



Jaarverslag

2023

Stichting Nationaal Huidfonds



Goed in je vel!

Stichting Nationaal Huidfonds

Koepelplein 1^E
2031 WL Haarlem
secretariaat@huidfonds.nl
www.huidfonds.nl

KvK: 41184634
IBAN: NL02 RABO 0107 3808 62



Voorwoord

De landelijke beweging wordt met volle vaart ingezet

Toen ik mij realiseerde dat er jaarlijks circa 1000 mensen overlijden aan huidkanker was ik geschokt. Zeker toen ik beseftte dat dit het aantal dodelijke slachtoffers van auto-ongelukken (684 in 2023 volgens CBS) overtreft. Vergeleken met de aandacht voor veiligheid in het verkeer, iets wat we allemaal – terecht – zeer belangrijk vinden, is de aandacht voor zonveiligheid nog minimaal.

Veel mensen bagatelliseren huidkanker. Ze denken in de trant van ‘het is toch even een plekje weghalen’. Dat er vele mensen aan overlijden, en dat de impact van littekens - vaak op het kalende hoofd en in het gezicht - psychisch belastend is, en dat de zorg chronisch (en kostbaar) is en dat in 30% van de gevallen huidkanker weer terugkomt, realiseert men zich niet.

We zien het ook in de data van onze onderzoeken. Maar liefst 45% van de mensen heeft geen reden om zich niet te beschermen tegen uv-straling. Men denkt er simpelweg niet aan!

Wij zijn dan ook enorm blij met de beslissing van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) om 5 miljoen euro subsidie ter beschikking te stellen voor een meerjarige preventiecampagne huidkankerpreventie. En wij zijn vereerd dat wij als Nationaal Huidfonds deze handschoen mogen oppakken.

In onze aanvraag en ons visie-document hadden we het ministerie van VWS beloofd dat we nog in de zomer van 2023 een campagne zouden neerzetten op basis van een wetenschappelijk kader voor gedragsverandering. We gingen er daarbij van uit dat de toezegging uiterlijk begin maart bekend zou worden. We kregen deze echter pas op de laatste werkdag van april, voor Koningsdag.

Het was spannend. Zou het ons nog lukken? Dankzij de snelle en flexibele medewerking van het gedragsveranderingsbureau, het creatief bureau en het mediabureau, en alle betrokken kennispartners vanuit het Zonkracht Actieplatform, de Stuurgroep Huidkankerzorg en de NVDV was het antwoord op deze vraag: ja! 1 juli ging een prachtige campagne live!

Klink ik trots? Dat klopt! Want er werd in die eerste maanden ook nog een 0-meting gestart. En ondertussen moest personeel gevonden worden en andere kantoorruimte. Bovendien moesten de reguliere activiteiten – waaronder projecten die zich richten op andere huidaandoeningen - ook succesvol doorlopen.

2023 was indrukwekkend en de start van echte beweging in huidkankerpreventie. Maar de hectiek van die twee maanden voor de start van de landelijke campagne, dat zal me altijd bij blijven.

Hartelijke groet,

Marijne Landman
Directeur - bestuurder

Stichting Nationaal Huidfonds

In Nederland hebben ruim 1,2 miljoen mensen een huidaandoening. Soms van tijdelijke aard, meestal chronisch. Er kan sprake zijn van jeuk of pijn, maar ook van schaamte omdat deze huid 'anders' is.

Onze visie

De huid heeft grote impact op hoe je je voelt en hoe je wordt gezien. Veel mensen lijden onder hun huidaandoening. Het Nationaal Huidfonds zet zich vol passie in om huidaandoeningen te verminderen en het leven met een huidaandoening te verbeteren.

Onze missie

Wij willen waar mogelijk huidaandoeningen voorkomen, de beste zorg voor mensen met een huidaandoening mede mogelijk maken en de hoogst mogelijke maatschappelijke acceptatie van huid die 'anders' is bereiken.

Onze pijlers:

- ♥ de preventie van huidaandoeningen (**voorlichting en preventie**)
- ♥ het (doen) verbeteren van de zorg aan mensen met huidaandoeningen (**zorginnovatie**)
- ♥ het (doen) bevorderen van acceptatie van huidaandoeningen (**kwaliteit van leven**)

Kamer van Koophandel

Het Nationaal Huidfonds is ingeschreven onder nummer 41184634.

Onze ambities

Het Nationaal Huidfonds is een snelgroeiend, relevant fonds dat samenwerkt met een diversiteit aan partijen om huidandoeningen te voorkomen, huidzorg te verbeteren en acceptatie van de huid die 'anders' is te vergroten.

Focus op huidkanker: impact op de lange termijn

Vanuit de inhoudelijke kennisconsortia op het gebied van huidkankerpreventie is er een behoefte gesignaleerd voor een sterk fonds op dit onderwerp. Het Nationaal Huidfonds heeft deze handschoen opgepakt en heeft, in samenwerking met deze kennisconsortia, een visie ontwikkeld op huidkankerpreventie.

Deze visie is de basis voor het plan dat het Nationaal Huidfonds eind 2022 aan het Ministerie van VWS heeft voorgelegd. In 2023 heeft het Ministerie van VWS het Nationaal Huidfonds de verantwoordelijkheid gegeven voor de meerjarige campagne huidkankerpreventie. Deze subsidie zorgt ervoor dat het Nationaal Huidfonds de middelen heeft om haar visie op huidkankerpreventie gedurende drie jaren (2023 – 2025) uit te voeren.

In de komende jaren zal het Nationaal Huidfonds enerzijds landelijke, multimedia campagnes huidkankerpreventie ontwikkelen, en anderzijds een netwerk opzetten van organisaties die zich willen inzetten om de explosieve groei aan huidkanker te stoppen. Daarnaast worden er interventies ontwikkeld onder andere op het gebied van educatie. Elders in het jaarverslag leest u hier meer over. Met deze strategie streven we naar duurzame gedragsverandering op het gebied van uv-bescherming.

Alleen als het zinnig is!

Als goed doel ben je afhankelijk van giften, schenkingen en – in het geval van onze huidkankerpreventie campagne – subsidies. Je moet je altijd bewust zijn dat je met gegeven geld handelt. En daar moet je zuinig op zijn. Dit betekent concreet dat we soms pas op de plaats doen omdat er bijvoorbeeld eerst onderzoek of intervention mapping¹ nodig is om zeker te weten dat een project zinvol is en impact heeft. We streven ernaar om geen dingen dubbel te doen, en om samenwerking te zoeken als dat synergie en efficiëntie zal genereren. We zullen projecten continu blijven afwegen op impact en doelgerichtheid.

Niet alleen huidkanker!

Naast huidkankerpreventie zal het Nationaal Huidfonds ook acteren op onderwerpen die door haar partners relevant worden geacht en die vallen binnen de doelstellingen van het Nationaal Huidfonds. Enerzijds laten we ons leiden door de behoefte van onze inhoudelijke partner NVDV. Als de dermatologen een onderwerp relevant vinden, en wij impact kunnen maken, dan bekijken we of we

¹ Intervention mapping is een gestructureerde werkwijze om tot een onderbouwde interventiekeuze te komen



hieraan kunnen bijdragen. Zo is de Psoriasis campagne ontstaan, en kunnen in de toekomst andere campagnes ontstaan.

Anderzijds initiëren we als Huidfonds ook eigen projecten, of zetten we deze door. Zo willen we het platform Huidhelden ook in de komende jaren laten groeien.

Het Nationaal Huidfonds: een betrouwbare, actieve, betrokken samenwerkingspartner

We nodigen patiëntenverenigingen graag uit om relevante projecten samen op te pakken. Waar mogelijk kan het Nationaal Huidfonds een fondsenwervende rol op zich nemen om de patiëntenvereniging te ondersteunen.

Ook staan we open voor samenwerking met industrie, mits dat onafhankelijk kan gebeuren. Het kan zijn dat er vanuit een bedrijf een behoefte is gesignaleerd, die erkend wordt door dermatologen/ behandelaars/ patiënten. Als dit bijdraagt aan onze missie, verkennen we mogelijkheden tot samenwerking op dit gebied. Transparantie en betrouwbaarheid staan hierbij altijd voorop.

Onze ambitie is om in toenemende mate te werken zoals we dat op dit moment doen op het gebied van huidkankerpreventie: als onderdeel van kennisconsortia met een duidelijke visie. Op dit moment is er een dergelijk samenwerkingsverband op het gebied van constitutioneel eczeem, dat samen werkt onder de noemer Nationaal Constitutioneel Eczeem Project (NCEP). Het Nationaal Huidfonds streeft ernaar in de nabije toekomst ook van meerwaarde te kunnen zijn op het gebied van eczeem.

Meerjarenbeleid

De uitgangspunten voor het meerjarenbeleid zijn gericht op verdere groei van de organisatie. Hierbij gaat het om het verbinden met relevante partners, het samenwerken aan concrete projecten die bijdragen aan onze missie, en het bevorderen van betrokkenheid van gevers.

Transparantie, betrouwbaarheid en flexibiliteit zijn de basis van het Nationaal Huidfonds. Betrouwbaarheid betreft enerzijds het nakomen van afspraken, en anderzijds het vertrouwen dat onze informatievoorziening up-to-date is en in lijn met de meest recente wetenschappelijke inzichten. Voor dit laatste is de nauwe band met onze inhoudelijke partner De Nederlandse Vereniging voor Dermatologie en Venereologie (NVDV) en andere kennisconsortia zeer waardevol.

