

# MATCHIS

## FONDS STAMCELDONATIE

### Beleidsplan Stichting Matchis Fonds Stamceldonatie 2026-2028

**September**  
**2025**  
**Versie 2.1**

**Locatie Leiden**  
Bargelaan 196  
2333 CW Leiden  
Nederland

**Locatie Nijmegen**  
Sint Annastraat 290  
6525 HD Nijmegen  
Nederland

**E** [info@fondsstamceldonatie.nl](mailto:info@fondsstamceldonatie.nl)  
**W** [www.fondsstamceldonatie.nl](http://www.fondsstamceldonatie.nl)  
**T** +31 71 568 53 50

**BIC-code:** ABNA NL 2 A  
**IBAN:** NL96 ABNA 0454 0552 50  
**KvK:** 84491299

# MATCHIS

## FONDS STAMCELDONATIE

### **Inhoudsopgave**

<b>Samenvatting</b>	<b>3</b>
<b>Het Fonds: de basis</b>	<b>4</b>
Missie en visie	
Doelstellingen en ambities	
<b>De fondsenwerving</b>	<b>6</b>
Doelgroepen	
Fondsenwervingsdoelen	
Strategieën	
Activiteitenplanning	
Communicatie, transparantie en profilering	
<b>De organisatie</b>	<b>11</b>
Governance	
Bedrijfsvoering	
Monitoring, evaluatie en risicobeheersing	
Risico's	
Jaarverslaglegging	
<b>Bijlage</b>	
1) Globale meerjarenbegroting	<b>14</b>

# MATCHIS

## FONDS STAMCELDONATIE

### **Samenvatting**

In dit beleidsplan voor de jaren 2026-2028 worden in grote lijnen de contouren geschetst voor de werving en de organisatie van het Fonds. Doelstelling is om de komende jaren via fondsenwerving inkomsten te genereren van minstens 1 miljoen euro. Gelden die geheel ten goede moeten komen aan de belanghebbende van het Fonds, de Stichting Matchis. De te ontwikkelen activiteiten moeten voor een deel jaarlijks terugkerend zijn om de nu nog kwetsbare basis zoveel als mogelijk ombouwen naar vaste, meer zekere inkomsten. Bestaande succesvolle acties worden geconsolideerd en uitgebreid. Bij nieuwe activiteiten wordt samenwerking met derden en/of aansluiting bij bestaande initiatieven gezocht. Samenwerking met de donorwerving van de Stichting Matchis is noodzakelijk waarbij niet uit het oog mag worden verloren dat donorwerving van jongeren prioriteit heeft en het fonds daaraan dienstbaar is. Waar echter samen opgetrokken kan worden, donorwerving en fondsenwerving, zal dit ook moeten plaatsvinden.

Na een voorbereiding van ongeveer een jaar heeft in 2025 de governance vaste vorm gekregen. Het Fonds beschikt over een one-tier governance structuur met een uitvoerend en niet-uitvoerende bestuursleden.

Elk jaar wordt een jaarplan opgesteld waarin de plannen die in dit beleidsplan nog globaal worden genoemd meer concreet worden uitgewerkt.

Dit beleidsplan met bijlagen is openbaar en wordt op de website van het Matchis Fonds Stamceldonatie gepubliceerd.

# MATCHIS

## FONDS STAMCELDONATIE

### **Het Matchis Fonds Stamceldonatie: de basis**

De fondsenwerving voor stamceldonatie in Nederland heeft inmiddels een lange geschiedenis. De eerste acties vonden plaats vanuit de stamceldonorbank in Nijmegen. Centraal stonden de sponsoring van lopers van de 4-daagse en op den duur het golftoernooi van de Stichting Vrienden van de stamceldonorbank.

Na de fusie van de donorbank Leiden en Nijmegen in 2016 werd de fondsenwerving uitgebreid. In 2022 werd besloten tot de oprichting van een aparte stichting die zich geheel ging toeleggen op de fondsenwerving, de Stichting Matchis Fonds Stamceldonatie.

