

BELEIDSPLAN STICHTING LIFE WITH JOY

2026 -2030

STICHTING
LIFE WITH
JOY

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Visie op de komende beleidsperiode (2026–2030).....	2
1. Missie, visie en kernwaarden	3
2. Doelstellingen	4
2.1 Korte Termijn (1–2 jaar)	4
2.2 Lange Termijn (3–5 jaar)	4
2.3 SMART-geformuleerde doelstellingen	4
3. Doelgroep	5
Behoeftanalyse; Basisbehoeften waar Stichting Life With Joy op inspeelt zijn:	5
Ontwikkelingen binnen de samenleving	6
4. Activiteiten	7
4.1 Lopende Activiteiten	7
4.2 Geplande Uitbreidingen (2026–2030)	7
4.3 Samenwerking met andere organisaties	7
5. Organisatie, bestuur en vrijwilligers.....	9
6. Communicatie en marketing.....	10
6.1 Interne en Externe Communicatie	10
6.3 Online Aanwezigheid	10
6.4 Relatiebeheer: Partners, Donateurs en Gemeenschap	11
Conclusie	11
7. Financiën.....	12
7.1 Evaluatie en monitoring	13
Mogelijke knelpunten en risico's	13
7.2 Continuïteit van de stichting	14
Om de continuïteit van Stichting Life With Joy te waarborgen, zetten wij in op:	14
7.3 Financiële duurzaamheid	14
Samenvatting	14
Slotwoord	15
Bibliografie	16

Voorwoord

Als bestuur van Stichting Life With Joy kijken we met dankbaarheid terug op de afgelopen jaren waarin wij honderden mensen mochten ondersteunen met pakketten, aandacht en praktische hulp. Tegelijkertijd realiseren wij ons dat de maatschappelijke problematiek rondom armoede en sociale uitsluiting groeit. Steeds meer mensen komen in financiële en emotionele nood, dit zien we terug in het groeiend aantal aanvragen.

Onze visie voor de komende beleidsperiode is dan ook helder: Stichting Life With Joy wil in de komende vijf jaar haar bereik, impact en structurele ondersteuning uitbreiden, zonder het persoonlijke en warme karakter te verliezen dat ons werk zo kenmerkt.

Visie op de komende beleidsperiode (2026–2030)

In de komende vijf jaar richten we onze focus op:

1. **Structurele groei van onze hulpverlening**
Groeï in het aantal kerst- zomer- en overlevingspakketten die we verstrekken en een betere afstemming tussen distributiemomenten en actuele noden.
2. **Snellere en efficiëntere noodhulp**
Een verbeterd aanmeld- en beoordelingssysteem voor acute hulpaanvragen.
3. **Versterking van lokale netwerken**
Het versterken van samenwerking met lokale organisaties, kerken, scholen en gemeenten om hulp beter af te stemmen op de behoeften in verschillende regio's en wijken.
4. **Duurzame fondsenwerving**
Het opzetten van stabiele donateursstromen, samenwerking met bedrijven en het professionaliseren van het aanvragen van subsidies.
5. **Professionalisering zonder verlies van warmte**
Het structureren en professionaliseren van onze processen zonder hierbij de persoonlijke warmte te verliezen. Hiermee richten wij ons in het bijzonder op doelgroep bereik, donateur werving, ICT & systemen en marktpositionering.

Wij geloven dat Stichting Life With Joy in de komende jaren meer mensen mag en kan bereiken. Onze ondersteuning reikt verder dan het verstrekken van een pakket maar kenmerkt zich door een boodschap van hoop, waardigheid en verbondenheid en de oproep aan de ontvanger van de ondersteuning dit ook door te geven middels het pay it forward principe.

1. Missie, visie en kernwaarden

1.1 Missie

Stichting Life With Joy zet zich in voor mensen die leven op of onder de armoedegrens. Wij bieden concrete hulp in de vorm van kerstpakketten, zomerpakketten en overlevingspakketten. Daarnaast ondersteunen wij mensen in acute noodsituaties door middel van directe hulp op aanvraag. Onze missie is om hoop, ondersteuning en menselijkheid te brengen waar dat het hardst nodig is.

