



# Meerjaren- beleidsplan

2026 - 2028

*Mijn liefste wens is  
een cowgirl te zijn*

Kionna, 6  
Wilms-tumor

Make-A-Wish®  
NEDERLAND

# Meerjaren- beleidsplan

2026 – 2028

## Inhoud

Voorwoord	3
Visie en Missie	4
Onze impact	5
Waar we staan	6
Onze ambitie 2028	7
<b>Strategische thema's</b>	<b>8</b>
1. People & Culture	8
2. Kracht van de community	9
3. Datagedreven	10
4. Professionaliseren	10
5. Toekomstgericht	10
<b>Meerjarenbegroting</b>	<b>11</b>
<b>Samenvatting</b>	<b>12</b>

# Voorwoord



Bij Make-A-Wish Nederland geloven we in de levenslange kracht van hoop en verbeelding. Voor ieder kind met een ernstige ziekte willen wij een Wish Journey (wensreis) creëren waarin zorgen worden vervangen door verheugen, waarin dromen werkelijkheid worden en –heel belangrijk- waar kracht uit ontstaat om door te gaan. We geloven sterk in de ‘levenslange impact’ van de Wish Journey. Die koers willen we uitbouwen, steeds weer verbeteren en finetunen, waarbij we steeds meer kinderen hun Wish Journey willen geven.

*Mijn liefste  
wens is  
een dag vol  
avonturen*

**Dave, 4  
hersentumor**

Dit meerjarenbeleidsplan schetst onze koers voor de komende drie jaar. Het is meer dan een plan; het is een belofte dat we alles op alles zetten om meer kinderen te bereiken en hun leven met een Wish Journey te verrijken.

De komende jaren bouwen we voort op stevige fundamenten. We professionaliseren onze organisatie, versterken onze community en vergroten onze impact. Dit document laat zien waar we vandaan komen, welke mijlpalen we al hebben bereikt en hoe we samen met onze vrijwilligers, partners en donateurs toewerken naar een toekomst waarin ieder kind met een ernstige ziekte in Nederland zijn of haar liefste wens werkelijkheid ziet worden. Ons doel is helder: we willen meer liefste wensvervullingen mogelijk maken. Van 662 per jaar naar 800 in 2028. Dat bereiken we door efficiënter te gaan werken, onze naam sterker te maken, nieuwe kanalen aan te boren én door gebruik te maken van de kracht van onze community.

Het is díé kracht die het vertrouwen geeft dat we onze ambities kunnen waarmaken. Daar zetten we in de toekomst steeds meer op in. Iedereen die aan ons verbonden is, zien we als een Wish Maker: een ambassadeur. De betrokkenheid die we voelen, willen we nog meer vergroten. Door nog meer te zeggen: ‘blijf bij ons’, ‘doe mee’, ‘denk mee met’ en ‘deel ons verhaal’. We zetten de komende jaren nadrukkelijk in op de olievlek die zich gaat verspreiden.



# Visie en Missie

Bij Make-A-Wish Nederland weten we dat een Wish Journey de kracht geeft om een leven te veranderen.

Onze missie is helder: we vervullen de liefste wens van ieder kind met een ernstige ziekte in Nederland. Ieder kind mag dromen, ongeacht zijn of haar medische situatie. Een Wish Journey is geen extraatje, maar een essentieel onderdeel van het herstelproces. Het biedt hoop, energie, regie en vertrouwen – niet alleen aan het kind, maar aan het hele gezin dat vaak jarenlang leeft in een wereld van ziekenhuizen, behandelingen, zorgen en onzekerheid.

## Onze visie:

**Kinderen veerkracht en vertrouwen geven door hun wensreis.** Door hun liefste wens te vervullen geven we, samen met onze community, kinderen met een ernstige, soms zelfs levensbedreigende ziekte, veerkracht en vertrouwen voor de toekomst.

## Onze missie:

**Het vervullen van de liefste wens van ieder kind dat in aanmerking komt.** Kinderen tussen 3 en 18 jaar met een ernstige, soms zelfs levensbedreigende ziekte komen in aanmerking voor een op maat gemaakte Wish Journey, een traject van verheugen, beleven en (na-)genieten die leidt tot een impact die een leven lang meegaat.

Onze visie gaat verder dan het vervullen van een wens. Wij willen kinderen helpen veerkracht op te bouwen. De Wish Journey start in de meeste gevallen maanden voor de wensdag zelf. Het bedenken van de wens, het erover dromen, het verheugen en plannen, het intense toeleven geeft kinderen weer grip, regie, motivatie en iets om naar uit te kijken. Wanneer die wens werkelijkheid wordt, ontstaat er een herinnering die blijvend kracht geeft, zelfs in de zwaarste periodes. In het hele traject transformeert een patiënt naar 'held' van zijn wens.

