



JAAR VERSLAG 2020

Adresgegevens:

Van Lennepweg 22

2597 LJ DEN HAAG

Email: bestuur@rockingupxmas.nl

Telefoonnummer: 06 47 77 84 14

INHOUDSOPGAVE

Voorwoord van de voorzitter	3
1. Verslag van het bestuur	4
1.2 Activiteiten	7
Cadeautjes voor de kinderen	7
Jongeren	7
Gehandicapte kinderen	8
Baby's	8
Uitjes voor het hele gezin	8
Vega-kaarten postcodeloterij	8
2. Toekomst	9
Groeien in locaties	9
Continuïteit van de locaties	9
Buddysysteem	10
2.2 Activiteiten 2021	11
Driegangen kerstdiner	11
Cadeautjes voor de kinderen	11
Jongeren	12
Gehandicapte kinderen	12
Uitjes voor het hele gezin	12
Eenpersoonshuishoudens	12
3. Organisatie	13
3.1 Bestuur	13
Functieomschrijving	13
3.2 Vrijwilligers	14
4. Jaarrekening	15
5. Begroting	16
De begroting voor het jaar 2021	16
Toelichting op de begroting	17

VOORWOORD VAN DE VOORZITTER

Wat een bijzonder jaar was 2020. Niet alleen voor ons als stichting, maar voor iedereen. Een jaar om nooit meer te vergeten. Het jaar waarin we te maken kregen met allerlei beperkingen. Dat wat altijd normaal was, werd bijzonder of zelfs onmogelijk. Velen van ons moesten zich aanpassen, zijn het niet gewend beperkt te zijn in ons doen en laten. Ik werd mijzelf er afgelopen jaar nog eens extra van bewust dat dit niet voor onze doelgroepen geldt. Voor hen is dit - het beperkt zijn in je doen en laten- een realiteit waar zij al veel langer mee te maken hebben. In een Corona-vrije wereld kunnen zij al veel dingen niet die voor anderen zo normaal zijn. Laat staan nu, in deze bijzondere tijd.

Mensen die leven in armoede hebben op dagelijkse basis te maken met beperkingen. Zij maken keuzes die zij liever niet willen maken.

Nieuwe schoenen kopen of de energie nota betalen? Een cadeautje met kerst, of een vers brood deze week?

Armoede is geen keuze. Het is een situatie waar je in verzeild raakt, die maakt dat je vaak geen keuze hebt. En hoewel voor ieder op een ander niveau, hebben wij het als Nederlanders allemaal gevoeld dit jaar. Hoe het is om soms geen keuze te hebben en te moeten accepteren dat er (even) een nieuw normaal is waarin niet alles wat je wilt, ook kan.

Dit nieuwe normaal bracht ook mooie dingen met zich mee. Ik merkte in mijn omgeving dat de behoefte om voor anderen te zorgen, iets voor een ander te betekenen, in een ander licht kwam te staan en belangrijker werd. Alsof we ons ineens realiseerden dat we er echt voor elkaar moeten zijn, een helpende hand moeten uitsteken naar diegenen die dat zo nodig hebben.

Die helpende handen hebben ook ons gevonden. Want samen met heel veel vrijwilligers - door de corona-maatregelen soms behoorlijk uitdagend - hebben wij ruim 700 gezinnen en eenpersoonshuishoudens kunnen verrassen met een prachtig kerstpakket. We hebben hen laten voelen dat er iemand is die aan ze denkt. Door de inzet van al deze vrijwilligers konden wij op 8 locaties in Nederland voor veel mensen de eenzaamheid even laten vervagen. Waren er cadeautjes onder de kerstboom voor hun kinderen. Konden al deze 700 gezinnen genieten van een prachtig drie-gangen kerstmenu. Heel even konden zij hun zorgen vergeten en van kerst genieten zoals kerst bedoeld is.

Laten we, nu de maatregelen weer afnemen, vooral dat deel van het straks "oude" normaal vasthouden, het deel waarin we er voor elkaar zijn. Als we met elkaar realiseren dat armoede geen keuze is en we voor veel mensen een lichtpuntje kunnen zijn in moeilijke tijden dan kunnen we nog veel bereiken samen. Voor dit jaar hebben we een nieuwe stip op de horizon gezet. We willen dit jaar 1000 gezinnen/huishoudens verrassen. Geluk is immers mooier als je het deelt.

Larissa Schonewille, Voorzitter.



1. VERSLAG VAN HET BESTUUR

Het jaar 2020 begon lastig. Door te grote groei van de afgelopen jaren werd 2019 met veel knip-en-plakwerk een groot succes. Dit eiste wel zijn tol; voor veel locatiemanagers was het rommelige jaar en de enorme druk die het hen gaf, te veel. Maar ook privéomstandigheden maakten dat een groot aantal locatiemanagers aangaven in 2020 niet met hun locatie door te willen gaan.

Met 7 van de 20 locaties gingen we de actie van start. Na korte tijd meldde zich nog een locatie zodat we met 8 locaties richting kerst gingen.

