

ROCKING UP X-MAS

**JAARVERSLAG
2023**



Klatteweg 12
2597 KB Den Haag
bestuur@rockingupxmas.nl
06-47778414

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD VAN DE VOORZITTER	4
VERSLAG VAN HET BESTUUR	5
INLEIDING	5
KICK-OFF	5
LOCATIEMANAGERS LEIDEN AAN HET WOORD	6
LOCATIEMANAGERS EINDHOVEN AAN HET WOORD	7
ORGANISATIE: DIT DEDEN WIJ OM DE ACTIE ZO GOED MOGELIJK TE ORGANISEREN IN 2023	8
STATISTIEKEN	8
GROTE GEZINNEN EN EENZAME OUDEREN	9
VRIJWILLIGERS	9
HET RECEPT	10
BIDFOOD	10
LOKALE MEDIA	10
SOCIAL MEDIA EN MARKETING	11
FUNDING: ZO KWAMEN WIJ AAN GELD EN MIDDELEN IN 2023	12
VRIENDENLOTERIJ	12
VEGA KAARTEN POSTCODELOTERIJ	12
KINDEREN VOOR ROCKING UP X-MAS	12
ARMOEDEFONDS	13
STICHTING PIETER ARNE VAN DER KOOIJFONDS	13
FEELINGZ	13
MICROSOFT	13
(LOKALE) FONDSSEN	13
TOEKOMST: WAT GAAN WE (NOG) BETER DOEN IN 2024	14
LOCATIES	14
VERBETERING MOGELIJKHEDEN DONEREN	14
HET RECEPT	14
BIDFOOD	14
SOCIAL MEDIA EN MARKETING	15
ICT	15
MEDIA	15
DE STICHTING EN HAAR ORGANISATIE	16
BESTUUR	16
FUNCTIEOMSCHRIJVING	16
VRIJWILLIGERS	17
ALGEMEEN	17
JAARREKENING 2023	18
BEGROTING 2024	20
TOELICHTING OP DE BEGROTING	21
INGREDIËNTEN PAKKETTEN	21
CADEAUTJES VOOR DE KINDEREN	21
BOEKHOUDING	21
MARKETING EN SOCIAL MEDIA	21
ONKOSTEN VRIJWILLIGERS	21

HOE KRIJGEN WE DE BEGROTING ROND IN 2023	22
LOCATIES ZELF	22
CADEAUTJES KINDEREN	22
FONDSEN	22
SPONSORING	22
VRIENDENLOTERIJ	22
SOCIAL MEDIA EN PARTICULIERE DONATIES	22
DEKKINGSPLAN	23

VOORWOORD VAN DE VOORZITTER

Armoede. Daar kunnen we niet meer van weg kijken. Inmiddels is ook in de politiek doorgedrongen dat het anders moet. We krijgen zelfs een nieuwe definitie van armoede. Armoede betekent niet alleen geen geld hebben om de noodzakelijke dingen te kunnen kopen maar het betekent ook kans-ongelijkheid en sociale uitsluiting.

De sociale uitsluiting betekent onder andere dat je door gebrek aan financiële middelen niet mee kunt doen in de maatschappij. Naar een feestje gaan is lastig, wanneer je geen geld hebt om een cadeautje mee te nemen. Kinderen die niet mee kunnen op schoolreis omdat de ouders geen financiële middelen hebben. Moeten zeggen dat je geen kerst viert omdat je je kinderen niet kunt uitnodigen voor het kerstdiner. Allemaal inherent aan armoede.

Met onze locatiemanagers en hun teams zijn we aan de slag gegaan. Niet alleen wilden we dit jaar meer gezinnen verrassen met kerst, maar ook de groep eenzame ouderen wilden we meer aandacht geven. We bedachten hiervoor de “rijders met een praatje”. De vrijwilligers die bij deze groep langs gaan, zouden daar dan wat langer voor een praatje en een kopje koffie. Het kerstpakket kan dan samen worden uitgekapt en het recept wordt waar nodig toegelicht. Het werd een groot succes, mooie gesprekken werden gevoerd, de ontvangers waren zeer dankbaar en mensen voelden zich verbonden met elkaar.

We hadden dus ambitieuze plannen, waar veel geld voor nodig was. We wilden geen concessies doen. Ook dit jaar zou het een mooi pakket worden met voornamelijk verse ingrediënten, een luxe ontbijt en cadeautjes voor de kinderen.

Hoe trots kun je dan met elkaar, als locatiemanagers en bestuur, zijn als de actiedag goed verloopt, het moment waarop alles waar je aan hebt gewerkt samenkomt en dat alles klopt. We hebben met een grote groep vrijwilligers cadeautjes ingepakt, kerstpakketten en ontbijtdozen gemaakt. Op 21, 22 en 23 december konden we deze vanaf begin van de avond rondbrengen. Deze kerst konden wij zo in totaal meer dan 5000 mensen verrassen en ze een kerst bezorgen zoals kerst bedoeld is.

We kijken met een bijzonder goed gevoel terug op het afgelopen jaar en zullen in 2024 weer hard aan de slag gaan om nog meer mensen, die het zo goed kunnen gebruiken, te verrassen. Voor 2023 zijn onze wensen uitgekomen, voor het nieuwe jaar hebben we natuurlijk nieuwe wensen. Hoe mooi is het als we dit jaar 1600 gezinnen kunnen verrassen.

