



... omdat ieder kind recht heeft op een goede start!

www.stichtingbabyspullen.nl

BELEIDSPLAN 2022-2024

Wij willen er, voor zorgen dat **vóór 2025, elk kind** in Nederland dat het nodig heeft, voorzien wordt van **2 Babystartpakketten** vol nodige en prachtige babyspullen.

Stressvrij die eerste 1000 dagen door, dat gunnen we ieder kind, maar ook iedere ouder.

Het waarderen van alle mensen in, en goed organiseren van **onze organisatie** is hierbij voor ons van groot belang.

Contactpersoon:
Mary Kearney
mary.kearney@stichtingbabyspullen.nl

Stichting Babyspullen
Nijverheidsplein 2F
1704 RB Heerhugowaard

www.stichtingbabyspullen.nl
KvK 54883679
www.cbf.nl/organisatie/stichting-babyspullen



... omdat ieder kind recht heeft op een goede start!

www.stichtingbabyspullen.nl

1. ONS FUNDAMENT (WAAROM)

A. 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.

B. 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 gratis verstrekken van babystartpakketten, bestaande uit nieuwe en gebruikte babyspullen, aan (aanstaande) ouders in Nederland die het financieel moeilijk hebben. De stichting heeft geen winstoogmerk.

C. 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 gesprekspartner.
- Respectvol - we streven naar een inclusieve cultuur die wordt gekenmerkt door samenwerking, waardering en open communicatie.
- 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 van de pakketten.

Betrokken medewerkers en vrijwilligers zijn enthousiast en vormen het visitekaartje van de stichting.

D. DOEL / BHAG (BIG HAIRY AUDACIOUS GOAL)

Zo snel mogelijk, maar in elk geval voor 2025 **elk** kind in Nederland dat het nodig heeft, voorzien van 2 Babystartpakketten.

Met
inachtname
van de huidige
organisatie

2. ONZE ROUTE IS TWEELIDIG (HOE)

| Nieuwe route | Borgen bestaande organisatie |
|---|--|
| Een nieuwe route en een strategische functie zorgen ervoor dat de organisatie vernieuwt en kan opschalen zodat de BHAG haalbaar is. | Door middel van een operationeel manager die samenwerkt met de strategisch directeur willen we de huidige organisatie borgen en op een zorgvuldige manier optimaliseren. |
| Scenario 1: Stichting Babyspullen gaat sociaal ondernemen | Scenario 3 Stichting Babyspullen Partnerprogramma: samen zorgen wij voor een stressvrije start voor elke ouder en elk kind |
| <ul style="list-style-type: none"> • Eigen collectie/kledinglijn (met logo). • Eventueel met arbeidsparticipatie • Nieuwe kleding van afgekeurde stukken • Mooie stukken verkopen als 'items' op veilingen • Inzet van studenten • Subsidie van gemeente voor upcycling | <p>A. Bekende mensen/ influencers: ambassadeurs/free publicity, Bijvoorbeeld met BN'ers</p> <p>B. Partner-programma met grote commerciële partijen om gezamenlijke MVO-doelen & BHAG behalen</p> |

3. HANDVATTEN VOOR DE ROUTES

A. ALGEMEEN

| Nieuwe route | Borgen bestaande organisatie |
|---|--|
| <p>De nieuwe route moet het mogelijk maken de financiering van de <i>gehele</i> BHAG rond te krijgen zodat de verstrekking van de pakketten gratis kan blijven en de kwaliteit van de inhoud van hoog niveau kan blijven, voor een – op termijn – uitbreiding van circa 15.000 pakketten*.</p> <p>Daarnaast zorgt de nieuwe route voor zo veel exposure dat ook de gehele <i>doelgroep</i> Stichting Babyspullen weet te vinden.</p> <p>Zodat Stichting Babyspullen binnen een periode van drie jaar, vier keer zo veel kan doen, zonder de druk op de huidige bestaande organisatie (vier keer) te verhogen, óók omdat de vraag vanuit de doelgroep er is.</p> | <p>De huidige (interne) organisatie en de band met en betrokkenheid van de vrijwilligers en medewerkers moet van hetzelfde hoge niveau blijven als dat nu is en alle bestaande samenwerkingsverbanden moeten worden bestendig en waar mogelijk uitgebouwd. Het huidige aantal pakketten per jaar in het bestaande sorteer- en distributiecentrum blijft op een vergelijkbaar niveau.</p> <p>Daarnaast zorgt de bestaande organisatie er voor dat de processen en procedures die gehanteerd worden goed werken en eenvoudig uit te voeren blijven.</p> <p>Zodat Stichting Babyspullen kan blijven doen wat ze nu doet en ervoor kan zorgen dat dat de komende drie jaren stabiel kan blijven voortgaan, ook bij opschaling van de productie op andere locatie(s).</p> |

