Jaarverslag 2017

September 2016- augustus 2017

kracht & vertrouwen

Ik wens een cowgirl te zijn.

Kionna, 6
Wilms-tumor

Make-A-Wish®
NEDERLAND

Inhoudsopgave

BESTUURSVERSLAG:

1. Voorwoord 3
2. Make-A-Wish Nederland een korte kennismaking 6
3. Verslag van activiteiten en resultaten 2016-2017 10
4. Toekomst 38
5. Verantwoordingsverklaring 42

JAARREKENING:

6. Jaarrekening 46

OVERIGE GEGEVENS:

7. Controleverklaring 73

1. Voorwoord

KRACHT EN VERTROUWEN

Door wensen te vervullen, vinden kinderen met een ernstige, soms zelfs levensbedreigende ziekte kracht en vertrouwen om hun ziekteproces beter aan te kunnen. Het uitkomen van een wens kan écht het verschil maken tussen opgeven of doorgaan.

Ik heb bewust voor deze baan gekozen. Voor een baan met zingeving. Ik hoefde ook niet lang na te denken toen ik werd benaderd voor deze functie. Sinds 2 januari 2017 zit ik hier helemaal op mijn plek.

Zingeving betekent voor mij ook dat ik dichterbij het werk van Make-A-Wish Nederland wil staan en dus ben ik daarnaast wenshaler geworden. Mijn eerste wenskind vergeet ik nooit meer. Yassir. Een vrolijke tiener en enorme fan van basketbal. Maar ongeneeslijk ziek. Het allerliefste wilde hij de Golden State Warriors zien spelen. Eind maart 2017 won de basketbalploeg in Oakland nipt van de Houston Rockets en Yassir was erbij. Voor even alle ellende vergetend, dansend op de tribune. Hij putte hier zo veel kracht uit dat hij ervan uitging dat hij dit nóg een keer zou meemaken. Yassir overleed een

half jaar later. Ik denk nog altijd terug aan zijn wilskracht. Bovendien leerde ik ervan dat een wensvervulling niet alleen impact heeft op het leven van een wenskind. Het heeft impact op de hele omgeving. En dát is wat wij doen.

Bij mijn aanstelling kreeg ik van het bestuur een heldere opdracht mee.
Meer aanmeldingen, nieuwe fondsen werven, doorbouwen op de ingezette professionalisering en hogere merkbekendheid. Om met het eerste te beginnen: in dit boekjaar zijn 576 Wish Journeys opgestart. Binnen de huidige beleidscyclus die loopt t/m augustus 2019 moet dit aantal groeien naar 750. Groei die we onder meer willen bereiken door het relatiebeheer met de ziekenhuizen te versterken. Hiervoor zijn negen vrijwilligers aangetrokken met een medische achtergrond. De komst van de aanmeldapp -in februari 2018 is de lancering- moet de drempel voor aanmelden een stuk verlagen. En met pop-up tours in de ziekenhuizen laten we niet alleen de medische staf, maar ook kinderen en hun ouders kennismaken met Make-A-Wish.

Dan de organisatie. Vorig boekjaar is een eerste slag gemaakt om de organisatie flexibel en wendbaar te maken. Ik ben op de ingezette veranderingen doorgegaan. De hele organisatie gaat in teams werken. Sinds juni 2017 bestaat de kantoororganisatie uit zes teams: Wensteam – Vrijwilligersmanagement – Communicatie – Marketing & Fundraising – Algemene Zaken & Financiën en HR. Elk team met een meewerkend voorman of -vrouw. In 2018 volgen de teams in het land. Hiervoor staat een veranderteam klaar van vrijwilligers en mensen van kantoor. Zij zorgen dat het proces goed verloopt én dat er genoeg draagvlak is.

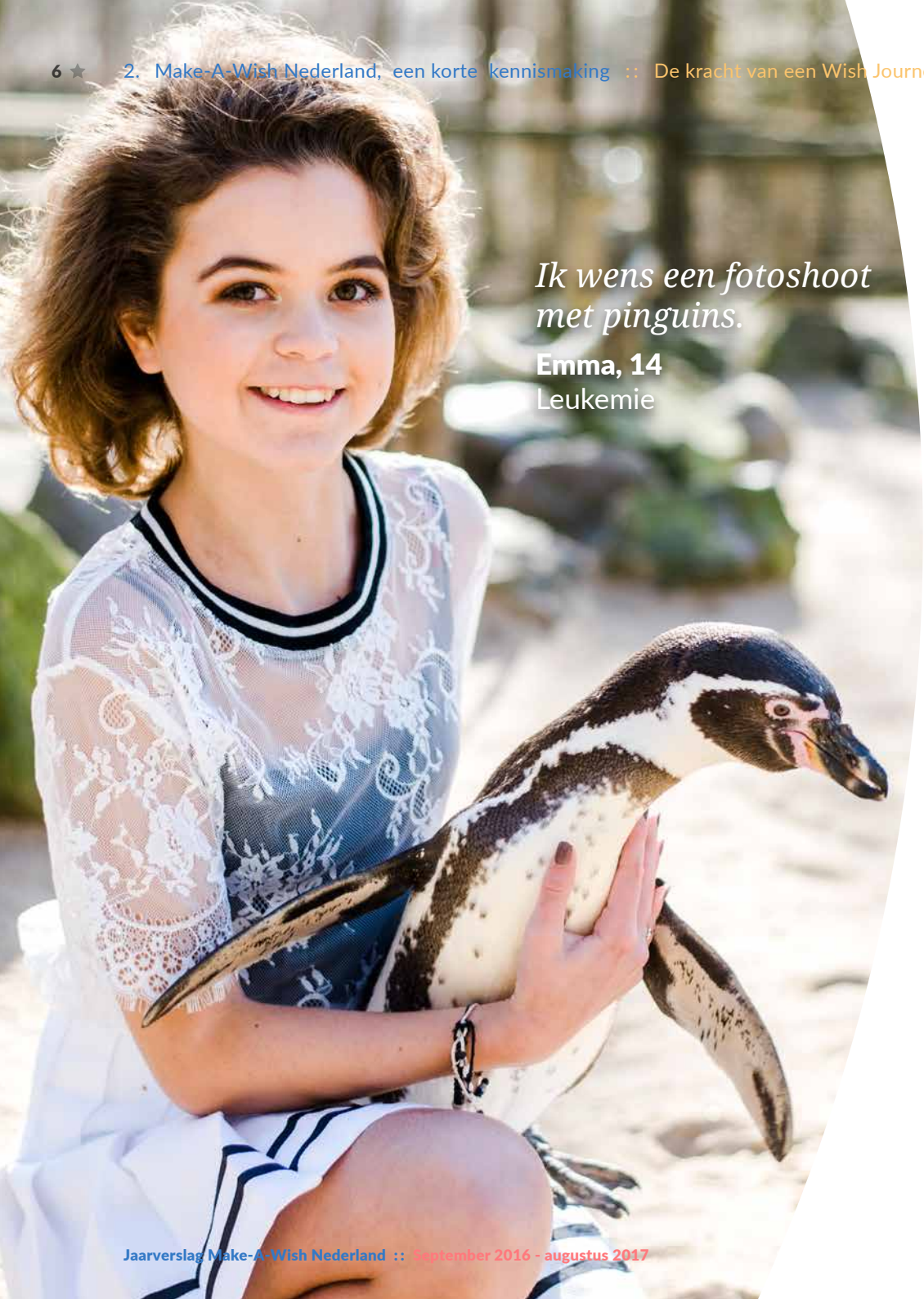
> Voor het werven van fondsen zoeken we nieuwe manieren. Denk aan crowdfunding, aanwezig zijn op congressen, of samenwerken met andere goede doelen.

Qua merkbekendheid ontdekte ik dat er nogal wat misvattingen bestaan over wie we zijn en wat we doen. Daarom hebben we dit boekjaar enkele grote acties opgestart. Publiekscampagnes als 'Meld een kind met kanker'. Of de actie een 'zomer vol wensen'. Over drie van de kinderen uit de zomeractie is een documentaire gemaakt die op 20 november 2017 in première ging tijdens een speciale avond in het DeLaMar Theater. De documentaire biedt een mooi inkijkje in een Wish Journey. Welke rol spelen de vrijwilligers? Wat doet het met kinderen en hun ouders? Hoe kijken artsen tegen ons aan, de zakelijke partners, de donateurs? De documentaire is heel authentiek en belicht de Wish Journey van diverse kanten. Ik ben trots op het resultaat en blij dat we het verhaal nu zo goed vertellen. Verhalen vertellen wordt de komende jaren onze rode draad.

Verhalen die ons bekend moeten maken bij een breder publiek. Om die reden zijn we verhuisd naar het Media Park in Hilversum. In de buurt van creatieve bedrijven die ons daarbij kunnen helpen.

Bedankt, Make-A-Wish community, dat jullie ons werk op alle fronten steunen. Als ambassadeur, donateur, zorgverlener, sponsor en zakelijke partner. Financieel, met acties of in natura. En een groot applaus voor onze vrijwilligers. Jullie zijn van onschatbare waarde in het realiseren van impactvolle Wish Journeys.

Hanneke Verburg
Directeur Make-A-Wish Nederland



2. Make-A-Wish Nederland, een korte kennismaking

Elke dag horen gemiddeld drie families in Nederland dat hun kind een ernstige, soms zelfs levensbedreigende ziekte heeft. Make-A-Wish wil álle jonge kinderen tussen 3 en 18 jaar kracht geven voor de toekomst. Dat doen we door hun allerliefste wens te vervullen.

DE KRACHT VAN EEN WISH JOURNEY

Onderzoek toont aan dat het realiseren van een allerliefste wens jonge patiënten en hun omgeving weer hoop en kracht geeft, en blijvend impact heeft. Een wensvervulling ontstaat niet vanzelf. Het is een zorgvuldig geplande Wish Journey. Een bijzonder traject waar een grote groep mensen maanden mee bezig is en dat van A tot Z maatwerk is. En dat impact heeft vanaf het moment van kennismaken tot lang na de wensvervulling. Zo maken wij met elkaar herinneringen die een leven lang mee gaan.

Wij zetten alles op alles om zoveel mogelijk wensen te vervullen. Dat doen wij niet alleen. Dat kunnen wij niet alleen. Ons verhaal is niet zomaar een verhaal. Het is een verhaal van alle verhalen van kinderen met een ernstige, soms zelfs levensbedreigende ziekte. Van zorgzame vrijwilligers, ouders, ziekenhuizen en business partners die samen alles uit de kast halen om het onmogelijke onvergetelijk te maken. Van maanden van voorbereiden, het verheugen op, zorgeloze momenten met familie en herinneringen. Door onderdeel te zijn van een onvergetelijke Wish Journey krijgt het kind een positieve boost. Zo vinden kinderen én de mensen eromheen weer nieuwe kracht om sterker de toekomst in te gaan.

Het begon met één wens

1980, Phoenix, Arizona

Chris is 7 jaar oud en heeft ernstige leukemie. Zijn leven bestaat uit angst en ziekenhuisbehandelingen. Zijn droom? Politieagent worden. Met zijn ziekte een kleine kans dat 't zal lukken. Twee agenten horen van zijn wens en besluiten Chris de dag van zijn leven te bezorgen. Hij krijgt een mini uniform aan en mag een dagje mee op de motor. Trots deelt Chris als een echte agent bekeuringen uit. Niemand die ertegenin durft te gaan. Hij geniet. Ziek? Die dag niet. Zijn verhaal inspireert tot de oprichting van Make-A-Wish. Andere landen volgen. Make-A-Wish Foundation International is nu actief in vijftig landen en op vijf continenten. Het is de grootste wensvervullende organisatie in de wereld en realiseert 15.000 wensen per jaar.

1989, Woerden
In 1989 wordt Make-A-Wish Nederland opgericht. Onze allereerste wens komt van de 10-jarige Cindy. Zij wil zó graag een tv-opname bijwonen van de toen heel populaire serie 'Zeg 'ns AAA'. Een enthousiaste verpleegster van het Haagse Juliana Kinderziekenhuis meldt haar wens aan. Vrienden van de stichting fietsen het geld bij elkaar. En Cindy mag als een echte filmster naar de studio én op de foto met 'Mien Dobbelsteen', ofwel hoofdrolspeelster Carry Tefsen. De rest is geschiedenis. Met ruim 350 vrijwilligers realiseren we nu jaarlijks meer dan 600 wensen van ernstig zieke kinderen en jongeren tussen 3 en 18 jaar.

Wie had dat ooit gedacht, toen Chris en zijn twee agenten op de motor door Phoenix reden. Het verhaal van Chris heeft bijna 40 jaar later nog steeds impact. Net zoals de verhalen over de foto van Cindy, de zelfgemaakte tekenfilm van Redwane, Liz de celebrity, Daan de fotograaf of prinsesje Sareah. En over alle andere kinderen, ouders en vrijwilligers die samen de Wish Journey aangaan.

DE WENS VAN LENNE, 15 JAAR

De familie

ASTRID BOLDER, MOEDER VAN LENNE

‘Ze wilde door een muur van wc-rollen springen’

‘Lenne was 1 jaar oud toen de dokters een hersentumor constateerden. Het zag er slecht uit. Uiteindelijk heeft ze de tumor overleefd. Door alle behandelingen is er alleen te veel in dat hoofd gebeurd.’ Lenne loopt een algemene ontwikkelingsachterstand op. Later komt daar epilepsie bij. ‘Die krijgen we er maar moeilijk onder. Het rotste zijn de dagen dat ze voortdurend voelt dat de epilepsie de controle over haar lijf overneemt.’

Niks is te gek

En dan staan er twee wenshalers van Make-A-Wish op de stoep. ‘Wat een geweldige mensen. Ze namen de tijd om met Lenne te bespreken wat ze nou echt het allerliefste wilde. Ze gaven haar een boekje dat haar hielp met knippen en plakken haar wens in beeld te krijgen, onder het motto: niks is te gek.’ Oké, maar in wc-rollen springen? ‘Dat idee is ontstaan in de supermarkt. Lenne zag daar een enorme berg wc-rollen en grapte dat het haar echt geweldig leek om bovenop die berg te zitten.’

Het blijft niet bij de wc-rollen alleen. Lenne mag met haar zusjes in een limousine naar de kapper, naar de panda’s in Ouwehands Dierenpark én naar een proeverij van haar favoriete snack, Japanse zoutjes. ‘Misschien een beetje veel voor één dag. De wenshalers voelden dit goed aan. Lenne is snel moe. Daarom kwam er nog een hotelovernachting bij.’

6 maanden schaven

Tussen de dag van wenshalen tot de wensvervulling zelf zit zeker een half jaar ideeën bedenken en voorbereiden. ‘De tijd is omgevlogen. Dat ernaar toe leven is echt onderdeel van het hele plaatje. En na afloop was het nóg niet klaar. We kregen een prachtig fotoboek, Lenne stond in het dorpsblaadje, je vertelt het aan je buren... Samen hebben we zoveel plezier beleefd. Ja, het was de wensvervulling van Lenne, maar ook een beetje van ons. Deze dagen hebben ons echt geholpen om te dealen met de pech die ons is overkomen.’ Astrid wil nog één ding kwijt. ‘De wensvervulling was helemaal af. Tot in de puntjes geregeld en verzorgd. Hier kunnen wij met ons hele gezin nog lang op teren.’

3. Verslag van activiteiten en resultaten 2016-2017

TEAM WENS

In de nieuwe organisatiestructuur zijn wij overgegaan op werken in teams. Als eerste stellen wij het Wensteam voor, de voormalige wensafdeling. Het team is zeven medewerkers groot en heeft als belangrijkste taak het bewaken van de kwaliteit van alle Wish Journeys. De medewerkers adviseren de collega's van het team Vrijwilligersmanagement. Waar nodig ondersteunen zij bij het organiseren van een Wish Journey. De vrijwilligers vallen niet meer onder het Wensteam. Alle vrijwilligers, dus naast de wensvrijwilligers ook de fondswervende vrijwilligers, behoren nu tot het Team vrijwilligersmanagement.

Nationaal en internationaal

De internationale Wish Journeys organiseert het Wensteam zelf. Evenals de Wish Journeys van wenskinderen die wél tot de doelgroep horen, maar een cognitief vermogen hebben van een kind tot 3 jaar. Verder assisteert het Wensteam bij het vervullen van wensen in Nederland voor kinderen uit andere landen waar Make-A-Wish actief is.

Groei

Make-A-Wish Nederland wil doorgroeien naar 750 Wish Journeys per jaar. Een van de manieren om die groei te bereiken is een intensivering van de contacten met de ziekenhuizen. Om die reden werkt het Wensteam nauw samen met team Marketing & Fundraising dat hiervoor is uitgebreid. Een collega uit dat team houdt zich specifiek bezig met de ziekenhuiscontacten en de aanmeldingen. Het eerste contact met de gezinnen, de feitelijke start van de Wish Journey, ligt nog altijd bij het Wensteam.

