

ORANGE BABIES
CREATIVE IN BEATING HIV

BE A CHAMPION MAKE A CHANGE!



Beleidsplan 2023-2025

INHOUDSOPGAVE

1. Voorwoord
2. Missie en Visie
 - 2.1 Missie
 - 2.2 Visie
3. De projectdoelen
 - 3.1 Keep the negatives negative
 - 3.2 95-95-95 goals
4. SWOT-analyse
5. Strategie
 - 5.1 Toelichting op de projecten
 - 5.2 Toelichting op de programma's
6. Fondsenwerving
 - 6.1 Go digital
 - 6.2 Partners en sponsors
 - 6.3 Events en Acties derden
7. Communicatie
 - 7.1 Ambassadeurs
 - 7.2 25 jaar Orange Babies
8. De organisatie
 - 8.1 Aansturing projecten
 - 8.2 Lokale kantoren
 - 8.3. Het vermogensbeheer
 - 8.4 Beleid voor gestandaardiseerde begroting
9. Meerjarenbegroting

1. Voorwoord

Voor u ligt het Beleidsplan van 2023- 2025 van Orange Babies. Een nieuw beleidsplan is altijd een goed moment voor reflectie. Wat is er de afgelopen jaren allemaal gebeurd en veranderd, waar staan we nu en waar willen we naartoe?

De afgelopen jaren zijn turbulent geweest. De COVID-19 pandemie ligt inmiddels achter ons en heeft veel impact gehad, zowel op het kantoor van Orange Babies in Amsterdam als bij alle Orange Babies projecten in Afrika. We hebben moeilijke en drastische maatregelen moeten nemen om het voortbestaan van Orange Babies niet in gevaar te brengen. Terugkijkend kunnen we zeggen dat deze maatregelen goed zijn geweest. De opgaande lijn is op alle fronten weer zichtbaar en daar zijn we trots op en blij mee.

Tijdens de pandemie heeft de focus, naast het levensvatbaar houden van Orange Babies, gelegen op de strategische herpositionering. Na bijna 25 succesvolle jaren gaan we ons de aankomende jaren meer en meer richten op de adolescenten. Zij zijn op dit moment de meest kwetsbare groep in relatie tot hiv-besmetting. Natuurlijk blijven we trouw aan de moeders en baby's. Hier hebben we fantastische resultaten behaald en onze missie is door de lokale overheid overgenomen. Wel blijven we ook deze doelgroep op allerlei manieren ondersteunen. In het kader van de herpositionering is het programma 'Stand up for girls' en het 'Champions Youth Program' verder doorontwikkeld en uitgerold. In onze campagnes en uitingen gaan we ons meer en meer richten op deze beide programma's. Wereldwijd is afgesproken dat aids in 2030 uitgeroeid moet zijn. Dat wil zeggen, geen nieuwe hiv-besmettingen. Met de focus op de nieuwe doelgroep zal Orange Babies hier gericht aan bijdragen.

Naast de herpositionering zullen er aankomende jaren ook wijzigingen zijn op het bestuurlijke vlak. Tanja Oostervink gaat na bijna 15 jaar zeer betrokken en trouwe dienst, haar carrière elders voortzetten. Zij heeft alle aspecten binnen Orange Babies meegemaakt en doorleefd en we zullen haar zeker gaan missen. Haar loyaliteit richting Orange Babies kan niet duidelijker worden gemaakt door het feit dat zij heeft aangegeven pas te vertrekken nadat de nieuwe directeur goed is ingewerkt. Ik heb er alle vertrouwen in dat wij een goede opvolger zullen vinden.

