**Beleidsplan 2017-2019**

**1.1 Inleiding**

De boodschap van de Vrienden van het Hubrecht zal moeten zijn dat het **Hubrecht een uniek wetenschappelijk instituut** is, waar fundamenteel onderzoek gewaarborgd is, nu en ook in detoekomst. Om dit te kunnen realiseren, moet er in de bedrijfsvoering van de stichting een aantal waarden aanpassen. Hiervoor worden interne en externe aanbevelingen in dit beleidsplan gegeven. De aanbevelingen, mits juist geïmplementeerd, kunnen leiden tot het gestelde doel van de stichting.

**Interne en externe aanbevelingen:**

**Intern**

1. De boodschap van de stichting: De Stichting Vrienden van het Hubrecht Instituut wil het Hubrecht Instituut financieel steunen en deze steun de komende jaren vergroten. Naast fondsenwerving voor onderzoek worden er ook evenementen georganiseerd om de naamsbekendheid onder potentiële donateurs te vergroten.

2. De Boodschappers: communicatiemedewerker, ambassadeurs, bestuurders,

medewerkers en vrienden

3. Transparantie besteding gelden: jaaroverzicht op de website

**Extern**

1. De boodschap van de stichting: De Stichting Vrienden van het Hubrecht Instituut ondersteunt het onderzoek van het Hubrecht Instituut in de breedste zin van het woord. Naast fondsenwerving voor onderzoek worden er ook evenementen georganiseerd om de naamsbekendheid te vergroten.

2. De doelgroepen: particulieren, fondsen, stichtingen, service clubs en verenigingen

3. Communicatiemiddelen: Social media, website, lezingen en andere activiteiten Stichting.

4. Betrokkenheid: Vereniging ‘’Vrienden’’ van de stichting

**1.2 Interne aanbevelingen**

**1.2.1 Helderheid en transparantie**

Het feit dat het Hubrecht Instituut een uniek wetenschappelijk instituut is, moet naar voren komen in de bijgaande teksten. Het idee is om een onderscheidend logo te maken die wel een duidelijke link heeft met het logo van het Hubrecht Instituut. Het moet potentiële donateurs raken welke het Hubrecht Instituut zou willen gaan steunen op nationaal en internationaal niveau. De potentiële donateurs moeten zich betrokken gaan voelen bij het Hubrecht Instituut, die betrokkenheid zal ondersteund worden door de activiteiten en via social media en web based activiteiten zoals de site van de vrienden en de site doorzettenhelpt.nl. Met het onderzoek naar oplossingen voor ziekten zou de Stichting een vertaalslag kunnen maken naar een breder publiek, uitleg geven dat het basaal wetenschappelijk onderzoek uiteindelijk gevolg heeft voor, bijvoorbeeld: stamcelonderzoek bij de alvleesklier kan in de toekomst ervoor zorgen dat insuline spuiten niet meer noodzakelijk is voor patiënten met diabetes mellitus. Onbegrijpelijke wetenschappelijke taal moet vertaald worden naar begrijpelijke taal die men kan verstaan en begrijpen en die de niet-wetenschapper enthousiast maakt.

Op website van Stichting Vrienden moet meer informatie komen over de ondersteuning van de verschillende onderzoeken en daarbij eventueel een barometer maken van waar de studie is en hoeveel geld er nodig is voor deze studie…

**1.2.2 Herkenbaarheid**

Herkenbaarheid van het Hubrecht Instituut bij het grote publiek is een speerpunt van de Stichting Vrienden van het Hubrecht Instituut. De Stichting heeft onlangs een vrachtwagen met het voltallige onderzoeksteam van het Hubrecht rondrijden door Nederland met daarop de URL-code waarmee mensen die de vachtwagen zien eenvoudig toegang krijgen tot de website en vragen stellen aan de medewerkers, de Hubrecht Colleges, Gala’s, Rally’s, ontvangsten op het Instituut en anders zaken helpen bij de herkenbaarheid van het Instituut.

Icoon van het Hubrecht is uiteraard Hans Clevers die zeer prominent in het wetenschappelijk nieuws is. Kunst is om deze positieve aandacht nog meer te laten linken met het Hubrecht Instituut, nu wordt lang niet altijd die link gelegd. Op dit moment hebben we Hans Clevers als gastspreker op het 10-jarig bestaan van de Stichting en hij is ook aanwezig bij het Hubrecht Congres in mei 2018

**1.2.3 Bereikbaarheid**

Het Hubrecht Instituut is voor de niet-wetenschapper alleen te volgen op de website van het Hubrecht Instituut op de Vrienden pagina. Uiteraard zijn er veel vrienden die het Hubrecht volgen via de facebook pagina van het Hubrecht Instituut waar voornamelijk nieuws over de gebeurtenissen in het Hubrecht staat.

