



Stichting Babyspullen

Strategisch Beleidsplan 2018 - 2021



*Verder bouwen aan een toekomstbestendige
organisatie*

13 april 2018

herziening 22 oktober 2020

Inhoud

1. Inleiding	3
2. Visie, missie en kernwaarden	4
2.1 Visie	4
2.2 Missie	4
2.3 Kernwaarden	4
3. Strategie 2018-2020	4
3.1 SWOT-analyse	4
3.2 Algemeen	6
Bedrijfsmodel: Samenwerking	6
Menskracht	6
Logistiek	6
3.3 Operationeel	7
3.4 Financieel	7
3.5 Medewerkers en vrijwilligers	8
3.6 Logistiek	9
3.7 Marketing & Communicatie	9
4. Organisatiestructuur	10

1. Inleiding

Armoede is volgens de definitie van de Verenigde Naties het niet kunnen voorzien in de primaire levensbehoeften. Primaire levensbehoeften omvatten zaken als schoon en drinkbaar water, voedsel, kleding, huisvesting en gezondheidszorg. Zij gelden als noodzakelijk om een menswaardig leven te kunnen leiden. Armoede ontstaat wanneer een persoon of een groep mensen onvoldoende betaal en/of ruilmiddelen heeft om in de primaire levensbehoeften te kunnen voorzien.

Om armoede een halt toe te roepen, pleit Stichting Babyspullen ervoor (primaire) armoede te bestrijden vanaf de geboorte van een kind. Onze stichting verstrekt daarom gratis babystartpakketten als (aanstaande) ouders onvoldoende middelen hebben om in de primaire levensbehoefte van hun kindje te voorzien.

Stichting Babyspullen is in de afgelopen jaren uitgegroeid tot een serieuze en landelijke partij op het gebied van zorg voor kinderen in armoede waar het Rijk, gemeenten en hulpverleningsorganisaties niet meer omheen kunnen. Dat blijkt ook uit de cijfers. Het aantal verstrekte babystartpakketten is de afgelopen jaren flink gestegen. Ook het aantal inzamelpunten, opslagpunten en vrijwilligers neemt toe. Daarnaast zien we een groeiend aantal gemeenten dat de stichting weet te vinden als onderdeel van hun armoedebeleid en/of als onderdeel van het programma Kansrijke Start. Maar om alle kinderen binnen de doelgroep te bereiken moet Stichting Babyspullen zich blijven ontwikkelen en blijven groeien.

Het was de ambitie van Stichting Babyspullen om uit te groeien tot een hulpverleningspartner die met het Rijk, gemeenten en hulpverleningsorganisaties zorgt voor een efficiënte inrichting van de zorg voor kinderen van 0-2 jaar in Nederland die geboren worden in armoede. De ambities hebben hun vertaling gekregen in de beleidsplannen van de afgelopen jaren met de titels:

- de basis voor een landelijke, professionele hulpverleningsorganisatie (2016-2018); en
- doorgroei naar een landelijke, professionele hulpverleningspartner (2018-2020)

Er is hard gewerkt aan het creëren van een basis wat gemaakt heeft dat we staan waar we nu staan.

Gelet op de ontwikkelingen zowel binnen als buiten de stichting, kiest het bestuur ervoor de termijn van het huidige beleidsplan met een jaar te verlengen. Het jaar 2020 heeft in het teken gestaan van een toekomstverkenning. Daarnaast heeft Covid-19 ook op Stichting Babyspullen een grote impact (gehad).

Tijdens de gesprekken over de toekomst voor Stichting Babyspullen, bleek dat het essentieel is om een aantal randvoorwaarden (verder) op orde te brengen om van daaruit op een verantwoorde en duurzame manier verder te kunnen groeien. De snelle groei die Stichting Babyspullen heeft doorgemaakt maakt dat de organisatie niet op alle onderdelen voldoende is meegegroeid.

We zorgen dat de randvoorwaarden (verder) op orde worden gebracht door het vaststellen van een aantal focuspunten (doelen). Daarbij bouwen we waarborgen in om te zorgen dat we deze ook halen. We doen dit door:

- De focuspunten scherp te definiëren (concreet, haalbaar/uitvoerbaar);
- Per focuspunt een bestuurslid verantwoordelijk te maken voor de uitvoering;
- De focuspunten en de rapportage over de voortgang vast onderdeel te maken van de bestuursvergaderingen;
- Een projectleider professionalisering aan te stellen;

- Medio 2021 het beleidsplan 2022 - 2026 op te starten (strategische sessie).