Ook binnen de Raad van Toezicht (RvT) zal er een wisseling plaatsvinden. Conform de statuten kan ik niet meer herbenoemd worden. Ik ben heel erg blij dat Geert-Jan Kleijweg mijn rol als voorzitter vanaf 1 januari 2024 over zal nemen. Geert-Jan is al drie jaar lid van de RvT en kent Orange Babies inmiddels goed. Hij en ik gaan de aankomende maanden besteden aan een goede overdracht. Ik ben ervan overtuigd dat Geert-Jan, samen met de andere collega's van de RvT en de nieuwe directeur, de volgende stap in het bestaan van Orange Babies gaan realiseren. Voor mij persoonlijk kan ik alleen maar zeggen dat ik acht waardevolle jaren heb mogen meemaken met hoogte-en dieptepunten. Ik wil graag mijn oprechte dank uitspreken aan Baba, Tanja en mijn collega's in zowel Nederland als Afrika, evenals aan mijn collega's bij de RVT. Zonder hun waardevolle bijdrage had ik mijn rol niet zo succesvol kunnen vervullen als ik heb gedaan. Mijn hart zal altijd oranje blijven.

Graag eindig ik met aandacht voor een zeer belangrijke groep mensen, onze zeer gewaardeerde ambassadeurs partners, sponsors en donateurs en ambassadeurs. Zonder hun inzet en giften kunnen wij niet doen wat we nu al ruim 20 jaar met hele mooie resultaten doen en wat Orange Babies nog vele jaren wil blijven doen. Op naar het lustrum in 2024: Orange Babies 25 jaar!

Namens de Raad van Toezicht,

Astrid Ton, voorzitter

2. Missie en Visie

2.1 Missie:

Orange Babies streeft naar een wereld waar kinderen en jongeren hiv-vrij zijn en blijven en een toekomst hebben waarin ze met zelfvertrouwen in staat zijn een volwaardig en zelfredzaam leven te leiden.

2.2 Visie:

Orange Babies gelooft in een toekomst waarin alle kinderen en jongeren die worden geraakt door hiv, toegang hebben tot de middelen en ondersteuning die nodig zijn om het virus onder controle te houden en tegelijkertijd een gezond en volwaardig leven te leiden. Door nauwe samenwerking met kwetsbare gemeenschappen in Afrika, streven wij naar een toename van bewustzijn, het bevorderen van hiv-preventie en het verbeteren van de kwaliteit van leven voor degenen die leven met het virus. Met als doel een significante bijdrage te leveren aan de inspanningen om hiv te beëindigen in 2030.

3. De projectdoelen

3.1 Keep the negatives negative

Het verminderen van nieuwe hiv-infecties onder adolescenten (10-19) jaar tot <5% in 2025 in de gebieden waar Orange Babies actief is, door ze toegang te geven tot o.a. scholing, voorlichting en hiv-testfaciliteiten.

3.2 95-95-95 goals, zoals bepaald door UNAIDS helpen behalen, in de oranje cirkels*

- 95% van de kinderen tussen 3-19 die leven met hiv is op de hoogte van hun hiv-status
- 95% van deze kinderen gebruikt hiv medicatie
- Bij 95% van deze kinderen is het hiv-virus binnen een jaar ondetecteerbaar (en daarmee niet overdraagbaar)

** Orange Babies heeft een strategie geformuleerd die een holistische aanpak bevordert door het creëren van oranje cirkels waarbinnen projecten en activiteiten complementair zijn ingericht. Orange Babies brengt haar programma's naar gebieden waar de hiv-besmettingsgraad hoog is en grootschalige hulp niet voorhanden is. Rondom deze geografische gebieden trekt Orange Babies een zogenaamde cirkel. Momenteel werkt Orange Babies met 7 cirkels in 3 landen, namelijk Namibië, Zambia en Zuid-Afrika.*

4. SWOT-analyse voor Stichting Orange Babies

Sterktes:

- Creativiteit
- Hoge betrokkenheid bij medewerkers, ambassadeurs en Raad van Toezicht, met een sterk saamenhorigheids gevoel
- Stichting Orange Babies bestaat bijna 25 jaar en heeft zich bewezen als een solide organisatie.
- Uitstekend functionerende projecten in Afrika
- Sterke governance en risicomanagementprocessen
- Medische kennis aanwezig binnen organisatie, internist infectieziekten in RvT en Projectcommissie
- De mogelijkheid voor haar stakeholders om de projecten te bezoeken

- Transparante verantwoording van bestedingen, middels een jaarrekening
- Toegewijde en gemotiveerde medewerkers en vrijwilligers die strijden voor de doelen van de stichting.