1.2 Visie

Wij streven naar een samenleving waarin niemand zich vergeten voelt. Op de lange termijn wil Stichting Life With Joy bijdragen aan een sterker sociaal vangnet, waarin mensen in kwetsbare situaties niet alleen worden gezien, maar ook daadwerkelijk geholpen. Onze droom is dat tijdelijke hulp een brug kan slaan naar een menswaardiger bestaan en dat zij dit doorgeven aan de ander in de vorm van het Pay it Forward-principe.

Het Pay it Forward-principe

In het hart van onze stichting klopt een overtuiging die doorwerkt in alles wat we doen: ieder mens kan bijdragen aan de samenleving, ook als je weinig hebt. Wij geloven dat herstel van pijn, verlies of tegenslag mogelijk is en dat herstel kracht geeft, kracht om weer te verbinden, te delen en te geven. We doorbreken daarmee de heersende mentaliteit dat je als ontvanger jouw dankbaarheid en daarmee jouw afhankelijkheid steeds kenbaar moet maken. We vragen slechts of de ontvanger de goede daad door wil geven. Hiermee herstellen we de gelijkwaardigheid tussen gever en ontvanger.

1.3 Onze Kernwaarden

- **Medemenselijkheid:** Wij geloven dat iedereen recht heeft op waardigheid, ongeacht zijn of haar situatie.
- **Betrokkenheid:** Wij zijn actief aanwezig in de levens van de mensen die we helpen en bouwen aan blijvende relaties.
- **Toegankelijkheid:** Hulp moet laagdrempelig en zonder schaamte beschikbaar zijn.
- **Respect:** Wij benaderen iedereen met respect, zonder oordeel of vooroordeel.
- **Eerlijkheid en transparantie:** We werken helder, open en betrouwbaar, naar zowel de mensen die we helpen als onze donateurs en partners.

2. Doelstellingen

2.1 Korte Termijn (1–2 jaar)

- Vergroten van het bereik van de verschillende pakketten (verzorgings- thema en overlevingspakketten).
- Verbeteren van de logistieke processen rondom hulpaanvragen.
- Versterken van lokale samenwerkingen voor efficiëntere hulpverlening.
- Vergroten van naamsbekendheid en zichtbaarheid op sociale media.

2.2 Lange Termijn (3–5 jaar)

- Uitbreiding van distributiepunten themapakketten.
- Professionaliseren van processen (vrijwilligersbeleid, fondsenbeheer, hulpaanvraagprocedure).
- Realiseren van een stabiele financiële basis via vaste donateurs en structurele partnerschappen.
- Inzetten op bewustwording en armoedepreventie door middel van storytelling
- ICT & systemen optimaliseren.

2.3 SMART-geformuleerde doelstellingen

1. **Binnen 12 maanden** verhogen we het aantal uitgedeelde pakketten met **25%** ten opzichte van het vorige kalenderjaar, door middel van gerichte fondsenwerving en uitbreiding distributiepunt(-en).
2. **Uiterlijk eind 2026** hebben we een netwerk van minimaal **10 structurele samenwerkingspartners** opgebouwd (lokale organisaties, kerken, buurtinitiatieven) om de hulpvraag sneller en gericht te beantwoorden.
3. **In 2027** ontwikkelen en implementeren we een nieuw, digitaal aanmeldsysteem voor noodhulpaanvragen, waarmee de doorlooptijd van beoordeling en hulpverlening wordt teruggebracht van gemiddeld **14 (werk)dagen naar maximaal 7 (werk)dagen**.
4. **Voor 2028** willen we een vaste donateursgroep opbouwen van minimaal **250 donateurs**, goed voor een maandelijkse structurele bijdrage van gemiddeld €10. Dit zorgt voor een stabiele basisfinanciering van onze hulpverlening.
5. **Voor eind 2030** willen we jaarlijks hulp bieden aan **minimaal 1.000 unieke huishoudens** in armoede, verspreid over ten minste **10 verschillende regio's in Nederland**.