Doel van dit strategisch beleidsplan is zowel intern als extern de koers van Stichting Babyspullen voor het komende jaar duidelijk te beschrijven. Het strategische beleidsplan geeft inzicht in de missie, visie, strategie en kernwaarden van de stichting, de medewerkers en vrijwilligers die erin werkzaam zijn. Alle besluiten, acties en gedragingen die Stichting doet, passen in het beleidsplan. Het is belangrijk hierbij te realiseren dat in een beleidsplan de hoofdlijnen worden uitgezet. De verdere uitwerking in jaar- of projectplannen zal door de directie, in samenwerking met het bestuur, worden opgepakt.

2. Visie, missie en kernwaarden

2.1 Visie

Alle baby's en jonge kinderen van 0-2 jaar in Nederland zijn voorzien in de basisbehoeften en kunnen een goede start maken in het leven.

2.2 Missie

Stichting Babyspullen zet zich met een netwerk van partners in om de effecten van armoede op baby's en jonge kinderen van 0-2 jaar te verminderen. De stichting realiseert dit doel primair door het verstrekken van gratis babystartpakketten, bestaande uit nieuwe en gebruikte babyspullen, aan (aanstaande) ouders in Nederland die het financieel moeilijk hebben.

De stichting heeft geen winstoogmerk.

2.3 Kernwaarden

Kernwaarden zijn belangrijk voor de identiteit van de organisatie. Ze verschaffen houvast aan zowel bestuur, directie als vrijwilligers. De houding en het gedrag worden erdoor bepaald. De kernwaarden van Stichting Babyspullen zijn:

- Professioneel - kundig en geïnformeerd.
- Respectvol - zowel jegens alle belanghebbenden bij de stichting als haar eigendommen.
- Betrouwbaar - de stichting gaat zorgvuldig om met de privacy van de (aanstaande) ouders en het samenstellen van de pakketten.
- Dienstverlenend - hoge kwaliteit in de dienstverlening in het proces en ten aanzien van de pakketten.
- Betrokken medewerkers en vrijwilligers zijn enthousiast en vormen het visitekaartje van de stichting.

3. Strategie 2018-2020

3.1 SWOT-analyse

Als startpunt van de strategische beleidsvorming is in onderstaand model een overzicht opgenomen van de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van de stichting zoals deze door directie en bestuur worden gesignaleerd. Deze zogenaamde SWOT-analyse geeft handvatten voor de verdere formulering en uitwerking van de strategische keuzes van de stichting.

Sterktes

- De organisatie heeft een grote gunfactor; particulieren, bedrijven, maatschappelijke organisaties en (lokale) overheid verbinden zich graag aan

Zwaktes

- De afhankelijkheid van vrijwilligers; regelmatig wisselingen van vrijwilligers/sleutelfiguren bijvoorbeeld doordat zij een betaalde baan