Uitgangspunten

- ♥ Door focus op huidkankerpreventie wordt het imago van het Nationaal Huidfonds versterkt.
- ♥ Het Nationaal Huidfonds beperkt zich niet tot huidkanker. Eczeem en andere huidaandoeningen blijven tot het werkdomein van het Nationaal Huidfonds behoren.
- ♥ Relevantie is terug te zien in de keuzes van projecten en onderwerpen.
- ♥ Door samenwerking met relevante partners verbreden we ons bereik.
- ♥ Het Nationaal Huidfonds richt zich niet op individuele hulpverlening.
- ♥ Het Nationaal Huidfonds richt zich niet op het ondersteunen van patiëntenverenigingen, maar zal waar dit van toepassing is wel projectmatig samenwerken en verwijzen.
- ♥ Inhoudelijke doelstellingen staan centraal maar worden, waar mogelijk, verbonden aan fondsenwerving.

Randvoorwaarden

Het Nationaal Huidfonds hanteert randvoorwaarden voor het meerjarenbeleid:

- ♥ De vorm van de organisatie wijzigt voortdurend in overeenstemming met de taken en ambities.
- ♥ De Nederlandse Vereniging voor Dermatologie en Venereologie (NVDV) fungeert als kennispartner van het Nationaal Huidfonds.
- ♥ Het percentage kosten eigen fondsenwerving ligt onder de 20%.
- ♥ Het Nationaal Huidfonds voldoet aan alle richtlijnen van erkenningsregelingen voor goede doelen.

Doelrealisatie

Onze projecten en inspanningen dienen een goed doel: onze missie. Het is belangrijk om te evalueren of dit effectief verloopt.

2023 was een goed jaar voor het Nationaal Huidfonds

Lopende projecten - zoals de Zonnetjesweek - werden succesvol gecontinueerd. Mooie projecten uit het verleden, zoals Huidhelden, zijn weer opgestart en er zijn nieuwe projecten gestart, zoals Smeerinstructies en de Psoriasis campagne 'Psoriasis? Check je opties!'. De huidkankercampagne uit 2022 is gestopt en vervangen door de huidkankerpreventie campagne van het Ministerie van VWS.

Verhoging van het aantal algemene partners

In 2023 zijn er nieuwe partijen betrokken geraakt bij het Nationaal Huidfonds. Oudere bedrijfspartners vielen af, nieuwe kwamen erbij. In 2022 waren er 8 bedrijfspartners, in 2023 zijn dit er 10. Bijzonder is de samenwerking met het Zilveren Kruis, dat naast bedrijfspartner het Huidfonds vroeg om ook kennispartner te worden in hun huidkanker campagne 'SmeerSmoezen'. Ook andere partners betrokken het Huidfonds bij hun eigen campagnes, waaronder BMS die een actie met WeerOnline uitvoerde en daarmee de boodschap van het Nationaal Huidfonds versterkte.

Wat loopt niet conform meerjarenplan 2023 – 2025?

Alles loopt beter dan geprognostiseerd op een klein puntje na: de loterij inkomsten blijven achter. Bij FairShareLottery zijn organisatie wijzigingen in gang gezet waarbij hun twee merken (Lot of Happiness en Care-A-Lot) worden samengevoegd. Daardoor heeft het Huidfonds geen prioriteit. In 2023 zijn er derhalve geen Care-A-Lot spelers geworven voor het Nationaal Huidfonds. De reguliere spelers leveren nog 3.902 euro op in 2023. Het nettoverschil met het meerjarenplan is – 1.249 euro inkomsten loterij.

Wat niet in het meerjarenplan was opgenomen was de meerjarige subsidie. Deze levert in 2023 1.600.000 euro extra op dat aan onze doelstellingen besteed kan worden. Het meerjarenbeleid is daarom in augustus 2023 aangepast.

Beoogde vs gerealiseerde percentages doelbesteding, beheer en administratie en fondsenwerving

Omdat de meerjarige prognose is aangepast halverwege 2023, is het niet verwonderlijk dat we conform prognose hebben kunnen werken. We wilden minder dan 20% kosten fondsenwerving realiseren. Dankzij de subsidie van 1,6 miljoen euro is het een zeer laag percentage geworden van nog geen 1%. Het percentage doelbesteding is 70,51%. Dit is te verklaren omdat we vanaf mei subsidie betalingen hebben ontvangen, maar het enige tijd kostte voordat we qua personeel (en bijbehorende kosten) op volle kracht waren. Wat beheer en administratie betreft zit het Huidfonds erg laag (rond 2%). We hadden gepland om meer uit te geven qua beheer & administratie maar omdat de focus vanaf mei 2023 volledig op het VWS-project voor huidkankerpreventie lag is dit niet gebeurd.

Belangrijkste Risico's en onzekerheden

Beperkt aantal structurele donateurs

Een van de grote uitdagingen van het Nationaal Huidfonds is het creëren van een stabiele stroom van inkomsten om te kunnen blijven werken aan onze missie. Deze inkomstenstroom bestaat uit zakelijke giften en particuliere donaties. De zakelijke werving is steeds op projectbasis en derhalve geen structurele bron van inkomsten. In de afgelopen jaren is er weinig geïnvesteerd in het werven en behouden van donateurs. In de komende jaren zal donateurswerving en – behoud meer aandacht moeten krijgen.

Met de toekenning van subsidie van het Ministerie van VWS voor landelijke campagnes krijgt het Nationaal Huidfonds de kans naamsbekendheid onder het algemene publiek te vergroten. Dit zal bijdragen aan donateurswerving. In 2023 plukt het Nationaal Huidfonds daar nog niet de vruchten van.

Zoektocht naar geschikt personeel

Met de toezegging van de subsidie van het Ministerie van VWS voor huidkankerpreventie is er een groei van de organisatie in gang gezet. Er was per direct behoefte aan projectmanagement en preventie-specialisten. Omdat we tot het laatste moment niet zeker wisten of de subsidie aan ons zou worden toevertrouwd, konden we hier niet op voorsorteren. En bestaande projecten vereisten nog dezelfde aandacht. Het was een uitdaging, niet alleen qua vinden van personeel maar ook qua uitvoeren van alle geplande activiteiten.

Wat er wel was, was een goed netwerk. In de eerste fase van het project hebben vele mensen meegedacht en meegewerkt, vanwege hun betrokkenheid bij huidkankerpreventie. Vanaf juli 2023 is extra personeel in dienst getreden. Inmiddels staat er een gedreven team met een duidelijke visie.

Om het nieuwe personeel te huisvesten is gezocht naar geschikte werklocaties. Uiteindelijk is er gekozen voor de Koepel in Haarlem, een voormalig gevangenis en prachtig monumentaal pand. Het Huidfonds werkt daar vanuit een eigen cel.

Projecten

Pijler: het voorkomen van huidandoeningen

#VoorkomHuidkanker!

Huidkanker is de meest voorkomende en snelst toenemende kankersoort in Nederland. 1 op de 5 Nederlanders krijgt te maken met huidkanker, en dat gaat naar 1 op de 4. Voor veel mensen is huidkanker een chronische ziekte. Helaas zijn er ook agressieve vormen, waarvan Melanoom de meest dodelijke is met jaarlijks circa 800 mensen die hieraan overlijden. Huidkanker is in veel gevallen te voorkomen, maar dan moet er wel een grote stap gemaakt worden. Men moet van jongs af aan anders met de zon omgaan en men moet het idee loslaten dat een zongebruinde huid een teken van gezondheid is. Er is dus een cultuurverandering nodig en deze start met bewustwording. In dit kader is er een aantal projecten uitgevoerd.

Campagne huidkankerpreventie van Ministerie van VWS

Het rapport 'Huidkanker in Nederland - cijfers uit 30 jaar Nederlandse Kankerregistratie' (IKNL, oktober 2019) bevestigt de al jaren toegenomen en ook de komende jaren nog verder toenemende aantallen huidkankerpatiënten in Nederland. Deze leggen een grote druk op de houdbaarheid (bemensbaarheid en betaalbaarheid) en daarmee ook op de kwaliteit van de huidkankerzorg van nu én morgen. Het rapport roept dan ook op tot een nationaal 'plan van aanpak' tegen huidkanker.

Hierop heeft de Stuurgroep Huidkankerzorg Nederland een Nationaal Actieplan Huidkanker (april 2021) opgezet en aangeboden aan politiek Den Haag. Dit actieplan is positief ontvangen. Het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, ook daartoe aangezet door de kamerbreed aangenomen Motie-Diertens, heeft hierop besloten tot een voorlichtingscampagne over huidkanker. Het Nationaal Huidfonds en KWF Kankerbestrijding zijn gevraagd om hier een subsidieaanvraag voor in te dienen.

In 2022 heeft het Nationaal Huidfonds veel tijd en energie besteed aan het ontwikkelen van een visiedocument en de subsidieaanvraag voor de meerjarige campagne huidkankerpreventie van VWS. Het voorstel werd gedragen door het Zonkracht Actieplatform, de Stuurgroep Huidkankerzorg Nederland en de Nederlandse Vereniging voor Dermatologie en Venereologie (NVDV).