B. FINANCIËN

| Nieuwe route | Borgen bestaande organisatie |
|--|--|
| <p>De nieuwe route is gericht op het genereren van een structurele financiële baten stroom die geheel wordt ingezet voor het opschalen van de organisatie met een factor vier (t.o.v. 2021).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Salarissen van medewerkers • Huur van pand(en) & vaste lasten • Inkoop van schaarse goederen • Kosten fondsenwerving • Organisatiekosten <p>De inkomsten worden gegenereerd uit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Commerciële activiteiten • Structurele sponsoring nieuwe bedrijven • Structurele sponsoring particulieren • Projectgerichte fondsenwerving bij bedrijven en vermogensfondsen. | <p>De bestaande organisatie blijft verantwoordelijk voor en eigenaar van het relatiebeheer met de bestaande sponsors, (vaste) fondsen en samenwerkingsverbanden waaruit goederen of financiële baten voorkomen.</p> <p>De begroting, doelstellingen en KPI's blijven gedurende dit beleidsplan ongeveer gelijk aan die van 2021.</p> <p>De inkomsten worden gegenereerd uit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Structurele sponsoring bestaande bedrijven, samenwerkingen en particulieren • Bestaande samenwerkingsverbanden met vermogensfondsen, bedrijven en gemeenten • De nieuwe route 😊 |

C. LOGISTIEK, INKOOP EN DOELGROEPBENADERING

| Nieuwe route | Borgen bestaande organisatie |
|---|---|
| <p>Voor het benaderen van fondsen en samenwerkingspartners wordt in de nieuwe route gebruik gemaakt van de bestaande processen en systemen.</p> <p>Eén van de doelstellingen van de nieuwe route zal leiden tot een veel grotere vraag van de doelgroep. Het projectmatig accommoderen daarvan in en overdragen aan de huidige organisatie (bijvoorbeeld door het vinden van samenwerkingspartners of het uitbreiden van locaties) is nadrukkelijk werk binnen de nieuwe route.</p> <p>Voor elk van de commerciële activiteiten zal een businessplan op een A4 worden opgesteld en als bijlage worden toegevoegd aan dit beleidsplan.</p> | <p>De bestaande organisatie handhaaft en verbetert waar nodig de werkwijzen voor logistiek, inkoop en doelgroepbenadering.</p> <p>Gedurende de loop van dit beleidsplan vindt door de nieuwe route stap voor stap uitbreiding van de productie plaats op nieuwe locatie(s). Voor elke uitbreiding wordt uitgewerkt wat de verdeling van de doelgroep, instroom van goederen, sponsorinkomsten, relatiebeheer met samenwerkingspartners, sponsors en fondsen is.</p> <p>Die uitwerkingen worden als bijlagen aan dit beleidsplan toegevoegd.</p> |

D. MARKETING & COMMUNICATIE

| Nieuwe route | Borgen bestaande organisatie |
|---|--|
| <p>De nieuwe route ontwikkelt - onder de paraplu van het strategisch marketing en communicatiebeleid - eigen communicatiekanalen en een eigen marketing & communicatiebeleid. Daarin is nadrukkelijk samenhang en samenwerking met de bestaande organisatie.</p> <p>Voor elk van de te ontwikkelen commerciële activiteiten wordt een aparte marketingstrategie toegepast, die wel met elkaar verweven kunnen zijn (bijvoorbeeld op een zelf ontwikkeld verkoopplatform, kunnen ge-upcyclede producten worden aangeboden).</p> <p>Indien één van de activiteiten ontwikkeld in de nieuwe route wordt overgedragen aan de bestaande organisatie, wordt deze overdracht vanuit de nieuwe route projectmatig geleid.</p> | <p>Leidend voor marketing & communicatie, is het marketing en communicatieplan dat volgt uit de eind 2021 in gang gezette professionalisering. Werkwijzen en communicatiekanalen worden geborgd in dit plan.</p> <p>Marketing en communicatie voor zowel de bestaande organisatie als de nieuwe route, wordt op een aansluitende en elkaar versterkende manier ingezet.</p> <p>Regievoering en aansturing van het geheel aan marketing en communicatie vindt plaats vanuit de bestaande organisatie. Hiermee wordt de integrale benadering en werkwijze geborgd.</p> |