Zwaktes:

- Overmatige afhankelijkheid van een beperkt aantal medewerkers
- Afhankelijkheid van beperkt aantal succesvolle evenementen
- Beperkte reserves en middelen om nieuwe programma's te ontwikkelen of bestaande programma's uit te breiden.

Kansen:

- Sterke samenwerking met partners in het veld
- Uitstekend imago en naamsbekendheid
- Toenemende belangstelling voor gezonde levensstijl en preventie van ziekten, wat de bereidheid om te doneren of te sponsoren verhoogt.

Bedreigingen:

- Afhankelijkheid van een beperkt aantal succesvolle partnerships
- Perceptie dat hiv een overwonnen ziekte is
- (Landelijke) Economische tegenslagen die kunnen leiden tot minder beschikbare middelen voor organisaties zoals Orange Babies
- Concurrentie van andere organisaties die zich richten op vergelijkbare doelen.
- Mensen/bedrijven prefereren steeds meer de steun aan lokale doelen

5. Strategie

Stichting Orange Babies vecht mee om de wereldwijde hiv-doelen in 2030 te behalen. Wij richten ons hierin met name op de meest kwetsbare groep voor nieuwe hiv-infecties, namelijk de adolescenten. Om deze reden heeft de stichting als doel om kinderen en jongeren in Zuid-Afrika, Namibië en Zambia te voorzien van (primaire) educatie en voorlichting over hiv-overdracht, zodat zij alle kennis bezitten en verantwoordelijkheid kunnen nemen in hun eigen leven en die van de gemeenschap. Het doel is om jongeren te ondersteunen tijdens de kwetsbare tienerjaren en hen een toekomst zonder hiv te bieden, te beginnen in hun kindertijd.

Orange Babies wil een 'movement' creëren waarin alle kinderen worden aangemoedigd om een Orange Babies Champion te worden. Deze inspanning wordt aangevoerd door lokale jongeren (de Champions Youth groups) die worden ondersteund om hun kracht te ontdekken en bij te dragen aan positieve veranderingen binnen hun gemeenschap.

Een Champion ben je als je:

- Je basiseducatie hebt afgerond;
- Doorstroomt naar secundaire educatie of werk;
- Je gegronde kennis hebt van seksuele voorlichting in het algemeen en hiv-voorlichting in het bijzonder;
- Bekend bent met je hiv-status, door je regelmatig te laten testen
- Je bij een positieve hiv-status gelinkt aan zorg en je volgt een succesvolle hiv-therapie;

- Bereidt bent om hetgeen je geleerd hebt verder te verspreiden onder je leeftijdsgenoten en jongere kinderen;
- Je je commiteert aan de slogan "HIV not via me"

Orange Babies bereikt haar doelstellingen door de focus te leggen op 3 speerpunten;

- Voorlichting met als doel het verhogen van bewustzijn onder adolescenten over hiv en seksuele gezondheid
- Toegankelijk maken van (primaire) educatie
- Testen en linken aan zorg: het verbeteren van toegang tot testfaciliteiten, het bieden van ondersteuning bij medicatie-adherentie.

Pijlers →	EDUCATIE	VOORLICHTING	KNOW YOUR STATUS
	• Basisonderwijs • Na-Schoolse programma's	• Hiv voorlichting • Voorlichting seksuele gezondheid	• Testen • Linken aan zorg
Projecten			
Sekelela		√	√
Family Free 1		√	√
Family Free 2		√	√
NCS	√		√
Pa Kachele School	√		√
Lusuno	√	√	√
Pappa House	√		
Five Rand School	√		
Orange Babies Home	√		
Yabonga	√		
Mount Olive	√		
Kondwa Day Care	√		
Programma's			
Stand Up for Girls	√	√	√
Champions Youth Program	√	√	√