Eind april 2023 is de subsidie aan het Nationaal Huidfonds toegekend. Deze toekenning betreft 5 miljoen euro voor de periode 2023 tot en met 2025. Hoewel de toekenning twee maanden later kwam dan verwacht (we hadden gerekend op begin maart), werd het een enorme uitdaging om in juli een campagne live te kunnen zetten die gestoeld zou zijn op een nog te ontwikkelen gedragskader.

Doelen Huidkankerpreventiecampagne 2023-2025

Het doel van de huidkankerpreventie campagne van het ministerie van VWS is het terugdringen van de prevalentie van huidkanker. Hiervoor is gedragsverandering noodzakelijk.

Het ministerie van VWS formuleert de volgende 'key performance indicators' (KPI's):

- ♥ Een 45% toename in kennis van veilig zongedrag na 3 jaar campagne
- ♥ Een 15% toename in veilig zongedrag na 3 jaar campagne
- ♥ Een 5% afname van het aantal zonverbrandingen na 3 jaar campagne

Deze KPI's worden aangescherpt aan de hand van de 0-meting.

De campagne Voorkom Huidkanker bestaat uit een aantal onderdelen:

- ♥ 0-meting in 2023 om de elementen kennis en gedrag verder uit te splitsen om meer detail aan de doelen en andere determinanten toe te voegen zodat optimale effectiviteit in gedragsverandering wordt bereikt
- ♥ Effectmetingen in 2024 en 2025 (voorjaar/ najaar)
- ♥ Thematische crossmediale campagne op basis van een gedragsveranderingskader
- ♥ Ontwikkelen/ vergroten bestaande interventie-concepten
- ♥ Het, op basis van intervention mapping door de Universiteit van Maastricht, ontwikkelen van interventies gericht op de specifieke doelgroepen

Samenwerking met landelijke bureaus op het gebied van onderzoek, creatie en media

Om te voldoen aan de voorwaarden van de subsidie zijn meerdere partijen uitgenodigd om offertes aan te bieden. Uiteindelijk is gekozen voor de samenwerking met Make Some NOISE, een creatief bureau uit Amsterdam, en mediabureau Zigt. Beide partijen hebben ervaring met landelijke campagnes en overheids campagnes. Om zo effectief mogelijk gedragsverandering te bewerkstelligen is van tevoren een gedragskader opgesteld door D&B van de Behavior Change Group. Alle partijen waren van het begin af aan betrokken bij het proces. Ook zijn de leden van de klankbordgroep van het project, samengesteld uit vertegenwoordigers van het Zonkracht Actieplatform en de Stuurgroep Huidkankerzorg Nederland, aangesloten waar mogelijk.

Voor de 0-meting is gekozen voor Motivaction als onderzoeksbureau. Zij zullen ook de effectmetingen in 2024 en 2025 verzorgen. Naast de onderzoekers uit de klankbordgroep (met name Francine Schneider en Brigitta Boonen) hebben we RIVM-onderzoekers betrokken die in 2024 een UV-gerelateerd onderzoek zullen houden. Zo kunnen we van elkaar leren en elkaar aanvullen en de verdieping zoeken in beider onderzoeken.

We zijn trots wat we in korte tijd hebben kunnen neerzetten:

- ♥ 5 juni 2023 is het gedragskader gepresenteerd door D&B
- ♥ 26 juni 2023 is de 0-meting gestart
- ♥ 6 juli 2023 is de campagne live gegaan

Nulmeting 2023

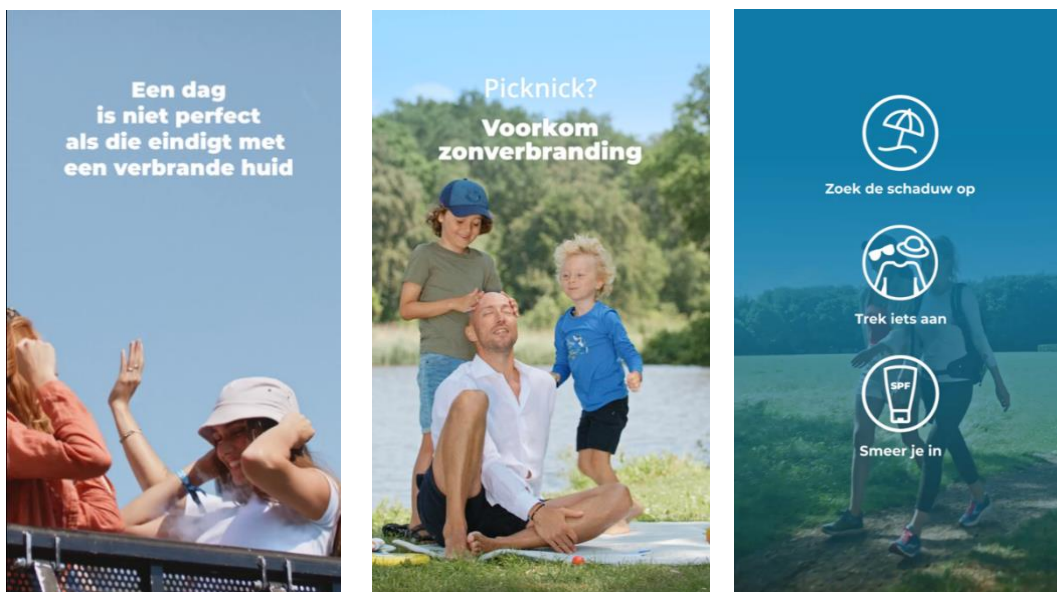
Wat is de stand van zaken nu? Dat moet je weten als je verandering wil bewerkstelligen. Daar is de 0-meting voor uitgevoerd. Gezien de krappe timing was het niet mogelijk om deze uit te voeren voor de campagne. In overleg met het Ministerie van VWS is besloten dat deze gedurende de zomer uitgevoerd zou worden.

De algemene conclusie van de 0-meting

Op basaal niveau – ‘te veel zon kan ongezond zijn’ – is de nodige kennis aanwezig, maar bij de verschillende doelgroepen, onderwerpen en bij doorvragen worden duidelijke hiaten in kennis zichtbaar.

Ook zien we dat kennis nog niet altijd leidt tot het gewenste gedrag. De meeste risico's op zonverbranding loopt men bij gewone dagelijkse bezigheden en als belangrijkste reden om zich tijdens deze activiteiten niet tegen de zon te beschermen wordt door ruim de helft van de ondervraagden genoemd ‘gewoonweg niet aan gedacht’.

Ook kennis over de zonkracht, met name op de verschillende momenten in het jaar en op de dag, ontbreekt. Campagnematig inzetten op zonbescherming vanaf zonkracht 3 of hoger als onderdeel van de dagelijkse routine biedt kansen.



Een dag is niet perfect als die eindigt met een verbrande huid!

De publiekscampagne is in lijn met de adviezen die opgesteld zijn door D&B voor effectieve gedragsverandering.

- ♥ Maak een afweging tussen ideale gedrag & realistische doelgedrag voor de doelgroep ('bedekkende kleding' in plaats van 'uv-werende kleding', 'veilig genieten van de zon' in plaats van een 'blijf uit de zon'-boodschap)
- ♥ Inzetten zonkracht voor meer duurzame gedragsverandering (maar veranderbaarheid is lastiger)
- ♥ Rekening houden met psychologische weerstanden (risico-perceptie, esthetiek, sociale normen)
- ♥ Handelingsperspectieven concretiseren (weten, kleren, smeren: wat houdt dat in?)
- ♥ Doelgroep prioritering op recreant, jongeren & ouders

De crossmediale campagne richtte zich in 2023 primair op jongeren, ouders van jonge kinderen en recreanten. We hebben gebruik gemaakt van:

- ♥ Digital Out Of Home (DOOH's) op NS Stations en Metrostations
- ♥ Radio-spot (podcast, spotify, Qmusic, OMX, Audio)
- ♥ Socials (touch & tell & experience)
- ♥ Influencers (Instagram en TikTok)

De campagne is zeer succesvol verlopen. Het bereik was hoger dan geprognostiseerd (naar schatting minimaal 50.330.124 contacten).

Ontwikkelen/ vergroten bestaande interventie-concepten

Er is een evaluatie uitgevoerd van bestaande interventies op het gebied van zonbescherming. Deze evaluatie is gebaseerd op het gedragskader dat is opgesteld door D&B, en is uitgevoerd door een externe gedragsveranderingsdeskundige.

De conclusie was dat er geen bestaande lopende interventies zijn die voldoende effectief zijn om in te zetten. Wat er wel was, was het interventie-concept Zonvenant, wat aan alle voorwaarden voldeed. Op basis hiervan, en met instemming van de klankbordgroep, is besloten dat de interventie Zonvenant het ideale vehikel zou zijn om handelingsperspectief te bieden aan intermediairs van de uiteindelijke doelgroepen

Het Zonvenant

Het Zonvenant - met een kwinkslag naar de term 'convenant' - is een afspraak tussen organisaties en het Huidfonds waarbij de partijen hun handtekening zetten onder de intentie om zich minimaal drie jaar actief in te zetten voor het voorkomen van huidkanker.

Door te tekenen borgen we de aandacht voor dit onderwerp in beleid. Door als kennispartner op te treden is er een duidelijke boodschap (gedragen door de kennisconsortia).