<p>de stichting (door bijvoorbeeld financiële steun en schenkingen in natura).</p> <ul style="list-style-type: none"> • De pakketten worden gratis ter beschikking gesteld aan de doelgroep. • De pakketten worden alleen verstrekt aan (aanstaande) ouders in Nederland die hulp écht nodig hebben. Verstrekking gebeurt uitsluitend via een landelijk dekkend en groeiend netwerk van professionele hulpverlenende instanties. • De organisatie draait voornamelijk op betrokken en gedreven vrijwilligers. • De stichting heeft een unieke marktpositie: ze is de grootste in Nederland in de hulpverlening op het gebied van primaire armoedebestrijding in de leeftijdscategorie 0-2 jaar. 	<p>vinden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Er zijn geen structurele inkomsten voor de financiering van de organisatie op lange termijn; er is een grote financiële afhankelijkheid van eenmalige donaties en incidentele subsidies. • Er is geen gestructureerd inkoopbeleid, waardoor tijd en middelen verloren gaan in de zoektocht naar de meest voordelige producten¹. • Marketing en communicatie kunnen nog sterker en gericht. • De werkzaamheden zijn hoofdzakelijk gericht op één centrale locatie, terwijl zowel de inzameling als uitgifte landelijk plaatsvindt. Dit heeft effect op de logistiek, het beschikbare aantal vrijwilligers en de mogelijkheid om regionale/lokale fondsen aan te boren. • Het logistieke proces is omvangrijk: veel inzamelpunten en verbeterpotentieel in de aansturing van voorsorteercentra. • Er zijn onvoldoende relaties met de (lokale) overheid en de capaciteit om deze relaties te leggen en te onderhouden ontbreekt. • Sterke interne gerichtheid op het produceren van pakketten. • De organisatie is zwaar belast, m.n. de directie.
<p>Kansen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Toenemende bewustwording van armoede in Nederland, zowel binnen bedrijfsleven als binnen overheid. Enerzijds heeft de overheid geld beschikbaar gesteld voor de bestrijding van armoede onder kinderen. Anderzijds liggen er (financiële) kansen in samenwerking met het bedrijfsleven. • Maatschappelijk verantwoord ondernemen staat steeds hoger op de agenda van het bedrijfsleven. Dit biedt kansen voor samenwerkingen en sponsoring. • Naamsbekendheid kan landelijk gezien kan nog verbeterd worden. De stichting zit nog zeker niet op haar volle potentie, zowel aan de hulpvragende als aan de hulpgevendende kant. • Samenwerking met concullega's, (lokale) overheid en sociaal maatschappelijke organisaties en waar mogelijk/wenselijk een verregaande bundeling van krachten realiseren, zodat de groep kinderen van 0-2 jaar die in armoede opgroeit nog meer en betere kansen op een goede start krijgt. • Gebruikmaken van alternatieve manieren om extra 'handjes' te vinden; bijvoorbeeld door samenwerking met praktijkscholen, aanspreken van babyboomers, nieuwkomers de kans geven om werkervaring op te doen. Daarbij kan de stichting in het o.a. in het kader van de Participatiewet verbindingen leggen. • Als gevolg van Covid-19 worden ook mogelijkheden gezien om i) werkwijzen processen tegen het licht te houden en efficiënter in te richten, ii) tijd en energie te besteden aan activiteiten die ook nodig zijn en iii) nieuwe vrijwilligers te binden die diensten kunnen leveren. 	<p>Bedreigingen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Het is moeilijker vrijwilligers te vinden en te binden (o.a. door de economie, toenemende individualisering en beperkingen a.g.v. maatregelen rondom COVID-19). De concurrentie in 'vrijtijdsbesteding' is groot. • Het risico van imagoschade door calamiteiten. • De toekomstige politieke agenda - en daarmee ook de beschikbaarheid van overheidsmiddelen - met betrekking tot armoedebestrijding is onzeker. • Gebrek aan structurele inkomsten om de vaste kosten te dekken. • De vraag naar pakketten overstijgt het aanbod. Dit kan een nadelig effect hebben op samenwerkingen, financiering, imago etc. • Als gevolg van Covid-19 en de beperkingen en richtlijnen die daaruit voortvloeien, kan niet worden beschikt over het maximale aantal vrijwilligers. Dit heeft impact op onze activiteiten en op het betrokkenheidsgevoel van de vrijwilligers.

¹ Producten die de stichting onvoldoende gedoneerd krijgt en dus moet inkopen of producten die om hygiënische redenen nieuw gekocht moeten worden.

3.2 Algemeen

Op basis van de SWOT-analyse is gekeken naar een aantal ontwikkelingsstrategieën. Dat groei de komende jaren nodig is, is onmiskenbaar. Primaire doel van de strategie is dan ook om op een gezonde en verantwoorde manier verder te groeien tot een organisatie die kan voldoen aan de actuele vraag naar babystartpakketten. 1 op de 9 kinderen wordt in armoede geboren. Dat zijn jaarlijks ruim 19.000 kinderen. Een deel hiervan wordt ondersteund vanuit het eigen sociale netwerk. Het andere deel – dat geen sociaal netwerk heeft om op terug te vallen – kan bij Stichting Babyspullen aankloppen. Exacte cijfers over de totale behoefte aan babystartpakketten op basis van deze gegevens zijn (nog) niet bekend.

