

Uitgave van Doe Een Wens Stichting Nederland

Jaarverslag09.

**MAAK WENSEN WAAR
WORD DONATEUR**

WWW.DOEENWENS.NL

DOE EEN WENS

Make-A-Wish Foundation®

Kracht

Wanneer ik het jaar 2009 voor Doe Een Wens met één woord zou moeten kenmerken, dan zou ik kiezen voor het woord **kracht**.

Vreemd misschien, omdat 2009 net als 2008 vooral in het teken van de economische crisis heeft gestaan. Ook voor 2009 gold dat het onduidelijk was wat de gevolgen van de recessie zouden zijn voor goede doelen in het algemeen en Doe Een Wens in het bijzonder. Woorden als onzekerheid, voorzichtigheid en angst lijken meer voor de hand te liggen. Ik kies voor **kracht**.

Kracht zegt iets over wat Doe Een Wens doet: de liefste wens vervullen van kinderen en jongeren met een levensbedreigende ziekte om hun zo de **kracht** te geven kind te zijn. Door de wensvervulling wordt duidelijk dat de wenskinderen niet alleen patiënt zijn, maar vooral kind en ervaren de kinderen wat nog mogelijk is in plaats van wat niet meer kan. Daarom is in 2009 kracht gekozen als concept voor onze nieuwe uitstraling: acht wenskinderen zijn in 2009 gefotografeerd. Zij gaan het gezicht worden van Doe Een Wens en vertellen hun verhaal over de kracht die zij hebben ervaren tijdens hun wensvervulling.

Om terug te komen op het moeilijke economische klimaat van 2009: ook daar hoort toch het woord **kracht** bij. Sponsors bleven ons steunen vanuit de visie dat er ook in moeilijke tijden ruimte moet zijn voor maatschappelijk verantwoord ondernemen. Een krachtig standpunt.

Onze donateurs bleven een stille kracht vormen, die ons tot steun is in ons werk. En het woord **kracht** beschrijft ook de wijze waarop de medewerkers van Doe Een Wens hebben gereageerd toen we in 2009 een aantal maatregelen hebben genomen, nodig voor het geval de inkomsten toch tegen zouden gaan vallen.

Ik ben ervan overtuigd dat u, na het lezen van dit jaarverslag, tot dezelfde conclusie zult komen: 2009 stond in het teken van **kracht**.

Harmienke Kloeze
Directeur



Het jaar2009

Het jaarverslag van Doe Een Wens en de jaarrekening zijn van groot belang, omdat we daarmee verantwoording afleggen aan iedereen die ons gesteund heeft. Elk jaar weer vragen we ons af hoe we dat zo goed mogelijk kunnen doen. Op een manier die inzicht geeft in de behaalde resultaten, zonder een al te dik boekwerk te maken; op een manier die tegemoet komt aan de eisen die gesteld worden aan de verslaglegging door goede doelen, maar die ook leesbaar blijft.

Dit jaar hebben we voor een nieuwe vorm gekozen. We zullen u een indruk geven van onze activiteiten door per maand de belangrijkste gebeurtenissen te beschrijven. We streven dus niet naar volledigheid, wel naar een veelzeggend “kijkje in onze keuken”. U krijgt door de keuze van de onderwerpen informatie over onze medewerkers (betaald en vrijwillig), over hoe het wensproces werkt, over acties en sponsors en over aspecten van de bedrijfsvoering.

In een apart hoofdstuk worden kort en in vogelvlucht de belangrijkste resultaten in cijfers samengevat.

Vervolgens legt het bestuur verantwoording af over een aantal belangrijke bestuurlijke principes en wordt in het kader van financiële verantwoording een overzicht gegeven van de balans en de staat van baten en lasten uit de jaarrekening.



De plannen voor 2009 en de resultaten

De bevindingen uit het marktonderzoek dat in 2008 werd uitgevoerd in opdracht van Doe Een Wens, hebben een belangrijke invloed gehad op de beleidsvoornemens voor 2009 en daarna. De doelstellingen die opgenomen zijn in het strategieplan 2009 – 2014 zijn mede daardoor geworden:

- verdieping, geen verbreding van de activiteiten van Doe Een Wens;
- werken aan en verstevigen van het fundament van de organisatie;
- duidelijk maken dat het vervullen van een wens veel inzet vraagt van een heel team van mensen;
- duidelijk maken dat Doe Een Wens een prachtig “beleef-goed doel” is, maar dat daarvoor ook financiële middelen nodig zijn (“geef-doel”);
- de impact van een wens duidelijk maken: het moment van de wensvervulling is relatief kort, maar het effect van de wensvervulling duurt veel langer.

Het jaarplan 2009 heeft als basis dit strategieplan en veel van de voorgenomen en ondernomen activiteiten dragen bij aan de bovengenoemde bredere doelstellingen. De nadruk lag in 2009 op “Identiteit en Kwaliteit”: Kort samengevat:

IDENTITEIT:

- vaststellen van een merkpaspoort waarin duidelijk het DNA van Doe Een Wens wordt beschreven: wie zijn we, wat doen we, hoe doen we dat, waarom doen we dat;
- op basis daarvan het ontwikkelen van een nieuwe communicatiestrategie, met nieuwe beelden, die ons kan helpen bij het uitstralen van onze identiteit.

KWALITEIT:

- stabilisatie van het aantal wensen;
- en stabilisatie van de inkomsten;
- waardoor meer tijd ontstaat voor ontwikkeling van beleid, implementatie van beleid en herstructurering van de wensafdeling.

KWANTITATIEF:

- aantal vervulde wensen: 380;
- inkomsten: € 2.942.000;
- een positief resultaat van iets meer dan € 200.000, om zo de afname van de continuïteitsreserve (door het negatieve resultaat in 2008) voor een groot deel te kunnen compenseren.

De belangrijkste doelstellingen per afdeling

WENSAFDELING:

- 380 te vervullen wensen;
- benoemen van die onderdelen van een wensvervulling die bijdragen aan het langdurend effect;
- vergroten kostenbewustzijn bij wensvervullers, streven naar vastgestelde gemiddelde wensprijzen voor verschillende soorten wensen;
- aanpassing structuur van de wensafdeling met als doel:
 - grotere binding vrijwilligers aan organisatie en elkaar
 - betere mogelijkheden tot opvangen van signalen en implementeren van nieuw beleid.

MARKETING:

- stabiliseren inkomstenniveau begroting 2008: € 2.942.000
- professionaliseren van het actiematig proces:
 - meer ondersteuning van de regio's;
 - ontwikkelen van een standaard plan van aanpak voor specifieke acties;
 - standaardiseren van informatiepakketten en presentatiemateriaal;
- relatiebeheer sponsors:
 - organisatie van wensdagen voor sponsors.

COMMUNICATIE:

- opstellen merkpaspoort;
- ontwikkelen van een nieuwe communicatiecampagne, die aansluit bij de bevindingen van het onderzoek;
- een wensvervulling heeft langdurend effect;
- Doe Een Wens is niet alleen een beleefmerk maar ook een geefmerk;
- het team achter de wens duidelijk maken;
- nieuwe website;
- start digitale nieuwsbrief om de communicatie met donateurs te optimaliseren;
- PR rondom landelijke evenementen:
- televisieprogramma;
- Disney-evenement: Mickey's Magische Oren;
- JFK-gala.

REGIOMANAGEMENT:

- tevredenheidsonderzoek onder de vrijwilligers;
- instelling regionaal managementteam, bestaande uit regiocoördinator, regionale actiecoördinator en mediavrijwilliger om zo bij te dragen aan betere samenwerking binnen de regio en betere communicatie met de kantoormedewerkers. De doelstellingen op het gebied van fondsenwerving en de voorlichting over het werk van Doe Een Wens kunnen zo beter gevolgd worden. De inzet van de vrijwilligers in de regio kan daarop aangepast worden;
- aantal trainingen voor de vrijwilligers volgens jaarplan uitvoeren.

Deze trainingen zijn:

- introductietrainingen voor nieuwe vrijwilligers;
- training voor wenshalers en voor wensvullers;
- presentatietraining;
- fotografietraining;
- voorzitterstraining.

Bovenstaande doelstellingen zijn allemaal gerealiseerd. Over een aantal van deze resultaten leest u in dit jaarverslag.

Deze doelstellingen zijn niet gerealiseerd

MARKETING:

- groei van aantal donateurs naar 12.500
Het aantal donateurs bedraagt eind 2009 10.403.
Reden voor het niet behalen van de doelstelling is dat we ervoor gekozen hebben niet te investeren in marketingactiviteiten gericht op donateurwerving. Dit zijn relatief grote investeringen die pas op de langere duur resultaat opleveren. In een financieel onduidelijk jaar is het beter deze investeringen niet te doen. Daarnaast geldt ook dat het steeds moeilijker wordt een goede balans te vinden tussen kosten en opbrengsten wanneer het gaat om donateurwerving. De gebruikelijke wervingmethode lijkt veel minder succesvol dan voorheen. Het is tijd andere manieren te vinden voor het vinden van nieuwe donateurs.
- beleidskader vaststellen en implementeren ten aanzien van groei structurele inkomsten door bedrijfssponsoring.
Hoewel het aantal sponsors met een structureel samenwerkingscontract is toegenomen in 2009, is het langetermijnplan voor bedrijfssponsoring niet afgerond in 2009. Het blijkt moeilijk tijd vrij te maken voor beleidsmatig werk, wanneer de dagelijkse activiteiten veel aandacht vragen. De vacature die eind 2009 is ontstaan biedt de basis om hier in 2010 verandering in aan te brengen.

COMMUNICATIE:

- website voor 12- tot 18-jarigen
Deze website is in aanbouw. Sogeti, onze sponsor, maakt deze site voor ons. In 2010 zal hij klaar zijn.

WENSAFDELING:

- vaststellen van de criteria waaraan een wensvulling moet voldoen om vooraf te kunnen weten dat de wensvulling de impact heeft, die Doe Een Wens nastreeft.
Tijdens de “opfriscursussen” voor wenshalers en wensvervullers in 2009 is over deze criteria van gedachten gewisseld. Dit heeft veel bruikbare informatie opgeleverd. Het uitwerken van deze informatie in duidelijke aanwijzingen die geïmplementeerd kunnen worden, moet in 2010 gebeuren.

Januari 2009

Eén van de 18 wensen in januari:



PRINSES ROMÉE (6 JAAR)

Prinsessen zijn overal bij Romée. Haar slaapkamertje hangt vol met prinsessenplaatjes, ze heeft prinsessenverkleedkleden waar ze graag mee speelt en het eerste wat ze laat zien als de wenshalers op haar kamertje komen, zijn de prinsessenmuiltjes. De liefste wens van Romée, die lijdt aan leukemie, was direct duidelijk: prinses zijn! En dat werd Romée, samen met haar zusje Britt. Een mooi kasteel, prachtige prinsessenjurken, een limousinerit en een ritje met een witte koets, het maakte allemaal deel uit van de Prinsessen-verrassingsdag die Doe Een Wens voor haar organiseerde. Tussen de chemobehandelingen door gaf deze dag haar nieuwe energie. En niet alleen Romée, ook haar ouders, zusje, en grootouders genoten mee en zagen hoe Romée opging in haar rol als prinses.

EEN NIEUWE WEBSITE!