Met voldoende sponsors moet dat lukken. Laten we het doen! Geluk is immers mooier als je het deelt.

Larissa Schonewille, voorzitter

VERSLAG VAN HET BESTUUR

INLEIDING

Dit jaar was ons jubileumjaar. Al 10 jaar lang zetten heel veel vrijwilligers zich in om mensen die onder de armoedegrens leven een mooie kerst te bezorgen. Is dat feestelijk? Het is een mijlpaal met gemengde gevoelens. Maar we zijn trots op wat we ook dit jaar weer hebben bereikt. Zeker als we kijken naar hoe we 10 jaar geleden zijn begonnen en hoe we nu ons doel proberen te verwezenlijken. Ieder jaar zijn er weer lessen waar we van leren en waar we wat mee kunnen. Met 12 locaties zijn we dit jaar van start gegaan: Amersfoort, Den Haag, Eindhoven, Gooise Meren, Haarlemmermeer, Heemskerk, Heerhugowaard, Heerlen, Leiden, Zwolle, Roelofarendsveen en Noordwijk.

Locatie Ede heeft zich, wegens privéomstandigheden van de locatiemanager, teruggetrokken. In Noordwijk mochten we een nieuwe locatiemanager verwelkomen in ons team. Roderick de Monfrans heeft in 2022 meegelopen met onze locatie in Leiden en hij was zo enthousiast dat hij dit jaar in Noordwijk is gestart met zijn eigen locatie en hij heeft met zijn team 75 gezinnen verrast!

Het recept blijft elk jaar een punt van aandacht. Ook dit jaar waren we op tijd begonnen met het vragen van een chef-kok en in mei hadden we een prachtig menu. De receptuur was wat lastig maar door het meedenken van locatiemanagers en hun team is het een prachtig menu met een mooi receptuur geworden.

KICK-OFF

Samen met alle locatiemanagers de actie starten geeft zoveel dynamiek dat we ook dit jaar weer samen zijn gekomen tijdens een kick-off. Met taart hebben we ons 10 jarig jubileum gevierd en de aankomende actie besproken. Wat heeft het bestuur met de tips van de locatiemanagers gedaan en wat is er dit jaar veranderd? Ook werd het recept onthuld.



We hebben gezamenlijk het recept gekookt, becommentarieerd en daarna met elkaar gegeten. Er werden veel ideeën uitgewisseld en nuttige gesprekken gevoerd. Samen eten verbindt. Het werd een mooie dag waar we met een warm gevoel op terugkijken. Met dat gevoel ging iedereen weer terug naar hun eigen locatie.

LOCATIEMANAGERS LEIDEN AAN HET WOORD

In 2023 hebben we - Maarten & Vanessa - als regio Leiden voor het tweede opeenvolgende jaar deelgenomen aan Rocking Up Xmas, waarbij het aantal geholpen gezinnen is gestegen van 70 naar 172. Met hulp van vrijwilligers en donateurs hebben we 703 mensen voorzien van een heerlijk driegangendiner, lekker ontbijt en cadeautjes voor de kinderen.

Ook zijn er meer dan 440 cadeautjes ingezameld en ingepakt. Dit werd mede mogelijk gemaakt door de samenwerking met een lokale basisschool, waarbij leerlingen een cadeautje kochten voor een kind van hun leeftijd. Alle cadeautjes hadden we van tevoren bij ons thuis ingepakt, waarbij we ons wel hadden vergist in het volume van +150 tasjes. Onze woonkamer stond letterlijk vol met groene tasjes!



Er waren wat uitdagingen waar we mee te maken kregen. Logistieke problemen op de actiedag zelf, zoals vertragingen bij het transport van voedsel en cadeautjes, zorgden voor enige stress, maar werden uiteindelijk goed opgelost. Ook hadden we een aanzienlijk hoog aantal retourpakketten vanwege verkeerde adressen of gezinnen die niet thuis waren. Gelukkig hebben we de volgende dag deze pakketten nog goed kunnen bezorgen met hulp van vrijwilligers.

Al met al kijken we terug op een succesvolle actie en zijn we blij dat we deze gezinnen een warme kerst hebben kunnen bezorgen. We zijn ontzettend dankbaar voor alle hulp en bijdragen die we hebben gekregen om dit mogelijk te maken. Bijvoorbeeld de financiële bijdragen van meerdere lokale fondsen, wat de eerste keer was dat we dat hebben aangevraagd. Maar ook de tientallen vrijwilligers die hebben geholpen met de voorbereidingen, het inpakken en het bezorgen van de pakketten.

We merken dat Rocking Up Xmas steeds meer leeft in regio Leiden en kijken uit naar 2024, waarin we streven naar een nog grotere impact en het verspreiden van kerstvreugde naar nog meer gezinnen.

LOCATIEMANAGERS EINDHOVEN AAN HET WOORD

In 2023 hebben wij onze tweede editie van Rocking Up X-Mas Eindhoven gedraaid en we kunnen terugkijken op een geslaagde actiedag. Ons doel voor dit jaar was om te groeien, te leren van de hobbels die we in 2022 hebben ondervonden en zowel de pakketten als cadeau tassen minimaal te evenaren op de editie van vorig jaar. We zijn erg blij dat we achter deze doelen een vinkje hebben kunnen zetten.



