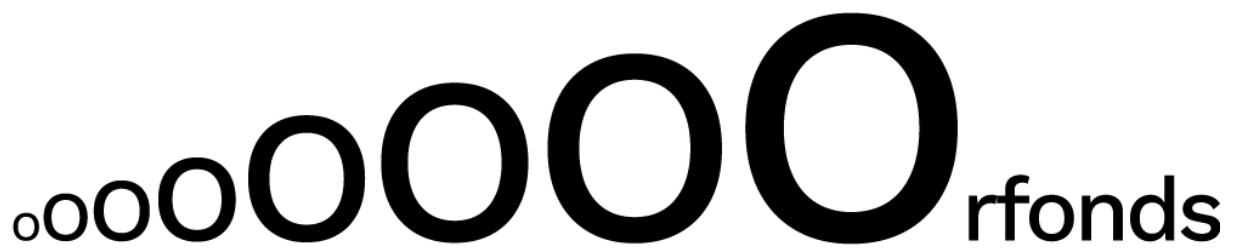


Stichting Oorfonds Nederland



Beleidsplan 2023-2028, focus op periode 2023-2025

Referentie: Beleidsplan Oorfonds 2023-2028 – V1.2.doc

Datum: 1 dec 2024

Status: Definitief – correctie financieel

Auteurs: René van der Heijden, Eddy de Ridder (Vital Innovators)

INHOUDSOPGAVE

1. INLEIDING	3
2. MISSIE & VISIE	4
2.1 MISSIE	4
2.2 VISIE	4
2.3 URGENTIE	4
2.4 DOELSTELLING	5
3. HUIDIGE SITUATIE & DOELEN VOOR 2028	6
3.1 HUIDIGE SITUATIE	6
3.2 DOELEN VOOR 2028	6
3.3 ONZE STELLING	7
4. STRATEGIE & PLANNING 2023 – 2025	8
4.1 DOELBESTEDING	8
4.2 VOORLICHTING, PR & COMMUNICATIE	9
4.3 BEDRIJFSVOERING	9
4.4 FONDSSENWERVING & MARKETING	10
5. ORGANISATIE & HET WERKVELD	11
5.1 ORGANISATIE	11
5.2 HET WERKVELD	11
6. FINANCIËN	13
BIJLAGE I SWOT 2023	15
BIJLAGE II BUSINESS MODEL CANVAS 2023	16
BIJLAGE III REFERENTIES	17

1. INLEIDING

Het Oorfonds is opgericht in september 2019 en heeft als missie alle oorproblemen de wereld uit te helpen.

In de afgelopen jaren heeft het Oorfonds aan naamsbekendheid gewonnen en een substantiële bijdrage geleverd aan de groeiende aandacht in de media voor oorproblemen.

In dit beleidsplan beschrijven we allereerst onze missie, visie en onze doelen. Vervolgens geven we aan hoe groot de urgentie is van de oorproblemen in Nederland en dat we alle ondersteuning kunnen gebruiken voor het bereiken van onze doelen. Daarna gaan we kort in op de huidige situatie en onze ambities voor 2028 om vervolgens compact weer te geven wat onze strategie is met de meest belangrijke activiteiten in 2023 t/m 2025. Een overzicht van onze organisatie volgt daarna en we besluiten het plan met inzicht in onze financiële plannen en doelen.

Recentelijk heeft het Oorfonds-team de strategie aangescherpt om een forse stap vooruit te zetten. Om goed helder te hebben waar het team voor wil gaan en waar voor de komende jaren de focus ligt, is een Sterkte Zwakte (SWOT) analyse uitgevoerd en een Business Model Canvas (BMC) ingevuld.

In bijlage 1 is de SWOT weergegeven. De conclusies daaruit zijn gebruikt voor de bepaling van de doelen van 2028 en de strategie & planning 2023 -2025. Er zijn overduidelijk veel kansen voorhanden. Daarnaast zien we dat de bedreigingen met onze sterktes goed het hoofd kunnen bieden en zelfs kunnen omzetten in kansen. In bijlage 2 is het ingevulde Business Model Canvas weergegeven. Hierin hebben we gezamenlijk keuzes gemaakt waar we onze aandacht op gaan richten. Ook dit is input voor de doelen van 2028 en de strategie & planning 2023 -2025.

2. MISSIE & VISIE

Het Oorfonds is opgericht in september 2019 en heeft als doel alle oorproblemen de wereld uit te helpen en de belangen van mensen met een ooraandoening beter te behartigen.

