

Meerjarenplan 2017 e.v.



look good **feel better**

UITERLIJKE VERZORGING BIJ KANKER

Meerjarenplan 2017 e.v.

1. Inleiding

Mede op basis van de uitkomsten van het gedane onderzoek door SAMR naar de relevantie van uiterlijke verzorging bij kanker alsook de ervaringen in het buitenland zal de visie op de toekomst van Look Good Feel Better aangepast moeten worden.

In 2017 zal hiertoe een aanzet gemaakt worden op het gebied van

- Patiëntenactiviteiten
- Fondsenwerving
- Organisatie

Voorafgaand wordt stilgestaan bij de missie en de visie en de omgevingsanalyse.

2. Visie/Misie Look Good Feel Better

Achtergrond

Stichting Look Good Feel Better is in 2001 onder de statutaire naam Goed Verzorgd, Beter Gevoel opgericht en heeft als vestigingsplaats Zeist. Zij informeert en adviseert patiënten, professionals en publiek op een positieve en praktische manier over uiterlijke verzorging bij kanker. De stichting organiseert in samenwerking met ziekenhuizen workshops uiterlijke verzorging bij kanker. Ook geeft Look Good Feel Better informatie en praktische tips & adviezen. Tot slot beschikt Look Good Feel Better over een uitgebreid netwerk van adressen van deskundigen uiterlijke verzorging waar naar verwezen kan worden voor het krijgen van een persoonlijk advies en/of een individuele behandeling.

Visie

Uiterlijk is van wezenlijk belang voor het gevoel van eigenwaarde. Look Good Feel Better is ervan overtuigd dat mensen met zichtbare gevolgen van (de behandelingen van) kanker veel baat kunnen hebben bij juiste informatie en adviezen over uiterlijke verzorging.

Missie

Look Good Feel Better wil op landelijk niveau alle patiënten met kanker, die daar behoefte aan hebben, steun bieden door op een positieve en praktische manier, dichtbij huis, informatie en advies te geven over uiterlijke verzorging bij kanker.

Dit doet zij door het uitbouwen van het landelijke netwerk in en buiten ziekenhuizen en door het verbreden van het aanbod, qua materialen en doelgroepen.

Uitgangspunten

Mede in navolging van het internationale programma Look Good Feel Better gelden de volgende uitgangspunten:

- Niet-medisch
Look Good Feel Better is een niet-medisch programma. Zodra er vragen betrekking hebben op medisch advies of op zaken die van invloed kunnen zijn op de medische behandeling, wordt er altijd doorverwezen naar de behandelend arts.
- Gratis voor deelnemers
Deelnemers mogen gratis meedoen aan de workshops van Look Good Feel Better.
- Productneutraal
Look Good Feel Better is productneutraal en niet gelieerd aan een bepaald cosmeticamerk.

3. Omgevingsanalyse

Er is naar ons weten geen enkele organisatie in Nederland die een zelfde werkgebied en werkwijze heeft als Look Good...Feel Better:

- Look Good...Feel Better is een nationale stichting met een wereldwijd netwerk. In 26 landen bestaat het programma onder de naam Look Good ... Feel Better. De landen werken zelfstandig en wisselen regelmatig kennis en ervaringen uit.
- In Nederland bestond er nog een stichting die zich bezighield met uiterlijke verzorging bij kanker, Stichting Viva la Donna. Deze stichting wordt per 1 januari a.s. opgeheven.
- Buiten de genoemde Stichting Viva la Donna, zijn er allerlei (particuliere) organisaties die zich richten op een deelaspect van uiterlijke verzorging bij kanker, zoals hoofdbedekking en lingerie.

Patiëntenactiviteiten

In 2020 willen wij 20% van alle vrouwelijke patiënten (= 10.000) bereiken met onze activiteiten.