5.1 Toelichting op de projecten

Bij Orange Babies ondersteunen wij diverse projecten die bijdragen aan onze doelstellingen. Elk project bevat ten minste één van onze drie pijlers: educatie, voorlichting of 'know your status' als belangrijk component. De projecten Family Free 1&2, Sekelela, Pa Kachele School, NCS, Lusuno, Yabonga, Mount Olive, de Five Rand School en Pappa House, steunen we reeds sinds een aantal jaar. Ons doel is om tegen eind 2025 alle projecten alle drie de componenten te laten omvatten, zodat we maximale impact hebben op het bereiken van onze doelstellingen

5.2 Toelichting op de programma's

Orange Babies heeft 2 algemene programma's die alle drie de pijlers bevatten. Namelijk Stand up For Girls en Champions Youth Program.

Stand up For Girls:

In 2021 lanceerde Orange Babies het programma "Stand up for Girls" om het aantal hiv-infecties onder adolescente meisjes binnen de oranje cirkels drastisch te verlagen. Het is gebleken dat de hiv-prevalentie onder meisjes bijna twee keer zo hoog is als onder jongens en dat kinderen die de basisschool hebben afgerond twee keer minder kans hebben om hiv op te lopen. Het gebrek aan

educatie is dan ook een belangrijke factor die bijdraagt aan de verspreiding van hiv onder meisjes, maar ook voor tienerzwangerschappen en early marriage.

In veel landen zijn er nog steeds meisjes die niet naar school kunnen vanwege armoede en discriminatie. Het gaat om meer dan 129 miljoen meisjes wereldwijd. Vaak kunnen de ouders zich geen schoolkosten veroorloven, waardoor de keuze vaak valt op het opleiden van zonen in plaats van dochters. Daarnaast hebben meisjes in deze gebieden te maken met menstruatieproblemen doordat ze geen mogelijkheid hebben om maandverband te kopen en door een gebrek aan sanitaire voorzieningen op school. Dit leidt tot vaak tot schoolverzuim.

Dit programma richt zich op het empowerment van meisjes en jonge vrouwen om geïnformeerde beslissingen te nemen over hun lichaam en gezondheid en hen te beschermen tegen hiv en andere soa's. Dit doen we door in de komende drie jaar duizend meisjes tussen de 3 en 18 jaar, binnen de oranje cirkels, toegang te geven tot onderwijs en voorlichting. Orange Babies betaalt het schoolgeld, schoolmaterialen, uniform, na-schoolse programma's en voorlichting voor deze meisjes en biedt dagelijks gezonde maaltijden, monitoring van hun gezondheid en schoolprestaties, na-schoolse begeleiding en gratis sanitaire middelen tijdens hun menstruatie.

Door te investeren in de gezondheid, ontwikkeling en veiligheid van jonge meisjes binnen kansarme gemeenschappen, zal het "Stand up for Girls" programma van Orange Babies de levens van duizend meisjes verbeteren, hen de kennis geven zich te beschermen tegen hiv en hen helpen om een betere toekomst te creëren.

Champions Youth program:

Het Champions Youth Program is een groep van jonge en gepassioneerde adolescenten die hun eigen persoonlijke ervaringen met hiv gebruiken om anderen te begeleiden.

In 2021 is het programma gestart in Ngombe, Zambia, onder de vlag van Sekelela. Dertig gemotiveerde Champions zijn geselecteerd uit de lokale gemeenschap en zijn intensief getraind om hun kennis en vaardigheden te vergroten, zodat ze andere jongeren in de gemeenschap kunnen onderwijzen over belangrijke seksuele gezondheidskwesties en hen kunnen voorzien van test- en begeleidingsdiensten voor hiv/aids. De Champions zijn creatief en innovatief in hun aanpak en gebruiken verschillende methoden, waaronder support groups, social media, sport, theater en poëzie, om hun boodschap over te brengen op jongeren.