Vanaf september zijn we begonnen met de voorbereidingen en vol goede moed schreven we organisaties aan om een selectie te maken van gezinnen die in aanmerking zouden kunnen komen, sponsoren te vinden en een geschikte locatie. De voorbereiding ging over het algemeen soepel, al was de piek in december intenser dan verwacht en moesten we met ons kernteam van 2 leden een flinke eindsprint maken. Met name door het aantal

cadeaus en uitjes dat we last minute nog gesponsord kregen, was het een chaotische bedoening om alles te verzamelen, op te slaan en eerlijk te verdelen. Echter waren het zulke leuke aanvullingen op de pakketten, dat het de moeite meer dan waard was. Zelfs aan alle huisdieren hadden we dit jaar gedacht.

Op de actiedag hadden we een zeer strak schema opgesteld, waarbij we een ochtendploeg hadden die klaarstond om onze chaos aan cadeautjes te organiseren, de ingrediënten voor de pakketten in ontvangst te nemen en sorteren en daarna een begin te maken aan het inpakken van de berg aan cadeaus. Daarna hadden we een korte pauze ingelast om zelf even te lunchen en daarna stond de tweede ploeg aan vrijwilligers klaar, die doorgingen met het inpakken van cadeautjes. Een deel van de tweede ploeg vrijwilligers is daarna ook op pad gegaan om pakketten te gaan bezorgen. Vanaf het begin van de avond kwamen ook de andere bezorg vrijwilligers om ons te helpen met het uitdelen van de pakketten en cadeautjes.

Ondanks een beetje uitloop doordat het vullen van de cadeautassen langer duurde dan op voorhand ingeschat, hebben we ons toch redelijk aan het schema kunnen houden. Dit onder andere dankzij alle lieve vrijwilligers (zo'n 50 in totaal), 'vliegende keeps' die flexibel ingezet werden en nog een keer of vier naar de Albert Heijn zijn gesprint om ontbrekende ingrediënten te halen en sponsoren / bedrijven die hun steentje hebben willen bijdragen. Uiteindelijk was het een lange dag en zijn we van 8:30 uur tot 22:00 uur bezig geweest op de actiedag zelf, waarbij we ook met vrijwilligers hebben kunnen afsluiten met een borrel om na te praten en ervaringen uit te wisselen. Ook de dag erna hebben we met een spontaan aangemelde groep vrijwilligers een tweede ronde gereden om langs te gaan bij gezinnen die in eerste instantie niet thuis waren.

De reacties die we hebben mogen ontvangen waren ontzettend mooi en de glimlach van met name de kindjes zullen we niet snel vergeten. We gaan ons dan ook dit jaar weer vol inzetten voor een nieuwe editie. Laat de kerstdagen maar komen!

ORGANISATIE: DIT DEDEN WIJ OM DE ACTIE ZO GOED MOGELIJK TE ORGANISEREN IN 2023

STATISTIEKEN

In 2021 zijn wij begonnen actief de cijfers van elke locatie bij te houden zodat we een goed inzicht hebben in het resultaat van onze actie. We hebben besloten dit ieder jaar te doen zodat we ook de resultaten van elk jaar met elkaar kunnen vergelijken. Hieronder de cijfers van 2023 en onderaan de tabel is deze vergeleken met de totalen van 2022.

	Aantal gezinnen	Aantal gezinsleden	Gemiddeld gezinsgrootte	Aantal kinderen
Zwolle	83	293	3,53	166
Leiden	173	703	4,06	440
Heerlen	55	201	3,65	124
Heerhugowaard	86	383	4.45	244
Haarlemmermeer	60	146	2,43	65
Gooise Meren	73	264	3,61	119
Eindhoven	79	279	3,53	162
Ede**	0	0	0	0
Den Haag	283	1018	3,60	525
Amersfoort	189	1022	5,41	703
Heemskerk	268	933	3,48	526
Roelofarendsveen***	60	231	3,85	126
Noordwijk*	65	222	3,42	112
Totaal 2023	1474	5695	3,86	3312
Totaal 2022	1165	4416	3,79	2481
Toename 2023 t.o.v. 2022	27%	29%	%	34%

* nieuwe locatie per 2023

** locatie in 2022 niet actief in 2023 actief

*** locatie in 2022 actief in 2023 niet actief

GROTE GEZINNEN EN EENZAME OUDEREN

Uit de tabel is af te lezen dat wij in 2023 in totaal 1474 gezinnen hebben verrast. Dit is een **toename** van bijna **27%** ten opzichte van 2022. Helaas deed de locatie Ede om persoonlijke redenen niet mee aan de actie. Zij verrassen altijd een groot aantal gezinnen. Wat opvalt is dat de locaties Leiden en Heemskerk dit jaar het sterkst zijn gegroeid. In Leiden is nu voor het tweede jaar een locatie actief. Zij bereiken veel gezinnen en worden al erg bekend. In Heemskerk is Rocking Up X-Mas al jaren actief en onze actie heeft een sterk bereik bij particulieren en de lokale ondernemingen in Heemskerk die allemaal gul doneren. Hierdoor zijn zij in staat om meer gezinnen te verrassen. Ook de andere locaties zijn gegroeid of om persoonlijke redenen gelijk gebleven in het aantal gezinnen/huishoudens dat zijn verrast. Dit bevestigt opnieuw ons beeld dat wanneer wij langer in een stad actief zijn er meer beroep op ons wordt gedaan.