3. Doelgroep

Stichting Life With Joy richt zich op mensen die leven op of onder de armoedegrens zoals deze wordt gehanteerd door Stichting Armoedefonds (Stichting Armoedefonds, 2026). Overheidsregelingen bieden voor deze mensen onvoldoende uitkomst of er kan geen beroep op worden gedaan. Ook kan er sprake zijn van ervaren drempels om hulp te vragen.

Onder de doelgroep bevinden zich gezinnen, alleenstaanden, ouderen, jongeren en kwetsbare huishoudens die door uiteenlopende omstandigheden moeite hebben om in hun basisbehoeften te voorzien. Denk hierbij aan:

- Mensen met een (bijstand)uitkering of schulden
- Alleenstaande ouders
- Werkenden met een minimuminkomen (“werkende armen”)
- Mensen met een beperking of chronische ziekte
- Ouderen met een ontoereikend pensioen
- Dak- en thuislozen
- Nieuwkomers of ongedocumenteerde zonder toegang tot reguliere hulp

Behoeftanalyse; Basisbehoeften waar Stichting Life With Joy op inspeelt zijn:

- **Voedselzekerheid:** Voor mensen met onvoldoende geld om dagelijks een voedzame maaltijd te kopen. Onze pakketten voorzien in eerste levensbehoeften. Daarnaast vullen we structureel buurtkastjes van samenwerkingspartners.
- **Hygiëne en zelfzorg:** Naast voedsel bevatten onze pakketten ook toiletartikelen en producten voor persoonlijke verzorging, die voor mensen in armoede vaak onbetaalbaar zijn.
- **Sociale erkenning en aandacht:** Armoede gaat vaak gepaard met eenzaamheid en schaamte. De pakketten zijn meer dan hulp, ze zijn een teken van gezien worden, vooral tijdens feestdagen of moeilijke perioden.
- **Zingeving:** Life With Joy is een christelijke organisatie met een groot netwerk binnen regionale kerken. De ontvanger van een pakket krijgt de boodschap een geliefd en waardevolle onderdeel van God is en kan indien gewenst doorverwezen worden naar organisaties die ondersteuning bieden bij zingeving.
- **Snelle hulp bij acute nood:** Soms is er sprake van urgente problemen zoals een lege koelkast, geen geld voor babyvoeding of gebrek aan onderdak. Onze noodhulp speelt hier direct op in.

Ontwikkelingen binnen de samenleving

Volgens recente cijfers van het centraal bureau van statistiek (CBS) is armoede in Nederland in 2025 toegenomen (Rhoon, 2025). In 2025 waren 551 duizend mensen in Nederland arm. Dat is 3,1 procent van de bevolking.

Iemand is arm als in het huishouden, nadat de woonlasten, energiekosten, zorgverzekering en eigen risico betaald zijn, te weinig inkomen en te weinig financieel bezit overblijven voor de andere basisbehoeften, zoals eten, kleren en sociale activiteiten. Financieel bezit is spaargeld en ander direct te besteden bezit. Een eigen huis telt niet mee (Centraal Bureau voor de statistiek, 2025).

De afgelopen jaren zijn er duidelijke verschuivingen zichtbaar binnen de samenleving die indirect zijn weerslag hebben op de doelgroep;

1. **Toename van 'werkende armen'**

Steeds meer mensen met een baan kunnen niet rondkomen door stijgende kosten voor huur, energie en boodschappen. Ze komen niet in aanmerking voor toeslagen of andere hulp, maar zitten financieel klem (Nieuws van de dag, 2025)

2. **Groei van stille armoede**

Veel mensen schamen zich voor hun situatie en zoeken geen hulp, ondanks ernstige nood (Prins, 2021). De vraag is vaak verborgen, wat actieve signalering en laagdrempeligheid van ketenpartners van Life With Joy essentieel maakt.

3. **Toenemende druk op alleenstaande ouders en jongeren**

Alleenstaande ouders (vaak moeders) vormen een groeiend deel van de doelgroep. Ook jongeren en studenten met schulden melden zich vaker voor hulp (Ven, sd).

4. **Toename van tijdelijke en acute noodsituaties**

Door inflatie en stijgende woonlasten raken steeds meer mensen onverwacht in tijdelijke crisis. De vraag naar directe noodhulp (zoals levensmiddelenpakketten) neemt toe (Voedselbanken.nl, 2025).

