

Beleidsplan Stichting Shaare Zedek 2018-2022

Inhoud

1.0 De organisatie.....	3
1.1. Grondslag en doel	
1.2. Positiebepaling	
1.3. Toekomst gerichte aanpak	
2.0 Omgevingsanalyse.....	4
2.1 Strategische mogelijkheden	
2.2 Organisatie	
2.3 Operationele mogelijkheden	
3.0 Doelstellingen.....	5
3.1 Bestaande markt	
3.2 Nieuwe markt/Marktontwikkeling	
3.3 Inkomstenbronnen	
4.0 Uitvoering beleid 2014-2018.....	6-7
4.1 Erkenningsregeling Goede Doelen	
4.2 Donateurswerving	
4.3 Communicatie-algemeen	
4.4 Communicatie-relaties/doelgroepen	
4.5 Communicatietransparantie	
5.0 Bestuurssamenstelling.....	8
5.1 Adresgegevens	

1. De organisatie

1.1 Grondslag en doel van de Stichting Shaare Zedek (SSZ)

De Stichting verricht haar werkzaamheden in gehoorzaamheid aan Gods Woord, opgevat naar de Drie Formulieren van Enigheid.

De stichting stelt zich ten doel om vanuit Nederland meer bekendheid te geven aan het Shaare Zedek Medical Center (SZMC) te Jeruzalem en dit financiële en morele hulp te verlenen.

Zij stelt daarbij als voorwaarde dat SZMC medische hulp verleent aan alle mensen van welke huidskleur, nationaliteit of religie zij ook mogen zijn. Vereiste voor de te geven hulp is, dat in genoemd ziekenhuis de beschermwaardigheid van het leven vanaf het ontstaan tot en met de eindfase van het leven - ongeacht de leeftijd – gestalte krijgt.

1.2 Positiebepaling

Missie en doelstellingen SSZ resulteren in betrokkenheid en bijdragegerichtheid van haar donateurs. De donateurs – mede gevormd door hun christelijke achtergrond, liefde tot het land en volk Israël en de identiteit van het ziekenhuis - voelen zich tegelijkertijd medeaandeelhouder.

1.3 Toekomstgerichte aanpak

De beleidsplannen 2008-2012 en 2013-2018 hadden als doel de strategische speelruimte te optimaliseren. Dit resulteerde in een toename van donateurs en mede daardoor stabiele inkomsten die zowel de strategische als operationele uitvoering waarborgen. Dit beleid wordt op hoofdlijn onverminderd voortgezet.

In 2016 bleek herijking van drie aandachtsgebieden noodzakelijk:

(1) De Erkenningsregeling Goede Doelen welke op termijn zal overgaan in een Landelijke Erkenning. SSZ werd als Goede Doelen organisatie door Raad Financiële Betrouwbaarheid (RfB) geaccrediteerd. De RfB was voornemens- mede door de beoogde Landelijk Erkenning- haar activiteiten over te dragen aan het Centraal Bureau Fondswerving (CBF). Lopende dit proces besloot SSZ Erkenning aan te vragen bij het CBF.

(2) Toenemende wereldwijde (politieke) spanningen veroorzaken niet zelden oorlog, oorlogsdreiging en terroristische aanslagen. Vluchtelingenstromen, gebrek aan minimale levensbehoeften en medische hulp zijn diep ingrijpende neveneffecten. Deze catastrofes treffen o.a. het Midden-Oosten en dus ook Israël, het werkterrein van de Stichting. De daaruit voortvloeiende gevolgen kunnen aanleiding geven voor verschuivingen in geldstromen binnen de Non-profit organisaties.

(3) Toenemende vraag naar uitwisseling van kennis op medisch-ethisch gebied en praktische invulling t.b.v. maatschappelijke verantwoordelijkheid.

De (aangepaste) beleidsdoelstellingen worden in Beleidsplan 2018-2022 toegelicht.

2. Omgevingsanalyse

2.1 Strategische mogelijkheden

A. Het spectrum van de Non-profit organisaties waarbinnen SSZ zich profileert is kwantitatief en geschakeerd. De (potentiele) donateur heeft niet alleen de vrijheid te kiezen, er is ook sprake van een gevarieerd aanbod zodat ook daadwerkelijk gekozen kan worden; concurrentiepositie en concurrentiekrachten zijn wezenlijk. Concurrentiestrategie is noodzakelijk om donateurs te bewegen deelgenoot te worden en te blijven.

B. Nieuwe doelgroepen creëren vraagt creativiteit om op adequate wijze de bewegingen van vraag en aanbod en de keuze van donateurs positief in de richting van SSZ te beïnvloeden.