Met de campagne [www.doorzettenhelpt.nl](http://www.doorzettenhelpt.nl), het ontwikkelen van een eigen huisstijl/logo, het inzetten van een stagiair voor opzetten van alle social media kanalen waarmee ook alle activiteiten van de Stichting een podium krijgen en het verbeteren van de content van de Vrienden pagina op de website, wil de Stichting zo beter zichtbaar zijn bij de mensen die ons willen volgen.

**1.2.4 Herhaling**

Het spreekt voor zich dat als de boodschap is uitgedragen het hiermee niet klaar is. Om dat te bereiken moet er frequent worden herhaald waar het Hubrecht Instituut voor staat.

Niet alleen voor potentiële nieuwe donateurs, maar ook om de bestaande vrienden en

Ambassadeurs kenbaar te maken dat de donaties nuttig worden besteed voor het onderzoek in het Hubrecht. Dus zowel aan de voorkant als aan de achterkant van de donaties is het nodig om de boodschap te herhalen. We streven naar transparantie en openheid van de ontwikkelingen binnen het Hubrecht Instituut naar onze achterban.

**1.2.5 Continuïteit**

De continuïteit is van belang. Als (potentiële) donateurs eenmaal een boodschap te horen hebben gekregen, is het beter om deze boodschap niet te snel te veranderen, grote veranderingen in de visie van de Stichting kan ertoe leiden dat donateurs of vrienden niet meer geloven in de daadkracht van de Stichting. Deze continuïteit wordt gewaarborgd door duidelijkheid, herkenbaarheid van de Stichting en van de betrokkenen rond de Stichting.

**De boodschappers**

Om de unieke boodschap van de Stichting uit te dragen, heeft de Stichting een manager algemeen benoemd en wordt het bestuur, de ambassadeurs, de young ambassadors en vrienden meer bij de Stichting betrokken.

**1.2.6 De communicatie**

Ondanks de groei van het Hubrecht Instituut blijft de naamsbekendheid laag onder de niet wetenschappers(leken) in Nederland. De Stichting Vrienden van het Hubrecht Instituut heeft als belangrijk doel zijn vriendengroep te vergroten, want hoe meer mensen de Stichting kennen en weten waarvoor de Stichting staat hoe groter die uitstraling is op de grotere of echt grote potentiele donateurs.

**1.2.7 De Bestuurders en Ambassadeurs**

Bestuurders en ambassadeurs zijn erg onder de indruk van de hoge kwaliteit van het wetenschappelijk onderzoek in het Hubrecht Instituut. De bijeenkomsten van bestuur en ambassadeurs zijn gestructureerd in voorjaar en najaar tevens is de betrokkenheid zo groot dat zij ook support bieden tijdens de activiteiten van de Stichting om zo samen de doelstelling van de Stichting te behalen. Met het enorme netwerk van de bestuurders, ambassadeurs en young ambassadors kunnen nieuwe “Vrienden” gecreëerd worden.

Naast de huidige aangestelde ambassadeurs zijn alle medewerkers van het

Hubrecht Instituut ambassadeur in hun eigen netwerk. Door een uniforme en begrijpelijke boodschap kan de uniciteit van het wetenschappelijk onderzoek van het Hubrecht Instituut worden uitgedragen.

**1.2.8 Doneren en transparantie besteding gelden**

Belangrijk is dat het bestede geld van de donateurs inzichtelijk wordt en dus dat de donateur

ziet waaraan de donatie besteed wordt, dit is een speerpunt in deze periode om op de Vrienden webpagina van het Hubrecht Instituut meer transparantie te geven over de door de Vrienden mogelijk gemaakt onderzoek met de status van het onderzoek, termijn en kosten.

Op dit moment is het mogelijk te doneren via website Hubrecht, via [www.doorzettenhelpt.nl](http://www.doorzettenhelpt.nl) en via [www.pifworld.nl](http://www.pifworld.nl). Noodzaak is wel dat meer mensen deze pagina’s gaan vinden en noodzaak voelen om te doneren.

