



Jaarplan 2025

Marcel Slenders
December 2024

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	2
1 Een korte (voorlopige) terugblik 2024.....	2
1.1 Prognose baten	3
1.2 Prognose bestedingen	4
1.3 Prognose vermogen	5
1.4 Impact.....	5
1.5 Kosten	6
2 Plannen 2025	6
2.1 Thema's en doelgroepen	6
2.2 Geormerkt vs ongeormerkt	7
2.3 Samenwerking intern	7
2.4 Branding	7
3 Thema's	8
3.1 Duurzaamheid	8
3.2 Gezondheid en gezondheidszorg	8
3.3 Een breed perspectief.....	9
3.4 Professionals van morgen	9
4 Doelgroepen	10
4.1 Onze bestaande particuliere donateurs.....	10
4.2 Grote vermogensfondsen & stichtingen.....	11
4.3 Nalatens en grote gevers.....	11
4.4 Alumni	11
4.5 (ex) Patiënten, familie en vrienden	12
4.7 Samenwerkingen.....	12
5 Baten 2025.....	13
6 Bestedingen 2025.....	13
7 Kosten	15
8 Team Fondsenwerving en structuur.....	15
Bijlage 1 Detail Begroting Baten 2025 SRF	16

1 Een korte (voorlopige) terugblik 2024

Wie zaait, zal oogsten, al is het resultaat bij fondsenwerving niet zo goed te voorspellen als op het land. Dit jaar ontvingen wij een grote donatie die de cijfers positief beïnvloedt, en maakten we met een aantal grote vermogensfondsen afspraken over langlopende financiering.

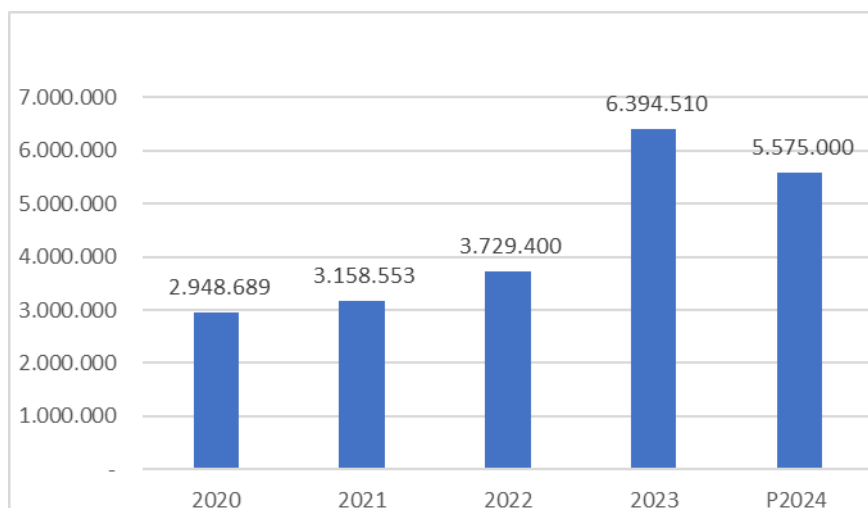
Onze relatie met vermogensfondsen, stichtingen en donateurs is verstevigd en het aantal particuliere en zakelijke donateurs dat ons maandelijks of jaarlijks voor een langere periode steunt, groeit. Nalatens weten ons te vinden. Dit alles vormt samen een stevige basis voor het Radboud Fonds. Voor een deel hebben we een vertrouwde achterban, denk bijvoorbeeld aan het Radboud Oncologie Fonds, dat al jaren donateurs aan zich weet te verbinden. Voor een ander deel werven we steeds nieuwe donateurs, met nieuwe fondsen op naam en nieuwe thema's. Dit zorgt voor een mooie balans tussen ervaring en vernieuwing, wat ons fonds helpt om te blijven groeien en zich verder te ontwikkelen.

Onder de noemer 'zaaien' hebben we dit jaar ook geïnvesteerd in nalatenschappenwerving, met een gezamenlijke campagne met andere universiteitsfondsen en een belcampagne. Ook hebben we als team stappen gezet om meer samen te werken; met zicht op een uitbreiding van de formatie investeren we in een groei van het fonds op de lange termijn.

1.1 Prognose baten

De prognose voor 2024 baseren we op de stand tot en met oktober 2024. Figuur 1 laat zien dat we inschatten ongeveer 5,75 miljoen aan baten te realiseren, we hadden 5,26 miljoen begroot voor 2024. Het lijkt erop dat we minder hebben gerealiseerd dan in 2023 maar dat komt omdat we in 2023 een vermogen van 1,30 miljoen van bestaande steunstichtingen van Radboudumc hebben overgenomen. Als we deze steunstichtingen hierbuiten laten dan zien we een mooie stijging van 5,12 miljoen in 2023 naar 5,75 miljoen in 2024 (+ 9%).