Inmiddels is het Matchis Fonds Stamceldonatie een feit. Werkzaamheden worden in nauw overleg met de Stichting Matchis uitgevoerd.

#### **Missie**

Het Matchis Fonds Stamceldonatie is er om de missie van Stichting Matchis, de belanghebbende van het Fonds, mogelijk te maken. Zoals verwoord in de statuten betekent dit dat het Fonds zich inzet tot het verwerven, beheren en beleggen van gelden ten bate van de werving en de registratie van stamceldonoren in Nederland. Ze wil daarmee in Nederland het aantal stamceldonoren verhogen om daarmee de kans op een stamceldonor voor patiënten met onder meer leukemie te vergroten. De Nederlandse stamceldonorbank moet op termijn net zoveel daadwerkelijke donoren leveren als er statistisch gezien patiënten in Nederland zijn die een stamceldonatie nodig hebben. In 2025 betekent dat ruim 400 donoren, de familiedonoren (200) niet meegerekend.

Daartoe zet het Fonds zich in om uiteenlopende acties op te zetten die gelden genereren en door Stichting Matchis, de stamceldonorbank van Nederland, kunnen worden ingezet voor directe dan wel indirecte werving van donoren. Tegelijk met de werving van gelden ondersteunt het Matchis Fonds Stamceldonatie ook de bewustwording over stamceldonatie. Elke vorm van fondsenwerving gaat (bijna) altijd gepaard met enige vorm van voorlichting. De wervende en voorlichtende acties van Matchis hebben zodoende profijt van fondsenwervingsacties door werving van gelden en attentering op het belang ervan.

#### **Visie**

Matchis Fonds Stamceldonatie zet het belang van stamceldonoren centraal in combinatie met de bewustwording bij uiteenlopende groepen dat hiervoor geld nodig is. Het is vanuit die gedachte dat een breed scala van activiteiten wordt ingezet om gelden in te zamelen. Het Fonds sluit nauw aan bij de doelstellingen van Stichting Matchis zelf en stelt de samenwerking daarbij centraal. Het Fonds hanteert grotendeels dezelfde kernwaarden voor de medewerkers als Matchis:

*Ideëel:* gericht op het leven van een maatschappelijke bijdrage, inzet voor de doelstellingen van de organisatie, inspirerend en bevlogen.

*Deskundig:* beschikt over kennis van zaken; ervaring om de missie en visie uit te dragen en blijft zich ontwikkelen.

# MATCHIS

## FONDS STAMCELDONATIE

*Resultaatgericht:* gericht op het behalen van het gestelde doel en houdt deze ook steeds voor ogen bij de eigen inzet.

### **Doelstellingen en ambities**

Concreet stelt het Fonds zich ten doel om de fondsenwerving ten behoeve van de stamceldonatie in Nederland minder kwetsbaar en daarmee toekomst bestendiger te maken. Binnen de komende vier jaar moeten de inkomsten uit fondsenwerving verhoogd worden. Deze bedroegen in 2024 ongeveer 800.000 euro. Jaarlijks zal dit uit moeten komen op netto inkomsten van ten minste 1 miljoen euro. Met de inzet van een budget van ongeveer deze grootte kan het donorbestand zo veel als mogelijk in stand worden gehouden.

### **Huidige situatie is kwetsbaar**

Een groot deel van de inkomsten voor het Fonds komen vanuit een breed scala aan activiteiten. Voor een deel zijn dit 'spontane activiteiten' van mensen die 'iets' voor Matchis willen doen. Dit kan dan het geven van geld zijn maar ook door bijvoorbeeld zelf een actie op te zetten. Daarnaast is er de afgelopen jaren een aantal grotere activiteiten opgezet als loterij en gala. De vrienden van de stamceldonorbank, een zelfstandige stichting in Nijmegen, houdt al ruim 10 jaar een benefietgolftoernooi dat grotendeels buiten het Fonds plaatsvindt. Kijken we naar de inkomstenstroom dan is deze nog kwetsbaar. Activiteiten door derden worden door het Fonds ondersteund, het nemen van eigen fondsenwervende initiatieven zal de komende jaren meer gestalte moeten krijgen om voor een meer stabiele inkomstenstroom te zorgen.

