

BUSINESSPLAN
AMBITIES EN STRATEGIE
2014-2017



ALLE KINDEREN MOETEN KUNNEN SPORTEN

INHOUDSOPGAVE

Voorwoord	3
1 Over het Jeugdsportfonds. “Sportdromen voor kinderen waarmaken, de jeugd heeft de toekomst”	5
1.1 Waarom het Jeugdsportfonds nodig is	5
1.2 Kinderen winnen veel met sport	5
1.3 Onze werkwijze	6
2 Groei en ontwikkeling van het Jeugdsportfonds en de uitdagingen voor de toekomst	10
2.1 Groei en ontwikkeling	10
2.2 Facts & figures Jeugdsportfonds 2013	10
2.3 Uitdagingen voor de toekomst	11
3 Missie en visie	13
3.1 Missie	13
3.2 Visie	13
4 Doelstellingen 2014 - 2017	15
4.1 Meer kinderen een sportkans bieden	15
4.2 Meer maatschappelijke impact door samenwerking	17
5 Strategie 2014 - 2017 [hoe bereiken we onze doelstellingen?]	19
5.1 Landelijke dekking en meer intermediairs	20
5.2 Meer fondsen werven en een robuuster financieringsmodel	24
5.3 Good Governance en samenwerkend ondernemen	27
5.4 Een sterk merk	33
5.5 Samenwerking met maatschappelijke partners	37
6 Financiën	39
Meerjarenbegroting	39

VOORWOORD

Nederland is een van de meest welvarende landen in de wereld. Maar ook in Nederland is er sprake van armoede en groeien meer dan 380.000 kinderen op in een gezin dat moet rondkomen van het bestaansminimum. Dat is 1 op de 9 kinderen. Armoede kent alle kleuren en komt voor in alle lagen van de bevolking.

Kinderen zijn onze toekomst. We hebben als samenleving de verplichting om onze kinderen een kans te geven op een goede toekomst. Velen zetten zich daar gelukkig voor in, op allerlei gebieden. Het Jeugdsportfonds doet dat in de sport. We laten kinderen sporten waardoor zij zich sociaal, fysiek en mentaal kunnen ontwikkelen.

Onze werkwijze is simpel: voor die kinderen waarvan de ouders het niet kunnen betalen, betalen wij de contributie voor de sportvereniging, de sportkleding en het -materiaal.

Er wordt - helaas - steeds vaker een beroep gedaan op het Jeugdsportfonds. Dat is een teken aan de wand en zegt veel over de situatie in Nederland. Het zou fantastisch zijn als we onszelf op konden heffen. Maar tot die tijd nemen we de verantwoordelijkheid en geven zoveel mogelijk kinderen de kans om te sporten en daarmee perspectief op een betere toekomst.

Door de inzet van de lokale fondsen in het land werkt Jeugdsportfonds vaak dichtbij huis. We werken bewust met professionals die de thuissituatie en de sportwens kennen van de kinderen en zo, onafhankelijk en integer, de aanvraag voor ondersteuning kunnen doen. Onze professionals werken in het onderwijs, jeugdzorg, schuldhulpverlening en gezondheidszorg. We werken heel direct samen met het Jeugdcultuurfonds: we hanteren dezelfde methode, werken organisatorisch efficiënt samen en steeds meer fondsen zijn gecombineerd. Daarnaast werken we ook samen met vrijwilligers van de Stichting Leergeld.

We zijn enorm trots dat zoveel mensen zich met hart en ziel inzetten voor de kinderen die zo graag willen sporten maar dit niet kunnen!

We hechten als Goede Doelen organisatie uiteraard ook veel belang aan (financiële) transparantie. Doordat we werken met een speciaal voor het Jeugdsportfonds ontwikkeld online registratiesysteem kunnen we op toegankelijke wijze laten zien hoeveel kinderen we helpen en hoe de middelen worden besteed. We zijn er trots op dat meer dan 85% van de beschikbare fondsen direct terechtkomen bij de kinderen waar het om gaat. En we zijn er trots op dat we in het Regeerakkoord genoemd worden. We zijn een fondsenwervende organisatie met CBF-keurmerk en hebben de ANBI status. Ons doel is om ruim binnen de richtlijnen voor het CBF keurmerk te blijven opereren.

Kortom; omdat de behoefte zo groot is en helaas sterk groeiend en omdat we zien wat sporten in georganiseerd verband doet voor de ontwikkeling van een kind, willen wij ieder jaar meer kinderen de kans geven om te kunnen sporten. Dat doen we gelukkig niet alleen, maar in samenwerking met alle lokale fondsen, vrijwilligers, ambassadeurs, donateurs, overheid, bedrijfsleven en particulieren. Hoe we dat willen bereiken leest u in dit businessplan.



Kees Jansma
Voorzitter Jeugdsportfonds Nederland



Monique Maks
Directeur



OVER HET JEUGDSPOORTFONDS 'SPORTDROMEN VOOR KINDEREN WAARMAKEN, DE JEUGD HEEFT DE TOEKOMST'

1.1 Waarom het Jeugdsportfonds nodig is

Nederland is één van de rijkste landen ter wereld. Toch groeit de groep van mensen die moet rondkomen van een bestaansminimum. In Nederland groeit 1 op de 9 kinderen op in armoede, dat zijn meer dan 380.000 kinderen ¹.

De armoedegrens in Nederland ligt op een inkomen van 1850 euro netto per maand voor een gezin met twee kinderen. Dit bedrag is inclusief toeslagen die men krijgt (huurtoeslag, kindgebonden budget, zorgtoeslag etc.). Gezinnen die minder dan 1850 euro netto per maand te besteden hebben, leven onder de armoedegrens oftewel leven in armoede. Voor een eenoudergezin met twee kinderen ligt die grens op 1490 euro netto per maand.

Grensbedragen in 2013 naar gezinssamenstelling

gegevens over 2013	paar		eenoudergezin	
	1 kind	2 kinderen	1 kind	2 kinderen
lage-inkomensgrens	1.650	1.850	1.310	1.490
niet-veel-maar-toereikendcriterium	1.420	1.530	1.390	1.570
sociaal minimum	1.420	1.530	1.320	1.430

Bron: CBS/SCP, bewerking Mulier Instituut

Armoede kan ontstaan doordat mensen hun baan kwijtraken, door ziekte, scheiding of schulden (vaak door een verkeerd koopgedrag in het verleden). In 2013 leven ruim 1,1 miljoen Nederlanders in armoede. Het begrip armoede betekent het niet zelf kunnen voorzien in de eerste levensbehoeften zoals, gezond voedsel, huisvesting, gezondheidszorg en kleding. Het gaat om standaard oftewel basis levensbehoeften. Veel van de gezinnen zijn voor hun dagelijkse eten aangewezen op de voedselbank. De voedselbank kan haar taken steeds moeilijker vervullen, er is meer vraag naar voedsel en kleding dan dat er wordt aangeboden.

Uit onderzoek blijkt dat kinderen die in armoede opgroeien veelal sociaal en economisch uitgesloten zijn, dit betekent onder andere dat zij onvoldoende deelnemen aan sociale netwerken, geen lid kunnen worden van een sport- of culturele vereniging, weinig contacten onderhouden met anderen, nauwelijks op vakantie gaan, geen uitstapjes kunnen maken, minder vaak vriendjes over de vloer hebben en minder vaak naar verjaardagen gaan². Vaak is er stress, lopen de emoties thuis hoog op en zijn de kinderen genooddaakt huishoudelijke taken over te nemen. Nederland heeft het 'Internationaal verdrag inzake de rechten van het kind' ondertekend waarin onder andere het recht op recreatie en deelname aan spel, sport en cultuur is opgenomen. Door inzet van het Jeugdsportfonds verbetert de prestatie van een kind en jongere op verschillende gebieden, hierdoor worden jaarlijks maatschappelijke kosten voorkomen.

Verlaging van de zorgkosten door verbeterde gezondheid: roken, overgewicht en depressies worden bij een aantal van de kinderen voorkomen; Verbetering van kansen op de arbeidsmarkt: schooluitval kan worden gereduceerd waardoor meer kinderen een diploma halen. Dit leidt tot hogere inkomsten en lagere (uitkering-) kosten voor de maatschappij;

Verlaging van justitiële kosten: minder criminaliteit leidt tot lagere kosten voor het justitiële apparaat; Waarde van inzet van vrijwilligers: besparingen van loonkosten.

1 Armoedesignalement 2013, SCP

2 SCP Sociale uitsluiting bij kinderen, omvang en achtergronden, 2010

3 SCP/CBS Armoedesignalement 2013

1.2 Kinderen winnen veel met sport

Onder de kinderen die in armoede opgroeien kunnen 150.000 kinderen³ niet meedoen aan sport en cultuur vanwege een gebrek aan geld. Omdat sporten in deze gezinnen niet bovenaan het prioriteitenlijstje staat bij de inkomensbesteding, lopen deze kinderen kansen mis die voor andere leeftijdsgenootjes vanzelfsprekend zijn. En dat terwijl sporten juist een heerlijke manier is om energie kwijt te raken en plezier te beleven. Kinderen kunnen zich door te sporten op een gezonde en leuke manier meten met hun leeftijdsgenootjes. Onderzoek wijst uit dat door te sporten een kind zich sociaal, fysiek en mentaal beter ontwikkelt. Dat is belangrijk voor de toekomst van het kind, maar ook voor het gezin waarin het kind leeft. En daarmee voor onze samenleving als geheel! Met sporten in clubverband komen kinderen in contact met andere kinderen en leren zo spelenderwijs, in een nieuwe sociale omgeving, om te gaan met andere regels en omgangsvormen. Zeker voor (kwetsbare) kinderen uit minimagezinnen is dit van grote betekenis omdat ze daarmee hun horizon en sociale context verbreden.

1.3 Onze werkwijze

Het Jeugdsportfonds geeft sportkansen aan kinderen tot 18 jaar die opgroeien in gezinnen die niet genoeg geld hebben om lid te worden van een sportvereniging. Voor die kinderen betaalt het Jeugdsportfonds de contributie en de benodigde sportattributen. Om één kind een jaar lang te laten sporten is maximaal €250 nodig (waarvan €25 voor administratiekosten).



Werkwijze



* Professionals uit onderwijs, jeugdzorg, gezondheidszorg of schuldhulpverlening.

Organisatie, landelijk en lokaal

- Het Jeugdsportfonds is een fondsenwervende instelling met CBF-Keur en ANBI-status.
- Het Jeugdsportfonds is een netwerkorganisatie bestaande uit een landelijke stichting (die vanuit één locatie werkt die wordt gedeeld met het Jeugdcultuurfonds⁴) en stedelijke- en provinciale fondsen (zg. lokale fondsen). De lokale fondsen hebben eveneens de rechtsvorm van een stichting.
- De relatie tussen Jeugdsportfonds Nederland en de lokale fondsen is formeel vastgelegd in een franchiseovereenkomst waarbij wordt gewerkt volgens een (operationeel) handboek met nadere richtlijnen en handvaten voor de uitvoering in de praktijk.
- Jeugdsportfonds Nederland heeft een viertal hoofdtaken: (I) landelijke uitrol van het franchiseconcept, (II) faciliteiten en ondersteuning bieden aan lokale fondsen, (III) landelijke fondsenwerving en (IV) landelijke positionering van het Jeugdsportfonds als merk en Goede Doelen organisatie.
- De taken van de lokale fondsen bestaan voornamelijk uit (I) het 'vinden' van de kinderen in de doelgroep, (II) het lokaal werven van fondsen bij gemeenten, provincies en private partijen. Een lokaal Jeugdsportfonds beschikt naast een bestuur, dat hands-on activiteiten onderneemt voor fondsenwerving en samenwerking met andere partijen, over een coördinator die lokaal de operationele uitvoering doet van het werk van het fonds.
- De provinciale fondsen hebben als extra taak om de kleinere gemeenten binnen de provincie te betrekken en te faciliteren. Naast een bestuur beschikt men over een regionaal coördinator die het bestuur bijstaat in haar taken.
- Het Jeugdsportfonds werkt met een groot netwerk van meer dan 8000 vrijwilligers (besturen, coördinatoren⁵, intermediairs) en een beperkt aantal betaalde krachten (coördinatoren en de staforganisatie van het Jeugdsportfonds Nederland)
- Het Jeugdsportfonds heeft vele landelijke en lokale ambassadeurs die zich vrijwillig inzetten.