Figuur 1: Trend en prognose baten 2024



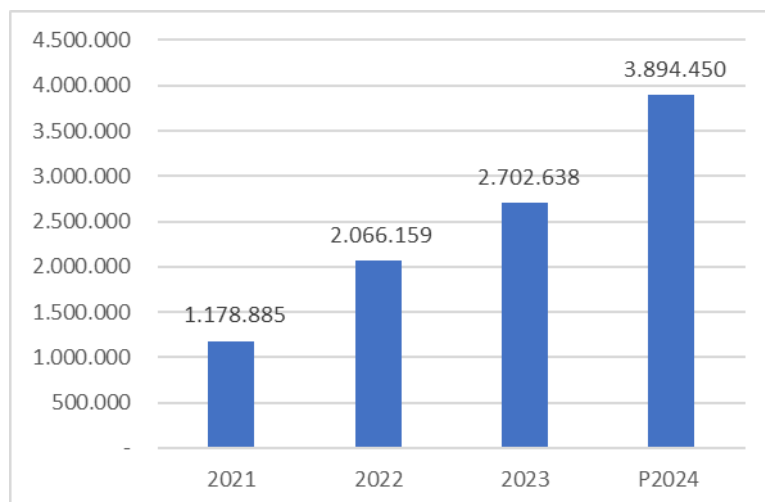
Deze groei hebben we bereikt door een aantal factoren:

- De naamsbekendheid van het Radboud Fonds groeit. Er is een groeiend aantal samenwerkingen met wetenschappers. We worden vaker “gevonden” en vinden wetenschappers die gedreven zijn om private financiering te vinden.
- Netwerk van vermogenden en stichtingen: een aantal belangrijke relaties heeft besloten grote projecten te adopteren voor meerdere jaren. Hier is veel werk aan vooraf gegaan, in sommige gevallen meerdere jaren.
- Vermogensfondsen die we al kennen zijn ook dit jaar succesvol benaderd. We worden steeds vaker gevraagd een nieuw voorstel in te dienen.
- Actievoerders zijn benaderd voor crowdfund-acties.
- We organiseerden succesvolle events gericht op particuliere gevers, zoals het gala voor Amalia en de rally 's van het Radboud Oncologie Fonds.

De donaties zijn afkomstig van particulieren, stichtingen en fondsen, nalatenschappen en bedrijven. Het grootste gedeelte komt van stichtingen en fondsen. Dit zijn fondsen die één specifiek doel hebben maar soms ook een veel bredere statutaire doelstelling. Deze donaties zijn vrijwel uitsluitend geoormerkt voor een specifiek project of doelstelling.

1.2 Prognose bestedingen

Voor de bestedingen hadden we voor 2024 3,56 miljoen begroot. Hier hebben we een flinke groei gerealiseerd: van 2,9 miljoen in 2023 naar bijna 3,90 miljoen in 2024, (zie figuur 2), een groei van +44% t.o.v. het jaar ervoor. Er is veel aandacht gegaan naar bestedingen door gesprekken te voeren met adviescommissies, onderzoekers en met de leiding van onderzoeksinstituten. De gesprekken worden als positief ervaren, vooral omdat we nog eens uitleggen waaraan en hoe het vermogen besteed kan worden. Aan de adviescommissies van twee Fondsen op Naam (Fonds voor medische psychologie en Fonds voor beeldvorming) hebben we gevraagd een bestedingsplan te overleggen omdat er veel vermogen in deze fondsen op naam zit en we de besteding goed willen monitoren.



Figuur 2: Trend en prognose doelbesteding

1.3 Prognose vermogen

Stand van het vermogen eind 2022 was 6,51 miljoen, eind 2023 was het 9,89 miljoen, en de prognose is dat onze vermogenspositie eind 2024 11,2 miljoen is. We zien dat ons vermogen weliswaar groeit maar minder sterk omdat we meer besteden. Het vermogen is geormerkt.

1.4 Impact

Zeker zo belangrijk als de bedragen van baten en bestedingen is de impact die we hiermee genereren. In 2024 hebben we waardevolle initiatieven mogelijk gemaakt.

- Er zijn 46 wetenschappelijke onderzoeken geheel of gedeeltelijk gefinancierd. Voor een deel zijn dit langlopende onderzoeken die dit jaar wederom steun kregen. Ongeveer de helft van de onderzoeken is oncologisch. Andere voorbeelden zijn:
 - onderzoek naar arbeidsparticipatie voor jongeren met Parkinson (Neurologie);
 - onderzoek naar de effecten van digitale counseling en psychotherapie op het overbrengen van emoties en bevestiging met als doel om aan de hand van de resultaten professionals te helpen een effectieve therapeutische relatie op te bouwen (Faculteit der Letteren);
 - onderzoek naar leven met ADHD-symptomen en de effecten op je identiteit, onder andere met een film over leven met ADHD (Faculteit der Sociale Wetenschappen);
 - onderzoek naar twee nieuwe technieken voor het meten van bloedstroom in het hart (Hart & Vaatcentrum);
 - onderzoek naar de impact van cellulaire stofwisseling tijdens veroudering en leeftijdsgerelateerde ziekten (Faculteit Natuurwetenschappen, Wiskunde & Informatica).
- Er zijn 11 projectvoorstellen gefinancierd voor infrastructuur en materialen/apparatuur. Voorbeelden zijn:
 - een opleiding voor echogeleid prikken;
 - een hoofdhuidkoeler voor medische oncologie;
 - de zitjes voor het Beter uit bed-programma.
- Er zijn 9 studentinitiatieven ondersteund, waaronder:
 - Anti Racism Awareness Week 2024, een week vol met debatten en lezingen georganiseerd door en voor studenten;
 - Radboud Welcomes Newcomers: vluchtelingstudenten volgen een vak binnen het regulier onderwijs en aanvullende trainingssessies om vertrouwd te raken met het Nederlandse onderwijssysteem en de cultuur. Studenten worden gekoppeld aan een buddy, een student, die ze introduceert in het campusleven en vergezelt bij sociale activiteiten die worden georganiseerd.