E. VAST TEAM

| Nieuwe route | Borgen bestaande organisatie |
|---|---|
| <p>De nieuwe route wordt uitgevoerd onder leiding van de algemeen directeur.</p> <p>Deze stuurt eveneens de operationeel directeur aan.</p> <p>De algemeen directeur wordt aangestuurd door het bestuur.</p> <p>Gezien de aard en omvang van de activiteiten van de nieuwe route, zal geïnvesteerd moeten worden in het vervullen van sleutelposities.</p> <p>Uitbreiding van de medewerkers en projectleiders wordt aangevraagd met onderbouwing van de business case en een vastlegging (/ voorgestelde aanpassing) van het organogram. Voor elke uitbreiding is toestemming van het bestuur nodig.</p> | <p>De bestaande organisatie kent een aantal vaste medewerkers. In 2022 zijn de functies als in het organogram in bijlage 2.</p> <p>De operationeel directeur stuurt het management team aan en zorgt voor afstemming met de algemeen directeur.</p> <p>Uitbreiding van het aantal medewerkers ter vervulling van sleutelposities wordt aangevraagd met onderbouwing van de business case en een voorgestelde aanpassing van het organogram. Voor elke uitbreiding is toestemming van het bestuur nodig.</p> |



... omdat ieder kind recht heeft op een goede start!

www.stichtingbabyspullen.nl

F. VRIJWILLIGERS

| Nieuwe route | Borgen bestaande organisatie |
|--|---|
| <p>Gezien de aard en omvang van de activiteiten van de nieuwe route, zal in de 'projectfase' worden gewerkt met een combinatie van betaalde (tijdelijke) krachten en vrijwilligers.</p> <p>Gezien de natuur van de commerciële activiteiten is het niet de verwachting in de nieuwe route structureel met vrijwilligers te werken.</p> <p>Daar waar het gaat om uitbreiding van de productie(locaties) wordt - aangestuurd vanuit de nieuwe route - (samen)gewerkt met vrijwilligers die de activiteit in de bestaande organisatie zullen uitvoeren.</p> | <p>De vrijwilligers zijn onze kracht; zonder hen zouden alle pakketten die nodig zijn niet gemaakt kunnen worden.</p> <p>We zorgen er dus niet alleen voor dat de vrijwilligers weten dat we ze waarderen, maar ook dat we ze goed begeleiden op de werkvloer en goed inwerken. Ook vinden we het belangrijk dat de vrijwilligers die bijdrage kunnen leveren die het beste bij hen past en dat we ze begeleiden in hun ontwikkeling.</p> <p>Daarom gaan we in gesprek over de rol van de vrijwilligers i.c.m. hun capaciteiten en worden de vacatures ook breed gedeeld, zodat vrijwilligers altijd hun interesse in een andere rol kunnen aangeven</p> <p>HR vervult een trekkende rol in de zes fases van de vrijwilligerscyclus: bezinnen, binden, begeleiden, belonen, behouden en beëindigen.</p> |

4. PLANNING

Wees alert op uitbreiding doelgroep a.g.v. exposure en tref voorbereidingen

| Nieuwe route | Borgen bestaande organisatie |
|---|---|
| <p>Jaar 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aangaan nieuwe same • Projectmatige fondsenwerving voor commerciële activiteiten • Opzetten commerciële activiteit 1 • Vergroten exposure bij doelgroep <p>Jaar 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aangaan nieuwe samenwerkingsverbanden • Projectmatige fondsenwerving voor commerciële activiteiten • Opzetten commerciële activiteit 2 • Business as usual commerciële activiteit 1 • Vergroten exposure bij doelgroep <p>Jaar 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aangaan nieuwe samenwerkingsverbanden • Borgen en overdragen commerciële activiteit 1 • Projectmatige fondsenwerving voor commerciële activiteit 3 • Opzetten commerciële activiteit 3 • Business as usual commerciële activiteit 2 • Vergroten exposure bij doelgroep | <p>Jaar 1 & Jaar 2 & Jaar 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Handhaven kwaliteit en productieniveau voor babystartpakketten • Handhaven en verbeteren relatiebeheer met bestaande partners (bedrijven & gemeenten) • Ontwikkelen van planmatige aanpak voor particuliere donateurs • Vastleggen en verbeteren bestaande processen • Ondersteunen waar mogelijk (capaciteit) van Marketing & Communicatie voor nieuwe route • Tref voorbereidingen voor opvangen uitbreiding doelgroep i.s.m. de nieuwe route. <p>Jaar 2 & Jaar 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meewerken aan verhoging van pakketuitgifte door bijvoorbeeld: <ul style="list-style-type: none"> • Meewerken aan uitbreidingen van locaties; als de kundige, zeer ervaren partij & vraagbaak (ontwikkeling van een blauwdruk) • Realiseren van mogelijkheden om productie en pakketuitgifte op de huidige locatie te verhogen |

