



Beleidsplan
Stichting Rocking Up X-Mas

2023 - 2026

Inleiding

Tien jaar geleden, in 2013, raakten de oprichters van de stichting, Thijs Lindhout en Sidney Brouwer, geïnspireerd door de Basket Brigade van Tony Robbins. Ze wilden mensen die het minder goed hadden dan zij een fijne kerst bezorgen.

In 2013 ontvingen zes gezinnen die het financieel zwaar hadden een luxe kerstpakket, waardoor ze een onvergetelijke kerst konden vieren. De boodschappen werden uit eigen middelen betaald en gekocht bij de plaatselijke supermarkt; Rocking Up X-Mas was een feit!

In de tien jaar dat Rocking Up X-Mas nu bestaat, is er veel veranderd. Van het gezellig verdelen van een volle boodschappenkar onder gezinnen is de stichting inmiddels uitgegroeid tot een professionele organisatie. Ieder jaar ontvangen honderden gezinnen een zorgvuldig samengesteld recept voor een driegangendiner en de benodigde ingrediënten. Honderden vrijwilligers door heel Nederland helpen mee om vele gezinnen en alleenstaanden een mooie kerst te bezorgen. Dit wordt nog steeds mogelijk gemaakt door anonieme gevers die ze het beste wensen en ze zo laten weten dat er aan ze wordt gedacht.

Termijn van het beleidsplan

De termijn van dit beleidsplan loopt tot en met 2026. Het doel van de stichting was om in 2022 uit te breiden naar 12 locaties. Dit is bijna gelukt. Door persoonlijke omstandigheden heeft één locatie dat jaar niet kunnen deelnemen, maar voor 2023 zijn er inmiddels 13 deelnemende locaties. Het doel voor 2022 was om op iedere locatie minstens 50 gezinnen te verrassen met een luxe kerstpakket. Deze doelstelling hebben we wel behaald, en hoe! Hierna zullen we de doelstellingen voor 2023 tot 2026 uitwerken. In 2026 zullen we het beleid herzien en nieuwe doelstellingen formuleren om ons mooie initiatief verder uit te bouwen. Zolang er armoede is, zullen wij de gezinnen die in deze situatie zitten verblijden met ons kerstpakket en laten weten dat ze er niet alleen voor staan.

Doelstelling 2023-2026

De doelstelling voor de komende beleidsperiode (2023-2026) is om elk jaar gezamenlijk te groeien. In het laatste jaar van deze beleidsperiode (2022) hebben we niet 600 gezinnen – zoals we oorspronkelijk van plan waren – verrast, maar 1300 gezinnen. We willen het totale aantal bereikte gezinnen de komende jaren verder laten groeien. Dit willen we op verschillende manieren bereiken:

- het vergroten van het aantal locaties; en
- het verrassen van meer gezinnen per locatie.

We verwachten het aantal gezinnen onder andere te laten groeien door ons de komende jaren niet alleen te richten op gezinnen met kinderen, maar ook op alleenstaande ouderen/zieken. Ook voor eenpersoonshuishoudens zullen we het beleid voortzetten kerstpakket voor twee personen te schenken: dat doen we in die gevallen met de boodschap kerst niet alleen te vieren, maar de ontvanger voor te stellen iemand uit te nodigen om samen kerst te vieren. We zullen de komende jaren experimenteren met het vrijmaken van vrijwilligers om bij mensen die eenzaam zijn niet alleen het pakket te brengen, maar dit pakket vervolgens ook met deze mensen uit te pakken en de tijd te nemen om naar wens ook een praatje met ze te maken.

Missie

Onze missie is om zoveel mogelijk gezinnen die een (financieel) zware tijd doormaken een kerst te laten beleven die hen op een positieve manier lang zal bijblijven. We willen gezinnen het gevoel geven dat zij niet aan de zijlijn van de maatschappij staan, maar dat zij waardevol zijn en dat er aan hen gedacht wordt. Met dit kerstpakket willen wij hen stimuleren om samen een mooie, gezonde maaltijd met verse ingrediënten te bereiden en zo te genieten van de kerst. We willen kinderen laten zien dat gezond ook feestelijk kan zijn. Daarnaast willen wij de kinderen een cadeautje voor onder de kerstboom geven, dat past bij hun leeftijd en geslacht. Waar mogelijk zullen de kerstpakketten worden aangevuld met een uitje voor het hele gezin. Dit moet de gezinnen het gevoel geven dat ze deelnemen aan de samenleving en ook deze kinderen moeten op school vol trots kunnen vertellen over hun kerst(vakantie).