Dat betekent voor Stichting Babyspullen dat we toewerken naar een bedrijfsmodel waarbij de inkomsten evenredig meegroeien met de vraag naar pakketten. Insteek is dat gewerkt wordt naar een model waarbij een meerderheid van de pakketten wordt aangevraagd via gemeenten, waarbij gemeenten de kosten voor deze pakketten dragen. Dergelijke afspraken zijn er al met een aantal gemeenten. Dit past binnen de lijn die is ingezet om Stichting Babyspullen meer en meer te profileren als dé samenwerkingspartner voor Rijk en gemeenten voor de armoedebestrijding in de leeftijd van 0-2 jaar. Doel is om in 2021 toe te werken naar een situatie waarin 75% van de pakketten wordt betaald.

Zoals gezegd richt de stichting zich in de komende jaren op gezonde en verantwoorde groei van de organisatie. Dit betekent dat bestaande processen continu gemonitord en waar mogelijk/nodig verbeterd worden. Daarnaast zoekt de stichting actief mogelijkheden om de bestaande capaciteit uit te breiden. Niet alleen op de bestaande locatie, maar juist door het hele land om zo de betrokkenheid bij de stichting te vergroten en nieuwe bronnen (financieel en menskracht) aan te boren. Het bedrijfsmodel speelt hierin een belangrijke rol, maar ook samenwerkingen met vergelijkbare initiatieven in den lande komen steeds meer op het pad van de organisatie.

De kernpunten van de strategie kunnen als volgt worden samengevat:

Bedrijfsmodel: Samenwerking

- Dé samenwerkingspartner voor Rijk en gemeenten voor de armoedebestrijding (incl. programma Kansrijke Start) in de leeftijd van 0-2 jaar.
- Actief samenwerking zoeken met diverse bedrijven, partijen en initiatieven in het land, zowel operationeel als financieel.
- Toekomstbestendig financieel model: inkomsten groeien evenredig mee met de vraag naar pakketten.

Menskracht

- Juiste kwaliteit op de juiste plek; vrijwillig, dan wel betaald op basis van een business case, waarbij de (ingehuurde) kracht zichzelf terugverdient.
- Werk indien mogelijk (deels) uitbesteden aan externe organisaties met een maatschappelijke doelstelling (bijvoorbeeld sociale werkvoorzieningen, dagbesteding etc.).

Logistiek

- Decentraliseren: voorsorteercentra in de provincies en mogelijk een tweede sorteer- en distributiecentrum
- Efficiënte inrichting inkoop

3.3 Operationeel

Stichting Babyspullen zamelt gebruikte babyspullen in door een landelijk netwerk van inzamelpunten. Bij deze inzamelpunten, hetzij bij particulieren, hetzij bij bedrijven, staan veelal rode inzamelcontainers. Waar mogelijk verzorgen lokale vrijwilligers een eerste grove sortering van de ingezamelde spullen. Vrijwilligers van de inzamelpunten brengen de spullen vervolgens naar regionale opslagpunten. Op regelmatige basis halen transportvrijwilligers deze opslagpunten leeg en brengen de spullen waar mogelijk naar de (voor)sorteercentra en vervolgens naar het landelijk sorteer- en distributiecentrum. Hier worden alle spullen (verder) uitgezocht en gesorteerd. Vervolgens worden babystartpakketten gemaakt. Er zijn twee soorten pakketten: een pakket voor de eerste maanden (t/m maat 68) en een pakket voor de vervolgfase (t/m maat 92).

Het proces van uitzoeken, sorteren en samenstellen van pakketten gebeurt volgens de daarvoor beschikbare handleiding om zo een constante kwaliteit van pakketten te waarborgen. De pakketten bevatten de babyuitzet voor de periode tot ongeveer twee jaar na de geboorte en kunnen al tijdens de zwangerschap worden aangevraagd. De inhoud van de pakketten is gestandaardiseerd en is in overleg met deskundigen samengesteld en wordt waar nodig in overleg met deze deskundigen herzien.