Het bestuur kondigde, tezamen met het landelijke team, in februari aan te stoppen als bestuur/landelijk team en ineens waren er 8 locaties en geen bestuur.

Na veel praten, stond er een nieuw enorm enthousiast en gedreven bestuur op. 4 locatiemanagers vonden het doel en hetgeen er al was bereikt zo belangrijk dat zij besloten om door te gaan. Maar doorgaan betekende een doorstart. Oude ideeën over groei werden losgelaten.

Willen we verder dan moeten we gedoseerd groeien en vooral professionaliseren. En daarmee werden de werkdoelen die het oude bestuur voor 2020 hadden gemaakt losgelaten. We moesten als nieuw bestuur, dat in september 2020 werd benoemd, op korte termijn een plan maken om de kerstactie door te laten gaan.

Ons doel werd om op tijd een mooi recept te hebben van een kok die wist waar de doelgroep mee uit de voeten zou kunnen. Daarnaast zouden de locaties zelf de boodschappen gaan doen. Ook in financieel opzicht zou een groter beroep op de locaties worden gedaan. De mogelijkheid om een benefietactie te houden in een theater, zoals voorgaande jaren, was door de corona-maatregelen niet mogelijk. Deze benefietactie was de afgelopen jaren de grootste inkomstenbron.

De enthousiaste locatiemanagers zijn samen met het bestuur aan de slag gegaan. Het uiteindelijke doel, gezinnen/huishoudens verrassen die een moeilijk jaar hadden gehad, wilden we ook dit jaar weer bereiken. Op een nieuwe locatie na waren alle locaties al ervaren met het concept en ook de nieuwe locatiemanager had al ervaring op gedaan bij een andere locatie. Wij keken natuurlijk ook vooruit. Zo zouden wij ook in 2021 verder willen groeien. Omdat we merkten dat nieuwe locaties veel hulp nodig hebben bij het opstarten van een locatie, vonden we een locatie bereid om twee aspirant locatiemanagers mee te laten draaien. Dit is zo goed bevallen dat we voor 2021 hebben besloten met een zogenaamd buddy systeem te gaan werken. Hierover later meer.

De kok die we zochten was vrij snel gevonden en van het menu, dat hij had bedacht, werd iedereen enthousiast. De kok bood ook aan om de bereiding van het menu te filmen. Zo was dit jaar voor het eerst een kookvideo beschikbaar voor de ontvangers van de pakketten, waarin te zien was hoe de kok op eenvoudige wijze alle gerechten uit het menu bereidde. Het recept werd tevens op laag leesniveau uitgeschreven. Wat we merkten was dat we veel tijd kwijt waren met het uitschrijven van het recept en de lay-out waardoor we het recept pas vlak voor de actie bij de locaties konden afleveren. Dit gaf best wat stress en is een duidelijk leerpunt voor de komende editie.

Voor de boodschappen (die voorgaande jaren door het landelijke team werden ingekocht) werd een systeem bedacht waardoor deze eenvoudig door de locaties zelf besteld konden worden. Het bestuur ontwikkelde een boodschappencalculator. Hiermee kon elke locatie, door het invoeren van het aantal gezinnen en de gezinsgroottes, eenvoudig een boodschappenlijst genereren. De boodschappenlijst was zo opgesteld dat alle producten bij een en dezelfde supermarkt konden worden gekocht. Wel zo makkelijk dacht het bestuur. Waar we niet op gerekend hadden, was dat nu de locaties zelf - voor in ieder geval de helft van de kosten - sponsoring moesten vinden, zij hun boodschappen deels bij andere winkels wilden gaan halen om kosten te besparen. Dit gaf enige spanning met de wens om landelijk zo dicht mogelijk bij het recept van de kok te blijven. Uiteindelijk is dit, door goede communicatie over en weer, goedgekomen.

Doordat het voor het bestuur het eerste jaar was en zij pas laat tot echte actie konden overgaan, was de controle wel een issue. Het gehele bestuur had de neiging zich overal mee te willen bemoeien. Ook werd er door een bestuurslid teveel hooi op de vork genomen. Dit leidde, zeker tegen het einde van de voorbereidingsperiode, wel eens tot het niet slagvaardig genoeg optreden van het bestuur waardoor sommige werkzaamheden te lang duurden en het resultaat te lang op zich liet wachten. Dit gaf stress bij het bestuur als ook bij de locatiemanagers.

De hoogte van de inkomsten was onzeker. Zoals gezegd viel de benefietavond weg en waren er veel minder acties mogelijk door de corona-maatregelen. Het wegvallen van de benefietavond deed het bestuur nog meer realiseren dat het financieren van een actie gedragen op maar één groot evenement in december, best een risico met zich meebrengt. Voor 2021 zal dit worden opgepakt en zal er eerder worden gekeken naar het vinden van meerdere sponsors zodat er meer spreiding is voor wat betreft de financiering. Alle locaties ontvingen vanuit de landelijke pot een donatie voor het financieren van pakketten voor 25 huishoudens. De overige financiering van minimaal 25 extra huishoudens kwam bij de locatiemanagers zelf te liggen.