Deze interventie richt zich op:

- ♥ Kennisverhoging: verhogen van de risicoperceptie (nut en noodzaak)
- ♥ Gedragsverandering: op de juiste wijze beschermen van je huid ('weren, kleren en smeren')
- ♥ Het verminderen van het aantal huidverbrandingen en huidkankerincidentie

Het Huidfonds faciliteert en ontzorgt de partners die het Zonvenant ondertekenen.

Doelgroepen:

- ♥ Kinderen en jongeren (en hun ouders)
- ♥ Buitensporters (en hun toeschouwers)
- ♥ Bedrijven met buitenwerkers
- ♥ En intermediairs voor bovengenoemde doelgroepen

Het Zonvenant kent een aantal vormen van partnerschappen:

Strategisch partner

Dit zijn netwerkpartners zoals gemeenten, GGD, werkgeversorganisaties en sportbonden
Een strategische partnerschap is gratis, maar de partner sluit minimaal 3 andere partijen aan

Uitvoerende partner

Dit zijn de uiteindelijke doelgroepen zoals sportverenigingen, scholen, bedrijven met buitenwerkers.

Sponsor

Dit zijn partijen die commercieel belang hebben bij UV-werende producten of partijen die het Zonvenant willen ondersteunen vanuit hun missie. Hun bijdrage zal voor de door-ontwikkeling van het Zonvenant worden ingezet.

In Q4 van 2023 is het Zonvenant vormgegeven.

Samenwerking met GGD's via KWF's Kanker Lokaal op de Kaart

In mei 2023 heeft IKNL de Nederlandse Kankeratlas uitgebracht. De interactieve online atlas toont patronen van hoe vaak bepaalde kankersoorten ergens voorkomen (incidentie), gebaseerd op waar mensen woonden toen ze de diagnose kregen. Daarbij valt op dat vooral de incidentie van huid-, long- en baarmoederhalskanker in specifieke gemeenten en regio's hoger dan gemiddeld is. KWF heeft hierop GGD's uitgenodigd om plannen in te leveren voor lokale en regionale projecten op het gebied van kankerpreventie, waaronder huidkanker. Dit project heet Kanker Lokaal op de Kaart.

7 GGD's hebben bij KWF plannen ingeleverd voor de preventie van huidkanker. Zij hebben in dit kader contact opgenomen met het Nationaal Huidfonds. Sindsdien is er een samenwerking op poten gezet waarin KWF de projecten van de GGD's financiert, en het Nationaal Huidfonds hen ontzorgt als kennispartner, en communicatie en preventie-materialen levert.

In 2023 worden de gesprekken over deze samenwerking gevoerd. Eind 2023 zijn de GGD's voornemens zich als strategisch partner aan te sluiten bij het Zonvenant.

De Zonnetjesweek (RIVM-erkende interventie)

Op jonge leeftijd onbeschermd in de zon vergroot het risico op huidkanker later. Daarom organiseert het Nationaal Huidfonds sinds 2018 – met een pauze tijdens de corona-jaren - de Zonnetjesweek. Tijdens deze voorlichtingsweek voor kinderdagverblijven, peuterspeelzalen en gastouders leren kinderen van 0 tot 4 jaar, hun ouders/verzorgers en pedagogisch medewerkers op een positieve manier over veilig spelen in de zon.

In 2022 heeft de Zonnetjesweek een grote verandering ondergaan. Materialen zijn veranderd, de aansluiting met kinderopvanglocaties is geoptimaliseerd en de marketing is uitgebreid. Het resultaat was een bereik van 97.000 kinderen in 171.000 ouders.

In 2023 hebben we deze ontwikkeling doorgezet. Er zijn extra materialen ontwikkeld. Bijzonder is de nieuwe samenwerking met influencer Carmen van Weersel. Met ruim 203.000 volgers is ze dé dans-tutorial queen van Tik Tok. Zij maakte speciaal voor de Zonnetjesweek een zonnetjesdans en was het gezicht bij de kick-off. Ambassadeurs Ernst en Bobbie maakten in 2023 3 nieuwe liedjes. Twee van hen, De Zonnetjesweek en het Insmeerlied, zijn in 2023 ingezet.



Aftrap Zonnetjesweek bij Kinderopvang Okidoki

In 2023 is de kankeratlas van IKNL uitgekomen. Daarin werd duidelijk dat in het Westland huidkankercijfers het snelst stijgen (57% boven het landelijk gemiddelde). Dit is de reden dat we de aftrap van de Zonnetjesweek bij een van de grootste kinderopvang organisaties in het Westland hebben gehouden. We werden zeer enthousiast ontvangen en opgevangen door Kinderopvang Okidoki.

De actieweek in samenwerking met huidtherapeuten van de NVH

Gedurende de Zonnetjesweek hebben huidtherapeuten 5 dagen lang verschillende locaties bezocht om de ouders bewust te maken van het belang van veilig zongedrag. Hierbij werden ook 420 goodybags uitgedeeld.

Resultaat

Onze ambitie was een 25% groei. Om dit voor elkaar te krijgen is er een prachtige campagnevideo gemaakt (scan QR-code, het is echt de moeite waard!). Daarnaast is e-mail en social media ingezet en was er een win-actie met als prijs een Stuiterfestijn bij de winnende kinderopvanglocatie.

Uiteindelijk hebben we 2.473 locaties bereikt, en daarmee 116.000 kinderen en 203.000 ouders. De evaluatie onder participerende kinderopvang leverde een dikke 8 op. Daar doen we het voor!



Figuur 1 Campagnevideo Zonnetjesweek 2023 – de moeite van het scannen waard!

"Wij doen al jaren mee met de zonnetjesweek en zien de meerwaarde hier enorm van in. Bewustwording van het belang bij zonbescherming bij kinderen / ouders en pedagogisch medewerkers. Iedereen reageert ook ieder jaar erg enthousiast!"

KINDEROPVANG PETITO'S

De Zonnetjesweek is gesponsord door Nivea Sun. Na deze succesvolle editie van de Zonnetjesweek heeft Nivea Sun besloten de sponsoring 3 jaar te verlengen.

RIVM en programma Gezonde Kinderopvang

Het Nationaal Huidfonds is een van partners van de Gezonde Kinderopvang. Het Nationaal Huidfonds heeft een verdiepende module over zonbescherming voor de online scholing 'Een Gezonde Start' van het landelijke programma Gezonde Kinderopvang ontwikkeld. Met de verdiepende module kunnen pedagogisch medewerkers kennis opdoen over de zon en zonbescherming en beleid ontwikkelen om te implementeren in hun eigen kinderopvang. Jaarlijks wordt deze module door ons geüpdate, zo ook in 2023

Pijler: betere zorg voor mensen met een huidaandoening

Psoriasis-tool voor patiënten

Psoriasis is één van de bekendste chronische huidaandoeningen. Naar schatting hebben meer dan 300.000 mensen van de Nederlandse bevolking deze aandoening. De aandoening wordt gekenmerkt door rode, vaak samenvloeiende plekken die bedekt zijn met dikke schubachtige schilfers. Hoewel de symptomen dat suggereren is psoriasis niet besmettelijk. Desondanks is de kwaliteit van leven van vele psoriasispatiënten ernstig verstoord.

In de afgelopen jaren heeft de NVDV een aantal publiekscampagnes rondom Psoriasis uitgevoerd om enerzijds de patiënt te wijzen op het groeiend aantal behandelingen, en anderzijds om het publiek te informeren over deze vaak zichtbare aandoening. Gezien de samenwerking is het logisch dat het Nationaal Huidfonds de Psoriasis campagne op zich zou nemen.

Nationale Psoriasis campagne: psoriasis-checkjeopties.nl

Er zijn veel gesprekken gevoerd met betrokken partners om de behoefte te peilen. Daar kwam uit naar voren dat het van belang is om aandacht te besteden aan het bredere spectrum van de aandoening. Hierbij wordt bedoeld op o.a. de psychosociale klachten, co-morbiditeit, en het in staat stellen van de patiënt om zelf meer de regie te kunnen nemen. Ook interactiviteit was een gezamenlijke wens. Op basis van deze input heeft het Nationaal Huidfonds een concept ontwikkeld met een aantal doelstellingen.

- ♥ Psoriasispatiënten concrete handvatten bieden om zelf de regie te nemen tijdens contact met huisartsen en medisch specialisten.
- ♥ De psoriasispatiënten die al langer psoriasis hebben duiden dat er veel ontwikkelingen zijn op het gebied van psoriasis, waardoor hun kwaliteit van leven verbeterd kan worden, en het de moeite waard is om hun situatie opnieuw te laten bekijken.
- ♥ De psoriasispatiënt bewust maken van het risico op co-morbiditeit, en deze bewustwording te delen met hun behandelaars.

We hebben in samenwerking met de NDVD een Psoriasis-tool ontwikkeld die vanaf mei actief gepromoot is via Display Advertenties en SEA.

Resultaat

In totaal hebben 9.372 bezoekers de landingspagina gevonden. Met een zeer goede Click-Through-Rate (CTR) van maar liefst 10,24% (normaliter is dit tussen de 3% en de 6%) hebben we 1.554 mensen met psoriasis van een persoonlijk actiekaart kunnen voorzien. Omdat de campagne zo succesvol is, is besloten hiermee verder te gaan in 2023.



JAN-ROEL OVER DE PSORIASIS TOOL:

"Dit is een geweldige tool met nuttige vragen en handige links, die ook nog eens heel duidelijk is."