Naast dat we een groter aantal gezinnen hebben verrast, is ook het aantal kinderen dat we binnen deze gezinnen verrast hebben enorm gegroeid. We zien dat dit jaar de groei van het aantal kinderen minder groot is dan vorig jaar maar nog steeds procentueel harder stijgt dan het aantal gezinnen dat we verrassen. Hoewel we natuurlijk vooral wensen dat kinderen niet in deze situatie zouden moeten opgroeien, zijn we blij dat we **ruim 3300 kinderen** een mooie kerst hebben kunnen bezorgen.

Daarnaast hebben we dit jaar ook meer ingezet op eenzame ouderen. Er zijn meer tweepersoons kerstpakketten uitgedeeld aan alleenstaanden met de aansporing om iemand uit te nodigen om samen te koken. Hieruit kunnen we concluderen dat de gezinnen die zijn opgegeven groot zijn en blijven omdat de tweepersoons kerstpakketten het gemiddelde aantal personen per pakket drukken.

VRIJWILLIGERS

Onze organisatie wordt volledig gedraaid door vrijwilligers. Dit jaar hebben we voor het eerst geïnterviewd hoeveel vrijwilligers er in totaal hebben meegewerkt. Het hele jaar zijn naast het bestuur de kernteamleden van alle locaties bezig met de voorbereidingen van de kerst van het komende jaar. Maar hoeveel vrijwilligers er nu op de actiedag zijn betrokken was altijd een globale schatting. Sommige locaties hebben de hele actiedag een team dat inpakt en daarna de kerstpakketten wegbrengt. Andere locaties hebben de activiteiten, meestal in verband met de grootte van hun locatie, verspreid of gedifferentieerd. Daarnaast worden er vaak vlak voor de actiedag nog vrijwilligers ingevlogen omdat er toch meer werk te doen is dan verwacht.

Dit jaar hebben in totaal 689 vrijwilligers zich belangeloos voor onze actie ingezet!

HET RECEPT

In 2022 hebben wij de keuze gemaakt om alleen voor halal vlees te kiezen, dit was om de keuze tussen vegetarisch- en vleespakketten makkelijker te maken. Op deze manier hoeven gezinnen die halal eten niet voor vegetarisch te kiezen en krijgen zij wel een luxe stuk vlees tijdens de kerst. We zien ook dit jaar dat het grootste deel van de kerstpakketten bestaat uit pakketten met vlees.

Het recept hebben we dit jaar ook weer met alle locatiemanagers gekookt. Dit was een mooie manier om te kijken of het recept goed te doen was voor de huishoudens die een pakket mochten ontvangen. Tijdens het voorbereiden kwamen we er achter dat we toch een aantal handelingen wilden vereenvoudigen. Zo hebben we besloten, mede om veiligheidsredenen, in het dessert geen rauwe eieren te verwerken maar het recept zo te maken dat er geen eieren nodig waren.

NAGERECHT

CHOCOLADE MOUSSE

(Bereidingstijd: 10 minuten voorbereiden, 1 ½ uur in de koelkast)

Nagerecht:	2 personen		4 personen		6 personen		8 personen	
Slagroom	180	Miliiliter	360	Miliiliter	540	Miliiliter	720	Miliiliter
Frambozen	62,5	Gram	125	Gram	187,5	Gram	250	Gram
Suiker	20	Gram	40	Gram	60	Gram	80	Gram
Chocolade	90	Gram	180	Gram	270	Gram	360	Gram

Dit heb je nodig uit je eigen keuken:
2 kommen, bakje, steelpan, mixer, garde of vorken, spatel of plastic lepel, mooie schaalpjes of glazen voor de chocolademousse.

Zo maak je het klaar:

1. Breek de chocolade in kleine blokjes.
2. Zet een steelpannetje met ongeveer 3-4 cm water erin op het vuur. Als het water bijna kookt, zet je het vuur iets lager.
3. Zet de kom op de pan, waarbij de kom een beetje in de pan mag hangen, maar niet het water mag raken.
4. Doe de chocolade blokjes in de kom en roer zachtjes tot ze allemaal gesmolten zijn.
5. Haal de kom van het vuur. Let op de kom is heet! Gebruik een doek of ovenhandschoenen.
6. Roer af en toe in de chocolade en laat het op het aanrecht afkoelen tot het ongeveer zo warm is als je vinger. Niet warmer. Kouder mag wel (duurt ongeveer 10 minuten). Niet in de koelkast laten afkoelen. De chocolade moet zacht en vloeibaar blijven.
7. Meng in een andere kom de slagroom met de suiker. Klop de slagroom stijf met een garde of mixer.
8. Schep per persoon 1 eetlepel slagroom over in een apart bakje. Zet dit bakje afgedekt in de koelkast en bewaar deze slagroom apart tot je het nagerecht gaat opdienen. Je gebruikt deze slagroom dan als garnering.
9. Als de chocolade voldoende is afgekoeld, giet je het bij de rest van de slagroom. Schep de chocolade en de slagroom voorzichtig door elkaar heen, zonder te roeren. Dit doe je door met een spatel of lepel voorzichtig de slagroom over de chocolade te scheppen. Net zo lang tot het helemaal gemengd is. Dat kost een paar minuten, maar als je gaat roeren dan wordt de chocolademousse niet luchtig.
10. Verdeel de mousse over de schaalpjes of glaasjes. Zet de gevulde schaalpjes of glaasjes afgedekt, minimaal 1 ½ uur in de koelkast zodat de chocolademousse kan opstijven.