C. Communicatie vraagt snelheid wat actuele berichtgeving betreft. SSZ zal naast de bestaande mogelijkheden ook de social media binnen haar communicatiedoelstelling een plaats toekennen. De communicatievormen bewerkstelligen affectieve-, cognitieve- en conatieve effecten.

2.2 Organisatie

Het bestuur neemt haar inspanningsverantwoordelijkheid om door implementatie van marketing-instrumenten de gewenste doelen te bereiken.

2.3 Operationele mogelijkheden

Doelgroep(en) effectief te informeren over het aanbod, aan te moedigen tot participatie en acceptatie te bevorderen.

3 Doelstelling 2018-2022

3.1 Bestaande markt

SSZ neemt een unieke positie in binnen de bestaande markt en in spectrum van Goede Doelen organisaties. Haar portfolio positie heeft een sterke kant: één focus. De keerzijde is een zekere kwetsbaarheid. Externe omstandigheden kunnen donateurs bewegen andere voorkeursposities in te nemen. De marketinginspanningen van de afgelopen jaren en de voorlopige resultaten hiervan zullen mede bijdragen aan het beheersen en afzwakken van de kwetsbaarheid.

In de periode 2008-2017 werd de focus gericht op de herkenbaarheid van SSZ en de uitbreiding van het donateur bestand. Vanaf 2015 kwamen nieuwe doelgroepen in beeld.

3.2 Nieuwe markt/Marktontwikkeling

Nieuwe doelgroepen waaronder HBOv-onderwijs, nascholing medici en/of aanverwante disciplines waren latent aanwezig maar blijken voor de toekomst van synergetisch belang.

3.3 Inkomstenbronnen

SSZ neemt haar verantwoordelijkheid de toegezegde project sponsoring aan het SZMC na te komen. Uitsluitend door middel van donateurs wordt deze toezegging gerealiseerd. Er is een diversiteit aan donateurs: privépersonen; diaconieën; bedrijven; acties scholen e.d.; legaten en fondsen. Het Shaare Zedek Koor genereert al vele jaren een substantiële bijdrage.

4 Uitvoering 2018-2022

Het bestuur is voornemens het ingezette beleid te continueren. In dit beleidsplan zijn de essentiële scharnierpunten uit de periode 2008-2017 op effectiviteit getoetst en waar nodig aangepast.

4.1. Erkenningsregeling Goede Doelen.

SSZ is een Erkend Goed doel. Dat betekent dat wij voldoen aan strenge kwaliteitseisen. De kwaliteitseisen worden opgesteld door een onafhankelijke commissie. Toezichhouder CBF controleert of we aan de eisen voldoen. Zij checken ons ieder jaar en eens in de drie jaar worden we uitgebreid getoetst. Zo weet de (potentiele) donateur zeker dat wij zorgvuldig omgaan met elke euro en verantwoording afleggen.

UITVOERING

- SSZ zal in haar communicatie uitingen het 'Erkend Goed Doel'-logo alsmede het ANBI-logo tonen. Voor de (potentiele) donateurs een teken van zekerheid en transparantie. De combinatie van beide logo's borgt een dubbele zekerheid voor de donateurs.

4.2. Donateurswerving

Donateurs vormen de ruggengraat van de Stichting. Drie ambassadeurs zijn landelijk inzetbaar voor lezing en presentatie. Presentaties zijn van essentieel belang om de functie van het ziekenhuis onder de aandacht te brengen. De PR-functionaris richt zich m.n. op beleidsmatige aspecten en marketing. Daar omstandigheden een nog scherpere profilering vragen die Israël en in het bijzonder het SZMC betreft zal communicatie bepalend blijken voor stabiliteit én groei van SSZ.

UITVOERING

- De rol van de ambassadeurs blijkt noodzakelijk. Afhankelijk van de toename van activiteiten is een mogelijke uitbreiding gewenst.

- Promotie gericht op o.a. donateurs die bij een bezoek aan Israël ook het ziekenhuis kunnen bezoeken. De (potentiele) donateur 'toetst' zelf de sponsorprojecten die zijn gerealiseerd en het resultaat dat de maatschappelijke impact betreft. Deze personen zijn katalysatoren voor het werven van nieuwe donateurs in hun woon-werkomgeving. De doelstelling is om jaarlijks enkele reisgezelschappen en minimaal 10 privébezoeken te realiseren.

4.3 Communicatie-publiciteit algemeen

De communicatievorm publiciteit waaronder, website, advertenties, Shaare Zedek Nieuws en social media bewerkstelligen affectieve-, cognitieve- en conatieve effecten. De profilering van SSZ en SZMC is essentieel voor participatie van de (toekomstige) donateurs.

UITVOERING

- Social media. De testfase in 2017 bleek geslaagd. Dit medium wordt definitief ingezet. Met deze ontwikkeling is Shaare Zedek dagelijks herkenbaar.