576 Wish Journeys opgestart...

Er zijn 576 Wish Journeys opgestart. De oorspronkelijke doelstelling was 650, een doelstelling die halverwege het jaar is bijgesteld naar 600. Met ingang van dit boekjaar zijn de opgestarte Wish Journeys leidend en niet meer de wensvervulling zelf, ofwel het 'event'.

We starten pas een Wish Journey op als de wens is goedgekeurd en het eerste contact met het gezin heeft plaatsgevonden.

We hebben de doelstelling om enkele redenen niet gehaald. De relatiemanager ziekenhuizen viel uit, terwijl hij juist vanuit het Wensteam bovenop de aanmeldingen zat. Verder bleek het proces van aanmelden te ingewikkeld voor mensen van buitenaf. Het proces is inmiddels flink vereenvoudigd. Bovendien zijn we dit boekjaar ver gekomen met de ontwikkeling van een handige 'aanmeldapp', bedoeld om de aanmeldingen te stimuleren onder medische professionals. We verwachten deze app in februari 2018 in gebruik te nemen.

... of 549 events

Omdat we in een transitie zitten van 'events' naar Wish Journeys, is de oude manier van tellen, te weten de datum van het 'event', meegenomen in de financiële verantwoording. Ook het aantal 'events', oorspronkelijk begroot op 600, is halverwege het boekjaar naar beneden bijgesteld naar 540. Uiteindelijk vonden er 549 'events' plaats, negen meer dan in 2015-2016. Het bestedingspercentage was afgelopen boekjaar 67%. Dit houdt in dat van de totale lasten is 67% besteed is aan ons doelstellingswerk.

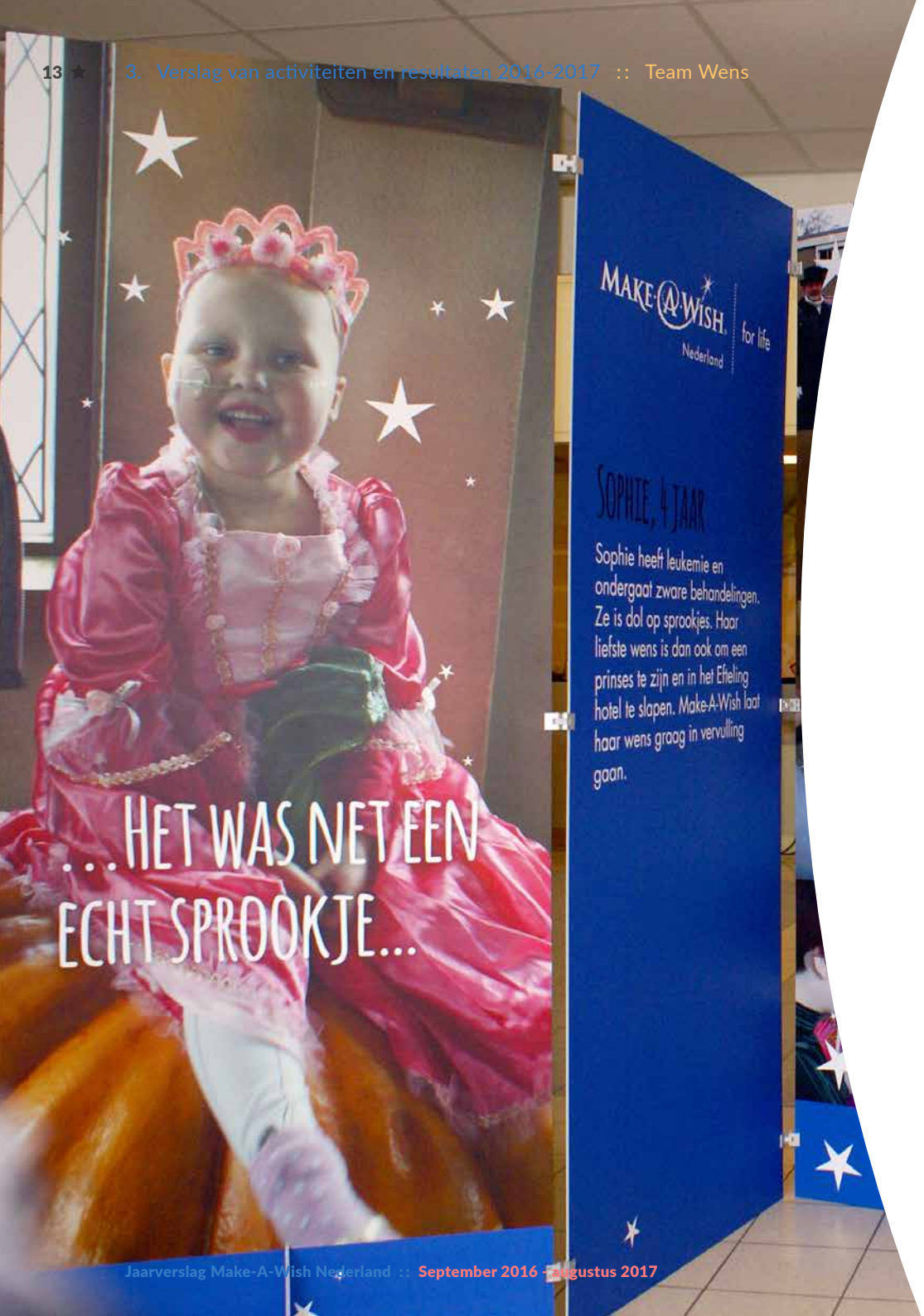
Zichtbaar in ziekhuizen

In het laatste kwartaal van 2017 organiseerden we een Make-A-Wish Pop Up tour langs de acht academische ziekenhuizen. Op een centrale plek in de ziekenhuizen zetten we een opblaasbare Wish Dome neer, met 3D printapparatuur. Of met een Virtual Reality experience. Met dit evenement wilden we twee dingen bereiken: jongere patiënten even uit hun ziekteproces halen. En tegelijk onze zichtbaarheid vergroten, en hiermee de aanmeldingen. Het effect op het aantal aanmeldingen kunnen we niet direct meten. Maar de Wish Dome heeft zeker bijgedragen aan de intensivering van onze relatie met ziekenhuizen en aanmelders. En, niet in de laatste plaats, voor de kinderen was de Wish Dome een meer dan welkome afleiding.

Fototentoonstelling

In mei en juni 2017 hielden we een Wish Journey fototentoonstelling in het Sophia Kinderziekenhuis in Rotterdam. Beelden zeggen soms meer dan woorden. Dankzij de foto's wisten we de impact van een Wish Journey goed over te brengen.

Virtual reality bij de Pop Up Tour



De impact van een Wish Journey

Welke impact heeft een Wish Journey nou echt? Wat kunnen we beter doen? Elk jaar doen wij onderzoek onder wensgezinnen naar de impact van ons werk. 95% van de 375 ondervraagde gezinnen gaf ons in 2015 een cijfer van 8 en hoger; daarvan gaf 63% ons zelfs een 10. Ook in 2016 was dit minimaal een 8 bij 95% van de 312 gezinnen; 62% beloonde de Wish Journey met een 10.

Alleen maar tienen

We zijn reuzetrots op deze scores, maar we gaan natuurlijk voor een dikke 10 bij 100%. Het onderzoek leerde ons bijvoorbeeld dat nog niet alle gezinnen direct betrokken worden bij de hele Wish Journey. Als we dat beter gaan doen, heeft de Wish Journey nóg meer impact.

Zestig Wish Journeys voor de nieuwe doelgroep

Sinds juni 2016 realiseren we ook Wish Journeys voor kinderen die ernstig ziek zijn én cognitief lager functioneren dan 3-jarigen. Dit boekjaar is het eerste volledige jaar waarin wij deze groep volledig omarmen.

Geen wens is dezelfde

De afgelopen periode heeft ons geleerd dat ook de wensen van deze groep per kind net zo verschillen. Voor het ene kind past het geven van een snoezelobject beter bij zijn belevingswereld en voor een ander is dat een bezoek aan Disneyland Parijs. Zestig kinderen hebben een passende Wish Journey beleefd. Van het ontvangen van een speciale Wish Hug bij de aanmelding tot het overhandigen van het fotoboekje als afsluiter. Het Wensteam heeft al deze Wish Journeys vanuit kantoor georganiseerd en begeleid.

De vijf fases van de Wish Journey

De Wish Journey is opgebouwd uit vijf fases. Het wenshalen, het wensontwerp, voorbereiding en verheugen, de wensvervulling en het wenseffect. Door een wenskind tijdens de Wish Journey positieve ervaringen te laten beleven, creëren we een langere periode van positieve energie en kracht.

Na de aanmelding

Het begint met een aanmelding. In principe mag iedereen dat doen. Opa of buurman. Verpleegkundige of schoolleider. Na goedkeuring van de aanmelding sturen wij wat inspiratiestof toe. De Wish Journey is begonnen.

1. Wenshalen - Twee vrijwilligers komen thuis langs voor een intakegesprek. Alles komt aan bod; tot zelfs het lievelingseten toe. Aan de hand van hun aantekeningen kan het team aan de slag.

2. Wensontwerp – Elke Wish Journey is een creatief maatwerkproces en wordt tot in de kleinste details ingevuld. Meestal gaan deuren open die normaal gesloten blijven. Een speeltuin afhuren? Geen probleem. Een mini K3-pakje maken? Ook niet.

3. Voorbereiding en verheugen - Samen met de familie leeft het kind toe naar de wensvervulling. De impact van deze fase is soms net zo sterk als de daadwerkelijke wensvervulling zelf. Of om Winnie the Pooh te citeren: 'Want al was honing eten vreselijk prettig, er was toch één ogenblikje, vlak voor ik begon, dat nóg prettiger was.'

4. Wensvervulling – Tijdens de wensvervulling blijven de vrijwilligers op de achtergrond. Het kind staat centraal, niet zij. Maar iedereen geniet natuurlijk even hard mee.

5. Wenseffect - De herinneringen leggen we vast voor het fotoboek dat een paar weken later wordt opgestuurd. De positieve impact van de wens duurt voort, lang nadat deze is vervuld en raakt niet alleen het wenskind, maar zijn hele omgeving.

Voor 'every eligible child'

Kortom, een Wish Journey is, zoals onze collega's van Make-A-Wish International het zo mooi weten te verwoorden: 'A wish is not a fleeting gift – it's a carefully planned journey, designed to complement a child's medical treatment, and give them the hope, strength and joy they need to fight their illness.'

1
Wenshalen

2
Wensontwerp

3
Voorbereiding en verheugen

4
Wensvervulling

5
Wenseffect

TEAM MARKETING & FUNDRAISING

Team Marketing & Fundraising is verantwoordelijk voor alle fondsenwervende activiteiten waarmee we Wish Journeys realiseren. Deze activiteiten zijn erop gericht de inkomsten te verhogen, op een gespreide en gebalanceerde manier. Wij streven naar een verhouding van maximaal 25% wervingskosten ten opzichte van de totale baten uit eigen fondsenwerving. Dit boekjaar was dit percentage 24%.

Regio's

We kunnen niet zonder de talloze betrokken mensen die zich in dit boekjaar weer belangeloos hebben ingezet voor Make-A-Wish Nederland. We zitten echt in de haarvaten van de samenleving. Particulieren, scholieren, studenten, bedrijven, kerken en serviceclubs: hun acties stellen ons in staat meer Wish Journeys te organiseren. De acties liepen uiteen van het verkopen van drankjes tijdens een speciaal dinerevent tot het organiseren van sportevenementen. Waar mogelijk met steun van onze vrijwilligers. Vaak waren we er zelf ook bij om de actie samen met de lokale actievoerder(s) tot een succes te maken.

1.006 acties gestart

Onze doelstellingen voor dit boekjaar waren 1.040 acties in de regio en een opbrengst van € 1.300.000,-. Uiteindelijk zijn wij uitgekomen op 1006 acties met een totale opbrengst van € 1.130.714.

Particuliere markt

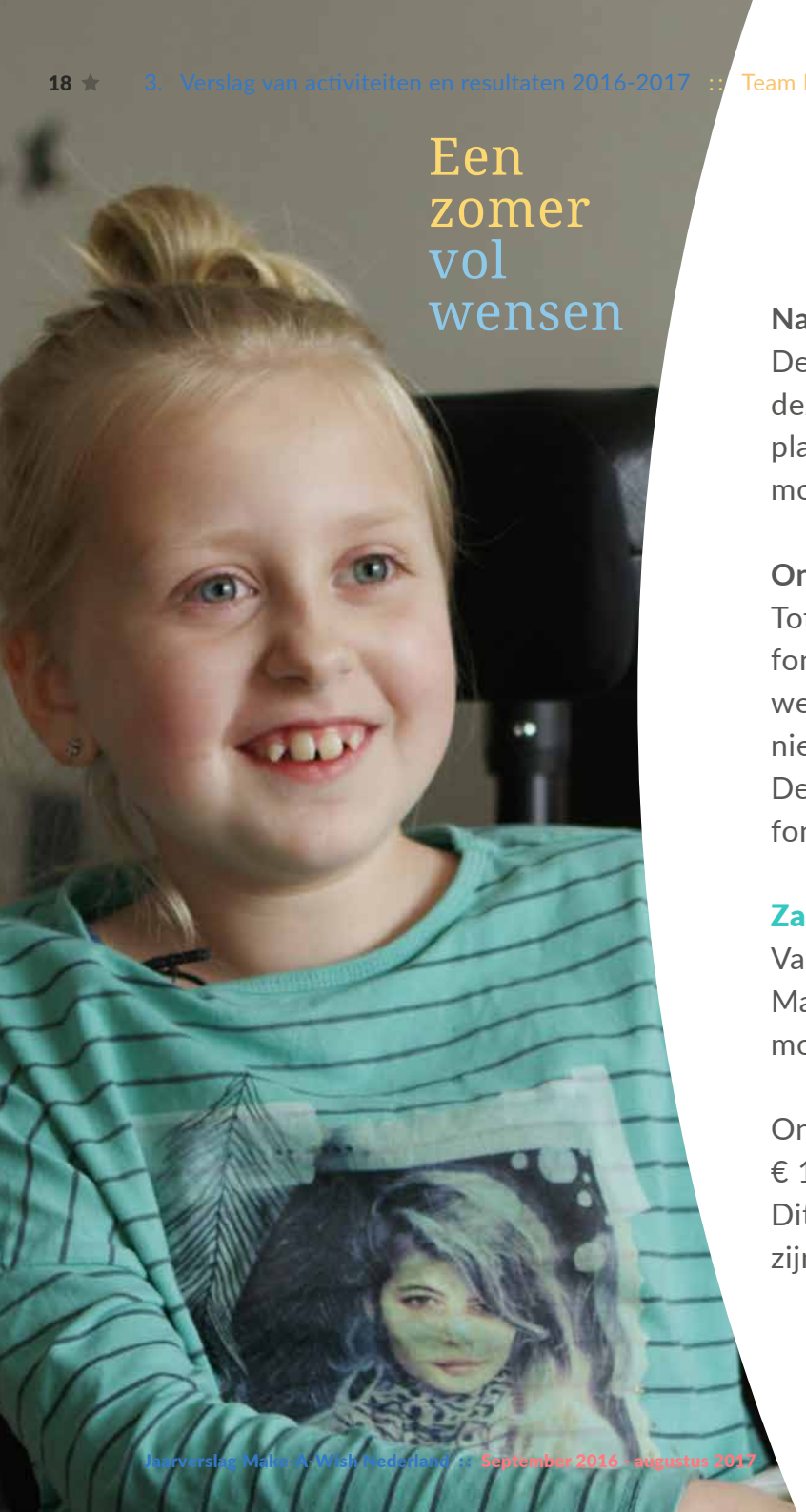
Meer dan de helft van onze inkomsten is afkomstig van particuliere donateurs. In dit boekjaar 54% om precies te zijn. Samen hebben onze donateurs € 3.507.757 gerealiseerd, ruim 10% onder de begrote € 3.973.000. De reden is het niet doorgaan van een grote wervingsactie die gepland stond in het voorjaar van 2017. Het gemiddelde giftbedrag bleef stabiel op € 5,71 per maand. En de opbrengst is nog steeds aanzienlijk meer dan de € 2.767.069 in boekjaar 2015-2016.

Nieuwe donateurs

Er zijn 8.758 nieuwe donateurs bijgekomen. Met dit aantal komen we nu uit op 45.539 structurele donateurs. Voor de donateurs hebben we een interessant loyaliteitsprogramma opgestart, met als doel de geworven donateurs langer aan ons binden.

Opbrengst uit giften

De opbrengst uit giften en notariële akten bedroeg dit boekjaar € 316.591: 76% van de begrote € 418.000. We merken dat dit onderdeel lastig te begroten is, omdat we hierin echt afhankelijk zijn van de intentie van mensen een gift of schenking te doen. En dat weten wij niet op voorhand. Hoogstens kunnen we bij het opstellen van de begroting een inschatting maken op basis van de trend in voorgaande jaren. Het ene jaar pakt dit goed uit, en het andere jaar wat minder.