5. **Meer diversiteit binnen de doelgroep**

De doelgroep wordt steeds meer divers qua achtergrond, leeftijd en gezinssamenstelling. Dit vraagt om flexibele en inclusieve vormen van hulpverlening.

Conclusie

Stichting Life With Joy blijft zich actief aanpassen aan deze ontwikkelingen. We blijven luisteren, signaleren en handelen. Onze hulp is gericht op de samenwerking met ketenpartners, menselijke warmte en praktische verlichting in moeilijke tijden, geheel in lijn met onze missie: **er zijn voor wie vergeten dreigt te worden.**

4. Activiteiten

4.1 Lopende Activiteiten

Stichting Life With Joy voert momenteel de volgende kernactiviteiten uit:

- **Themapakketten:** Denk hierbij aan voorjaars-, kinder- zomer- verzorgings- en kerstpakketten.
- **Levensmiddelenpakketten:** Inhoud afgestemd op eerste levensbehoeften, bedoeld voor mensen in acute nood.
- **Laagdrempelige levensmiddelen verstrekking:** Het structureel vullen van buurt (voedsel-)kastjes van samenwerkende partners (Wat is een buurtkastje, 2026)
- **Noodhulpaanvragen:** Mensen kunnen zich via het aanvraagformulier melden voor acute hulp bij dringende financiële of sociale situaties.
- **Persoonlijke aandacht:** Naast materiële hulp besteden we bewust tijd aan bemoediging door middel van een gesprek of handgeschreven kaart.

4.2 Geplande Uitbreidingen (2026–2030)

- **Themapakketten:** Verhoging van het aantal verstrekte pakketten met 25% per jaar.
- **Regionale uitbreiding** In 2026 willen we starten met een tweede distributiepunt in Haarlem.
- **Educatieve component (armoedebewustzijn)**
Vanaf 2026 zetten we breed in op storytelling over armoede, om bewustwording te vergroten en schaamte te doorbreken.
- **Vrijwilligersnetwerk opbouwen en versterken**
Uitbreiding van het team met regionale vrijwilligers-(coördinatoren).
- **Eigen locatie / uitgiftepunt**
In 2030 is de wens om een eigen locatie te openen voor kantoorwerkzaamheden, opslag van hulpgoederen en verstrekking themapakketten en tevens de beschikking te hebben over een eigen bus om goederen te vervoeren.

4.3 Samenwerking met andere organisaties

Samenwerking is essentieel voor de effectiviteit van onze hulp. Daarom zetten wij actief in op:

- **Lokale welzijnsorganisaties en kerken:** Voor het signaleren van hulpvragen en verspreiden van pakketten.
- **Voedselbanken & andere armoedebestrijders:** Om de inhoud van pakketten aan te vullen en gericht samen te werken bij voedselvoorziening.
- **Gemeenten en wijkteams:** Voor afstemming met armoedebeleid en verwijzing van mensen in nood.
- **Bedrijven en scholen:** Voor sponsoracties, inzamelingen en maatschappelijke betrokkenheid.

Doel is om per 2026 minimaal **10 structurele samenwerkingsverbanden** te hebben.

4.4 Samenvatting

De komende beleidsperiode staat in het teken van groei, verdieping en samenwerking. We blijven trouw aan onze kern: praktische hulp, met hart en ziel. Tegelijk bouwen we aan een meer procesmatige organisatie, zodat we meer mensen kunnen bereiken, efficiënter kunnen werken en op die manier bijdragen aan structurele bewustwording en armoedebestrijding.

A large, light green circle containing the text "STICHTING LIFE WITH JOY" in white, uppercase, sans-serif font. The text is centered within the circle.

STICHTING
LIFE WITH
JOY

5. Organisatie, bestuur en vrijwilligers

De Stichting Life With Joy, is op 8 februari 2022 opgericht en heeft sinds 1 januari 2025 de **ANBI status**. Zij heeft haar zetel in de gemeente Heemskerk en houdt kantoor aan de Kerkweg 65, 1961 JB in Heemskerk.