Daarnaast is onze missie om ouderen en alleenstaanden die een financieel zware tijd doormaken niet in eenzaamheid de kerst laten vieren, maar hen de gelegenheid te bieden om samen met iemand een kerstmaaltijd te bereiden en samen te dineren. Samen koken en eten schept verbondenheid en helpt tegen eenzaamheid. Ook het uitpakken van het kerstpakket met alleenstaanden moet hen het gevoel geven dat ze niet alleen zijn, maar dat ze gezien worden.

Bovendien willen we zo veel mogelijk mensen inspireren om vaker naar anderen te kijken die het minder goed hebben dan zij. We willen op basisscholen uitleggen aan kinderen dat er ook leeftijdsgenoten zijn die het minder goed hebben. We vragen de leerlingen om een cadeautje te kopen voor een stadsgenootje van hun eigen leeftijd en geslacht, iets wat ze zelf ook graag



zouden krijgen. Dit cadeautje mogen ze dan ingepakt met een leuke tekst of kaart (voor een jongen/meisje van ... leeftijd) onder de kerstboom op school leggen. Vervolgens zorgen onze vrijwilligers ervoor dat deze cadeautjes in de kerstpakketten worden ingepakt.

Visie

Onze visie is dat er een sneeuwbaaleffect ontstaat van acties waarin mensen iets goeds doen voor een ander. Uiteindelijk leidt dit ertoe dat in heel Nederland locaties actief zijn die onze missie verspreiden.

Strategie

Landelijk wordt er gewerkt met een actief bestuur dat wordt bijgestaan door een team van specialisten. Zij regelen alle centrale zaken en sturen de locaties aan. Hierbij wordt elk jaar geworven voor meerdere locaties, zonder dat het aantal locaties waarmee we willen groeien precies is vastgesteld. Ons streven is om jaarlijks in locaties te groeien, maar we geven geen specifieke aantallen, groei is tenslotte groei.

Wanneer meerdere aspirant-locatiemanagers zich aanmelden, zullen wij kijken of wij voldoende mogelijkheden hebben om deze locatiemanagers mee te laten lopen met een ervaren locatiemanager. Zo willen wij de kwaliteit van onze locaties waarborgen. Om onze missie zoveel mogelijk over heel Nederland te verspreiden, zullen wij via sociale media actief locatiemanagers gaan werven in delen van Nederland waar wij nog niet goed vertegenwoordigd zijn. Hierbij denken we bijvoorbeeld aan Noord/Oost-Nederland en Limburg.

Daarnaast zal er niet alleen gefocust worden op groei in het aantal locaties, maar vooral ook op groei in aantal gezinnen per locatie.

Het bestuur beheert de website, zorgt voor landelijke bekendheid via sociaal media en beheert de financiële stromen. Zij heeft een overzicht van wat er landelijk wordt gedoneerd en wat er per locatie wordt gedoneerd. Ook organiseert zij bijeenkomsten voor de locatiemanagers en stelt zij een handboek op voor de locatiemanagers. Het bestuur werft grote sponsors en fondsen. Er wordt hierbij ingezet op samenwerkingen voor de langere termijn.

Daarnaast zorgt het bestuur voor juridische ondersteuning van de locaties, voor het beleid rondom de AVG en andere locatie overstijgende juridische onderwerpen, en fungeert zij als vraagbaak voor vragen die bij de locaties naar voren komen. Ook bespreekt en bepaalt het bestuur samen met de chef-kok welk recept het betreffende jaar zal worden aangeboden en welke ingrediënten daarvoor moeten worden ingekocht.

Elke locatie heeft een locatiemanager (LM) die de locatie aanstuurt met ondersteuning van een assistent locatiemanager (ALM). Als de LM om welke reden dan ook uitvalt, zal de ALM de actie voortzetten. Daarnaast werken zij met een kernteam dat hen ondersteunt bij alle voorkomende taken. Op de actiedag zelf wordt per locatie gewerkt met minimaal 20 vrijwilligers die de pakketten inpakken en uitdelen. De locaties werken zoveel mogelijk zelfstandig. Zij dienen een begroting in en leggen na de actiedag rekening en verantwoording af bij het bestuur. De boodschappen voor het driegangendiner worden centraal ingekocht. De locatiemanagers regelen zelf hun cadeautjes en andere extra's. Ze regelen ook zelf hun inpaklocatie en vrijwilligers.