Ze hebben hun eigen Youth centrum als vertrekpunt en bezoeken scholen, buurthuizen en markten om hun kennis te delen.

Het Youth centrum heeft 3 belangrijke pijlers: Sexual education & Rights, Positief leven met hiv/aids en Youth friendly health services. Deze kennis wordt o.a. overgebracht door wekelijks meerdere supportgroep meetings te organiseren voor diverse doelgroepen;

- Jongeren met hiv
- Tienermoeders
- Jongeren zonder hiv 'keep the negatives negative'

Daarnaast hebben ze op 3 Orange Babies scholen in de N'gombe community Youth Friendly Corners ingericht, waar voorlichting wordt gegeven aan de kinderen in de bovenbouw. Ook worden hier hiv-testen uitgevoerd en worden hiv-positieve jongeren gekoppeld aan zorg en medicatie.

In de komende 3 jaar zal het programma verder uitgebouwd worden in Zambia en geïntroduceerd worden bij de projecten in Namibië en Zuid Afrika. Waarbij de learnings van de Champions Youth Group in Zambia worden gebruikt als blue print.

6 Fondsenwerving

In de afgelopen jaren heeft Orange Babies zich met name weten te onderscheiden met creatieve fondsenwervende evenementen. Zo was er 12 jaar lang het Orange Babies gala. Ook de jaarlijkse mountainbike Tour langs de verschillende projecten in Afrika, vanaf de eerste tour in 2012 uitgegroeid tot een groot fondsenwervend succes. Daarnaast hebben we twee vaste grote acties derden, te weten de Mystery Mountain en de Weisensee4kids. Naast de events hebben we een vaste basis aan partners opgebouwd. Belangrijk voor Orange Babies, omdat zij zorgen voor continuïteit in de fondsenwerving. In de komende 3 jaar zal Orange Babies zich richten op onderstaande fondsenwervende activiteiten in combinatie met onze vaste basis.

6.1 Go digital

In de toekomst zal fondsenwerving zich steeds meer richten op technologie, big data analytics en sociale media om gericht de juiste mensen te bereiken en hun bijdragen te optimaliseren. Bovendien wordt transparantie en verantwoording steeds belangrijker in de fondsenwerving, waarbij organisaties openheid moeten geven over hun doelen en de impact die ze maken. Om hieraan te voldoen, zal Orange Babies zich moeten transformeren tot een meer digitale organisatie en daarvoor mensen en middelen moeten inzetten. Om alvast de eerste digitale stappen te zetten, kan Orange Babies gebruik maken van crowdfundingplatformen en data-driven marketing door gegevens over hun doelgroep te verzamelen en te analyseren, om gerichte en personaliseerbare campagnes te creëren. Om data-driven marketing uit te voeren, heeft de organisatie technologieën nodig zoals CRM-systemen, marketing automation software en data analytics tools.

6.2 Partners en sponsors

Orange Babies heeft door de jaren heen een solide basis opgebouwd met partners en sponsors. Naast de partners met meerjarige contracten, heeft Orange Babies ook een groep vaste sponsors. Dit betekent dat zij rapportages ontvangen en de mogelijkheid hebben om naar Afrika te reizen om de projecten te bezoeken. De partners zijn van groot belang voor de continuïteit van de projecten en bieden een belangrijke bron van inkomsten.

Om deze belangrijke bron van inkomsten verder uit te breiden, heeft Orange Babies plannen om de vijver van partners en sponsors de komende 3 jaar verder te vergroten. Hiervoor worden verschillende paden bewandeld, waaronder het benaderen van corporate foundations met projectvoorstellen en het zoeken naar bedrijven die zich richten op vrouwen, meisjes, gezinnen of kinderen, evenals bedrijven die zich richten op jongeren en individuen die een persoonlijke connectie hebben met Afrika of de missie van Orange Babies.