Een lang gekoesterde wens van ons was onze website te moderniseren. Vooral de techniek achter de site bood ons te weinig mogelijkheden om in eigen beheer de site regelmatig te vernieuwen en aan te passen. Deze wens werd alleen maar sterker naar aanleiding van het onderzoek dat we in 2008 hebben laten uitvoeren naar hoe Doe Een Wens door veel mensen wordt gezien en ervaren. Daaruit bleek dat we beter moesten gaan vertellen wat we doen. Duidelijk is dat de website daarbij een onmisbaar hulpmiddel is.

Wie schetste onze verbazing toen we begin januari gebeld werden door VI Company, een ICT-bedrijf, geleid door twee jonge, zeer succesvolle ondernemers. Zij hadden zich vorgenommen om, net als in 2008, een goed doel te kiezen waarvoor zij voor slechts € 1,- een bijdrage op ICT-gebied wilden leveren. In hun zoektocht naar een goed doel dat hun aansprak en dat hun hulp nodig zou hebben, stuitte zij op onze website. Ze vonden dat die beter kon. Hun aanbod was om voor ons een volledig nieuwe site te bouwen, passend bij de nieuwe communicatiebeelden die we wilden gaan ontwikkelen in 2009, met een techniek die gebruikersvriendelijk is en die door onszelf heel goed bijgehouden kon worden. En dit voor de prijs van € 1,-.

Een mooi begin van het nieuwe jaar!

Februari 2009

Eén van de 17 wensen in februari:



INDI (5 JAAR) EN MEGA MINDY

Indi, die leukemie heeft, heeft één grote wens en dat is praten met Mega Mindy.

Terwijl Indy samen met haar zusje Dione, haar ouders en haar twee oma's in de Amersfoortse dierentuin bijkomt van het bezoekje aan de apen, komt een echte motoragent aangescheurd! Hij zoekt Indi en hij heeft een brief voor haar bij zich. Van wie? Nou van Mega Mindy! Want dat is toevallig. Mega Mindy is ook in Amersfoort en wil Indi graag ontmoeten!

In haar eigen limousine, achter de motoragent aan, gaat het door Amersfoort en zo komen ze bij theater 'de Flint'. De rode loper ligt al uit en met bloemen wordt Indi verwelkomd. Dione en Indi worden omgetoverd in Mega Mindy's. Met echte kleren van de superster.

Na de voorstelling volgt dan de ultieme wens van Indi: een ontmoeting met haar idool. Indi is zwaar onder de indruk. Een ontmoeting om nooit te vergeten!

AFSCHEID VAN MEDEWERKERS

Doe Een Wens is sinds 2004 hard gegroeid: van 206 vervulde wensen in 2004 naar 399 in 2008. Ook de inkomsten groeiden mee. Een prachtig resultaat. Die groei wilden we graag doorzetten, vanuit de wetenschap dat het aantal kinderen en jongeren dat in aanmerking komt voor een wensvervulling vele malen groter is dan het aantal dat wij nu bereiken. De economische crisis die zich in 2008 openbaarde, maakte het noodzakelijk die groei-ambitie aan te passen aan de realiteit van deze tijd. In het meerjarenbeleidsplan dat eind 2008 is opgesteld voor de periode 2009 – 2014 is daarom opgenomen dat er sprake zal zijn van stabilisatie van het aantal vervulde wensen in 2009 en 2010. Daarna willen we het aantal wenskinderen weer gaan vergroten. Vanwege deze uitgangspunten was het nodig kritisch te kijken naar de formatie betaald personeel. Een drietal jaarcontracten hebben we daarom niet verlengd. De formatie in 2009 is daarmee met 1,3 fte afgenomen vergeleken met de formatie in 2008.

In februari hebben we een tevredenheidsonderzoek uitgezet onder de vrijwilligers van Doe Een Wens, gebruik makend van een vragenlijst van het kennisinstituut Movisie. Deze vragenlijst bestond uit 30 vragen. Voorbeelden daarvan:

- hoe tevreden is men met de eigen taken;
- wat is de motivatie om vrijwilligerswerk voor Doe Een Wens te doen;
- in welke mate komt het werk en de organisatie tegemoet aan de verwachtingen en de wensen van de vrijwilliger;
- is er voldoende en deskundige begeleiding vanuit de organisatie;
- hoe is de samenwerking met de collega-vrijwilligers en met de medewerkers op het kantoor.

Open vragen gaven de mogelijkheid tips te geven voor verbetering en opmerkingen te maken die men graag kwijt wilde. Daarnaast is gevraagd een cijfer te geven voor de algehele tevredenheid. We zijn trots op de uitkomsten: Doe Een Wens kreeg een 7,6 voor algehele tevredenheid van haar vrijwilligers en een 8,3 voor motivatie.

De vrijwilligers waren tevreden over taken, verantwoordelijkheden, inzet kennis en ervaring, vrijwilligers voelen zich verbonden aan de organisatie en worden voldoende uitgedaagd. Mooie resultaten en hoge cijfers, ook in vergelijking met andere vrijwilligersorganisaties. Gelukkig waren er ook tips voor verbeteringen. Deze lagen bijvoorbeeld op het terrein van communicatie: veel communiceren, maar vooral het goede communiceren is iets wat aandacht blijft vragen; uitkijken voor teveel regels en bureaucratie, en voor een te grote afstand tussen kantoor en vrijwilligers. Aandachtspunten die we in 2009 en daarna zullen oppakken.

Voorbeelden van uitspraken:

"Ik ben trots om voor Doe Een Wens te mogen werken. Ik kan mezelf ontwikkelen en ik kan met mijn inzet anderen helpen (zowel collega-vrijwilligers als wensgezinnen/kinderen). Prima combinatie met mijn gezin. Geeft mij veel voldoening, heb ik toch nodig nu ik geen betaald werk doe. Zelfs meer dan toen ik (dik)betaald werk deed"

"Ik ben zeer tevreden over Doe een Wens. Ik ervaar Doe Een Wens als een zeer professionele organisatie en ben onder de indruk van wat ze haar vrijwilligers aanbiedt aan mogelijkheden. Meer opleidingsmogelijkheden dan in menig bedrijf. Erg veel waardering vanuit de organisatie. Heldere communicatiemiddelen. Kortom een dikke pluim voor DEW! Het mag misschien iets minder vrijblijvend en wat zakelijker, maar dat is ook meer mijn persoon"

Maart 2009

AANPASSING ORGANISATIE VAN DE WENSVRIJWILLIGERS

Voor de vervulling van een wens is de inzet van vrijwilligers onontbeerlijk.

De eerste vrijwilligers die ingezet worden in het proces van wensvervulling zijn onze leden van de medische adviescommissie: na de aanmelding van een kind bekijken zij of het kind tot onze doelgroep behoort en een levensbedreigende ziekte heeft. Zij nemen indien nodig contact op met de behandelend arts van het kind en geven adviezen over de (fysieke) haalbaarheid van een wensvervulling.

Speciaal opgeleide vrijwilligers gaan vervolgens op bezoek bij het wenskind en zijn of haar ouders. Dit zijn de “wenshalers”. Een gespecialiseerde wenshaler neemt altijd een andere vrijwilliger mee (“de wensbegeleider”). Samen zoeken zij naar de ingrediënten voor een prachtige wensvervulling.

Op basis van de informatie van deze twee vrijwilligers wordt bepaald wat Doe Een Wens gaat doen voor het bezochte kind. Elke wens is maatwerk, de wens en alle details moeten volledig passen bij het kind.

Als de wens in het buitenland moet plaatsvinden, organiseren de medewerkers van de wensafdeling de wens op kantoor. Maar ook dan zijn de vrijwilligers onmisbaar. Er zijn Schipholbegeleiders, vrijwilligers die de gezinnen opvangen op Schiphol en hen helemaal begeleiden naar de gate van waar het vliegtuig vertrekt. Bij iedere reis bewijzen deze vrijwilligers hun meerwaarde: ze helpen bij het inchecken van bijzondere bagage (zoals rolstoel, zuurstof, enz.), wijzen de weg op Schiphol, helpen met de bagage die nodig is in het vliegtuig, fungeren als “reisleider” wanneer onverhoopt vluchtschema’s veranderen, enzovoort.

Onze Frankrijkvrijwilligers vangen de gezinnen op die naar Disney Parijs gaan en onze Curaçaovrijwilligers zorgen ervoor dat onze gezinnen die gaan zwemmen met dolfijnen van onbezorgde dagen kunnen genieten. Als de wens in ons eigen land kan plaatsvinden, dan zijn het de wensvervullers die de taak van het vervullen van de wens op zich nemen. De wensbegeleider die ook aanwezig was bij het wenshalen, wordt hierbij zoveel mogelijk betrokken. De wensvervullers zijn net als de wenshalers gespecialiseerde vrijwilligers en worden speciaal getraind en begeleid. Zij zorgen ervoor dat de informatie van de wenshalers wordt vertaald in een concrete wensvervulling, waarbij ook veel aandacht gegeven wordt aan bijzondere details. Om de wenshalers en wensvervullers in te werken en te begeleiden bij hun eerste wensen zijn er instructeurs. Dit zijn ervaren wensvrijwilligers met vaardigheden in coaching en training.

Eén van de 26 wensen in maart:

JESSE (9 JAAR) BEZOEKT EEN IMPORTEUR VAN VUURWERK

Jesse, die lijdt aan een vorm van leukemie, is helemaal gek van vuurwerk. Hij staat ermee op en hij gaat ermee naar bed. Hij droomt er zelfs van. Een bezoek aan een vuurwerkfabriek is dan ook zijn grote wens. Op de dag van zijn wensvervulling gaat Jesse per limousine op weg naar Lichtenvoorde, naar een importeur van vuurwerk. In de limousine is er van alles te snoepen en te drinken, zelfs kinderchampagne. Helemaal in vip-stijl! Aangekomen bij de importeur kijkt Jesse zijn ogen uit. Wat staat daar veel vuurwerk uitgesteld! Jesse krijgt een rondleiding en kijkt samen met zijn ouders naar een film over de fabricage van vuurwerk in China. Bij terugkomst in de showroom krijgt hij een tas vol gadgets en mag hij wat kindervuurwerk uitkiezen. Wat een spetterende dag!



Een goede uitwisseling van informatie tussen de vrijwilligers onderling die bij het vervullen van wensen zijn betrokken en tussen vrijwilligers en wensmanagers van kantoor is heel belangrijk. In maart is een start gemaakt met een andere structuur binnen het wensproces. In plaats van vier grote geografische groepen voor de wensvrijwilligers zijn er negen kleinere groepen gestart. Nog steeds op basis van geografie om reisafstanden in de hand te houden. Deze negen groepen worden geleid door de wensgroepcoördinator, een vrijwilliger die fungeert als voorzitter en als intermediair tussen wensafdeling op kantoor en wensvrijwilligers in het land.

De wensmanagers op kantoor zijn vaak aanwezig tijdens de bijeenkomsten van de wensgroepen. Zij volgen iedere wens en hebben dan 1-op-1 contact met de wensvrijwilligers. Op deze manier blijft het contact tussen vrijwilliger en wensmanager bestaan, naast de nieuwe structuur van de kleinere wensgroep en wensgroepcoördinator. Deze structuur is ingevoerd om tegemoet te komen aan de wens van de vrijwilligers meer binding te voelen met de collegavrijwilligers. Kleinere groepen helpen hierbij. Bovendien kan door de inzet van wensgroepcoördinatoren meer aandacht gegeven worden aan de wensvrijwilligers, kunnen signalen opgevangen en doorgegeven worden en kan gezamenlijk gewerkt worden aan kwaliteitsverbetering. Ook de komst van de instructeurs is onderdeel van de structuurwijziging.