Het bestuur werd in zijn verwachtingen overtroffen. Alle locaties haalden voldoende geld binnen. Sommigen zelfs veel meer door heel actief bedrijven en mensen in hun eigen stad en netwerk te benaderen.

We zagen heel duidelijk dat onze actie lokaal heel goed wordt ontvangen en gedragen. Er was in verschillende lokale en regionale media aandacht voor onze actie, waar weer nieuwe donateurs mee werden aangetrokken. Zo verscheen er bijvoorbeeld in het Noordhollands Dagblad een mooi paginagroot artikel over de locatie in Den Helder en maakte TV IJmond een mooie reportage over locatie Heemskerk.



Het bestuur had via haar netwerk contact gezocht met Lucy Woesthoff. Lucy is bekend als bestseller auteur van het boek *Woman*, mede-eigenaar van mediabedrijf Dromenjager (verantwoordelijk voor o.a. het Woezel en Pip-imperium) en getrouwd met muzikant Dinand Woesthoff. Samen hebben zij 4 kinderen. Als moeder van een groot gezin en als echte kerst-fan was Lucy erg enthousiast over ons doel en wilde als ambassadeur voor onze stichting optreden. Door haar bijdrages via Social Media zagen we de interesse in onze stichting groeien en ook het aantal donaties flink oplopen.



1.2 ACTIVITEITEN

De activiteiten vonden grotendeels plaats op lokaal niveau. De locatiemanagers hebben daar, binnen de doelomschrijving, veel ruimte voor.

Een aantal activiteiten die lokaal zijn bedacht en georganiseerd, vonden wij zo passend bij ons doel, dat we hebben besloten deze ook landelijk te gaan stimuleren.

CADEAUTJES VOOR DE KINDEREN



Op alle locaties worden, naast de producten voor een gezond en luxe driegangendiner, ook cadeautjes voor de kinderen in de pakketten gestopt. Om kinderen zich er bewust van te maken dat er ook kinderen op hun eigen school of bij hen in de wijk/stad zijn die in armoede leven, zijn we in 2019 de actie “Rocking Up X-Mas: van kinderen voor kinderen” gestart op een school in Rijswijk. Aan de leerlingen op deze lagere school werd gevraagd om een cadeautje te kopen voor een

leeftijdsgenootje, alsof je op diens verjaardag zou gaan. Dit cadeautje werd ingepakt en met een etiketje (jongen/meisje en leeftijd) onder de kerstboom in de hal op school gelegd. Vlak voor onze actiedag werden deze cadeautjes opgehaald door vrijwilligers van locatie Den Haag, om deze toe te voegen aan de kerstpakketten.

Het resultaat van deze actie is tweeledig: Dat kinderen die het goed hebben, zich er bewust van werden dat ook kinderen in de directe omgeving in armoede leven. Dit bracht zeker in de hogere groepen discussie op gang. Wat is armoede bijvoorbeeld? En wat kunnen en moeten we er aan doen? En de kinderen uit de gezinnen die een pakket ontvingen hadden een cadeautje wat passend was bij hun leeftijd doordat deze uitgezocht was door een leeftijdsgenootje.

Naast cadeautjes van kinderen voor kinderen werden er ook op andere wijze cadeautjes ingezameld. PEC Zwolle en ADO Den Haag speelden een wedstrijd op de avond dat de pakketten in heel Nederland zouden worden bezorgd. Beide voetbalclubs doneerden voor de locaties Zwolle en Den Haag gesigneerde ballen aan de kinderen uit de gezinnen die een pakket ontvingen en idolaat van voetbal zijn. Vele tranen zijn gevloeid bij deze kinderen die zich ineens even heel bijzonder voelden.

JONGEREN

Niets is lastiger om voor jongeren van boven de 12 jaar een cadeautje te bedenken dat pas in hun belevingswereld. Voor deze jongeren plaatsten we een oproep om hen naar de bioscoop te kunnen laten gaan. Door vrijwilligers werden na onze oproep allerlei acties in het leven geroepen en zij hebben met elkaar honderden bioscoopbonnen verzameld zodat deze jongeren, die vaak nog nooit naar de film zijn geweest, zelf een film kunnen uitkiezen als de bioscopen weer open zijn.



GEHANDICAPTE KINDEREN

Op locatie Den Haag werd er ook specifiek gekeken naar het gehandicapte kind. Veel kinderen met een beperking die in armoede leven, ontbreekt het aan speelgoed dat er puur voor het plezier is. Als er al geld is, wordt dit veelal besteed aan materialen die noodzakelijk zijn in verband met de handicap. Terwijl er voor deze kinderen vaak überhaupt al weinig mogelijkheid is om te spelen. Voor deze kinderen werd speelgoed gekocht welke voldeed aan hun behoefte. Om twee voorbeelden te noemen: voor een een meervoudige gehandicapt meisje werd een snoezellamp gekocht waarvan zij rustig werd en daardoor beter in slaap kon vallen. Voor een ander meervoudig gehandicapt meisje werd een portable dvd speler met dvd's gekocht. Zij keek de hele dag thuis Piet Piraat op de televisie. Dit betekende dat het jongere broertje en ook de ouders zelf niet naar iets anders konden kijken en Piet Piraat het leven in het kleine huis domineerde. Voor zowel het meisje als haar broertje is een portable dvd speler gekocht zodat zij op hun eigen kamer iets konden gaan kijken en het meisje ook de dvd speler kon meenemen naar het ziekenhuis voor de vele onderzoeken etc die zij daar moest ondergaan. De ouders hadden weer wat rust in de woonkamer.