Samenwerking

- Het Jeugdsportfonds werkt samen met het ministerie van VWS, SZW, V&J, provincies, gemeenten en met maatschappelijke instanties op het gebied van sport, jeugd en armoedebestrijding (o.a. Pact voor kinderen in armoede⁶).

Methode, transparant, simpel en effectief

- Het Jeugdsportfonds is er voor kinderen van 4 tot 18 jaar die opgroeien in gezinnen waar niet genoeg geld is om de sportvereniging te kunnen betalen. De criteria voor toewijzing van een bijdrage die we hiervoor hanteren, liggen in lijn met de criteria die het ministerie van sociale zaken hanteert (bestaansminimum, 110% van het minimum inkomen).
- Professionele intermediairs die dagelijks betrokken zijn bij de opvoeding of opleiding van de kinderen doen de aanvraag voor de kinderen in het online aanvraagstelsel. Dat zijn docenten, medewerkers van jeugdzorginstellingen, welzijnsorganisaties, intern begeleiders van scholen, schuldhulpverleners. Zij kennen de thuissituatie van de kinderen en hun sportwensen en zetten zich op vrijwillige basis in. Wij vertrouwen op hun professionele oordeel. Ook werken we met de vrijwilligers van Stichting Leergeld.
- Jeugdsportfonds werkt met een online aanvraag- en registratiesysteem gekoppeld aan de financiële administratie. Dit systeem biedt de mogelijkheid voor uitgebreide inhoudelijke en financiële rapportages.
- De coördinator van het lokale Jeugdsportfonds toetst de aanvraag en na goedkeuring daarvan kan het

kind binnen 3 weken lid zijn van de club.

- Het geld wordt direct overgemaakt aan de sportvereniging en de winkel waar benodigde kleding of attributen worden gekocht. Het geld gaat dus niet naar de ouders/verzorgers van het kind. We weten daarom zeker dat het geld wordt besteed aan het doel.
- Na vier maanden krijgt de intermediair vanuit het online aanvraag- en registratiesysteem een verzoek om te rapporteren of het kind nog naar sport gaat en hoe hij of zij het vindt.
- Een maand voor de opgegeven einddatum van de sportperiode ontvangt de intermediair een reminder voor het indienen van een nieuwe aanvraag.

Financiering, publiek/privaat

- Het Jeugdportsfonds wordt gefinancierd uit zowel publieke als private fondsen. De inkomsten worden voor ca. 80% gegenereerd vanuit subsidiering door landelijke, provinciale en lokale overheden, en zijn voor ca. 20% afkomstig van het bedrijfsleven en donaties van particulieren.
- Transparante financiële rapportages zijn via het online aanvraag- en registratiesysteem beschikbaar.

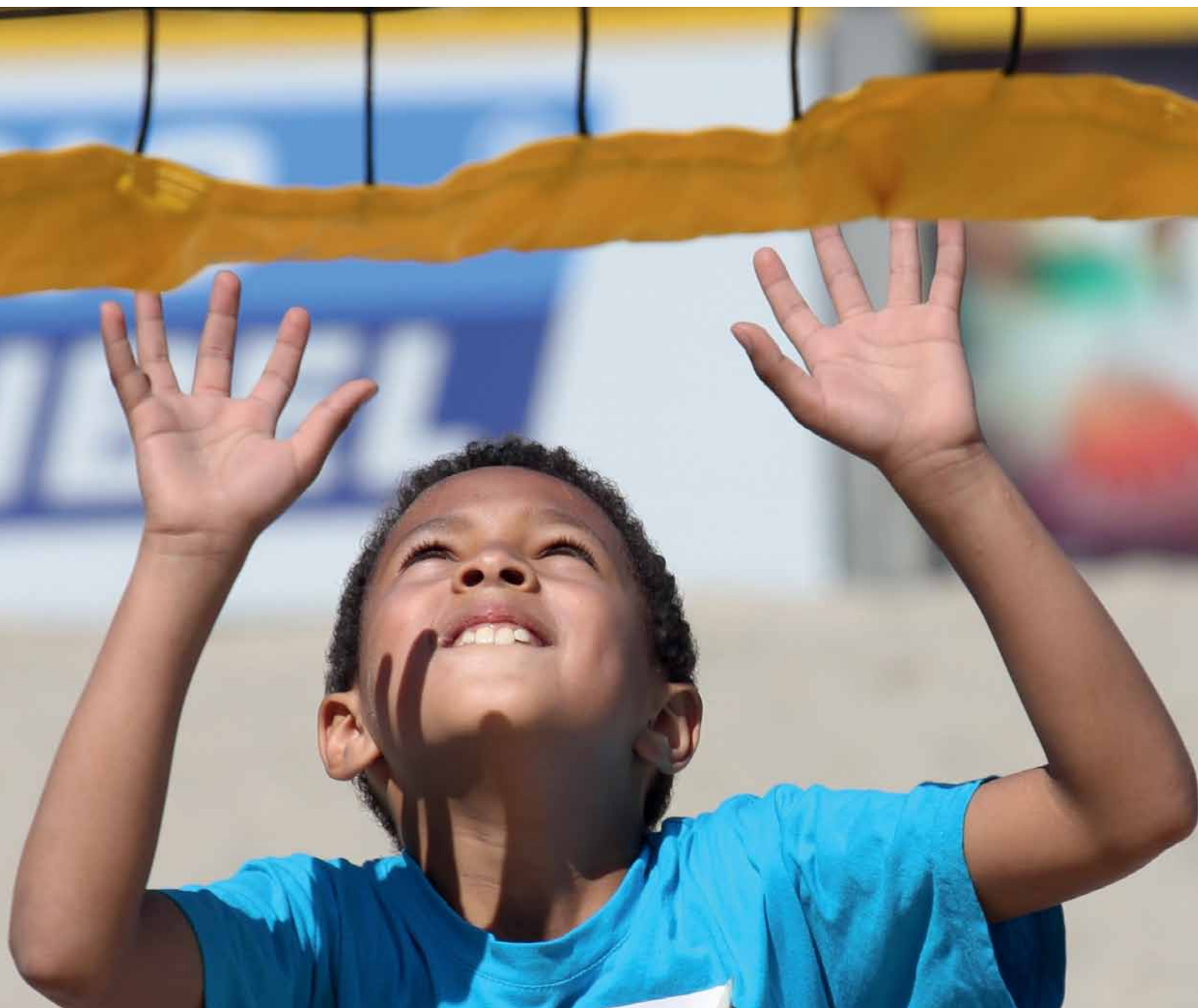
“

*Als er een probleem is dan los ik dat het liefst meteen op. Ook echte problemen.
Daarom ben ik ambassadeur van het Jeugdportsfonds!*

Bert van Marwijk (ambassadeur Jeugdportsfonds Nederland)

”

-
- 4 Jeugdportsfonds en Jeugdcultuurfonds werken volgens dezelfde methode
 - 5 Ook wel consultants genoemd
 - 6 Pact voor kinderen in armoede: Jeugdportsfonds, Jeugdcultuurfonds, Stichting Kinderhulp, Voedselbanken, Stichting Jarige Job, Resto van Harte (Kids)





GROEI EN ONTWIKKELING EN DE UITDAGINGEN VOOR DE TOEKOMST

2

2.1 Groei en ontwikkeling

Start met één jongetje na de Bijlmerramp

De geschiedenis van het Jeugdsportfonds begint bij de Bijlmerramp in 1992. Harrie Postma komt als jeugdhulpverlener in aanraking met een tienjarig jongetje dat zwaar is getraumatiseerd. Als onderdeel van zijn traumaverwerking zorgt Postma ervoor dat dit jongetje, ondanks dat zijn moeder dit niet kon betalen, lid wordt van een sportvereniging en sportkleding krijgt. Vanaf dat moment zit de jongen een stuk beter in zijn vel, krijgt vrienden, zijn schoolresultaten verbeteren en de toekomst ziet er veel rooskleuriger uit. Het fundament voor het Jeugdsportfonds is gelegd.

In 1999 wordt Jeugdsportfonds Amsterdam opgericht waarbij veel steun uit verschillende segmenten van de samenleving geboden wordt. Lodewijk Asscher (destijds PvdA wethouder in Amsterdam) zorgde er persoonlijk voor dat, het Jeugdsportfonds in Amsterdam subsidie kreeg vanuit de gemeente om kinderen uit gezinnen waar onvoldoende financiële middelen aanwezig zijn te laten sporten.

Landelijke spreiding, oprichting Jeugdsportfonds Nederland

Door het succes in Amsterdam kwam er brede landelijke politieke steun en werd de kans geboden de Jeugdsportfondsformule landelijk te verspreiden (impuls stichting Sneeuwbal). Mede hierdoor worden achtereenvolgens een landelijk bureau, in 2003, en meerdere lokale fondsen opgericht.

2.2 Facts & figures Jeugdsportfonds 2013

- In 2013 werd het 100.000e kind door Bert van Marwijk gehuldigd.
- In 2012 nog 23.812 kinderen. In 2013 al 29.772 kinderen.
- 20 stedelijke fondsen, 11 provinciale fondsen.
- Aanwezig in-/Samenwerking met 180 gemeenten.
- Publiek/private financiering.
- >8000 vrijwilligers (intermediairs, bestuursleden, ambassadeurs).
- Baten in 2013: €5.6 mln (waarvan €4.5mln direct besteed aan de kinderen).
- Jeugdsportfonds wordt specifiek genoemd in het Regeerakkoord.
- Jeugdsportfonds heeft diverse awards gewonnen.

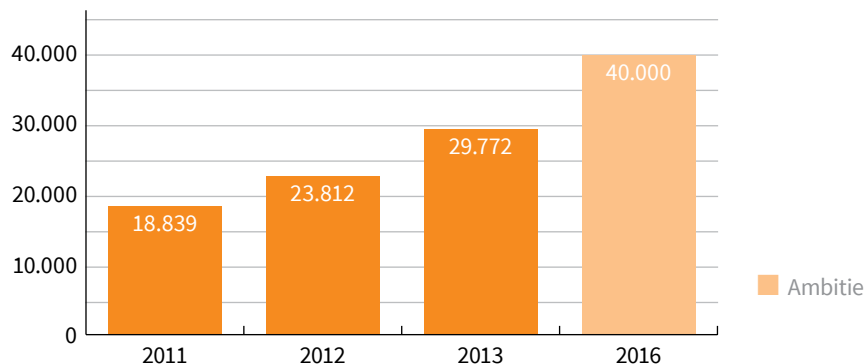
Awards

- 2013: Kroonappel, categorie Jeugd. Bewoners van de gemeente Amsterdam kiezen het Jeugdsportfonds als mooiste sociale initiatief.
- 2009: Sportmedaille van de stad Amsterdam, een gemeentelijke onderscheiding die overhandigd wordt bij het tienjarig bestaan van het Jeugdsportfonds.
- 2006: IOC Trophy (Buurt, Onderwijs en Sport). Als oprichter en drijvende kracht ontvangt Harrie Postma deze prijs die wordt uitgereikt door NOC*NSF.
- 2004: Hein Roethofprijs. Beste project in relatie tot preventie van criminaliteitsbestrijding.
- 2004: Edgar Doncker Fonds Integratieprijs.
- 2001: Heb Hart voor je Stad-Amsterdam Trofee (categorie Buurtprojecten).