Het fonds is een initiatief van mensen die zelf te maken hebben met een ooraandoening. Uit de vele gesprekken die zij met onderzoekers, KNO-artsen, patiëntenorganisaties en audiologen voerden, bleek een duidelijke noodzaak voor meer wetenschappelijk onderzoek om te komen tot oplossingen. Omdat voor meer wetenschappelijk onderzoek financiering nodig is en gerichte fondsenwerving voor ooronderzoek nog niet bestond, hebben zij in 2019 het Oorfonds opgericht.

2.1 Missie

Het Oorfonds heeft als missie oorproblemen de wereld uit te helpen.

2.2 Visie

Het Oorfonds signaleert dat er op vele terreinen nog te weinig rekening gehouden wordt met mensen met een oorprobleem. Dat leidt tot isolement en maatschappelijke uitval. Het Oorfonds wil duidelijk en zichtbaar maken dat voor veel ooraandoeningen weldegelijk een oplossing gevonden kan worden. Daarom is meer wetenschappelijk onderzoek essentieel.

2.3 Urgentie

Volgens de WHO heeft in 2050 1 op de 4 mensen wereldwijd last van oorproblemen. Dat ook in Nederland de oorproblemen groot en urgent zijn, blijkt wel:

Veel Nederlanders hebben oorproblemen

- In Nederland hebben 1,8 miljoen mensen, jong en oud, op een of andere manier een probleem met hun gehoor of evenwichtsorgaan.
- 1,6 miljoen mensen ervaren het ook echt als een handicap. Deze 'oorproblemen', zoals gehoorverlies, oorsuizen (tinnitus), overgevoeligheid voor geluid, doofheid en duizeligheid liggen ook vaak aan de basis van andere problemen, bijvoorbeeld bij communicatie. En communicatie in onze samenleving is nu eenmaal heel belangrijk.
- Eén op de acht Nederlanders boven de 40 jaar heeft gehoorverlies en één op de zeven kinderen tussen 9 en 15 jaar heeft beginnende gehoorschade.

Oorzaken

- **Genetische aandoeningen en ziekte**
Gehoörproblemen bij volwassenen worden voor 30 tot 50% bepaald door genetische factoren. Recente inzichten geven aan dat genetische factoren bij aandoeningen van het gehoor een grotere rol dan gedacht spelen. Bij 55 tot 60% van de kinderen met

aangeboren gehoorverlies bijvoorbeeld zijn deze problemen helemaal genetisch bepaald.

- **Met de leeftijd verslechtert het gehoor**

Nederland kent 1,3 miljoen leeftijdsgelateerde slechthorenden met matig tot ernstig gehoorverlies. Door vergrijzing neemt dat aantal tussen nu en 2030 toe tot 1,7 miljoen Nederlanders.

- **Lawaai**

Uit FNV-onderzoek blijkt dat 10% van de Nederlandse werknemers te maken heeft met schadelijk geluid op het werk. Als je geen gehoorbescherming draagt, loop je risico op gehoorschade en lawaaidoofheid.

- **Onbekend**

Er zijn ook nog oorproblemen/aandoeningen waarvan nog niet bekend is wat de oorzaak is. Denk bijvoorbeeld aan plotsdoofheid of de ziekte van Ménière.

Financiële gevolgen van oorproblemen

- Een oorprobleem staat vaak aan de basis van een waaier aan andere problemen. Volgens Engels onderzoek (Nederlands onderzoek ontbreekt) kost deze problematiek de Nederlandse samenleving €7,6 miljard per jaar. En het staat hier goed: het Engelse Oorfonds heeft dit onderzoek uitgevoerd voor de Nederlandse samenleving. Het gaat dan om bijvoorbeeld taal- en ontwikkelingsstoornissen voor kinderen met gehoorproblemen, maatschappelijke uitval, botbreuken en ander letsel bij vooral ouderen met evenwichtsproblemen, eenzaamheidsproblematiek, geheugen- en cognitieve problemen en mogelijk dementie. De kans op dementie op latere leeftijd is bij iemand met een gehoorprobleem vijf keer zo groot.

2.4 Doelstelling

Vanuit de missie, visie en urgentie heeft het Oorfonds twee belangrijke doelen gedefinieerd:

1. wetenschappelijk onderzoek naar oorproblemen financieren.
2. meer draagvlak creëren voor ooraandoeningen en onderzoek naar voorkomen en genezen in de samenleving.