De pakketten worden gevuld met zowel nieuwe als gebruikte spullen. Voorwerpen zoals flessen en spenen worden vanuit hygiënisch oogpunt uitsluitend in nieuwstaat in de pakketten gestopt. De medewerkers en vrijwilligers van Stichting Babyspullen controleren de spullen voor het samenstellen zo goed mogelijk, maar veiligheid blijft de eindverantwoordelijkheid van de gebruiker. Stichting Babyspullen aanvaardt daarom in geen geval aansprakelijkheid in welke vorm dan ook, bij schade of letsel als gevolg van, of voortvloeiend uit het gebruik van de inhoud van het babystartpakket. Dit wordt ook duidelijk gecommuniceerd in een disclaimer in het pakket en op de website.

Stichting Babyspullen verstrekt de babystartpakketten aan (aanstaande) ouders in Nederland die op of onder het bijstandsniveau leven en geen sociaal vangnet hebben dat kan ondersteunen bij de aanschaf van de eerste babybenodigdheden. De online verwijsbrief wordt door de samenwerkende hulpverlenende organisaties ingevuld. Zij verrichten de screening, aangezien deze organisaties aanwezig zijn in de lokale omgeving en daarom het beste weten of iemand voldoet aan de specifieke doelgroep van de stichting. Stichting Babyspullen is voor deze hulpverlenende instanties dé partner binnen Nederland als het gaat om hulp aan (aanstaande) ouders in de eerste twee jaar na de geboorte van het kind. Iedere (aanstaande) ouder in Nederland, ongeacht afkomst, sekse, leeftijd of religieuze achtergrond, wordt indien mogelijk door de stichting geholpen. De babystartpakketten worden gratis ter beschikking gesteld. Stichting Babyspullen heeft het overeengekomen recht om de beschikbaarstelling van de babystartpakketten door de hulpverlenende instanties periodiek te evalueren.

3.4 Financieel

Van essentieel belang voor de stichting is dat een toekomstbestendig financieel model ontwikkeld wordt, waarbij de inkomsten minimaal parallel lopen met het verstrekte aantal pakketten. Uitgangspunt voor dit model is dat intensief samengewerkt wordt met gemeenten, zoals beschreven in paragraaf 3.2.

Stichting Babyspullen heeft geen winstoogmerk. De babystartpakketten worden gratis ter beschikking gesteld en een eventueel positief resultaat dient zo spoedig als mogelijk ingezet te worden ter uitvoering van de doelstelling van de stichting.

De stichting kent naar haar aard geen ledenstructuur en daarmee opbrengsten uit contributies. Collectes zullen geen onderdeel zijn van de activiteiten van de stichting.

Om te waarborgen dat de middelen van de stichting zoveel mogelijk worden aangewend voor de doelstelling, mogen de kosten voor beheer en administratie niet meer bedragen dan 5% van de totale kosten van de stichting. Tevens zijn de totale kosten van fondsenwerving en beheer en administratie niet hoger dan de norm die het Centraal Bureau Fondsenwerving hanteert².

De kwartaalrapportage en jaarrekening worden ingericht in overeenstemming met de Richtlijn voor de Jaarverslaggeving voor Fondsenwervende Instellingen. Deze rapportages bevatten zowel kwalitatieve als kwantitatieve informatie en worden binnen een maand na het afsluiten van het kwartaal, dan wel het jaar, beschikbaar gesteld via de internetsite van de stichting. Een onderdeel van de derde kwartaalrapportage is de begroting voor het volgend jaar.

Fondsenwerving, subsidieaanvragen en sponsoring zijn uitermate belangrijk voor de stichting en zijn als kerntaken daarom belegd bij de directeur. Zij wordt hierin ondersteund door (vrijwillige) professionals. Gezien het belang van fondsenwerving heeft de stichting de expliciete wens meer tijd en menskracht te steken in fondsenwerving. Indien mogelijk maken we gebruik van vrijwilligers, maar anders wordt kennis en kunde ingekocht.