2.3 Uitdagingen voor de toekomst

- In 2012 werden er door het Jeugdsportfonds 23.812 kinderen geholpen. Het SCP heeft aangegeven dat er 150.000 kinderen wel willen sporten maar dat vanwege de financiële beperkingen van hun ouders niet kunnen. Dit betekent dus dat een hele grote groep kinderen nog niet worden bereikt! Jeugdsportfonds heeft de ambitie om in 2016 40.000 kinderen een sportkans te bieden. Dit betekent bijna een verdubbeling in 3 jaar tijd en hier zullen we op alle fronten hard voor moeten werken.
- De economische voorspellingen laten zien dat de economie weliswaar licht herstel laat zien maar dat de effecten van de economische crisis nog zullen aanhouden. De verwachting is dan ook dat het aantal kinderen in armoede nog niet zal dalen.
- Sportverenigingen staan steeds meer onder druk vanwege hogere kosten, teruglopende gemeentelijke subsidies en teruglopende loterij inkomsten. Gevolg hiervan is dat de contributies stijgen en dit zal mogelijk effect hebben op het Jeugdsportfonds. Enerzijds vanwege het feit dat steeds meer ouders de contributie niet meer kunnen betalen en anderzijds zullen we de hoogte van de bijdrage die we bieden goed moeten blijven toetsen aan de hoogte van de contributiekosten.

Aantal goedgekeurde aanvragen



“

Sport bindt, motiveert en stimuleert. Ik zie het als een essentiële pijler in de ontwikkeling van een kind, zowel op fysiek als op persoonlijk vlak. Samen met het Jeugdsportfonds wil ik ervoor zorgen dat sporten voor ieder kind mogelijk is!

Marianne Vos (ambassadeur Jeugdsportfonds Nederland)

”



3.1 Missie

De missie van het Jeugdsportfonds is helder in al zijn eenvoud: wij laten kinderen waarvan de ouders niet genoeg geld hebben sporten bij een sportvereniging en bieden de benodigde sportattributen. We werken door het hele land met een beperkt aantal professionals en vele vrijwilligers en zijn aanwezig in de haarvaten van de samenleving. Dit doen wij omdat we vinden dat:

ALLE KINDEREN MOETEN KUNNEN SPORTEN

3.2 Visie

Onze visie is een Nederlandse samenleving waarin ieder kind de kans krijgt zich fysiek, mentaal en sociaal te ontwikkelen via deelname aan sport in verenigingsverband, ongeacht de financiële omstandigheden waarin het kind opgroeit. Dat is niet alleen belangrijk voor de ontwikkeling en de toekomst van het kind, maar ook voor het gezin waarin het kind leeft. En daarmee ook voor de hele samenleving.

Onze visie is dat al die partijen die zich hiervoor inzetten – en ook in bredere zin op het gebied van (kinderen in-) armoede - de handen ineen slaan en de samenwerking zoeken. Niet alleen om kinderen in armoede in hun persoonlijke ontwikkeling te helpen, maar ook om de gezinssituatie van armoede structureel te verbeteren opdat incidentele hulp overbodig wordt.



Een leven lang sporten-model Istvan Balyi (Canada)

De sportvereniging

Jeugdsportfonds kiest er bewust voor om kinderen lid te laten worden van een sportvereniging. De vereniging is bij uitstek de plek waar de kinderen de kans hebben om duurzaam aan sport te doen, 'een levenlang te kunnen sporten', en heeft een sterke sociale context.

Jeugdsportfonds werkt alleen met sportverenigingen die zijn aangesloten bij een sportbond en lid van NOC*NSF. Deze sportverenigingen voldoen aan kwaliteitseisen en veiligheidsnormen voor sportbeoefening en begeleiding.



4.1 Meer kinderen een sportkans bieden

Het Jeugdsportfonds bereikt nog maar een beperkt deel van de kinderen. Wij hebben voor de komende drie jaar een aantal doelstellingen geformuleerd om hierin verandering te brengen.

1. Het aantal kinderen dat we ondersteunen verdubbelen.
2. Een hoger percentage meisjes laten sporten.
3. De begrote stijging van het aantal kinderen evenredig over de leeftijdsgroepen 'basisschool' en 'voortgezet onderwijs' realiseren.
4. Kinderen met een beperking laten sporten op een vereniging met aanbod 'aangepast sporten'.

Het is mogelijk dat kinderen meerdere jaren ondersteund worden. Juist om te stimuleren dat kinderen duurzaam kunnen sporten. Er dient wel ieder jaar opnieuw een aanvraag ingediend te worden zodat getoetst kan worden of er nog aan de voorwaarden voldaan wordt.

Aantal kinderen verdubbelen

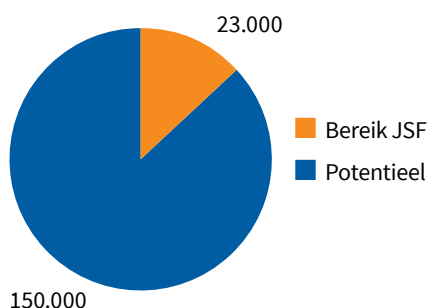
In 2012 zijn 23.812 kinderen lid geworden van een sportvereniging dankzij het Jeugdsportfonds. Jeugdsportfonds heeft de ambitie om dat aantal in 2016 nagenoeg te verdubbelen. In 2016 wil Jeugdsportfonds minimaal 40.000 kinderen de kans geven om te sporten.

De kinderen kiezen zelf welke tak van sport zij willen beoefenen. Voetbal komt verreweg het meest voor, gevolgd door judo/vecht- en verdedigingssporten en gymnastiek.

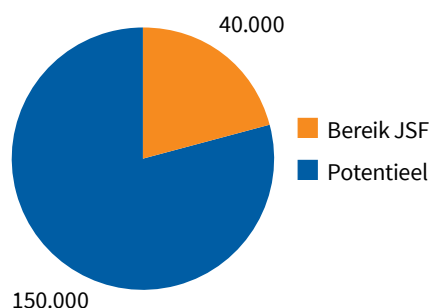
Het Jeugdsportfonds ziet voor zichzelf geen rol weggelegd in het bepalen van de keuze van de sport omdat de kinderen zelf de keuze moeten kunnen maken.

Potentieel o.b.v. CBS/SCP/Kinderombudsman

van (2012)



naar (2016)

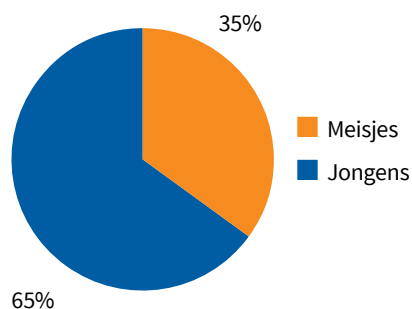


Hoger percentage meisjes

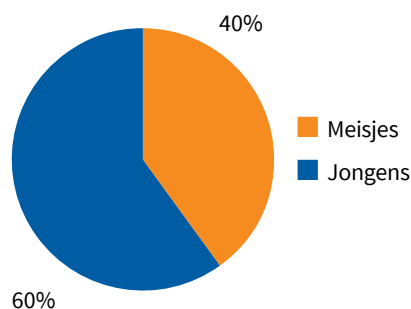
Momenteel bestaat de groep kinderen die gebruik maakt van het Jeugdsportfonds voor 65% uit jongens en voor 35% uit meisjes. We willen een groter aandeel meisjes bereiken. We streven naar een groei van het aandeel meisjes met 5%. Dit lijkt een gematigde ambitie maar gecombineerd met de begrote groei van het totaal aantal kinderen betekent dit dat we maar liefst 16.500 meisjes willen bereiken in 2016 ten opzichte van 10.500 meisjes in 2013.

Verdeling jongens/meisjes

van (2012)

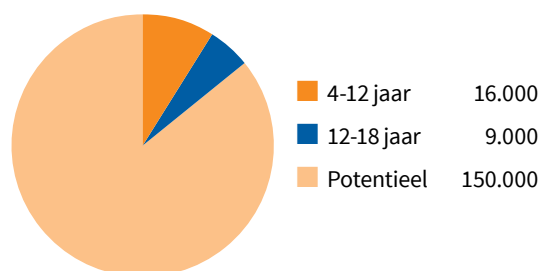


naar (2016)

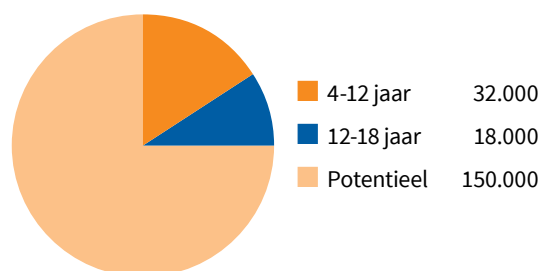


Verdeling leeftijden

van (2012)



naar (2016)



Meer kinderen in basisonderwijs en voortgezet onderwijs

De doelgroep kinderen in de leeftijd van 4 tot 18 jaar die gebruik maakt van het Jeugdsportfonds is grofweg als volgt verdeeld: basisschoolleerlingen 70% en middelbare schoolleerlingen 30%.

Beide doelgroepen vereisen een specifieke aanpak omdat de kinderen in een andere levensfase, belevingswereld en sociale context verkeren.

Dat er meer kinderen in de basisschoolleeftijd gebruik maken van het Jeugdsportfonds is in lijn met de landelijke sportdeelname cijfers onder jeugd⁷. Hoe eerder kinderen plezier in sport ervaren en zich positief ontwikkelen via sport, des te kansrijker is het dat zij een 'leven lang' actief zullen sporten en een gezonde leefstijl hebben. Het stimuleren van kinderen in de basisschool leeftijd zal daarom altijd hoge prioriteit hebben. Niettemin willen we de hogere leeftijdsgroepen ook bereiken omdat sporten voor deze kinderen even belangrijk is en de kans op sportuitval het grootst⁸. Dit vereist een specifieke doelgroepen benadering.

Kinderen met een beperking 'aangepast sporten'

Momenteel worden er geen kinderen bereikt die een handicap hebben. We streven ernaar ook kinderen te bereiken die op een sportvereniging aan aangepast sporten willen doen. Dit willen we doen in samenwerking met specialistische partners uit de gehandicaptensport/zorg en de verzekeringsbranche.

7 Ledenaantallen NOC*NSF 2013 en Onderzoek deelname Sport, Mulier Instituut

8 Idem

4.2 Meer maatschappelijke impact door samenwerking

Zonder ontbijt naar school, geen lid van de sportvereniging, geen muziekles, geen bijles, geen verjaardagen of vriendjes mee naar huis. De armoedesituatie grijpt in op het hele leven van kinderen en om ze goed te kunnen helpen is een multidisciplinaire aanpak nodig. Wij geloven in samenwerking tussen al die partijen die kinderen kansen willen geven op een betere toekomst; om met andere kinderen mee te kunnen doen aan sport, cultuur, educatie en om hen de broodnodige energie te geven om te groeien. Wij geloven ook in het werken aan zelfredzaamheid van ouders/verzorgers zodat zij uit de financiële problemen en armoedesituatie kunnen komen. Wij zoeken daarom ook lokaal en landelijk actief samenwerking en aansluiting bij partijen die daaraan werken zoals Stichting Leergeld, Stichting Nationaal Fonds Kinderhulp, Voedselbanken, Resto van Harte (Kids), Stichting Jarige Job, NIBUD, NIBUD en Humanitas.