Hoewel landelijk wordt geregeld en bepaald welk recept voor dat jaar wordt gekozen, welke ingrediënten er in het pakket komen, en wat de missie is (die zij verwoorden in de brief aan de ontvanger), heeft de actie een duidelijk lokaal karakter.

Onder de leiding van de locatiemanagers wordt deze actie lokaal uitgevoerd. Zij zijn vrij om de actie op hun eigen manier uit te voeren, zolang zij voldoen aan de richtlijnen voor anonieme overdracht via minimaal 20 vrijwilligers. Ze worden ook aangemoedigd om initiatieven te ondernemen om, via lokale bedrijven, extra's voor de pakketten te regelen, zoals een uitje voor het gezin of cadeautjes voor de kinderen. Daarnaast profileren ze zichzelf en de organisatie via lokale en sociale media. Vaak zijn de locatiemanagers mensen met een groot netwerk en een ondernemersgeest.

Voor het verkrijgen van adressen van gezinnen die de kerstmaaltijd en het gebaar goed kunnen gebruiken, wordt samengewerkt met onder andere lokale voedselbanken, sociale wijkteams en kerken.

Om de actie te kunnen bekostigen, wordt er zo veel mogelijk samengewerkt met sponsors. Voor het inkopen van de ingrediënten voor de kerstmaaltijd is veel geld nodig en dat wordt opgehaald via fading en evenementen. Zowel landelijk als lokaal worden donateurs persoonlijk en via sociale media benaderd voor een donatie. Hierbij wordt gebruikgemaakt van de netwerken van de organisatie en de locatiemanagers. Lokaal worden er kleinschalige evenementen gehouden om geld op te halen voor die locatie.

Door het lokale karakter van onze actie vinden wij veel draagkracht bij de lokale ondernemers en mede stadsgenoten.

De kerstpakketten worden aangeboden namens een anonieme gever die hen op deze manier een fijne kerst wenst. Dit geeft de ontvangers het idee dat er iemand is die aan hen denkt en om hen geeft. Bij het pakket zit een persoonlijke brief waarin dit wordt genoemd. Daarnaast wordt de hoop uitgesproken dat wanneer het goed met hen gaat, zij ook iets goeds voor een ander willen doen: het doorgeef principe.

Activiteiten van de organisatie

In de afgelopen jaren is een stevige basis gelegd. De Stichting beschikt over een goed betalingssysteem, een goed werkende website en een sterke basis op het gebied van duidelijke lijnen en afspraken binnen het bestuur en met de locatiemanagers over veiligheid, verantwoordelijkheid en bescherming van persoonsgegevens. Hiermee kunnen we verder.

De volgende stap is zorgen voor meer uniformiteit in de berichtgeving naar buiten. Ook zal er gewerkt worden aan meer zichtbaarheid van de stichting. Het bestuur zal een extern bureau inhuren om de zichtbaarheid via sociale media gedurende het hele jaar te vergroten. Daarnaast zal er een marketing kit komen waarin elke locatie uniform namens de stichting naar buiten treedt. Ook zal het bestuur actief op zoek gaan naar ambassadeurs die onze stichting willen vertegenwoordigen.

Als er meer middelen kunnen worden ingezet, kunnen we ook onze groei realiseren. We zullen actiever werven naar locaties waar we nog niet actief zijn. Hierdoor willen we onze missie meer verspreiden en een nog sterker landelijk karakter krijgen. We denken bijvoorbeeld aan locaties in Assen, Leeuwarden, Enschede, Breda, Nijmegen/Arnhem en Venlo/Kerkrade.

De groei van de locaties zelf zullen we overlaten aan de locatiemanagers zelf. Het bestuur zal locaties die willen groeien meer ondersteunen door, wanneer er voldoende grote locaties zijn, een apart overlegorgaan in het leven te roepen. Hierin zullen onderwerpen aan de orde komen die spelen bij locaties die kiezen voor meer gezinnen.