Contact informatie

Stichting Life With Joy

Kerkweg 65

1961 JB Heemskerk

Tel: 06 38698727

Email: info@lifewithjoy.nl

Website: www.lifewithjoy.nl

KVK: 85433349

RSIN: 863621739

Rekeningnummer: NL15BUNQ2068178893

Het bestuur bestaat uit 4 bestuurders die tevens dagelijks bestuurders zijn en wordt bestuurd volgend het Raad van Toezichtmodel. Het bestuur is verantwoordelijk voor het opstellen en uitvoeren van het beleid, het bewaken van de missie en visie en het zorgdragen voor een gezonde en transparante organisatie. Er worden heldere afspraken gemaakt over de taakverdeling, mandaat en verantwoordelijkheden. Het bestuur komt minimaal 4 keer per jaar bij elkaar om beleidsmatige en financiële zaken te bespreken. Besluitvorming vindt plaats op basis van consensus of meerderheid van stemmen. Belangrijke besluiten worden schriftelijk vastgelegd en bewaard in de notulen. Het dagelijks bestuur bestaat uit:

- Stephanie Joy Eerhart, oprichter en voorzitter en houdt zich bezig met juridische zaken, communicatie en fondsenwerving;
- Linda van Berkel, vicevoorzitter en houdt zich bezig met beleid, besluitvorming en communicatie;
- Eva Korbee, penningmeester en houdt zich bezig met de financiële zaken voor de stichting;
- Trudie de Koe, secretaris en houdt zich bezig met beleid, correspondentie en notulen.

De stichting heeft geen werknemers in dienst, zij maakt vooralsnog alleen gebruik van vrijwilligers. De bestuursleden ontvangen als zodanig geen bezoldiging, middellijk noch onmiddellijk.

Stichting Life With Joy hecht grote waarde aan openheid richting haar donateurs, keten/samenwerkingspartners en de bredere gemeenschap. Jaarlijks publiceert de stichting een jaarverslag, met daarin de uitgevoerde activiteiten en behaalde resultaten en een financieel verslag op basis van een exploitatierekening en plaats deze op haar website.

6. Communicatie en marketing

6.1 Interne en Externe Communicatie

Interne communicatie

Effectieve interne communicatie is cruciaal voor een goed georganiseerde stichting. We zetten in op:

- **Heldere afstemming met vrijwilligers en coördinatoren** via e-mails en updates via WhatsApp-groepen of een interne nieuwsbrief. De frequentie hiervan verschilt per lopende actieperiode.
- **Gebruik van een centrale, digitale werkomgeving** (zoals Google Drive of een vrijwilligersportaal) voor documenten, draaiboeken en plannings.
- **Regelmatige teambijeenkomsten**, zowel fysiek als online, voor overleg, training en feedbackmomenten.

Doel: een betrokken, goed geïnformeerd team dat zich gesteund voelt in zijn rol.

6.2 Externe communicatie

Onze externe communicatie richt zich op het opbouwen van vertrouwen, zichtbaarheid en verbondenheid met de buitenwereld:

- **Verhalen delen van impact** via sociale media en de website.
- **Heldere en transparante communicatie** over onze missie, bestedingen en resultaten.
- **Persberichten en lokale media** rondom acties en bijzondere momenten.
- **Actief benaderen van lokale netwerken** zoals scholen, kerken en bedrijven.

6.3 Online Aanwezigheid

Een sterke online aanwezigheid is essentieel om onze missie breed uit te dragen en steun te werven.

- **Website**
Onze website blijft het centrale informatiepunt. In 2027 plannen we een **vernieuwde website** met:
 - Gebruiksvriendelijke aanvraagformulieren voor hulp
 - Donatiemogelijkheden (Wero, automatische incasso)
 - Informatie over projecten, transparantie over bestedingen
 - Vrijwilligersaanmeldingen
- **Sociale media**
We zetten actief in op platforms zoals **Facebook, Instagram en LinkedIn**:
 - Frequentie posts met verhalen, acties, bedankjes en updates.
 - Campagnes rond feestdagen en hulpacties.
 - Instagram Stories / Facebook Live tijdens uitgifteacties.