Een zomer vol wensen

Nalatenschappen
Deze werkwijze hanteren wij ook voor het begroten van de post nalatenschappen. Bij deze post viel de opbrengst dit jaar bijna tweemaal hoger uit dan begroot: € 136.425 in plaats van € 70.000. Dit heeft te maken met het feit dat we vier grote nalatenschappen mochten ontvangen.

Onlinecampagne
Tot voor kort waren we nog niet echt actief op digitale kanalen voor het werven van fondsen. Gezien het grote bereik van social media en andere onlinekanalen hebben we dit boekjaar benut om te experimenteren. En zo ervaring op te bouwen met een nieuw digitaal concept. Onze eerste onlinecampagne vond in mei-juni 2017 plaats. De onlinecampagne 'Zomer vol Wensen' was een groot succes en bracht € 16.735 aan fondsen op.

Zakelijke markt

Vanuit een visie op maatschappelijk verantwoord ondernemen dragen veel bedrijven Make-A-Wish Nederland een warm hart toe. Wij spelen hierop in door ze verschillende mogelijkheden te bieden om zich aan ons te verbinden.

Ondanks onze inspanningen zijn de inkomsten uit de zakelijke markt gedaald van € 1.118.593 in boekjaar 2015-2016 naar € 767.174 in dit boekjaar. Een daling van 31%. Dit komt omdat het contract met een hoofdsponsor is afgelopen en we er nog niet in zijn geslaagd een nieuwe grote sponsor te vinden.

Trends

Er is een duidelijke trend zichtbaar in hoe bedrijven een goed doel als Make-A-Wish Nederland willen steunen. De tijd van uitsluitend financiële support (sponsoring) lijkt voorbij. Liever zijn bedrijven meer betrokken bij ons werk of hebben ze de behoefte de impact van een Wish Journey zelf te ervaren. Met de Business Challenge en de Wensadoptie sluiten we goed op deze behoefte aan.

In 2017-2018 gaan we een stap verder en ontwikkelen we een nieuwe propositie voor de zakelijke markt. De nieuwe propositie stelt bedrijven straks concreet in staat om op een unieke manier bij te dragen aan de totstandkoming van een allerliefste wens. En tegelijk impactvol invulling te geven aan hun MVO-beleid.

Daarnaast zien we groeiperspectief in inkomsten uit 'cause-related' marketing. Dat wil zeggen dat bedrijven een product koppelen aan Make-A-Wish Nederland. Bij elk verkocht product gaat een deel van de opbrengst naar ons.

Wensadoptie

Met een wensadoptie koppelen bedrijven of verenigingen hun donatie direct aan een wens. Zo weten zij precies waar het geld naartoe gaat. Er bestaan drie pakketten. De pakketten variëren qua bedrag en inhoud en tegenprestatie: van een uitgebreid verslag van de wensvervulling tot het daadwerkelijk meebeleven van een wensvervulling. In dit boekjaar hebben we met de verkoop van wensadopties € 108.585 aan inkomsten gegenereerd. Dat is € 8.585 meer dan begroot (€ 100.000) en € 28.624 meer dan vorig boekjaar.

Business Challenge

Bedrijven kunnen ervoor kiezen om een donatie te doen aan Make-A-Wish Nederland in ruil voor een event. In zo'n Business Challenge gaan de medewerkers in teams van ongeveer tien personen met elkaar de strijd aan om een of meerdere Wish Journeys te organiseren. Tegelijk is het de bedoeling dat ze deze Wish Journeys ook weten te financieren, door geld op te halen binnen hun eigen netwerk. Dit boekjaar vonden er negen Business Challenges plaats. De totale opbrengst was € 146.282 tegen € 37.500 in 2015-2016 en € 56.104 in het jaar daarvoor. Het concept Business Challenge lijkt dus goed aan te sluiten bij de behoefte van bedrijven om op een leuke manier invulling te geven aan hun MVO-beleid. We zetten ons nadrukkelijk in om deze groei voor boekjaar 2017-2018 te continueren.

Sponsoring

Onder sponsoring verstaan we 'het steunen van Make-A-Wish Nederland door geld of andere middelen'. Sponsoring kan zowel financieel of 'in natura' plaatsvinden.

Financieel

Dit boekjaar is een bedrag van € 571.034 aan sponsorgelden binnengehaald. Een aanzienlijk deel hiervan komt uit de vaste jaarlijkse bijdrage van € 250.000 en de verkoop van geoormerkte

loten van de VriendenLoterij. Het Visbureau riep ons uit tot goede doel van het jaar. Hierdoor mochten we € 65.000 op onze rekening bijschrijven: de opbrengst van de veiling van het eerste haringvaatje.

In natura

Steun 'in natura' is minstens zo waardevol, want het helpt ons de kosten zo laag mogelijk te houden. Golden Tulip bijvoorbeeld heeft ons opnieuw in natura gesponsord door zalen ter beschikking te stellen voor landelijke vrijwilligersvergaderingen. Page Personnel sponsort ons niet alleen financieel, maar ook met hun expertise. Wij mogen onze vrijwilligersvacatures breed delen via hun recruitmentdiensten. Advocatenkantoor AKD geeft ons juridisch advies en houdt tevens meerdere keren per jaar een Business Challenge onder het eigen personeel. Wibra steunt ons al jaren financieel door 'draagtassen' te verkopen en elk jaar 40.000 zakjes kruidnoten aan te bieden voor de actie Strooigoed. Albelli maakt, eveneens al jaren, de fotoboekjes van de Wish Journeys. En interieur- en standbouwer Gielissen sponsort ons door belangeloos een nieuwe kinderkamer in te richten als dat de allerliefste wens van een wenskind is.

Cause-related marketing

Bij 'cause-related' marketing koppelt een bedrijf een eigen product, actie of event aan een goed doel. Per verkocht product staat het bedrijf een percentage af van de omzet of marge aan Make-A-Wish Nederland.

Het totaal aan inkomsten uit 'cause-related' marketing is dit boekjaar uitgekomen op € 196.132: € 278.868 lager dan begroot. Dit grote verschil laat zien dat het enorm lastig is om inkomsten uit 'cause-related' marketing in te schatten. We zijn hierin erg afhankelijk van derde partijen en hun successen. Het lagere resultaat is vooral te wijten aan de tegenvallende opbrengsten van enkele nieuwe productacties.

Langlopende productacties
Bij een aantal langer lopende cause-related acties zien we echter wél een stijgende lijn in de opbrengsten. Onder meer bij Buy-Aid (kantoorartikelen), Wibra (draagtassen), Bristol (rugzakken, sokken), Sympany (kledinginzameling) en Lesli (vuurwerk). Hier is nog genoeg ruimte voor groei.

Voor komend boekjaar focussen we ons dan ook op het verder uitbouwen van 'cause-related' marketingacties. De potentiële opbrengsten zijn hoog en de acties leggen nauwelijks beslag op onze organisatie.

Wenstafette

In oktober 2016 organiseerden wij onze eerste eigen 'signature' event: de Wenstafette. Dit event heeft niet alleen veel oud-wenskinderen een leuke dag bezorgd, maar ook € 67.406 aan inkomsten opgeleverd. Aangezien we ook veel hebben geïnvesteerd in dit nieuwe format, waren de kosten voor dit boekjaar hoger dan de opbrengsten. Bij de tweede editie van de Wenstafette in juni 2018 verwachten we een positievere uitkomst, want er zijn dan geen aanloopkosten meer.

DE WENS VAN LENNE, 15 JAAR

Het ziekenhuis

MIEL LINDERS, VERPLEEGKUNDIG SPECIALIST

‘Make-A-Wish bewijst dat een kind als Lenne toch leuke dingen kan meemaken, ondanks haar aandoening’

‘In mijn werk zie ik veel kinderen met epilepsie.’ Miel is verpleegkundig specialist op de afdeling kinderneurologie van het Radboud UMC in Nijmegen. Hij gaat ook over de effecten van een neurologische aandoening in het dagelijkse leven van een kind. Wat betekent het, waarin word je beperkt, waardoor krijg je juist weer energie? ‘Zeg maar de psychosociale kant.’

Een verdiende oppepper

Hij geeft aan dat epilepsie het leven van een kind echt kan beheersen. ‘En dat van de ouders, want je bent er als gezin doorlopend mee bezig.
Altijd maar weer die angst voor een nieuwe aanval.’ Daarom vindt hij het zo goed dat Make-A-Wish bestaat. ‘Het naar een wensvervulling toeleven geeft kinderen en hun familie een beetje lucht. Een stimulans in alle misère.’

Miel herinnert zich de aanvraag voor Lenne nog goed. ‘Ze zat niet lekker in haar vel; de puberteit speelde wellicht een rol. Op een bepaald moment bedacht ik me: misschien komt ze wel in aanmerking voor een wensvervulling. Dit heb ik natuurlijk eerst met haar ouders besproken. Ze stonden er meteen voor open. Toen ik Lenne vertelde dat Make-A-Wish haar allerliefste wens ging vervullen, leek het alsof er een luikje openging. Ineens kon ik haar weer beter bereiken.’

Lenne is nu veel opener

Kort na de wensvervulling komt Lenne met haar ouders op de poli om te praten over haar vervolgbehandeling. Hij ziet haar helemaal opbloeien als ze vertelt over ‘haar’ dag. ‘Ze raakte niet uitgepraat over de muur van wc-rollen, de roze limousine, de cadeautjes... Ze is veel opener geworden.’

Miel meldt regelmatig een kind aan. ‘Dat hoort gewoon bij mijn werk. Ik weet dat een wensvervulling een boost kan geven. Sterker nog, op het whiteboard achter mijn computer staat in grote letters makeawishnederland.org. Een geheugensteuntje. En dat ziet iedereen die bij mij binnenkomt.’ Kost een aanmelding hem dan niet veel tijd? ‘Nee. Dat is echt heel simpel, ik ben in vijf minuten klaar.’

TEAM COMMUNICATIE

Bouwen aan een sterk merk is intern en extern de juiste middelen en acties inzetten. Dit boekjaar was het jaar van de transformatie naar een storytelling/storysharing merk. Als we met succes onze verhalen weten te vertellen en te delen, kunnen we meer mensen raken en verbinden met Make-A-Wish Nederland.

Campagnes

Guino, 14 jaar, ontmoet wereldkampioen kickboksen

Met zijn zeldzame hartafwijking mag Guino zich niet fysiek inspannen. Niet leuk, want hij is fan van Rico Verhoeven, de wereldkampioen kickboksen. Op 13 februari 2017 namen wij hem in de limousine mee voor een meet & greet met zijn held. Deze ontmoeting gaf hem zo veel kracht dat hij het gevecht tegen zijn ziekte beter kon aangaan. Met 1,3 miljoen weergaven en 15.000 likes was ook dit verslag op Facebook een groot succes. Rico Verhoeven zelf sprak uit dat hij de wensvervulling van Guino nóg mooier vond dan wereldkampioen worden. Een bijna paginagroot artikel in De Telegraaf onderstreepte zijn verhaal.

Quincy, 16 jaar, dj in de dop

De Quincy campagne is een goed voorbeeld van storytelling om de merkbekendheid verder

te verhogen. De campagne is in het najaar van 2016 gelanceerd. Quincy's allerliefste wens? De nummer 1-dj van de wereld worden. Maar dat word je natuurlijk niet zomaar. Zeker niet als je een ernstige nierziekte hebt. Samen met platenlabel Spinnin' Records regelden wij dat hij de studio in mocht met dj Oliver Heldens, de nummer 8 van de wereld. Van hun samenwerking en een optreden van Quincy als dj in spe is een korte film gemaakt. De campagnefilm is uitgezonden in tien bioscopen. Ruim 250.000 bezoekers hebben de film gezien. Ook online was de campagne een succes, de compilatie van de wensvervulling van Quincy is ruim 90.000 keer bekeken. Quincy is nog wel niet de nummer 1, maar hij timmert sindsdien flink aan de weg als dj.

Social mediacampagnes

Liz, 12 jaar, voor 1 dag beroemd

Vanwege haar ernstige epilepsie leidt Liz een heel ander leven dan haar leeftijdgenootjes. Ze mag niet veel prikkels hebben, en sporten kan ook al niet. De rolstoel staat altijd standby. Als ze nou voor één dag beroemd kon zijn...

Op 22 december 2016 is haar wens uitgekomen. Eerst een lekker ontbijt en een metamorfose door de styliste. Daarna stapte ze onder politie-escorte in de roze limousine voor een rit door Amsterdam. Als echte diva moest ze natuurlijk vaak op de foto of interviews geven. Op onze Facebook-pagina hebben we drie keer live verslag gedaan van haar belevenissen. En dat heeft prachtige resultaten opgeleverd. In totaal waren er 77.000 weergaven voor de livestreams en 1,3 miljoen weergaven voor het compilatiefilmpje aan het einde van deze geslaagde dag. Bovendien is het filmpje 11.600 keer gedeeld en 7.500 keer geliked. Een geweldig resultaat!

Communicatie academische ziekenhuizen

Dit boekjaar stelden de teams Communicatie en Wens een plan op de communicatie met de academische ziekenhuizen te verbeteren en daarmee het aantal aanmeldingen van wenskinderen te verhogen. Met het plan als uitgangspunt zijn vervolgens verschillende acties opgestart. Denk aan de onlinecampagne 'Meld een kind met kanker aan', in het voorjaar van 2017. Kinderen die kanker hebben, komen namelijk altijd in aanmerking voor een wensvervulling. En we bereiken lang niet altijd alle kinderen. We voerden de campagne dus op een speciale Facebook community voor kinderen met een oncologische diagnose. Met de campagne wisten we 173.724 mensen te bereiken en het filmpje is ruim 43.000 bekeken. Het resultaat: dertien aanmeldingen en flink wat bekendheid onder de specifieke doelgroep.

Verder hebben we de zorgverleners meer gericht benaderd met op maat gemaakte communicatie via mailings en video's. Ook onze aanwezigheid op medische congressen heeft bijgedragen aan een betere bekendheid van Make-A-Wish Nederland.

World Wish Day

Jaarlijks organiseren wij op 29 april de World Wish Day. De verjaardag van de wens die in 1980 de reden was van de oprichting van de Make-A-Wish Foundation International. We hebben deze verjaardag gevierd in de koninklijke wachtruimte op het Centraal Station van Amsterdam. Samen met speciale genodigden, waaronder zorgverleners, wenskinderen, vrijwilligers, ambassadeurs én zakelijke relaties. Na de aftrap verplaatste het gezelschap zich in een speciale Make-A-Wish treincoupé naar het plein voor het AFAS-theater. Hier stonden oud wenskind dj Quincy en Irene Moors klaar om het

publiek te vermaken. Dit alles leverde ons mooie publiciteit op, waaronder bij Radio 538 en BNR Nieuwsradio. Op World Wish Day lanceerden we tevens de onlinecampagne ‘Zomer vol Wensen’.

Make-A-Wish documentaire

We zijn in het boekjaar ook gestart met de productie van de Make-A-Wish documentaire. Aan de hand van een diamantvertelling brengt regisseur Bas Goossens de Wish Journeys van de wenskinderen Sem, Fauvé en Richard in beeld. Met de documentaire brengen we de hele Wish Journey onder de aandacht van de buitenwereld.

Nieuwe website

De huidige website werkt niet goed op mobiel of op de iPad. En we willen de verhalen die we vertellen ook online delen. Dit boekjaar is dus veel tijd gestopt in de ontwikkeling van een nieuwe website. De nieuwe website is straks volledig responsive. Dat wil zeggen goed te bezoeken via desktop, smartphone, tablet én laptop. Tegelijk pakken we ook de look & feel aan, zodat de nieuwe website rustig oogt en kwaliteit uitstraalt. Kortom: op alle fronten een grote stap vooruit!

Veiling eerste haringvaatje

Onder het motto ‘echte maatjes laten liefste wensen uitkomen!’ is het eerste vaatje Hollandse Nieuwe tijdens de traditionele haringveiling voor € 65.000 verkocht. De opbrengst was geheel voor Make-A-Wish Nederland. In de relevante media leverde dit veel publiciteit op. Van RTL en Radio 538 tot het AD, Nederlands Dagblad en verschillende regionale kranten.

Ambassadeurs

Onze ambassadeurs zijn dé gezichten van Make-A-Wish Nederland. Zij zetten hun netwerk en persoonlijke verhalen in om onze verhalen onder de aandacht te brengen bij een breder publiek. Actrice en presentatrice Wendy van Dijk leverde een bijdrage aan onze documentaire en was betrokken bij de veiling van het eerste haringvaatje. Entertainers Rob & Emiel en acteur Guillermo Hilversum deden onder meer actief mee aan de Wenstafette en de World Wish Day. Zanger Xander de Buisonjé werkte mee aan een wervingscampagne. Actrice en presentatrice Fockeline Ouwerkerk liet zich van haar sportiefste kant zien tijdens een grote fondsenwervende estafetteloop. En musicalster Pia Douwes gaf een fantastisch optreden in de Make-A-Wish stand tijdens de Country & Christmas Fair.