Het bestuur zal zelf, naast haar functie als locatiemanager van een van de locaties, een deel van de bestuurstaken op zich nemen. De bestuurders zullen op basis van hun eigen expertise een onderdeel van de stichting leiden en waar nodig hulp inschakelen vanuit hun netwerk. Dit zal verder worden uitgebouwd, zodanig dat ieder bestuurslid zijn eigen portefeuille heeft. Het Bestuur zal regelmatig samenkomen (fysiek dan wel via Zoom) om de aandachtspunten te bespreken. Het bestuur zal onderzoeken of het mogelijk is om meer locatiemanagers te betrekken bij overkoepelende activiteiten. Deze activiteiten zullen dan worden gecoördineerd door het bestuurslid dat verantwoordelijk is voor deze activiteiten. Het bestuur realiseert zich dat de combinatie van locatiemanager en bestuurder steeds meer tijd zal kosten. De locatiemanagers zullen worden benaderd om een deel van deze taken, onder toezicht van het bestuur, op zich te nemen.

De kracht van de organisatie ligt in de enorme gedrevenheid en ondernemende kracht van de bestuurders, de locatiemanagers en hun gezamenlijke netwerk.

Organisatie/Bestuur

De stichting “Stichting Rocking Up X-Mas” is op 3 januari 2018 opgericht. Zij heeft haar zetel in Den Haag en houdt kantoor aan de Klatteweg 12 te 2597 KB Den Haag.

KvK nummer: 70556113

De stichting heeft sinds november 2019 een ANBI-status.

Contactinformatie

Stichting Rocking Up X-Mas

Klatteweg 12

2597 KB Den Haag

Emailadres: bestuur@rockingupxmas.nl

Website: www.rockingupxmas.nl

Bestuursleden

Het bestuur bestaat uit drie statutair bestuurders die **ook** de dagelijkse bestuurders zijn:

- Mevrouw Larissa Schonewille, voorzitter en houdt zich ook bezig met juridische zaken en fondsenwerving;
- Mevrouw Marleen van der Horst, secretaris en houdt zich ook bezig met social media en locatiemanagers; en
- Mevrouw Melisa Plattel, penningmeester en houdt zich ook bezig met de website;

Alle bestuurders vervullen hun rol onbezoldigd.

Het bestuur is verantwoordelijk voor het beleid en stelt dit ook vast. Daarnaast zorgt zij voor de uitvoering en realisatie van de doelstellingen zoals omschreven in het beleidsplan. Zij sturen de locatiemanagers aan en faciliteren hen bij de realisatie van de actie om het doel te behalen.

Werknemers

De Stichting heeft geen werknemers in dienst; zij maakt alleen gebruik van vrijwilligers.

Financiën

De stichting ontvangt ieder jaar voldoende donaties om de beoogde pakketten te kunnen financieren. Dit betekent dat er ieder jaar maar een klein bedrag overblijft, zodat de continuïteit van de stichting wordt gewaarborgd en er iets over is voor het jaar daarop. Het streven is om een kleine buffer op te bouwen, zodat werkzaamheden die we niet gesponsord kunnen krijgen en (beperkte) kosten met zich meebrengen hieruit kunnen worden voldaan.



Het werven van gelden

De stichting werft haar geld onder het publiek bij particulieren en ondernemers. Ook worden fondsen geworven door aanvragen te doen bij vermogensfondsen. Alle donaties en bijdragen komen ten goede aan het doel van de stichting. De giften die via de website binnenkomen, kunnen afhankelijk van de gever landelijk of per locatie worden gedoneerd. Deze donaties worden gebruikt om de ingrediënten voor het diner en het ontbijt in het kerstpakket te kunnen kopen. Per gezin van 4 gezinsleden is ongeveer € 60,- begroot voor een driegangendiner en €20,- voor het ontbijt. Daarnaast zal een deel van het geld worden besteed aan cadeautjes voor de kinderen in bepaalde leeftijdscategorieën waarvoor we onvoldoende cadeautjes ontvangen en voor passende uitjes, bijvoorbeeld voor gezinnen met kinderen met een lichamelijke of geestelijke beperking.

Wanneer er minder geld wordt verworven, zal de stichting haar doel moeten bijstellen voor dat jaar en kunnen er minder gezinnen worden verrast met een kerstpakket.

Beheer en besteding van het vermogen

De stichting is sinds 2019 begonnen met het opbouwen van een kleine reserve om aan de operationele kosten van de stichting te kunnen voldoen. Hierbij wordt gedacht aan onder andere het betalen van de accountant voor de jaarrekening en het voeren van de boekhouding, kosten met betrekking tot de website en het bekostigen van bekendheid via sociale media.

Rocking Up X-Mas

‘Omdat iedereen een mooie kerst verdient en geluk mooier is als je het deelt’