# MATCHIS

## FONDS STAMCELDONATIE

### De Fondsenwerving

#### Doelgroepen

Hoewel in principe het onderwerp stamceldonatie iedereen kan treffen ligt het voor de hand dat vooral direct betrokkenen en met name de omgeving van een patiënt zich het meest geroepen voelen 'iets' te doen. Dit zien we ook bij de acties van Sterk voor Matchis, bijna altijd hebben de initiatiefnemers iemand in de eigen omgeving die een stamceltransplantatie heeft moeten ondergaan of waarvoor geen donor beschikbaar was of nog is.

Daarnaast kunnen als doelgroepen van het Fonds worden genoemd:

- Stichtingen en fondsen die geld beschikbaar stellen voor projecten
- Geregistreerde donoren, vooral de oudere categorie
- Serviceclubs
- Partnerships met bedrijven
- Zorgverzekeraars
- Patiëntenorganisaties
- Algemeen publiek: inspelen op acties en publiciteit donorwerving

In het onderzoek van Flycatcher van Maart 2022 naar de mogelijkheid van fondsenwerving door Matchis komt naar voren dat vooral mensen die zich betrokken voelen bij een of andere vorm van donatie (bloed, orgaan en stamcellen) bereid zijn een of meerdere keren een financiële bijdrage te leveren. Het betreft hierbij dan vooral een wat oudere doelgroep (50+). Bij de in te zetten wervingsmiddelen die in het strategisch plan worden opgenomen zal met deze doelgroep segmentering rekening worden gehouden. Om hier verder op in te zoomen: het zou hierbij vooral ook moeten gaan om mensen die zich hebben ingeschreven en na hun 55<sup>e</sup> verjaardag worden uitgeschreven.

Het Fonds moet op het terrein van de fondsenwerving van samenwerking een speerpunt maken. Denk hierbij aan samenwerking met uiteenlopende patiëntenorganisaties maar ook aan bijvoorbeeld zorgverzekeraars en bedrijven. Zonder een uitbouw van samenwerking zal het succesvol benaderen van b.v. institutionele fondsen moeizaam blijven. Belangrijk daarbij is dat er door Matchis uiteenlopende projecten worden opgesteld, dienstig aan de werving van donoren, om meer doel- en vraaggericht te werken waarvoor het Fonds de gelden kan werven. Bij voorkeur ook in samenwerking met anderen.

Het werven van gelden onder "het algemeen publiek" zal geen eerste prioriteit hebben omdat hierbij de concurrentie te groot is. Andere fondsen die zich specifiek op het publiek richten hebben een te grote concurrentiekracht. Wel kan voor de fondsenwerving worden 'meegelift' als er grotere wervingsactiviteiten zijn voor stamceldonoren. Donateurswerving heeft daarmee geen grote prioriteit al worden experimenten op dit gebied niet geheel uitgesloten.

Vooralsnog vallen van nalatenschappen geen grote inkomsten te verwachten, wel zal voor geïnteresseerden hiervoor de drempel (technisch) zo laag mogelijk moeten komen te liggen. Hiertoe zal de bestaande informatie op de website moeten worden uitgebreid.

# MATCHIS

## FONDS STAMCELDONATIE

### **Fondsenwervingsdoelen**

Zoals hiervoor gesteld is het doel wat inkomsten betreft 1 miljoen euro netto. Gestreefd wordt om, na de verdere uitbouw en professionalisering van de organisatie, deze doelstelling vanaf 2027 te behalen. Uitgangspunt daarbij is dat de totale wervingskosten niet hoger mogen zijn dan 25%.