Schrijfster Vivian Reijs en sportpresentator Sjoerd van Ramshorst zijn er dit jaar nieuw bijgekomen. Vivian in de rol van wensvervuller. En Sjoerd als enthousiaste ambassadeur voor de provincie Gelderland. Volgens hem ‘hoort een kind elke dag te spelen, te dromen en een beetje gek te doen.’

TEAM HR

Wij zijn een krachtige organisatie die drijft op 400 collega's met talent en passie. Met persoonlijke betrokkenheid bij onze doelgroep. En de drive om samen het onmogelijke mogelijk te maken. 39 collega's (27,8 fte) werken op kantoor en 386 door heel Nederland. Het team HR (Human Resources) geeft vorm aan werkgeverschap voor onze collega's op kantoor én in het land.

Organisatie in beweging

In ons meerjarenbeleidsplan 2016-2019 staat beschreven dat we een wendbare, flexibele organisatie willen zijn. We zijn ervan overtuigd dat dit dé manier is om onze organisatie toekomstbestendig te maken en te houden. Hoe efficiënter we werken, hoe meer geld we kunnen besteden aan de gewenste groei: voor zoveel mogelijk kinderen een Wish Journey vervullen.

De vrijwilligers

Een groot deel van ons werk wordt gedaan door onze collega's in het land: een loyale groep vrijwilligers. Zij zijn onmisbaar in het bereiken van de gewenste groei. Dit vraagt snel schakelen en beslisbevoegdheden bij de collega's die de uitvoering voor hun rekening nemen. Plus een goede facilitering en aansturing vanuit kantoor.

Het is enorm belangrijk deze groep voor een langere periode aan ons te binden. We bieden nu andere, flexibelere vormen van vrijwilligerswerk aan, en passende trainingen. De samenleving verandert en mensen maken bewustere keuzes in de manier waarop ze hun tijd en talenten willen besteden. Make-A-Wish wil graag bekend staan als werkgever die onderscheidend en uitdagend vrijwilligerswerk biedt. En die rekening houdt met de agenda en wensen van de vrijwilligers.

Teams

Om de teamorganisaties in het land goed te begeleiden, is de kantoororganisatie inmiddels omgevormd naar een platte organisatiestructuur. In het boekjaar zijn we gaan werken in wendbare teams. Elk team zoekt vanuit zijn eigen specialisme de samenwerking met de andere teams op. De nieuwe organisatiestructuur is gebaseerd op korte lijnen, soepele beslisprocessen en een functionele operationele samenwerking met de directie. Deze nieuwe manier van werken stelt ons beter in staat de teams met vrijwilligers in het land op maat te bedienen.

Changeboard

Een organisatie verander je niet alleen, dat doe je samen. Vandaar dat we sinds dit boekjaar de verandering met elkaar vormgeven in een ChangeBoard. In dit overleg hebben collega's uit de hele organisatie zitting en bouwen we in verschillende werkgroepen hard aan de toekomst.

Werken als collega-vrijwilliger

Elke dag geven onze vrijwilligers belangeloos vorm aan de doelstellingen van Make-A-Wish Nederland. Zij hebben veel, heel veel impact op het leven van anderen. Van de kinderen voor wie zij met liefde een Wish Journey organiseren. Van de mensen uit de omgeving van die kinderen. En van de mensen die actie voor ons voeren, of namens hun bedrijf of instelling een wensvervulling mogelijk maken. Vaak zorgen zij voor onvergetelijke herinneringen die nog heel lang effect hebben op alle betrokkenen. Er is nauwelijks een profiel te geven van dé Make-A-Wish vrijwilliger. Hij of zij komt uit heel Nederland. Man en vooral ook vrouw. Van student tot gepensioneerd. Van flexibel

voor enkele uren tot structureel. Van nog maar kort actief tot al meer dan 25 jaar betrokken. Zonder uitzondering zijn zij met overtuiging betrokken bij onze missie en ambities. Wij vormen een vaste plek in hun leven.

Van een organisatie gebouwd op specialismen in grote regionale gebieden vindt momenteel de transitie plaats naar een organisatie waarin verschillende specialismen juist nauw met elkaar verbonden zijn. En mensen met elkaar samenwerken in kleine, wendbare teams. Voor vrijwilligers kunnen we zo de werkgever zijn waarin hun talent, motivatie en mogelijkheden helemaal tot recht komen. We onderscheiden de volgende disciplines:

- collega-vrijwilligers betrokken bij het creëren van een Wish Journey;
- collega-vrijwilligers betrokken bij het organiseren van een fondswervend event;
- collega-vrijwilligers betrokken bij het ondersteunen en faciliteren van alle maatschappelijke initiatieven die ontplooid worden ten gunste van Make-A-Wish Nederland;
- collega-vrijwilligers betrokken bij de communicatie in de regio's, van persberichten schrijven tot van voorlichting geven bij scholen, business clubs en bedrijven.

Werken als collega op kantoor

Op kantoor werken we hecht met elkaar samen in kleine teams waarin verschillende specialismen vertegenwoordigd zijn. De teams Marketing & Fundraising, Communicatie, Algemene Zaken & Financiën, Wens en HR. En sinds dit boekjaar het team Vrijwilligers-management. De medewerkers uit dit team begeleiden, faciliteren en geven sturing aan de vrijwilligers in het hele land. Om de vrijwilligers op elk moment relevante

> Zonder vrijwilligers bereiken we nooit de gewenste groei

informatie te kunnen geven, hebben we de WishDesk gelanceerd. Deze servicedesk is doordeweeks tussen 8.30 en 17.00 uur bereikbaar voor antwoorden en inhoudelijk advies.

Over het team

Zoals gezegd wil Make-A-Wish Nederland een aantrekkelijke werkgever zijn voor onze collega's, op kantoor en in het land. De formatie van het team HR is dan ook aangepast op deze doelstelling. Elk van de vier medewerkers (2,8 fte) heeft een focusgebied binnen het team.

TEAM ALGEMENE ZAKEN & FINANCIËN

Het team Algemene Zaken & Financiën is verantwoordelijk voor diverse ondersteunende processen in de organisatie. Denk aan de financiële administratie, marketingadministratie en ICT, en de facilitaire zaken, waaronder de receptie en huisvesting. Het team ondersteunt en faciliteert de andere teams en stuurt daarbij nadrukkelijk op de inkomsten en uitgaven van Make-A-Wish Nederland.

Voor het boekjaar 2016-2017 waren de doelstellingen met name gericht op de overgang naar de ICT cloud werkomgeving, het plannen van de verhuizing en de overige financieel administratieve zaken.

Overgang naar de ICT cloud werkomgeving

In het voorjaar van 2017 zijn wij met onze ICT-infrastructuur van on premise (in huis) naar ICT in de cloud overgegaan. Dit betekent dat wij onze hardware niet meer inpandig hebben draaien, maar in een datacenter. De overstap heeft de toegankelijkheid (any place, any device), de schaalbaarheid (wendbare organisatie), de performance

(minder uitval/storingen) en tenslotte de beveiliging van onze ICT-omgeving sterk verbeterd. Mede dankzij de goede planning en inzet van de ICT-medewerker en de ICT-leverancier is de overstap goed verlopen en hebben we deze doelstellingen behaald.

Verhuizing

Al in boekjaar 2015-2016 is het besluit genomen om te verhuizen. Het pand in Woerden was sterk verouderd en onpraktisch. Het is ons gelukt een prachtige nieuwe locatie te vinden op het Media Park in Hilversum. De verhuizing is eind 2017 afgerond. Het nieuwe pand biedt ons een inspirerende en praktische werkomgeving.

Overige financieel administratieve zaken

Make-A-Wish Nederland ontvangt regelmatig kortingen of gratis goederen en diensten van leveranciers. Onder bepaalde voorwaarden mogen we deze in geld waardeerbare prestaties verantwoorden als kosten en opbrengsten. Door deze kortingen of goederen zijn wij in staat meer wensen te vervullen. Dit boekjaar bedroeg de werkelijke waarde van deze kortingen en diensten bijna € 300.000. Een groot compliment aan Team wens en de vrijwilligers, want zij maken de afspraken met de leveranciers. Onze dank gaat vooral ook uit naar alle leveranciers die ons soms al jarenlang op deze manier financieel steunen en zo meer wensen mogelijk maken.

Make-A-Wish International

Make-A-Wish Nederland is samen met 50 andere landen aangesloten bij de wereldwijde organisatie Make-A-Wish International. Deze samenwerking levert ons veel voordelen op, alleen al voor de wensvervullingen in het buitenland. Daarnaast werft Make-A-Wish International ook wereldwijde sponsoren en ondersteunen zij ons met kennis en materialen, zoals bijvoorbeeld de brandmanual en een mediakit. Voor deze dienstverlening betalen wij een fee aan Make-A-Wish International.

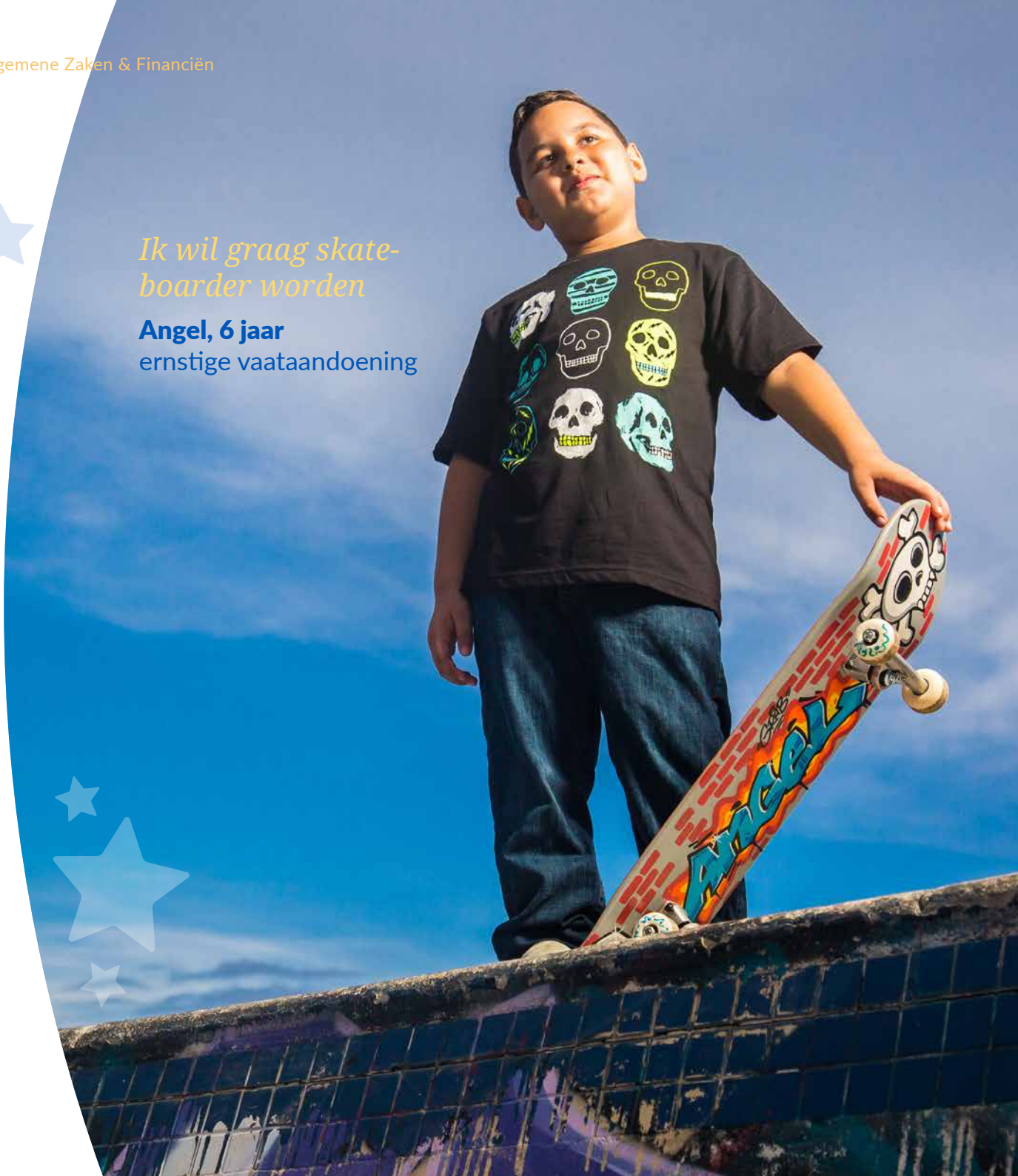
Risico(beheersing)

Team Algemene Zaken & Financiën besteedt periodiek aandacht aan de mogelijke risico's die wij als organisatie lopen en de beheersing ervan. In het teamleidersoverleg en met het Bestuur brengen wij de risico's en beheersmaatregelen in kaart. We doen er alles aan om de risico's te beperken. Om die reden treffen wij vooraf beheersmaatregelen.

Wij onderkennen de volgende belangrijke risico's en stellen daar de volgende beheersmaatregelen tegenover:

1. Aantal aanmeldingen blijft achter bij de begroting
   Make-A-Wish Nederland is nog onvoldoende bekend in de ziekenhuizen. Daarom hebben we dit boekjaar onze zichtbaarheid verhoogd in ziekenhuizen en op symposia. Ook hebben we een aantal ziekenhuisvrijwilligers geworven met medische achtergrond. Daarnaast hebben we onderzocht hoe we bij de ziekenhuizen het aanmelden van een kind 'top of mind' konden krijgen én houden. Hiervoor hebben we het aanmeldproces versoepeld en wordt er een app wensaanmeldingen ontwikkeld.
2. Naamsbekendheid (in top-40 goede doelen) blijft achter
   Bouwen aan een sterk merk kost tijd. Wij werken aan onze naamsbekendheid door onze merkcampagne te herhalen en landelijk naar buiten te brengen. Een hogere naamsbekendheid helpt ons meer fondsen en meer aanmeldingen te genereren.
3. Effect negatieve publiciteit/ reputatierisico
   Make-A-Wish Nederland kan op verschillende manieren reputatieschade oplopen. De kans bestaat dat we zelf een fout maken. Of dat we slachtoffer worden van cybercrime, of de dupe worden van negatieve publiciteit over ander goede doelen. Een goede reputatie is van groot belang voor ons werk. Imagoschade zal zeker leiden tot minder inkomsten en een afname van vrijwilligers en wensaanmeldingen. Wij zijn ons zeer bewust van het belang van een goede reputatie. Goede relaties met al onze belanghebbenden vinden wij dan ook van grote waarde. Het team Communicatie en de directie spelen hierin een belangrijke rol.
   Samen hebben wij een vragenlijst opgesteld waar de meest voorkomende vragen over merk en positionering in voorkomen. Daarnaast is een pr-protocol opgesteld.

4. Financiële risico's ten aanzien van de opbrengsten.
   Het risico bestaat dat belangrijke opbrengstencategorieën zich niet conform verwachting ontwikkelen, bijvoorbeeld door het achterblijven van acties of een afname van samenwerkingen in de zakelijke markt. Onze acties om deze risico's te beheersen en de daadwerkelijke ontwikkelingen van de opbrengstenposten zijn beschreven in de jaarrekening aan het einde van dit verslag en tevens in het voorgaande onder ''Team Marketing & Fundraising''.



Ik wil graag skate-boarder worden

Angel, 6 jaar
ernstige vaataandoening

DE WENS VAN LENNE, 15 JAAR

De Business Challenge

LIESELOT OOSTERKAMP, MANAGING DIRECTOR BAKER MCKENZIE AMSTERDAM

‘Wij zochten een teambuildingsactiviteit met impact’

Elk jaar organiseert Baker McKenzie een bijzondere teambuildingsdag voor alle collega’s. ‘Dat doen we om twee redenen: verbinding creëren tussen onze mensen én iets betekenen voor de samenleving.’

De perfecte combi

Een advertentie van Make-A-Wish zet Lieselot op het spoor van de Business Challenge. ‘Ik heb direct contact gezocht. De opzet sloot precies aan bij onze wensen. Een beetje geluk in het leven van kinderen brengen, in combinatie met een dag vol competitie, creativiteit en samenwerking.’ In juni 2017 is het zover. Onder leiding van vrijwilligers van Make-A-Wish gaan de ruim 200 deelnemers van Baker McKenzie in zestien teams met elkaar de strijd aan. Met als doel zo veel mogelijk wensen te vervullen en geld op te halen voor Make-A-Wish. ‘Een teller hield de stand bij; dat maakte ons nóg competitiever. Uiteindelijk hebben we zestien wensen vervuld en ruim €40.000 opgehaald. Fantastisch, al die energie die daarbij vrijkwam.’