BABY'S

Door het grote bereik dat Lucy Woesthoff heeft, zijn er na een bericht van haar op LinkedIn verschillende aanbiedingen gekomen van bedrijven die producten wilden doneren. Zo is door Difrax een pallet vol baby artikelen gedoneerd. Deze pallet vol babyflessen, fopspenen, tuitbekers etcetera is verdeeld over alle 8 locaties.

UITJES VOOR HET HELE GEZIN

Samen als gezin iets ondernemen. Voor velen zo vanzelfsprekend, maar wanneer je elk dubbeltje moet omdraaien is het, zeker voor grotere gezinnen, vrijwel onmogelijk om samen een uitje te doen. Elk jaar benaderen onze locaties indoor speeltuinen, pretparken, dierentuinen, bioscopen, bowlingbanen etcetera. Door de corona-crisis was het dit jaar ook voor veel van dit soort ondernemers een uitdagend jaar. Wij hebben daarom zoveel mogelijk geprobeerd om donateurs te vinden die geld wilden doneren om uitjes van te betalen. Zo sloegen we twee vliegen in een klap: we betaalden ondernemers die het zwaar hadden voor bonnen waarmee de gezinnen, wanneer alles weer versoepeld wordt, met het hele gezin een leuk dagje uit kunnen.

VEGA-KAARTEN POSTCODELOTERIJ

Elk jaar heeft Albert Heijn samen met de nationale postcodeloterij een actie om mensen te stimuleren meer vegetarisch te eten. Deelnemers aan de postcodeloterij ontvangen in het najaar een kaart ter waarde van €12,50 waarmee specifieke vegetarische producten gekocht kunnen worden bij Albert Heijn. Onze locatie in Heemskerk zamelt jaarlijks deze kaarten in en inmiddels zijn zoveel inwoners van Heemskerk hier al bekend mee dat er - zelfs vóór de oproep gedaan wordt- kaarten in de brievenbussen van het team in Heemskerk gedaan worden. Voor een enorm bedrag zijn dit jaar kaarten ingezameld, waarvan allemaal houdbare producten zijn gekocht die als



extra zijn toegevoegd aan de pakketten. Denk hierbij aan pastasaus, soep, vegetarische knakworsten etcetera.

2. TOEKOMST

GROEIEN IN LOCATIES

We willen dit jaar van 8, naar minimaal 10 locaties en maximaal 12 locaties groeien.

Van de 8 locaties uit 2020 hebben er 3 locatiemanagers aangegeven dat zij twijfelen of zij door willen gaan. We hebben ons gerealiseerd dat wanneer je als bestuurslid tevens locatiemanager bent, het heel lastig is om veel nieuwe locatiemanagers te begeleiden in het opzetten van hun nieuwe locatie.

De groei van de locaties mag er niet toe leiden dat meer dan de helft van de locaties gerund wordt door nieuwe locatiemanagers, die (terecht) begeleiding nodig hebben. We kiezen er daarom voor om met maximaal 3 totaal nieuwe locaties te groeien.

Om onze groei te realiseren zullen we:

1. Inventariseren bij oud-locatiemanagers van locaties die zijn opgeheven, of zij dit jaar weer mee willen doen. Een aantal hebben door privé omstandigheden in 2020 niet mee kunnen doen, maar zijn in 2021 wellicht wel weer in de mogelijkheid een locatie te runnen. Ook hebben een aantal oud-locatiemanagers aangegeven om als buddy te willen fungeren voor een nieuwe locatiemanager op betreffende locatie.
2. Gesprekken hebben met de beide aspirant locatiemanagers die in 2020 hebben meegelopen in het buddy systeem in onze locatie in Ede.
3. Een vacature plaatsen op onze website, social media waarin we vragen om locatiemanagers.

We willen graag landelijke spreiding van onze locaties en zullen waar kan dus focussen op regio's van Nederland waar wij nog niet actief zijn.

CONTINUÏTEIT VAN DE LOCATIES

Een nieuwe locatie opzetten kost veel tijd en energie. Er moeten nieuwe locatiemanagers worden begeleid en ingewerkt. Op de locatie zelf moeten vele contacten worden gelegd bijvoorbeeld met de Voedselbank of andere partners. Daarnaast willen we niet het beeld van onze stichting geven dat we werken met "pop-up" locaties. We willen het vertrouwen geven dat we in de desbetreffende stad/regio een speler zijn waarop men kan bouwen en die voor lange tijd de doelgroep aldaar zal verrassen.