- Build-up effect. In genoemde communicatievormen zal het verslag van donateurs die het ziekenhuis bezoeken een belangrijke plaats innemen.

- Digitale informatie verstrekking middels digitale Nieuws-aanbieders is in ontwikkeling.

- Shaare Zedek Nieuws (SZN) wordt viermaal per jaar toegezonden aan donateurs en overige belangstellenden. Artikelen die worden opgenomen betreffen de ontwikkeling van het ziekenhuis, sponsorproject, giftenstroom, columns en financiële verantwoording. Het magazine vertolkt de transparante werkwijze.

-Nieuwe communicatievormen worden eerst getest op een positieve meetbare bijdrage voordat deze definitief worden toegevoegd aan de bestaande communicatievormen. Een nieuwkomer kan ook een bestaande vorm verdringen of zelfs verwijderen.

4.4 Communicatie-relaties doelgroep(en)

Als gevolg van het gevoerde beleid blijken het onderwijsveld en medische disciplines binnen handbereik te komen dat kennisuitwisseling betreft. Deze kennisuitwisseling dient ook een innovatief karakter dat de maatschappelijke waarde betreft. Een extra dimensie is kennisuitwisseling tussen disciplines uit het ziekenhuis en Nederland m.n. op het gebied van medisch ethisch handelen.

Eind 2015 werden de eerste contacten gelegd betreffende nascholing op Universitair en HBOv niveau. In 2016 en 2017 werd dit concept op beperkte schaal getoetst en met succes afgerond. Met deze ervaringsgegevens zal de eerstkomende jaren SSZ hieraan de nodige aandacht geven. Kennisoverdracht zal primair plaatsvinden in het SZMC hoewel de omgekeerde richting ook tot de mogelijkheden behoort.

UITVOERING

- Nascholing in het SZMC HBOv studenten minimaal 2 groepen per jaar
- Docenten individueel of groepsgewijs met keuzemogelijkheden als maatwerk
- Nascholing medici testfase 2018
- Nascholing overige disciplines die zich willen oriënteren op het medisch ethische beleid van het ziekenhuis en met name ook de palliatieve zorg.

4.5 Communicatietransparantie.

De Stichting is door het CBF erkent als Goed Doel en is door de Belastingdienst aangemerkt als Algemeen Nut Beogende Instelling (ANBI). Het jaarverslag is ingericht volgens de Richtlijn Jaarverslaggeving 650 "Fondsenwervende Instellingen".

Beleidsplan, Factsheets, Jaarverslagen en het Shaare Zedek Nieuws zijn beschikbaar via de website en voor ieder toegankelijk. Reden dat in dit beleidsplan geen cijfermatige zaken zijn opgenomen daar deze meer dan voldoende in genoemde documenten voorhanden zijn.

5.0 Bestuurssamenstelling

Het bestuur bestaat uit: voorzitter, secretaris, penningmeester, algemeen adjunct en drie overige bestuursleden. De bestuurssamenstelling staat voor de noodzakelijke theologische, zakelijk/financiële en medische kennis. Een waarborg voor communicatie op niveau met de diverse disciplines in het ziekenhuis alsmede met de donateurs. Het bestuur is onbezoldigd.

Samenstelling bestuur en directie:

Ds. H. Korving, voorzitter, Mw. G.H. Gijsbertsen-Voortman, secretaris, Dhr. C. den Hertog, penningmeester, Ds. J.C. Schuurman, algemeen adjunct, Dhr. L.H. Trouwborst, bestuurslid, Dhr. J. Huijser, bestuurslid, Mw. J.M. van den Berg, bestuurslid. Een PR-functionaris is parttime verbonden aan de Stichting. Drie ambassadeurs zijn als vrijwilliger werkzaam.

5.1 Gegevens Stichting Shaare Zedek

Statutair gevestigd te Apeldoorn. Opgericht bij notariële akte 26 Oktober 1981

Ingeschreven in het Handelsregister van de KvK Oost Nederland onder nummer 41039231

De Stichting is een algemeen nut beogende instelling (ANBI). Door de Belastingdienst is een beschikking afgegeven. De Stichting is erkent als Goed Doel door het CBF.

Kantoor en contactgegevens: Stichting Shaare Zedek, p/a dhr. H. Geluk, Kloet 3, 3371 HL Hardinxveld Giessendam. T. 0184612632 / M. 0651236636

E. h.geluk@solcon.nl info@shaarezede.nl

W. <http://www.shaarezede.nl> <http://www.szmc.org.il>

Bankrekeningnummer NN74ABNA0436427060 NL51INGB0004295426 t.n.v. Stichting Shaare Zedek te Houten