Alles uit de kast halen

Het team van Lieselot ontfermt zich over de wensvervulling van Lenne. ‘Wij vonden het een sport om alles gratis voor elkaar te krijgen. We hadden wel een klein budget van Make-A-Wish, maar daar wilden we natuurlijk niet aankomen. De bedrijven die we belden, waren stuk voor stuk bereid een bijdrage te leveren.’

Het is nog best een gepuzzel om al die losse onderdelen in een logische volgorde te krijgen. Hoe combineer je wc-rollen nou met Japanse zoutjes en een pandabeer? ‘We wilden Lenne helemaal in de watten leggen, maar haar ook niet overprikkelen. Daarom voegden we er een overnachting in een hotel aan toe. Zo kon Lenne de volgende dag uitgerust naar het Ouwehands Dierenpark. Naar de pandaberen.’ Leuk detail: in de oude brandweerauto van een van haar collega’s.

Voor elk bedrijf een aanrader

Lieselot vindt het heel leuk dat Make-A-Wish achteraf nog een terugkoppeling geeft van het verloop van de wensvervulling. ‘Ik vind sowieso dat Make-A-Wish onze Business Challenge perfect heeft geregeld. Ik kan het elk bedrijf aanraden. We hebben de impact nog lang daarna gevoeld, door de hele organisatie heen. Zelfs nu praten collega’s er nog over.’

4. Toekomst

DOELSTELLINGEN 2017-2018 EN VERDER...

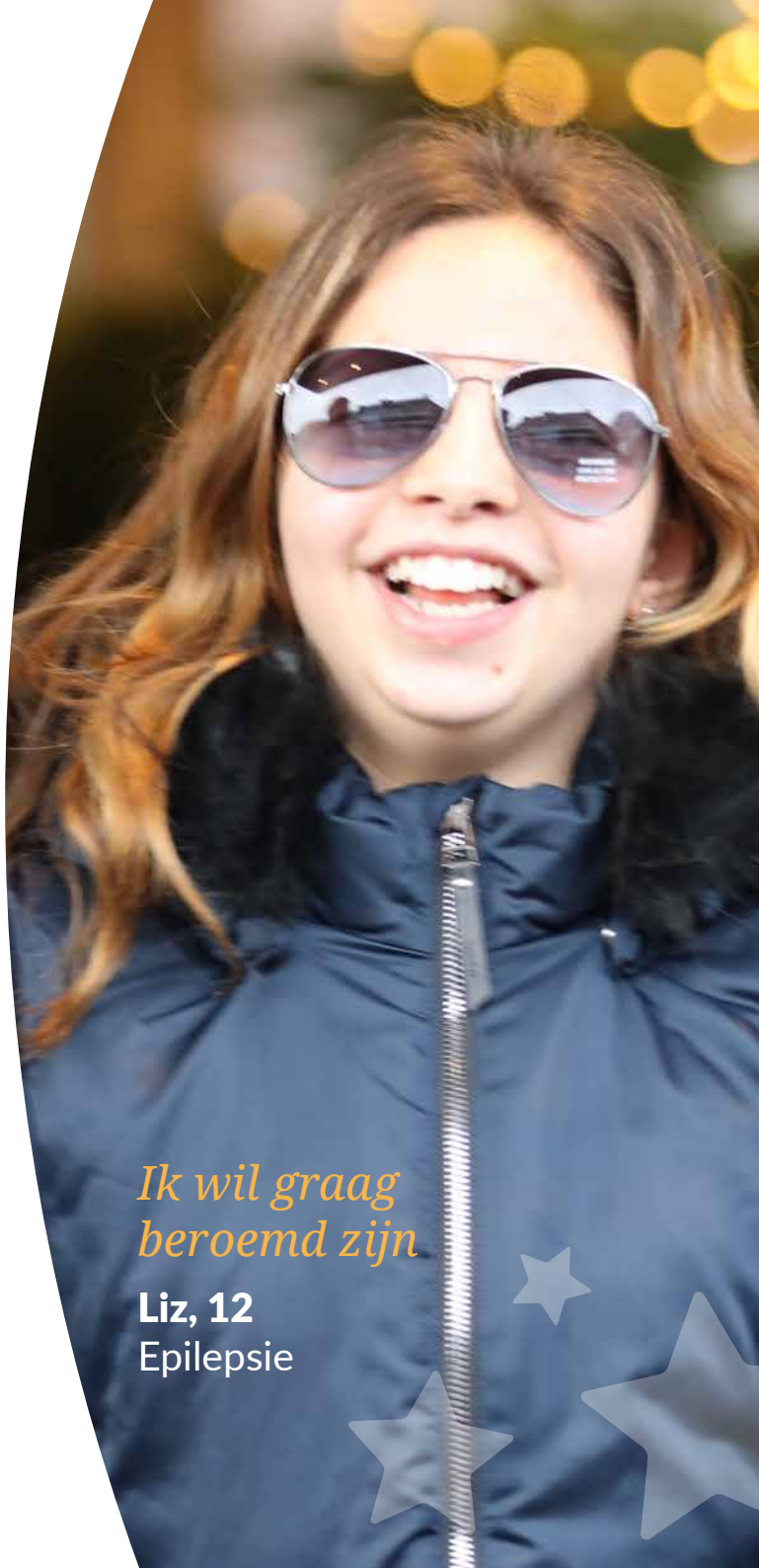
Ons Meerjarenbeleidsplan loopt van 2016 tot 2019. We zijn dus halverwege. De komende twee jaar is het keihard werken om de gewenste 750 Wish Journeys te realiseren. We doen er dus alles aan om de organisatie wendbaar en flexibel te maken én te houden. Te zorgen voor een duurzame fondsenwervingsstrategie. En een storysharing merk te worden.

Meer aanmeldingen

Nu al proberen we zoveel mogelijk kinderen met een ernstige, soms zelfs levensbedreigende ziekte een onvergetelijke Wish Journey te bezorgen. Het is onze ambitie om dit te doen voor élk kind dat hiervoor in aanmerking komt. Voor het boekjaar 2017-2018 is ons doel 650 Wish Journeys op te starten én af te ronden. 375 binnenlandse, 175 buitenlandse en 100 voor de nieuwe doelgroep cognitief onder de 3 jaar. Ons hogere doel is zelfs: de komende jaren substantieel doorgroeien naar 850 Wish Journeys. Groei die we onder meer willen bereiken door het relatiebeheer met de ziekenhuizen te versterken. Hiervoor zijn negen vrijwilligers aangetrokken met een medische achtergrond. Begin 2018 is de handige aanmeldapp klaar.

Wish Journey in ons DNA

Verder geven wij een vervolg aan wat wij in dit boekjaar zijn gestart: de why/how/what van de Wish Journey op een kwalitatief hoogwaardig niveau krijgen en verankeren in het DNA van de hele organisatie.



Vertel het verder

Make-A-Wish moet een A-merk worden. Een doelgroep gedreven storytelling merk. We zijn als goed doel afhankelijk van giften en acties van bedrijven en particulieren. Om de merkbekendheid te vergroten, gaan we verder op de ingeslagen weg van storytelling. Verhalen die we met de buitenwereld delen en onze naamsbekendheid verhogen bij een breder publiek. Die gaan over waar we voor staan en over de impact van ons werk. Een van de belangrijkste kanalen voor storytelling is onze website. De nieuwe website staat begin 2018 live. Tegelijk laten we ons steeds meer zien op social media.

Meer inkomsten uit fondsen

Om de gestelde doelen te realiseren, zoeken we nieuwe, meer structurele vormen van fondsenwerving. Denk aan straatwerving voor nieuwe donateurs, nalatenschappen en crowdfunding. Of het verder uitbouwen van de zakelijke markt. Het succes van ons eerste grote event, waarvoor we in november 2017 ál onze relaties en stakeholders uitnodigden, vraagt om een vervolg. Daarnaast zoeken we de samenwerking op met andere goede doelen en benadrukken we in onze communicatie meer het internationale netwerk van Make-A-Wish. Dat we onderdeel zijn van de grootste wensvervullende organisatie in de wereld, maakt ons aantrekkelijker voor grote bedrijven.

Slimme organisatie

De eerste stappen zijn gezet in het flexibel en wendbaar maken van de organisatie. Na het omzetten van de structuur van de kantoororganisatie volgen de teams in het land. Hiervoor staat een veranderteam klaar van vrijwilligers en mensen van kantoor. Make-A-Wish draait op vrijwilligers. Het is dan ook van groot belang in deze groep te blijven investeren. Zo is eind 2017 een Schrijfwijzer uitgebracht voor alle vrijwilligers, en ontwikkelen we in 2018 een aantal trainingen in storytelling voor de communicatievrijwilligers.

Verhuizing Media Park

De verhuizing naar de nieuwe locatie stond gepland in boekjaar 2017-2018. De verhuizing is inmiddels een feit. Op het Media Park in Hilversum bieden we onze medewerkers een prettige en professionele werkomgeving, waarin we slim met mensen en middelen omgaan. Er is ruimte om elkaar te ontmoeten, en ruimte om verbindingen te leggen met alle creatieve bedrijven om ons heen. Niet voor niets noemt de wethouder van Hilversum het Media Park een verhalenfabriek.

Doelstellingen HR

Om zichtbaar te maken welke mensen achter het merk Make-A-Wish staan, willen we vorm geven aan een WishWall. Op deze WishWall krijgt iedereen een plek: onze donateurs, wenskinderen én vrijwilligers.

In het kort heeft team HR voor volgend boekjaar vier doelstellingen:

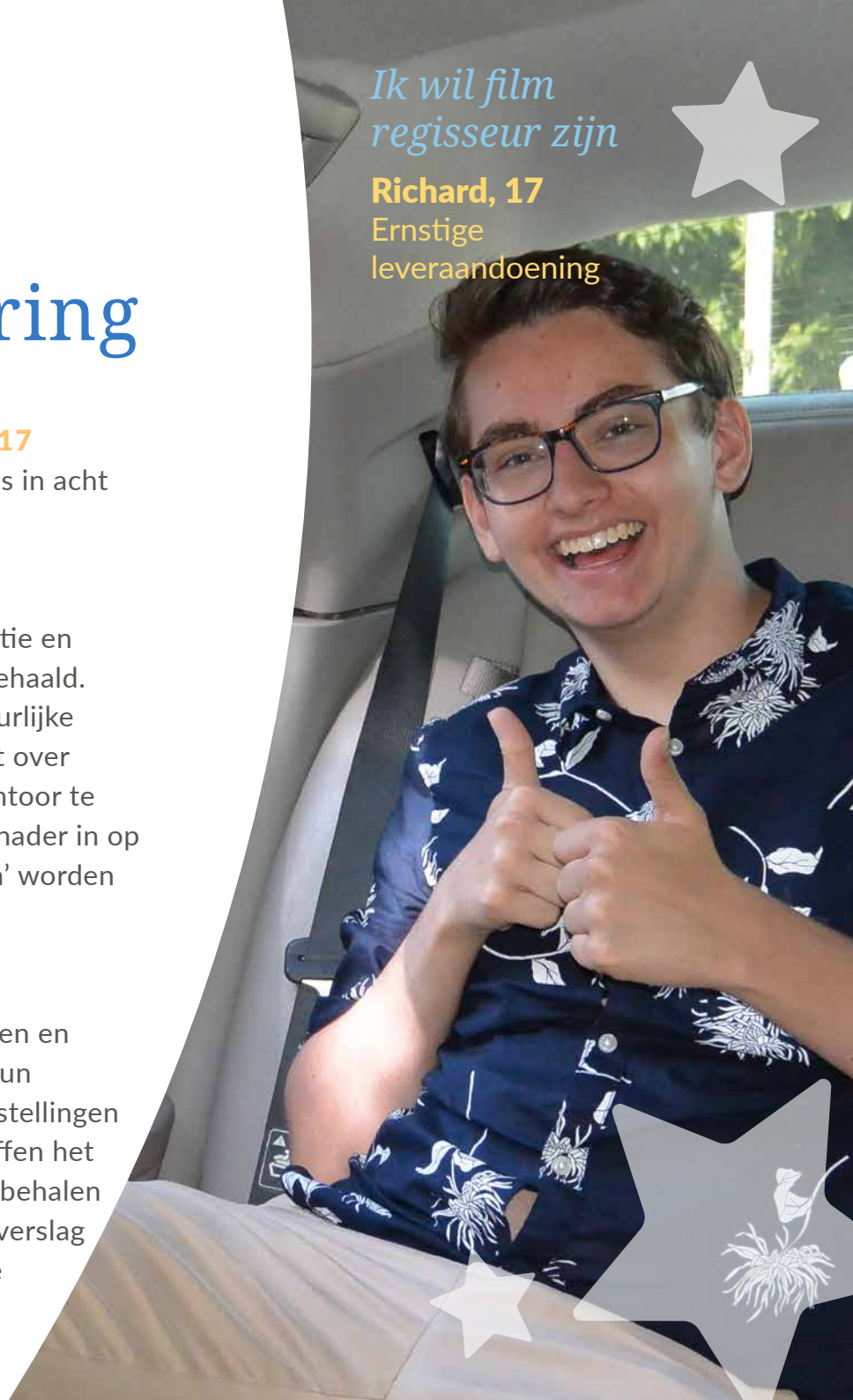
- aantrekkelijk werkgever voor collega's op kantoor of in het land en een loyaliteitsprogramma opzetten voor de vrijwilligers;
- invulling geven aan wendbare teams;
- personeelsadministratie volledig digitaliseren;
- modulair opleidings- en trainingsprogramma ontwikkelen, waar nodig face-to-face en waar mogelijk plaats- en tijdonafhankelijk via elearning.

Automatisering

Een slimme organisatie kan niet zonder goede automatisering. Daarom nemen we in boekjaar 2017-2018 de verdere automatisering van de financiële processen onder de loep. Voor 2018 staat ook de overgang naar een nieuwe versie van ons Microsoft CRM-systeem in de planning.

Begroting boekjaar 2018 (september 2017 - augustus 2018) in €	
BATEN	
Baten uit eigen fondsenwerving	6.408.000
Baten uit acties derden	637.000
Baten uit beleggingen	16.000
Som der baten	**7.061.000**
LASTEN	
Besteed aan doelstelling	4.790.200
Werving baten, eigen werving	1.817.500
Beheer en administratie	453.300
Som der lasten	**7.061.000**
Saldo	-

Besteed aan doelstelling in % van de totale baten	68%
Besteed aan doelstelling in % van de totale lasten	68%
Kosten fondsenwerving in % van de baten fondsenwerving	26%
Kosten beheer en administratie in % van de totale kosten	6%
Aantal Wish Journeys	600



5. Verantwoordingsverklaring

MAKE-A-WISH NEDERLAND 1 SEPTEMBER 2016 - 31 AUGUSTUS 2017

Het bestuur verklaart bij het uitoefenen van hun functie de volgende principes in acht te nemen

1. **Scheiding toezicht, bestuur en uitvoering**
   Het bestuur is verantwoordelijk voor het (meerjaren)beleid van de organisatie en ziet er op toe dat de doelstellingen die daarvan worden afgeleid, worden behaald. Resultaten worden gevolgd aan de hand van rapportages. Een aantal bestuurlijke taken is gedelegeerd aan de titulaire directie, die de dagelijkse leiding heeft over de organisatie. De uitvoering ligt in handen van de professionals op het kantoor te Woerden en van professionele vrijwilligers in het land. Hieronder gaan we nader in op de wijze waarop de drie functies ‘toezicht houden’, ‘besturen’, en ‘uitvoeren’ worden ingevuld binnen Make-A-Wish Nederland.

2. **Besteding van de middelen**
   Make-A-Wish Nederland is voor haar bestaan afhankelijk van donaties, giften en sponsoring. Het is essentieel dat deze partijen ervan uit kunnen gaan dat hun bijdrage effectief en doelmatig wordt ingezet. In het jaarplan staan de doelstellingen die Make-A-Wish Nederland in de verslagperiode wil bereiken. Deze betreffen het aantal te vervullen wensen, de uit te voeren communicatieprojecten, de te behalen financiële doelen en de plannen ten aanzien van de vrijwilligers. In het jaarverslag en de jaarrekening over de periode september 2016 - augustus 2017 en de

maandelijkse rapportages wordt verslag gedaan over de behaalde resultaten. Net als alle goede doelen geeft Make-A-Wish Nederland aan welk deel van de kosten gerelateerd is aan beheer en administratie (overhead), aan fondsenwerving en aan doelstellingswerk. Wij vinden het acceptabel als deze ondersteuning maximaal 8% van alle kosten vereist. Het bestuur heeft tevens vastgesteld dat omstreeks 70% van de middelen in de laatste drie jaar aan de doelstelling moet worden besteed. Wat betreft het percentage fondsenwerving blijft Make-A-Wish Nederland binnen de vastgestelde CBF norm van 25%.