Hoe het Oorfonds deze doelen wil invullen, is weergegeven in hoofdstuk 4.

3. HUIDIGE SITUATIE & DOELEN VOOR 2028

3.1 Huidige situatie

In de afgelopen jaren hebben we, ondanks de COVID periode, veel aan naamsbekendheid gewonnen en daarmee ook veel meer aandacht kunnen geven aan oorproblemen. Waar het in de eerste jaren vooral via persoonlijke contacten ging, kunnen mensen ons intussen ook online en via activiteiten vinden. Zo hebben we ons verhaal al vele malen kunnen vertellen in diverse belangrijke lokale en landelijke bladen, regionale en nationale televisieprogramma's. We hebben een eigen website, LinkedIn profiel en Facebook pagina en Instagram account. Bovendien hebben we inmiddels een uitgebreid en goed netwerk opgebouwd met de juiste pers en media.

In de afgelopen periode haalden we geld op door (1) donaties van contacten uit ons netwerk, (2) donaties via onze site, (3) een aantal acties die we zelf hebben uitgevoerd, (4) een mooi aantal acties door contacten uit ons netwerk en (5) bijdragen door een fonds.

Ook in de onderzoekswereld in Nederland hebben we een groot netwerk opgebouwd. Zo onderhouden we goede contacten met de 7 academische centra in Nederland. Op dit moment ondersteunen we al een aantal wetenschappelijke onderzoeken financieel maar het is voor ons duidelijk dat er veel meer geld nodig is om (1) de huidige (succesvolle) onderzoeken te kunnen uitbreiden en (2) nieuwe onderzoeken op te starten.

3.2 Doelen voor 2028

Zoals in paragraaf 2.4 staat beschreven hebben we twee doelen gesteld waarmee we onze missie willen bereiken: 1) het financieren van wetenschappelijk onderzoek naar oorproblemen en 2) meer draagvlak creëren voor ooraandoeningen en onderzoek naar voorkomen en genezen in de samenleving.

Na een eerste focus op naamsbekendheid en draagvlak in de afgelopen jaren gaan we de komende jaren meer focus leggen op fondsenwerving. We gaan het aantal (vaste) donateurs uitbreiden, aandacht geven aan nalatenschappen, aanvragen indienen bij de juiste overheidssubsidies, de mogelijkheden voor steun vanuit vermogensfondsen en goede doelen loterijen onderzoeken én concreter samenwerken met bedrijven en maatschappelijke organisaties.

We stellen voor 2028 een aantal ambitieuze doelen en willen dan het volgende gerealiseerd hebben:

- Een jaarlijkse opbrengst van €2-3 miljoen. Dit is nodig om als fonds onderzoeken te financieren, als goed doel erkend te worden en een bijdrage te kunnen leveren aan het voorkomen en genezen van ooraandoeningen.
- Voldoende medewerkers in de organisatie (we denken tenminste 5 FTE) waarmee de bedrijfsvoering, fondsenwerving en marketing, doelbesteding en voorlichting, PR en communicatie goed is ingevuld.
- Een aantal goede ambassadeurs aan ons verbinden die helpen met het uitdragen van de boodschap.

- Een wetenschappelijke raad die helpt met het bepalen naar welke onderzoeken het opgehaalde geld gaat (via bepaalde criteria die we samen opstellen).
- Een goed vast netwerk van vrijwilligers die ons ondersteunen op allerlei gebied, van wetenschappers waarmee we kennis delen en aandacht vragen voor de problematiek en van bedrijven die met ons samenwerken.
- Gezien worden als de autoriteit op gebied van het financieren van wetenschappelijk onderzoek naar het voorkomen en genezen van ooraandoeningen.

3.3 Onze stelling

Oorproblemen kosten de maatschappij per jaar nu €7,6 miljard, zo blijkt uit onderzoek van het Engelse Oorfonds (zie bijlage III, referentie 1). Dat is €4000,- voor elke persoon die te kampen heeft met een oorprobleem.