"Dit is bijzonder waardevol voor iemand met psoriasis die aarzelt over mogelijke behandelingen en twijfelt of een doktersbezoek noodzakelijk is."

JAN-ROEL IS EEN VAN ONZE HUIDHELDEN MET PSORIASIS.

[Klik hier voor de video van Jan-Roel](#)

Psoriasis? [Check je opties!](#) is mogelijk gemaakt door UCB, Bristol Myers Squibb, Amgen en Abbvie.

Pilot Smeerinstructies.nl

Luisteren, dat is de basis van veel van onze activiteiten. En het zoeken naar mogelijkheden om samen met partners goede ideeën groot te maken. Zo ontstond ook het idee voor Smeerinstructies.nl dat begon in gesprek met Viatris.

Viatris gaf aan dat ze een uitdaging hebben met hun product Efudix. Omdat de reactie van de huid op dit medicijn heftig is, stoppen patiënten vaak voortijdig met hun behandeling. Ze wilden patiënten op een laagdrempelige manier laten weten wat ze kunnen verwachten, zodat de heftige reactie geen verrassing is en men therapietrouw blijft. Een animatie zou een geschikte vorm zijn.

Bij nader onderzoek blijkt dat in de praktijk veel onduidelijkheden bestaan onder patiënten hoe ze op een goede en effectieve manier hun huid moeten insmeren met therapeutische middelen. Artsen en apothekers krijgen hier vaak vragen over. Door de instructies te animeren en met verschillende talen aan te bieden, hebben patiënten een tool in handen om hen te begeleiden in het effectief smeren, en daarmee in een effectieve behandeling.

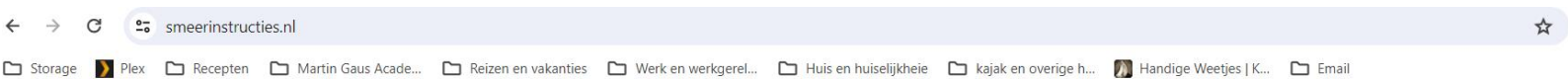
Besloten is om Smeerinstructies.nl te ontwikkelen; een website met animaties waarin meerdere smeerinstructies staan. De animatie/smeerinstructie is relevant op het moment dat men het middel voorgeschreven krijgt door arts of dermatoloog. Smeerinstructies.nl is aandoening-overstijgend. Dat betekent dat er instructies te vinden zijn over bijvoorbeeld het smeren van een chemotherapeuticum bij huidkanker maar ook voor corticosteroïden bij eczeem.

We beginnen met een pilot met 4 smeerinstructies. De scripts worden meegeschreven door dermatologen en goedgekeurd door de NVDV.

In 2023 zijn er animaties gemaakt voor:

- Fluorouracil
- Imiquimod
- UV-filters
- Instructie 'over Smeerinstructies'

Viatrix financiert de pilot.



[HOME](#)

[SMEERINSTRUCTIES](#)

[OVER ONS](#)

[VEELGESTELDE VRAGEN](#)

[CONTACT](#)



[STEUN ONS](#)

huid
f o n d s

Smeerinstructies.nl
Zorg dat je goed smeert!



Pijler: het vergroten van de acceptatie van de huid die 'anders' is

De huid is belangrijk. Als ons grootste orgaan voor het functioneren van ons lichaam, maar ook voor de impact op ons zelfbeeld. Een van de belangrijke doelstellingen van het Nationaal Huidfonds is het vergroten van de acceptatie van de huid die 'anders' is.

Huidhelden

Een van de projecten van het Nationaal Huidfonds is Huidhelden. Dit project is opgezet in 2016 om meer acceptatie en bewustwording te creëren voor verschillende huidaandoeningen. Bij Huidhelden gebeurt dit met een persoonlijke aanpak. We willen mensen met een huidaandoening een platform bieden om hun verhaal te vertellen en een gezicht te geven. Er zijn op dit moment 35 Huidhelden. Door de ontwikkelingen bij het Nationaal Huidfonds in de afgelopen jaren heeft dit project stilgelegen. In 2022 is het weer opgepakt met de wens om in 2023 minimaal 5 nieuwe Huidhelden kunnen worden toegevoegd. Er zijn in 2023 uiteindelijk 6 Huidhelden opgenomen.

- ♥ Anny heeft vitiligo. Ze vindt het heel spannend maar haalt zelfs haar make-up van haar gezicht.
- ♥ Jasper deelt zijn aangrijpende verhaal over melanoom
- ♥ Sharona geeft een inkijkje in haar leven met atopisch eczeem
- ♥ Martine heeft alopecia maar blijft optimistisch
- ♥ Jan-Roel durft zijn ervaringen met psoriasis eindelijk te delen
- ♥ Madelief is een van de jongste mensen met melanoom en vertelt openhartig haar verhaal



Huidheld Anny: "Ik geef me bloot om anderen te helpen!"

De Huidhelden zijn in 2023 mogelijk gemaakt door Pfizer, MSD en Aquacell

Governance

Governance, ook wel "goed bestuur" genoemd, omvat de wijze waarop een organisatie wordt bestuurd en gecontroleerd. Het gaat om het vaststellen van kaders, processen en principes die de richting bepalen en de besluitvorming sturen. Voor een goed doel als het Nationaal Huidfonds is governance van essentieel belang. Donateurs en andere financiers moeten erop kunnen vertrouwen dat hun middelen op een verantwoorde manier worden besteed en dat de doelstellingen daadwerkelijk worden behaald.

Erkend als Goed Doel door het CBF

Sinds 1 januari 2016 geldt er één standaard voor kwaliteit, verantwoording en toezicht: de Erkenningregeling Goede Doelen. Alle goede doelen met een Erkenning zijn volgens dezelfde strenge kwaliteitseisen (normen) beoordeeld. Zo moet een goed doel een concreet plan van aanpak hebben, haalbare doelen stellen, verantwoording afleggen en zich laten controleren.

Het CBF is de onafhankelijke toezichthouder van erkende goede doelen en controleert of de normen worden nageleefd. Voldoet een goed doel aan al die kwaliteitseisen, dan krijgt het een Erkenning. De donateur kan erop vertrouwen dat het goede doel bijdraagt aan een betere wereld, zorgvuldig omgaat met iedere euro, verantwoording aflegt en zich laat controleren door het CBF.

Het Nationaal Huidfonds voldoet aan alle normen en is door CBF als goed doel erkend.

Lid van Goede Doelen Nederland

Goede doelen moeten verantwoording afleggen aan hun donateurs en de maatschappij over de besteding van de inkomsten. Eenduidige regels maken goede doelen transparant en verplichten tot een goede toelichting op de werkwijze en verantwoording van resultaten. Binnen de filantropische sector zijn er daarom afspraken gemaakt over kwaliteit, goed bestuur, transparantie en verantwoording. Meer over de richtlijnen is te vinden op goededoelennederland.nl.

Het Nationaal Huidfonds is aangesloten bij Goede Doelen Nederland.

ANBI-status

Een ANBI is een algemeen nut beogende instelling. Giften aan deze instellingen zijn, onder bepaalde voorwaarden, fiscaal aftrekbaar. De Belastingdienst bepaalt welke goede doelen de ANBI-status krijgen. Hiervoor beoordelen ze goede doelen op fiscale criteria. Deze criteria gaan lang niet zo ver als de kwaliteitscriteria van de Erkenning waar het CBF naar kijkt. Een ANBI en een Erkend Goed Doel zijn dus twee heel verschillende dingen. Het ene zegt iets over fiscale aftrekbaarheid, het andere over betrouwbaarheid.

Een ANBI moet 90% van haar inzet richten op het algemeen belang. Ze mag niet bedoeld zijn om winst

te maken en moet voldoen aan eisen van integriteit. De leiding of het bestuur mag niet over het vermogen beslissen alsof het privévermogen is. Een ANBI mag ook niet teveel vermogen hebben. Voor onkostenvergoedingen zijn er strikte regels. En een beleidsplan is verplicht. Kosten en bestedingen moeten redelijk in evenwicht zijn. Verder moet een ANBI op een internetsite een aantal vaste gegevens publiceren.

Het Nationaal Huidfonds heeft de ANBI status. Dat is aantrekkelijk voor donateurs omdat giften aan een ANBI belastingvoordeel kunnen opleveren. Dit geldt zowel voor losse giften via de giftenaftrek als via periodieke giften. Een ANBI zelf betaalt geen erf- of schenkbelasting.