3. **Omgaan met belanghebbenden**
   De belanghebbenden van Make-A-Wish Nederland zijn onder andere:
   - wenskinderen en hun families
   - donateurs
   - vrijwilligers
   - kantoorpersoneel
   - sponsors
   - zakelijke partners
   - vrienden van Make-A-Wish Nederland
   - ziekenhuizen en zorgverleners
   - (zakelijke) ambassadeurs
   - Make-A-Wish Foundation International

4. **Toezicht**
   Het bestuur houdt toezicht op de toekomstplannen voor Make-A-Wish Nederland en de behaalde resultaten. In het verslagjaar 2016-2017 bestond het bestuur overwegend uit vier personen, die hun werkzaamheden onbetaald uitvoerden.

HET BESTUUR

Naam	Achtergrond	Nevenfuncties
Hans Geels *(voorzitter)*	Directeur Dille & Kamille	• Bestuurder KidsRights • DGA Geels Beheer BV
Jan Taminiau *(bestuurslid medisch)*	Kinderarts en internationaal betrokken bij de ontwikkeling van medicijnen t.b.v. kinderen	• Lid van Paediatric Committee London / IME • Lid van CGG (college ter beoordeling van geneesmiddelen)
Dominique Maas *(penningmeester)*	Mediator bij zakelijke geschillen, DM Mediation	Penningmeester Stichting Kinderbuik&co Vrienden
Peter Bommel *(secretaris)*	CEO Deloitte	Voorzitter Curatorium Accountantsopleiding aan de Vrije Universiteit

De bestuurstermijn bij Make-A-Wish Nederland is statutair vastgelegd en bedraagt drie jaar. Na een eerste termijn van drie jaar kan deze worden verlengd met een tweede termijn.

Het rooster van aftreden is als volgt:

Naam	Einde eerste termijn	Einde tweede termijn
Hans Geels	01 augustus 2018	01 augustus 2021
Jan Taminiau	01 januari 2015	01 januari 2018
Dominique Maas	01 januari 2015	01 januari 2018
Peter Bommel	01 januari 2017	01 september 2020

Om toezicht te kunnen houden wordt het bestuur aan de hand van maandelijkse managementrapportages en kwartaalrapportages geïnformeerd over voortgang en resultaten. Hierin staat hoe de 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 afgelopen boekjaar 5 keer vergaderd. Hieronder een overzicht van onderwerpen die regelmatig op de agenda hebben gestaan:

- Financiële zaken
- Managementrapportages
- Jaarplan en jaarbegroting
- Jaarverslag en jaarrekening
- Validatiestelsel CBF
- Marketing campagnes
- Wish Journeys
- Governance beleid
- Reorganisatie
- Verhuizing
- Make-A-Wish International

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 Make-A-Wish Nederland is statutair vastgelegd dat het bestuur bestuurt. Het bestuur heeft deze taken grotendeels gedelegeerd aan de titulaire directie middels het directiereglement, dat volgens afspraak met CBF begin 2015 is geactualiseerd en uitgebreid met een bestuursreglement.

In 2016-2017 heeft er een wijziging plaatsgevonden in de directie van Make-A-Wish Nederland. Peter Douwes is gestopt per 14 november 2016 en sinds 1 januari 2017 is Hanneke Verburg directeur.

Aan de hand van het meerjarenbeleidsplan is bekeken of Make-A-Wish Nederland de juiste richting uitgaat om de strategische en operationele doelen te behalen. Dit dwingt de organisatie goed na te denken over de ontwikkelingen en behoeften binnen de belangrijkste doelgroepen en de omgeving van de organisatie en de wijze waarop daar op de meest moderne wijze invulling aan kan worden gegeven binnen de beschikbare middelen en partnerships.

6. Jaarrekening

BALANS PER 31 AUGUSTUS 2017

Balans per 31 augustus 2017 in € (na resultaatverdeling)		31/08/2017		31/08/2016	
Activa					
Vaste activa					
Immateriële vaste activa	1.		63.825		110.975
Materiële vaste activa	2.		**29.486**		**42.679**
Vlottende activa					
Vorderingen en overlopende activa	3.	525.112		377.467	
Liquide middelen	4.	3.256.422		2.987.693	
			3.781.535		3.365.161
			3.874.846		3.518.814
Passiva					
Reserves en fondsen	5.				
Continuïteitsreserve		3.323.689		2.842.045	
Bestemmingsreserve		93.311		153.654	
			3.417.000		2.995.699
Kortlopende schulden	6.		457.846		523.115
			3.874.846		3.518.814

STAAT VAN BATEN EN LASTEN SEPTEMBER 2016 - AUGUSTUS 2017

Staat van baten en lasten september 2016 - augustus 2017 in €		09/2016 - 08/2017	Begroot	09/2015 - 08/2016
Baten				
Baten uit eigen fondsenwerving	7.	5.998.633	6.847.000	5.508.678
Baten uit acties van derden	8.	503.703	460.000	718.082
Rentebaten en baten uit beleggingen	9.	7.571	25.000	16.801
Som der baten		6.509.907	7.332.000	6.243.562
Lasten				
Besteed aan doelstelling				
Wensvervullingen	10.	3.163.659		
Voorlichting	10.	945.876		
		4.109.535	5.119.125	4.075.138
Werving baten:				
Kosten eigen fondsenwerving	11.	1.450.862	1.634.475	1.275.323
Kosten acties derden	11.	40.984	37.500	78.491
		1.491.846	1.671.975	1.353.814
Beheer en administratie	12.	487.225	512.800	484.903
Som der lasten		6.088.606	7.303.900	5.913.855
Resultaat		**421.301**	**28.100**	**329.706**
Toevoeging/onttrekking aan:				
Continuïteitsreserve		481.644	28.100	382.335
Bestemmingsreserve		-/- 60.343	-	-/- 52.629
		421.301	28.100	329.706

Besteed aan doelstelling in % van de totale baten	63%	70%	65%
Besteed aan doelstelling in % van de totale lasten	67%	70%	69%
Kosten eigen fondsenwerving in % van de baten eigen fondsenwerving	24%	24%	23%
Kosten beheer en administratie in % van de totale kosten	8%	7%	8%
Aantal wensvervullingen	549	600	540

KASSTROOMOVERZICHT

Kasstroomoverzicht in €	09/2016 - 08/2017		09/2015 - 08/2016	
Kasstroom uit operationele activiteiten:				
Resultaat		**421.301**		**329.706**
Aanpassingen voor:				
Afschrijvingen/Afboekingen IVA en MVA	103.475		97.877	
Mutatie vorderingen	-/-147.645		71.899	
Mutatie kortlopende schulden	-/- 65.270		203.213	
		-/-109.440		372.989
Kasstroom uit investeringsactiviteiten:				
Investeringen in immateriële en materiële vaste activa		-/- 43.132		-/- 45.248
Toename liquide middelen		**268.729**		**657.447**
Liquide middelen				
Stand liquide middelen ultimo boekjaar		3.256.422		2.987.693
Af: stand liquide middelen begin boekjaar		2.987.693		2.330.246
Toename liquide middelen		**268.729**		**657.447**

ALGEMEEN

Het boekjaar 2017 wordt afgesloten met een positief resultaat van € 421.301 Begroot was een resultaat van € 28.100 positief. In het vorige boekjaar 2016 werd een positief resultaat behaald van € 329.706.
Boekjaar 2017 heeft opnieuw in het teken gestaan van uitbouw van de diverse vormen van fondsenwerving, werken aan het vergroten van de naamsbekendheid en het vervullen van zoveel mogelijk wensen.
Wij hebben het afgelopen boekjaar 549 wensen vervuld. Begroot waren 600 wensen en vorig jaar jaar hebben wij 540 wensen vervuld. 549 vervulde wensen is een rekord aantal wensen voor Make-A-Wish!
Hieronder worden de belangrijkste fluctuaties ten opzichte van de begroting en vorig boekjaar toegelicht:

Baten

De totale opbrengsten zijn € 822.093 lager dan begroot en € 266.345 hoger dan het voorgaande boekjaar. De eerste fluctuatie wordt voornamelijk veroorzaakt door een lagere opbrengst uit de donateurswerving.
In de tweede helft van het boekjaar zijn wij gestopt met verdere donateurswerving. Dit omdat het rendement van de werving lager was dan begroot en ook de uitstroom hoger dan begroot.
In het nieuwe boekjaar zullen wij de donateurswerving weer verder oppakken. Desondanks is door de werving in het eerste halfjaar, de opbrengst wel hoger dan in het voorgaande boekjaar. Daarnaast blijft de opbrengst uit de zakelijke markt achter bij de begroting.
Het blijft lastig om voldoende grote sponsoren of cause related partners te werven in een concurerende markt met andere goede doelen.

Doelstellingskosten

Hoewel wij een record aantal wensen hebben vervuld van 549, blijft dit aantal achter bij de begroting van 600. Daarnaast hebben wij enkele mediacampagnes gericht op het vergroten van de naamsbekendheid slechts gedeeltelijk kunnen uitvoeren. We hebben gekozen om meer earned media (free publicity) in te zetten vanwege de campagne een zomer vol wensen die zich daar goed voor leende.
Tenslotte hebben wij enkele ziekenhuisprojecten nog niet kunnen uitvoeren. Dit o.a. omdat het Prinses Maxima Medisch Centrum later dan gepland is geopend.
Beide zaken zullen wij in het volgend boekjaar wel oppakken.
Hierdoor blijven de lasten € 1.009.590 achter bij de begroting.

Kosten werving baten

De kosten van de werving van de baten nemen toe ten opzichte van het voorgaand jaar, mede als gevolg van de werving van nieuwe donateurs, hoewel dit minder was dan begroot.

GRONDSLAGEN VAN WAARDERING EN RESULTAATBEPALING

Algemeen

De Stichting heeft ten doel het vervullen van wensen van kinderen die wonen of verblijven in het Koninkrijk der Nederlanden met een levensbedreigende ziekte, en voorts al hetgeen met een en ander rechtstreeks of zijdelings verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn, alles in de ruimste zin van het woord.

De Stichting tracht dit doel te bereiken ondermeer door:

a. het vervullen van wensen;
b. het werven van fondsen;
c. het benaderen van het bedrijfsleven;
d. het verspreiden van folders en materialen;
e. het verzorgen van voorlichtingsbijeenkomsten en andere activiteiten op het gebied van public relations en op het gebied van het vervullen van wensen. Voorlichting over wensvervulling is voornamelijk gericht op bewustwording bij het publiek over het effect dat wensvervulling op kinderen/ jongeren heeft;
f. de samenwerking met organisaties met een (nagenoeg) gelijke doelstelling in ander landen;
g. het lid zijn van of zich aansluiten bij organisaties, al dan niet gevestigd in andere landen, met een (nagenoeg) gelijke doelstelling die gericht is op de ondersteuning en stimulering van organisaties met een (nagenoeg) gelijke doelstelling;
h. en alles wat met het vorenstaande verband houdt en daartoe bevorderlijk kan zijn, alles in de ruimste zin van het woord.

De Stichting beoogt niet het maken van winst.

Vergelijking met voorgaand jaar

De gehanteerde grondslagen van waardering en van resultaatbepaling zijn ongewijzigd gebleven ten opzichte van het voorgaande jaar. De giften volgend uit de business challenge zijn dit jaar onder de opbrengsten van de business challenge verantwoord en vorig jaar als giften. De vergelijkende cijfers zijn niet aangepast aangezien wij vorig jaar de giften volgend uit de Business Challenges niet apart als zodanig registreerde.

Grondslagen voor waardering en resultaatbepaling

De jaarrekening is opgesteld in overeenstemming met Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving 650 voor fondsenwervende instellingen. Baten en lasten worden toegerekend aan het jaar waarop zij betrekking hebben. Baten worden slechts verantwoord voor zover zij op balansdatum zijn gerealiseerd. Lasten en risico's

die hun oorsprong vinden voor het einde van het verslagjaar, worden verantwoord indien zij voor het opmaken van de jaarrekening bekend zijn geworden.Actie-opbrengsten worden verantwoord in het jaar waarin de actie plaatsvindt. Bijdragen van sponsoren worden verantwoord in het jaar waarop de bijdrage betrekking heeft. Nalatenschappen worden verantwoord in het boekjaar waarin de omvang betrouwbaar kan worden vastgesteld. Opbrengsten in kind worden gewaardeerd tegen de reële waarde van de transactie. De overige baten worden verantwoord in het jaar waarin de baten worden ontvangen.

Immateriële en materiële vaste activa

Deze activa worden gewaardeerd op verkrijgingsprijs, verminderd met de cumulatieve afschrijvingen. De afschrijvingen worden gebaseerd op de geschatte economische levensduur en worden berekend op basis van een vast percentage van de verkrijgingsprijs, rekening houdend met de eventuele restwaarde. Er wordt afgeschreven vanaf het moment van ingebruikname.

Jaarlijks wordt beoordeeld of er sprake is van een bijzondere waardevermindering.

Vorderingen en schulden op korte termijn

De vorderingen en schulden worden gewaardeerd tegen de reële waarde. Indien noodzakelijk worden voorzieningen voor het risico van oninbaarheid op de vorderingen in mindering gebracht. Deze voorzieningen worden bepaald op basis van individuele beoordeling. Alle vorderingen en schulden hebben een looptijd van korter dan één jaar.

Liquide middelen

De liquide middelen worden gewaardeerd tegen de nominale waarde.

Reserves en Fondsen

De reserves en fondsen worden gedefinieerd als de som van de bezittingen minus de som van de verplichtingen met het oogmerk de continuïteit van de Stichting te dienen. De continuïteitsreserve wordt bepaald conform de Richtlijn van de Vereniging voor Fondsenwervende instellingen ''Financieel Beheer Goede Doelen''.

Rentebaten en rentelasten

Rentebaten en rentelasten worden tijdsevenredig verwerkt, rekening houdend met de effectieve rentevoet van de desbetreffende activa en passiva.

Operational lease

Bij de stichting zijn er leasecontracten waarbij een groot deel van de voor- en nadelen die aan de eigendom verbonden zijn, niet bij de Stichting ligt. Deze leasecontracten worden verantwoord als operationele leasing. Verplichtingen uit hoofde van operationele

leasing worden, rekening houdend met ontvangen vergoedingen van de lessor, op lineaire basis verwerkt in de winst-en-verliesrekening over de looptijd van het contract.

Personeelsbeloningen

Lonen, salarissen en sociale lasten worden op grond van de arbeidsvoorwaarden verwerkt in de staat van baten en lasten voor zover ze verschuldigd zijn aan werknemers.

Pensioenregeling

De stichting heeft een beschikbaar premiestelsel als pensioenregeling. Op de pensioenregeling zijn de bepalingen van de Nederlandse Pensioenwet van toepassing en wordt op verplichte basis premies aan pensioenverzekeraar Zwitserleven betaald door de Stichting. De premies worden verantwoord als personeelskosten zodra deze verschuldigd zijn. Vooruitbetaalde premies worden opgenomen als overlopende activa indien dit tot een terugstorting leidt of tot een vermindering van toekomstige betalingen. Nog niet betaalde premies worden als verplichting op de balans opgenomen.

Kasstroomoverzicht

Het kasstroomoverzicht is opgesteld volgens de indirecte methode. Ontvangsten en uitgaven uit hoofde van interest zijn opgenomen onder de kasstroom uit operationele activiteiten.

Toerekeningssystematiek lasten

Voor de toerekening van de lasten aan de doelstelling, fondsenwerving of beheer & administratie is, conform de aanbeveling van de Vereniging voor Fondsenwervende Instellingen, gekozen voor een eenvoudige methodiek. Hieronder wordt per kostensoort toegelicht hoe deze is toegerekend aan de 3 kostencategorieën.

Uitbesteed werk en overige projecten: alle kosten worden volledig toegerekend aan de doelstelling.

Personeelskosten: Alle lasten worden per organisatorische afdeling geboekt en kunnen daarom direct worden verdeeld naar de afdelingen toe. De overige personeelskosten worden toegerekend in de verhouding van de directe personeelskosten. Vervolgens wordt per afdeling een verdeling gemaakt van de lasten naar doelstelling, fondsenwerving en beheer & administratie. Dit gebeurt op basis van de % personele inzet voor deze categorieën. Make-A-Wish Nederland valt niet onder een CAO. We werken met een functiewaarderingssysteem waarin alle functies zijn omschreven en gewaardeerd. Deze zijn gekoppeld aan een salarishuis met 11 schalen, verdeeld in 12 stappen per schaal. Dit salarishuis wordt jaarlijks geïndexeerd op basis van een goede doelen benchmark.