Make-A-Wish wil zo een bron van hoop en positiviteit zijn, een organisatie die kinderen en gezinnen laat ervaren dat dromen uitkomen, dat ze niet alleen staan en dat er altijd een reden is om te blijven hopen. Dat is ons kompas – nu en in de toekomst.

*Mijn liefste wens is als prinses puppy's te knuffelen*

**Amber, 4  
leukemie**

# Onze impact



Elke dag horen gemiddeld vier families in Nederland dat hun kind een ernstige, soms zelfs levensbedreigende ziekte heeft. Wat volgt zijn maanden of jaren vol zorgen.

De positieve energie van de Wish Journey brengt hier verandering in. Het verheugen op en het vervullen van een liefste wens maken de kinderen en hun gezinnen sterker. Deze duurzame impact is precies wat nodig is om met de ziekte te kunnen omgaan.

Sinds onze oprichting hebben we meer dan 11.500 wensen vervuld. Achter elke wensvervulling schuilt een uniek verhaal van een kind dat even niet de patiënt was, maar

gewoon kind kon zijn. Een jongen die straalde toen hij zijn idool ontmoette. Een meisje dat voor één dag een echte prinses was. Een gezin dat weer even samen kon lachen, zonder zorgen op de achtergrond.

Deze verhalen laten zien dat een Wish Journey geen eenmalig hoogtepunt is, maar een proces dat uiteindelijk een leven lang kracht geeft. 92% van de wensgezinnen geeft aan dat hun welzijn verbeterde na de wens.



**Ruim 11.500 wensen  
vervuld sinds  
oprichting in 1989**



**92% van  
wensgezinnen ervaart  
verbeterd welzijn**



**Wensreis: maandenlange  
positieve energie,  
niet één dag**

# Waar we staan



De afgelopen jaren hebben we laten zien wat er mogelijk is als we samen onze schouders eronder zetten. Tussen 2023 en 2025 groeide het aantal vervulde wensen met 25%.

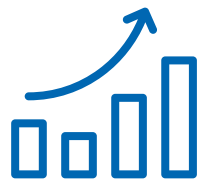
Onze inkomsten stegen naar €10,6 miljoen in 2025 en vanuit die groei konden we de in aantal gegroeide wensen financieren. We hebben tevens een reserve opgebouwd om ook toekomstige groei te kunnen financieren. Dit succes danken we aan een groeiende community van vrijwilligers, partners en donateurs. Dit beseffen we terdege en motiveert tot het nog meer focussen op de kracht van die community, die daarom centraal staat in het meerjarenplan.

## Onze Kernwaarden:

Kindgericht, Empathie, Samenwerking, Impact, Vreugde.

## Onze merkwaarden:

Vernieuwend, Impact, Kindgericht, Integer, Community.



**25% groei in aantal  
vervulde wensen  
2023-2025**



**Financieel: €10,6M  
inkomsten in 2025  
(+18% t.o.v. doel)**



**Centrale organisatie  
wensvervulling  
afgerond**



**Een sterke  
vrijwilligerscommunity**

# Onze ambitie 2028

Onze blik is gericht op 2028. Wij dromen groots, net als de kinderen die wij helpen.

In dat jaar willen we:

- 19% meer wensen vervullen en daarmee meer kinderen en gezinnen hoop en kracht geven om nog meer impact realiseren
- 8% hogere inkomsten genereren om deze groei mogelijk te maken.

Dat betekent dat we als organisatie efficiënter willen werken zonder concessie te doen aan de unieke hoogwaardige wensvervullingen die we organiseren.

*Mijn liefste wens is een cassiere te zijn*

**Samara, 3  
leukemie**

**19%**

meer wensen  
vervullen

**8%**

meer inkomsten  
dan 2025

**70%**

doelbestedings-  
percentage

**4%**

Spontane  
naamsbekendheid

# Strategische thema's

Om onze ambitie voor 2028 waar te maken, hebben we vijf strategische thema's gekozen. Het zijn onze ankerpunten: gebieden waarin we investeren, vernieuwen en groeien, zodat we steeds meer kinderen een onvergetelijke Wish Journey kunnen geven.