Zo zet je het op tafel:

Schep op de chocolademousse een dot slagroom. Leg een framboos op de dot slagroom en versier de chocolademousse met de rest van de frambozen. Leg ze erbovenop, of zet het glaasje of kommetje op een schaalpje en leg daar extra frambozen op.



BIDFOOD

Aan het begin van het jaar hebben we een goede evaluatie met Bidfood gehad, waar we over en weer verwachtingen hebben uitgesproken. Vooral omdat in 2022 de logistiek op bepaalde momenten lastig was, hebben we met elkaar gekeken hoe we dit kunnen verbeteren. Met dit gezamenlijke stappenplan/deze tijdlijn zijn we aan de slag gegaan en dat is van beide zijden goed bevallen. We hebben weer veel schoonheidsfoutjes kunnen voorkomen en kijken met veel plezier terug op de samenwerking.

LOKALE MEDIA

We merkten ook dit jaar dat de media aandacht vooral lokaal is. Veel locaties werden door lokale media benaderd in de vorm van interviews, in lokale kranten en op lokale radio. Heerhugowaard had een mooi artikel in de plaatselijke krant naar aanleiding van hun aanwezigheid op de kerstmarkt in hun locatie. Heemskerk en Den Haag zijn met hun actie op de radio geweest. Doordat we een klein bestuur zijn, lukte het ons ook dit jaar niet om landelijke media-aandacht te genereren. Even was er sprake van een item bij een praatprogramma op de televisie maar daar werden we door andere actualiteiten ingehaald. We realiseren ons dat landelijke media aandacht zeker voor de werving van sponsors van groot belang is. Er is alleen op dit moment geen budget om dit via betaalde wegen te doen.

SOCIAL MEDIA EN MARKETING

Dit jaar hebben wij de samenwerking met een Social-mediaspecialist om ons netwerk te vergroten gecontinueerd. We hopen daarmee meer donaties te ontvangen. Zij maakt posts voor ons en bedenkt, samen met Marleen, content en onderwerpen. Deze investering heeft ons dit jaar niet significant meer particuliere donaties opgeleverd. We realiseren ons dat we meerdere jaren zullen moeten investeren voordat we profijt zullen hebben van het posten op sociale media.

De marketing kit die op onze wensenlijst stond is dit jaar een feit geworden. We hebben een mooie huisstijl laten ontwerpen en alle locaties konden zelf aangeven waar hun interesse lag. Zo zijn er ontwerpen gemaakt voor een banner, baliedisplay, poster, flyer, visitekaartje en briefpapier. Om te voorkomen dat we onnodig materiaal aan zouden schaffen is dit in eigen beheer van de locaties gegaan.

FUNDING: ZO KWAMEN WIJ AAN GELD EN MIDDELEN IN 2023

Dankzij heel veel donaties, waarbij we graag de grootste fondsen, onze kinderen van Rocking Up X-Mas voor kinderen en ondernemingen in het bijzonder willen noemen, konden wij onze kerstactie van 2023 tot stand brengen.

VRIENDENLOTERIJ

Sinds 2021 zijn wij als goed doel aangesloten bij de Vriendenloterij. Dat betekent dat mensen die meespelen met de vriendenloterij hun loten kunnen koppelen aan Rocking Up X-Mas en de opbrengst van de gekoppelde loten wordt per kwartaal aan ons uitgekeerd. Ondanks dat wij in 2023 geen actieve acties hebben in onze samenwerking met de vriendenloterij zien wij een constante opbrengst uit bestaande leden die voor ons meespelen. Wij houden deze opbrengst in de gaten, en bepalen aan de hand van eventuele terugloop of wij komende jaren weer acties op touw gaan zetten om nieuwe leden te werven.

VEGA KAARTEN POSTCODELOTERIJ

Ook dit jaar was er weer de vega-favorieten actie van Albert Heijn en de Postcodeloterij. Net als voorgaande jaren zamelden diverse locaties deze kaarten in en kochten daar weer extra levensmiddelen van voor in de pakketten.

KINDEREN VOOR ROCKING UP X-MAS

In 2023 hebben de locaties Den Haag, Heemskerk, Zwolle en Heerlen opnieuw de actie Kinderen voor Rocking Up X-Mas gedaan. Door leerlingen van basisscholen wordt met hulp van hun ouders een cadeautje gekocht voor een leeftijdsgenootje en deze (in de aula van de school) onder de kerstboom gelegd.

Locatie Den Haag had dit jaar zelfs een middelbare school die meedoet aan de actie. Een aantal basisschoolleerlingen is inmiddels naar de middelbare school gegaan en zij wilden graag iets doen voor de gezinnen in Den Haag. Zo kwamen we met elkaar op het idee dat zij de ontbijtjes voor alle gezinnen wilden regelen. Alle scholieren en leerkrachten hebben een product van de lijst meegenomen en deze in mooie dozen gedaan. Deze dozen konden mee met de kerstdozen van ons en zo konden 283 gezinnen genieten van een heerlijk kerstontbijt.



ARMOEDEFONDS

Waar zouden we zijn zonder onze flinke donatie van het Armoedefonds. Dankzij hun donatie zijn wij in staat om heel veel gezinnen te verrassen met een mooie kerst. Daarnaast deden ook veel locaties mee aan de donatie verdubbelaar van het Armoedefonds, zo werden de donaties die onze locaties zelf ophaalden verdubbeld door het Armoedefonds.