- In 2024 hebben we 13 studenten in financiële nood geholpen. Eén van de studenten die we in 2023 hebben geholpen, is inmiddels cum laude afgestudeerd.

1.5 Kosten

De prognose is dat we met de kosten voor 2024 binnen de begroting blijven. De totale bijdrage vanuit de Radboud Universiteit en het Radboudumc bedroeg 815K. Hiermee dekken we voornamelijk de vaste kosten zoals de salarissen, licenties, online communicatie, administratiekosten en accountantskosten. Vanuit ongeoormerkte donaties financieren we de salariskosten van 4 medewerkers (2,25 fte) voor ongeveer 265K, inclusief 21% btw. In totaal hebben we in 2024 een kostenpercentage van 19% ten opzichte van de baten. Dit is een gezonde ratio te noemen, de meeste organisaties in de charitatieve sector hebben een kostenpercentage dat tussen 18 en 25% ligt.

2 Plannen 2025

Het Radboud Fonds staat voor een gezonde vrije wereld met gelijke kansen voor iedereen. Onderweg naar deze wereld ondersteunen we projecten die ontdekken, vernieuwen, innoveren, samenwerken. We stimuleren actieve betrokkenheid van particulieren en bedrijven, om projecten te kunnen financieren maar ook vanwege het commitment en draagvlak; samen bouwen we aan een betere toekomst.

2.1 Thema's en doelgroepen

In onze werving zijn twee aanvliegroutes belangrijk. De eerste is die van de inhoud. In 2023 zijn we begonnen met het bouwen van een portfolio aan 'Game Changers'. Dit met het idee dat we met de parels vanuit verschillende onderzoeksgroepen gevers zouden vinden. Het waren zeer specifieke en concrete projecten; uiteindelijk bleek het lastig om niches te vinden die geïnteresseerd waren in deze vooraf specifiek uitgewerkte projecten. In 2025 zullen we meer focussen op een beperkt aantal thema's. Met deze thema's geven we aan waar we voor staan, kunnen we ons profileren en onderscheiden we ons. Herkenbare thema's spreken tot de verbeelding van de gever en geven het gevoel bij te dragen aan bredere, strategische doelen. Op deze thema's kunnen wij resultaten en impact terugkoppelen en een langdurige relatie opbouwen met gevers. Bovendien geeft werving op thema's, zonder de gift direct te koppelen aan een specifiek project, ons meer ruimte in de besteding. In hoofdstuk 3 gaan we verder in op de thema's waar we de komende tijd op inzetten.

De tweede aanvliegroute is die van de doelgroepen. De verschillende doelgroepen, zoals particulieren, bedrijven en vermogensfondsen, hebben verschillende belangen, waarden en motivatie om bij te dragen. Het is van groot belang om met elke doelgroep een duurzame relatie op te bouwen en te onderhouden, zodat zij zich betrokken en gewaardeerd voelen. Dit betekent niet alleen het werven van financiële steun, maar ook het creëren van een langdurige band die gebaseerd is op wederzijds vertrouwen en betrokkenheid. Zo werken we aan continue steun, wat

leidt tot meer impact en het realiseren van gezamenlijke doelen op de lange termijn. In hoofdstuk 4 lees je hier meer over.

2.2 Geoormerkt vs ongeormerkt

Geldgevers geven het liefst aan thema's en projecten die hen in het hart raken. Iedereen kent wel iemand die is overleden aan kanker; daarom geven veel mensen aan kankeronderzoek. Voor mensen die zich zorgen maken om biodiversiteit is een project dat hier aantoonbaar aan bijdraagt het steunen waard. Hoe urgenter het probleem en hoe duidelijker de impact van het project, hoe overtuigender de boodschap en hoe beter de geefvraag landt. Toch is het voor het Radboud Fonds belangrijk ook ongeormerkt geld te werven; dit geeft ons meer vrijheid en mogelijkheden om de rest van de fondsenwerving te versterken. De werving op thema's is een stap in vrijere besteding van de gelden. Daarnaast starten we komend jaar met een pilot friendraising, waar meer de missie van Radboud Universiteit en Radboudumc centraal staan dan een specifiek project (zie ook paragraaf 3.4).

2.3 Samenwerking intern

Komend jaar versterken we ons interne netwerk van onderzoekers en zetten we hen (nog) meer in bij de werving voor hun eigen projecten. Zo combineren we hun expertise, netwerk en persoonlijke betrokkenheid met onze expertise op het gebied van werving en het maken van proposities, onze netwerken en onze tools (databases, crowdfundingplatform). Het Radboud Oncologie Fonds zal in 2025 voor het eerst aanwezig zijn met informatie en een stand tijdens de Cancer Research Retreat. Ook zal er een folder worden ontwikkeld waarin uitgelegd wordt 'wat het Radboud Oncologie Fonds kan betekenen voor onderzoekers'. Als dit aanslaat kunnen we dit uitrollen voor andere domeinen.