We kiezen er daarom voor om te gaan werken met een soort **franchise contract**. Elke nieuwe locatiemanager gaat met ons een overeenkomst aan om minimaal 3 jaar een locatie te runnen. Wanneer hij/zij binnen die 3 jaar wil stoppen als locatiemanager, zal hij/zij zelf actief op zoek gaan naar een opvolger voor zijn locatie. Ook als de locatiemanager na afloop van de 3 jaar wilt stoppen zal hij/zij meewerken aan het overdragen van de locatie aan een nieuwe manager.

BUDDYSYSTEEM

We gaan een buddysysteem inzetten. Dit heeft als voordeel dat we meer uniformiteit in de organisatie krijgen en dus meer controle op wat er op een locatie gebeurt. Verder het zal helpen om de continuïteit van de locatie beter te waarborgen. Het buddysysteem zal bestaan uit twee typen:

1. Meelopen met een bestaande locatie

In deze vorm zal een aspirant locatiemanager een jaar stage lopen bij een reeds bestaande locatie. Je krijgt over en weer een goede indruk van elkaar. Er zijn korte lijntjes en je weet waar je (ongeveer) aan toe bent als je zelfstandig aan de slag gaat.

2. Gekoppeld worden aan een bestaande locatie

Het meelopen met een andere locatie is gezien de afstand van de eventueel nieuw te openen locatie dan niet altijd haalbaar. Zou je vasthouden aan alleen een systeem van meelopen met een bestaande locatie dan resulteert dat snel in locaties die dicht op elkaar zitten. Immers de afstand naar de nieuw te open locatie en de stage locatie is dan te overzien. Dit strookt niet met ons idee van landelijke spreiding.

Een nieuwe locatie zal worden gekoppeld aan een locatie die lijkt op de nieuw te starten locatie. Denk aan grote van de stad, randstad of meer platteland, aantal mensen die afhankelijk zijn van de voedselbank etc.

De locatie met veel ervaring zal een directe lijn hebben met de nieuwe locatie en deze onder zijn hoede nemen. Deze locatiemanager zal de vraagbaak/coach zijn van de nieuwe locatiemanager.

2.2 ACTIVITEITEN 2021

De belangrijkste activiteit is natuurlijk het bezorgen van een prachtige kerstpakket bij mensen die dit zo nodig hebben en wel een lichtpuntje kunnen gebruiken.

DRIEGANGEN KERSTDINER

We zijn op zoek gegaan naar een kok die voor ons een driegangen kerstdiner wilde ontwikkelen dat moest volden aan de voorwaarden: gezond, luxe maar toegankelijk en te bereiden in een variant met en zonder vlees.



Door de ervaring van vorig jaar, waar we erg laat waren met het recept en wat veel stress gaf vlak voor de actie, zijn we dit jaar op tijd begonnen met onze zoektocht. We hebben chefkok Tjitze van der Dam bereid gevonden het kerstmenu voor 2021 te ontwikkelen. Tjitze is enorm enthousiast en ging direct aan de slag. Met als gevolg dat het menu en de producten in mei al gereed en bekend waren. De lay out van het menu en de recepten zal verzorgd worden door een ervaren grafische designer.

Het recept zal op laag leesniveau worden uitgeschreven zodat het recept voor iedereen goed te lezen en te bereiden is. Chefkok Tjitze zal bovendien video's verzorgen van de bereiding van de recepten. Zo kunnen mensen die bijvoorbeeld de taal niet machtig zijn, of meer visueel ingesteld zijn meekoken met de kok op beeld.

Zowel de kok als de grafisch designer werken volledig vrijwillig mee aan onze actie en krijgen geen financiële vergoeding voor hun werkzaamheden.

CADEAUTJES VOOR DE KINDEREN

Een cadeautje voor de kinderen in de pakketten blijkt echt een enorme meerwaarde te zijn. De cadeautjes worden met veel gejuich ontvangen. Menigmaal gaat er gejoel op achter de deur als wij het pakket hebben afgeleverd en op weg gaan naar het volgende gezin. Voor veel kinderen is het krijgen van een cadeautje allesbehalve vanzelfsprekend. Met Sinterklaas komt het regelmatig voor dat er geen cadeautje zijn door armoede, of omdat ouders vanwege hun achtergrond niet bekend zijn met Sinterklaas. Deze kinderen krijgen dan met de feestdagen, anders dan vele kinderen uit hun klas helemaal geen cadeautjes.

Ons streven is om alle kinderen in de gezinnen die van ons een pakket ontvangen een cadeautje te geven dat past bij hun leeftijd.

Landelijk zullen we de locaties aanmoedigen om onze actie Rocking Up van kinderen voor kinderen bij lagere scholen (zie ook hiervoor onder 1.2) in hun stad te promoten. Zo zullen niet alleen veel

kinderen een cadeautje ontvangen van een leeftijdsgenootje, maar worden er net zoveel kinderen (en hun ouders) zich bewust van het feit dat er ook in Nederland kinderen opgroeien in armoede.

Voorts zullen we sponsors zoeken die ons helpen dit doel te verwezenlijken. omdat we ons realiseren dat we niet alle kinderen (met name kinderen onder de 4 en boven de 12 jaar) een cadeautje kunnen geven middels deze Rocking Up van kinderen voor kinderen actie.

