verlengde van bovenstaande dient het komende jaar verder gewerkt te worden aan een betere afstemming tussen verantwoordelijkheden, taken en financiële afspraken tussen Matchis en het Matchis Fonds. Deze moeten zo nodig ook worden vastgelegd in overeenkomsten.

## **CBF-keurmerk**

Ten behoeve van betrouwbaarheid en bekendheid is het verkrijgen van het CBF-keurmerk noodzakelijk. Daarbij komt ook dat voor de uitvoering van sommige activiteiten het hebben van dit keurmerk onmisbaar is. Het Fonds wil dan op korte termijn een start maken met de aanvraag van het keurmerk.

## **Verwerken strategiedag conclusies en activiteiten**

Uit de eerste strategiedag van augustus 2024 is een aantal speerpunten en aanbevelingen benoemd. Hiervoor zal een planning en taakverdeling moeten komen. In 2025 zal de strategiedag van het bestuur worden herhaald.

## **Opbouw netwerk voor Fonds en Matchis**

Matchis is mede door haar doelstellingen grotendeels intern gericht. De organisatie beschikt over een gering extern (maatschappelijk) netwerk. De uitbouw van een netwerk dat kan worden ingezet voor fondsenwerving is noodzakelijk en dient dan ook door zowel Matchis als het Fonds de komende jaren hoge prioriteit te hebben.





## Risico's

Welke risico's zijn er te benoemen die het behalen van de doelstellingen in gevaar kunnen brengen?

- Geen goede planning binnen dan wel tussen projecten waardoor activiteiten niet kunnen worden uitgevoerd.
- Te veel tijd gaat zitten in 'waan van de dag' activiteiten of activiteiten die weinig van doen hebben met directe fondsenwerving waardoor primaire activiteiten niet kunnen worden uitgevoerd.
- Het onderwerp stamceldonatie komt negatief in het nieuws waardoor mensen niet bereid zijn financieel bij te dragen.
- Ontwikkelingen op economisch en/of fondsenwervingsgebied (denk aan grote rampen) waardoor het bestedingspatroon en/of de focus van de doelgroepen heel anders komen te liggen.
- Een te grote kostenbelasting vanuit Matchis voor overheadkosten kan een CBF goedkeuring maar ook fondsenwerving in gevaar brengen.

Ook mogelijke uitval van medewerkers kan een risico vormen voor het behalen van de doelstellingen. Daarom is het raadzaam te inventariseren welke bureaus er eventueel zijn die wat betreft ondersteuning bij kunnen springen. Mogelijk niet alleen bij uitval medewerkers maar ook bij een toename van het aantal activiteiten. Bij dit laatste geldt uiteraard wel dat baten en lasten binnen een activiteit die mogelijk inhuur behoeft, kritisch afgewogen moeten worden.

Het besteden van tijd aan secundaire zaken en/of teveel tijd besteden aan activiteiten die relatief weinig inkomsten genereren is uiteraard altijd een valkuil. Om hier beter zicht op te krijgen zal worden gemonitord op basis van urenregistratie voor specifieke activiteiten/projecten. Ook zullen er afspraken worden vastgelegd waar grenzen horen te liggen bij investering in uren afgezet tegen revenuen. Dit valt onder het onderdeel interne organisatie genoemd in dit jaarplan.

# Globale Jaarplanning



Komend jaar moet meer gericht zijn op de uitwerking van succesvolle activiteiten die relatief weinig tijd kosten. Beter enkele 'vaste' grotere activiteiten dan een rij van weinig succesvolle arbeidsintensieve acties. Een aantal genoemde activiteiten in dit jaarplan moet nog definitief worden gepland.

## De belangrijkste activiteiten voor 2025 op een rij:

- Aanvraag CBF keurmerk: April
- Longest day of Golf: juni
- Verschijnen eerste jaarverslag: juni
- Vierdaagse Nijmegen: juli
- Golftoernooi vrienden van: september
- Week van de stamceldonor: september
- Gala: september
- Start verkoop loten loterij: september
- Eigen sportief evenement: oktober
- Start eigen webshop: november
- Winterwandeling: december
- Trekking loterij: december



# Begroting

## Baten en Lasten 2025

---

<b>Baten</b>		<b>Lasten</b>	
Particulieren	€ 595.000	Wervingskosten	€ 171.361
Bedrijven	€ 80.000	Voorlichtingskosten	€ 227.613
Loterij organisaties	€ -	Directe kosten	€ 20.000
Andere non-profit instellingen	€ 95.000	Beheerskosten	€ 118.602
Verbonden organisaties	€ 443.576		
<b>Totaal</b>	<b>€ 1.213.576</b>	<b>Totaal</b>	<b>€ 537.576</b>

Netto opbrengsten 2025: € 676.000

Het bestedingsdoel van de opbrengst is de werving van nieuwe stamceldonoren. Wij verwachten dat met deze opbrengst ca. 13.500 nieuwe stamceldonoren kunnen worden geregistreerd.

# MATCHIS FONDS STAMCELDONATIE

Bargelaan 196 (7e etage)  
2333 CW Leiden

071 – 5685300  
info@fondsstamceldonatie.nl

[www.fondsstamceldonatie.nl](http://www.fondsstamceldonatie.nl)