2.4 Branding

Het komende jaar gaan we onze branding opnieuw onder de loep nemen. We merken dat we in de communicatie soms moeilijk aansluiting kunnen vinden bij de verwachting van de verschillende doelgroepen. Dit heeft alles te maken met de breedte aan door het Radboud Fonds gesteunde projecten, van Erfgoed tot Parkinson, en de sterke verbondenheid van een deel van de gevers met de labels Radboud Oncologie Fonds en Amalia Kinderziekenhuis. In 2025 starten we een traject om samen met corporate communicatiecollega's en een extern bureau te kijken naar onze branding. Doel is om aan sluiten bij verwachtingen van donateurs én verder te bouwen aan een duidelijke herkenbaarheid.

3 Thema's

We hebben gekozen voor thema's die in lijn zijn met de missie en visie van Radboud Universiteit en Radboudumc en de speerpunten die hieruit voortkomen, zonder hierin volledig te kunnen zijn. Belangrijk bij onze keuzes was ook op de ervaring die we hebben opgedaan en het succes van eerdere projecten bij verschillende doelgroepen. Op die manier combineren we strategische focus met praktijkgerichte inzichten om effectief en doelgericht te werken.

We richten ons de komende tijd op de volgende thema's:

- Duurzaamheid
- Gezondheid en gezondheidszorg
- Een breed perspectief
- Professionals van morgen

3.1 Duurzaamheid

Wij zetten ons in voor een duurzame wereld om een toekomst te creëren waarin mens, natuur en economie in balans zijn. Duurzaamheid vraagt om slim gebruik van grondstoffen, energie en technologie, met respect voor onze planeet en toekomstige generaties. Wetenschappers en artsen werken aan innovatieve oplossingen voor gezondheidszorg, milieuproblemen en ontwikkelen nieuwe interventies, technologieën en benaderingen, bijvoorbeeld op het gebied van preventieve gezondheidszorg of het behoud van biodiversiteit.

Dankzij wetenschappelijk onderzoek kunnen we keuzes maken op basis van kennis en nieuwe/effectieve strategieën inzetten voor een gezondere, rechtvaardigere en leefbare wereld.

Denk aan projecten als:

- Future dikes
Onderzoek naar de inzet van soortenrijke dijken in plaats van de traditionele grasdijken: zo houden de dijken ons niet alleen veilig maar stimuleren ze ook de biodiversiteit.
- Duurzame zeep
Uit suikerbietpulp (een restproduct van suikerbiet) blijkt een goed functionerende zeep te maken. Daarmee kan er een duurzaam alternatief voor gebruikelijke zepen worden gemaakt. Onderzoek naar de mogelijkheden van productie op grotere schaal is de volgende stap.

3.2 Gezondheid en gezondheidszorg

Wij gaan voor *A significant impact on health and healthcare*. Hiermee dragen we bij aan een gezondere, duurzamere en rechtvaardigere samenleving. Door te focussen op preventie en zingevende, zinnige zorg, streven we naar het verbeteren van de kwaliteit van leven en het verminderen van onnodige zorg. Met datagedreven inzichten en kunstmatige intelligentie kunnen we zorg personaliseren, efficiënter maken en nieuwe, innovatieve behandelingen ontwikkelen.

Binnen gezondheid focussen we op de volgende subthema's:

- Hart & vaatziekten
- Neonatologie, kindertrauma en brandwondenzorg,
- Alzheimer en dementie
- Oncologie
- Hersenen en gedrag
- Mentale gezondheid (psychiatrie, psychologie)

3.3 Een breed perspectief

In een wereld waarin meningen vaak verdeeld zijn, helpt het om kwesties te plaatsen in een bredere culturele, historische en erfgoedcontext. Zo kunnen we de diversiteit aan perspectieven beter begrijpen en respect tonen voor verschillende achtergronden en waarden. Door te leren van de geschiedenis bouwen we bruggen tussen generaties. Maar ook een term als inclusie gaat over meer dan gelijke kansen: het gaat om het creëren van een omgeving waarin iedereen zijn unieke bijdrage kan leveren. Het begrijpen van context maakt het mogelijk om elkaar beter te begrijpen, wat bijdraagt aan een inclusieve, respectvolle samenleving waarin we samen werken aan oplossingen voor de uitdagingen van vandaag en morgen

Denk aan projecten en initiatieven als:

- Oorlog in de klas
Verschillende groepen middelbare schoolleerlingen krijgen de opdracht een persoonlijk verhaal uit de Tweede Wereldoorlog te onderzoeken en hierover te communiceren; hiermee leren ze onderzoekend naar een onderwerp te kijken en dat er meerdere perspectieven mogelijk zijn.
- ADHD
Onderzoek naar de rol die identiteit, behoefte-bewustzijn en -vervulling en emotie-bewustzijn spelen voor mensen met ADHD-symptomen.
- Collectie Soeterbeeck
Conserveren en toegankelijk maken van een bijzondere collectie middeleeuwse handschriften en drukwerken.