Samenwerking Jeugdcultuurfonds

Het Jeugdsportfonds werkt direct samen met de Stichting Jeugdcultuurfonds. We hanteren dezelfde methode, de landelijke bureaus delen gezamenlijke huisvesting en lokaal zijn er steeds meer gecombineerde fondsen. Voor kinderen is het van grote toegevoegde waarde dat zij via beide samenwerkende fondsen kunnen meedoen aan sport of aan culturele activiteiten.

“

Het Jeugdsportfonds heeft mijn steun omdat tijdens het sporten kinderen, weer kind kunnen zijn.

Dex Elmont (ambassadeur Jeugdsportfonds Nederland)

”

Multidisciplinaire aanpak en samenwerking - ‘Pact voor kinderen in armoede’

We hebben de ambitie om, naast de intensieve samenwerking met het Jeugdcultuurfonds, nog meer verbindingen te leggen met partners die zich bezighouden met armoedebestrijding van kinderen en gezinnen op verschillende terreinen. Bij voorkeur door bundeling van krachten door verschillende organisaties in een⁹ ‘Pact voor kinderen in armoede’. We willen hiermee realiseren dat:

- De ondersteuning vanuit het Jeugdsportfonds en Jeugdcultuurfonds niet op zichzelf staat maar er tegelijkertijd in die gezinnen ook op andere terreinen ondersteuning wordt geboden (zoals financiële coaching/hulp, voeding, educatie voor kinderen).
- We hierdoor het maatschappelijk rendement van de inspanningen van alle betrokken partijen kunnen verhogen (‘1+1=3’).
- De kans toeneemt dat de steun vanuit het Jeugdsportfonds en Jeugdcultuurfonds niet onnodig lang duurt omdat ouders/verzorgers zelf (weer) in staat zijn om de contributies en benodigde attributen kunnen betalen.
- Samen meer kinderen bereikt en geholpen kunnen worden.
- We agendabepaling kunnen versterken.
- We gezamenlijk kunnen optreden als gesprekspartner bij de overheid en (potentiële) partners uit het bedrijfsleven.

Voor gemeenten, provincies en de rijksoverheid, die samenwerken met de instanties en hen steunen, is het van toegevoegde waarde als betrokken partners de handen ineen slaan en afstemming en samenwerking zoeken.

“

De ongelijkheid in de wereld is moeilijk op te lossen, maar dat alle kinderen in Nederland moeten kunnen sporten is dus gewoon binnen handbereik.

Joep van Deudekom (ambassadeur Jeugdsportfonds Nederland)

”

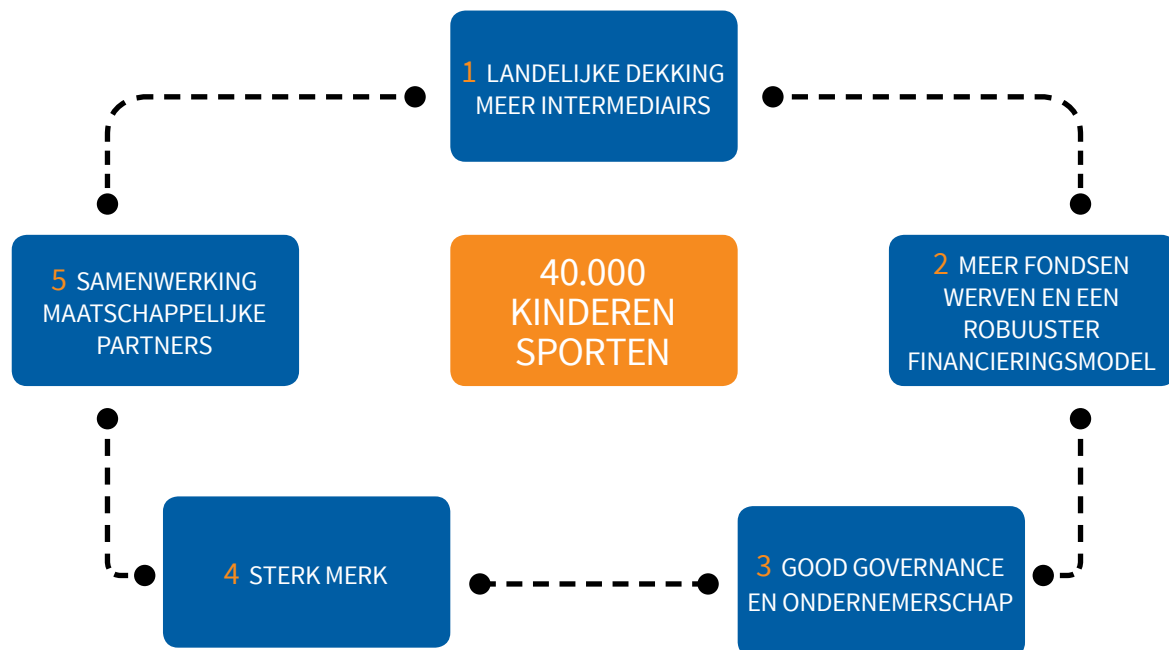
9 In 2013 is een start gemaakt voor een ‘pact voor kinderen in armoede’, met Stichting Kinderhulp, Jeugdsportfonds, Jeugdcultuurfonds, Voedselbanken, Resto van Harte (Kids), Stichting Jarige Job, Stichting Leergeld.

Wat is ervoor nodig om meer kinderen een sportkans te bieden, toewerkend naar 40.000 kinderen in 2016?

In het kort:

- een landelijke dekking in heel Nederland creëren. Enerzijds door uitbreiding van lokale fondsen in gemeenten waar wij nog niet vertegenwoordigd zijn. Anderzijds door aansluiting van meer gemeenten bij bestaande fondsen. Daarnaast willen wij een groei in aantal bewerkstelligen van onze intermediairs (par. 5.1);
- meer fondsen werven in lijn met het groeiende aantal kinderen dat we willen helpen en de samenstelling van de herkomst van onze middelen structureel wijzigen. Dit betekent dat we structureel minder afhankelijk willen zijn van overheidssubsidies en het aandeel afkomstig van private partijen laten toenemen. Ook willen we meer spreiding in het aantal financiële partners en de duur van de toegezegde middelen. Zo willen we de financiering van het fonds robuuster maken en minder concentratie risico's (par. 5.2);
- we willen een effectieve en efficiënte organisatie. Dit betekent dat we als landelijk bureau de lokale en provinciale fondsen beter willen ondersteunen, faciliteren en meer samenwerkend ondernemen. Daarnaast willen we voldoen aan de eisen van Good Governance voor Goede Doelen organisaties (par. 5.3);
- een sterk merk opbouwen dat bij betrokkenen, (potentiële) partners en het bredere publiek landelijk steeds meer bekendheid heeft en positieve associatie (par. 5.4);
- samenwerking met maatschappelijke partners die werkzaam zijn op het terrein van jeugd, sport, sociale zaken, armoedebestrijding. Zowel landelijk als lokaal (par. 5.5).

In de volgende 5 paragrafen wordt dit inhoudelijk verder uitgewerkt.



5.1 Landelijke dekking en meer intermediairs

Om kinderen door het hele land te kunnen helpen is het van belang een grotere landelijke dekking te realiseren. Daarnaast zijn de kinderen die in aanmerking komen voor het Jeugdsportfonds niet altijd gemakkelijk te bereiken¹⁰. Meer kinderen kunnen we alleen maar bereiken door (I) nieuwe locaties op te starten, (II) meer gemeenten te laten aansluiten en (III) door op de bestaande locaties nog meer kinderen te bereiken.

We zetten daarom in op deze twee sporen:

1. Landelijk: uitbreiding landelijke netwerk door oprichting nieuwe fondsen en aansluiting nieuwe gemeenten.
2. Lokaal: aansluiting nieuwe gemeenten, werving nieuwe intermediairs en verhoging effectiviteit van de intermediairs bij de bestaande fondsen.

Landelijk: uitbreiding netwerk

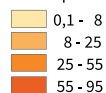
In 2013 heeft het Jeugdsportfonds 31 lokale vestigingen in het land en wordt er met 180, van de in totaal 402, gemeenten samengewerkt op basis van 'prestatieafspraken' over het aantal kinderen dat wordt ondersteund. Er zijn 20 stedelijke fondsen en 11 provinciale fondsen. Een provinciaal fonds wordt gekenmerkt doordat meerdere gemeenten in de regio zijn aangesloten.

Ondanks dat het aantal gemeenten dat samenwerkt met het Jeugdsportfonds snel is gestegen in de afgelopen jaren (in 2013 zijn er 20 nieuwe gemeenten bijgekomen) betekent dit dat we nog een grote slag moeten slaan om landelijke dekking te realiseren. Op de website www.jeugdsportfonds.nl zijn alle gemeenten te vinden die zijn aangesloten.

Aanvragen Jeugdsportfonds 2013

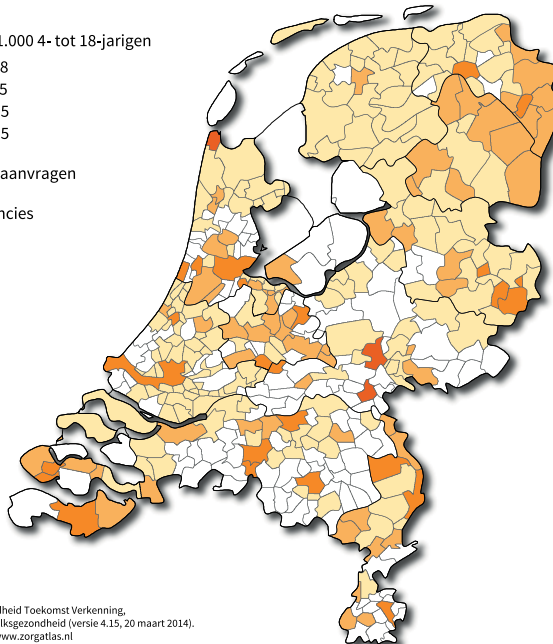
per gemeente

Aantal per 1.000 4- tot 18-jarigen



Geen aanvragen

provincies



Bron: Volksgezondheid Toekomst Verkenning,
Nationale Atlas Volksgezondheid (versie 4.15, 20 maart 2014).
Bilthoven: RIVM, www.zorgatlas.nl

We voorzien in grote lijnen dat de haalbaarheid van een eigen lokaal fonds alleen haalbaar is voor de grootste 30 (G30) gemeenten. Dit is gerelateerd aan inwoneraantal en grootte en reikwijdte van het lokale werkgebied. De ervaring leert dat een eigen lokaal fonds in de grote steden nodig is voor optimale lokale binding en slagkracht. Daar waar een clustering van kleine gemeenten gezamenlijk een eigen fonds wil starten en (om moverende redenen) niet wil aansluiten bij een provinciaal fonds, is dat mogelijk.

Ten aanzien van de uitbreiding van het landelijke netwerk willen we de volgende groei bereiken*:

Ambities	Stedelijke Fondsen (max 30)	Provinciale Fondsen (max 12)	Totaal aantal Fondsen	Aangesloten gemeenten (max 402)
2014	23	11	33	200
2015	26	12	36	220
2016	30	12	42	260

*Op basis van ervaringsgegevens is een groei haalbaar van 3 nieuwe stedelijke fondsen en 20 aangesloten gemeenten per jaar.

Concreet gaan we (o.a.) het volgende doen*:

Campagne gemeenteraadsverkiezingen 2014 en onderdeel van campagne sport vanuit NOC*NSF. Door Jeugdsportfonds Nederland i.s.m. lokale fondsen.

Communicatie/PR over het Jeugdsportfonds bij kanalen die gemeenten en provincies bereiken zoals VNG, VSG. Door Jeugdsportfonds Nederland.

Lobby bij ministerie van SZW om opgenomen te worden in de communicatie met gemeenten en provincies over de decentralisatie van jeugdzorg, inzet middelen armoedebestrijding en participatie jeugd (100 mln jaarlijks). Door Jeugdsportfonds Nederland.