STICHTING PIETER ARNE VAN DER KOOIJFONDS

We ontvingen dit jaar een mooie donatie van de stichting Pieter Arie van de Kooijfonds mede dankzij hun waren we in staat om zoveel mensen te verrassen met kerst.

FEELINGZ

Door onze samenwerking met Feelingz hebben wij een mooi bedrag ontvangen. Feelingz is een bedrijf waar werkgevers een keuze cadeau voor hun werknemers als kerstgeschenk kunnen afnemen. Werknemers krijgen dan een bon waarmee ze op de site van Feelingz zelf een kerstcadeau kunnen kiezen. Hier is ook de optie om het bedrag te doneren aan een goed doel. Rocking Up X-Mas staat ook tussen deze doelen. Het is mooi om te zien dat er veel mensen zijn die ervoor kiezen om een ander gezin een mooie kerst te geven!

MICROSOFT

Microsoft heeft dit jaar ons enorm geholpen op twee vlakken. Zo hebben Microsoft medewerkers als vrijwilliger bij ons op diverse locaties heel fijn geholpen met onze actie en ontvingen wij voor elk uur dat een vrijwilliger zich voor ons doel heeft ingezet een mooi bedrag.

(LOKALE) FONDSEN

Dit jaar hebben we meer ingezet op fondsenwerving door de locaties zelf. We merken dat, omdat wij een landelijk multi-lokale stichting zijn, wij bij veel fondsen niet passen in hun beleid. Zij financieren landelijke- of lokale initiatieven. Na goed te hebben geïnventariseerd merkten we dat lokale initiatieven veel meer mogelijkheden boden voor het ontvangen van een bijdrage aan de kerstactie. Zo ontvingen bijvoorbeeld een aantal locaties een bijdrage van Klein Armoede Hulp en van het Rabobank Stimuleringsfonds. Ook andere fondsen met lokale doelstellingen werden met succes benaderd.

TOEKOMST: WAT GAAN WE (NOG) BETER DOEN IN 2024

LOCATIES

Locaties die blijven: Amersfoort, Den Haag, Eindhoven, Gooise Meren, Haarlemmermeer, Roelofarendsveen, Noordwijk, Heemskerk, Heerhugowaard, Leiden, Heerlen en Zwolle.

Locatie waar we actief zoeken naar een locatiemanager: Ede

Het aantal gezinnen dat zal worden verrast zal per locatie verschillend zijn. We zien de tendens dat een deel van onze locaties het aantal gezinnen beperkt wil houden en dat andere locaties willen groeien. Omdat het voor ons belangrijk is dat iedere locatiemanager zich comfortabel voelt bij de organisatie van zijn eigen locatie, laten we die keuze geheel bij de locaties. Hierdoor zien we wel vanuit het bestuur dat grote locaties tegen andere punten aanlopen dan locaties die kleiner zijn. Dit jaar willen we kijken hoe we de grote locaties hierin meer kunnen begeleiden.

VERBETERING MOGELIJKHEDEN DONEREN

Ook voor 2024 is het streven om periodiek doneren aan te bieden. Dit levert voor de donateur een aanzienlijk belastingvoordeel op en voor de stichting een zekere continuïteit aan donaties. Op de website wordt hier inmiddels aandacht aan gegeven. Nu zullen we dit meer via onze sociale media onder de aandacht brengen.

HET RECEPT

Volgend jaar gaan wij ook weer met veel verse producten werken. Afgelopen jaar hebben we geprobeerd om het vleesmenu en het vegetarische menu meer op elkaar af te stemmen als het gaat om de soorten producten. Dit is ons goed bevallen en hier willen we mee doorgaan. Ook de focus op voedselverspilling willen we behouden. Dit jaar zullen we samen met Bidfood kijken naar de producten en de verpakkingen zo te maken dat er geen voedsel wordt weggegooid of producten te gebruiken die de ontvangers makkelijk voor een ander recept kunnen gebruiken.

BIDFOOD

De afspraken die we met Bidfood hebben gemaakt in 2023 over verwachtingen van beide kanten, zijn goed nagekomen. De leveranciers van de versproducten hadden alleen niet altijd scherp dat het voor onze actie cruciaal is dat alle bestelde producten ook op de gevraagde dag aanwezig moeten zijn. Door Bidfood is daarom het voorstel gedaan dat wij een keer met de leveranciers van de versproducten om tafel gaan en wij daar uitleggen wie we zijn en wat we doen.

SOCIAL MEDIA EN MARKETING

In 2024 willen wij de samenwerking met de Social-mediaspecialist voortzetten. Het team waar we mee samenwerken is nu zo bekend met onze stichting dat de samenwerking heel soepel verloopt. Hoewel we nog geen significante toename zien in het aantal particuliere donaties via social media, merken we wel dat we makkelijker gevonden worden. We ontvangen via social media regelmatig berichten van potentiële vrijwilligers of locatiemanagers. Ook hebben we al verschillende keren berichten ontvangen van partijen die spullen aan ons willen doneren. Ondanks dat het zich niet direct uitbetaalt in financiële middelen, heeft onze zichtbaarheid op social media kanalen dus wel degelijk een positieve bijdrage aan onze actie.