Ik wens een fee te zijn

Lynn, 6 jaar
Kanker

Huisvestingskosten en algemene organisatiekosten: Alle lasten worden eerst verdeeld naar de organisatorische afdelingen op basis van de personeelsbezetting in fte. Daarbij wordt er van uit gegaan dat het merendeel van de lasten personeelsgebonden is. In de bepaling van de hoogte van het aantal FTE's wordt ook de inzet van vrijwilligers meegenomen. Vervolgens wordt per afdeling een verdeling gemaakt van de lasten naar doelstelling, fondsenwerving en beheer & administratie. Dit gebeurt op basis van de personele inzet voor deze categorieën.

Communicatiekosten: deze kosten worden per soort uitgave verdeeld naar kosten voor de doelstelling (voorlichtingskosten) danwel de kosten van eigen fondsenwerving. Dit is afhankelijk of de kosten worden gemaakt ten behoeve van voorlichting (doelbestedingswerk) of ten behoeve van de werving van baten (kosten eigen fondsenwerving).

Marketingkosten: deze kosten worden per soort uitgave verdeeld naar kosten voor de doelstelling (voorlichtingskosten) danwel de kosten van eigen fondsenwerving.

Kosten vrijwilligers: deze kosten worden volledig toegerekend aan de organisatorische afdeling HR. Vervolgens worden de kosten naar de verschilllende doelstellingen toegerekend op basis van de ureninzet van vrijwilligers.

TOELICHTING OP DE BALANS PER 31 AUGUSTUS 2017

1. Immateriële vaste activa	31-08-17	31-08-16
Software	40.835	110.975
Website (in ontwikkeling)	22.990	-
	63.825	110.975

Het verloop van de immateriële vaste activa gedurende het boekjaar is als volgt:

Boekwaarde per 1 september	110.975	160.255
Aanschaffingen	29.415	23.386
Afschrijvingen	-/- 76.565	-/- 72.666
Boekwaarde per 31 augustus	63.825	110.975

2. Materiële vaste activa	31-08-17	31-08-16
Inventaris	2.650	3.399
Hardware	26.836	39.279
	29.486	42.679

Het verloop van de materiële vaste activa gedurende het boekjaar is als volgt:

	Inventaris	Hardware	Totaal	
Boekwaarde per 1 september	3.399	39.279	42.679	46.028
Aanschaffingen	-	13.718	13.718	21.862
Afschrijvingen	-/- 749	-/- 26.161	-/- 26.910	-/- 25.211
Boekwaarde per 31 augustus	2.650	26.836	29.486	42.679

De materiële vaste activa worden aangewend voor de bedrijfsvoering.
Investeringsuitgaven groter dan € 500,- worden geactiveerd.
Sinds halverwege boekjaar 2014 schrijven wij nieuwe investeringen af in 3 jaar (33,33%).
Daarvoor schreven wij de nieuwe investeringen in 5 jaar af (20%).

3. Vorderingen en overlopende activa	31-08-17	31-08-16
Nog te ontvangen acties	113.701	107.833
Nog te ontvangen sponsoring	65.000	-
Nog te ontvangen vriendenloterij	48.325	66.214
Nog te ontvangen nalatenschappen	80.487	28.009
Nog te ontvangen rente	4.341	10.343
Overige vorderingen en overlopende activa	213.259	165.070
	525.112	377.467
Overige vorderingen en overlopende activa:		
Vooruitbetaalde personeelskosten	14.412	13.668
Vooruitbetaalde pensioenkosten	9.409	10.620
Vooruitbetaalde huisvestingskosten	12.524	7.854
Vooruitbetaalde organisatiekosten	84.680	59.455
Vooruitbetaalde wenskosten	31.896	10.173
Vooruitbetaalde marketingkosten	1.374	34.400
Vooruitbetaalde vrijwilligerskosten	3.057	5.498
Vordering ziekengeld	48.100	3.432
Overige vorderingen	7.807	19.971
	213.259	165.070

4. Liquide middelen	31-08-17	31-08-16
Kas	428	197
Rabobank	1.479.491	1.399.039
Rabobank inzake garantiestelling huur	56.536	17.458
ING	797.154	652.478
ABN-AMRO	622.814	618.409
SNS bank	100.000	100.000
ASN bank	100.000	100.000
Nationale Nederlanden Bank	100.000	100.000
Gelden onderweg	-	112
	3.256.422	2.987.693

De liquide middelen staan, met uitzondering van de bankrekening inzake garantiestelling huur, ter vrije beschikking.

Beleggingsbeleid
In 2011 heeft Make-A-Wish Nederland een beleggingsstatuut opgesteld. Het beleggingsbeleid van Make-A-Wish Nederland is defensief en gericht op de instandhouding van het vermogen, waarbij het behoud van flexibiliteit belangrijk is.
Make-A-Wish Nederland investeert niet in aandelen of aandelenfondsen. Daarmee zijn de risico's van negatieve rendementen op beleggingen beperkt.
Beleggingen in individuele obligaties dienen minimaal een A+-rating te hebben. In boekjaar 2016-2017 bestaan de beleggingen volledig uit liquide middelen.

Beleid ten aanzien van liquide middelen
Make-A-Wish Nederland wil het risico over haar liquide tegoeden zo laag mogelijk houden. Dit is vastgelegd in het beleggingsstatuut. Met het oog op risicospreiding heeft Make-A-Wish Nederland in het boekjaar 2011 - 2012 de tegoeden verdeeld over acht banken (inmiddels zes banken), om zoveel mogelijk rekeningen aan te houden die onder het depositogarantiestelsel van De Nederlandsche Bank vallen. Alle banken waar Make-A-Wish Nederland zaken mee doet zijn Nederlandse banken. Bij de systeembanken (Rabobank, ABN-Amro en ING) heeft Make-A-Wish Nederland meer dan € 100.000 verdeeld, omdat bij deze banken het risico op discontinuïteit kleiner is dan bij niet-systeembanken. Bij de overige banken is niet meer dan € 100.000 gestort op de rekening.

5. Reserves en Fondsen	31-08-17	31-08-16
Continuïteitsreserve	3.323.689	2.842.045
Bestemmingsreserve	93.311	153.654
	3.417.000	2.995.699

De totale mutatie in de reserves en fondsen van positief € 421.301 is gelijk aan het positieve resultaat. Dit positieve resultaat is als volgt bestemd:

Toevoeging aan de Continuiteitsreserve	481.644
Ontrekking aan de Bestemmingsreserve	60.343-
Totaal resultaat	421.301

De samenstelling en het verloop van de reserves en fondsen is als volgt:

Continuiteitsreserve

Stand per 1 september	2.842.045	2.459.710
Mutatie	481.644	382.335
Stand per 31 augustus	3.323.689	2.842.045

Conform de Richtlijn “Financieel Beheer Goede Doelen” mag een continuïteitsreserve worden aangehouden van maximaal 1,5 maal de jaarlijkse kosten van de werkorganisatie. Het Bestuur acht de vorming van een continuïteitsreserve noodzakelijk voor de dekking van risico’s op korte termijn en om zeker te stellen dat Make-A-Wish ook in de toekomst aan haar verplichtingen kan voldoen.
In 2016 heeft het Bestuur het beleid inzake continuiteitsreserve ge-update. De boven- en ondergrens van de reserve zijn op basis van de belangrijkste risico’s opnieuw bepaald. Het Bestuur acht een bovengrens van 1 maal de kosten van de werkorganisatie toereikend.

5. Reserves en Fondsen		31-08-17	31-08-16
De hoogte van de kosten van de werkorganisatie zijn als volgt berekend:			
Personeelskosten		1.376.214	
Overige personeelskosten		395.042	
Huisvestingskosten		114.156	
Algemene organisatiekosten		555.943	
Communicatiekosten (excl. toerekening doelstelling)		29.352	
Marketingkosten (excl. toerekening doelstelling)		767.941	
Kosten acties derden		40.984	
Kosten vrijwilligers		137.688	
	Totaal	3.417.319	
x 1,5		5.125.978	

De continuïteitsreserve blijft binnen de grenzen van de Richtlijn 'Financieel Beheer Goede Doelen' en binnen de (boven) grens zoals gesteld door het Bestuur.

Bestemmingsreserve: reserve financiering activa		
Stand per 1 september	153.654	206.283
Mutatie	-/- 60.343	-/- 52.629
Stand per 31 augustus	93.311	153.654

Ter financiering van de immateriële en de materiële vaste activa wordt een bestemmingsreserve aangehouden ter waarde van de materiële vaste activa conform de Richtlijn ''Financieel Beheer Goede Doelen''.

6. Kortlopende schulden	31-08-17	31-08-16
Crediteuren	149.457	175.599
Loonverplichtingen	55.792	72.243
Overige schulden en overlopende passiva	252.596	275.273
	457.846	523.115
Loonverplichtingen:		
Reservering vakantiegeld	27.010	26.254
Reservering vakantiedagen	28.782	45.989
	55.792	72.243
Overige schulden en overlopende passiva:		
Nog te betalen wenskosten	32.966	24.681
Nog te betalen organisatiekosten	19.946	36.832
Nog te betalen personeelskosten	28.537	11.140
Nog te betalen marketingkosten	100.767	137.624
Nog te betalen communicatiekosten	31.486	29.681
Nog te betalen vrijwilligerskosten	486	2.118
Nog te betalen websitekosten	22.990	-
Vooruitontvangen bedragen	15.419	33.197
	252.596	275.273

Niet uit de balans blijkende rechten en verplichtingen
De stichting heeft de volgende verplichtingen die niet uit de balans blijken:

- Een investeringsverplichting voor de bouw van onze nieuwe website van € 44.700 inclusief BTW, waarvan reeds € 22.990 is uitgegeven (verantwoord onder de immateriële vaste activa).
- Een huurovereenkomst voor kantoorruimte te Hilversum met Media Park Enterprise B.V. te Hilversum. Deze verplichting is ingegaan op 1 september 2017 en heeft een looptijd van 10 jaar. De jaarhuur bedraagt € 98.900 en de servicekosten inclusief BTW bedraagt € 51.400.
- Een huurovereenkomst voor parkeerplaatsen te Hilversum met Media Park Enterprise B.V. te Hilversum. Deze verplichting is ingegaan op 1 september 2017 en heeft een looptijd van 10 jaar. De jaarhuur inclusief BTW bedraagt € 7.502.
- Een bankgarantie ter waarde van € 39.047 ten behoeve van bovenstaande huurcontract voor de kantoorruimte. Deze garantie tevens opgenomen onder de liquide middelen.
- Een contract met een donateurswervingsbureau te Amsterdam.
  Deze verplichting is ingegaan op 1 mei 2014 en is recentelijk verlengd tot 1 september 2022.
  De jaarlijkse verplichting bedraagt € 15.250. Tevens is een variabele vergoeding verschuldigd welke afhankelijk is van de geïncasseerde donaties.
- Een contracten voor 2 kopieermachines met Veenman te Rotterdam.
  Deze verplichting is ingegaan op mei 2017 en heeft een looptijd van 5 jaar. De jaarkosten bedragen € 8.712 inclusief BTW.

TOELICHTING OP DE STAAT VAN BATEN EN LASTEN OVER SEPTEMBER 2016 - AUGUSTUS 2017

7. Baten uit eigen ondsenwerving in €	09/2016 - 08/2017	Begroot	09/2015 - 08/2016
Acties	1.130.714	1.300.000	1.286.989
Events	67.406	100.000	-
Cause Related Acties	196.132	475.000	340.656
Sponsoring	67.340	100.000	59.855
Donateurs	3.507.757	3.973.000	2.767.069
Giften en notariële schenkingen	316.591	418.000	526.299
Nalatenschappen	136.425	70.000	36.590
Merchandising	-	-	40
Business Challenge	146.282	60.000	37.500
Wensadoptie	108.585	100.000	79.961
Crowdfunding	16.735	-	-
SMS-Campagne	6.506	21.000	8.688
Verkregen kortingen/baten in natura	298.163	230.000	365.033
	5.998.633	6.847.000	5.508.678

8. Baten uit acties van derden	09/2016 - 08/2017	Begroot	09/2015 - 08/2016
Vriendenloterij	250.000	250.000	285.000
Geoormerkte loten Vriendenloterij	253.703	210.000	433.082
	503.703	460.000	718.082

9. Rentebaten en baten uit beleggingen	09/2016 - 08/2017	Begroot	09/2015 - 08/2016
Rente uit liquide middelen	7.571	25.000	16.801
	7.571	25.000	16.801

10 t/m 12. Toelichting lastenverdeling

	Doelstelling Wensvervullingen	Doelstelling Voorlichting	Werving baten		Beheer en administratie	Totaal Boekjaar 2017	Begroot Boekjaar 2017	Totaal Boekjaar 2016
			Eigen Fondsen-werving	Kosten Acties Derden				
Uitbesteed werk	1.639.917					1.639.917	1.656.000	1.449.907
Overige projecten	85.493	52.295				137.788	472.000	482.444
Personeelskosten	708.064		318.460		349.689	1.376.214	1.572.700	1.457.406
Overige personeelskosten	185.851		116.318		92.872	395.042	332.400	296.347
Huisvestingskosten	76.142		30.471		7.542	114.156	200.800	130.454
Algemene organisatiekosten	370.816		148.396		36.731	555.943	651.300	574.989
Communicatiekosten		183.746	29.352			213.099	581.500	216.530
Marketingkosten		709.835	767.941			1.477.776	1.637.600	1.028.529
Kosten acties derden				40.984		40.984	37.500	78.490
Kosten vrijwilligers	97.375		39.924		389	137.688	142.100	198.759
Onvoorziene kosten						-	20.000	-
Totaal	3.163.659	945.876	1.450.862	40.984	487.225	6.088.606	7.303.900	5.913.855

	% Doelstellingswerk // Totale kosten	% Beheer & Administratie//Totale kosten
Werkelijk boekjaar 2017	67%	8%

In 2016 heeft het Bestuur het beleid opnieuw vastgesteld omtrent de hoogte van de kosten van het doelstellingswerk. Het streven is dat deze kosten uitgedrukt in de totale lasten minimaal 70% bedragen. Werkelijk bedraagt het percentage 67% (vorig jaar 69%, begroot 70%).

Tevens heeft het Bestuur in 2016 opnieuw het beleid vastgesteld omtrent de hoogte van de kosten van beheer en administratie. Het streven is dat deze kosten uitgedrukt in de totale lasten maximaal 8% bedragen. Werkelijk bedraagt het percentage 8% (vorig jaar 8%, begroot 7%).

Lasten in €	09/2016 - 08/2017	Begroot	09/2015 - 08/2016
Uitbesteed werk	1.639.917	1.656.000	1.449.907
Overige projecten	137.788	472.000	482.444
	1.777.705	2.128.000	1.932.351
Aantal wensvervullingen	**549**	**600**	**540**
Uitbesteed werk:			
Verblijfkosten	187.389	210.200	166.482
Reiskosten buitenlandse wensen	302.532	313.300	245.587
Autokosten	321.784	390.200	315.666
Kilometervergoeding vrijwilligers	40.091	59.800	40.989
Diverse kosten (per wens verschillend)	215.362	221.800	175.728
Zakgeld	149.172	143.700	136.896
Cadeau's	80.511	51.400	68.310
Eten/drinken	71.278	77.500	61.811
Overige kosten	26.166	38.100	27.085
Verkregen kortingen	245.632	150.000	211.354
	1.639.917	1.656.000	1.449.907

Lasten in €	09/2016 - 08/2017	Begroot	09/2015 - 08/2016
Overige projecten:			
Kilometerkosten wensvrijwilligers	15.465	20.000	15.174
Onderzoek doelgroep en impact	-	30.000	46.881
Relatie-evenement	-	15.000	18.879
Ziekenhuisprojecten	21.757	200.000	36.254
Project Medische professionals	27.011	42.500	-
Wish journey (impact + kwaliteit)	17.795	30.000	19.661
Wenskinderen Event (droomfeest)	-	-	78.991
Campagne verhoging aanmeldingen	52.295	100.000	118.762
Service Calls (vervanging nabezoek)	3.465	17.000	12.635
Dotatie Wishfund	-	-	50.000
Overige projecten	-	17.500	3.927
Verkregen kortingen	-	-	81.279
	137.788	472.000	482.443

Personeelskosten €	09/2016 - 08/2017	Begroot	09/2015 - 08/2016
Bruto salaris	1.131.558	1.221.100	1.076.186
Vakantiegeld/Vakantiedagen	100.911	-	110.455
Uitkering ziekengeld	-/- 167.408	-	-/- 43.363
Sociale lasten	220.806	242.500	218.076
Pensioenpremie	90.347	109.100	96.051
	1.376.214	1.572.700	1.457.406

Bezoldiging directie

Het Bestuur heeft het bezoldigingsbeleid, de hoogte van de directiebeloning en de hoogte van andere bezoldigingscomponenten vastgesteld. Wij hebben een eigen bezoldingingsbeleid en volgen hierin geen cao. Bij de bepaling van het bezoldigingsbeleid en de vaststelling van de beloning volgt Make-A-Wish de Regeling beloning directeuren van Goede Doelen van Goede Doelen Nederland. De regeling geeft aan de hand van zwaartecriteria een maximumnorm voor het jaarinkomen. De weging bij Make-A-Wish vond plaats door het Bestuur bij indiensttreding van de nieuwe directeur. Dit leidde tot een BSD-score van 410 punten met een maximaal jaarinkomen van € 102.470 (1 FTE/12 mnd). Dit inkomen is afkomstig uit de tabel van de Regeling.