3.5 Medewerkers en vrijwilligers

Stichting Babyspullen heeft een onbezoldigd bestuur met toezichhoudende en beleidsvormende verantwoordelijkheden. De verantwoordelijkheid voor de dagelijkse aansturing van de organisatie is gedelegeerd aan een directeur. De directeur is primair verantwoordelijk voor de uitvoering van het beleid en het realiseren van de doelstellingen zoals deze door het bestuur zijn vastgesteld. De belangrijkste taken en verantwoordelijkheden van de directeur bestaan uit het voeren van het algemeen management, fondsenwerving en promotie van de stichting. De directeur is, samen met de operationeel manager, de vrijwilligerscoördinator en de marketing, communicatie & sales managers, parttime in dienst van de stichting.

Indien het bestuur dat noodzakelijk acht, is het mogelijk dat andere functies in loondienst van de stichting zullen worden uitgevoerd, dan wel dat externe kennis en vaardigheden worden ingehuurd.

Uitgangspunt blijft dat de stichting vrijwel volledig draait op vrijwilligers. De vrijwilligers die zich inzetten voor de stichting worden gezien als de belangrijkste 'assets' van de stichting. Het vrijwilligersbeleid zal verder worden vormgegeven, met als belangrijkste uitgangspunten:

- Waardering voor het werk door directie en bestuur
- Zichtbaarheid op de vloer van directie en bestuur
- Heldere organisatiestructuur
- Eenduidige, schriftelijke afspraken over taken en verantwoordelijkheden van vrijwilligers, directie en bestuur

Goede, betrouwbare en capabele menskracht is van essentieel belang voor de stichting en is in de afgelopen jaren regelmatig een knelpunt gebleken. Daarom zal de stichting naast de bestaande samenwerkingen met onderwijsinstellingen, vrijwilligersorganisaties en uitvoeringsinstellingen nóg creatiever en actiever zoeken naar mogelijkheden de juiste mensen op de juiste tijden aan zich te binden om de continuïteit van de dienstverlening te waarborgen. Er liggen kansen in samenwerkingen met diverse instanties. Denk bijvoorbeeld aan re integratietrajecten en projecten waarin vluchtelingen werkervaring kunnen opdoen, maar ook aan het uitbesteden van werk aan een sociale werkplaats en dagbesteding. De HR- en vrijwilligerscoördinator spelen in dit alles een belangrijke rol.

² Op het moment van totstandkoming van het strategisch beleidsplan is dit percentage 25%

Werving en selectie gebeurt in samenwerking met de partners volgens daarvoor opgestelde protocollen. Opleidingsdocumentatie en training-on-the-job maken onderdeel uit van het inwerktraject.

Ter ondersteuning van het bestuur en de directie, zal op termijn een Raad van Advies gevormd worden. Hierin zullen leden plaatsnemen met een breed netwerk en gerichte vakinhoudelijke kennis die op diverse niveaus in de organisatie kan worden ingezet.

3.6 Logistiek

De logistieke bewegingen van de ingezamelde babyspullen en de samengestelde babystartpakketten vormen een belangrijke pijler onder de dienstverlening van Stichting Babyspullen. De processen hieromtrent zijn goed georganiseerd door vrijwilligers, maar is nog niet geoptimaliseerd en toekomstbestendig. Door de voorgenomen ontwikkeling en groei van de stichting, ligt er een knelpunt dat met een gedegen, efficiënt logistiek plan ondervangen wordt. De basis die hiervoor gelegd is, wordt in 2021 verder uitgewerkt. Zo zijn overwegingen om het transport door het land efficiënter in te richten en samenwerking te zoeken met regionale partijen voor het opzetten van voorsorteercentra in het land. De optie van een tweede sorteer- en distributiecentrum zal ook worden verkend.

Een belangrijk element in de logistiek is de efficiënte inrichting van de inkoop en het voorraadbeheer. Artikelen moeten met minimale inspanning en tegen zo laag mogelijke kosten worden ingekocht. De insteek is dat de artikelen bij vaste groothandels worden ingekocht, in plaats van via diverse detaillisten.

De stichting wil op alle genoemde vlakken samenwerken met een netwerk van partners om de kosten te minimaliseren, risico's te spreiden en de continuïteit van het logistieke proces te waarborgen.

3.7 Marketing & Communicatie

Het vergroten van de bekendheid van de stichting is een blijvend belangrijk doel. Een grote naamsbekendheid heeft een positieve invloed op de hulpgevende (financiën, babyspullen en vrijwilligers) en op de hulpvragende kant (hulpverleners en afnemers pakketten).