Naast dit financiële doel is er zo mogelijk nog een belangrijkere: het komen tot meer bestendige en structurele vormen van fondsenwerving om daarmee de risico's van plotselinge dalingen van inkomsten te verminderen.

### **Fondsenwervingsstrategieën**

Per doelgroep en activiteit worden verschillende acties ondernomen en middelen ingezet. Er zal dan ook geen sprake zijn van één, statische, fondsenwervingsstrategie. Er zal, zeker de eerste jaren, een breed scala van wervingsmethoden worden ingezet met daarbij passende middelen.

De keuze is dan ook voor een groot deel afhankelijk van de vorm van werving en in te zetten middelen en de behaalde resultaten en verwachtingen daarvan.

### *Inkomsten uit structurele activiteiten*

Belangrijk uitgangspunt is om meerdere jaarlijkse activiteiten op te zetten om een meer stabiele basis voor de inkomsten te creëren.

We gaan hierbij uit van:

- een loterij eind van het jaar

Doelgroep hierbij bestaat vooral uit de geregistreerde donoren die via de nieuwsbrief van Matchis en een speciale mail opgeroepen worden loten te kopen. Daarnaast zullen bedrijven worden benaderd om loten aan hun medewerkers aan te bieden.

- een gala met veiling in de week van de stamceldonor

De organisatie hiervan wordt uitbesteed aan een bureau. Werving van tafels gebeurt mede onder relaties van Matchis. Streven is om elk jaar dit gala iets te vergroten wat betreft deelnemers en inkomsten.

- Acties richting 55+, uitgeschreven donoren

Ingeschreven donoren worden in het jaar dat zij 56 worden uitgeschreven. In de bedankbrief/mail die zij van Matchis ontvangen om te melden dat ze niet meer ingeschreven kunnen staan staat informatie over het Fonds.

- een eigen sponsorwedstrijd/tocht

Naast alle activiteiten via Sterk voor Matchis moet 1 keer per jaar een geheel eigen sponsor event worden gehouden. Dit zal worden uitbesteed aan een bureau. Werving gebeurt voor een deel via de donoren maar zal grotendeels onder andere groepen (sporters/wandelaars e.d. afhankelijk van het soort event) moeten worden bekend gemaakt. Een dergelijk landelijk evenement zal ook bijdragen aan de voorlichting over stamceldonatie.

- het eigen product waarbij de opbrengst voor Matchis is.

# MATCHIS

## FONDS STAMCELDONATIE

Is er een product te verzinnen dat aansluit bij de doelstellingen dan wel taak van Matchis en verkocht kan worden via een of meerdere winkelketens. Mogelijk dat speciale 'Matchis sokken' zich hiervoor lenen. Een dergelijk product met brede verspreiding brengt het onderwerp stamceldonatie onder de aandacht.

### *- Werving particuliere donateurs*

Naar werving van particuliere donateurs bijvoorbeeld via het opzetten van een 'vrienden van' actie wordt onderzoek gedaan en zullen proeven worden gestart.

### *Inkomsten uit incidentele activiteiten*

#### *- Sterk voor Matchis*

Een deel van de deelnemers meldt zich spontaan via de website. Via benadering van patiënten en omgeving wordt hier de komende jaren meer nadruk op gelegd. Dit naast werving via social mediakanalen.

#### *- Werving via en voor projecten*

Er worden vanuit de voorlichting en werving van Matchis meerdere korte en lange termijn projecten ontwikkeld waarvoor het Fonds de fondsenwerving richting bedrijven kan concretiseren. Hierbij moet vooral gedacht worden aan projecten die een relatief korte ontwikkeltermijn nodig hebben zoals schoolprojecten, voorlichtingsmaterialen, doelgroep gerichte campagnes e.d. Hiermee kunnen vervolgens bedrijven en fondsen worden benaderd, eventueel in samenwerking met derden. Om het voor bedrijven aantrekkelijker te maken mee te werken is een sponsorprogramma ontwikkeld.