WENSDAG MET SPONSOREN

Sponsoren maken wensvervullingen mogelijk. Zo simpel is het. Dan is het ook goed wanneer zij van dichtbij mee kunnen maken wat een wensvervulling betekent voor kind, ouders en broers en zusjes. Het is niet makkelijk om dat te organiseren: een wensvervulling moet immers intiem zijn. Voor het kind onbekende mensen kunnen alleen aanwezig zijn bij een wensvervulling wanneer zij tot de wensvervulling zelf behoren.

In maart is de wens van Juliette vervuld. Juliette wilde graag prinses zijn, een dag in een echt kasteel wonen, een riddergevecht meemaken en in een koets rijden. Juliette had als echte prinses daarbij natuurlijk een hofhouding nodig die voor haar boog, deuren openhield, meedanste tijdens de danses, en nog veel meer.

Deze hofhouding werd gevormd door prachtig verklede sponsoren! Omgetoverd als lakei of hofdame, inclusief prachtige pruik, konden zij van heel dichtbij zien hoe Juliette eerst nog wat verlegen, maar gaandeweg steeds meer in haar rol als prinses kwam. Nog steeds groeit Juliette als zij haar prinsessenjurk aantrekt. Door de wensvervulling heeft zij niet alleen kracht gekregen maar ook het vertrouwen in zichzelf weer teruggevonden.

In mei is ditzelfde nog eens gedaan voor sponsoren die er in maart niet bij konden zijn. Dit keer was het de wens van Luca, die piraat wilde zijn en op een echt piratenschip wilde zeilen naar een eiland in de zee. De sponsoren waren verkleed als piraat en mochten zich uitleven op een prachtig schip, varende naar het eiland Marken.

April 2009



Eén van de 35 wensen in april:

PETER (12 JAAR) KRIJGT EEN "LORD OF THE RINGS" KAMER

Peter heeft Wilms-tumor, een vorm van nierkanker. Hij is helemaal gek van "Lord of the Rings". Peters grote wens is om zijn huidige kamer, waar het babybehang van Donald Duck nog op de muur zit, om te toveren tot een echte tiernerkamer in de stijl van "Lord of the Rings". Terwijl Peter van huis is weggevoerd en allemaal leuke dingen doet samen met zijn ouders en zusje, wordt zijn kamer verbouwd. Wanneer de kamer klaar is, wordt Peter opgehaald in zijn favoriete auto, een Porsche 911 Turbo. Thuis aangekomen wacht hem een nog grotere verrassing. Als klap op de vuurpijl blijkt Peters kamer geheel omgetoverd te zijn tot "Lord of the Rings" kamer! Met afbeeldingen op de muur, elfen, een klokje van "Lord of the Rings", een grote afbeelding van Gollum en er staat zelfs een taart van "Lord of the Rings". Peter weet niet waar hij kijken moet. Zijn familie, maar vooral Peter, zullen nog erg lang nagenieten...

MICKEY'S MAGISCHE OREN

In 2009 werd Mickey Mouse 80 jaar! Reden voor een feestje: Mickey's Magische Jaar. Ter gelegenheid van de start van Mickey's Magische Jaar in Disneyland Resort Parijs werden speciaal voor Doe Een Wens en andere wensvervullende organisaties uit andere Europese landen de oren van Mickey en Minnie Mouse gepimpt. Voor Doe een Wens leefden 35 Bekende Nederlanders zich uit op de oren, waaronder Lieke van Lexmond en andere GTST-acteurs, Jochem van Gelder, Robert ten Brink, DJ Tiësto, Gerard Joling en Edwin Evers. De Magische Oren van Mickey en Minnie, gepimpt door de BN'ers, werden tentoongesteld in Disney Parijs, net als de Oren die versierd waren door Bekende Vlamingen (voor Make-A-Wish Vlaanderen), Bekende Italianen (voor Make-A-Wish Italië), Bekende Fransen, Bekende Spanjaarden, enzovoort. Het was een bijzondere gelegenheid, met veel aandacht van de pers, zowel voor de Oren als voor Doe Een Wens en haar zusterorganisaties. Vanaf 28 april tot 10 mei konden de Magische Oren van Mickey en Minnie bewonderd worden in de etalage van de Bijenkorf in Amsterdam. Deze tentoonstelling werd geopend door Wendy van Dijk, ambassadeur van Doe Een Wens, en door Mickey Mouse zelf, die hiervoor speciaal uit Parijs was gekomen. Met een SMS-actie maakte iedereen die de naam van zijn favoriete BN'er sms-te, kans op de gepimpte oren van zijn favoriete BN'er en op een gratis verblijf in Disneyland Resort Parijs. Bij de Bijenkorf Amsterdam waren speciale knutseloren te koop, die door kinderen versierd mochten worden. De opbrengst van deze oren ging naar Doe Een Wens.

Alles bij elkaar heeft de actie meer dan € 30.000 opgebracht voor Doe Een Wens. Een prachtige samenwerking die Doe Een Wens veel heeft opgeleverd.

LUNCHBIJeenKOMST BIJ DE SPONSOR BINGO LOTERIJ MET JALEESA EN PAULINE HUIZINGA

De Sponsor Bingo Loterij steunt Doe Een Wens al vanaf 2000. In 2005 is het contract verlengd met vijf jaar, waardoor het in 2009 nodig werd om opnieuw te bekijken of de samenwerking naar beider tevredenheid verloopt en verlengd kon worden. Naast een jaarlijkse bijdrage die ieder jaar opnieuw vastgesteld moet worden, omdat deze afhankelijk is van de loterij-inkomsten, maar die al vele jaren op het mooie bedrag van € 250.000 staat, ontvangt Doe Een Wens ieder jaar ook een steeds hoger bedrag uit de zogenaamde geoormerkte loten. Dit zijn loten die het publiek kan kopen om mee te spelen in de Loterij, en waarvan de helft van het inleggeld naar een goed doel naar eigen keuze gaat.

Om de Loterij op de hoogte te houden van ons werk, onderhouden we op regelmatige basis contacten met elkaar. Een contactmoment is de lunchbijeenkomst bij de Sponsor Bingo Loterij. Bij die bijeenkomst kunnen alle medewerkers van de Loterij aanschuiven en een broodje mee-eten. Tijdens de lunch wordt een van de goede doelen die gesteund worden door de Loterij uitgenodigd om een presentatie te geven over wat er met het geld dat gegeven wordt, gedaan is. In april kreeg Doe Een Wens die gelegenheid. Jaleesa, wenskind dat als liefste wens had dat haar boek, OverHoop, uitgegeven zou worden, en Pauline Huizinga, ambassadeur van Doe Een Wens, waren daarbij aanwezig. Wie kan er beter dan een wenskind zelf, in dit geval Jaleesa, vertellen wat Doe Een Wens doet en wat het effect daarvan is?

Mei 2009



Eén van de 30 wensen in mei:

BOB (7 JAAR) ONTMOET DE "TELETUBBIES"

Bob is een grote fan van de Teletubbies. Bob heeft een stofwisselingsziekte, net als twee van zijn broers. Zijn allerliefste wens is om de Teletubbies eens in het echt te ontmoeten. Vooral Po is favoriet. Gelukkig is Doe Een Wens altijd overal van op de hoogte, dus als de Teletubbies in Nederland zijn gesignaleerd, zorgen wij er natuurlijk voor dat Bob ze kan ontmoeten.

Wanneer Bob de Teletubbies eindelijk in het echt ontmoet, is hij eerst wel verlegen en kruipt hij achter zijn vader weg, maar na een tijdje "ontdooit" hij helemaal. Als Bob na de ontmoeting met de Teletubbies in de limousine stapt om weer terug naar huis te gaan, komt hij ogen tekort. De hele auto ligt vol cadeautjes. Bob pakt ze snel uit en het zijn allemaal Teletubbiecadeaus! Er is zelfs chocola voor zijn broer Daan die niet mee kon. Het is uitpakken geblazen onderweg. En als de limo thuis aankomt, liggen alle kinderen te slapen. Vermoeid van een enerverende dag, die Bob en zijn familie niet snel zullen vergeten.

UITZENDING OP TV

In mei was er een tv-uitzending over het werk van Doe Een Wens op RTL4, geproduceerd door Endemol en gepresenteerd door Wendy van Dijk en Irene Moors. Het programma heette "De kracht van Doe Een Wens".

Net als de uitzendingen die in 2008 hadden plaatsgevonden, was het een prachtig programma dat mooie wensvervullingen en prachtige kinderen in beeld bracht. Doe Een Wens kan zo'n programma zelf niet realiseren. Niet alleen vanwege de hoge kosten, maar ook omdat Doe Een Wens ernaar moet streven zoveel mogelijk van het ontvangen geld te besteden aan wensvervullingen.

Onze hoofdsponsor RVS maakte het opnieuw financieel mogelijk om via het medium televisie zulke goede aandacht te vragen voor ons werk

MEDEWERKERS VAN RVS HIELPEN MEE

Tijdens de tv-uitzending werden de kijkers opgeroepen het werk van Doe Een Wens te steunen en donateur te worden. Om de telefonische reacties op te vangen zaten medewerkers van RVS klaar in hun callcenter om zoveel mogelijk nieuwe donateurs te kunnen noteren.

RVS

Het hoofdsponsorschap met RVS werd opnieuw verlengd! Het partnerschap tussen RVS en Doe Een Wens wordt door beide partijen als heel bijzonder ervaren. We zijn er gezamenlijk in geslaagd dat de samenwerking tot in de haarvaten van RVS en van Doe Een Wens beleefd wordt. Dit resulteert erin dat de medewerkers van RVS zich ook als privé-persoon regelmatig inzetten voor Doe Een Wens. Dat zien we bijvoorbeeld aan giften na verjaardagen, jubilea of trouwdagen. We zien het ook aan aanmeldingen om vrijwilliger te worden bij Doe Een Wens, of aan georganiseerde sponsoractiviteiten door afdelingen binnen RVS.

Juni 2009

Eén van de 39 wensen in juni:



SEM (5 JAAR) EN ZIJN ONTMOETING MET THOMAS DE TREIN

Sem, die leukemie heeft, is dol op treinen. Maar één trein is wel heel speciaal en dat is Thomas de Trein. Wanneer Sem, zijn moeder en opa en oma bij het Spoorwegmuseum aankomen, roept Sem meteen: "Hé, ik zie Thomas de Trein!". Zijn gezichtje straalt van oor tot oor en hij rent er meteen heen. Het is inderdaad de enige echte Thomas de Trein, speciaal overgekomen uit Engeland. Sem mag ook een ritje maken met deze bijzondere trein. Dat is leuk! Na het Spoorwegmuseum vervolgt de reis zich per limousine naar Snow Village. Dikke jassen en laarzen aan, want ze gaan ook nog de sneeuw in. Sem gaat met opa sneeuwballen gooien en hij heeft het helemaal naar zijn zin. Volgens Sems moeder was zijn wensdag in één woord **GEWELDIG!**

WENSVERVULLING SUZANNE IN TROS-PROGRAMMA ZOOVENIRS

In het TROS-programma Zoovenirs wordt de dagelijkse gang van zaken in dierentuinen belicht. Half juni 2009 startte een nieuwe serie; dit keer ging het over de Dolphin Academy op Curaçao. In vijf afleveringen werd het wel en wee belicht van het leven van dolfijnen en de mensen die met ze werken.