ICT

De werkzaamheden rondom de website zullen worden overgenomen door Maarten Ligthart en Vanessa Carreiro, zij zijn in het dagelijks leven beroepsmatig bezig met het ontwikkelen van websites en het adviseren van gebruikers. Daarnaast zijn zij de enthousiaste locatiemanagers van onze locatie Leiden.

Dit jaar willen we de locatiemanagers stimuleren actiever met hun locatiepagina aan de slag te gaan. Zodat wanneer een bezoeker specifieke informatie over een locatie zoekt dit beter te vinden is.

MEDIA

We gaan ook in 2024 weer aan de slag met het krijgen van meer media-aandacht. Wij zullen diverse persberichten schrijven en deze delen met kranten en/of televisieprogramma's. Daarnaast zullen wij op zoek gaan naar bekende Nederlanders die onze stichting door middel van Social Media onder de aandacht willen brengen.

DE STICHTING EN HAAR ORGANISATIE

Stichting Rocking Up X-Mas heeft de ANBI-status. Zij is ingeschreven bij de KvK onder nummer: 70556113

Haar fiscale nummer: NL858372988B01
Contactgegevens: bestuur@rockingupxmas.nl
Klatterweg 12

2597 KB Den Haag
06-47778414

BESTUUR

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

Voorzitter: mevrouw Larissa Schonewille
Penningmeester: mevrouw Melisa Plattel
Secretaris: mevrouw Marleen van der Horst

FUNCTIEOMSCHRIJVING

VOORZITTER

Larissa is verantwoordelijk voor de juridische zaken. Zij onderhoudt daarnaast het contact met de voedselbank en mogelijk grote sponsors/donateurs/fondsen. Daarnaast is zij de contactpersoon voor de grote locaties.

PENNINGMEESTER

Melisa is verantwoordelijk voor de financiële zaken. Zij onderhoudt het contact met de accountant en beheert alle rekeningen. Daarnaast is zij medeverantwoordelijk voor het beheer van de website en de Google Drive.

SECRETARIS

Marleen is verantwoordelijk voor de niet-juridische zaken. Zij is aanspreekpunt voor bedrijven/partners waar we mee samenwerken en stuurt de Social media en marketing beheer aan. Zij onderhoudt contact met de chef-kok en stuurt het logistieke proces aan. Daarnaast is zij contactpersoon voor de overige locaties.

VRIJWILLIGERS

ALGEMEEN

Onze kok dit jaar: Anouk Aarts. Anouk is productontwikkelaar in de voedingsindustrie. Haar werk bestaat voornamelijk uit het bedenken van nieuwe concepten en recepturen voor de levensmiddelenindustrie. Denk aan maaltijdsalades voor supermarkten, verse soepen en nog veel meer. Iedereen die weleens een kant en klare versmaaltijd heeft gekocht bij een supermarkt heeft ongetwijfeld een keer een product uit haar hand gegeten. Door haar ervaring met het maken van recepten die makkelijk te bereiden zijn en haar kennis van voedselveiligheid is zij de aangewezen persoon om voor ons het kerstmenu te ontwikkelen. Zij bedenkt het menu en verzorgt de receptuur van de gerechten. Naast het bedenken van ons menu, stelt Anouk ook haar werklocatie “Het Foodlokaal” aan ons ter beschikking voor de Kick off.

LOCATIES

Elke locatie heeft een locatiemanager, een assistent-locatiemanager, een kernteam en een team van vrijwilligers voor de actiedag. De grootte van de teams hangt af van het aantal gezinnen dat een locatie gaat verrassen. Dat zijn er minimaal 50 en varieert inmiddels tot 300.

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

Het kernteam bestaat uit de locatiemanager, de assistent-locatiemanager en nog 2 tot 6 vrijwilligers (afhankelijk van de grootte van de locatie). Het kernteam werkt samen aan de voorbereiding van de actie. Denk aan zaken als: donaties werven, locatie regelen, inkopen van cadeaus, plaatsen van bestelling bij Bidfood etc.

Het team van vrijwilligers voor de actiedag wordt aangestuurd door het kernteam. Zij zijn degenen die op de actiedag hands-on aan de slag gaan met het inpakken van de pakketten en het bezorgen van de pakketten. Dit team kan afhankelijk van de grootte van de locatie variëren van 15 tot 170 vrijwilligers.

JAARREKENING 2023

Stichting Rocking Up X-Mas

BALANS PER 31 december 2023

ACTIVA	<u>31-12-2023</u>	<u>31-12-2022</u>	PASSIVA	<u>31-12-2023</u>	<u>31-12-2022</u>
	€	€		€	€
Vlottende activa			Stichtingsvermogen		
<i>Vorderingen</i>			Algemene reserve	80.956	38.696
Omzetbelasting	148	148	Kortlopende schulden		
Overige vorderingen	4.940	6.752	Accountantskosten	1.975	1.874
<i>Liquide middelen</i>			Overige schulden	89.914	78.377
Bank	167.757	112.048			
	<u>172.845</u>	<u>118.947</u>		<u>172.845</u>	<u>118.947</u>

Stichting Rocking Up X-Mas

STAAT VAN BATEN EN LASTEN OVER 2023

	2023		2022	
	€	€	€	€
Baten				
Donaties				
- Particulieren	34.599		16.478	
- Bedrijven	76.430		66.426	
- Instellingen zonder winstoogmerk	73.489		27.666	
- Loterijen	2.822		0	
		187.341		110.570
Lasten				
Inkoop kerstpakketten	130.823		102.748	
Accountantskosten	1.977		1.878	
Overige kosten	11.820		4.318	
		144.619		108.944
Financiële baten en lasten		462		242
Resultaat		42.260		1.383