- **Mail/ Nieuwsbrief**

Minimaal 1x per jaar versturen we een digitale mail/ nieuwsbrief naar donateurs en geïnteresseerden, met updates, verhalen en oproepen tot steun.

- **Online fondsenwerving & acties**

We ontwikkelen (samen met partners) digitale campagnes voor donaties, bijvoorbeeld via Tikkie-Acties, Geef.nl, of crowdfunding platforms.

6.4 Relatiebeheer: Partners, Donateurs en Gemeenschap

Sterke relaties zijn de basis voor langdurige betrokkenheid. Waardering en betrokkenheid zijn cruciaal. We investeren actief in:

Partners

- Vanaf 2027: Jaarlijkse **netwerkbijeenkomst** met samenwerkingspartners (zoals welzijnsorganisaties, kerken en voedselinitiatieven).
- Opstellen van heldere afspraken en contactmomenten met elke partner (via e-mail of voortgangsgesprekken).
- Structurele samenwerking vastleggen in samenwerkingscontracten of intentieverklaringen.

Donateurs

- Bedankmails of -kaarten na donaties
- Jaarlijkse donateursupdate met cijfers en impactverhalen
- Mogelijkheid om 'vriend van de stichting' te worden
- Doel voor 2028: opbouw van een database met minimaal **250 vaste donateurs**, inclusief automatische nieuwsbrief-inschrijving.

Gemeenschap

- Aanwezigheid op (kerkelijke) bijeenkomsten en evenementen.
- Inzetten op lokale ambassadeurs: bewoners, ondernemers of vrijwilligers die de stichting lokaal vertegenwoordigen.
- Ruimte bieden voor **inspraak en verhalen van de doelgroep** zelf: zij worden gezien, gehoord en vertegenwoordigd.

Conclusie

Een sterke communicatie en relatiebeheerstrategie versterkt niet alleen onze zichtbaarheid en betrouwbaarheid, maar draagt ook direct bij aan onze missie: mensen in armoede daadwerkelijk bereiken, ondersteunen én laten voelen dat ze er niet alleen voor staan.

7.Financiën

De stichting richt haar begroting in op het ontvangen van voldoende donaties en streeft hiermee het beoogd aantal pakketten te kunnen bekostigen. Daarnaast zorgt zij dat er geld beschikbaar is voor individuele projecten. Dit betekent dat er ieder jaar een bedrag overblijft waarbij de continuïteit van de stichting wordt gegarandeerd en de stichting blijvend kan acteren als er specifieke financiële nood is.

De stichting kan een deel van haar middelen reserveren voor toekomstige plannen en projecten. Door het opbouwen van een financiële reserve kan de stichting haar doelstellingen ook op de langere termijn blijven realiseren en nieuwe initiatieven ontwikkelen die passen binnen de missie van de stichting.

In onderstaande tabellen is te zien dat de stichting ernaar streeft om haar inkomsten in een periode van vijf jaar te verdubbelen. Deze groei wordt gefaseerd gerealiseerd, waarbij in de eerste jaren de nadruk ligt op het versterken van de basis en het vergroten van de zichtbaarheid. In deze fase wordt geïnvesteerd in het uitbreiden van het netwerk van donateurs, het verbeteren van fondsenwervende activiteiten en het opbouwen van duurzame samenwerkingen met partners en subsidieverstrekters.

Vanaf het derde jaar verschuift de focus naar het intensiveren van bestaande inkomstenstromen. Dit betekent onder andere het verhogen van de gemiddelde donatie per gever, het vergroten van de betrokkenheid van bestaande supporters en het structureel maken van incidentele bijdragen. Daarnaast worden nieuwe inkomstenbronnen aangeboord, zoals samenwerkingen met bedrijven en het ontwikkelen van eigen activiteiten of diensten die bijdragen aan de missie.

In de laatste fase, richting jaar vijf, wordt ingezet op consolidatie en verdere opschaling. Succesvolle initiatieven worden uitgebreid en geoptimaliseerd, terwijl minder effectieve activiteiten worden afgebouwd. Door deze gerichte aanpak ontstaat een stabiele en diverse inkomstenmix, is er de wens voor een eigen locatie en vervoermiddel, waarmee de stichting haar financiële basis duurzaam versterkt en de beoogde verdubbeling van inkomsten realiseert.