Stichting Babyspullen moet een 'top-of-mind' positie in nemen bij alle ouders op het moment dat babyspullen opgeruimd worden. De stichting streeft ernaar om, naast het schenken aan familie en vrienden en verkoop via bijvoorbeeld Marktplaats, het derde alternatief te zijn voor ouders die een goede bestemming zoeken voor hun gebruikte babyspullen. Het doneren van babyspullen is vaak de eerste stap tot het verder steunen van de stichting, hetzij financieel, hetzij praktisch als vrijwilliger.

In het vergroten van de naamsbekendheid aan de hulpvragende kant zijn o.a. de contacten met gemeenten belangrijk. Zij hebben zicht op de doelgroep en hebben ook het netwerk in hun gemeente om de doelgroep efficiënt te bereiken. Maar de doelgroep wordt ook indirect bereikt via de hulpgevende kant. Mensen raken bekend met de stichting en weten de stichting niet alleen te vinden voor het doneren van spullen, maar ook voor het aanvragen van pakketten.

Stichting Babyspullen is een landelijke organisatie met een regionale focus. Dat wil zeggen dat in de verschillende regio's in het land regiocoördinatoren actief zijn die een belangrijke rol vervullen bij het (regionaal) op de kaart zetten van de stichting.

Hierbij maakt de stichting in haar kernboodschappen gebruik van de volgende vijf krachten:

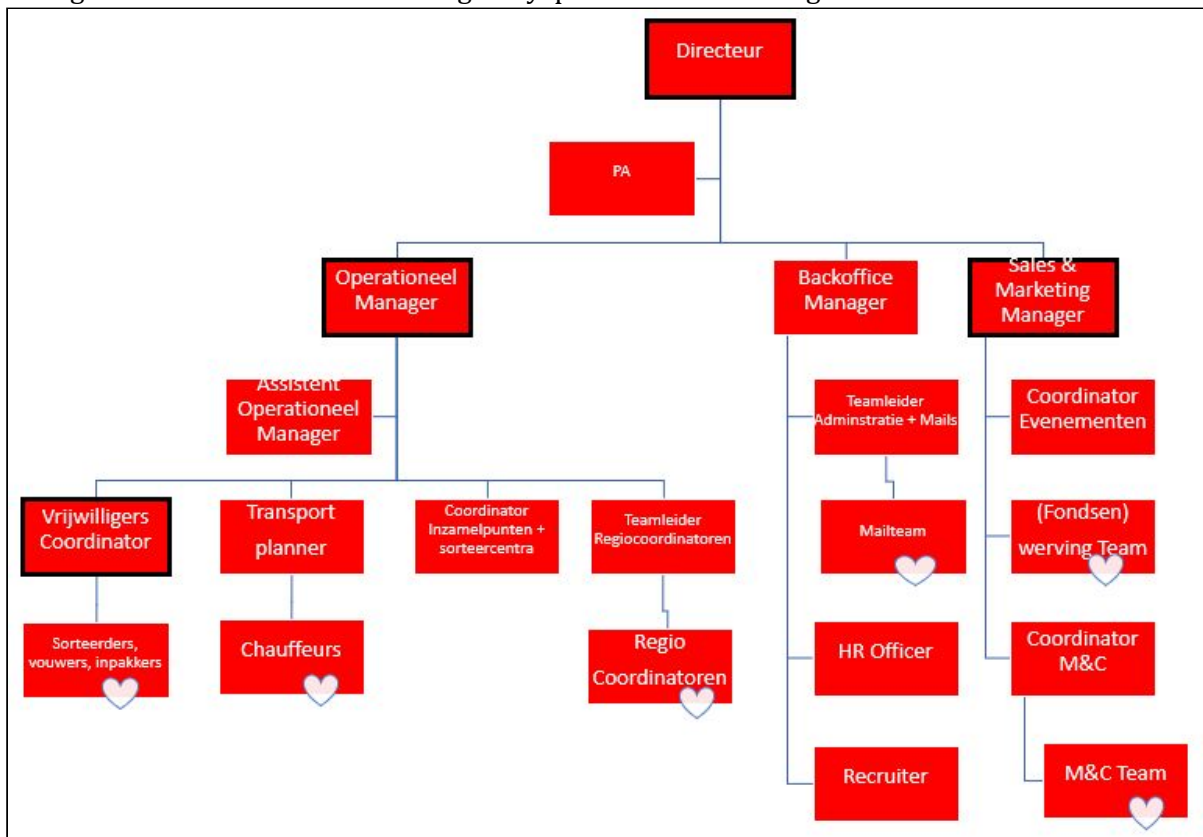
- De organisatie heeft een grote gunfactor;