#### *- Benaderen patiënten en omgeving*

Zowel Matchis als het Fonds beschikken niet over directe contactgegevens. Dit bemoeilijkt soms zowel de donor- als fondsenwerving. Contacten moeten dan ook altijd indirect worden gelegd of ontstaan doordat patiënten of familieleden zelf het initiatief nemen. Om contacten te leggen worden activiteiten opgezet om b.v. via de transplantatiemedewerkers van het ziekenhuis informatie over Matchis en het Fonds te verstrekken en hen mede te vragen zich in te zetten en indien mogelijk contact op te nemen.

#### *- Samenwerking met serviceclubs*

Incidenteel en soms wat meer gestructureerd organiseren uiteenlopende serviceclubs een actie voor Matchis en het Fonds. Serviceclubs worden benaderd met voorstellen voor gezamenlijke fondsen- en donorwervende acties. Succesvolle acties worden voorgelegd aan andere serviceclubs om samen op te zetten.

#### *- Acties richting algemeen publiek*

Uiteraard is dit een breed begrip en daarmee brede doelgroep. Directe algemene fondsenwervingscampagnes gericht op het brede publiek zullen de komende jaren slechts sporadisch via een aantal proeven worden gevoerd. Zo zal worden aangesloten bij grotere donorwervingscampagnes om mensen die b.v. in verband leeftijd of gezondheid geen stamceldonor kunnen worden de mogelijkheid te geven een gift te doen. Werving zal dan vooral

# MATCHIS

## FONDS STAMCELDONATIE

via social media plaatsvinden, zowel via die van Matchis als het Fonds zelf.

Op de website zal informatie staan die ook het algemeen publiek de mogelijkheid geeft actief te worden dan wel schenkingen te doen. Uiteraard is op de site ook de mogelijkheid gegeven om het Fonds op te nemen in het testament. Wat dit laatste betreft zullen er actieve interventies plaats vinden. Ook hierbij is de verwachting dat dit gebruikt zal worden door mensen die op een of andere manier een band hebben met het onderwerp stamceldonatie.

### **Activiteitenplanning**

Elk jaar wordt een jaarplanning met begroting opgesteld dat in november wordt vastgesteld door het bestuur en vervolgens gepubliceerd. Activiteiten worden, zeker wat de projecten betreft, in nauwe samenwerking opgesteld met Matchis. De afdeling Donorrelaties en Communicatie geeft aan waar behoeften liggen wat betreft financiële ondersteuning om bepaalde zaken te kunnen starten in het komende jaar. Overleg hierover vindt plaats in Augustus om de plannen ruim op tijd te kunnen opzetten en ermee te starten.

Globaal ziet een jaarplanning van het Fonds er als volgt uit:

Q1

Eigen product; start werving prijzen loterij, evaluatie voorgaand jaar.

Q2

Jaarrekening en jaarverslag. Eigen event

Q3

Jaarplan en begroting volgend jaar, jaarlijks gala, start verkoop loten, acties ihkv week van de stamceldonor, jaarlijks golftoernooi.

Q4

Acties richting uit te schrijven donoren, trekking loterij.

### **Communicatie, transparantie en profilering**

Het Fonds communiceert via de eigen website, social media kanalen en een nieuwsbrief. Enkele keren per jaar worden ook berichten van het Fonds op de website van Matchis en in de nieuwsbrief geplaatst. Naast vermelding van het Fonds in de afscheidsbrief van 55+ donoren door Matchis is dit de enige indirecte manier waarop gebruik wordt gemaakt van het donorbestand van Matchis. Donoren die staan ingeschreven worden op geen enkele manier verder benaderd door het Fonds en uitwisseling van gegevens vindt dan ook niet plaats. Donorbestand van Matchis en donateursbestand van het Fonds zijn ook technisch strikt gescheiden. Voor de veiligheidsmaatregelen van de bestanden wordt gebruik gemaakt van de binnen Stichting Matchis geldende procedures.