Prognose inkomsten/ uitgaven 2026 t/m 2030	2026	2027	2028	2029	2030
Start deposito 01-2026	20.600	19.150	26.750	38.300	62.050
Inkomsten uit giften	50.000	60.000	70.000	80.000	100.000
Totaal	70.600	79.150	96.750	118.300	162.050
Totaal kosten pakketten	40.000	40.000	50.000	55.000	60.000
Loods + huur pand	3.500	3.500	4.000	4.000	20.000
Telefonie	250	250	250	250	250
Kantoorartikelen	1.000	1.000	1.000	1.000	7.500
Hosting website	200	200	200	200	250
Promotie materiaal en overige	4.500	4.500	4.500	4.500	6.500
Financiële Noden	1.000	2.000	2.500	3.000	5.000
Zakelijke rekening	1.000	1.000	1.000	1.000	1.500
Aanschaf en onkosten bedrijfs- bus					12.000
Saldo eind dec.	19.150	26.750	33.300	52.050	49.050

7.1 Evaluatie en monitoring

Mogelijke knelpunten en risico's

Bij het uitvoeren van onze missie en activiteiten kunnen de volgende knelpunten en risico's zich voordoen:

- **Financiële onzekerheid**
Afhankelijkheid van donaties en subsidies brengt risico's met zich mee, zeker in economisch mindere tijden. Onregelmatige inkomsten kunnen het moeilijk maken om geplande activiteiten te waarborgen.
- **Vrijwilligersbeschikbaarheid**
Onze organisatie draait voor een groot deel op vrijwilligers. Tekorten of verloop kunnen de uitvoering van projecten vertragen of beperken.
- **Toenemende hulpvraag**
De groeiende groep mensen in armoede kan leiden tot een vraag die onze capaciteit overstijgt, wat spanningen en teleurstellingen kan veroorzaken.
- **Operationele risico's**
Denk aan logistieke uitdagingen bij het samenstellen en distribueren van pakketten, of technische problemen met aanvraag- en communicatiesystemen.
- **Reputatierisico**
Onjuiste communicatie of onzorgvuldigheid kan het vertrouwen van donateurs en partners schaden.

7.2 Continuïteit van de stichting

Om de continuïteit van Stichting Life With Joy te waarborgen, zetten wij in op:

- **Financiële stabiliteit**
Door het opbouwen van een vaste donateursbasis en het diversifiëren van inkomstenbronnen (sponsoring, subsidies, acties) creëren we een stabielere financiële ondergrond.
- **Organisatorische professionalisering**
Investeren in duidelijke processen, vrijwilligersbeleid en digitale systemen verhoogt de slagkracht en vermindert kwetsbaarheid.
- **Netwerkversterking**
Samenwerking met andere organisaties, gemeenten en maatschappelijke partners zorgt voor kennisuitwisseling en gezamenlijke oplossingen.
- **Risicomanagement**
Periodieke evaluaties en het opstellen van een risicoregister zorgen dat we proactief kunnen anticiperen en tijdig kunnen bijsturen.

7.3 Financiële duurzaamheid

- Opbouwen van een stabiele, terugkerende inkomstenstroom via structurele donateurs en langdurige partnerschappen.
- Transparante financiële rapportages en verantwoording vergroten het vertrouwen van donateurs en stakeholders.
- Spaar- en bufferbeleid om financiële schommelingen op te vangen.

7.4 Maatschappelijke duurzaamheid

- Laagdrempelige, inclusieve hulpverlening die aansluit bij de actuele behoeften van de doelgroep/ de samenleving.
- Investeren in bewustwording en educatie om stigma rond armoede te verminderen en sociale participatie te bevorderen.
- Duurzame samenwerking met lokale partners en vrijwilligersnetwerken voor een bredere maatschappelijke impact.
- Milieubewuste keuzes waar mogelijk, zoals duurzame verpakking van pakketten en aandacht voor transportefficiëntie.