- De pakketten worden gratis ter beschikking gesteld;
- De pakketten worden alleen verstrekt aan (aanstaande) ouders in Nederland die hulp écht nodig hebben;
- Verstrekking gebeurt uitsluitend via een landelijk dekkend en groeiend netwerk van professionele hulpverlenende instanties;
- De organisatie draait vrijwel volledig op betrokken en gedreven vrijwilligers.

Om de marketing en communicatie inhoud te geven wordt een breed scala van instrumenten ingezet, zowel offline als online. Aan de inzet van deze middelen ligt een meerjarenmarketing en communicatieplan ten grondslag. Er gebeurt veel op het gebied van marketing en communicatie, maar er is nog veel winst te behalen. Het is een wens van de stichting om meer tijd en menskracht voor dit aandachtsgebied beschikbaar te krijgen.

4. Organisatiestructuur

De organisatiestructuur van Stichting Babyspullen ziet er als volgt uit:



organogram bijgewerkt tot 20 oktober 2020

De directie geeft leiding aan een operationeel team van medewerkers en vrijwilligers. Hierbij worden de volgende functies onderscheiden:

☑ Coördinatoren + teamleiders - deze functionarissen ondersteunen de directeur bij de dagelijkse aansturing van de vrijwilligers. Ieder aandachtsgebied heeft zijn eigen coördinator(en). Zij zijn verantwoordelijk voor de realisatie van de in het jaarplan gestelde doelen binnen hun aandachtsgebied, waarbij het motiveren en begeleiden van de vrijwilligers in het team uiteraard een belangrijke factor is. Voor de coördinatie van het primaire proces binnen de stichting is een dedicated kracht essentieel. De functie van operationeel manager wordt daarom vervuld door een van de betaalde krachten binnen de stichting.

☑ Vrijwilligers - binnen de stichting is een breed scala aan vrijwilligers actief. Mensen die in het land spullen inzamelen, promotie of transport verzorgen, zich bezig houden met fondsenwerving of administratie.

5. Focuspunten 2021

Naar aanleiding van de analyse van SeSam begin 2020 en de strategische sessies die daarop medio 2020 hebben plaatsgevonden, is een aantal focuspunten bepaald voor het professionaliseren van de organisatie van Stichting Babyspullen. Deze focuspunten zijn de leidraad voor het werk aan de organisatie in het jaar 2021.

1. Verhogen van het percentage (door partners) **betaalde pakketten**³ tot 75% van het totaal aantal pakketten tegen het einde van 2021 en een structurele voortzetting daarvan mogelijk maken;
2. Verbeteren van de professionaliteit en efficiëntie van het proces voor **inkoop** (standaardisatie, kosten, tijd, beperkt aantal partijen);
3. Duurzaam reduceren van de tijdsbesteding aan **logistieke taken** met minimaal 25% ten opzichte van de huidige situatie;
4. Inventariseren van de **(management) informatiebehoefte** en faciliteren van de verzameling (rapportages en tooling) en arbeidsextensieve verspreiding daarvan;
5. a) Bepalen welke noodzaak en welke mogelijkheden er zijn om de **huisvestiging** te verbeteren & vergroten;
b) uitvoeren van (structurele) verbeteringen van **facilitaire zaken** in de loods aan de hand van een 'werklijst';
6. Verbeteren van de (de impact van de) **communicatie** aan die **doelgroepen** die bijdragen aan het verhogen van het percentage betaalde pakketten, gemeten aan de hand van die verhoging en steekproefgewijze navraag bij de (beoogde) doelgroep naar de ervaren effectiviteit van de communicatie.

³ Hiermee worden pakketten bedoeld die volledig gedekt worden door baten.