BEGROTING 2024

Begroting Rocking Up X-Mas gebaseerd op 12 locaties

Vaste kosten

Ingrediënten pakketten	112.000
Ingrediënten ontbijt	24.000
Cadeautjes kinderen en dieren	35.000
Boekhouding administratie	2.100
Website/bank	500

Variabele kosten

Vergoeding social media expert	7.000
Drukwerk recepten	2.500
Vervoer/koeltassen	1.700
Onkosten vrijwilligers (kick-off)	1.500
Onvoorzien	<u>1.000</u>

Totaal 187.300

TOELICHTING OP DE BEGROTING

INGREDIËNTEN PAKKETTEN

In 2024 zullen 12 locaties in het land deelnemen aan onze actie. Een deel van de locaties zal het minimale aantal van 50 gezinnen verrassen. De overige locaties hebben aangegeven meer gezinnen een pakket te willen bezorgen. In de begroting gaan wij uit van 1600 gezinnen. Door de aanhoudende inflatie gaan we dit jaar uit van een bedrag van € 70,- voor een driegangendiner voor een gemiddeld huishouden (4 personen).

Naast het diner kiezen steeds meer locaties ervoor om ook een luxe ontbijt aan te bieden. Voor het ontbijt gaan we uit van € 15,- per huishouden.

CADEAUTJES VOOR DE KINDEREN

Steeds meer locaties verrassen de kinderen uit de huishoudens die worden opgegeven met cadeautjes. Dit jaar verwachten wij 4.500 kinderen te verrassen met een cadeautje. De kinderen tot en met 12 jaar (basisschool en jonger) ontvangen een cadeautje van gemiddeld € 10,-, de oudere kinderen uit het gezin krijgen een cadeautje van gemiddeld € 15,-, hierdoor is een cadeautje per kind gemiddeld € 11,25.

BOEKHOUDING

Lentink de Jonge accountants wil ons ook dit jaar weer onze administratie en belastingaangiften voor een gereduceerd tarief verzorgen.

MARKETING EN SOCIAL MEDIA

De Social Media worden vanaf vorig jaar september gedaan door een specialist. Deze wil tegen gereduceerd tarief het hele jaar door met ons werken aan naamsbekendheid.

ONKOSTEN VRIJWILLIGERS

In de onkosten van de vrijwilligers zit de kick-off. Deze dag komen wij samen met alle locatiemanagers, bespreken we de actiedag en introduceren we het recept door middel van samen koken.

Daarnaast zal een deel van deze kosten gebruikt worden voor onkosten die de chef-kok maakt voor het bereiden van het recept, bloemen etc.

HOE KRIJGEN WE DE BEGROTING ROND IN 2024

LOCATIES ZELF

Vanuit het landelijke bestuur worden locaties gestimuleerd om zo veel mogelijk de actie lokaal uit te zetten. Hierbij worden zij dit jaar vanuit het landelijk bestuur geholpen door de marketing kit wat het werven van geld gemakkelijker moet maken doordat de locaties in hun omgeving zichtbaarder zullen zijn. De verwachting is dat de locaties zo'n € 30.000,- aan donaties (particulieren en lokale ondernemingen) ophalen. Dit bedrag staat los van het bedrag dat zij via fondsenwerving hopen te ontvangen.

CADEAUTJES KINDEREN

Steeds meer locaties maken gebruik van de actie Rocking Up X-Mas van kinderen voor kinderen. Hierbij kopen lagere schoolleerlingen voor kinderen van hun leeftijd een cadeautje. Als we voor alle 4.500 kinderen een cadeautje zouden moeten kopen, dan zouden we € 50.625,- kwijt zijn. Met onze actie Rocking Up X-Mas van kinderen voor kinderen verwachten we voor € 15.625,- aan cadeautjes in natura te ontvangen.

FONDSEN

Uiteraard worden ook weer fondsen aangeschreven. Omdat we de locaties stimuleren ook zelf fondsen aan te schrijven, hopen wij een bedrag van € 100.000,- uit fondsen te ontvangen.

SPONSORING

Feelingz en Birdfood hebben toegezegd ons te willen sponsoren. Birdfood door ons een bonus te laten ontvangen van 10% van de omzet van 2023. Dit komt neer op € 7.500,-

Wij zijn op zoek naar en in gesprek met grote sponsors. Waarbij ons streven is om € 47.300,- aan sponsorgeld te ontvangen.

VRIENDENLOTERIJ

Dit jaar doen wij geen acties namens de Vriendenloterij. Echter verwachten wij wel geld te ontvangen van de loten die al gekoppeld zijn aan onze stichting.

SOCIAL MEDIA EN PARTICULIERE DONATIES

Nu we een specialist hebben op het gebied van zichtbaarheid op de sociale platforms verwachten wij dat de particuliere donaties ook omhoog zullen gaan.

DEKKINGSPLAN

Ons dekkingsplan ziet er dan als volgt uit:

Particulieren en kleine lokale ondernemingen	€ 30.000
Instellingen zonder winstoogmerk	€ 100.000
(grote) bedrijven	€ 54.800
loterij	€ 2.500