Het belangrijkste blijft de persoonlijke benadering van Orange Babies, waarmee ze in het verleden al succesvol zijn gebleken. Om de huidige partners en sponsors aan zich te blijven binden, zijn er

verschillende manieren waarop Orange Babies kan werken aan duurzame relaties. Zo is het geven van waardering van groot belang, het bieden van regelmatige communicatie over de ontwikkelingen en activiteiten van Orange Babies, het bieden van exclusieve toegang tot evenementen en projectbezoeken en het laten zien dat Orange Babies verantwoord en transparant omgaat met donaties.

6.3 Events en acties derden

Het is van belang voor Orange Babies om de jaarlijkse evenementen te blijven ontwikkelen en vernieuwen om hun potentieel te maximaliseren en bij te dragen aan het behalen van onze doelen. Hoewel we momenteel mooie evenementen hebben, zoals de Fietstour in Afrika en het Family Dinner, moeten we ons blijven concentreren op het ontwikkelen van nieuwe en innovatieve formats. Dit zal ons in staat stellen om een breder publiek te bereiken en onze impact te vergroten, terwijl we tegelijkertijd de trouwe steun van onze huidige supporters behouden. Net zoals de Fietstour in het verleden het gala heeft kunnen vervangen, streven we ernaar om een evenement te bouwen dat naast de Fietstour kan groeien en zo onze mogelijkheden om bewustzijn te creëren en fondsen te werven.

Bij Orange Babies beseffen we dat fondsenwervende acties die door anderen worden georganiseerd van onschatbare waarde zijn. Deze 'acties derden' zijn een belangrijk onderdeel van onze ambitie om zoveel mogelijk geld in te zamelen. Met name evenementen als de Mystery Mountain en de Weissensee hebben al bewezen enorm succesvol te zijn. Maar we willen meer! Daarom zullen we proactief samenwerken met andere organisaties en individuen om deze acties te laten groeien en te ondersteunen.

7. Communicatie

Orange Babies is een nieuwe weg ingeslagen door de focus te verleggen van moeder-op-kind-transmissie naar een toekomst zonder hiv voor jongeren. De organisatie heeft als doel om dit streven te communiceren naar haar achterban, bewustzijn te creëren en uiteindelijk fondsen te werven. Om dit te bereiken zal Orange Babies een apart communicatieplan schrijven, waarin de algemene communicatie wordt besproken en een aantal specifieke communicatie speerpunten worden benoemd, waaronder het programma Stand up for Girls en de viering van het 25-jarig jubileum van de organisatie in 2024.

De belangrijkste doelgroep voor de communicatie-inspanningen van Orange Babies zijn vrouwen tussen de 30 en 55 jaar, die zich maatschappelijk betrokken voelen en geïnteresseerd zijn in thema's zoals gezondheidszorg, kinderen en vrouwenrechten. De tweede doelgroep bestaat uit bedrijven en non-profitorganisaties die zich willen inzetten voor maatschappelijke doelen.

Om deze doelgroepen te bereiken, maakt Orange Babies gebruik van verschillende communicatiekanalen. Zo worden social media-platforms zoals Facebook, Instagram, Twitter en LinkedIn ingezet om de boodschap op een laagdrempelige manier te verspreiden onder een groot publiek. Daarnaast maakt de organisatie gebruik van gratis publiciteit, zoals persberichten, interviews en media-aandacht, om haar boodschap op een grotere schaal te verspreiden en de aandacht te trekken van potentiële donateurs en partners.

Orange Babies is zich ervan bewust dat het oproepen van emoties essentieel is om effectief te zijn als goed doel. Daarom zal de organisatie verhalen delen die aanspreken en raken, om zo te laten zien wat voor verschil de stichting maakt.