Samenvatting

Stichting Life With Joy erkent de uitdagingen die horen bij haar missie en heeft gericht beleid ontwikkeld om deze risico's te beheersen. Door financiële en organisatorische versterking, nauwe samenwerking en een duurzaamheidsgerichte aanpak bouwen we aan een toekomstbestendige organisatie die langdurig verschil maakt voor kwetsbare mensen.

Slotwoord

Wij willen onze oprechte dank uitspreken aan alle vrijwilligers, donateurs, lokale ondernemers, samenwerkingspartners en betrokkenen die Stichting Life With Joy mogelijk maken. Jullie inzet, betrokkenheid en vertrouwen zijn de drijvende kracht achter onze missie om mensen in armoede hoop en praktische hulp te bieden. Zonder jullie warme hart en harde werk zou ons werk niet mogelijk zijn.

Samen maken we het verschil voor mensen die vaak onzichtbaar blijven, maar het verdienen om gezien, gehoord en geholpen te worden.

Met deze positieve energie en gezamenlijke betrokkenheid nodigen wij nieuwe partners, bedrijven, ondernemers, organisaties en vrijwilligers van harte uit om met ons mee te doen. Laten we de krachten bundelen en samen bouwen aan een samenleving waarin niemand aan de kant hoeft te staan.

Wilt u samenwerken, ondersteunen of meedenken? Neem dan contact met ons op. Samen kunnen we levens veranderen en een blijvende impact maken.

"Life With Joy: waar betrokkenheid verandert in echte impact."

3 Mei 2026

Bibliografie

Centraal Bureau voor de statistiek . (2025). *Leven in Armoede 2025*. Centraal Bureau voor de statistiek.

Nieuws van de dag. (2025, 12 17). *Steeds meer Nederlanders in Armoede, ook met een baan*. Opgehaald van Nieuws van de dag : <https://www.nieuwsvandedag.nl/nieuws/economie/artikelen/armoede-stijgt-ook-met-een-baan>

Odekerken, M. (2023, 10 17). *Voor de bestrijding van armoede is een veel bredere aanpak nodig*. Opgehaald van Verwey Jonker instituut: <https://www.verwey-jonker.nl/artikel/voor-de-bestrijding-van-armoede-is-een-bredere-aanpak-nodig/>

Prins, E. (2021, 05 26). *Hoe doorbreek je de schaamte bij armoede en schulden*. Opgehaald van Zorg en Welzijn: <https://www.zorgwelzijn.nl/hoe-doorbreek-je-de-schaamte-bij-armoede-en-schulden/>

Rhoon, H. v. (2025, 12 17). *Stijging armoede na vijf jaar daling*. Opgehaald van Centraal bureau voor de statistiek: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2025/51/stijging-armoede-na-vijf-jaar-daling>

Stichting Armoedefonds. (2026, 01 02). *Armoede in Nederland*. Opgehaald van Armoedefonds: <https://www.armoedefonds.nl/armoede/armoede-in-nederland/>

Ven, H. v. (sd). *Eenoudergezinnen en armoede*. Opgehaald van Nederlands jeugdinstituut: <https://www.nji.nl/kennis/armoede-en-geldzorgen/eenoudergezinnen-en-armoede#:~:text=Onderwijs-,Financi%C3%ABle%20zorgen,in%20armoede%20te%20moeten%20leven.&text=uit%202023%20blijkt%20dat%20alleenstaande,dat%20voor%20ongeveer%2030%20procent.>

Voedselbanken.nl. (2025, 04 16). *Verborgen armoede; 540.000 mensen hebben voedselhulp nodig, meer dan 70% vindt de voedselbank niet*. Opgehaald van Voedselbanken.nl: <https://voedselbankennederland.nl/verborgen-armoede-540-000-mensen-hebben-voedselhulp-nodig-meer-dan-70-vindt-de-voedselbank-niet/#:~:text=Schaamte%20als%20grootste%20drempel,mogen%20zijn%20dan%20honger%20lijden.%E2%80%9D>

Wat is een buurtkastje. (2026, 01 02). Opgehaald van Buurtkastjeskaart: <https://buurtkastjeskaart.nl/>