Ondersteuning van bestaande fondsen t.b.v. lokale politieke lobby (met tips, aanbevelingen, workshops, roadshow, etc.) Gericht op behoud en aansluiting nieuwe gemeenten. Door Jeugdsportfonds Nederland.

Gerichte en pro actieve benadering 'witte vlekken' provincies en G30 gemeenten. Door Jeugdsportfonds Nederland.

Advies en ondersteuning bij de opstart van nieuwe fondsen: starterpakket met stappenplan en documenten, mogelijkheid voor financiële startimpuls vanuit de Rabobank Foundation (overeenkomst t/m 2016). Door Jeugdsportfonds Nederland.

* Het uitbreiden van het landelijke netwerk is een taak van het landelijke bureau. Het aansluiten van nieuwe gemeenten bij bestaande fondsen is een taak van de betreffende provinciale fondsen.

10 Er zijn uiteenlopende oorzaken waardoor gezinnen in armoede komen en ook verschillen de situaties waarin mensen in armoede leven. Bijv. ZZP-ers die (tijdelijk) onvoldoende opdrachten en inkomsten hebben, echtscheidingen met hoge alimentatiekosten, faillissementen eigen bedrijven, hoge kosten vanwege ziekte/arbeidsongeschiktheid. Daarbij komt dat er geen databases bestaan waarin de volledige doelgroep is geregistreerd, ook niet bij gemeenten.

Lokaal: werving en verhoging effectiviteit intermediairs

Het Jeugdsportfonds werkt met een unieke en effectieve methode om de kinderen te vinden en te bereiken. We werken met intermediairs (>8000 in 2013) die aanvragen indienen voor de kinderen. Intermediairs zijn professioneel betrokken bij de opvoeding en opleiding van de kinderen en kennen de (financiële) thuissituatie en sportwensen. De intermediairs zetten zich op vrijwillige basis in voor het Jeugdsportfonds. Ondanks de grootte van de groep intermediairs, zijn er nog veel verbeteringen mogelijk. Dit is ook nodig om de beoogde aantallen kinderen structureel te kunnen 'vinden'. We zetten daarom in op:

1. Het structureel werven van meer intermediairs.
2. Verhogen effectiviteit van bestaande intermediairs.

Intermediairs zijn professionals uit: het onderwijs (leerkrachten en docenten van >6700 basisscholen scholen en > 645 scholen voortgezet onderwijs), jeugdzorg, gezondheidszorg, schuldhulpverlening en sportbuurtcoaches (o.a. werkzaam op de Cruijff en Krajicek courts).

Daarnaast werken diverse fondsen samen met vrijwilligers van Stichting Leergeld.

“

Als een 9-jarige jongen uit een Rotterdamse achterstandswijk aan mij vraagt of ik mij wil inzetten voor kinderen die vanwege armoede niet kunnen sporten, dan raakt mij dat en wil ik mij daar graag voor inzetten.

Elisabeth Willeboordse (ambassadeur Jeugdsportfonds Nederland)

”

Ten aanzien van het werven en effectiever inzetten van intermediairs willen we het volgende bereiken:

Ambities	
2014 - 2017	Jaarlijks 10% groei van het aantal intermediairs.
	Jaarlijkse stijging van het aantal aanvragen voor kinderen door de bestaande intermediairs.
	Jaarlijkse stijging van het aantal aanvragen in het tweede en daaropvolgende jaren voor kinderen die blijvend tot de doelgroep behoren en aan de voorwaarden voldoen. Zodat kinderen de kans krijgen langdurig/duurzaam te sporten (en om drop outs te voorkomen).
	Meer gerichte doelgroepen benadering door de intermediairs ten aanzien van (I) meisjes (II) kinderen in de basisschool - en middelbare school leeftijd en (III) gehandicapte kinderen.

Concreet gaan we (o.a.) het volgende doen*:

Samenwerkingsafspraken maken met landelijke organisaties over aansluiting intermediairs, zoals het ministerie van OCW, de PO en VO Raad (sectororganisaties voor basisonderwijs en voortgezet onderwijs), Koninklijke Vereniging voor Leraren Lichamelijke Opvoeding (KVLO), Nederlands Centrum voor Onderwijs en Jeugdzorg (NCOJ), Stichting Leergeld Nederland, GGD Nederland, Cruijff en Krajicek Foundation en voedselbanken. Door Jeugdsportfonds Nederland.

Wervingscampagnes voor intermediairs ontwikkelen t.b.v. de lokale fondsen. Door Jeugdsportfonds Nederland i.s.m. de lokale fondsen en partners uit het bedrijfsleven.

Gerichte werving van de verschillende type intermediairs door lokale fondsen in die wijken waar een groot deel van de doelgroep te bereiken is. Gebruik makend van de landelijke databases van o.a. gemeenten en NOC*NSF met informatie over de 'vindplekken' van de doelgroep. Door lokale fondsen.

Opleidingsmodule ontwikkelen voor aankomende intermediairs t.b.v. curriculum opleidingen MBO en HBO sport/zorg, sportbuurtcoaches, de PABO. Door Jeugdsportfonds Nederland.

Structurele communicatie via website, nieuwsbrief etc. met de bestaande intermediairs om betrokkenheid te houden en vergroten. Door Jeugdsportfonds Nederland en lokale fondsen.

Specifieke aanpak intermediairs met tips en aanbevelingen voor (I) meisjes en (II) basisonderwijs en voortgezet onderwijs, door lokale fondsen en (III) gehandicapte kinderen en (IV) kinderen die voor de tweede en daaropvolgende jaren nog in aanmerking komen. Door Jeugdsportfonds Nederland.

Verkenning mogelijkheden rol en (verhogen van-) betrokkenheid ouders.

- * Het werven en effectiever inzetten van intermediairs is primair een taak van de lokale fondsen. Het landelijk bureau ontwikkelt hiervoor samen met de lokale fondsen campagnes en biedt ondersteuning.

5.2 Meer fondsen werven en een robuuster financieringsmodel

Om meer kinderen te kunnen helpen hebben we de financiële middelen nodig in lijn met het aantal kinderen dat we willen laten sporten. Ook is het nodig om structurele financiering te realiseren en de financiële risico's meer te spreiden. We zetten daarom in op deze twee sporen:

1. Meer fondsen werven.
2. Robuuster financieringsmodel op het vlak van de herkomst van de middelen en meerjarige zekerheid van fondsen.

Meer fondsen werven

Het Jeugdsportfonds verkrijgt momenteel inkomsten vanuit de overheid (landelijk, provinciaal en lokaal), het bedrijfsleven, fondsen en particulieren. De meeste partners dragen direct bij aan de kinderen en zij bieden daarmee dekking voor onze directe (contributie en sportattributen) en indirecte (administratiekosten per aanvraag) variabele kosten. Daarnaast ondersteunt een aantal partners het Jeugdsportfonds om essentiële randvoorwaarden in te vullen die ons in staat stellen om de kinderen te kunnen helpen. Dat zijn onze indirecte vaste kosten. Vanuit het CBF dient iedere Goede Doelen organisatie minimaal 75% van haar kosten te besteden aan het doel waarvoor geld wordt opgehaald. Als Jeugdsportfonds hebben we de ambitie om minimaal 80% van de kosten te besteden aan de kinderen. Om borging van financiering te realiseren wordt ingezet op het leveren van een bijdrage aan de participatie van kinderen (kansen op een betere toekomst) en aan kostenreductie (waaronder tegengaan overgewicht, schooluitval, criminaliteit).

--

Om het beoogde aantal kinderen te kunnen laten sporten willen we de volgende financiële middelen realiseren (zie ook de meerjaren begroting in de bijlage):

Ambities	Directe variabele kosten (contributie en attributen) Maximaal €225 per jaar per kind	Indirecte variabele kosten (administratie kosten). Gemiddeld €25 per jaar per kind	Totaal variabele kosten t.b.v. lokale fondsen	Indirecte vaste kosten t.b.v. de lokale fondsen	Indirecte vaste kosten t.b.v. het landelijk bureau
2014 30.000 kinderen	€6.75mln	€750.000	€7.50mln	€126.000	€1.04mln
2015 35.000 kinderen	€7.87mln	€875.000	€8.75mln	€114.000	€1.07mln
2016 40.000 kinderen	€9mln	€1mln	€10mln	€194.000	€1.10mln
			80% besteding doelstelling	20% kosten fondsenwerving en beheer/administratie	

* Deze kosten zijn afhankelijk van de mate van professionalisering van de coördinator (personeelskosten) en overhead (huisvesting, out of pocket kosten voor fondsenwerving, politieke lobby, PR etc.).

Robuuster financieringsmodel

Het Jeugdsportfonds heeft vanaf de start ingezet op publiek/private financiering en op lokale en landelijke fondsenwerving. In de loop der jaren werd de financiering gekenmerkt door:

- 80% lokale financiering en 20% landelijke financiering.
- 70% publieke en 30% private financiering.
- Deel meerjarig en een deel incidenteel.
- Veel gelijkwaardige financiers (naar rato van de omvang van de bijdrage).
- Tot voor kort een structureel tekort aan middelen voor dekking van de indirecte vaste kosten voor een volwaardig opererend landelijk bureau.
- Middelen komen niet vanuit de sportsector zelf dus het Jeugdsportfonds ‘voegt toe’ aan de bekostiging van de sport in zijn algemeenheid.

Om structureel over meer fondsen te kunnen beschikken en minder financiële risico's te lopen willen we een meer robuust financieringsmodel realiseren:

Ambities	
2014 - 2017	Van 20% naar 30% landelijke financiering . Daarmee ook een hogere extra financiële bijdrage vanuit Jeugdsportfonds Nederland te realiseren t.b.v. de lokale fondsen.
	Van 30% naar 40% private financiering.
	Inzet op meerjarige (2-4 jaar) financiële afspraken en spreiding risico's /borging continuïteit.
	Meer (nieuwe) bronnen aanboren: - nieuwe partners in het bedrijfsleven waarbij 1-2 grote maatschappelijk partnerships (0.5mln tot 1mln jaarlijks). - vermogensfondsen, nalatenschappen, Family offices, private banks. - meer ingangen benutten bij de lokale, provinciale en rijksoverheid; i.e. naast aanspraak maken op voor armoedebestrijding geoordeelde gelden (sociale zaken) ook publieke middelen met een andere bestemming werven (bijvoorbeeld uit budgetten voor sportstimulering, jeugdzorg, onderwijs en justitie).
	Betere inzet op voldoende dekking, passend binnen de CBF normen, van de indirecte vaste kosten voor personeel en overhead. Werving middelen specifiek voor dit bestedingsdoel.

Concreet gaan we (o.a.) het volgende doen*:

Campagne gemeenteraadsverkiezingen 2014, meer gemeenten die aansluiten betekent direct meer financiële middelen. Door Jeugdsportfonds Nederland en uitgevoerd i.s.m. lokale fondsen.

Landelijke politieke lobby gericht op de ministeries SZW, VWS, OCW en Justitie.
Inzet: middelen voor het landelijk bureau realiseren, kunnen anticiperen op belangrijke kansen en ontwikkelingen, positionering Jeugdsportfonds via de landelijke, provinciale en lokale politiek.
Inzet Comité van Aanbeveling met brede politieke vertegenwoordiging. Door Jeugdsportfonds Nederland i.s.m. specifiek expertise lobby bureau.

Subsidie aanvragen bij de landelijke overheid en andere Goede Doelen fondsen (Vriendenloterij, Oranjefonds, etc.). Door Jeugdsportfonds Nederland.