3.4 Professionals van morgen

De jonge professionals van morgen zijn de sleutel tot een toekomstbestendige samenleving. Door hen de kennis, vaardigheden en waarden mee te geven die nodig zijn in een snel veranderende wereld, bereiden we hen voor om uitdagingen zoals duurzaamheid, inclusiviteit, betaalbare gezondheidszorg en technologische innovatie aan te pakken. De jonge mensen die wij opleiden gaan door een enorm vormende periode. Zij ontwikkelen zich als arts of wetenschapper, met een vakinhoudelijke achtergrond en een open-kritische blik. Het is belangrijk dat zij de ruimte krijgen en voelen zich te ontwikkelen in onderzoek, ook bijvoorbeeld als verpleegkundige. En het is belangrijk dat zij de ruimte krijgen om zich te ontwikkelen als mens, bijvoorbeeld door een actief studentenleven. Zo ontwikkelen en trainen we jonge

professionals die een betekenisvolle bijdrage leveren aan de maatschappij, en bouwen we samen aan een wereld die innovatief, rechtvaardig en veerkrachtig is.

Denk aan projecten als:

- Alle studentenwelzijn en -initiatieven
- Hulp aan studenten in financiële nood
- Call voor Young Professionals en verpleegkundigen –
Een oproep juist aan jonge professionals en verpleegkundigen om (gesteund door het Radboud Fonds) onderzoek te doen en zich zo te ontwikkelen.

4 Doelgroepen

Voor het Radboud Fonds zijn de volgende doelgroepen belangrijk:

- onze bestaande particuliere donateurs;
- grote vermogensfondsen & stichtingen;
- nalaters;
- grote gevers;
- alumni;
- (ex-) patiënten, familie en vrienden;
- vrijwilligers.

Om de doelgroepen met ons te verbinden en relaties goed te onderhouden hebben wij voor 2025 focus aangebracht en een aantal initiatieven en pilots gedefinieerd.

4.1 *Onze bestaande particuliere donateurs*

De afgelopen jaren hebben wij een bestand opgebouwd van vele donateurs die, eenmalig of structureel, veelal geoormerkt, doneren aan het Radboud Fonds. Dit zijn particulieren met wie we al een warme relatie hebben. Het is belangrijk om deze relatie te onderhouden en waar mogelijk de kansen voor extra of structurele giften te benutten. Komend jaar gaan we de donateurscommunicatie verbeteren: betere terugkoppeling (persoonlijk en gerelateerd aan de specifieke gift) en een betere klantreis (van verschillende communicatiemomenten) met een logisch traject naar een nieuwe geefvraag. Dit doen we door het CRM-systeem zo in te richten en te gebruiken dat dit (uiteindelijk) een minimale inspanning kost. Op basis van de resultaten van de afgelopen jaren willen we de jaarcampagne (een mailing die we grotendeels via de post doen in december) ook komend jaar weer uitvoeren. Onderzocht wordt nog hoe in 2025 invulling te geven aan fysieke events die het versterken van de relatie met bestaande donateurs ondersteunen.

4.2 Grote vermogensfondsen & stichtingen

Grote vermogensfondsen hebben aanzienlijke middelen, waarmee zij een belangrijke financiële bijdrage kunnen leveren aan projecten. Het is dan ook belangrijk in hen te investeren: aan tafel komen waar onze missies daar aanleiding toe geven en een goede relatie onderhouden. Het komende jaar willen we de relaties met grote fondsen waar we nog niet in beeld zijn in kaart brengen: wie heeft er contact vanuit de verschillende fondsen maar ook vanuit de rest van de organisatie, om van daaruit relatiebeheer en aanvragen gecoördineerd aan te vliegen.

4.3 Nalaters en grote gevers

De komende jaren vindt de grootste vermogensoverdracht tussen generaties plaats in de geschiedenis van Nederland en steeds meer erfenissen gaan naar goede doelen. Het is dan ook verstandig in te zetten op het werven van nalatenschappen. In 2024 lanceerden de gezamenlijke universiteitsfondsen succesvol een landelijke campagne over nalaten aan de wetenschap die ons waardevolle leads oplevert. Ook de gelijktijdig opgezette belcampagne onder donateurs levert meer leads op dan verwacht. In 2025 zetten we deze belcampagne door. We besteden veel aandacht aan een zorgvuldige en persoonlijke benadering van de leads zodat de relatie met deze donateurs verdiept en versterkt. Inmiddels hebben we een lijst van ongeveer 25 dossiers met personen die hebben aangegeven dat we in hun testament staan. Van sommigen kennen we ook het bedrag.

In 2025 organiseren we ook een nalaten-event voor alle mensen die geïnteresseerd zijn in nalaten aan het Radboud Fonds. Om meer potentiële grote gevers en nalaters uit de regio te bereiken, benaderen we banken, family desks, notarissen etc. met mooie ervaringsverhalen (denk ook aan ervaringsverhalen van huidige grote gevers).

Werken met ambassadeurs en vrienden die vrienden aandragen is binnen fondsenwerving een beproefd concept. Om te onderzoeken of dit ook kan werken voor het Radboud Fonds willen we in 2025 een pilot starten met een kleine groep ondernemers en het bestuur van het Radboud Fonds. Door samen met gedreven ondernemers en (oud-)wetenschappers, die buiten de gebaande paden denken en doen, willen we een fundament leggen om een grotere groep aan te trekken (friendraising) en bouwen we aan een extra financieringsbron. Hierbij denken we aan een verbinding voor de langere termijn, gebaseerd op waarden, missie en impact van de Radboud Universiteit en Radboudumc, die daarmee dus ook ongeoormerkte gelden oplevert.