Toezicht

Het Nationaal Huidfonds heeft een Raad van Toezicht. Ingeschreven staan:

Marijne Landman	Directeur-bestuurder
Kees-Peter de Roos	Voorzitter Raad van Toezicht
Sven van Egmond	Lid Raad van Toezicht
Edwin van Leent	Lid Raad van Toezicht

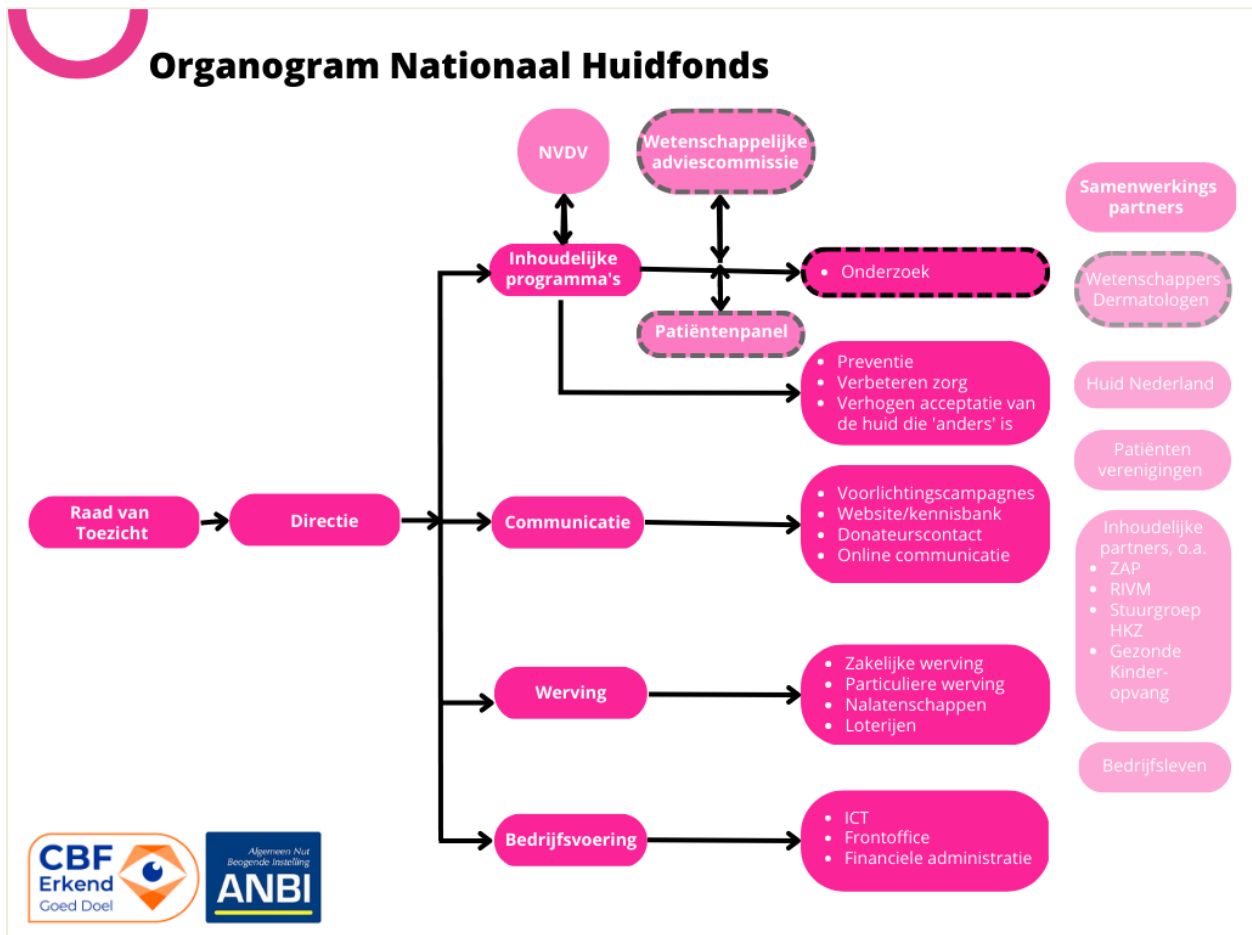
Notitie: per 1 januari 2024 is de Raad van Toezicht uitgebreid tot vijf personen, te weten:

Guus Loomans	Lid Raad van Toezicht
Franc Korsten	Lid Raad van Toezicht

Samenwerking met patiëntenverenigingen

Het Nationaal Huidfonds werkt op projectniveau samen met patiëntenverenigingen waar mogelijk en waar wenselijk. In 2023 betrof dit met name samenwerking met huidkanker gerelateerde goede doelen. HUKAS en St. Melanoom zijn als actieve partners binnen het Zonkracht Actieplatform betrokken bij de huidkankerpreventiecampagne van het Nationaal Huidfonds.

Het Nationaal Huidfonds heeft de ambitie om de banden met patiëntenverenigingen en koepelorganisaties in de komende jaren te versterken, en hen te ondersteunen bij fondsenwerving voor hun relevante projecten.



Figuur 2. Het Nationaal Huidfonds heeft de ambitie om in de nabije toekomst ook Onderzoek te financieren. In de statuten is hier reeds rekening mee gehouden.

Communicatie met betrokken partijen

Het Nationaal Huidfonds houdt veel persoonlijk contact met betrokken partijen. Er is veel overleg en er wordt veel in samenspraak gedaan.

Partners

Aansluiting bij relevante kennispartners is voor het Nationaal Huidfonds belangrijk. De NVDV is de inhoudelijke partner van het Huidfonds. De samenwerking met het Zonkracht Actieplatform (ZAP) en de Stuurgroep Huidkankerzorg Nederland, dé kennisconsortia rondom huidkankerpreventie in Nederland, is ook in lijn met ons beleid. Deze samenwerking is sinds 2021 geïntensiveerd. Het Nationaal Huidfonds heeft een zeer actieve rol bij de werkgroepen rondom preventie bij festivals, buitenwerkers en symposia; en denkt mee met het Nederlands Kanker Collectief over huidkanker in de Nederlandse Kanker Agenda.

Nederlandse Vereniging voor Dermatologie en Venereologie (NVDV)

De NVDV is de beroepsvereniging van de Nederlandse dermatologen. Nederlandse dermatologen, en dus geen patiëntenvereniging. In 2023 heeft de NVDV 891 leden, voornamelijk dermatologen en artsen in opleiding (132).

De doelstelling van de Vereniging is de bevordering van de studie van huidziekten. Naast wetenschappelijke activiteiten en allerlei organisatorische aspecten zoals de belangenbehartiging van haar leden, heeft de NVDV ook een publiek doel om mensen te informeren over het voorkomen van en de achtergronden van huidandoeningen. Dit doet zij door uitgifte van publicaties, folders, maar ook met hun website. Het Nationaal Huidfonds zal in toenemende mate de publiekscampagnes van de NVDV verzorgen.

Stuurgroep Huidkankerzorg Nederland

De NVDV (beroepsvereniging van Nederlandse dermatologen) en IKNL hebben samen een overkoepelende stuurgroep opgericht die fungeert als aanjager voor het continu monitoren en verbeteren van de houdbaarheid en kwaliteit van de huidkankerzorg in Nederland. Deze stuurgroep bestaat uit vertegenwoordigers van de belangrijkste probleemeigenaars (organisaties van patiënten en professionals), aangevuld met adviseurs uit de werelden van onderzoek en wetenschap respectievelijk politiek en beleid (inclusief zorgverzekeraars). Het Huidfonds maakt sinds 2021 deel uit van deze stuurgroep.

Zonkracht Actieplatform

Het RIVM is coördinator van het Zonkracht Actieplatform (ZAP) dat is opgericht om het aantal mensen met huidkanker en oogandoeningen door UV(ultraviolet)-straling te verminderen. Het platform moet ervoor zorgen dat de maatregelen om huidkanker te voorkomen op elkaar afgestemd worden. Verder worden nieuwe onderzoeken gestart naar ontbrekende essentiële kennis over huidkanker en oogziekten en preventie.

Fondsenwerving

Partners en sponsors

Bedrijfpartners zijn bedrijven of merken van bedrijven waarvan het Nationaal Huidfonds financiële ondersteuning ontvangt omdat zij de missie van het Huidfonds ondersteunen. Sponsors zijn bedrijven die projecten mogelijk maken.

Het Huidfonds kan ook optreden als kennispartner bij relevante campagnes van bedrijven. Zo was het Huidfonds kennispartner van de voor AMMA-Awards genomineerde SmeerSmoezen campagne van het Zilveren Kruis. Andersom kunnen bedrijven de campagnes van het Huidfonds verder brengen. Zo heeft BMS een campagne opgezet met WeerOnline waarvoor het Huidfonds het artwork mocht leveren.

In 2023 zijn dit de bedrijfpartners van het Nationaal Huidfonds:



Projectponsors

Om de projecten te realiseren is sponsoring door bedrijven onmisbaar.

- ♥ De Huidhelden zijn in 2023 mogelijk gemaakt door Pfizer, MSD en Aquacell
- ♥ De pilot Smeerinstructies wordt gefinancierd door Viatrix
- ♥ De Zonnetjesweek is gesponsord door Nivea Sun

De projecten worden ontwikkeld door het Nationaal Huidfonds.

De sponsors hebben geen invloed op de inhoud.

Particuliere donateurs

In 2023 steunden 818 individuele donateurs het Nationaal Huidfonds met een totale jaarwaarde van 32.981,32 euro. Het Huidfonds ontving daarnaast 10.722,48 euro aan nalatenschappen.

Care-a-lot

Goededoelenloterij Fairshare Lottery, merknaam Care-A-Lot, heeft aan het begin van 2023 188 loterijspelers die meespelen voor het Nationaal Huidfonds. In december zijn er nog 145 spelers. De totale waarde van deze spelers in 2023 is 3.902 euro.