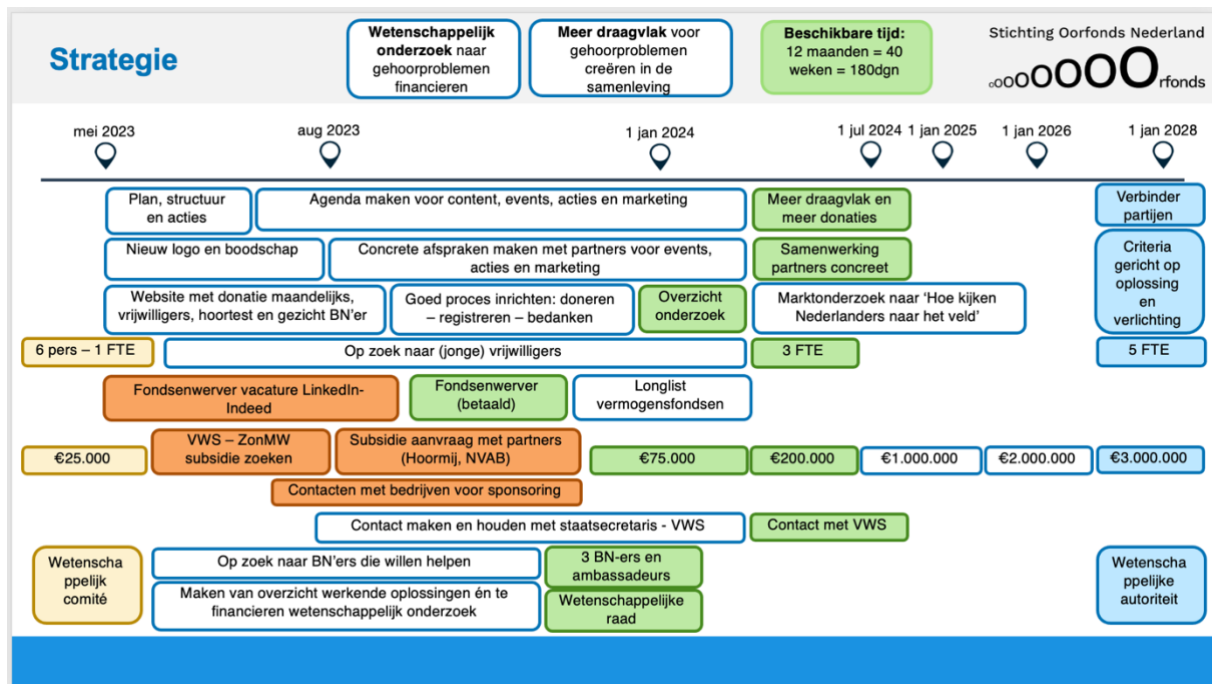
Zodra we met meer onderzoek 1000 patiënten kunnen genezen of kunnen voorkomen dat er 1000 patiënten bijkomen door preventie, dan realiseren we een besparing voor de maatschappij van €4.000.000 per jaar.

En als we met meer onderzoek 1000 patiënten een betere kwaliteit van leven kunnen geven, dan realiseren we de mogelijkheid voor die personen om weer volledig deel te nemen aan onze samenleving.

4. STRATEGIE & PLANNING 2023 – 2025

Vanuit het principe “Denk groot, begin klein” beginnen we met de eerste haalbare stap om uiteindelijk onze doelen van 2028 te kunnen bereiken. We kiezen ervoor om in eerste instantie 2-3 jaar vooruit te kijken tot en met 2025.

In bijgevoegde afbeelding is onze strategie voor de komende jaren op grote lijnen schematisch weergegeven.



Het meest belangrijk in deze periode is dat we een goede stabiele organisatie neerzetten en, zoals eerder aangegeven, meer focus leggen op fondsenwerving. Aan de hand van de vier belangrijke pijlers waar een goede doelen organisatie op steunt, willen we onze strategie op de volgende manier invullen:

4.1 Doelbesteding

We beschikken over een basis overzicht van aandoeningen, weten waar onderzoek gedaan wordt en waar dus financiering goed gebruikt kan worden. We hebben goede contacten met wetenschappers waardoor we ook relevante verhalen en echte, mooie resultaten kunnen presenteren op onze website en op social media.

Ons comité van aanbeveling willen we omvormen tot twee verschillende raden: een maatschappelijke en een wetenschappelijke raad. De maatschappelijke raad bestaat uit een aantal ambassadeurs, o.a. bekende Nederlanders, die daadwerkelijk affiniteit hebben met ons doel. Zo kunnen we een groter publiek bereiken en meer aandacht genereren bij de media.

De wetenschappelijke raad bestaat uit 5 wetenschappers die ons helpen met inzicht in belangrijke onderzoeken en in keuze van besteding van de gelden aan de verschillende onderzoeken. We willen hierbij samen met het werkveld goed bepalen welke expertises en welke profielen relevant zijn zodat de raad het gehele onderzoeksveld kan beslaan.