JONGEREN

Voor de jongeren boven de 12 jaar willen we weer vrijwilligers motiveren om sponsors te zoeken voor bioscoopbonnen. Op deze manier kunnen deze jongeren participeren onder hun leeftijdsgenoten. Zij hebben nu ook een verhaal. Of kunnen een keer mee als een groepje jongeren uit de klas of vrienden naar de bioscoop willen.

GEHANDICAPTE KINDEREN

Veel kinderen met een beperking en die leven in armoede ontvangen geen speelgoed dat er puur voor het plezier is. Zodra het niet valt onder materialen nodig in verband met de handicap zijn er weinig mogelijkheden voor deze kinderen om te spelen.

We willen op ons aanmeldformulier hier meer aandacht aan besteden zodat we voor veel meer van deze kinderen een cadeautje kunnen aanschaffen/ laten sponsors dat past bij hun behoefte.

UITJES VOOR HET HELE GEZIN

Wanneer je in armoede leeft is het vrijwel onmogelijk om een uitje met het hele gezin te bekostigen. Daarom kijken we bij het samenstellen van de pakketten en het toevoegen van bonnen voor uitjes altijd goed naar de gezinssamenstelling en voegen we waar kan bonnen toe voor een uitje waar het hele gezin plezier aan heeft. Afhankelijk van de leeftijden van de kinderen kun je hierbij denken aan een uitje naar een bowlingbaan, midgetgolf-baan, zwembad, bioscoop, dierentuin of pretpark. Hoe fijn is het als je als gezin in bijvoorbeeld de kerstvakantie samen wat leuks kunt doen!

EENPERSOONSHUISHOUDENS

Met onze actie bereiken we ook eenpersoonshuishoudens in alle leeftijden. Van de oudere alleenstaanden weten wij dat eenzaamheid een groot probleem is voor velen. In de pakketten zit een begeleidende brief waarin wij alleenstaanden aansporen om iemand uit te nodigen voor het kerstdiner. In de pakketten voor eenpersoonshuishoudens zitten namelijk altijd ingrediënten voor twee personen. Waar het, wanneer je het niet breed hebt, vaak lastig is om iemand uit te nodigen als je net genoeg geld hebt om jezelf van een maaltijd te voorzien, is dit dus uitgelezen kans om eens iemand uit te nodigen zonder dat dit gelijk een aanslag doet op het boodschappengeld. In de toekomst willen we gaan kijken hoe we voor eenzamen het nog laagdrempeliger kunnen maken om (indien gewenst) kerst met iemand samen te vieren. Bijvoorbeeld door de optie op het intekenformulier te kunnen aanvinken om gekoppeld te worden aan een andere alleenstaande in de buurt, of door studenten hierbij te betrekken die een alleenstaande oudere willen helpen met het bereiden van het kerstdiner en dit samen te nuttigen. Hoe we dit vorm kunnen gaan geven, uiteraard ook rekening houdend met AVG, daar gaan we komend jaar over brainstormen.

3. ORGANISATIE

De stichting Rocking Up X-Mas heeft de ANBI-status.

Zij is ingeschreven bij de KvK onder nummer: 70556113

Haar fiscale nummer: NL858372988B01

Contactgegevens:

ikhebeenvraag@rockingupxmas.nl

Van Lennepweg 22

2597 LJ Den Haag

3.1 BESTUUR

Het bestuur is onbezoldigd, werkt onafhankelijk en heeft een onafhankelijke voorzitter.

Voorzitter:	mevrouw mr Larissa Schonewille
Vicevoorzitter:	mevrouw Sylvia de Wilde
Penningmeester:	mevrouw Melissa Plattel
Secretaris:	mevrouw Marleen van der Horst.



FUNCTIEOMSCHRIJVING

Voorzitter

Larissa is verantwoordelijk voor de juridische documenten. Daarnaast onderhoudt zij het contact met de voedselbank en mogelijk grote sponsors.

Vicevoorzitter

Sylvia is medeverantwoordelijk voor het beheer van website. Daarnaast is zij contactpersoon voor de locatiemanager en de schakel tussen de locatiemanagers en het bestuur.

Penningmeester

Melissa is verantwoordelijk voor de financiële documenten, contact met de accountant en beheert alle rekeningen. Daarnaast is zij medeverantwoordelijk voor het beheer van de website.

Secretaris

Marleen is verantwoordelijk voor de niet-juridische documenten, aanspreekpunt voor bedrijven waar wij mee samenwerken en het beheer van de landelijke social media accounts. Daarnaast onderhoudt zij het contact met de chef-kok die het menu samenstelt.

3.2 VRIJWILLIGERS

Social Media: Marga den Blanken

Marga beheert onze social media kanalen: Instagram, Facebook en LinkedIn.



Locaties:

Elke locatie heeft een locatiemanager, een assistent locatiemanager, een kernteam en een team van vrijwilligers voor de actiedag.

De locatiemanager is eindverantwoordelijk voor het managen van de locatie. De assistent locatiemanager is de rechterhand van de locatiemanager en tevens kan deze de eindverantwoordelijkheid volledig overnemen bij uitval van de locatiemanager.