Professionalisering en intensivering fondsenwerving bedrijfsleven. Dit bestaat onder meer uit het aanbieden aan het bedrijfsleven van landelijke partnerplannen. Deze kunnen verschillen in gradaties van samenwerking naar rato van het financiële belang dat met het partnership is gemoeid (het gaat dan om zaken als sector-exclusiviteit, duur van de partnerovereenkomst, mate van inspanning c.q. tegenprestaties vanuit Jeugdsportfonds op vlak van ondersteuning, communicatie, activiteiten e.d.) Door Jeugdsportfonds Nederland.

Acquisitie bij partners in het bedrijfsleven op basis van partnerplannen. Door Jeugdsportfonds Nederland.

Ontwikkeling concrete concepten en campagnes en tips en aanbevelingen voor fondsenwerving door de lokale fondsen (gericht op overheid, bedrijfsleven en particulieren). Door Jeugdsportfonds Nederland.

Specifieke expertise betrekken t.b.v. verkenning kansen en (mogelijke) benadering van vermogensfondsen, family offices, private banks en werven van middelen uit nalatenschappen. Door Jeugdsportfonds Nederland.

Transparante verdeelsystematiek voor jaarlijkse (extra) bijdrage aan lokale/provinciale fondsen van middelen gegenereerd door Jeugdsportfonds Nederland.

- * De lokale vestigingen zijn verantwoordelijk voor het werven van lokale fondsen, primair ten behoeve van de kinderen en voor een aantal randvoorwaarden (zoals werving intermediairs, fondsenwerving, politieke lobby, communicatie). Het landelijk bureau heeft de taak landelijke fondsen te werven om met name essentiële randvoorwaarden te kunnen realiseren en om de lokale fondsen een financiële bijdrage te kunnen leveren direct ten behoeve van de kinderen.

5.3 Good governance en samenwerkend ondernemen

Het Jeugdsportfonds is in 10 jaar tijd snel gegroeid. Er staat een stevig fundament. Tegelijkertijd heeft de snelle groei ertoe geleid dat een aantal organisatorische zaken verbeterd moeten worden om zo ook verdere groei te kunnen realiseren. Het is van belang dat de organisatie in de pas blijft met de groei. We werken met zowel publieke als private middelen t.b.v. het maatschappelijk belang. Dit brengt met zich mee dat we correcte en transparante verantwoording moeten afleggen over de besteding van de ons toevertrouwde middelen. Het is ons doel om een effectieve en doelmatige organisatie te hebben waarbij:

1. Het landelijk bureau de lokale fondsen beter ondersteunt en faciliteert. Maar waarbij we ook samen ondernemen en gezamenlijk de verantwoordelijkheid nemen voor de taken waarvoor we staan.
2. We aan de eisen van Good Governance voldoen zoals die gelden voor Goede Doelen organisaties (CBF-Keur).

Ondersteuning vanuit landelijk bureau en samen ondernemen

Alle fondsen, zowel landelijk als lokaal, hebben de rechtsvorm van een stichting.

De relatie en samenwerking tussen de landelijke bureaus en de lokale fondsen is vastgelegd in een

franchiseovereenkomst. Alle fondsen, zowel landelijk als lokaal, hebben de rechtsvorm van een stichting.

Deze biedt ruimte voor eigen lokale inkleuring - belangrijk voor het realiseren van lokaal draagvlak. Daarnaast is er een handboek met richtlijnen voor de uitvoering van de taken van een lokaal fonds.

Taken stedelijk fonds

Werving intermediairs en bereiken van de kinderen, het beoordelen/toetsen van de aanvragen, lokale fondsenwerving, samenwerking aangaan met de sport en andere maatschappelijke organisaties, verantwoording/rapportage, communicatie, lokale politieke lobby, financiële administratie (indien nog niet uitbesteed aan landelijk bureau) en verantwoording.

Taken provinciaal fonds

In grote lijnen zijn de taken identiek aan die van een lokale vestiging met een aantal verschillen: het provinciaal Jeugdsportfonds is gericht op de verspreiding van de Jeugdsportfonds methode binnen de betreffende provincie. Dit doet zij door middel van prestatieafspraken te maken met gemeenten.

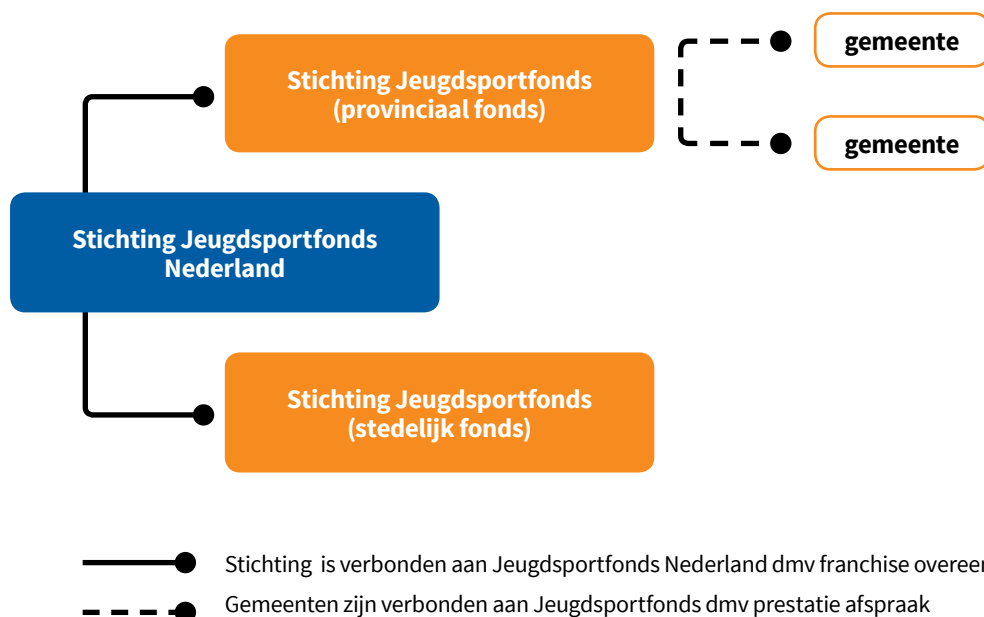
Taken landelijk bureau

Het landelijke bureau faciliteert en ondersteunt de lokale fondsen, bouwt het landelijke netwerk, doet aan landelijke fondsenwerving, merkpositionering, communicatie (branding) en politieke lobby. Daarnaast is een belangrijke taak het centraal uitvoeren van de financiële administraties van de lokale fondsen.

Jeugdsportfonds Nederland heeft een onbezoldigd (stichtings)bestuur en beschikt over een klein professioneel bureau. Daarnaast heeft het Jeugdsportfonds een Raad van Advies en een Comité van Aanbeveling. De lokale fondsen worden aangestuurd door eveneens onbezoldigde besturen (al dan niet gecombineerd met Jeugdcultuurfonds*) en beschikken over een of meerdere coördinatoren die de uitvoering van de taken in samenwerking met het doorgaans hands-on bestuur ter hand nemen. In de afgelopen jaren hebben de lokale fondsen op verschillende wijzen invulling gegeven aan de eigen organisatie, passend bij de specifieke lokale behoeften en setting.

Samenwerking Jeugdsportfonds en Jeugdcultuurfonds*

*Het Jeugdsportfonds en het Jeugdcultuurfonds bestaan uit twee landelijke stichtingen die vanuit één locatie - steeds meer in samenhang - samenwerken met lokale fondsen.



Om meer kinderen te kunnen bereiken en meer fondsen te werven is het van belang dat we meer ‘samen ondernemen’. Dit betekent een betere en intensievere samenwerking tussen de lokale fondsen en het landelijk bureau en ook voldoende capaciteit en kwaliteit om al het werk voor elkaar te kunnen krijgen.

Gezien de enorme ontwikkeling en groei van de organisatie van de afgelopen jaren zijn we tegen de grenzen van onze capaciteiten aangelopen. We hebben op basis van input van lokale fondsen tijdens de landelijke bijeenkomsten en bilaterale gesprekken een aantal trends gesignaleerd die leiden tot verbeterpunten.

Daarnaast is eind 2013 een inventarisatie gedaan van knelpunten van organisatorische aard in samenwerking met Randstad¹¹.

- De dienstverlening van het landelijke bureau is de afgelopen jaren achtergebleven bij de ontwikkelingen. Hierdoor is er een te grote afstand ontstaan tussen de landelijke en lokale fondsen, wordt het wiel op veel plekken telkens opnieuw uitgevonden en is sprake van een verschillend verwachtingspatroon ten aanzien van de onderlinge taakverdeling tussen het landelijk bureau en de lokale fondsen.
- Tekort aan capaciteit lokaal: de coördinatoren hebben onvoldoende tijd om (naast de afhandeling van de aanvragen) andere belangrijke taken te kunnen uitvoeren zoals fondsenwerving, werving/binding intermediairs, politieke lobby, PR etc.
- Daarbij is er sprake van onvoldoende inzicht in de benodigde tijd en kwaliteit in relatie tot de verschillende grootte van de fondsen.
- Er bestaan veel verschillen tussen de lokale fondsen op vlak van professionele beleidsplanning. Op diverse locaties wordt er nog geen gebruik gemaakt van duidelijke meerjaren- en jaarplannen met een beeld van het aantal kinderen in de doelgroep, ambities ten aanzien van aantal te bereiken kinderen, de wijze waarop hiervoor de fondsen geworven worden, etc.
- Er is behoefte aan duidelijker, eenvoudiger en telkens voldoende geüpdate richtlijnen voor de lokale uitvoering (handboek).

11 Organisatorische zaken (randvoorwaarden om ondernemend te kunnen zijn), o.a.: omvang en invulling/verdeling van uren en taken, tijdsbesteding, werkgeverschap, beloning, gerelateerd aan het aantal kinderen dat wordt bereikt en de ambities.

Om de lokale fondsen beter te kunnen ondersteunen en meer samen te kunnen ondernemen willen we het volgende bereiken:

Ambities	
2014 - 2017	Meer en betere ondersteuning en facilitering aan de lokale fondsen vanuit het landelijk bureau.
	Landelijk bureau groeit mee met de doelstellingen en is toegerust op de gestelde taken en eisen.
	Realiseren van externe input en sparring ten aanzien van het Jeugdsportfonds in het algemeen.
	Beter aansluiten bij de wensen en behoeften van de lokale fondsen bij de verdere ontwikkeling van strategie, spelregels, materialen, campagnes, etc.
	Professionalisering van de coördinatoren en de lokale besturen (waar nodig) van de lokale fondsen met voldoende capaciteit en kwaliteit om de taken lokaal goed te kunnen vervullen.
	Meer duidelijkere en eenvoudigere richtlijnen voor de uitvoering op lokaal niveau.
	Meer planmatige en ondernemende aanpak lokaal (CBF-Keur vereist dat er een meerjarenplan met meetbare doelstellingen en financiële raming gemaakt dient te worden).

Concreet gaan we (o.a.) het volgende doen*:

Ondersteunen en faciliteren van lokale fondsen. Pro actief en op vraag vanuit de fondsen aangaande alle relevante Jeugdsportfonds thema's. 'Accountmanagement lokale fondsen'. Door Jeugdsportfonds Nederland:

- Adviseren, ondersteunen en doorverwijzen van lokale fondsen.
- Scholing/training/workshops en uitwisseling van kennis en ervaring.
- Relatiebeheer, organisatie landelijke, regionale en individuele bijeenkomsten en overleg.

Het verder (en flexibel) inrichten van het landelijke bureau met specifieke functies accountmanagement lokale fondsen, (AFAS) helpdesk lokale fondsen, financiële administratie, communicatie/PR, fondsenwerving (overheid, bedrijfsleven, particulieren, fondsen), politieke lobby, juridische zaken. Door Jeugdsportfonds Nederland.