We hebben een goed beeld van de behoefte van onze doelgroep. Toch willen we, liefst met een partner (bijvoorbeeld vanuit de audiciens, fabrikanten of patiëntenverenigingen), een uitgebreid onderzoek uitvoeren waarin we vragen beantwoord krijgen als 'Hoe groot is het oorprobleem in Nederland eigenlijk? Hoeveel mensen ervaren het als een probleem? Wat betekent het om niet goed te kunnen horen?

4.2 Voorlichting, PR & Communicatie

Op dit gebied hebben we veel ervaring. De basis is dan ook goed op orde. We hebben een mediaspecialist in ons midden waardoor we veel contacten hebben met pers en media. Tevens is onze website net vernieuwd en kunnen we vervolgstappen maken op gebied van eenduidige communicatie en voorlichting.

Om de voorlichting en communicatie nog sterker te maken, hebben we de ambitie om intensiever samen te werken met de patiëntenverenigingen. Op deze manier wordt de algemene urgentie nog wijder verspreid. Dit hoeft echter niet alleen beperkt te blijven tot de patiëntenverenigingen.

4.3 Bedrijfsvoering

De basis van een secretariaat staat en er is een goede structuur voor de financiën en administratie. Een database met contacten (CRM) is aangelegd. Het proces van doneren naar registreren en vervolgens weer door naar bedanken en opvolgen, kan strakker. We zullen hiervoor moeten gaan automatiseren van doneren op de website naar registreren in CRM en vervolgens het versturen van een e-mail.

Op dit moment is de totale inzet van bestuur en leden nog beperkt (1FTE) maar om alle activiteiten te kunnen uitvoeren en doelen te bereiken die we in het beleidsplan beschrijven zal die inzet verhoogd moeten worden. Over 2 jaar willen we tenminste op de 3FTE zitten.

Er zijn twee manieren om het aantal uren aan inzet te verhogen: het werven van betaalde medewerkers en het binden van vrijwilligers aan ons fonds. Aangezien de financiële middelen op dit moment nog beperkt zijn, werken we aan het binden van vrijwilligers die mee willen werken aan (1) het organiseren van events en activiteiten om donateurs te werven en (2) bloggen en het verspreiden van de boodschap op social media om zo aandacht te vragen voor de urgentie van oorproblemen en onze naamsbekendheid te vergroten.

We zien hier veel kansen, vooral bij mensen die zelf te maken hebben met oorproblemen. In het verleden bestond er veel schaamte en onwetendheid, maar tegenwoordig is er een steeds grotere groep jongeren die zich niet schaamt. Zij willen juist laten zien dat ze iets met hun gehoor hebben en bijdragen aan meer bewustwording.

4.4 Fondsenwerving & Marketing

De basis voor onze marketing is al voor een groot deel opgezet met een nieuwe website en een database met contacten (CRM) maar het daadwerkelijke fondsenwerven moet sterk verbeteren. Die expertise is op dit moment niet aanwezig binnen de organisatie. Daarom gaan we op zoek naar een goede fondsenwerver. Uit onderzoek is aangetoond dat een betaalde professionele fondsenwerver daadwerkelijk het verschil kan maken.

Ons eerste financiële doel over 2 jaar is het bereiken van een jaarlijkse opbrengst van €200.000. Daarvoor is iemand nodig die weet hoe we het aantal donateurs kunnen vergroten en hoe we vermogensfondsen en goede doelen loterijen aan ons kunnen binden.

Daarnaast gaan we op zoek naar de juiste subsidiemogelijkheden en partners om samen mee aan te vragen, waardoor we een goed kapitaal hebben om een doorgroei te maken naar een organisatie van 3 FTE. Wij verwachten dat het ministerie en aanverwante organisaties er niet omheen kunnen dat de oorproblemen wereldwijd aantoonbaar groter worden én dat ze ook zien dat er oplossingen mogelijk zijn met gentherapieën en cochleair implantaten waar meer geld voor nodig is.

Onderzoek heeft uitgewezen dat elke organisatie die we spreken en die affiniteit heeft met de oorproblematiek met het Oorfonds wil samenwerken. We zien hier dus veel mogelijkheden met voordelen voor alle partijen. We zullen allereerst concrete samenwerkingen aangaan met partners (zoals bedrijven, patiëntenorganisaties, evenementenbureaus en muziekfestivals) om samen evenementen en acties op te zetten.

Ons plan is om ieder jaar eenzelfde soort fondsenwervend evenement te organiseren, in de vorm van een diner, benefietgala of sportevenement.