Het kernteam bestaat uit de locatiemanager, assistent locatiemanager en nog c.a. 2-4 vrijwilligers die vanaf de start van de voorbereidingen (september) de locatiemanager en assistent locatiemanager assisteren bij zaken als: donaties werven, locatie regelen, inkopen van cadeautjes doen enz.



Het team van vrijwilligers voor de actie dag word aangestuurd door het kernteam en faciliteert het inpakken van de pakketten en het bezorgen van de pakketten op de actiedag. Het aantal vrijwilligers in deze functie is afhankelijk van de grootte van de locatie en de manier waarop het kernteam de organisatie uitrolt, maar kan variëren van 10 tot 50 vrijwilligers.

4. JAARREKENING

Stichting Rocking Up X-Mas

STAAT VAN BATEN EN LASTEN OVER 2020

	2020		2019	
	€	€	€	€
Baten				
Donaties				
- Particulieren	18.331		36.144	
- Bedrijven	28.287		21.339	
- Instellingen zonder winsttoegmerk	10.040		8.500	
Omzet businessdeals	-		22.000	
Omzet theatershow	-		18.385	
		56.658		106.368
Lasten				
Inkoop kerstpakketten	48.479		62.335	
Inkoop theatershow	-		19.928	
Accountantskosten	1.225		2.525	
Overige kosten	2.031		5.524	
		51.735		90.312
Financiële baten en lasten		419		115
Resultaat		4.505		15.940

Stichting Rocking Up X-Mas

BALANS PER 31 december 2020

ACTIVA		31-12-2020	31-12-2019	PASSIVA		31-12-2020	31-12-2019
		€	€			€	€
Viottende activa				Stichtingsvermogen			
<i>Vorderingen</i>				<i>Eigen vermogen</i>			
Debiteuren	1.598	23.794		Balans per 1 januari	15.624	(316)	
Overige vorderingen		1.304		Resultaat	4.505	15.940	
				Balans per 31 december	20.129	15.624	
	1.598	25.098		Kortlopende schulden			
<i>Liquide middelen</i>				Crediteuren		22.041	
Bank	34.302	37.811		Omzetbelasting	2.614	5.907	
				Accountantskosten	3.750	2.525	
				Overige schulden	9.408	16.812	
	34.302	37.811			15.771	47.285	
	35.900	62.909			35.900	62.909	

5. BEGROTING

Groeien kost geld. Omdat we willen professionaliseren, hetgeen gepaard gaat met groei, zullen we voor een aantal diensten een (kleine) vergoeding beschikbaar moeten stellen. Denk aan onkosten vergoeding voor de boodschappen die gebruik worden in de video's van de kok of een vergoeding voor diegene die ons helpt met het marktonderzoek. Daarnaast zijn er natuurlijk kosten voor de kerstpakketten.

DE BEGROTING VOOR HET JAAR 2021

Vaste kosten	10 locaties	12 locaties
Ingrediënten pakketten	€ 50.000	€ 55.000
Boekhouding administratie	€ 1.700	€ 1.700
Website/bank	€ 1.200	€ 1.200
Variabele kosten		
Stage vergoeding	€ 500	€ 500
Onkosten (landelijke) vrijwilligers (niet bestuur)	€ 600	€ 600
Onvoorzien	€ 1.000	€ 1.000
Totaal	€ 55.000	€ 60.000



TOELICHTING OP DE BEGROTING

Er is gewerkt met 2 varianten. De minimale groei van de stichting dit jaar met in totaal 10 locaties die de actie dit jaar zullen verwezenlijken en de maximale groei van de stichting in 2021. Een locatie dient minimaal 50 gezinnen te verrassen.

Ingrediënten de pakketten

Een aantal locaties geeft aan meer gezinnen/huishoudens te willen verrassen dan wij in onze standaard doel per locatie hebben opgenomen. We hebben daardoor in 2020 geen 400 huishoudens maar ruim 700 huishoudens verrast met een pakket. Ook dit jaar zullen veel locaties meer gezinnen verrassen. We gaan uit van 1000 gezinnen bij 10 locaties en 1100 gezinnen bij 12 locaties.

Boekhouding

We werken met Lentink de Jonge accountants voor de administratie van onze boekhouding. Voor dit boekjaar hebben we een prijs afgesproken voor de te verrichten werkzaamheden van maximaal € 1.400 ex btw wat neerkomt op ongeveer € 1.700 inclusief btw.

Website/bank

Aan het hebben van een rekening bij Bunq bank zijn kosten verbonden. Zowel maandelijkse kosten als kosten die we maken per overboeking die wordt gedaan. Voorts hebben we kosten voor de hosting van de website, betaalsysteem op de website om donaties te doen, domeinnaam etcetera.

Vergoeding marketingplan

Om zoveel mogelijk donateurs en sponsors te bereiken via onze social media kanalen en website, zetten we de opdracht uit een marketingonderzoek te doen. Hiermee brengen we in kaart wie onze doelgroep aan donateurs-kant is, waarover we moeten posten, op welk tijdstip, hoe we ons bereik kunnen vergroten etcetera. Dit is een plan waar we jaren baat bij kunnen hebben en wat zichzelf meer dan terug kan verdienen, vandaar de keuze om hier een bedrag in te investeren dit goed te laten doen.