Mensen die geld geven ontvangen altijd een bedankmail, mits de gegevens bekend zijn. Mensen die een bijdrage hebben geleverd aan een sponsoractie via Sterk voor Matchis ontvangen na een jaar één keer een verzoek om het Fonds te blijven steunen. Als zij dit doen worden ze opgenomen in een bestand dat wordt bijgehouden in Salesforce. Als na een jaar geen contact meer is geweest worden zij uit dit bestand gewist. Dit wordt ook meegedeeld via de website. Mensen die geld geven of op een andere manier contact opnemen met het Fonds worden gevraagd of zij de nieuwsbrief wensen te ontvangen. Ontvangers van de nieuwsbrief kunnen dit altijd opzeggen zoals ook onderaan de nieuwsbrief staat vermeld. Ook staat vermeld op de

# MATCHIS

## FONDS STAMCELDONATIE

website dat zij ten alle tijden hun naam als donateur kunnen laten verwijderen uit onze bestanden. Daarvan ontvangen zij dan ook een bevestiging.

Uiterlijk in juli van elk jaar wordt een financieel jaarverslag in combinatie met meer algemene gegevens op de website gepubliceerd. Een jaarprogramma wordt uiterlijk in januari op de website geplaatst.

Profilering van het Fonds vindt verder jaarlijks plaats met een lichte social mediacampagne waarin missie en doelstellingen centraal staan. Het Fonds zal ook aansluiten bij voorlichtings- en wervingsacties van Matchis als dat voor de fondsenwerving opportuun is en de donorrowing niet in de weg staat.

Voor indirecte profilering werkt het fonds aan een webwinkel met daarin een aantal producten die kunnen worden gekocht en waarmee het Fonds dan wel Matchis zich direct kunnen profileren.

Het Fonds beschikt over een ANBI status en werkt aan het behalen van het CBF erkenning. Dit laatste is belangrijk voor het vertrouwen van potentiële donateurs, het kunnen aansluiten bij verschillende nationale activiteiten en voor de verdere profilering van het Fonds. Zodra de erkenning is verkregen zal dit worden gepubliceerd op o.a. de website.

# MATCHIS

## FONDS STAMCELDONATIE

### De organisatie

#### Governance

Zoals in de statuten is vastgelegd hanteert het Fonds een one-tier governance model. Het bestaat uit minimaal 3 en maximaal 5 bestuursleden. Het bestuur streeft naar een volledige bezetting van 5 personen. Een van de bestuursleden is uitvoerend, de andere zijn niet-uitvoerend. Het uitvoerende bestuurslid geeft leiding en sturing aan de medewerkers van het Fonds. Tevens is het uitvoerende bestuurslid verantwoordelijk voor de dagelijkse gang van zaken, uitvoering van het beleid en behalen van de doelstellingen.

Het bestuur beschikt over een bestuursreglement en een rooster van aftreden. Dit wordt jaarlijks geëvalueerd. Deze worden gepubliceerd op de website.

Met uitzondering van het uitvoerende bestuurslid zijn de leden van het bestuur onbezoldigd en ontvangen alleen een vergoeding voor gemaakte kosten.

Bestuursleden staan met hun naam, functie binnen het bestuur en eventuele nevenfuncties vermeld op de website van het Fonds.

Met vertegenwoordigers van de belanghebbenden vindt tweejaarlijks overleg plaats. Dit overleg vindt plaats tussen de voorzitter van het bestuur van het Fonds en de voorzitter van de Raad van Toezicht van de Stichting Matchis. Daarnaast vindt wekelijks overleg plaats tussen de uitvoerende bestuurder van het Fonds en de bestuurder van Stichting Matchis.