Doe Een Wens werkt al vele jaren samen met de Dolphin Academy. Wanneer de liefste wens van een kind is om te zwemmen met dolfijnen, kiezen wij bij voorkeur voor een verblijf op Curaçao. We hebben daar drie redenen voor:

- Er wordt Nederlands gesproken, wat voor de wensfamilies een prettige geruststelling is.
- We hebben onze eigen vrijwilligers op Curaçao, die de wensgezinnen opvangen en helpen bij eventuele calamiteiten.
- De Dolphin Academy is in vergelijking met andere plekken waar met dolfijnen gezwommen kan worden, van uitstekende kwaliteit. De medewerkers hebben veel zorg voor ons wenskind en nemen veel tijd voor de ontmoeting met de dolfijnen.

Voor één van de afleveringen in de TROS-serie Zoovenirs is wenskind Suzanne met haar familie gevolgd. Suzanne was toen 14 jaar. Ze had onze wenshalers gezegd dat ze dolfijnen zo lief vindt en dat ze hoopte dat het zwemmen met dolfijnen haar een vrij, ontspannen en zorgeloos gevoel zou geven.

Suzanne heeft echt afgeteld tot haar wensvervulling. En toen het zo ver was, overtrof hij haar verwachtingen. Ze mocht de dolfijnen aaien en leerde ook hoe ze de dieren rondjes kon laten draaien en kon laten zwaaien. Suzanne straalde en heeft enorm genoten en daarvan genoten haar ouders op hun beurt weer heel erg. Suzannes moeder zei na thuiskomst: "Al zou de koningin er staan, dan hadden we haar niet opgemerkt!"

En nog steeds heeft de wensvervulling effect op Suzanne en het gezin. De dolfijnen zijn symbool geworden voor de goede gevoelens die Suzanne en haar ouders op Curaçao hadden. Door te kijken in het dikke fotoboek dat Suzanne heeft gemaakt, roepen ze die beleving weer op.

IN SAMENWERKING MET ONZE REISPARTNER OAD

Doe Een Wens mag een beroep doen op reisorganisatie Oad voor de wensen die in het buitenland plaats vinden. Ook de dolfijnenwensen op Curaçao worden georganiseerd door Oad.

Juli 2009

Eén van de 18 wensen van juli:



EEN STRANDFEEST VOOR FAMILIE EN VRIENDEN VAN JULIA (16)

Julia zou graag een “echt” strandfeest geven voor al haar vrienden en familie om zo iedereen te bedanken die haar gesteund heeft tijdens haar ziekte (hodgkin). Doe Een Wens heeft die droom voor haar laten uitkomen. Op de dag van het feest wordt Julia met een limousine opgehaald om eerst nog een nieuwe outfit uit te zoeken voor het feest en opgemaakt te worden door een visagist. Ze ziet er prachtig uit en Julia begint zich al echt speciaal te voelen! Wanneer ze vervolgens in een restaurant zit te dineren, wordt ze als verrassing opgehaald door vier politieagenten. In een politiejeep wordt Julia naar het strandfeest gebracht, waar haar vrienden en familie zich inmiddels al hebben verzameld. Julia vindt het prachtig om iedereen te zien. Het wordt een geweldige avond met veel dansende mensen, mooie woorden van haar moeder, speciaal voor haar gezongen liedjes en zelfs nog een frisse duik in zee! Een feest dat een belangrijke periode in Julia's leven afsluit en het begin is van een nieuwe periode. Volgens Julia: “Het leukste feest dat ik ooit heb gehad”.

WISHWALK 2009

Er worden jaarlijks veel acties en evenementen georganiseerd ten bate van Doe Een Wens. Voorbeelden daarvan zijn de sponsorlopen op basisscholen, de fitnessmarathons op sportscholen, verkoop van spullen tijdens Koninginnedag, jubileumbijdragen van bedrijven, opbrengsten van popconcerten, enzovoort. De inkomsten variëren uiteraard, van klein naar groot. Samen opgeteld spreken we van een onmisbare bron van inkomsten voor Doe Een Wens!

En niet alleen de financiële opbrengst is veel waard. Deze initiatieven vinden door heel Nederland plaats. Indien gewenst zijn onze landelijk verspreide vrijwilligers aanwezig om ondersteuning te bieden. Hierdoor is Doe Een Wens aanwezig tot in de haarvaten van Nederland. En ook de moeite, energie en inzet die mensen bereid zijn te investeren in het organiseren van deze acties zijn hartverwarmend.

De Wishwalk is een zeer grote en ludieke marketingactie. Deze naam refereert aan de Nijmeegse Vierdaagse en de deelnemers eraan die zich laten sponsoren voor Doe Een Wens.

Het idee hiervoor is afkomstig uit één van de regio's van Doe Een Wens, namelijk Groningen/Drenthe. In die regio is een vrijwilliger zelf fanatiek wandelaar en hij doet al jaren lang mee met de Nijmeegse Vierdaagse. Samen met andere vrijwilligers werkte hij het idee uit om de deelnemers van de Vierdaagse te vragen zich te laten sponsoren voor Doe Een Wens. Hij begon met zichzelf en zorgde via de netwerken onder de wandelaars voor meer deelnemers.

Al sinds 2003 lopen er op deze manier mensen mee met de Vierdaagse, met een gemiddelde opbrengst van € 12.000,- per jaar. In 2009 is het initiatief uitgebreid. Naast de regio Groningen/Drenthe kreeg de regio Gelderland ook een belangrijke rol in de organisatie. De werkwijze van aanmelding en ondersteuning werd aangepast en de doelstelling werd verhoogd: in 2009 wilden we een opbrengst van € 30.000 realiseren met 150 wandelaars. De opbrengst werd € 35.000, bij elkaar gebracht door 50 wandelaars!

Augustus 2009

Eén van de 25 wensen van augustus:



EEN VERRASSINGSDAG MET PAARDEN VOOR DOORTJE (9 JAAR)

Doortje, die lijdt aan rhabdominosarcoom in haar voet met uitzaaiingen, is helemaal weg van paarden. Eigenlijk zou ze het liefst een eigen paard hebben, maar omdat deze wens helaas niet door Doe Een Wens vervuld kan worden, wordt het een verrassingsdag met paarden. De hele dag staat in het teken van Doortjes lievelingsdieren. De dag begint met een bezoek aan de manege van Ijsbrand Chardon. Bij deze absolute kampioen vierspanmennen krijgt de familie een rondleiding in de stallen en vervolgens een ritje met de grote meester zelf. Natuurlijk mag Doortje naast hem op de bok zitten. De volgende verrassing is de Dienst Levende Have van de Politie Rijnmond, waar Doortje en haar zus Anna mogen assisteren bij een training van de paarden. Terug in de stal worden ze ook nog in een echt ME-pak gehesen. Stoere meiden! Tijdens de lunch roept Doortje enthousiast dat ze de dag tot nu toe nog leuker vindt dan haar eigenlijke wens. En dat terwijl het mooiste nog moet komen, de door Doortje zo gekoesterde strandrit! Ze rijden een uur over het strand en Doortje geniet zichtbaar. De dag heeft alle verwachtingen overtroffen.

INHAALSLAG VOOR HET VERVULLEN VAN WENSEN

Ieder jaar bepalen we hoeveel wensen we willen gaan vervullen in dat jaar. Dat is nodig omdat daarmee samenhangt hoeveel geld we moeten werven en hoeveel vrijwilligers we nodig hebben. Het is goed dat vooraf te weten.

Het aantal waar we naar streven moet realistisch zijn, maar ook ambitieus omdat we weten welk effect een wensvervulling kan hebben op kind en ouders. Voor 2009 hebben we ons dezelfde doelstelling opgelegd als het jaar daarvoor: 380 wensen vervullen. Voor het eerst dus geen groei, vanwege de financiële situatie waarin Nederland zich bevindt.

In de maanden januari tot en met mei was te zien dat het aantal vervulde wensen achterbleef bij de doelstelling. Reden om te kijken wat hiervan de oorzaak kon zijn. Het bleek dat door toevallige omstandigheden minder wensvrijwilligers inzetbaar waren dan waarop gerekend was. In augustus is de werkwijze voor het vervullen van wensen daarom aangepast: de wensmedewerkers van kantoor hebben allemaal meegeholpen met het organiseren van wensen, waarbij zij hulp kregen van veel vrijwilligers van Doe Een Wens. Vanaf september 2009 zien we daarom een inhaalslag, met als resultaat dat de kinderen die bij ons zijn aangemeld en goedgekeurd allemaal een prachtige wensvervulling hebben gekregen. Eind december waren er 383 wensen vervuld!

September 2009

Eén van de 34 wensen in september:



JOACHIM (11 JAAR)
IN DE BIONICLE-FABRIEK

Joachim, die spierdystrofie heeft, speelt graag met Bionicle-figuren. Zijn wens is om naar de Lego-/Bionicle-fabriek te gaan en te weten te komen hoe Bionicle nou precies gemaakt wordt. De reis naar Denemarken begint al goed wanneer Joachim een bezoekje mag brengen aan de piloot in de cockpit. Eenmaal in Denemarken aangekomen mogen ze het hele weekend doorbrengen in Legoland. Dan breekt eindelijk de grote dag aan: ze worden opgehaald voor een rondleiding door de enige echte Lego-fabriek! Joachim hoort dat er per uur wel 2,4 miljoen steentjes van de lopende band rollen. En dat 24 uur per dag; 7 dagen lang! De rondleiding is zeer indrukwekkend en na afloop krijgen Joachim en zijn broer een tas vol Lego, Lego-racer, Bionicles en Lego City.

Het was een bijzondere ervaring, die alleen mogelijk is geworden door de inzet van veel mensen. Voor Joachim onbetaalbaar.

ZORG OM DATABASE EN INTRANET

Onmisbaar voor Doe Een Wens is de database met alle informatie over wenskinderen, wensproces, vrijwilligers, sponsors, donateurs, mensen die acties voor ons houden, enzovoort. De database is zo iets als het hart van de organisatie. Onzichtbaar, maar onmisbaar. Onze database is alweer een paar jaar geleden voor Doe Een Wens gebouwd en is gedurende de jaren naar gelang de behoeftes aangepast en uitgebreid.

De database is vervolgens de basis geweest voor de bouw van ons intranet, een belangrijk intern communicatiemiddel. Iedereen kan, van waar hij ook is, inloggen op het intranet en zo alle recente informatie lezen, maar ook toegang krijgen tot handboeken en andere relevante zaken. Er is tevens de mogelijkheid tot interactief deelnemen aan het intranet.

De bouwer van de database en van het intranet is logischerwijs belangrijk voor Doe Een Wens. In september hoorden we dat de bouwer overgenomen werd door een ander bedrijf. Gelukkig zijn de contacten en de benodigde kennis goed overgedragen en kunnen we vol vertrouwen verder.