Onkosten vrijwilligers

Hierbij denken we aan de kosten die vrijwilligers op landelijk niveau maken zoals kosten die een chef-kok maakt aan ingrediënten voor het bereiden van een recept voor de video. Vrijwilligers op lokaal niveau ontvangen geen onkosten vergoeding. Kosten voor eten en drinken op de actiedag zelf zullen door de locaties zelf worden gedragen en betaald worden uit lokale sponsoring.

Funding

Door de locaties zelf. Net als vorig jaar zullen de locatiemanagers zelf lokale sponsoring en donaties acties opzetten. Wij verwachten dat ongeveer € 20.000,- uit deze lokale acties/donaties zal voortkomen.

Geluk is altijd mooier als je het deelt

Heleen Vink

Heemskerk ■ „Jullie motto is ‘geluk is mooier als je het deelt’ en daardoor steunen we graag Rocking Up X-Mas Heemskerk met deze symbolische cheque van 500 euro. Het geld wordt gestort.”

Zaterdagmorgen ontving Marleen van der Horst, locatiemanager van de stichting, begeleid door deze lovende woorden, als eerste uit handen van Klaas Tegel, president Beverwijkse Lions, in Kookwinkel Tegel dit goed te gebruiken sinterklaascadeau. Ook Erica van Dongen van Voedselbank IJmond-Noord en Charles de Boer van Kledingbank IJmond mochten eenzelfde cheque ontvangen.

Ook al is Rocking Up X-Mas een Heemskerks initiatief, het past wel degelijk goed in het rijtje van mooie doelen die de Lions wil steunen, legt

Klaas uit. „We zijn er heel blij mee”, bedankt Marleen. „Met dit geld kunnen we meer gezinnen verrassen met kerst.”

Verwend

In 2019 startte Marleen in Heemskerk een afdeling van de landelijke stichting. Bij die eerste editie werden 63 gezinnen uit Heemskerk en omstreken verwend met een luxe kerstpakket. „We moeten de naam, denk ik, maar veranderen in Rocking Up X-Mas IJmond.”

De gezinnen worden door anderen voorgedragen aan de stichting en ontvangen de verrassing anoniem zonder afzender. „Het is sowieso een tijd voor gezelligheid en kerst staat voor delen. We doen zelf alle boodschappen en pakken alles in. Ja, mijn dochter helpt daar ook bij”, kijkt ze trots naar de 10-jarige Bo die bevestigend knikt. „In het kerstpakket zit een echt luxe kerst-



Klaas Tegel (l), Erica van Dongen, Charles de Boer en Marleen van der Horst met dochter Bo.

FOTO HELEEN VINK

diner met onder meer een Steak tartar, ook een vegetarische versie, een toetje en een cadeautje, legt Marleen uit. „Kerst blijft een magische tijd.”

Ook Erica is blij met het extra geld voor de voedselbank. „We tellen momenteel 130 klanten. Januari is lang en voor hen lastig door te komen. Wij bieden die maand iets extra's in de vorm van een bon. Dus dit komt heel goed uit.”

Locatie

Kledingbank IJmond is wegens corona, en eerder ook wegens een defecte, maar inmiddels vervangen verwarming, gesloten. „Half januari gaan we weer open”, zegt Klaas. „Misschien goed voor de mensen te weten dat ons inzendpunt bij Deukelven in Heemskerk binnenkort vervalt. We zoeken een nieuwe locatie”, maakt hij handig van de gelegenheid gebruik.

Meer info over de goede doelen op de websites rockingupxmas.nl/Heemskerk, www.voedselbankijmond.nl en www.kledingbankijmond.nl.

Sponsoring

We zijn al vrij ver met een partij die heeft aangegeven dit jaar de ingrediënten te willen leveren. Zij zullen hierop een korting geven. Gezien het kortingsbeleid van groot grutters afgelopen jaren verwachten we ongeveer 10% korting te ontvangen. Dit komt neer op € 5.000,-

We gaan op zoek naar een aantal sponsoren die zich willen verbinden aan ons doel. Ons streven is om € 30.000 aan sponsorgelden binnen te halen via grote bedrijven en fondsen.

Goede doelen

Natuurlijk hopen we ook weer op steun van goede doelen.

Social media

Ook dit jaar heeft Lucy Woesthoff zich aangeboden om als social media ambassadeur van onze stichting op te treden. Wij verwachten dat we ook dit jaar ook weer zo'n € 5.000,- aan donaties zullen ontvangen, via haar posts op social media.

Reserve

Dit was vorig jaar € 18.000. Deze is deels opgebouwd uit hetgeen locaties zelf in 2020 met sponsoring hebben opgehaald en niet allemaal hebben uitgegeven. Ons streven is om deze bedragen zoveel mogelijk door de locaties zelf te laten benutten om zo eigen ondernemersgeest te blijven stimuleren.