5. ACTIES 2022

| Nieuwe route | Borgen bestaande organisatie |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Zet de Nieuwe Route-organisatie op 2. Bepaal commerciële activiteit 1 en 2 en werk business plannen uit 3. Formuleren van projecten en aantrekken van projectleiders op onderdelen van de business plannen 4. Maak plan voor uitbreiding exposure bij doelgroep 5. Stel lijst van te benaderen samenwerkingspartners op 6. Ontwikkelen financieringsvoorstel voor uitvoering Nieuwe Route <p>Voer plannen uit en zorg ervoor dat we elk jaar 5.000 éér kinderen een goede start kunnen geven.</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Management Team installeren 2. Optuigen overlegstructuren 3. Versterken van de HR-functie en de ontwikkeling van een vrijwilligersbeleid 4. Afstemmen van marketing & communicatie capaciteit af met de nieuwe route 5. Maken van plannen voor het opvangen van de uitbreiding van de vraag vanuit doelgroep door extra exposure 6. Ontwikkelen van plan van aanpak om de productie uit te kunnen breiden, inclusief business plan <p>Voer werkzaamheden uit, zoals gewend en zorg dat er weer 5.000 kinderen een goede start hebben!</p> |



... omdat ieder kind recht heeft op een goede start!

www.stichtingbabyspullen.nl

6. ACTIES 2023 (IN TE VULLEN IN 2022)

| Nieuwe route | Borgen bestaande organisatie |
|---------------------|-------------------------------------|
| | |

7. ACTIES 2024 (IN TE VULLEN IN 2023)

| Nieuwe route | Borgen bestaande organisatie |
|---------------------|-------------------------------------|
| | |

8. ACTIES 2025 (IN TE VULLEN IN NIEUW BELEIDSPLAN IN 2024)

| Nieuwe route | Borgen bestaande organisatie |
|---------------------|-------------------------------------|
| | |

Contactpersoon:
Mary Kearney
mary.kearney@stichtingbabyspullen.nl

Stichting Babyspullen
Nijverheidsplein 2F
1704 RB Heerhugowaard

www.stichtingbabyspullen.nl
KvK 54883679
www.cbf.nl/organisatie/stichting-babyspullen

BIJLAGE 1: SCENARIO'S

Mogelijke scenario's: stressvrije start voor ieder kind door het Babyspullen platform

| | |
|---|---|
| <p>Scenario 1: Stichting Babyspullen gaat sociaal ondernemen</p> <p>Bijv: Kleertjes.com heeft nu ook pre-owned! Mogelijk gemaakt door het Babyspullen platform: stressvrij starten voor iedereen.</p> | |
| <ul style="list-style-type: none"> + Commerciële inkomsten + Slimme partnerships + Huidige stichting kan blijven bestaan + Kan decentraal worden opgezet wanneer gewenst + Intappen op trends zoals: pre-owned | <ul style="list-style-type: none"> - Vraagt om andere skills/nieuw team? - Imago? |
| <p>Scenario 2: SBS Franchise</p> <p>Bijv: start nu jouw eigen Babyspullen stichting in jouw regio en zorg dat XX kinderen stressvrij kunnen starten.</p> | |
| <ul style="list-style-type: none"> + Decentralisatie + Trend: go local + Hechte, kleinere teams met max # + Een klein back-office team voor alle zaken die centraal geregeld kunnen/moeten worden. | <ul style="list-style-type: none"> - Duidelijke regels opstellen/controle - Geen commercieel verdienmodel |
| <p>Scenario 3: SBS Partnerprogramma: Samen zorgen wij voor een stressvrije start voor elke ouder en elk kind</p> <p>Bijv: Buy some, give one → koop voor een bedrag en geef een pakket twv cadeau of: samen de teller op 1:1 houden: elk kind is voorzien, laten we dat zo houden.</p> | |
| <ul style="list-style-type: none"> + Makkelijke aansluiting van partners door standaardpakket aan te bieden met content/samenwerking etc. + Gezamenlijke missie voltooien + Huidige organisatie kan op eigen tempo vernieuwen/optimaliseren | <ul style="list-style-type: none"> - Geen commercieel verdienmodel. |