NIEUWE SPONSOR BUY AID

Buy Aid is een vanuit Denemarken geleide organisatie die kantoorartikelen, koffie, mineraalwater en chocolade van hoge kwaliteit verkoopt aan bedrijven. Een deel van de opbrengst hiervan gaat naar een aantal goededoelenorganisaties. In 2009 heeft Buy Aid zich georiënteerd op een nieuwe partner en heeft ze een aantal kinder-goededoelen uitgenodigd zich te presenteren. We zijn er trots op dat Buy Aid gekozen heeft voor Doe Een Wens.

Het kantoor van Buy Aid staat in Utrecht, niet ver van het kantoor van Doe Een Wens. Dit maakt het makkelijk om regelmatig bij elkaar langs te gaan en elkaar goed te informeren over elkaars werkwijze. Omdat de telemarketingmedewerkers van Buy Aid ook informatie geven over Doe Een Wens aan hun potentiële klanten is dit belangrijk. Het is hartverwarmend te merken dat Doe Een Wens er in feite een aantal ambassadeurs bij heeft gekregen: de medewerkers van Buy Aid voelen zich buitengewoon betrokken bij de doelstelling van Doe Een Wens en praten bevlogen en deskundig over ons werk, wanneer zij klanten aan de telefoon hebben.

De drie maanden van de samenwerking in 2009 hebben € 27.453,- opgeleverd. In 2010 verwachten we ongeveer € 100.000,- aan opbrengst vanuit Buy Aid voor Doe Een Wens.

Oktober 2009

Eén van de 42 wensen in oktober:



LAURA (15) ZIET RAFÆEL NADAL LIVE SPELEN IN LONDEN!

Laura, die leukemie heeft, houdt veel van tennis. Haar liefste wens is haar idool Rafaël Nadal eens in het echt te zien! Om dat mogelijk te maken regelt Doe Een Wens dat Laura samen met haar ouders en haar zusjes naar Londen kan om daar de Tennis World Tour Finals voor heren te kijken. En laat nou toevallig haar grote favoriet, niemand minder dan Rafaël Nadal, daar ook zijn! En dan, als de dubbels zijn gespeeld, komt hij het veld op....Rafaël Nadal! De familie heeft zeer goede plekken onder de vips en ze kunnen Nadal dan ook van dichtbij zien spelen. Hij maakt er een goede wedstrijd van, speciaal voor Laura natuurlijk! Helaas verliest Laura's held uiteindelijk wel, maar het was zeer de moeite waard om hem "live" zijn kunsten te zien vertonen. Wat een bijzondere reis!

LANDELIJKE VRIJWILLIGERSDAG

Ieder jaar hebben we bij Doe Een Wens een vrijwilligersdag. Dit is een feestelijke dag waarop alle vrijwilligers en kantoormedewerkers uitgenodigd worden om elkaar te ontmoeten, iets leuks te ondernemen en belangrijke ontwikkelingen met elkaar te delen. Het is altijd bijzonder om zo'n grote groep mensen, allen betrokken bij het doel van Doe Een Wens, bij elkaar te hebben.

De dag wordt georganiseerd door een van de regio's van Doe Een Wens en vindt dus ieder jaar in een ander deel van Nederland plaats. Dit jaar was het een bijzondere vrijwilligersdag, want Doe Een Wens bestond in oktober 2009 precies 20 jaar. Dat is de reden dat de regio Amsterdam/Noord-Holland graag de vrijwilligersdag 2009 wilde organiseren: een van de twee oprichters van Doe Een Wens, Charles Verhaart, is nog steeds actief als vrijwilliger voor Doe Een Wens en werkt vanuit deze regio. Samen met de andere vrijwilligers uit de regio heeft hij een prachtig programma bedacht, waarbij een speciaal voor Doe Een Wens gerealiseerde Domino Day het hoogtepunt vormde.

In groepen hebben we ieder een eigen gedeelte van het vloeroppervlak van een grote sportzaal voor onze rekening genomen en van grote dominostenen mooie figuren gemaakt. Iedere groep had hetzelfde thema meegekregen: Kracht. En iedere groep heeft daar zijn eigen invulling aan gegeven. Op ingenieuze wijze zijn vervolgens de verschillende gedeeltes met elkaar verbonden, zodat we aan het einde van de middag allemaal met spanning konden kijken of alle stenen om zouden gaan. En dat was zo, hier en daar met een klein beetje hulp, maar het effect was groots. Een mooi moment waarop we allemaal voelden dat we samen een sterk team vormen, hoe verspreid we ook over het hele land wonen.

FOTOSHOOT CAMPAGNEKANJERS

Zoals al eerder in dit jaarverslag is aangegeven heeft het merkonderzoek naar Doe Een Wens geresulteerd in een paar belangrijke bevindingen:

- men weet vaak niet dat het realiseren van een wensvervulling veel organisatie vraagt;
- dat daar ook geld voor nodig is;
- en dat een wensvervulling veel meer is dan een dagje eruit zijn.

In onze communicatie moeten we dat duidelijker maken dan dat we dat tot nu toe hebben gedaan. Daarvoor is het allereerst nodig te weten hoe we zelf vinden dat we ons werk moeten omschrijven, welke visie we hebben en welke ambitie. Dat hebben we opgeschreven in een zogenaamd merkenpaspoort. Hierin staat omschreven wie we zijn, wat we doen, hoe we het doen en waarom we dat zo doen.

Dit merkenpaspoort is de basis geweest waarmee de designers van MENDO aan de slag zijn gegaan, zonder daarvoor een rekening te sturen!

Begin 2009 besloot MENDO om een deel van hun tijd aan een goed doel te besteden. “Bij de keuze voor het doel hadden we drie wensen: het moest een positief doel zijn, bij voorkeur met kinderen en er moest een concrete opdracht liggen. Toen Doe Een Wens ons pad kruiste, hoefden we niet lang meer na te denken”, vertelt Roy Rietstap van MENDO.

“In onze campagne hebben we de waarheid niet mooier gemaakt dan dat hij is. We hebben het hier over ernstig zieke kinderen. Met leukemie, met CF, met kinderkanker, met Duchenne enzovoorts. Serieuze ziektes. Dat hebben we niet verbloemd. Dat is confronterend, maar het is de realiteit en daar kan Doe Een Wens niets aan veranderen. Wat Doe Een Wens wel kan, is het kind bewust maken van zijn eigen kracht. Dat hebben we visueel willen maken door de ziekte door te strepen en de zelfgeschreven naam van het kind ervoor in de plaats te zetten. Daarmee zegt het kind in feite: ik ben niet in de eerste plaats een patiënt, maar een kind.”



Acht bijzondere kinderen zijn het nieuwe gezicht van Doe Een Wens Stichting Nederland. Zij hebben allemaal zelf ondervonden wat een levensbedreigende ziekte met je doet en wat het vervullen van je liefste wens dan betekent. Hun wensen variëren van racen in een monstertruck tot schitteren in Holiday on Ice. En van astronaut zijn tot het uitgeven van je eigen boek. Hun wensvervullingen hebben deze kinderen bewust gemaakt van hun eigen kracht.

De nieuwe campagne maakt vooral veel indruk door de indringende wijze waarop de kinderen zijn gefotografeerd. Jaap Vliegthart, professioneel fotograaf, bekend in binnen- en buitenland, is hiervoor verantwoordelijk. Hij was direct bereid belangeloos bij te dragen aan het tot stand komen van de campagne.



Er zijn meer bedrijven en mensen die mee hebben geholpen, zoals Drukkerij Snep, die een hartverwarmende bijdrage heeft geleverd door een enorme voorraad nieuwe materialen voor ons te drukken. Dit zijn kosten die we niet hadden kunnen dragen. Op de (nieuwe) website van Doe Een Wens vindt u een volledig overzicht van iedereen die meegeholpen heeft.

November 2009

Eén van de 48 wensen in november:



EVA (6 JAAR) IN PLOPSALAND

Eva, die een hersentumor heeft, wil graag een dagje met haar familie erop uit. Door haar ziekte is ze lange tijd te zwak geweest om een uitje te maken, maar nu is ze er helemaal klaar voor! Omdat Eva alles wat met Studio 100 te maken heeft leuk vindt, heeft Doe Een Wens ervoor gezorgd dat Eva samen met haar ouders en zusjes een dagje naar Plopsaland kan. In dit park wonen veel van haar favoriete figuren. Ze zijn dan ook nog maar net binnen, of Eva ziet Bumba, Mega Mindy en Plop al lopen. Natuurlijk mag ze met iedereen op de foto. Voor Eva's ouders is het geweldig om hun dochter zo te zien genieten! Eva bezoekt ook nog de show van kabouter Klus. Kabouter Klus in het echt zien, en van zo dichtbij, daar wordt Eva een beetje stil van. Haar gezicht spreekt boekdelen: wat een onvergetelijk mooi moment!

JFK GREATEST MAN AWARD, VEILINGOPBRENGST NAAR DOE EEN WENS

Tijdens een door het blad JFK georganiseerd gala werd Matthijs van Nieuwkerk onder grote belangstelling gekozen tot JFK's Greatest Man 2009 en hij mag zich de meest succesvolle, stijlvolle, coole, creatieve en non-conformistische man van Nederland noemen die bovendien lef en doorzettingsvermogen heeft en over een flinke en gezonde dosis humor beschikt. Maar het ging deze avond van de 21e november vooral ook om de veiling ten bate van Doe Een Wens. Twintig bijzondere items gingen onder de hamer en werden per opbod verkocht. Zo was het mogelijk te bieden op het maken van je eigen Blond-theeservies, een Pampu Private Party, een lingerset van Marlies Dekkers uit haar platinum limited edition 'Chine de Commande'-collectie, exclusieve topwijnproeverij met Joop Braakhekke, en nog vele andere mooie items.

De opbrengst van de veiling en loterij was bij elkaar opgeteld € 220.292,- (excl. btw). Na aftrek van veilingkosten was het te ontvangen bedrag voor Doe Een Wens € 156.432,-. Een prachtig resultaat.

BUSINESS CHALLENGE

Voor het eerst werkte Doe Een Wens mee aan een Business Challenge: een bijeenkomst van teams afkomstig van verschillende bedrijven. Zij kregen als opdracht een wensvervulling voor te bereiden. Op basis van informatie van het wenshaalbezoek en informatie over onze werkwijze moesten de deelnemers, onder begeleiding van onze eigen wensmedewerkers, alles regelen voor een echte wensvervulling. Een mooie manier van samenwerken: voor bedrijven een goede manier om teambuilding en maatschappelijk verantwoord ondernemen te combineren, voor Doe Een Wens de mogelijkheid om met extra handjes wensen te organiseren, waarbij nieuwe netwerken en mogelijkheden aangesproken worden. Door de begeleiding van de wensmedewerkers worden onze eigen kwaliteitsnormen gehanteerd. Bij de daadwerkelijke wensvervulling zijn geen "vreemden" aanwezig en zal het wensgezelschap beperkt en intiem blijven. De middag is geëvalueerd en door alle partijen als heel zinnig en goed ervaren. Zeker voor herhaling vatbaar.