#### Organisatie en bedrijfsvoering

##### - Medewerkers

Het Fonds heeft geen eigen medewerkers in dienst. Vanuit Stichting Matchis worden medewerkers ingezet ten behoeve van het Fonds. Deze medewerkers maken onderdeel uit van de afdeling Donorrelaties en Communicatie en vallen hiërarchisch direct onder de manager van deze afdeling. Betreffende manager maakt als uitvoerende bestuurder deel uit van het bestuur van het Fonds.

Omdat medewerkers in dienst zijn van Stichting Matchis vallen zij onder de procedures en regelingen zoals deze onder andere gelden voor het aanname beleid en alle andere personeelszaken. Dit geldt ook voor het door Matchis gehanteerde integriteitsbeleid en klokkenluidersregeling. Gebruik gemaakt wordt van het meldpunt integriteitsgedrag zoals dat door Matchis wordt ingezet. Dit is ook zo verwoord op de website van het Fonds met daarbij directe links naar de betreffende onderdelen op de website van Matchis.

##### - Vrijwilligers

Het Fonds heeft geen vrijwilligers. Wel kan gebruik worden gemaakt voor evenementen van vrijwilligers van Stichting Matchis. Dit omdat veel activiteiten rondom stamceldonatie een meervoudig karakter hebben: voorlichting, donorwerving en fondsenwerving. Vrijwilligers worden vooraf geïnformeerd voor welk soort activiteit ze worden ingezet en welke vragen daarbij kunnen worden gesteld. Begeleiding vindt plaats door de afdeling DRC van Stichting Matchis dat ook beschikt over een vrijwilligersbeleid. Als een evenement uitsluitend gericht is op fondsenwerving vindt de begeleiding plaats door de medewerkers die voor het Fonds actief zijn.

# MATCHIS

## FONDS STAMCELDONATIE

Huis aan huis collecties dan wel andere vormen van fysieke geldinzameling door vrijwilligers vinden niet plaats.

- Het Fonds en de wereld  
Van elke organisatie wordt verwacht dat het maatschappelijk verantwoord handelt. Dat geldt ook voor een relatief kleine organisatie als het Matchis Fonds. Op veel terreinen sluit het Fonds hierom aan bij procedures en regelgeving hiertoe die Stichting Matchis hanteert. Daarin zijn dan weinig of geen discrepanties wat betreft activiteiten en inzet. Dit geldt ook voor de aanname van medewerkers en voorkeursbeleid dat hierbij wordt toegepast. Een klein verschil zit in het veld waarin het Fonds opereert. Donateurs en geldgevers worden nogal eens 'gelokt' met allerlei gadgets, DM-acties etc. Het Fonds stelt zich in deze uiterst terughoudend op en zet alleen dit soort middelen in als dat echt niet anders kan.
- Klachten donateurs en anderen  
Op de website staat een mailadres waar klachten kunnen worden ingediend. Klachten worden in eerste instantie opgepakt door de medewerkers van de afdeling DRC die zijn ingezet bij het Fonds. Zo nodig wordt de klachtenfunctionaris van Stichting Matchis ingeschakeld om verdere stappen te ondernemen.
- Opzeggen donateurschap  
Donateurs die niet langer een bijdragen willen doen aan het Fonds kunnen dit zowel per mail als telefonisch kenbaar maken. Onder de rubriek 'Klachten en opzeggingen' op de website staan hiervoor de centrale gegevens vermeld.
- Integriteitscode  
De medewerkers van het Fonds vallen onder de integriteitscode van de Stichting Matchis. Het bestuur van het Fonds sluit zich hierbij aan. Deze code is te vinden op de website van het Fonds via een rechtstreekse link naar het betreffende onderdeel op de website van Matchis.

### **Monitoring, evaluatie en risicobeheersing**

Het bestuur hanteert een jaarlijks vast te stellen governance agenda. Hierin worden afspraken vastgelegd over verslaglegging van de resultaten en voortgang op financieel, bestuurlijk, personeel en organisatorisch terrein. Een verslag over de financiële situatie wordt vanuit het team elke maand vooraf aan het bestuursoverleg ingediend. Een verdere brede evaluatie van het lopende jaar vindt plaats aan het begin van laatste kwartaal zodat voor het daaropvolgende jaarplan nog bijsturing kan plaatsvinden. Op deze wijze kan tijdig worden ingegrepen en beleid zo nodig worden aangepast.