5. ORGANISATIE & HET WERKVELD

5.1 Organisatie

Bestuur & Ondersteuning

Het Oorfonds kent een driekoppig bestuur waarvan de leden voor tenminste 3 jaar aan blijven met de optie om voor 3 jaar te verlengen. Naast het bestuur zijn er 3 personen die het bestuur adviseren en ondersteunen.

Bestuur:

Voorzitter: René van der Heijden (rene@oorfonds.nl)

Secretaris: Karen Rethmeier (karen@oorfonds.nl)

Penningmeester: Jeffrey Janssen (jeffrey@oorfonds.nl)

Adviseurs:

Dennis Hardes

Arthur Robbesom

Alonda van Toor

Gegevens:

Stichting Oorfonds Nederland

Statutair gevestigd in Bergen (Noord-Holland)

Bezoekadres: Durendaelweg 34, 5056 MX, Berkel-Enschot

RSIN: 860387860

De stichting heeft een ANBI status.

De leden van het bestuur ontvangen geen beloning voor hun werkzaamheden. Zij hebben wel recht op vergoeding van gemaakte kosten in de uitoefening van hun functie en op een niet-bovenmatig vacatiegeld. In verband met de opstart en de beschikbare liquide middelen heeft het bestuur afgezien van haar recht op vacatiegeld voor de jaren 2022 en 2023.

Comité van aanbeveling

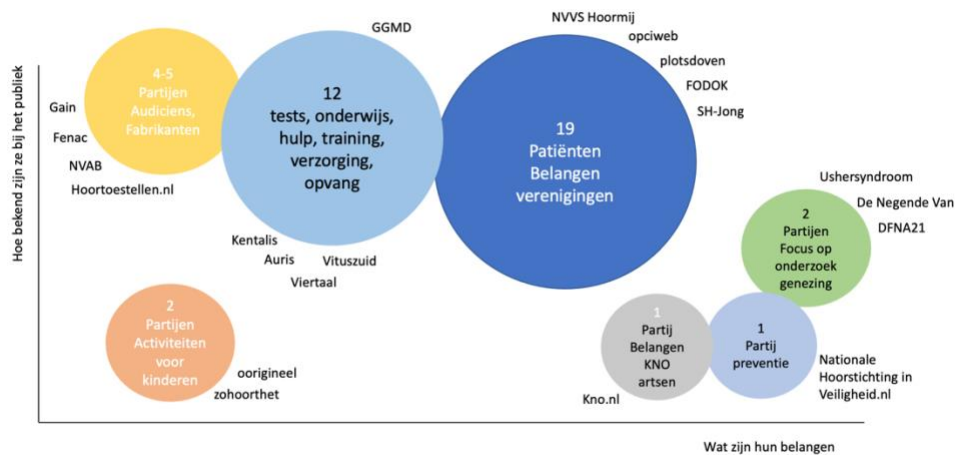
Het Oorfonds kent een comité van aanbeveling dat het doel van het Oorfonds onderstreept.

Meer inhoudelijke informatie is te vinden op <https://www.oorfonds.nl/over-ons/>.

5.2 Het werkveld

Het landschap van alle partijen die zich bezighouden met de oorproblematiek is groot en divers. In onderstaande afbeelding is dit schematisch weergegeven met een aantal organisatie voorbeelden.

Er zijn veel patiëntenverenigingen die zich richten op voorlichting en belangenbehartiging. Een klein aantal stichtingen heeft, net als het Oorfonds, focus op (financiering van) wetenschappelijk onderzoek.



Dit betekent dat veel organisaties dezelfde doelgroepen als het Oorfonds proberen te bereiken.

Daarom wil het Oorfonds een duidelijke eigen uitstraling hebben en de focus houden op financiering van wetenschappelijk onderzoek maar ook vooral veel samenwerken met de andere patiënten- en andere belangenverenigingen.

6. FINANCIËN

Omdat we voor 2028 ten doel hebben gesteld om €2-3 miljoen per jaar binnen te halen, gaan we in de opbouw naar 2025 uit van een bedrag van €200.000 voor dat jaar.

In onderstaande tabel is weergegeven welke baten we willen bereiken in de komende jaren.