EERSTE DIGITALE NIEUWSBRIEF

Op 14 november verscheen onze eerste digitale Nieuwsbrief. Het digitaal versturen van een nieuwsbrief geeft ons de gelegenheid donateurs en andere belanghebbenden vaker te informeren over ons werk. Het verkrijgen van emailadressen vergt nog wel enige inspanning! We hopen dat steeds meer mensen hun emailadres zullen doorgeven. Het blijkt desalniettemin dat ook de papieren Wenskrant geliefd blijft. Verschillende donateurs hebben bezorgd gereageerd, omdat zij de Wenskrant waaraan zij gewend zijn geraakt zullen missen als deze volledig vervangen wordt door een digitale Nieuwsbrief. Om die reden hebben we besloten ook in 2010 papieren exemplaren te blijven maken, mogelijk wel wat aangepast in vorm.

December 2009

Een van de 51 wensen in december:



PRIMA BALLERINA
ROSELINDE (6 JAAR)

Roselinde houdt erg veel van ballet. Vroeg in de ochtend worden Roselinde (die aplastische anemie en MDS heeft), haar zus Madelief (beenmergdonor voor haar zusje), haar ouders en oma thuis opgehaald door een limousine. Na een lange rit komen ze aan in Amsterdam bij het muziektheater. Ze zijn in het gebouw waar het Nationale Ballet danst! Een nog grotere verrassing is dat Roselinde en Madelief mogen meedansen in "Coppelia", de voorstelling die het ballet die middag gaat uitvoeren. Spannend! Voor beide meisjes is een kostuumpje gemaakt en een mooie roze Coppelia-badjas op maat. De zusjes tonen vol trots wat ze al hebben geleerd tijdens hun balletlessen en ze zijn bijna niet te houden. En daar zijn ze dan onze prima ballerina's. Ze komen meteen op in de openingsscène. Wat een mooie ballerina's en wat doen ze het goed, geweldig! Bij het slotapplaus worden Roselinde en Madelief naar voren gehaald en krijgen ze een bosje bloemen. Het hardste en langste applaus ooit breekt los. Later die avond fluistert Madelief nog tegen oma dat ze het toch wel heel bijzonder vond dat enorme applaus. Wat een prachtige dag. Eentje om nooit te vergeten! Iets wat onmogelijk leek, bleek toch mogelijk!

AMBASSADEURS ROB EN EMIEL WINNEN HOOFDPRIJS VAN SKYRADIO KERSTACTIE VOOR DOE EEN WENS

Doe Een Wens mag rekenen op de steun van een aantal ambassadeurs: mensen die door hun bekendheid en hun netwerk veel betekenen voor ons.

Onze ambassadeurs zijn:

- **Wendy van Dijk:** presenteert grote televisieshows zoals X-Factor, is bekend als Ushi & Dushi en is al vele jaren op een rij televisievrouw van Nederland. Wendy helpt ons met het presenteren van onze televisieprogramma's en andere evenementen, is aanwezig op sponsordagen en als het even kan op andere belangrijke evenementen. Ook is Wendy betrokken bij wensvervullingen.
- **Edwin van de Sar:** Nederlands beste doelman aller tijden, helpt ons met het vervullen van wensen die te maken hebben met voetbal.
- **Jamai Loman:** multitalent, zingt, presenteert, musicalacteur. Jamai helpt ons door aanwezig te zijn bij voor ons belangrijke gebeurtenissen, treedt dan "om niet" op en weet als geen ander de sfeer fantastisch te beïnvloeden; verder helpt Jamai bij sponsoractiviteiten. Dit jaar heeft Jamai een van de twee radiospots voor onze nieuwe campagne ingesproken.
- **Jacques d'Ancona:** onder andere journalist, dagvoorzitter van congressen, televisiepersoonlijkheid. Jacques is al heel lang betrokken bij Doe Een Wens, is bereid avonden te presenteren, cheques op te halen, te vertellen over Doe Een Wens en mee te denken met Doe Een Wens.
- **Pauline Huizinga:** als ex-Miss Universe van Nederland is Pauline bij Doe Een wens betrokken geraakt door aanwezig te zijn bij een wens van een meisje dat model wilde worden. Een ervaring om nooit meer te vergeten, zowel voor ons wenskind als voor Pauline. Als ambassadeur is Pauline aanwezig bij fondsenwervingsacties, zij neemt cheques in ontvangst en is gastvrouw op bijeenkomsten die belangrijk zijn voor Doe Een Wens.

Dit jaar kreeg Doe een Wens er twee ambassadeurs bij: de mentalisten Rob en Emiel, die als finalisten van het programma De Uhri Geller Show in 2007 bekend werden in Nederland. Rob en Emiel zijn als ambassadeurs heel actief. Zo hebben zij een eigen actie ten bate van Doe Een Wens op touw gezet en waren ze aanwezig bij een trainingsdag voor onze wensvrijwilligers omdat zij net als deze vrijwilligers streven naar magie.

Op 22 december hebben Rob en Emiel meegedaan met de door Skyradio georganiseerde competitie kerstboom versieren. Tien teams van telkens twee bekende Nederlanders namen het tegen elkaar op om hun kerstboom zo mooi mogelijk te versieren. Ieder team speelde voor een door hen zelf gekozen goed doel. Voor Doe Een Wens deden Rob en Emiel mee. Zij wisten binnen dertig minuten een kerstboom op de meest originele en creatieve wijze te versieren. Vooral de gedachte achter hun versiering sprak de jury aan: zij hadden 350 lichtjes in de boom verwerkt, ieder lichtje stond voor een wens die in vervulling was gegaan door Doe Een Wens. Door nog eens 350 lichtjes te verwerken, wilden zij aangeven dat Doe Een Wens meer wensen wil vervullen en daarvoor de prijs nodig had die gewonnen kon worden. Zij wonnen de hoofdprijs en via hen kreeg Doe Een Wens € 25.000,- en een radiocampagne ter waarde van nog eens € 25.000,- op Sky Radio 101 FM.

Doe Een Wens in vogelvlucht

WIE ZIJN WE?

Doe Een Wens vervult de liefste wens van kinderen en jongeren met een levensbedreigende ziekte. Dat doet Doe Een Wens zo breed en diep mogelijk, om de eigen kracht van kinderen aan te wakkeren. Zo krijgt niet de ziekte, maar het kind de aandacht en heeft de wensvervulling een langdurig effect. Doe Een Wens werkt eraan om alle kinderen en jongeren met een levensbedreigende ziekte een wensvervulling te geven.

WAT IS ONS UITGANGSPUNT?

Doe Een Wens Stichting Nederland wil nationaal en internationaal voortrekker zijn in het uitdragen van een vernieuwende visie op de omgang met kinderen en jongeren die levensbedreigend ziek zijn. Die visie houdt in dat de eigen kracht van kinderen en jongeren moet worden aangewakkerd. Een eigen kracht die vaak onbewust door de omgeving wordt beperkt omdat zorgen, angst en ziekenhuisbehandelingen vaak de boventoon voeren. Doe Een Wens probeert dit te doorbreken door de liefste wens te vervullen, en door ook anderen – zoals artsen, leerkrachten en ouders – te stimuleren dat op de bij hun passende manieren te doen.

HOE WERKEN WE?

Doe Een Wens werkt uit volle overtuiging met vrijwilligers om zo de betrokkenheid vanuit de samenleving uit te drukken. Die solidariteit is essentieel. Dankzij de inzet van vrijwilligers zijn in praktische en financiële zin veel meer wensvervullingen mogelijk. Bovendien zijn vrijwilligers belangrijke visitekaartjes om de waarden van Doe Een Wens uit te dragen. Zij zorgen voor een grotere naamsbekendheid en stimuleren de fondsenwerving.

HOE ZIJN WE GEORGANISEERD?

Doe Een Wens Stichting Nederland is een zelfstandige Nederlandse stichting. Wij zijn aangesloten bij Make-A-Wish Foundation International, een organisatie waarin 30 landen zijn vertegenwoordigd. Deze organisatie staat naast Make-A-Wish Foundation America. Deze grootste wensvervullende organisatie in de wereld is in 1980 opgericht in Amerika. Directe aanleiding was de wens van de toen zevenjarige Christopher, een jongen met leukemie in de staat Arizona die graag politiemans wilde worden. Zijn moeder, vrienden en een aantal politieagenten hielpen hem bij zijn wensvervulling. Zij lieten een politie-uniform op maat maken en organiseerden een dag waarbij hij zich een échte politiemans kon voelen. De invloed die de vervulling van de wens op Christopher en zijn gezin had, deed hen besluiten om de Make-A-Wish Foundation op te richten.



Bronnen van inkomsten

INKOMSTEN IN 2009

	2009	2009	2008	2008
Inkomsten uit fondsenwerving				
Acties	€ 1.705.810		€ 1.768.002	
Donaties	€ 304.194		€ 288.795	
Giften	€ 373.481		€ 556.773	
Nalatenschappen	€ 9.933		€ 105.883	
Sponsoring	€ 220.434		€ 95.959	
Overig	€ 30.148		€ 67.935	
(Sub)TOTAAL		€ 2.643.998		€ 2.883.347
Inkomsten acties derden				
Sponsor Bingo Loterij	€ 250.000		€ 250.000	
Geoormerkte loten Sponsor	€ 115.124		€ 102.672	
(Sub)TOTAAL		€ 365.124		€ 352.672
Inkomsten uit beleggingen				
Inkomsten beleggingen	€ 39.519		€ 48.299	
(Sub)TOTAAL		€ 39.519		€ 48.299
TOTAAL		€ 3.048.641		€ 3.284.318

RESULTATEN WENSVERVULLINGEN

Aangemeld	428
Toegewezen	359
Afgewezen *	34
Geen reactie ouders**	35
Vervulde wensen	383

* na aanmelding wordt gekeken of er sprake is van een levensbedreigende ziekte. Eventueel is hierover contact tussen behandelend arts en lid van de medische adviescommissie van Doe Een Wens. Bij 34 aanmeldingen is geconstateerd dat er (gelukkig) geen sprake was van een levensbedreigende ziekte.

** in 35 gevallen hebben ouders het formulier niet teruggestuurd waarmee het wensproces begint. Hiervoor kunnen uiteenlopende redenen zijn:

- Na aanmelding is er altijd telefonisch overleg tussen ouders en medewerkster van de wensafdeling; op basis van dit informatieve telefoongesprek kunnen ouders beseffen dat hun kind niet tot de doelgroep van Doe Een Wens behoort;
- Ouders willen hun kind (nu nog) niet aanmelden;
- Kind is inmiddels overleden (in drie gevallen).

Binnenlandse wensen Zoals: piraat zijn; een mooie slaapkamer; meet & greet BN'ers	268	70%
Wensen buiten Europa Zoals: op bezoek bij familie in de VS; zwemmen met dolfijnen; olifanten in het echt zien	43	11%
Wensen binnen Europa Zoals: zwemmen in een blauwe zee; bezoeken Disneyland Resort Parijs	72	19%

De jaarrekening 2009

Hieronder vindt u een samenvatting van de jaarrekening 2009. De balans en de staat van baten en lasten worden weergegeven. Op onze website kunt u de volledige jaarrekening downloaden (www.doeeenwens.nl). Daar worden de genoemde bedragen op de balans nader toegelicht. Ook worden daar de grondslagen voor waardering en resultaatbepaling beschreven. De baten en kosten die genoemd worden in de staat van baten en lasten worden in de volledige jaarrekening uitgebreid toegelicht. Ook de wijze waarop kosten aan doelstelling, fondsenwerving of beheer en administratie zijn toegerekend, wordt beschreven in de volledige jaarrekening.