7.1 Ambassadeurs

Orange Babies gaat op zoek naar nieuwe gezichten om het ambassadeursteam uit te breiden, vooral gericht op influencers. Deze influencers moeten gepassioneerd en betrokken zijn bij gezondheids- en maatschappelijke kwesties, met specifieke interesse in hiv-problematiek en jongeren. Daarnaast is een groot bereik en actieve community op social media, vooral op Instagram en YouTube, belangrijk. Ook moeten influencers integer en geloofwaardig zijn binnen hun doelgroep en de maatschappij, en een stijlvolle en inspirerende persoonlijkheid hebben die aansluit bij de doelen en de beleving van Orange Babies. Beschikbaarheid en bereidheid om samen te werken met Orange Babies en hun doelen te ondersteunen is ook vereist. We verwachten van elke ambassadeur dat ze minimaal 4x per jaar over Orange Babies communiceren of hun tijd op een andere manier inzetten. Het doel is om influencers te vinden die een echte connectie hebben met de stichting en haar doelen, en die kunnen helpen bij het verspreiden van de boodschap over hiv-preventie en het vergroten van het bereik van Orange Babies.

7.2 25 jaar Orange Babies

In januari 2024 viert Stichting Orange Babies haar 25-jarig bestaan en grijpt deze gelegenheid aan om haar successen te vieren en fondsen te werven voor de projecten. Het doel van deze fondsenwervende activiteiten is om de laatste stappen te zetten in de strijd tegen hiv en om de doelstellingen van UNAIDS te behalen, namelijk 95-95-95 te bereiken voor 2030. Het jubileumprogramma omvat een reeks evenementen en (online) PR activiteiten die gericht zijn op het creëren van bewustzijn en het aantrekken van donaties. Het jubileum biedt ook een unieke gelegenheid om een campagne op te zetten rondom het Stand Up for Girls-programma van Orange Babies, dat zich inzet voor de gezondheid en toekomst van meisjes in Afrika.

8. De organisatie

Stichting Orange Babies is een onafhankelijke stichting. Deze is in haar beleid niet afhankelijk van een overheid of een niet-gouvernementele organisatie, noch van een bedrijf of een persoon.

Het bestuur, onder toezicht van de Raad van Toezicht (RvT) wordt aangestuurd door onze Algemeen Directeur. In samenspraak met de RvT, ontwikkelt de algemeen directeur het beleid en de strategieën, evenals het jaarplan en de begroting. De algemeen directeur is aanwezig bij de vergaderingen van de Raad van Toezicht. Aan de hand van rapportages (beleidsplan, jaarplan, kwartaalverslagen, jaarverslag, rapportages uit Afrika) en de uitwisseling van informatie in verschillende commissies wordt verantwoording afgelegd aan de Raad van Toezicht.

Elk jaar evalueert de Raad van Toezicht, of een delegatie daarvan, het functioneren van de Algemeen Directeur en stelt de salarissen en vergoedingen vast.

8.1 Aansturing projecten:

De aansturing van de projecten van Orange Babies gebeurt vanuit het kantoor door de Hoofd Projecten Afrika, die contact heeft met de country managers, het lokale bestuur en de projecten. Elk jaar wordt er een voorstel gevraagd vanuit de projecten en deze worden in eerste instantie beoordeeld door de hoofd projecten Afrika. Waarna er, in overleg met de Project Commissie een financiële toekenning gedaan wordt. Deze wordt ter goedkeuring voorgelegd aan het RvT. Er is regelmatig contact met de projecten om de KPI's te monitoren en twee keer per jaar vindt er een officiële rapportage plaats.

De Project Commissie bestaat uit leden van de Raad van Toezicht, een oud RvT-lid, een onafhankelijke persoon met een achtergrond in (hiv) medische zorg en de Hoofd Projecten Afrika. De algemeen directeur is meestal aanwezig bij de vergaderingen van de commissie, maar maakt geen deel uit van de commissie. Ze vergaderen minstens drie keer per jaar om de voortgang van projecten te bespreken, te beoordelen op efficiëntie en rapportage, en om locatiebezoeken te plannen. Tijdens deze vergaderingen worden het semesterrapport en het jaarverslag besproken en worden nieuwe projecten en initiatieven overwogen. De conclusies van de projectcommissie worden gerapporteerd aan de RVT.