Inzet van Raad van Advies die het Jeugdsportfonds adviseert over het Jeugdsportfonds in het algemeen of op specifieke thema's. Door Jeugdsportfonds Nederland.

Met werkgroepen van bestuurders en coördinatoren van lokale fondsen samenwerken aan de verdere ontwikkeling van o.a. strategie, campagnes werving intermediairs en fondsen, spelregels. Door Jeugdsportfonds Nederland i.s.m. lokale fondsen.

Tips en aanbevelingen ten aanzien van de professionalisering van de coördinatoren (kwaliteit, kwantiteit, werkgeverschap) t.b.v. de lokale fondsen. Door Jeugdsportfonds Nederland i.s.m. Randstad en de Werkgeversorganisatie in de Sport.

Update handboek voor de lokale uitvoering van het Jeugdsportfonds (2014). Door Jeugdsportfonds Nederland.

Ontwikkeling format voor het lokale plan i.s.m. fondsen, dat te gebruiken is door de lokale fondsen (2014). Door Jeugdsportfonds Nederland.

Ieder fonds heeft een eigen lokaal plan (2014/2015) met doelstellingen en overzicht wat ervoor nodig is en gedaan wordt om doelstellingen te halen. Jeugdsportfonds Nederland biedt ondersteuning/advisering waar wenselijk.

Eisen van Good Governance

Als Goede Doelenorganisatie is het van essentieel belang dat we kunnen bouwen op groot maatschappelijk vertrouwen. Dit doen we door ‘de goede dingen te doen’ (kinderen laten sporten) maar ook door ‘de dingen goed te doen’ (door te voldoen aan de eisen voor Goed Bestuur/CBF-Keur). Er is in de maatschappij steeds meer aandacht voor de positie van Goede Doelen organisaties en er worden hoge eisen gesteld aan integriteit, openheid en transparantie van managers, bestuurders en in- en externe toezichthouders. Voor de Goede Doelen branche zijn specifieke spelregels ontwikkeld voor de drie functies (I) besturen van de organisatie, (II) toezicht houden daarop en (III) verantwoording afleggen aan belanghebbenden zoals donateurs, begunstigden, vrijwilligers en samenleving.¹²

Fondsenwervende goede doelenorganisaties verkeren in een bijzondere situatie. Er is weinig formele externe druk voor goed bestuur, er zijn geen aandeelhouders zoals in het bedrijfsleven en er is meestal geen financierende en sturende overheid zoals bij zorg- en onderwijsinstellingen. Daartegenover staat dat (vermeend) bestuurlijk falen van een goede doelen organisatie afbreuk doet aan het vertrouwen en schade kan toebrengen aan de gehele sector. Aantasting van het imago leidt tot verlies van inkomsten en dus een lagere kans om ‘goed te doen’. Hiervan zijn helaas diverse voorbeelden in de pers geweest de afgelopen jaren.

Het Jeugdsportfonds heeft t/m 2016 verlenging van het CBF Keur gekregen, waarmee is aangetoond dat voldaan is aan de betreffende Good Governance vereisten. Wel zijn een aantal punten benoemd die verbeterd moeten worden.

- Bestuur: onafhankelijkheid van het toezicht en het vermijden van (de schijn van) belangenverstrengeling
- Verwevenheid lokale besturen; bij meerdere fondsen is sprake van een volledige of te grote overlap van bestuursleden van het lokale fonds met een of meerdere andere lokale stichtingen (Leergeld) of belanghebbende organisaties (verbonden partijen zoals Sportservice) die als ‘toeleverancier’ belast zijn met de uitvoering van de taken van het fonds
- Bij een aantal fondsen voldoet de bestuursstructuur niet aan artikel 7 van het CBF-Keur. Er is hier geen sprake van dat een bestuur bestaat uit natuurlijke personen.
- Niet meer dan een derde van het aantal bestuurders mag worden benoemd (of worden voorgedragen voor benoeming) door een entiteit of daaraan statutair – direct of indirect – verbonden entiteiten waaraan het Jeugdsportfonds haar ingezamelde gelden middellijk of onmiddellijk geheel of gedeeltelijk afstaat. Niet meer dan een derde van het aantal bestuurders van het Jeugdsportfonds mag bestaan uit bestuurders of werknemers van de bedoelde verbonden entiteiten. Deze bestuurders mogen – buiten vertegenwoordiging door deelname aan handelingen van het bestuur – het Jeugdsportfonds niet vertegenwoordigen (artikel 4 van het CBF-Keur).
- Beleid: er dient een meerjarenplan met meetbare doelstellingen, financiële raming gemaakt te worden dat is nog niet overal het geval.
- Een betere kwaliteit, kostenefficiënte en transparante financiële administratie en verantwoording. De financiële administratie wordt door de meeste fondsen (veelal door vrijwilligers) zelf uitgevoerd. Hierdoor staat de kwaliteit onder druk en moet het landelijk bureau veel werk overdoen voor de samengestelde accountantscontrole.

12 Code Wiffels, Commissie Code Goed Bestuur voor Goede Doelen Organisaties, Vereniging Fondsenwervende Instellingen VFI, 2005 en CBF- Keur.

Het Jeugdsportfonds heeft voor 2014 t/m 2016 vanuit SZW en VWS subsidie verkregen om een aantal zaken ten aanzien van Good Governance te kunnen realiseren. Eén van de belangrijke zaken is de inzet op kwalitatief goede financiële administratie, controle en verantwoording. De uitvoering van de financiële administraties wordt gecentraliseerd, waarbij de lokale fondsen nadrukkelijk wel de financiële eindverantwoordelijkheid houden en aan eigen rapportage verplichtingen moeten voldoen.

Om aan alle eisen (en verbeterpunten) van Good Governance te kunnen voldoen willen we het volgende bereiken:

Ambities	
2014	Er is een blauwdruk van de mogelijke organisatiemodellen voor de lokale/provinciale fondsen die voldoen aan de eisen van het CBF-Keur.
2015	Alle lokale Stichtingen en Besturen voldoen aan de eisen (samenstelling, constellatie, onafhankelijkheid) van CBF-Keur. Gefaseerd vanaf 2014.
2016	Een goede kwalitatieve, kostenefficiënte en transparante financiële administratie en verantwoording, dat voldoet aan de eisen vanuit CBF en de accountant.

Concreet gaan we (o.a.) het volgende doen*:

Uitgewerkte scenario's organisatiemodellen stedelijke- en provinciale fondsen. En ondersteuning en tips en aanbevelingen om organisatie lokaal in te richten (2014). Door Jeugdsportfonds Nederland.

Aanpassing van de lokale besturen die niet aan de eisen (samenstelling, constellatie) voldoen. Ondersteuning hierbij door Jeugdsportfonds Nederland. Gefaseerd vanaf 2014.

Centraliseren van de uitvoering van de lokale financiële administraties en centrale financiering hiervoor. Realiseren van voldoende capaciteit hiervoor bij Jeugdsportfonds Nederland. Gefaseerd vanaf 2014 a.d.h.v. concreet stappenplan en wensen/behoefte lokale fondsen. Door Jeugdsportfonds Nederland.

- * De lokale fondsen zijn verantwoordelijk voor de eigen lokale organisatie. Het landelijk bureau ondersteunt de lokale fondsen hierbij en is zelf verantwoordelijk voor de organisatie van Jeugdsportfonds Nederland en voor de bewaking van de juiste formule lokaal.

“ Kinderen zijn de toekomst en elk kind heeft recht op sport, ongeacht zijn / haar achtergrond. In sport is iedereen gelijk en sport brengt kinderen samen.

Lornah Kiplagat (ambassadeur Jeugdsportfonds Nederland)

”

5.4 Een sterk merk

Voor een Goede Doelen organisatie is het realiseren van een sterk merk belangrijk. Mensen en organisaties willen graag betrokken zijn bij een organisatie met een relevant en een geloofwaardig doel, dat herkenbaar en betrouwbaar is en vooral zichzelf blijft. Daarbij heeft onderzoek¹³ aangetoond dat in de goede doelen sector een sterk verband bestaat tussen merkoriëntatie en financieel succes. Vanaf eind 2012 is er voor het eerst specifieke capaciteit aangetrokken voor het vakgebied branding/communicatie. We zetten in op:

1. Structureel bouwen aan het merk Jeugdsportfonds, zowel op landelijk als lokaal niveau.
2. Gericht positieve communicatie met alle betrokkenen en het brede publiek.

Bouwen aan het merk

De focus voor het Jeugdsportfonds is verwerkt in de visie en de missie van het Jeugdsportfonds. Op basis daarvan hebben we kernwaarden geformuleerd die leidend en richtinggevend zijn voor het consistent uitdragen en gebruik van het merk Jeugdsportfonds.

- | | |
|-------------------|---|
| • Nederland | (nationaal doel) |
| • Armoede | (maatschappelijke relevantie) |
| • Kind | (zet het kind centraal) |
| • Familie | (kinderen, ouders en verzorgers) |
| • Sportvereniging | (sporten in sociaal verband en onder begeleiding) |
| • Ontwikkeling | (sociaal, mentaal, fysiek) |
| • Lokaal | (dichtbij huis en midden in de maatschappij) |
| • Samenwerking | (verbinding met maatschappelijke partners) |

Het Jeugdsportfonds kiest er bewust voor om het merk op een sympathieke en positieve manier te positioneren/communiceren. De focus ligt op kinderen die een sportkans krijgen van het Jeugdsportfonds en dat zij zich samen met vriendjes en vriendinnetjes kunnen ontwikkelen. Dat is leuk en leerzaam! In beeld kiezen we een associatie met sport, samen en onder begeleiding sporten, plezier maken en er wordt gekozen voor een afspiegeling van kinderen uit de gehele doelgroep. Armoede kent alle kleuren (autochtoon en allochtoon).

Het Jeugdsportfonds heeft tot op heden nog geen onderzoek gedaan naar de bekendheid en waardering ten opzichte van het merk. Wel is er onderzoek gedaan naar de beleving, onder kinderen, naar aanleiding van de televisiecommercial (Jeugdsportfonds/judo) die in samenwerking met Kids Vitaal (platform voor kinderen tussen 7-12 jaar) is ontwikkeld en regelmatig op televisie wordt uitgezonden. De commercial heeft voor meer awareness gezorgd bij kinderen en commitment met het doel.

13 Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Commerciële Communicatie aan de Universiteit van Amsterdam doet fundamenteel wetenschappelijk onderzoek op het gebied van merken en communicatie.

Om het merk Jeugdsportfonds nog verder te versterken willen we het volgende bereiken:

Ambities	
2014 - 2017	De merknaam en het beeldmerk consistent uitdragen en gebruiken.
	De kernwaarden beter en gericht benutten bij (zakelijke) fondsenwerving en politieke lobby.
	Meer ambassadeurs aantrekken die passen bij het Jeugdsportfonds, landelijk en lokaal.
	Het beter benutten en verder opbouwen van het netwerk ambassadeurs in het algemeen.
	Beter inzicht in het maatschappelijk (economisch) rendement van het Jeugdsportfonds zodat merk meer waarde krijgt.

Concreet gaan we (o.a.) het volgende doen*:

Ontwikkeling huisstijlboek intern en extern (2015). Door Jeugdsportfonds Nederland.

In alle uitingen lokaal en landelijk worden de merknaam en het beeldmerk consistent gebruikt.
Door Jeugdsportfonds Nederland en de lokale fondsen.

De kernwaarden worden bij de acquisitie van partners (overheid, bedrijfsleven) gericht gebruikt.
Door Jeugdsportfonds Nederland en lokale fondsen.

Tips en aanbevelingen voor het aantrekken en inzetten van ambassadeurs t.b.v. de lokale fondsen (2014).
Door Jeugdsportfonds Nederland.