Zoals gezegd wordt hier volstaan met het weergeven van de balans, de staat van baten en lasten en een samenvatting van de toelichting.

ALGEMENE TOELICHTING

Het jaar 2009 wordt afgesloten met een positief resultaat van € 232.432,-.

Dit is nagenoeg conform de begroting.

In 2008 werd een negatief resultaat behaald van € 308.000. De stichting is in staat geweest in 2009 een groot deel van het negatieve resultaat van 2008 te compenseren, zonder het aantal uitgevoerde wensen (fors) te verminderen.

Deze resultaatverbetering werd vooral behaald dankzij:

- besparingen op de werkorganisatie (aantal fte's)
- besparingen op algemene kosten.

Het jaar 2009 heeft in het teken gestaan van verdieping, niet van verbreding. Begroot voor 2009 was het aantal van 380 wensen en een positief resultaat van € 219.000. Doe Een Wens heeft 383 wensen uitgevoerd in 2009. Dit is slechts een lichte daling van 16 wensen ten opzichte van het jaar 2008, toen 399 wensen werden gerealiseerd.

Gevolgen van de economische crisis zijn vooralsnog niet merkbaar voor Doe Een Wens. Wel is het goed het resultaat per maand scherp te volgen. Het aantal wensen voor 2010 is begroot op 400 bij een begroot resultaat van €0,-.

BALANS

Het positieve resultaat is toegevoegd aan de continuïteitsreserve. Deze reserve is bedoeld voor het opvangen van grote financiële tegenvallers. De brancheorganisatie voor Goede Doelen (de VFI) heeft een richtlijn opgesteld die bepaalt wat de maximale hoogte mag zijn van deze reserve. Deze richtlijn is opgenomen in het CBF-reglement voor Goede Doelen. Conform deze richtlijn mag een continuïteitsreserve worden aangehouden van maximaal 1,5 maal de jaarlijkse kosten van de werkorganisatie.

Voor Doe Een Wens bedragen de kosten van de werkorganisatie op jaarbasis € 1.790.867,- (zie jaarrekening). De maximaal toegestane reserve is daardoor € 2.686.301,-.

Het positieve resultaat van € 232.423 maakt het mogelijk de continuïteitsreserve verder op te bouwen tot het gewenste niveau; deze bedraagt op 31-12-2009 € 2.164.187,-.

STAAT VAN BATEN EN LASTEN

Een toelichting wordt gegeven bij afwijkingen tussen gerealiseerde en begrote bedragen 2009 en/of tussen gerealiseerde bedragen 2009 en gerealiseerde bedragen 2008.

LAGERE BATEN EIGEN FONDSENWERVING

Het bedrag uit acties stijgt ten opzichte van de begroting, maar daalt ten opzichte van voorgaand jaar. De stijging is veroorzaakt door het feit dat in de begroting rekening werd gehouden met een lager bedrag per actie dan uiteindelijk is gerealiseerd. Ten opzichte van vorig jaar is de daling veroorzaakt door enkele incidentele acties in 2008 met een relatief hoge opbrengst.

De opbrengsten uit giften, schenkingen en nalatenschappen dalen ten opzichte van vorig jaar en ook ten opzichte van de begroting. Deze posten zijn altijd lastig te begroten omdat ze een sterk incidenteel karakter hebben.

De opbrengsten uit sponsoring nemen toe, enerzijds door de sponsoring van het televisieprogramma, anderzijds door een verhoging van het sponsorbedrag van Sogeti.

HOGERE BATEN UIT ACTIES DERDEN

Hieronder worden de opbrengsten uit de Sponsor Bingo Loterij verantwoord. De opbrengsten uit geormerkte loten neemt toe ten opzichte van de begroting en ten opzichte van vorig jaar. Geormerkte loten zijn in feite gewone loten waarmee gespeeld wordt in de Bingo Loterij, maar waarvan de helft van de aankoopprijs ten goede komt aan het goede doel dat door de koper van de loten is gekozen. We zijn blij dat steeds meer mensen ervoor kiezen ten bate van Doe Een Wens mee te spelen in de Bingo Loterij.

HOGERE LASTEN DOELSTELLING

Ten opzichte van de begroting stijgen de lasten doelstelling. Ten opzichte van 2008 jaar dalen deze lasten.

LAGERE LASTEN FONDSENWERVING

De lasten fondsenwerving dalen ten opzichte van de begroting en ten opzichte van vorig jaar. In 2009 is als gevolg van de noodzakelijke besparingen minder geïnvesteerd in de ontwikkeling van materialen en in donateurswerving.

LAGERE LASTEN BEHEER & ADMINISTRATIE

De lasten beheer & administratie dalen ten opzichte van de begroting en ten opzichte van vorig jaar. De daling wordt veroorzaakt door een afname van de totale lasten en een iets gewijzigde systematiek van toerekening van de lasten aan beheer en administratie.

PERCENTAGES DOELSTELLING, KOSTEN FONDSWerving EN BEHEER & ADMINISTRATIE

Conform de richtlijnen Verslaglegging voor Goede Doelen geven we aan wat het percentage is dat besteed wordt aan de doelstelling (vervullen van wensen), aan de kosten voor fondsenwerving en aan beheer en administratie.

Deze percentages kunnen niet bij elkaar worden opgeteld, omdat zij alle drie verschillend berekend worden:

Het percentage doelstellingskosten wordt berekend ten opzichte van de totale baten; het percentage kosten fondsenwerving wordt berekend ten opzichte van de baten eigen fondsenwerving (en dus niet het totaal aan baten) en het percentage beheer & administratie wordt bepaald door het af te zetten tegen de totale kosten.

Doel van deze percentages is enerzijds vergelijkbaarheid tussen Goede Doelen voor donateurs en sponsors te vergemakkelijken en anderzijds bewustwording bij Goede Doelen te stimuleren om kosteneffectief te zijn.

Bemoeilijkende factor hierbij is dat de systematiek die gebruikt wordt voor het toerekenen van kosten aan doelstelling, fondsenwerving of beheer & administratie kan verschillen tussen Goede Doelen. Het is daarom van belang niet alleen te kijken naar de hoogte van de percentages, maar ook naar de wijze waarop deze berekend zijn. Doe Een Wens heeft de volgende systematiek toegepast:

Per afdeling is de formatiegrootte bepaald en vervolgens afgezet tegen de totale formatie van de organisatie. Daarnaast is ook per afdeling aangegeven welk deel van de formatie zich bezig houdt met doelstellingswerk, fondsenwerving of beheer & administratie.

Door gebruik te maken van deze variabelen konden de drie percentages (doelstellingswerk, kosten fondsenwerk, beheer & administratie) worden berekend.

BELONING DIRECTIE

Onder de personeelskosten is voor de beloning aan de directie een bedrag verantwoord van € 81.772. Hierin is inbegrepen brutosalaris, werkgeversdeel sociale lasten en pensioenpremies. Het parttime percentage van de directie in 2009 bedroeg een half jaar 100% en een half jaar 80%.

Salaris	€ 62.308	
Vakantietoeslag	€ 5.401	
ZWW	€ 2.233	
WG-deel pensioen	€ 6.272	
WG-deel sociale lasten	€ 4.958	
		€ 81.172

Volgens de richtlijn van de brancheorganisatie, opgesteld onder voorzitterschap van de heer Wijffels, is een maximum van € 87.000 toegestaan.

Balans per 31 december 2009

ACTIVA

	31-12-2009		31-12-2008	
Vaste activa				
1. Materiële vaste activa		€ 126.812		€ 158.015
Vlottende activa				
2. Vorderingen en overlopende activa	€ 698.837		€ 674.171	
3. Effecten	€ 350.631		€ 339.133	
4. Liquide middelen	€ 1.481.576		€ 1.250.620	
		€ 2.531.046		€ 2.263.924
		€ 2.657.856		€ 2.421.939

PASSIVA

	31-12-2009		31-12-2008	
5. Vaste activa				
Continuïteitsreserve	€ 2.164.187		€ 1.900.561	
Bestemmingsreserve	€ 126.812		€ 158.015	
		€ 2.290.999		€ 2.058.576
6. Kortlopende schulden		€ 366.857		€ 363.363
		€ 2.657.856		€ 2.421.939

STAAT VAN BATEN EN LASTEN 2009

	2009	Begroot	2008
Baten			
7. Baten uit eigen fondsenwerving	€ 2.643.998	€ 2.580.000	€ 2.883.347
8. Baten uit acties van derden	€ 365.124	€ 318.000	€ 352.672
9. Baten uit beleggingen	€ 39.519	€ 44.000	€ 48.299
Som der baten	€ 3.048.641	€ 2.942.000	€ 3.284.318
Lasten			
10. Besteed aan doelstelling	€ 2.213.371	€ 1.829.376	€ 2.686.681
Werving baten			
11. Kosten eigen fondsenwerving	€ 457.720	€ 603.742	€ 573.373
12. Kosten acties derden	-	-	€ 48.652
13. Beheer en administratie	€ 145.128	€ 290.234	€ 283.991
Som der lasten	€ 2.816.219	€ 2.723.352	€ 3.592.697
Resultaat			
Toevoeging/onttrekking aan:			
- Continuïteitsreserve	€ 263.626	-	€ 42.368
- Bestemmingsreserve	€ 31.203-	-	€ 5.457
- Overige reserve	-	-	€ 356.204-
	€ 232.423	€ 218.648	€ 308.379-
Besteed aan doelstelling in % van totale baten	73%	62%	82%
Kosten eigen fondsenwerving in % van de baten eigen fondsenwerving	17%	23%	20%
Kosten beheer en administratie in % van de totale kosten	5%	11%	8%
Aantal wensvervullingen	383	380	399

Accountantsverklaring

Aan: het bestuur van Doe Een Wens Stichting Nederland

PricewaterhouseCoopers
Accountants N.V.
Newtonlaan 205
3584 BH Utrecht
Postbus 85096
3508 AB Utrecht
Telefoon (030) 219 15 00
Fax (030) 219 15 55
www.pwc.com/nl

Accountantsverklaring

Opdracht

Wij hebben gecontroleerd of de in dit verslag opgenomen balans en Staat van Baten en Lasten over 2009 op de juiste wijze is ontleend aan de door ons gecontroleerde jaarrekening 2009 van Doe Een Wens Stichting Nederland. Bij die jaarrekening hebben wij op 23 juli 2010 een goedkeurende accountantsverklaring verstrekt. Het bestuur van de Stichting is verantwoordelijk voor het opstellen van de Balans en Staat van Baten en Lasten over 2009 in overeenstemming met de grondslagen zoals gehanteerd in de jaarrekening 2009 van Doe Een Wens Stichting Nederland. Het is onze verantwoordelijkheid een accountantsverklaring inzake de Balans en Staat van Baten en Lasten te verstrekken.

Werkzaamheden

Wij hebben onze controle verricht in overeenstemming met Nederlands recht. Dienovereenkomstig dienen wij onze controle zodanig te plannen en uit te voeren dat een redelijke mate van zekerheid wordt verkregen dat de Balans en Staat van Baten en Lasten over 2009 op de juiste wijze is ontleend aan de jaarrekening.

Wij zijn van mening dat de door ons verkregen controle-informatie voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel.