<p>Sterkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - LGFB is de enige aanbieder van workshops uiterlijke verzorging bij kanker in ziekenhuizen - De workshops zijn kosteloos voor de deelnemers - Naast workshops nog verwijsmogelijkheid voor persoonlijke behandelingen en adviezen: "voor ieder wat wils" - Goede samenwerking met ziekenhuizen (daar waar iedere patiënt komt) - Enthousiasme deelnemers en ziekenhuizen: behoefte aan uiterlijke zorg is aangetoond 	<p>Zwakte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Te weinig patiënten nemen deel aan LGFB, gezien totale omvang patiënten. - Geen landelijke dekking workshops en individuele consulten. - Beperkt bereik qua doelgroepen (minder mannen en kinderen maken gebruik van LGFB). - Hoewel wij er naar streven hét instituut te zijn dat informatie en advies geeft over uiterlijke verzorging bij kanker, beperken wij ons tot op heden wat betreft onze eigen advisering tot huid-, haarverzorging en make-up. Op overige gebieden (zoals kleur- en stylingadvies, nagelverzorging en protheses e.d.) hebben wij een verwijzende rol. - Beperkte structuur in activiteiten met patiëntenverenigingen (reactief en niet proactief) - Door grootte onvoldoende zicht op kwaliteit persoonlijke behandelingen en adviezen.
<p>Te ondernemen acties:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aantal deelnemers aan LGFB uitbreiden • Landelijke dekking nastreven • Doelgroepen uitbreiden (mannen en kinderen) • Activiteiten uitbreiden (workshops nagelverzorging, kleur- en styling e.d.) 	<p>Achtergrond/huidige stand van zaken</p> <p>Totaal aantal patiënten Nederland: 100.000</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vrouwen: 50.000 - Mannen: 50.000 <p>Aantal deelnemers LGFB: 4.500</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aantal deelnemers workshops: 2.650 - Aantal deelnemers incidentele activiteiten: 1.850 <p>Aantal workshops: 310 Aantal ziekenhuizen: 78 (totaal in Nederland 91) Aantal incidentele activiteiten: 47</p>



Fondsenwerving en product sponsoring

In 2020 willen wij dat er voldoende geld * is om:

- **de te stellen doelen t.a.v. patiëntenactiviteiten en marketing en communicatie te realiseren**
- **en dat er een continuïteitsreserve is opgebouwd van 1 jaar kosten werkorganisatie**

***bedrag nader vast te stellen op basis keuze doelen**

Sterkte:

- Goede contacten met NCV en haar leden
- Merendeel van ziekenhuizen betaalt vrijwillige bijdrage aan kosten workshops
- LGFB is voor kankergerelateerde fondsen een betrouwbare partij
- Eenmalige donaties particulieren groeit
- Spreiding in donateurs

Zwakte:

- Geen vanzelfsprekende continuïteit in donaties (zowel financieel als producten)
- Gezien huidige economische situatie vallen opbrengsten bij fondsen en inkomsten bedrijven tegen, hetgeen consequenties heeft voor hoogte donaties.
- Bijdragen vanuit NCV en haar leden bereiken maximaal niveau (zowel financieel als producten)
- Bijdragen ziekenhuizen zijn niet kostendekkend m.b.t. workshops
- Kankergerelateerde fondsen hebben ieder eigen subsidiebeleid en vergoeden in principe geen structurele exploitatie/personeelskosten
- Geen samenwerking met Retail
- Weinig doorlopende donaties van particulieren
- Geen donaties van (particuliere) vermogensfondsen
- Geen verkoop merchandise
- Beperkte inzet vrijwilligers bij fondsenwerving

Te ondernemen acties:

- Aantal donateurs buiten cosmeticabranche uitbreiden
- Samenwerking Retail opstarten
- Doorlopende donaties particulieren uitbreiden
- Donaties vanuit particuliere vermogensfondsen opstarten
- Meer vrijwilligers bij fondsenwerving betrekken
- Merchandise gaan verkopen
- Bijdragen ziekenhuizen verhogen tot kostendekkend

Achtergrond/huidige stand van zaken:

Totaal financiële steun: circa € 350.000,-

- 30% cosmeticabranche (NCV en haar leden)
- 30% vergoeding ziekenhuizen
- 30% overige donaties (incl. kankergerelateerde fondsen)

Product sponsoring:

- 38.000 producten
- 35 merken



Organisatie (personele bezetting & kantoorkosten)

In 2020 willen wij dat er voldoende personele bezetting* is om de te stellen doelen t.a.v. patiënten activiteiten en marketing en communicatie te realiseren

***omvang bezetting nader vast te stellen op basis keuze doelen**

Sterkte:

- Zeer gemotiveerde, betrokken en flexibele medewerkers en vrijwilligers
- Secretariaat is hoog van kwaliteit
- Er wordt veel gedacht vanuit mogelijkheden/positiviteit
- Beperkte kantoorkosten door inhuur bij NVZ/NCV

Zwakte:

- Hoge workload
- Functioneren Regiocoördinatoren mag pro-actiever
- Directeur nog te vaak meewerkend voorman
- Door workload directeur te weinig focus op fondsenwerving
- Beperkte werkruimte c.q. groeimogelijkheden

Acties:

- Tijd/budget vrijmaken voor fondsenwerving
- Uitbreiden projectmatige aanpak van werkzaamheden

Achtergrond/huidige stand van zaken:

Medewerkers: 3 fte

- directeur (0,7)
- secretariaat (0,8)
- 3 regio coördinatoren (1,5)
- communicatiemedewerker ad hoc

462 vrijwilligers

Mede op basis van de uitkomsten van onderzoek alsook de ervaringen in het buitenland zal de visie op de toekomst van Look Good Feel Better aangepast worden.

In 2017 zal een aanzet gemaakt worden om de globaal benoemde doelen voor 2020 meer concreet te maken op het gebied van

- Patiëntenactiviteiten
- Fondsenwerving
- Organisatie

Hieronder worden de genoemde acties voor 2017 vermeld.

Patiëntenactiviteiten

Tot op heden heeft de focus gelegen op de workshops en het uitbreiden hiervan. Vanaf 2017 zullen de activiteiten zich niet alleen richten op de workshops maar op een breder patiëntenprogramma, waarbij bijvoorbeeld ook individuele behandelingen gegeven zullen worden.

Concreet laat zich dit in 2017 als volgt vertalen:

Geef een Glimlach cadeau

In 2017 willen we voor de tweede keer de actie "Geef een Glimlach cadeau" uitvoeren, waarbij vrouwen met kanker gratis verwenbehandelingen kunnen krijgen bij schoonheidsspecialisten. Op basis van de eerdere actie die in 2015 gehouden is zal het actiemechanisme aangepast worden: vrouwen met kanker kunnen via een website een schoonheidsspecialist bij hun in de buurt zoeken en een afspraak maken voor een gratis verwenmoment. De actie zal in 2017 niet op één dag in oktober plaatsvinden, maar er zal sprake zijn van een hele maand; vanaf 4 februari 2017 kan men de hele maand februari verwenmomenten plannen. Het communicatiemateriaal zal worden uitgebreid en wij zullen kijken of er bedrijven zijn die deze dag (financieel) mede mogelijk willen maken.

Strategie workshops

Voor 2017 zullen de bestaande workshops in 76 ziekenhuizen worden geconsolideerd. Het aantal ziekenhuizen zal niet pro-actief worden uitgebreid. Het uitgangspunt is dat er minimaal hetzelfde aantal vrouwen aan de workshops gaat deelnemen als in 2016, maar het streven is dit aantal te verhogen.

Fondsenwerving

De werkzaamheden van LGFB kunnen enkel worden verricht door (financiële) steun van derden. Om de activiteiten te kunnen voortzetten en uitbreiden, zal de hoogte van de huidige financiële steun minimaal € 300.000,- moeten bedragen.

De opzet van de fondsenwerving zal echter gewijzigd worden:

Aandeel Cosmeticabranche omhoog

Look Good Feel Better is het meest representatieve voorbeeld binnen de cosmeticabranche van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). Gestreefd wordt om, in navolging van de landen waar het Look Good Feel Better-programma gegeven wordt, het aandeel van de cosmeticabranche te verhogen naar minimaal 40%.

Partnerships in plaats van donaties

Tot op heden bestaat de financiële steun uit eenzijdige donaties en giften. In 2017 zal een aanzet gemaakt worden tot het aangaan van partnerships. Deze partnerships zullen op branche-, bedrijfs- en merkniveau ingestoken worden. Per partnership zal gekeken worden hoe deze concreet en tailormade in te vullen zijn.

Samenwerking retail uitbreiden

Het streven is de samenwerking met retail verder uit te breiden.

Organisatie

De werkzaamheden zullen binnen de organisatie meer projectmatig gestuurd opgepakt worden.