**1.2.9 Maak het bestede geld inzichtelijker voor de donateur**

De Stichting Vrienden van het Hubrecht Instituut zal zorgdragen voor het transparant maken van de bestede en binnenkomende gelden. Het is belangrijk voor de donateur om te weten hoe de donatie wordt ingezet. Hiervoor beschreven we al meer informatie te verlenen over de studie waar naartoe de donatie gelden zijn gegaan en daarnaast maken we een barometer van de bestedingen en wat er eventueel nog noodzakelijk is. De berichtgeving over goede doelen is niet altijd positief daarom is het extra belangrijk om een transparante relatie op te bouwen met de donateur. Doordat de Stichting meer private gelden krijgt is het belangrijk om de donateurs zo goed mogelijk over deze donatie te informeren en uit te leggen hoe de donatie besteed wordt. De donateurs moeten jaarlijks indien van toepassing een update van de studieresultaten ontvangen.

**1.3 Externe aanbevelingen**

**1.3.1 De boodschap**

De boodschap zal moeten zijn dat het **Hubrecht een uniek wetenschappelijk instituut** is. Om ziekte als diabetes, hart en vaatziekten, kanker maar ook ziekten die minder grote groepen treft op te lossen, is het noodzakelijk te begrijpen hoe processen in het menselijk lichaam verlopen. De kennis die het Hubrecht Instituut hierover heeft, maakt het tot een van de één van top instituten in de wereld op het gebied van stamcelonderzoek. De boodschap over het Hubrecht Instituut zal aansprekend moeten zijn, die voor eenieder te begrijpen is. De boodschap van het Hubrecht Instituut moet bereikbaar en herkenbaar zijn voor

wetenschappers, maar ook voor de niet-wetenschappers (leek). Uiteraard moet de boodschap voldoende herhaald worden, niet alleen bij potentiële donateurs, maar ook bij

bestaande vrienden. Naast herhaling is ook continuïteit van de boodschap van belang.

**1.3.2 Doelgroepen**

De doelgroepen voor de Stichting Vrienden van het Hubrecht Instituut zijn de huidige donateurs, donerende fondsen en stichtingen welke we graag willen behouden voor het onderzoek van het Hubrecht. De stichting hoopt het aantal vrienden de komende jaren te kunnen uitbreiden door; proactief op zoek te gaan naar nieuwe fondsen, de activiteiten voor naamsbekendheid ook beter in te zetten voor het verkrijgen van donaties.

**1.3.3 Communicatiemiddelen**

Uit de enquêtes is gebleken dat de huidige vrienden en de potentiële vrienden erg actief zijn op het gebied van social media. Onderstaand wordt een aantal middelen beschreven hoe de vriend graag geïnformeerd zou willen worden.

Facebook

Op Facebook een eigen pagina openen naast de pagina van het Hubrecht Instituut om zo een duidelijker onderscheid te maken tussen nieuws van de Stichting en nieuws van het Hubrecht.

LinkedIn en Twitter

In deze periode zullen we ook onderzoeken of het gebruik van een LinkedIn pagina en twitter goed gemonitord kan worden en een toegevoegde waarde voor de Stichting heeft.

Website

De vriendenpagina van de website van het Hubrecht Instituut moet concretere informatie bevatten over de activiteiten van de Stichting en transparantie over de bestedingen van de donaties.

**1.3.4 Zorg voor meer betrokkenheid bij de “Vrienden”**

Om de naamsbekendheid en private gelden te vergroten, willen we de vrienden meer betrokkenheid laten voelen waardoor ze ook vaker en meer met hun eigen netwerk over de Stichting zullen praten en daarbij kan het facebook kanaal een geweldige toegevoegde waarde hebben. Deze betrokkenheid zal beter tot stand komen wanneer de communicatiekanalen op een hoger niveau zijn gekomen.

Tevens willen we de groepsleiders koppelen aan een captain of industrie om elkaar te versterken, de captain krijgt de kans om meer te begrijpen van wat er speelt in de wetenschappelijke wereld terwijl de wetenschapper begeleid wordt in het positioneren van zichzelf, van zijn afdeling of van het Hubrecht Instituut, beide kunnen hun voordeel doen met dit initiatief.

1. Social media

2. Website

**1.4 Nieuw beleidsplan**

In januari 2020 zal de Stichting een nieuw beleidsplan opstellen tot die tijd zal de stichting bovenbeschreven koers toepassen, mochten er aanpassingen wenselijk zijn gaat dit uitsluitend in overleg met het zittende bestuur.

Dr. K.P. Bouter,

Directeur Stichting Vrienden van het Hubrecht Instituut

27 september 2017.