Oordeel

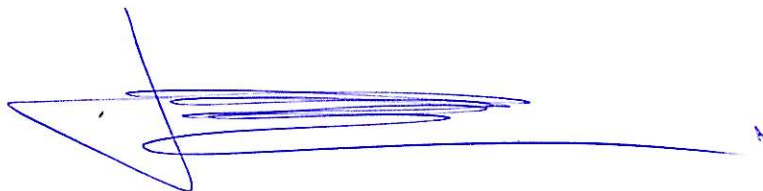
Naar ons oordeel is de Balans en Staat van Baten en Lasten over 2009 in alle van materieel belang zijnde aspecten op een juiste wijze ontleend aan de jaarrekening.

Toelichting

Wij vestigen er de aandacht op dat voor het inzicht dat vereist is voor een verantwoorde oordeelsvorming omtrent de financiële positie en de resultaten van de entiteit en voor een toereikend inzicht in de reikwijdte van onze controle de Balans en Staat van Baten en Lasten over 2009 dienen te worden gelezen in samenhang met de volledige jaarrekening, waaraan deze is ontleend, alsmede met de door ons daarbij op 23 juli 2010 verstrekte goedkeurende accountantsverklaring. Deze toelichting doet geen afbreuk aan ons oordeel.

Utrecht, 23 juli 2010

PricewaterhouseCoopers Accountants N.V.



M.H.A. Bauman RA

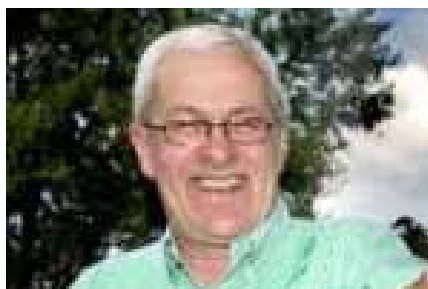
Verslag van het bestuur

VAN DE VOORZITTER, RIEN FRANKENHUIS:

Tijdens mijn (nu bijna zes jaar durend) voorzitterschap heb ik van dichtbij mee kunnen maken hoe onze staf voortvarend de professionaliteit van onze organisatie aan het verbeteren is. Dat dit vooral ook ten goede komt aan de kwaliteit van het wensproces moge duidelijk zijn.

Het “even vergeten dat ik ziek ben” wordt steeds zichtbaarder en aantoonbaar. Daar hebben we dit jaar dan ook in wetenschappelijke zin (een door ons ingezet wetenschappelijk onderzoek aan de Erasmus Universiteit te Rotterdam) een voortvarende start mee gemaakt.

Het is als voorzitter een eer om daar samen met mijn medebestuurders, ieder met zijn eigen specialiteit, leiding aan te geven, temeer daar de lijnen tussen mij en onze directeur kort en effectief zijn. Dat maakt het mogelijk een scherpe helikopterview te ontwikkelen. Visie, missie en doelstellingen worden telkenmale getoetst. Ik durf u te garanderen dat uw bijdragen aan donaties, acties en sponsoring optimaal aan onze doelgroep worden gespendeerd.



Verantwoordingsverklaring Doe Een Wens Stichting Nederland 2009

Rien Frankenhuis

voorzitter

Medische kennis, bestuurlijke ervaring
Huisarts, bestuurder LHV

Hidde Hartelust

vice-voorzitter

Afkomstig uit bedrijfsleven, goed
netwerk
Directeur Project Holland Fonds

Wim van Dorp

penningmeester

Kennis van financiën en bedrijfsvoering
Interim financieel en business
management

Eveline Herben, secretaris

Jurist

Eigenaar MVO & U
projectmanagement en advies

Titia Mulders

Kennis van Communicatie, PR

Zelfstandig ondernemer, bureau voor
communicatietrainingen
en individuele coaching (WAY)

SCHEIDING TOEZICHT, BESTUREN EN UITVOERING

TOEZICHT

Het bestuur houdt toezicht op de toekomstplannen van Doe Een Wens en de behaalde resultaten. Het bestuur bestond in 2009 uit vijf personen die hun werkzaamheden onbezoldigd uitvoeren.

De bestuurstermijn is vastgesteld op vier jaar, waarna bestuursleden nog eenmaal herkozen kunnen worden voor eenzelfde termijn van vier jaar. In 2009 zijn twee bestuurs-termijnen verlopen: Rien Frankenhuis en Wim van Dorp zijn beiden voor een tweede termijn benoemd als respectievelijk voorzitter en penningmeester van Doe Een Wens.

HET ROOSTER VAN AFTREDEN IS ALS VOLGT:

Naam	Einde eerste termijn	Einde tweede termijn
Rien Frankenhuis	01-01-2009	01-01-2013
Hidde Hartelust	01-07-2008	01-07-2012
Wim van Dorp	01-07-2009	01-07-2013
Eveline Herben	01-09-2006	01-09-2010
Titia Mulders	01-06-2008	01-06-2012

Om toezicht te kunnen houden wordt het bestuur geïnformeerd over voortgang en resultaten met behulp van maandelijks en kwartaalrapportages. In deze rapportages wordt weergegeven hoe baten en kosten zich ontwikkelen, hoeveel wensen zijn vervuld en wat de kostprijs daarvan is. Daarnaast wordt mondeling of aan de hand van notities verslag gedaan over beleidsthema's en activiteiten.

Het bestuur heeft in 2009 acht keer vergaderd. Onderwerpen die op de agenda hebben gestaan in 2009 zijn:

- Vaststellen meerjarenbeleidsplan
 - Aanpassing begroting 2009 in verband met resultaat 2008
 - Vaststellen jaarrekening 2008
 - Vaststellen merkenpaspoort
 - Uitbreiding werkzaamheden naar Nederlandse Antillen
 - Voorbereiding conferenties Make-A-Wish Foundation International
 - Ontwikkeling nieuwe communicatiecampagne
 - Herbenoeming voorzitter en penningmeester
 - Voorbereiding werving nieuw bestuurslid als vervanging van Eveline Herben (termijn loopt in 2010 af)
 - Resultaten tevredenheidsonderzoek vrijwilligers
- ^a Wijziging boekjaar (wordt in 2010 gerealiseerd)

BESTUREN

Onder bestuur wordt verstaan: het richting geven aan de organisatie, zorgen voor het verwerven, besteden en beheren van de nodige middelen en voor het adequaat functioneren van de organisatie in het algemeen.

Bij Doe Een Wens is statutair vastgesteld dat het bestuur bestuurt. Het bestuur heeft deze taken grotendeels gedelegeerd aan de titulaire directie middels het directiereglement.

Ook in 2009 was de directie van Doe Een Wens in handen van Harmienke Kloeze. Samen met het Management Team van de organisatie heeft zij het meerjarenplan opgesteld. Aan de hand hiervan zijn de doelstellingen voor 2009 bepaald en uitgewerkt per afdeling.

UITVOEREN

Doe Een Wens kent vier afdelingen:

- De wensafdeling, onder leiding van Quirine Kamphuisen
- De afdeling Marketing en Communicatie, onder leiding van Annemarieke Tazelaar
- De afdeling regiomanagement, onder leiding van Jolijn Jurgens en tot 15 mei Santine Hollebrands, daarna Quirine Kamphuisen.
- Bureaumanagement, onder leiding van Xandra Samsom

Het managementteam van Doe Een Wens wordt gevormd door de hoofden van de afdelingen en de directie. Het managementteam vergadert tweewekelijks. Aan de hand van het jaarplan en de begroting wordt gevolgd of de organisatie op koers ligt.

BESTEDING VAN DE MIDDELEN

Optimale besteding van middelen is voor iedere organisatie van belang, maar voor goeddoelenorganisaties in het bijzonder. Doe Een Wens is afhankelijk van donaties, giften en sponsoring. Het is essentieel dat sponsors en donateurs ervan uit kunnen gaan dat hun bijdrage effectief en doelmatig wordt ingezet.

In het jaarplan 2009 zijn de doelstellingen uitgewerkt die Doe Een Wens wil bereiken in 2009. Deze betreffen het aantal vervulde wensen, de uit te voeren communicatieprojecten, de te behalen financiële doelen en de plannen ten aanzien van de vrijwilligers. In het jaarverslag 2009 en in de managementrapportages gedurende 2009 wordt verslag gedaan van de behaalde resultaten. Daaruit blijkt dat we in 2009 nagenoeg alle doelstellingen behaald hebben.

Naast deze resultaten op “output-niveau” is het ook belangrijk na te gaan of het effect dat we nastreven met het vervullen van wensen wordt behaald. Het wetenschappelijk onderzoek naar de impact van wensvervullingen zou in 2009 afgerond worden, maar is door personele ontwikkelingen bij de Erasmus Universiteit enigszins vertraagd. In 2010 zal het eindrapport worden opgeleverd.

Tijdens bijeenkomsten met wensvrijwilligers is gevraagd mee te denken welke “ingrediënten” specifiek verantwoordelijk zijn voor het langdurig effect van een wensvervulling. Dit zal in 2010 leiden tot duidelijke criteria waaraan alle wensen moeten voldoen.

OMGAAN MET BELANGHEBBENDEN

Bij wie heeft Doe Een Wens belang en wie heeft belang bij Doe Een Wens?

Het volgende overzicht van belanghebbenden geldt voor Doe Een Wens:

- De wenskinden en hun families
- De donateurs
- De vrijwilligers
- Het kantoorpersoneel
- De sponsors en partners van Doe Een Wens: RVS, OAD, Sogeti, Wibra, V&D, Lesli Vuurwerken, Lego, Makro, Buy Aid
- De Sponsor Bingo Loterij
- Ziekenhuizen en zorgverleners
- De ambassadeurs
- Make-A-Wish Foundation International
- Media

In het jaarverslag 2009 wordt op verschillende plekken direct of indirect aangegeven hoe Doe Een Wens met deze belanghebbende communiceert en omgaat.

Bijzonder ` voor 2009 was:

- Het tevredenheidsonderzoek onder de vrijwilligers: aan de hand van de uitkomsten willen we lessen leren om de relatie met de vrijwilligers te optimaliseren.
- Sponsors zijn uitgenodigd om aanwezig te zijn tijdens wensvervullingen, “incognito” als onderdeel van de wens.
- De lancering van de digitale nieuwsbrief voor donateurs en andere relaties.
- Directie en voorzitter hebben in het voorjaar van 2009 de conferentie van Make-A-Wish Foundation International in Lissabon bijgewoond. In het najaar waren de affiliates van International uitgenodigd aanwezig te zijn bij de conferentie van Make-A-Wish Foundation America. Voorzitter en directie hebben van deze uitnodiging gebruik gemaakt en hebben kennisgemaakt met de Amerikaanse collega’s.
- Verdere verbetering van het interactieve intranet voor onze vrijwilligers en het kantoorpersoneel.

Op grond van het bovenstaande verklaart het bestuur de volgende drie principes in acht te nemen:

1. De functie “toezicht” is duidelijk gescheiden van de functies “besturen” en “uitvoering”.
2. Er wordt continu gewerkt aan een optimale besteding van middelen, zodat de doelstelling op effectieve en doelmatige wijze kan worden gerealiseerd.
3. We streven naar optimale relaties met onze belanghebbenden, met gerichte aandacht voor de voorlichting en de inname en verwerking van wensen, vragen en klachten.