1. People & Culture
2. Kracht van de Community
3. Data-gedreven sturen
4. Professionaliseren
5. Toekomstgericht

## 1. People & Culture

### Het hart van onze organisatie

Onze medewerkers en vrijwilligers zijn het blauwe hart van Make-A-Wish. Zij maken het verschil, dag in dag uit. Daarom bouwen we aan een cultuur die empathie en professionaliteit combineert. Een plek waar iedereen zich gezien voelt, waar ruimte is om te groeien en waar samenwerking vanzelfsprekend is. We investeren in leiderschap, persoonlijke ontwikkeling en diversiteit. Ook onze vrijwilligers verdienen een stevige plek in de organisatie, met betere ondersteuning, binding en waardering.

*Mijn liefste  
wens is een  
astronaut te  
zijn*

**Thomas, 7  
oogkanker**



Het is belangrijk voor ons dat iedereen zich kan ontwikkelen en kan groeien in zijn rol én met veel plezier en voldoening werkt. Als mensen zich gezien voelen, helpt dat om onze kernwaarden te laten stralen: kindgericht zijn, impact maken, samenwerken, vreugde en positiviteit verspreiden en empathie tonen. Die vijf vormen samen onze interne leidraad. De waarden passen in onze Wish Journey, maar ook in de manier waarop wij met elkaar om willen gaan.

De inzet van onze ruim 600 vrijwilligers is van onschatbare waarde. Zonder hen geen impact. Om die te blijven maken, gaan we op een nieuwe manier samenwerken binnen onze vrijwilligersorganisatie. We willen onze vrijwilligers nog beter ondersteunen in het werk dat ze doen. Daarom gaan we over van werken in multidisciplinaire regioteams naar teams op basis van de vrijwilligersrol. De vrijwilligers binnen het

Prinses Máxima Centrum, onze Fotoalbumvrijwilligers en de Wensvullers voor een Dag werken al langere tijd op deze manier. Met succes.

## 2. Kracht van de community

- Iedereen een Wishmaker: benutten netwerk en expertise.
- Segmentatie en persoonlijke communicatie.
- Ambassadeursprogramma met wensgezinnen.

*Karina Tiekstra, algemeen directeur:*

*“Make-A-Wish is meer dan een organisatie; het is een community van wenskinderen, ouders, oud-wenskinderen, aanmelders, zakelijke partners, al die vrijwilligers en het kantoorpersoneel. Samen zorgen we voor zoveel goede energie en nieuwe verbindingen. Het samenspel tussen al die mensen met een blauw Make-A-Wish-hart, onze familie, wordt daarom nog meer ons speerpunt. Het is de kracht van de community die ons werk zo speciaal maakt en het is de kunst die verbondenheid nog meer te laten stralen, steeds weer om te zetten in nieuwe energie.”*

### Samen dromen waarmaken

De komende jaren willen we die community-kracht nog sterker inzetten. Door verhalen te delen, een ambassadeursprogramma te lanceren, de STARboard-kinderen meer te betrekken vanuit hun ervaringen en inspiratie en persoonlijke communicatie op maat te bieden, zorgen we dat iedereen zich onderdeel voelt van deze missie. Zo bouwen we een hechte, betrokken community die samen wensen in vervulling kan laten gaan.

*Mijn liefste wens is heel veel snoep voor mij en mijn zusje*

**Teun, 4  
hersentumor**



### 3. Datagedreven

#### Meten om te groeien

Bij onze geambieerde groei hoort professioneler en meer data-gedreven werken. Op basis van inzichten kunnen we nog betere keuzes maken op het gebied van marketing, de inzet van onze middelen en het sturen op onze keyprocessen. Zodat de Wish Journey voor ieder wenskind soepel verloopt en we daarmee de kwaliteit bieden die we willen. Elke Wish Journey blijft maatwerk en daarmee magisch.

### 4. Professionaliseren

Om meer impact te maken, moeten we scherp sturen. We werken daarom met heldere doelstellingen, dashboards en kwaliteitsstandaarden die ons inzicht geven in wat werkt en waar we kunnen verbeteren. Dit maakt onze organisatie transparanter, efficiënter en professioneler. Maar data is nooit een doel op zich – het is een kompas dat ons helpt om iedere euro, iedere minuut en iedere actie zo waardevol mogelijk te maken voor de wenskinderen.