4.4 Alumni

De alumni van de Radboud Universiteit hebben al een verbinding met de universiteit waar zij in de afgelopen (vormende) jaren een belangrijk deel van hun tijd hebben doorgebracht. Het is dan ook zinvol om, nu zij zijn afgestudeerd, al te investeren in een relatie met het Radboud Fonds. Dit doen wij door samen te werken met alumnicommunicatie. Daarnaast willen wij komend jaar een pilot organiseren waarin alumni bij afstuderen als afstudeercadeau 'lid' worden van het Radboud Fonds. Doel is dat een deel van de afstudeerders een relatie met ons opbouwt en

blijvend donateur wordt.

4.5 *(ex) Patiënten, familie en vrienden*

Ex-patiënten, familieleden en hun naasten spelen een cruciale rol in fondsenwerving vanuit het Radboudumc, omdat zij vaak uit eerste hand hebben ervaren hoeveel verschil innovatieve zorg en speciale projecten kunnen maken. Hun persoonlijke verhalen en betrokkenheid maken het gemakkelijker om anderen te overtuigen van de waarde van innovatieve zorgprojecten, vooral wanneer het gaat om initiatieven die niet uit reguliere zorgbudgetten gefinancierd kunnen worden. Door hun steun kunnen we projecten realiseren die het welzijn van patiënten en hun families aanzienlijk verbeteren. In 2025 zullen we in samenwerking met Corporate Communicatie kijken naar de mogelijkheden om vanuit "Mijn Radboud", patiënten te wijzen op de goede doelen in het Radboudumc. Daarnaast gaan we door met halwerving, met opvallende communicatie en blijven we donateursbijeenkomsten organiseren om in contact te blijven met deze doelgroep.

4.6 *Vrijwilligers*

Vrijwilligers spelen een enorm belangrijke rol in fondsenwerving. Ze brengen niet alleen hun tijd en energie in, maar ook hun persoonlijke connecties en achterban, zoals vrienden, familie en collega's, die vaak ook bereid zijn om te steunen. Door hun betrokkenheid verspreiden ze de boodschap van het Radboud Fonds verder en bereiken ze nieuwe donateurs. Bovendien versterken ze het fondsenwervingsteam door hun enthousiasme, creativiteit en netwerk. In 2025 plaatsen we vacatures voor vrijwilligers en nauwer samenwerken met de vrijwilligerscentrale in het Radboudumc.

4.7 *Samenwerkingen*

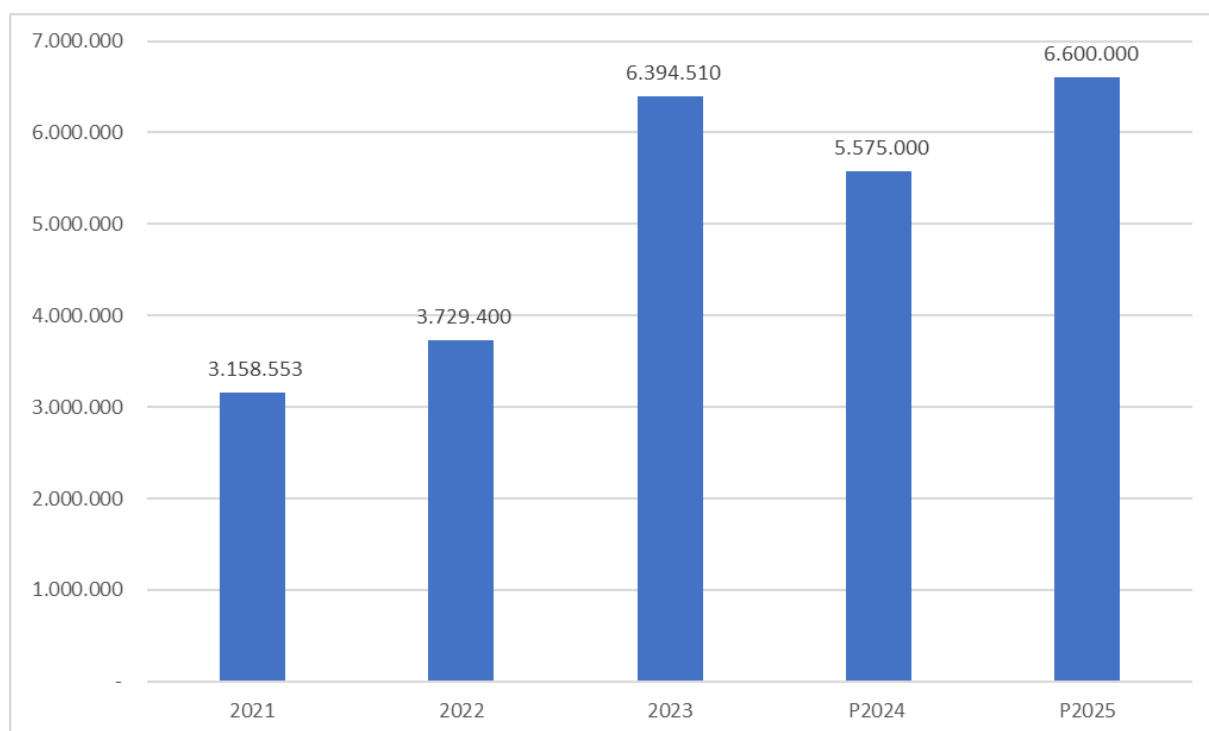
Los van de doelgroepen waar we ons op richten, hebben we de afgelopen jaren een aantal samenwerkingen gestart met aanverwante fondsenwervende organisaties. Hieronder de plannen voor 2025:

- Het Amalia Kinderfonds zit in de samenwerking Kinderziekenhuizen van Oranje (KvO) dat in het eerste jaar in 2020 heel succesvol was. Sindsdien is de mate van succes afgenomen en is Prinses Maxima uit de samenwerking gestapt omdat ze de samenwerking niet nodig hadden om landelijk succes te boeken. KvO staat op een keerpunt en zal in 2025 een nieuwe strategie formuleren om met deze unieke landelijke samenwerking fondsen te genereren. Alle resterende leden willen hier graag aan meewerken.
- De universiteitsfondsen bundelen de krachten in een gezamenlijke landelijke nalatenschappencampagne (zie ook paragraaf 3.3).
- De fondsen van alle umc's willen in 2025 ook een gezamenlijke campagne lanceren. Doel is awareness creëren en het algemeen publiek informeren over de mogelijkheid om te geven aan wetenschap via jouw umc.

5 Baten 2025

Met de hierboven beschreven strategie en onderliggende activiteiten schatten we in 2025 een resultaat te behalen van 6.6 miljoen (zie Figuur 5). Dat is een groei van meer dan een miljoen en + 18% ten opzichte van het jaar ervoor.

Komend jaar gaan we meer werven vanuit thema's om zo meer vrijheid te hebben in de besteding. Bij grote giften is het uitgangspunt altijd om de middelen zo vrij mogelijk te werven.



Figuur 3: Trend en begroting baten 2025

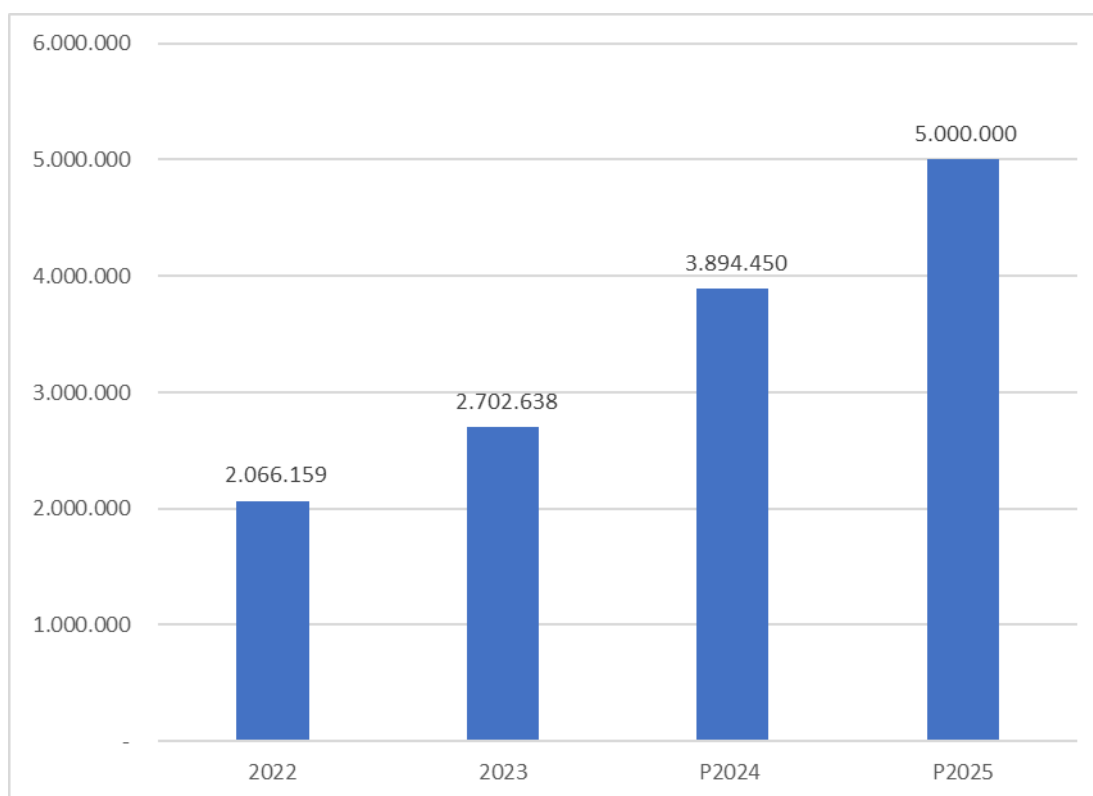
In bijlage 1 vind je de detailbegroting, met de baten uitgesplitst naar segmenten.