Mogelijke baten	2023		2024		2025	
Particulieren						
Donateurs	€ 2.500	4%	€ 12.500	11%	€ 35.000	14%
Eenmalige giften (Event)	€ 15.000	27%	€ 37.500	32%	€ 65.000	25%
Periode schenkingen	€ 600	1%	€ 5.000	4%	€ 10.000	4%
Nalatenschappen						
Acties derden	€ 2.500	4%	€ 2.500	2%	€ 30.000	12%
Bedrijven	€ 5.000	9%	€ 10.000	9%	€ 20.000	8%
Vermogensfondsen	€ 5.000	9%	€ 38.000	33%	€ 95.000	37%
Subsidies	€ 25.000	45%	€ 10.000	9%		0%
Totaal	€ 55.600	100%	€ 115.500	100%	€ 255.000	100%
Mogelijk kosten						
	€ 2.023		2024		2025	
Vergoeding fondsenwerver	€ 15.000	27%	€ 20.000	19%	€ 25.000	11%
Werving (10-15% van omzet)	€ 7.500	14%	€ 10.000	9%	€ 20.000	9%
Evenementen-Acties-Materialen	€ 2.500	5%	€ 10.000	9%	€ 20.000	9%
Onderzoek	€ 25.000	45%	€ 55.500	53%	€ 135.000	60%
Algemene kosten	€ 5.000	9%	€ 10.000	9%	€ 25.000	11%
Totaal	€ 55.000	100%	€ 105.500	100%	€ 225.000	100%
Toevoegen weerstandvermogen	€ 600	1%	€ 10.000	9%	€ 30.000	13%

We voorzien dat we in het eerste jaar met behulp van een subsidie de organisatie kunnen uitbreiden met een fondsenwerver, terwijl we de helft van onze baten kunnen besteden aan de doelbesteding.

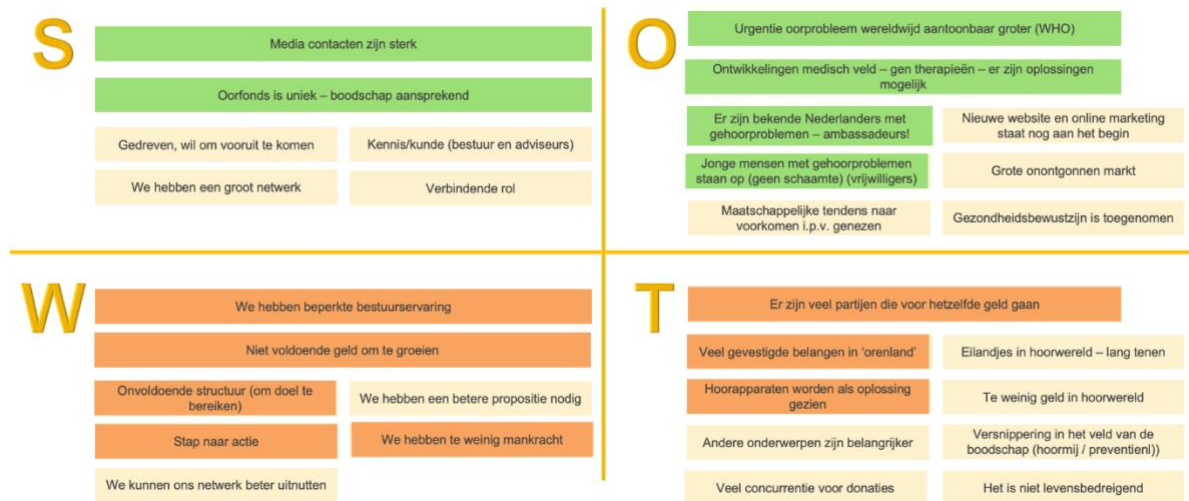
We willen in 2023 een eerste evenement organiseren met een goede aanzet tot een vast evenement elk jaar.

In 2024 willen we de baten verdubbeld hebben. Na een aanlooptijd in 2023 zal de fondsenwerver op stoom komen en de inspanningen gaan uitbetalen. Tevens verwachten we dat aangesloten, geworven vrijwilligers goed kunnen helpen bij diverse acties die het Oorfonds zelf en derden ondernemen om geld in te zamelen. We doen een beroep op dezelfde subsidie die we in 2023 binnenhalen.

In 2025 krijgen we twee keer zoveel inkomsten uit donaties, giften en periodieke schenkingen en we krijgen baten uit de eerste nalatenschappen.

Alhoewel een groot deel van de activiteiten onbetaald uitgevoerd wordt door de leden van het Oorfonds-team, kan dit niet zo blijven als we willen groeien. De vraag is of dat ten koste gaat van het geld voor onderzoek of dat we op zoek gaan naar een speciale investeerder.