### **Risico's**

Elk jaar wordt een overzicht gemaakt met daarin de belangrijkste bevindingen van de evaluatie en risico's voor het komende jaar. De bevindingen worden opgenomen in het te maken jaarplan. De risico's voor het Fonds bestaan uit een aantal onderdelen waardoor de continuïteit of in ieder geval de inkomstenstroom onder druk kan komen te staan:

# MATCHIS

## FONDS STAMCELDONATIE

- Teruglopende of jaarlijks sterk fluctuerende inkomsten. Het Fonds beschikt (nog) niet over een zekere basis wat betreft fondsenwervende activiteiten. Jaarlijks kunnen deze dan ook nog sterk verschillen waardoor toezeggingen naar de Stichting Matchis mogelijk niet altijd waar te maken zijn.
- Personeelwisselingen of uitval: een organisatie met een zeer beperkt aantal medewerkers is kwetsbaar. Uitval kan direct gevolgen hebben voor de werkzaamheden.
- Het niet komen tot projectvoorstellen vanuit Stichting Matchis: het is niet aannemelijk dat doelstellingen alleen behaald worden door te wijzen op de kosten van donorwerving. Voor gerichte Fondsenwerving zullen projecten moeten worden ontwikkeld die grotendeels vanuit Stichting Matchis moeten voortkomen. De fondsenwerving zal sterk bemoeilijkt worden als deze manier van projectenontwikkeling niet van de grond komt.
- Het onderwerp stamceldonatie verdwijnt uit de publiciteit of wordt volledig overschaduwd door andere gelijksoortige onderwerpen: Het Fonds 'lift' voor een deel mee met de publiciteit en Matchis-campagnes over het belang van stamceldonatie. Aan dit belang kan door het Fonds het belang van financiering voor de werving worden gekoppeld. Als er weinig tot geen publiciteit is dan wel wervingscampagnes van Matchis niet (meer) aanslaan gaat dat gevolgen hebben voor de donorwerving

### **Jaarverslaglegging**

Elk jaar in juni wordt op de website het jaarverslag gepubliceerd. Hierin staan het bestuursverslag en de financiële verantwoording centraal. Hiermee legt het bestuur verantwoording af aan de betrokken publieksgroepen. Het wordt ook gecommuniceerd via de nieuwsbrief.

# MATCHIS

## FONDS STAMCELDONATIE

### Bijlage 1

#### Indicatie meerjarenbegroting, globaal

BATEN	2025	2026	2027	2028	2029	stijging
Particulieren	595	655	720	792	871	10%
Bedrijven	80	88	97	106	117	10%
Non-profit instellingen	95	105	115	126	139	10%
Verbonden organisatie	444	400	360	324	291	-10%
<b>TOTAAL</b>	<b>1.214</b>	<b>1.247</b>	<b>1.291</b>	<b>1.349</b>	<b>1.419</b>	
<b>LASTEN</b>						
Werving	171.	175	180	184	189	2,5%
Voorlichting	228	234	240	246	252	2,5%
Directe kosten	20	21	21	22	22	2,5%
Beheerskosten	119	122	125	128	131	2,5%
<b>TOTALE LASTEN</b>	<b>538</b>	<b>551</b>	<b>565</b>	<b>579</b>	<b>594</b>	
<b>OVERDRACHT MATCHIS</b>	<b>676</b>	<b>695</b>	<b>726</b>	<b>769</b>	<b>825</b>	
<b>WERVINGSKOSTEN</b>	<b>25,3%</b>	<b>25,2%</b>	<b>24,7%</b>	<b>23,9%</b>	<b>22,9%</b>	