6 Bestedingen 2025

Naast het werven van geld is een belangrijk doel het geld goed te beheren en actief te besteden. Door onderzoek en projecten vanuit de Radboud Universiteit en het Radboudumc te steunen die een betekenisvolle bijdrage leveren aan de samenleving, maken we impact. Bovendien zijn er bij ANBI's regels over het vermogen dat zij mogen aanhouden. Het is daarom essentieel om de beschikbare middelen ook weer uit te geven, zodat we zowel onze verplichtingen naleven als de beoogde impact verwezenlijken.

Het komende jaar gaan we goed kijken naar het hele proces van bestedingen. We willen toe naar processen die enerzijds minder tijdrovend en arbeidsintensief zijn en anderzijds uitnodigender

voor aanvragers. Wij verwachten hiermee een forse groei in de bestedingen te kunnen bewerkstelligen en een resultaat te realiseren van 5,0 miljoen (groei van + 28%). Met een aantal Fondsen op Naam starten we al in 2025 met een nieuwe manier van werken. Het gaat om fondsen die bestemd zijn voor studenten en waarbinnen we nauw samenwerken met de afdeling Student Affairs. Kern van deze nieuwe manier van werken is het uitbetalen van een vast bedrag per jaar aan Student Affairs dat dit kan besteden binnen de aangeven doelstelling en richtlijnen en waarover zij achteraf verantwoording afleggen. Deze manier van werken is voor beide partijen veel efficiënter omdat er niet steeds losse aanvragen hoeven worden ingediend, beoordeeld en administratief afgehandeld. We evalueren deze werkwijze en onderzoeken of deze ook voor andere fondsen op naam geschikt is.



Figuur 4 Trend en begroting doelbesteding 2025

7 Kosten

De kosten stijgen met ongeveer +7,5% van 1,08 mln naar 1,16 mln. Dit komt door de investering in 2 nieuwe medewerkers: een backoffice medewerker en een fondsenwerver (1,4 fte). Deze extra investering financieren we uit ongeoormerkte middelen. Hiermee groeit het aandeel van de kosten dat met ongeoormerkte middelen wordt bekostigd van 265K naar 346K. Het streven is om met deze uitbreiding te zorgen voor de groei in baten en bestedingen, zoals hierboven beschreven in paragraaf 4 en 5, en een stap te maken in de groei van ongeoormerkte donaties.

8 Team Fondsenwerving en structuur

In 2025 zal het team bestaan uit 12 mensen (7 fte). Deze zijn verdeeld over thema's. Begin 2025 verstevigen we het team met 0,8 fte extra voor de backoffice en een extra fondsenwerver van 0,6 fte. Een geweldige impuls die nodig is en ruimte maakt om te professionaliseren op zowel thema al expertise.

Ieder teamlid heeft een eigen focus. Dat kan thematisch zijn, bijvoorbeeld fondsenwerven voor erfgoed of neurologie. In voorgaande jaren werkten we praktisch gezien in vier subteams: Radboud Universiteit, ROF, Amalia en overig Radboudumc. Voordeel hiervan is dat er een focus is op een bepaald gebied, dat er een sterke band is met het eigen netwerk en kennis wordt verkregen over potentiële netwerken en dat er een band wordt opgebouwd met onderzoekers. Nadelen zijn dat we weinig kennis en expertise delen, minder strategisch omgaan met grote geldgevers en elkaar mogelijk zelfs beconcurreren.

Na een inspirerende teamsessie hebben we besloten om in 2025 stappen te zetten in ons functioneren als team. We willen meer als één geheel opereren, met één gezamenlijke begroting, terwijl we toch de onderliggende doelstellingen blijven hanteren. Expertises, zoals nalatenschappenmarketing, worden opgebouwd door specifieke teamleden, zodat anderen hierop kunnen aansluiten of kennis kunnen ophalen. Om het gezamenlijke gevoel verder te versterken, definiëren we kernwaarden die ons als kompas dienen en delen we op regelmatige basis resultaten en ervaringen. Dit zorgt ervoor dat we het gevoel krijgen samen naar één gezamenlijk succes toe te werken. Onze lange termijnvisie is om een team te ontwikkelen waarin we optimaal gebruik maken van de aanwezige expertise, we gezamenlijk werken aan gedeelde doelen en we zoveel mogelijk werven op thema's en ongeoormerkte donaties.

Bijlage 1 Detail Begroting Baten 2025 SRF

Tabel 1: Begroting 2025 Radboud Fonds Baten

Radboud Fonds baten prognose 2025	
Opbrengst ongeoormerkt SRF	€ 500.000
Opbrengst schenkingen particulieren	€ 365.000
Opbr schenkingen particulieren structureel	€ 285.000
Opbr schenkingen particulieren online	€ 317.222
Opbr schenkingen eigen acties	€ 60.000
Opbr schenkingen acties derden	€ 135.500
Opbrengst nalatenschappen	€ 1.175.750
Opbrengst schenkingen bedrijven	€ 215.000
Opbr schenkingen bedrijven structureel	€ 52.326
Opbrengst schenkingen bedrijven online	€ 30.523
Opbrengst sponsoring	€ 127.267
Opbrengst schenkingen andere org zonder winststreven	€ 3.330.579
Totaal baten	€ 6.594.167