De voor de toetsing aan dit maximum relevante werkelijke jaarinkomen van de directie bedroeg in boekjaar 2017 € 97.082 (€ 84.947 / 10,5 maanden x 12 maanden) (zie onderstaand). Deze beloning bleef derhalve binnen het maximum van € 102.470. De hoogte en samenstelling van de bezoldiging wordt hieronder toegelicht.

In 2016 werd in verband met een vacature een interim directeur (0,4 fte) ingezet voor 2 maanden. De totale betaalde vergoeding van EUR 18.731 incl. BTW is marktconform voor interim-directieleden en voldeed aan de voorwaarden die met betrekking tot de inzet van een interim-directeur (niet in loondienst) in de regeling zijn opgenomen.

Naam	P.H.M. Douwes	K.A. Lodder	J.J. Verburg	
Functie	directeur	interim directeur	directeur	
	sept t/m 14 nov 2016	**4 nov t/m dec 2017**	**jan t/m aug 2017**	**Totaal**
Dienstverband				
Aard (looptijd)	onbepaald	bepaald	onbepaald	
uren	40	16	40	
part-time percentage	100	40	100	
Bezoldiging (EUR)				
Jaarinkomen:				
bruto loon/salaris	18.839		62.960	81.799
vakantiegeld	-		3.148	3.148
eindejaarsuitkering, 13e/14emnd	-		-	-
variabel jaarinkomen	-		-	-
jaarinkomen (toetsingsinkomen)	18.839	-	66.108	84.947
SV lasten (wg deel)	3.595	-	12.085	15.679
Belastbare vergoedingen/bijtellingen	1.549		4.323	5.873
Pensioenlasten (wg deel)	4.382		9.266	13.648
Overige beloningen op termijn	-	-	-	-
Uitkeringen beëindiging dienstverband	-	-	-	-
Totaal bezoldiging boekjaar 2017	28.366	18.731	91.782	135.628
Totaal bezoldiging boekjaar 2016				142.099

Aan de leden van het Bestuur van de Stichting is over het boekjaar 2017 geen bezoldiging en tevens geen kostenvergoeding verstrekt.

Overige personeelslasten	09/2016 - 08/2017	Begroot	09/2015 - 08/2016
Reiskosten woon-werk	75.185	108.400	80.473
Opleiding en cursussen	16.512	15.000	11.572
Leaseauto en parkeerkosten	10.898	20.000	13.806
Personeelsverzekeringen	31.702	30.000	28.196
Inhuur	186.550	67.000	113.647
Overige personeelskosten	74.194	92.000	48.651
	395.042	332.400	296.347

De Stichting heeft op het eind van het boekjaar de volgende aantallen werknemers in dienst met het bijbehorende aantal FTE (Full Time Equivalent):

Aantal	39	36	35
Gemiddeld aantal FTE	27,8	27,0	25,2

Huisvestigingkosten	09/2016 - 08/2017	Begroot	09/2015 - 08/2016
Huur- en servicekosten	88.341	97.000	88.141
Schoonmaakkosten	15.857	16.200	15.870
Overige huisvestingskosten	9.958	87.600	26.442
	114.156	200.800	130.454

Algemene organisatiekosten	09/2016 - 08/2017	Begroot	09/2015 - 08/2016
Afschrijving hardware	26.161	34.000	24.582
Afschrijving software	76.565	85.000	72.830
Hardwarekosten	53.991	65.000	56.856
Softwarekosten	55.506	39.000	56.989
Verzekeringskosten	4.517	4.000	7.833
Kantoormiddelen	6.894	7.000	4.936
Kopieerkosten	7.062	15.000	13.787
Portikosten	24.080	24.000	23.056
Telefoonkosten	19.946	32.000	27.632
Lidmaatschapskosten	16.187	16.000	16.162
Accountantskosten	24.825	25.000	22.500
Salaris- en administratiekosten	9.507	10.500	9.032
Verkregen kortingen	24.350	37.500	39.533
Bankkosten	33.029	43.000	33.023
Overige organisatiekosten	3.842	16.000	23.815
Kosten Make-A-Wish International	169.484	198.300	142.420
	555.943	651.300	574.989

Communicatiekosten	09/2016 - 08/2017	Begroot	09/2015 - 08/2016
Campagne, documentaire, drukwerk	99.620	335.500	112.815
Wenskrant	920	10.000	11.079
Advertentie en reclamekosten	25.547	79.000	28.687
Naamsbekendheid	10.430	15.000	-
Lead generation	-	-	22.170
Social Media	45.849	41.000	19.831
Jaarverslag	6.546	7.000	4.356
Verkregen kortingen	3.630	-	-
Communicatie overig	20.557	94.000	17.590
	213.099	581.500	216.530

Marketingkosten	09/2016 - 08/2017	Begroot	09/2015 - 08/2016
(Cause Related) Acties en Wenstafette	101.111	99.500	62.576
Direct Mail, Incasso's en SMS kosten	21.915	34.300	37.302
Straatwerving donateurs	1.185.532	1.396.300	821.242
Telemarketing donateurs	-	-	68.058
Business Challenge en Wensadoptie	10.749	8.000	6.282
Sponsoren en Giften	5.528	4.000	964
Nalatenschappen en schenkingsaktes	18.620	35.500	592
Crowdfunding	57.342	25.000	-
World Wish Day	52.455	-	-
Kilometerkosten marketing-vrijwilligers	24.525	35.000	31.513
	1.477.776	1.637.600	1.028.529

Kosten acties derden	09/2016 - 08/2017	Begroot	09/2015 - 08/2016
	40.984	37.500	78.490

Vrijwilligerskosten	09/2016 - 08/2017	Begroot	09/2015 - 08/2016
Opleidingskosten	23.343	50.000	35.584
Vergaderingen en uitjes	28.529	30.700	27.814
Communicatiekosten	2.945	3.600	3.698
Werving- en selectie	5.559	20.000	23.251
Verkregen kortingen	23.444	-	25.410
Overige kosten	53.868	37.800	83.002
	137.688	142.100	198.759

Gebeurtenissen na balansdatum
Na balansdatum hebben zich enkele gebeurtenissen voorgedaan met belangrijke financiële gevolgen voor de stichting, te weten:
- In november 2017 hebben wij een nalatenschap mogen ontvangen van € 117.803.

Hilversum, 19 februari 2018
Het Bestuur J.P. Geels *Voorzitter bestuur*

P.J. Bommel *Penningmeester bestuur*

M. Broekhuijsen *Secretaris bestuur*

T. Rinsema *Bestuurlid*

B.T. Poll-The *Bestuurslid*

7. Overige gegevens

CONTROLEVERKLARING

De controleverklaring is opgenomen op volgende pagina.

MAZARS

CONTROLEVERKLARING VAN DE ONAFHANKELIJKE ACCOUNTANT

Aan: het bestuur van stichting Make-A-Wish® Nederland

VERKLARING OVER DE IN HET JAARVERSLAG OPGENOMEN JAARREKENING OVER DE PERIODE 1 SEPTEMBER 2016 TOT EN MET 31 AUGUSTUS 2017

ONS OORDEEL

Wij hebben de jaarrekening voor het jaar geëindigd op 31 augustus 2017 van stichting Make-A-Wish® Nederland te Voorhout gecontroleerd.

Naar ons oordeel geeft de in dit jaarverslag opgenomen jaarrekening een getrouw beeld van de grootte en de samenstelling van het vermogen van stichting Make-A-Wish® Nederland per 31 augustus 2017 en van het resultaat over de periode 1 september 2016 tot en met 31 augustus 2017 in overeenstemming met de in Nederland geldende RJ-Richtlijn 650 Fondsenwervende instellingen.

De jaarrekening bestaat uit:
1. de balans per 31 augustus 2017;
2. de staat van baten en lasten over de periode 1 september 2016 tot en met 31 augustus 2017; en
3. de toelichting met een overzicht van de gehanteerde grondslagen voor financiële verslaggeving en andere toelichtingen.

DE BASIS VOOR ONS OORDEEL

Wij hebben onze controle uitgevoerd volgens het Nederlands recht, waaronder ook de Nederlandse controlestandaarden vallen. Onze verantwoordelijkheden op grond hiervan zijn beschreven in de sectie 'Onze verantwoordelijkheden voor de controle van de jaarrekening'.

Wij zijn onafhankelijk van stichting Make-A-Wish® Nederland zoals vereist in de Verordening inzake de onafhankelijkheid van accountants bij assurance-opdrachten (ViO) en andere voor de opdracht relevante onafhankelijkheidsregels in Nederland. Verder hebben wij voldaan aan de Verordening gedrags-en beroepsregels accountants (VGBA).

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

Accountants - Belastingadviseurs - Management Consultants
Mazars Tower, Delflandlaan 1 - Postbus 7266 - 1007 JG Amsterdam
Tel: 088 277 2400 - Fax: 088 277 2245 - amsterdam.audit@mazars.nl

Mazars Paardekooper Hoffman N.V.
Statutair gevestigd te Rotterdam (KvK Rotterdam nr. 24389296).

MNO/114007/MW

Praxity MEMBER GLOBAL ALLIANCE OF INDEPENDENT FIRMS

MAZARS

VERKLARING OVER DE IN HET JAARVERSLAG OPGENOMEN ANDERE INFORMATIE

Naast de jaarrekeningen en onze controleverklaring daarbij, omvat het jaarverslag andere informatie, die bestaat uit:

- Het bestuursverslag;
- De overige gegevens.

Op grond van onderstaande werkzaamheden zijn wij van mening dat de andere informatie met de jaarrekening verenigbaar is en geen materiële afwijkingen bevat.

Wij hebben de andere informatie gelezen en hebben op basis van onze kennis en ons begrip, verkregen vanuit de controle of anderszins, overwogen of de andere informatie materiële afwijkingen bevat.

Met onze werkzaamheden hebben wij voldaan aan de vereisten in de Nederlandse Standaard 720. Deze werkzaamheden hebben niet dezelfde diepgang als onze controlewerkzaamheden bij de jaarrekening.

Het bestuur is verantwoordelijk voor het opstellen van de andere informatie, waaronder het bestuursverslag en de overige gegevens in overeenstemming met RJ-Richtlijnen 400 Bestuursverslag en 650 Fondsenwervende instellingen.

BESCHRIJVING VAN VERANTWOORDELIJKHEDEN MET BETREKKING TOT DE JAARREKENING

VERANTWOORDELIJKHEDEN VAN HET BESTUUR VOOR DE JAARREKENING

Het bestuur is verantwoordelijk voor het opmaken en getrouw weergeven van de jaarrekening in overeenstemming met de in Nederland geldende RJ-Richtlijn 650 Fondsenwervende instellingen. In dit kader is het bestuur verantwoordelijk voor een zodanige interne beheersing die het bestuur noodzakelijk acht om het opmaken van de jaarrekening mogelijk te maken zonder afwijkingen van materieel belang als gevolg van fouten of fraude.

Bij het opmaken van de jaarrekening moet het bestuur afwegen of de entiteit in staat is om haar werkzaamheden in continuïteit voort te zetten. Op grond van genoemd verslaggevingsstelsel moet het bestuur de jaarrekening opmaken op basis van de continuïteitsveronderstelling, tenzij het bestuur het voornemen heeft om de stichting te liquideren of de activiteiten te beëindigen of als beëindiging het enige realistische alternatief is.

Het bestuur moet gebeurtenissen en omstandigheden waardoor gerede twijfel zou kunnen bestaan of de entiteit haar activiteiten in continuïteit kan voortzetten, toelichten in de jaarrekening.

Het bestuur is verantwoordelijk voor het uitoefenen van toezicht op het proces van financiële verslaggeving van de vennootschap.

MAZARS

ONZE VERANTWOORDELIJKHEDEN VOOR DE CONTROLE VAN DE JAARREKENING

Onze verantwoordelijkheid is het zodanig plannen en uitvoeren van een controleopdracht dat wij daarmee voldoende en geschikte controle-informatie verkrijgen voor het door ons af te geven oordeel.

Onze controle is uitgevoerd met een hoge mate maar geen absolute mate van zekerheid waardoor het mogelijk is dat wij tijdens onze controle niet alle materiële fouten en fraude ontdekken.

Afwijkingen kunnen ontstaan als gevolg van fraude of fouten en zijn materieel indien redelijkerwijs kan worden verwacht dat deze, afzonderlijk of gezamenlijk, van invloed kunnen zijn op de economische beslissingen die gebruikers op basis van deze jaarrekening nemen. De materialiteit beïnvloedt de aard, timing en omvang van onze controlewerkzaamheden en de evaluatie van het effect van onderkende afwijkingen op ons oordeel.

Wij hebben deze accountantscontrole professioneel kritisch uitgevoerd en hebben waar relevant professionele oordeelsvorming toegepast in overeenstemming met de Nederlandse controlestandaarden, ethische voorschriften en de onafhankelijkheidseisen. Onze controle bestond onder andere uit:

- het identificeren en inschatten van de risico's dat de jaarrekening afwijkingen van materieel belang bevat als gevolg van fouten of fraude, het in reactie op deze risico's bepalen en uitvoeren van controlewerkzaamheden en het verkrijgen van controle-informatie die voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel. Bij fraude is het risico dat een afwijking van materieel belang niet ontdekt wordt groter dan bij fouten. Bij fraude kan sprake zijn van samenspanning, valsheid in geschrifte, het opzettelijk nalaten transacties vast te leggen, het opzettelijk verkeerd voorstellen van zaken of het doorbreken van de interne beheersing;
- het verkrijgen van inzicht in de interne beheersing die relevant is voor de controle met als doel controlewerkzaamheden te selecteren die passend zijn in de omstandigheden. Deze werkzaamheden hebben niet als doel om een oordeel uit te spreken over de effectiviteit van de interne beheersing van de entiteit;
- het evalueren van de geschiktheid van de gebruikte grondslagen voor financiële verslaggeving en het evalueren van de redelijkheid van schattingen door het bestuur en de toelichtingen die daarover in de jaarrekening staan;
- het vaststellen dat de door het bestuur gehanteerde continuïteitsveronderstelling aanvaardbaar is. Tevens het op basis van de verkregen controle-informatie vaststellen of er gebeurtenissen en omstandigheden zijn waardoor gerede twijfel zou kunnen bestaan of de entiteit haar activiteiten in continuïteit kan voortzetten. Als wij concluderen dat er een onzekerheid van materieel belang bestaat, zijn wij verplicht om aandacht in onze controleverklaring te vestigen op de relevante gerelateerde toelichtingen in de jaarrekening. Als de toelichtingen inadequaat zijn, moeten wij onze verklaring aanpassen. Onze conclusies zijn gebaseerd op de controle-informatie die verkregen is tot de datum van onze controleverklaring. Toekomstige gebeurtenissen of omstandigheden kunnen er echter toe leiden dat een entiteit haar continuïteit niet langer kan handhaven;
- het evalueren van de presentatie, structuur en inhoud van de jaarrekening en de daarin opgenomen toelichtingen; en
- het evalueren of de jaarrekening een getrouw beeld geeft van de onderliggende transacties en gebeurtenissen.

MAZARS

Wij communiceren met het bestuur onder andere over de geplande reikwijdte en timing van de controle en over de significante bevindingen die uit onze controle naar voren zijn gekomen, waaronder eventuele significante tekortkomingen in de interne beheersing.

Wij bevestigen aan het bestuur dat wij de relevante ethische voorschriften over onafhankelijkheid hebben nageleefd. Wij communiceren ook met het bestuur over alle relaties en andere zaken die redelijkerwijs onze onafhankelijkheid kunnen beïnvloeden en over de daarmee verband houdende maatregelen om onze onafhankelijkheid te waarborgen.

Amsterdam, 23 februari 2018

MAZARS PAARDEKOOPER HOFFMAN N.V.

w.g. drs. M.G.W. Quaedvlieg RA AA MBA

Colofon

Postadres
Postbus 13, 1200 AA Hilversum

Bezoekadres
Frits Spitsstraat 1, 1217 WV Hilversum

E-mail
info@makeawishnederland.org

Website
www.makeawishnederland.org

Social media
www.facebook.com/makeawishnederland
Instagram.com/makeawishnl
Of volg ons op twitter: @MakeAWishNL

Redactie
Jojanneke Verschuur
Maciel Toorenvliet
Yvette van Dael, tekst en uitleg

Interviews
Yvette van Dael

Vormgeving
S·Jeu, Vorm en Functie