### 5. Toekomstgericht

#### Vernieuwing als kracht

De wereld verandert snel, en wij veranderen mee. We willen vooroplopen in de sector, met innovatieve campagnes, nieuwe geefvormen en technologie die ons helpt beter te verbinden. Onze digitale strategie wordt verder uitgebouwd en via onze digitale kanalen willen we always-on: voortdurend zichtbaar zijn bij onze doelgroepen. Daarbij werken we peer-to-peer (P2P). Ons CRM-systeem en vrijwilligersportaal worden geoptimaliseerd. We zetten AI en data-analyse in om trends te signaleren. Zo blijven we niet alleen relevant, maar kunnen we ook meer kinderen bereiken, sneller en beter dan ooit tevoren.

*Mijn liefste wens  
is meekijken  
op Schiphol*

**Xander, 13**  
hartafwijking

# Meerjarenbegroting

## Boekjaar 2026, 2027, 2028

	Begroot 2026	Begroot 2027	Begroot 2028
<b>BATEN</b>	<b>10.220.000</b>	<b>10.701.000</b>	<b>11.270.000</b>
<b>LASTEN</b>			
Uitbesteed werk wensvervullingen	2.243.800	2.608.500	2.958.300
Overige wensprojectkosten	166.000	172.600	108.100
	<b>2.409.800</b>	<b>2.781.100</b>	<b>3.066.400</b>
Personeelskosten:			
Salarislasten	3.183.100	3.382.100	3.555.100
Overige personeelskosten	596.800	446.900	471.000
	<b>3.779.900</b>	<b>3.829.000</b>	<b>4.026.100</b>
Huisvestingskosten	225.800	234.800	244.100
Algemene organisatiekosten	873.000	884.700	915.000
Internationale kosten	316.600	329.900	346.500
Marketingkosten	2.140.800	2.152.200	2.171.100
Communicatiekosten	437.100	454.600	472.700
Vrijwilligerskosten	82.000	84.700	88.100
	<b>4.075.300</b>	<b>4.140.900</b>	<b>4.237.500</b>
<b>Totaal lasten</b>	<b>10.265.000</b>	<b>10.751.000</b>	<b>11.330.000</b>
Financiële baten en lasten	45.000	50.000	60.000
<b>Resultaat</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Besteed aan doelstelling in % van totale lasten	70,2%	71,0%	71,6%
Besteed aan doelstelling in % van totale baten	70,5%	71,4%	72,0%
Kosten fondsenwerving // Baten fondsenwerving	23,9%	23,3%	22,7%
Kosten beheer en administratie in % van totale lasten	6,0%	5,8%	5,8%
<b>Aantal Vervulde Wensen</b>	<b>700</b>	<b>750</b>	<b>800</b>

Mijn liefste wens is een  
radioprogramma met  
Edwin Evers maken

**Dirk, 11**  
progressieve  
spierziekte



# Samenvatting

- Meer wensen met nog meer impact.
- Efficiënt en professioneel georganiseerd.
- Sterker merk en community.
- Data-gedreven en toekomstbestendig.

Karina Tiekstra over de drijfveren achter dit meerjarenplan: “De kracht van de community. Daar geloof ik in en vertrouw ik op. We kunnen nog veel meer verbindingen maken. Door elkaars netwerk te gebruiken. Als donateurs andere donateurs werven, is dat heel krachtig. Als vrijwilligers andere mensen enthousiast maken ook vrijwilliger te worden, is dat goud waard. Als een zakelijk partner blij wordt van een Business Challenge en dat deelt met potentiële zakenpartners: geweldig. Iedereen die al een blauw hart heeft en verbindingen legt koester ik, omdat dan ons verhaal zo goed verteld wordt.

We hebben 662 wensen vervuld in ons meest recente boekjaar. Hoeveel mensen hebben we daarmee wel niet bereikt? Een kind, de ouders, de broers, zussen, opa’s, oma’s, tantes, ooms, neefjes, nichtjes, klasgenootjes, de zorgverleners, de wensleveranciers, de vrijwilligers, de juffen en meesters, de mensen die hebben gedoneerd, die hebben geholpen ... **Rondom ieder wenskind zitten meer dan honderd mensen!** Als je daarbij stilstaat, is onze cirkel

zo sterk en groot. **We willen die cirkel in beweging houden en steeds groter maken.** Want wat nou als alle mensen binnen die cirkel de wensvervulling zo fantastisch vinden dat ze graag iets terug willen doen? Dan pas weet je hoeveel energie er vrijkomt voor onze nieuwe wenskinderen.

**Daarom zie ik de toekomst van Make-A-Wish voor me als één groot netwerk dat steeds groter wordt. Daar gaan we alles aan doen.”**

*Mijn liefste wens is een parachutesprong*

**Jara, 15  
Hodgkin**