Met alle landelijke ambassadeurs worden afspraken gemaakt over de inzet bij activiteiten, politieke lobby, events etc.
Door Jeugdsportfonds Nederland. Dit gebeurt ook op lokaal niveau.

Landelijke poule ambassadeurs wordt uitgebreid met ambassadeurs die persoonlijk gemotiveerd zijn om zich in te zetten voor het Jeugdsportfonds en die passen bij de waarden van het Jeugdsportfonds. Door Jeugdsportfonds Nederland.

Onderzoek naar merkbekendheid, waardering en toegevoegde waarde van het Jeugdsportfonds.
Door Jeugdsportfonds Nederland i.s.m. onderzoeksbureau/universiteit en mogelijk andere partners

- * Jeugdsportfonds Nederland is verantwoordelijk voor het bouwen van een sterk merk en biedt ondersteuning aan de lokale fondsen om het merk uit te nutten.

Communicatie

Communicatie met alle voor het Jeugdsportfonds belangrijke doelgroepen is van groot belang om te zorgen voor meer bekendheid en betrokkenheid.

Interne doelgroepen	Externe doelgroepen
Bestuurders en coördinatoren van lokale fondsen, landelijke en lokale ambassadeurs, raad van advies, comité van aanbeveling, intermediairs, ouders/verzorgers, kinderen.	Sport, overheid/politiek (rijk, provincie, gemeente), bedrijfsleven, onderwijs, jeugdzorg, gezondheidszorg, maatschappelijk werk, maatschappelijke organisaties (zoals Stichting Leergeld, Cruijff en Krajicek Foundation, voedselbanken Nederland, Nationaal Fonds Kinderhulp), pers, bredere publiek.

Communicatie over wat het Jeugdsportfonds doet, voor wie, op welke manier, wie er allemaal aan bijdragen is voor een groeiend merk essentieel.

In 2013 zijn er diverse zaken in gang gezet zoals een nieuwe website, huisstijl, opbouw van een beeldbank, ontwikkeling communicatiemateriaal (folders, banners, presentaties etc). Ook wordt communicatie ingezet ter ondersteuning en versterking van fondsenwervende acties (met partners), politieke lobby en campagnes. Voor de komende jaren is het nodig de communicatie verder uit te bouwen. Dit is nodig om het merk nog meer bekend te maken, meer awareness te creëren en belanghebbenden van goede informatie te voorzien. Jeugdsportfonds kiest er bewust voor om op een sympathieke en positieve manier te communiceren. Onderstaande aspecten van de gewenste merk identiteit worden benadrukt in alle communicatie uitingen.

- Plezier
- Trots
- Positief
- Speels
- Simpel
- Duidelijk
- Verrassend
- Samen

Op het gebied van communicatie willen we het volgende bereiken:

Ambities	
2014 - 2017	Beter beeld t.a.v. de ontwikkelingen, werking en de toegevoegde waarde voor de kinderen en ouders van het Jeugdsportfonds bij betrokkenen en partners.
	Communicatie op basis van positieve associatie.
	Meer ondersteunen en faciliteren van de lokale fondsen op het gebied van communicatie en PR.

Concreet gaan we (o.a.) het volgende doen*:

Uitbouw beeldbank, foto, AV materiaal etc met verhalen van kinderen, ouders, intermediairs, etc.
Ontwikkelen concept/ontmoeting om contact en dialoog tussen de verschillende stakeholders te realiseren (ouders/ verzorgers, kinderen, politiek, partners, ambassadeurs etc). Bijv. kinderpersconferentie, clinics met kinderen/ ambassadeurs.
Ontwikkeling communicatie middelen ten behoeve van de lokale fondsen en Jeugdsportfonds Nederland: Website (doorontwikkeling) Folders: algemeen, intermediairs, ouders/kinderen, gemeenten. Posters, affiches, (digitale) banners Nieuwsbrieven: lokale bestuurders en coördinatoren, ambassadeurs/intermediairs, partners.
Periodieke communicatie/nieuwsbrieven over ontwikkelingen met lokale fondsen (voorzitters en consulenten). Periodieke communicatie met andere stakeholders (abonnees nieuwsbrief, ouders/kinderen, raad van advies, comité van aanbeveling, overheid etc).
Doorontwikkeling interne webshop t.b.v. lokale fondsen en duidelijke richtlijnen voor gebruik, bestelling en kosten.
Doorlopend Social media (twitter, facebook) en nieuws (website jeugdsportfonds.nl) centraal vanuit Jeugdsportfonds Nederland 'vullen' (stagiair).
Ontwikkeling specifiek communicatiemateriaal ter ondersteuning van de samenwerking en campagnes met partners en politieke lobby.

- * Jeugdsportfonds Nederland is verantwoordelijk voor de communicatie met de lokale fondsen en de landelijke stakeholders. De lokale fondsen zijn verantwoordelijk voor de communicatie met haar lokale partners. Jeugdsportfonds ondersteunt en faciliteert de lokale fondsen hierbij.

5.5 Samenwerking maatschappelijke partners

Om (nog) meer maatschappelijke impact te kunnen realiseren (zie doelstellingen par. 4.2) is samenwerking met maatschappelijke partners cruciaal. De armoedesituatie grijpt in op het hele leven van kinderen en om hen goed te kunnen helpen is een multidisciplinaire aanpak nodig.

Wij geloven in samenwerking tussen al die partijen die kinderen kansen willen geven op een betere toekomst.

Het Jeugdsportfonds werkt al direct samen met het Jeugdcultuurfonds. We hanteren dezelfde methode, de landelijke bureaus delen gezamenlijke huisvesting en lokaal zijn er steeds meer gecombineerde fondsen. We hebben de ambitie om, naast de intensieve samenwerking met het Jeugdcultuurfonds, nog meer verbindingen te leggen met partners die zich bezighouden met armoedebestrijding van kinderen en gezinnen op verschillende terreinen. Bij voorkeur door bundeling van krachten door verschillende organisaties in een ‘pact voor kinderen in armoede’¹⁴. Voor gemeenten is het van toegevoegde waarde als betrokken partners de handen ineen slaan en afstemming en samenwerking zoeken.

Door samen te werken met maatschappelijke partners willen we het volgende bereiken:

Ambities	
2014 - 2017	Concrete samenwerking op onderdelen met maatschappelijke partners die zich bezighouden met armoedebestrijding van kinderen en gezinnen. Waarbij er voor beide partijen toegevoegde waarde moet zijn. Onderdelen kunnen zijn: bereiken van (meer) kinderen, fondsenwerving, agendasetting.
	Dat de ondersteuning vanuit het Jeugdsportfonds en Jeugdcultuurfonds niet op zichzelf staat maar er tegelijkertijd in die gezinnen ook op andere terreinen ondersteuning wordt geboden (zoals financiële coaching/hulp, voeding, educatie voor kinderen).
	Dat de kans toeneemt dat de steun vanuit het Jeugdsportfonds en Jeugdcultuurfonds niet al te lang nodig is omdat ouders/verzorgers zelf (weer) in staat zijn om de contributies en benodigde attributen kunnen betalen.
	Dat we samen agendabepaling kunnen versterken.
	Dat we samen meer kinderen bereiken en ondersteunen en (mogelijk).
	Zowel landelijke als lokale samenwerkingsverbanden met maatschappelijke partners.

14 In 2013 is een start gemaakt voor een ‘Pact voor kinderen in armoede’, met Nationaal Fonds Kinderhulp, Jeugdsportfonds, Jeugdcultuurfonds, Voedselbanken, Resto van Harte (Kids), Stichting Jarige Job, Stichting Leergeld.

Concreet gaan we o.a. het volgende doen*:

Verkenning samenwerking Pact Partners en mogelijke andere partijen zoals PO en VO Raad, VSG, VNG, MO Groep, Humanitas, NIBUD.

Organisatie van events met clinics sport/cultuur, koken, dineren met kinderen e.d. (is een leuk en mooi aanbod voor de kinderen, voor politieke lobby en PR).

De databases op elkaar afstemmen zodat we samen meer kinderen kunnen 'vinden'/bereiken.

Periodieke communicatie/nieuwsbrieven over ontwikkelingen met lokale fondsen (voorzitters en consulenten).

Periodieke communicatie met andere stakeholders (abonnees nieuwsbrief, ouders/kinderen, raad van advies, comité van aanbeveling, overheid etc).

Mogelijk gezamenlijke fondsenwerving.

Samen optrekken als gesprekspartner van de overheid (SZW).

Op basis van het businessplan is de samengevoegde meerjarenbegroting 2014 – 2017 opgesteld. Er wordt met een reële begroting gewerkt en het voorzichtigheidsprincipe gehanteerd. Dit betekent dat baten zijn opgenomen als 1) deze zijn toegekend en overeengekomen of 2) redelijkerwijs op basis van ervaringen wordt aangenomen dat deze worden ontvangen. In de begroting is wel rekening gehouden met de ambitie voor meer private financiering. De lasten worden opgenomen op basis van historische cijfers en de voorgenomen doelstellingen.

In de communicatie wordt aangegeven dat de directe en indirecte variabele kosten voor één aanvraag/per kind maximaal € 250 bedraagt. Hierin is de contributie, de sportattributen en de administratiekosten voor de individuele aanvraag (beoordeling/toetsing, administratieve afhandeling) inbegrepen. De administratiekosten bedragen €25 per aanvraag. In de (meerjaren)begroting is rekening gehouden met een groei van het aantal aanvragen van 30.000 in 2014 naar 40.000 in 2016.

De overheid heeft voor het versterken van de organisatie, om de groei mogelijk te maken, extra subsidie toegekend voor 2014 – 2017. De subsidie is bedoeld om a) de financiële administratie van alle fondsen te faciliteren en centraal door Jeugdsportfonds Nederland af te handelen en b) om de fondsen te ondersteunen om de baten uit fondsenwerving de komende jaren te verhogen en de kinderen te kunnen bereiken.

In paragraaf 5.2 van het businessplan is het financieringsmodel beschreven om meer fondsen te werven en het financieringsmodel op het vlak van de middelen en meerjarige zekerheid.

Meerjarenbegroting van Jeugdsportfonds 2014-2017 (Nederland samengevoegd)

	Begroot 2014	%	Begroot 2015	%	Begroot 2016	%
BATEN						
1 Baten uit eigen fondsenwerving	847.185	10%	973.263	10%	1.117.502	10%
2 Ontvangen van JSF NL	380.000	4%	288.000	3%	288.000	3%
3 Baten uit gezamenlijke acties	425.000	5%	725.000	7%	845.000	8%
4 Baten uit acties van derden	670.000	8%	435.000	4%	435.000	4%
5 Subsidies van overheden	6.504.575	74%	7.504.261	75%	8.505.400	76%
6 Baten uit beleggingen	20.000	0%	20.000	0%	20.000	0%
Totaal Baten	8.846.760	100%	9.945.524	100%	11.210.902	100%
LASTEN						
7 Besteed aan doelstellingen door vestigingen	6.750.000	76%	7.875.000	79%	9.000.000	80%
8 Besteed aan doelstellingen door JSFNL	575.000		575.000		575.000	
9 Kosten baten eigen fondsenwerving	87.609	7%	99.992	8%	114.202	8%
10 Kosten baten gezamenlijke acties	105.350		109.564		113.947	
11 Kosten baten acties derden	58.010		60.330		62.744	
12 Kosten baten subsidie overheden	113.450		117.988		122.708	
13 Algemene kosten beheer en administratie	976.300	11%	1.095.852	11%	1.215.686	11%
Totaal lasten	8.665.719		9.933.726		11.204.286	

- In de lasten 8 – 13 zijn de indirecte vaste kosten t.b.v. het landelijk bureau opgenomen (zie blz. 22).
- De algemene kosten beheer en administratie is inclusief de indirecte variabele kosten (zie blz. 22).