Jaarrekening 2023

I. Balans per 31 december 2023

Activa		<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
		€	€
Materiële vaste activa	4.1	2.544	-
Financiële vaste activa	4.2	2.734	1.500
Vorderingen en overlopende activa	4.3	34.543	66.586
Liquide middelen	4.4	984.531	146.567
		<u><u>1.024.352</u></u>	<u><u>214.653</u></u>
Passiva		<u>31 december 2023</u>	<u>31 december 2022</u>
		€	€
Reserves en fondsen	4.5	257.707	182.212
Kortlopende schulden	4.6		
Vooruitontvangen projectsubsidie VWS			
Huidkankercampagne		521.991	-
Crediteuren		31.714	15.347
Schulden ter zake van belastingen en premies sociale verzekeringen		7.817	11.153
Kortlopende overige schulden en overlopende passiva		<u>205.123</u>	<u>5.941</u>
		766.645	32.441
		<u><u>1.024.352</u></u>	<u><u>214.653</u></u>



huid
f o n d s

2. Staat van baten en lasten 2023

		2023	2022
		€	€
Baten			
Baten van particulieren	5.1	43.704	31.393
Baten van bedrijven	5.2	169.708	142.340
Baten van loterijorganisaties	5.3	3.902	5.200
Baten van subsidies van overheden	5.4	1.078.009	-
Baten van andere verbonden organisaties zonder winststreven		-	-
Baten van organisaties zonder winststreven	5.5	<u>6.684</u>	<u>37.392</u>
Som van de geworven baten		1.302.007	216.325
Baten als tegenprestatie voor levering van producten en/of diensten	5.6	-	-
Overige baten		-	-
Som van de baten		<u>1.302.007</u>	<u>216.325</u>
Lasten			
Besteed aan doelstellingen:	5.7		
Project VWS Huidkankercampagne		1.078.009	-
Project Zonnetjesweek		52.065	51.340
Project Psoriasis campagne		29.082	11.176
Project Smeerinstructies		11.323	7.715
Project Zonvenant		1.251	-
Project Heel de Huid		32	-
Project Huidhelden		15.157	-
Huidkankercampagne		-	32.956
Samenwerking Gezonde Kinderopvang		-	<u>1.543</u>
		1.186.919	104.730
Wervingskosten	5.8	13.990	6.944
Kosten beheer en administratie	5.9	24.115	19.443
Som van de lasten		<u>1.225.024</u>	<u>131.117</u>
Saldo voor financiële baten		76.983	85.208
Saldo financiële baten en lasten		-1.488	-1.193
Saldo van baten en lasten		<u>75.495</u>	<u>84.015</u>



huid
f o n d s

Bestemming saldo van baten en lasten:

Toevoeging / onttrekking aan:

Continuïteitsreserve

75.495

84.015

75.495

84.015

3. Toelichting algemeen

Algemeen

De jaarrekening is opgesteld conform de RJ650 voor de Verslaggeving van Fondsenwervende instellingen. De jaarrekening is opgesteld in euro's.

Verslaggevingsperiode

Deze jaarrekening is opgesteld uitgaande van een verslagperiode van een jaar. Het boekjaar valt samen met het kalenderjaar.

Grondslagen van waardering van activa en passiva en resultaatbepaling

Algemeen

De grondslagen die worden toegepast voor de waardering van activa en passiva en de resultaatbepaling zijn gebaseerd op historische kostprijs. Voor zover niet anders is vermeld, zijn zowel de activa en passiva tegen nominale waarde gewaardeerd.

Baten en lasten worden toegerekend aan het jaar waarop ze betrekking hebben. Winsten worden slechts opgenomen voor zover zij op balansdatum zijn gerealiseerd. Verliezen en risico's die hun oorsprong vinden voor het einde van het verslagjaar, worden in acht genomen indien zij voor het opmaken van de jaarrekening bekend zijn geworden.

Vorderingen

De vorderingen worden bij eerste opname gewaardeerd tegen reële waarde en vervolgens tegen de geamortiseerde kostprijs. De reële waarde en de geamortiseerde kostprijs zijn gelijk aan de nominale waarde. Voorzieningen voor oninbaarheid worden bepaald op basis van individuele beoordeling van de vordering.

Liquide middelen

Liquide middelen bestaan uit kas- en banktegoeden en worden gewaardeerd tegen nominale waarde. De liquide middelen staan, voor zover niet anders vermeld, ter vrije beschikking van de stichting.

Continuïteitsreserve

Een continuïteitsreserve wordt gevormd voor de dekking van risico's op korte termijn en om zeker te stellen dat de Stichting ook in de toekomst aan haar verplichtingen kan voldoen.

Schulden

De schulden worden bij de eerste verwerking opgenomen tegen de reële waarde en vervolgens tegen de geamortiseerde kostprijs. Deze is gelijk aan de nominale waarde.

Baten

Donaties en giften worden verantwoord in het boekjaar van ontvangst. Baten van bedrijven en samenwerkingen worden verantwoord in het boekjaar van ontvangst met uitzondering van ontvangsten die kunnen worden toegerekend aan een periode waarin een bepaalde actie heeft plaatsgevonden. Baten uit nalatenschappen worden verantwoord in het boekjaar waarin de omvang betrouwbaar kan worden vastgesteld. Eventuele voorschotten worden in het boekjaar waarin zij worden ontvangen verantwoord.

Overige inkomsten worden toegerekend aan de periode waarop zij betrekking hebben.

Giften in natura worden gewaardeerd tegen de reële waarde. Giften bestaande uit diensten worden in het algemeen niet financieel verantwoord, tenzij dit op geld waardeerbare diensten zijn.

Pensioenen

De stichting heeft een pensioenregeling. De regeling wordt gefinancierd door afdrachten aan de pensioenuitvoerder, zijnde Stichting Pensioenfonds Zorg en Welzijn. De pensioenverplichting kwalificeert als een 'verplichting aan de pensioenuitvoerder benadering'. In deze benadering wordt de aan de pensioenuitvoerder te betalen premie als last in de winst- en verliesrekening verantwoord.

Gebruik van schattingen

De opstelling van de jaarrekening vereist dat het bestuur zich oordelen vormt en schattingen en veronderstellingen maakt die van invloed zijn op de toepassing van grondslagen en gerapporteerde waarde van activa en verplichtingen van baten en lasten. De daadwerkelijke uitkomsten kunnen afwijken van deze schattingen. De schattingen en onderliggende veronderstellingen worden voortdurend beoordeeld. Herzieningen van schattingen worden opgenomen in de periode waarin de schattingen wordt herzien en in de toekomstige perioden waarvoor de herziening gevolgen heeft.

4. Toelichting op de balans

4.1 Materiële vaste activa

De materiële vaste activa kunnen als volgt worden gespecificeerd:

	<u>2023</u>
	€
Stand per 1 januari	
Verkrijgings- of vervaardigingsprijs	-
Cumulatieve afschrijvingen	-
Boekwaarde per 1 januari	<u>-</u>
Mutaties	
Investeringen	2.765
Afschrijvingen	<u>-221</u>
	2.544
Stand per 31 december	
Verkrijgings- of vervaardigingsprijs	2.765
Cumulatieve afschrijvingen	<u>-221</u>
Boekwaarde per 31 december	<u>2.544</u>

4.2 Financiële vaste activa

De financiële vaste activa kunnen als volgt worden gespecificeerd:

	<u>31.12.2023</u>	<u>31.12.2022</u>
	€	€
Waarborgsom	1.234	-
Lening FBPN	<u>1.500</u>	<u>1.500</u>
	<u>2.734</u>	<u>1.500</u>

4.3 Vorderingen en overlopende activa

De vorderingen en overlopende activa kunnen als volgt worden gespecificeerd:

	<u>31.12.2023</u>	<u>31.12.2022</u>
	€	€
Debiteuren	11.497	57.280
Nog te factureren	8.000	8.750
Omzetbelasting	9.615	-
Vooruitbetaalde huur	2.940	-
FairShareLottery 4e kwartaal	88	116
FBPN afrekening uren	-	440
Nettolonen	269	-
Te ontvangen overig	<u>2.134</u>	<u>-</u>
	<u>34.543</u>	<u>66.586</u>

4.4 Liquide middelen

Onder de liquide middelen zijn direct opvraagbare banktegoeden opgenomen met een looptijd van maximaal 1 jaar.

4.5 Reserves en fondsen

De reserves en fondsen kunnen als volgt worden gespecificeerd:

	<u>31.12.2023</u>	<u>31.12.2022</u>
	€	€
Continuïteitsreserve	<u>257.707</u>	<u>182.212</u>
	<u>257.707</u>	<u>182.212</u>
Continuïteitsreserve		
	<u>2023</u>	<u>2022</u>
	€	€
Saldo per 1 januari	182.212	98.197
Saldobestemming	<u>75.495</u>	<u>84.015</u>
Saldo per 31 december	<u>257.707</u>	<u>182.212</u>

De continuïteitsreserve fungeert als buffer om onvoorziene tegenvallers in de inkomsten te kunnen opvangen. Bij structurele tegenvallers worden de uitgaven verlaagd en in de meest extreme situatie zullen de dagelijkse activiteiten, of een deel daarvan, worden afgebouwd.

4.6 Kortlopende schulden

De kortlopende schulden kunnen als volgt worden gespecificeerd:

	<u>31.12.2023</u>	<u>31.12.2022</u>
	€	€
Vooruitontvangen projectsubsidie VWS		
Huidkankercampagne	521.991	-
Crediteuren	31.714	15.347
Omzetbelasting	-	9.593
Pensioenpremie	7.817	1.560
Te betalen VWS Huidkankercampagne	167.091	-
Te betalen Psoriasis campagne	13.657	-
FBPN afrekening uren	7.446	-
Accountantskosten	4.991	3.600
Reservering vakantiegeld	9.418	2.091
Te betalen fondsenwerving	1.872	-
Overige nog te betalen bedragen	<u>648</u>	<u>250</u>
	<u>766.645</u>	<u>32.441</u>

Het project Huidkankercampagne loopt van 2023 tot en met 2025. In 3 jaar wordt maximaal € 5.000.000 subsidie ontvangen. In 2023 is € 1.600.000 ontvangen, waarvan €1.078.009 is besteed in 2023 en € 521.991 als vooruitontvangen is verantwoord op 31 december 2023.