8.2 Lokale kantoren

Tijdens de Covid-19-periode moesten we niet alleen het personeelsbestand in Nederland inkorten, maar ook lokaal. Dit resulteerde in het afscheid van de country manager in Namibië en het sluiten van het kantoor in Zuid-Afrika. In Namibië is er een zeer actief bestuur aanwezig, met daarbinnen een managementteam, dat de projecten wekelijks ondersteunt. De projecten in Zuid-Afrika hebben rechtstreeks contact met de Hoofd Projecten Afrika. Het streven is om vanaf 2024 weer een country manager in alle landen te hebben. Dit geeft de Hoofd Projecten Afrika in Nederland ook meer tijd om zich te concentreren op strategie in plaats van uitvoering.

8.3 Vermogensbeheer

Het bestuur beslist over de interne organisatie en levert de werkplannen, begrotingen en tussentijdse rapportages. De Raad van Toezicht beoordeelt het bestuur en keurt de begroting goed. Er zijn procedures voor kwaliteits- en financiële controle. Bij ontbinding van de stichting wordt het saldo overeenkomstig het doel van de stichting besteed. De Raad van Toezicht wordt elke vergadering op de hoogte gebracht van ontwikkelingen, uitgaven en inkomsten. Het CBF wordt aangehouden voor de verhouding van uitgaven en fondsenwerving.

8.4 Beleid voor gestandaardiseerde begroting

Orange Babies wil haar continuïteitsreserve in lijn brengen met de eisen van de 'Vermogensnormering Goede Doelen' commissie en zal de reserve de komende jaren strikt monitoren om deze te versterken. Er zal een gestandaardiseerd begrotingsbeleid worden toegepast waarbij het eerste bedrag van EUR 50.000 boven het streefresultaat apart wordt gehouden om de continuïteitsreserve te herstellen en bedragen boven EUR 50.000 verdeeld worden tussen projecten en het uitbreiden van de reserve. Zodra het gestelde doel van 1,25 maal operationele kosten wordt bereikt, zullen alle fondsen worden toegewezen aan projecten en dagelijkse activiteiten. De Covid-19 pandemie heeft de reserves van de organisatie aangetast, maar in de periode 2023-2025 zal Orange Babies strenger toezien op het opbouwen van de reserve.

9. Bijlage - Meerjarenbegroting

Begroting jaar	2023	2024	2025
LASTEN			
Personeelskosten	€ 376.437	€ 407.804	€ 469.610
Huisvestingskosten	€ 38.865	€ 39.871	€ 40.563
Kantoorkosten	€ 26.421	€ 28.399	€ 28.899
Algemene kosten	€ 42.042	€ 43.650	€ 45.150
Afschrijvingskosten	€ 33	€ 933	€ 933
PR- en communicatie	€ 12.500	€ 15.000	€ 17.500
Uitvoeringskosten projecten	€ 142.125	€ 127.975	€ 129.235
Directe wervingskosten	€ 125.525	€ 125.175	€ 125.175
Projecttoekenningen Z-A	€ 183.000	€ 201.300	€ 221.430
Projecttoekenningen Namibie	€ 127.800	€ 140.580	€ 154.638
Projecttoekenningen Zambia	€ 134.400	€ 147.840	€ 162.624
Champions programma	€ 54.000	€ 54.000	€ 54.000
TOTAAL LASTEN	€ 1.263.148	€ 1.332.528	€ 1.449.757
BATEN			
Schenken en giften	€ 137.000	€ 150.700	€ 165.770
Eigen evenementen	€ 492.750	€ 588.750	€ 588.350
Akties derden	€ 190.000	€ 220.000	€ 255.000
Structurele donaties	€ 55.000	€ 55.000	€ 55.000
Geormerkte giften	€ 318.805	€ 284.805	€ 324.805
Ongeormerkte giften	€ 27.224	€ 24.984	€ 28.984
Verkopen en licenties	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000
Overige algemene opbrengsten	€ 60.000	€ 66.000	€ 72.600
TOTAAL BATEN	€ 1.290.779	€ 1.400.239	€ 1.500.509
Resultaat	€ 27.631	€ 67.711	€ 50.752