Niet in de balans opgenomen verplichtingen

De stichting is een huurverplichting aangegaan voor 2024 van € 11.785 voor een kantoorruimte. De huurovereenkomst wordt jaarlijks stilzwijgend verlengd met een opzegtermijn van 3 maanden.

5. Toelichting op de staat van baten en lasten

5.1 Baten van particulieren

De baten van particulieren kunnen als volgt worden gespecificeerd:

	<u>2023</u>	<u>2022</u>
	€	€
Collecten	-	-
Nalatenschappen	10.723	-
Contributies	-	-
Donaties en giften	32.981	31.393
Eigen loterijen en prijsvragen	-	-
Overige baten van particulieren	-	-
	<u>43.704</u>	<u>31.393</u>

5.2 Baten van bedrijven

De baten van bedrijven kunnen als volgt worden gespecificeerd:

	<u>2023</u>	<u>2022</u>
	€	€
Partnerschap	31.250	39.750
Huidkankercampagne	-2.500	32.500
Zonnetjesweek	50.000	50.000
Psoriasis campagne	35.000	5.000
Smeerinstructies	15.000	-
Huidhelden	21.000	-
Overige baten bedrijven	<u>19.958</u>	<u>15.090</u>
	<u>169.708</u>	<u>142.340</u>

5.3 Baten van loterijorganisaties

De baten van loterijorganisaties kunnen als volgt worden gespecificeerd:

	<u>2023</u>	<u>2022</u>
	€	€
Fairshare Lottery (Care-A-Lot)	<u>3.902</u>	<u>5.200</u>
	<u>3.902</u>	<u>5.200</u>

5.4 Baten van subsidies van overheden

De baten van subsidies van overheden kunnen als volgt worden gespecificeerd:

	<u>2023</u>	<u>2022</u>
	€	€
VWS Huidkankercampagne	<u>1.078.009</u>	<u>-</u>
	<u>1.078.009</u>	<u>-</u>

5.5 Baten van andere organisaties zonder winststreven

De baten van andere organisaties zonder winststreven kunnen als volgt worden gespecificeerd:

	<u>2023</u>	<u>2022</u>
	€	€
Bijdrage Nederlandse Brandwondenstichting	-	22.892
Huidkankercampagne	-	8.500
Overige baten van andere organisaties zonder winststreven	<u>6.684</u>	<u>6.000</u>
	<u>6.684</u>	<u>37.392</u>

5.6 Baten als tegenprestatie voor levering van goederen en/of diensten

De baten als tegenprestatie voor de levering van goederen en/of diensten kunnen als volgt worden gespecificeerd:

	<u>2023</u>	<u>2022</u>
	€	€
Sponsoring	<u>-</u>	<u>-</u>
	<u>-</u>	<u>-</u>

Toelichting op de lasten 2023

	Personeel	Huisvesting	Overige kosten	Kosten derden	Totaal
5.7 Projecten					
VWS Huidkankercampagne	149.777	-	49.315	878.917	1.078.009
Zonnetjesweek	-	-	-	52.065	52.065
Psoriasis campagne	-	-	-	29.082	29.082
Smeerinstructies	-	-	-	11.323	11.323
Zonvenant	-	-	-	1.251	1.251
Heel de Huid	-	-	-	32	32
Huidhelden	-	-	-	15.157	15.157
	149.777	-	49.315	987.827	1.186.919
5.8 Wervingskosten	4.732	-	1.297	7.961	13.990
5.9 Beheer en administratie	18.927	-	5.188	-	24.115
	173.436	-	55.800	995.788	1.225.024

Toelichting op de lasten 2022

	Personeel	Huisvesting	Overige kosten	Kosten derden	Totaal
5.7 Projecten					
Huidkankercampagne	6.298	-	3.345	23.313	32.956
Zonnetjesweek	6.298	-	3.345	41.697	51.340
Psoriasis campagne	6.046	-	3.211	1.919	11.176
VWS Huidkankerpreventie	5.039	-	2.676	-	7.715
Samenwerking Gezonde Kinderopvang	1.008	-	535	-	1.543
	24.689	-	13.112	66.929	104.730
5.8 Wervingskosten	4.535	-	2.409	-	6.944
5.9 Beheer en administratie	12.698	-	6.745	-	19.443
	41.922	-	22.266	66.929	131.117

	2023	2022
Gemiddeld aantal werknemers in FTE	1,57	0,44
Aantal werknemers in dienst ultimo jaar	4	1

Bezoldiging directie mevr. M.S. Landman

Per 1 april 2022 is mevr. M.S. Landman benoemd als directeur van het Nationaal Huidfonds. Aan de directie zijn geen leningen, voorschotten of garanties verstrekt. Vanaf 1 april 2023 is M.S. Landman 32 uur per week voor het Nationaal Huidfonds gaan werken.

BSD-score

Bij de bepaling van het bezoldigingsbeleid en de vaststelling van de beloning volgt het Nationaal Huidfonds de Regeling Beloning Directeuren van GoedeDoelen-organisaties van Goede Doelen Nederland. De Regeling geeft aan de hand van zwaartecriteria een maximumnorm voor het jaarinkomen. Op basis van deze criteria krijgt het Nationaal Huidfonds 400 punten en valt onder categorie G. Het fulltime jaarinkomen blijft binnen het maximum van de beloningsregeling van Goede Doelen Nederland.

Bezoldiging

Naam	:	M.S. Landman	
Functie	:	Directeur	
Dienstverband	:	Jaar 2023	Jaar 2022
Looptijd	:	onbepaald	onbepaald
Uren	:	16 / 32	16
Parttime %	:	44,4 % / 88,89%	44,4%
Periode	:	01.01-31.12	01.04-31.12
Jaarinkomen		€	€
Bruto loon/salaris		63.389	26.892
Vakantiegeld		3.429	2.240
Eindejaarsuitkering		<u>5.280</u>	<u>2.240</u>
Totaal		72.098	31.372
Pensioenlasten (wg deel)		7.797	3.510
Onkostenvergoedingen		<u>892</u>	<u>663</u>
Totaal bezoldiging		<u>80.787</u>	<u>35.545</u>

Nevenfuncties Directie en Raad van Toezicht

Directie

Mw. Marijne Wong-Landman

- Nederlandse Brandwonden Stichting - Coördinator Zakelijke & Bijzondere Giften (tot april 2023)
- Stichting Collecteplan - Lid Bestuur (tot April 2023)
- Lid Stuurgroep Huidkankerzorg Nederland
- Lid Zonkracht Actieplatform

Raad van Toezicht

Dhr. Kees-Peter de Roos

- European Board of Phlebology van de European Union of Medical Specialists (UEMS) - Lid
- Raad van Commissarissen Dermahaven (tot 1-9 2022) Lid
- Overkoepelende Richtlijn Veneuze pathologie Voorzitter
- Stichting Fonds Onderzoek Dermatologie Voorzitter
- Commissie Praktijkvoering (NVDV) Voorzitter
- Commissie Dermatologische Professionaliteit (NVDV) Lid

Dhr. Sven van Egmond

- Erasmus MC, afdeling Dermatologie Arts in opleiding tot specialist
- De Huidkanker Stichting Medeoprichter / Lid Raad van Advies

Dhr. Edwin van Leent

- Amsterdam UMC, afdeling Dermatologie afdelingshoofd Dermatoloog, plaatsvervangend
- Huid Medisch Centrum Dermatoloog, lid medische directie
- NVDV Lid Bestuur
- Concilium NVDV Lid
- FMS Raad Opleiding Lid, plaatsvervangend
- Regionaal Tuchtcollege Gezondheidszorg Lid beroepsgeenoot

Dhr. Guus Loomans

- Rabobank Charity Management
- Pyke Koch Foundation
- Waterboys Filmmuseum EYE

Charity Manager
Bestuurslid
Voorzitter

Dhr. Franc Korsten

- Adviesbureau Korsten
- Stichting Begraafplaatsen Nijmegen
- NEC Maatschappelijk
- Via-T
- Stichting Verenigingsgebouw Overasselt
- Stichting Fonds Onderzoek Huidziekten

Eigenaar
Bestuurslid
Bestuurslid
Bestuurslid
Bestuurslid
Bestuurslid

Ondertekening Directie en Raad van Toezicht

Vanaf 1 april 2022 is mevrouw Wong-Landman directeur-bestuurder. De Raad van Toezicht wordt in 2023 gevormd door Kees-Peter de Roos (voorzitter), Sven van Egmond en Edwin van Leent en vanaf 1 januari 2024 aangevuld met Guus Loomans en Franc Korsten.

w.g. 30 juni 2024

mw. Marijne Wong-Landman

Dhr. Kees-Peter de Roos

Dhr. Sven van Egmond

Dhr. Edwin van Leent

Dhr. Franc Korsten

Dhr. Guus Loomans