BIJLAGE I SWOT 2023

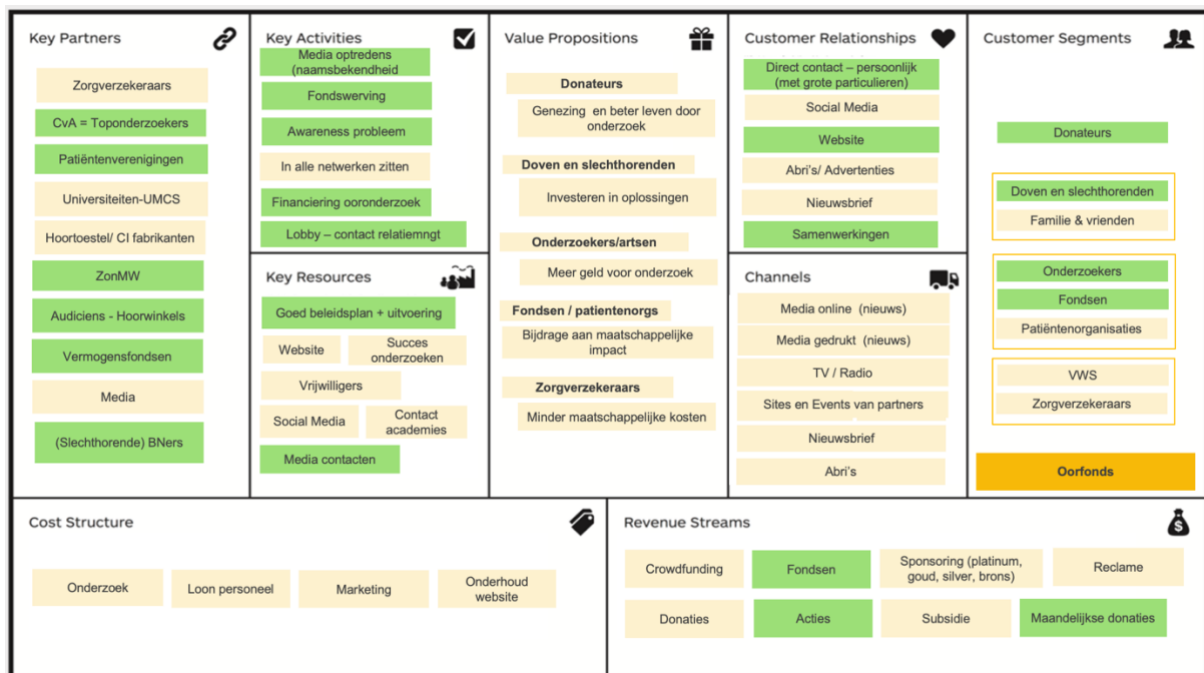


In de SWOT is te zien dat onze sterktes een mooie bijdrage leveren aan ons doel om meer draagvlak voor ooronderzoek te creëren in de samenleving. We zullen echter wat moeten doen op het gebied van ons doel om wetenschappelijk onderzoek naar oorproblemen te financieren. We zullen onze zwaktes op het vlak van fondsenwerving en bestuurservaring moeten verbeteren en we zien dat we meer mankracht nodig hebben om alles te kunnen doen wat we willen doen.

Er zijn veel kansen. De urgentie voor onderzoek wordt bijvoorbeeld steeds duidelijker voor de Nederlander en het ministerie. De WHO heeft inzichtelijk gemaakt hoe groot de urgentie wereldwijd gaat zijn. Door het onderzoek dat al gedaan wordt, zijn in de afgelopen jaren successen geboekt die duidelijk maken dat het doen van onderzoek echt loont. Bovendien is het voor het Oorfonds een kans dat jongeren steeds meer durven laten zien dat ze een oorprobleem hebben en zich willen inzetten om daar aandacht aan te geven.

Een aantal van de bedreigingen die we zien, is er en kunnen we niet veranderen (zoals de concurrentie van andere goede doelen). Er zijn echter wel bedreigingen die we kunnen omzetten in kansen, zoals de concrete samenwerking met partijen uit ons veld (bijvoorbeeld patiëntenverenigingen en audiciens).

BIJLAGE II Business Model Canvas 2023



De zaken weergegeven in groen in dit Business Model Canvas zijn de zaken waar we vooral op korte termijn mee aan de slag gaan. Dat betekent niet dat de rest niet belangrijk is maar dat die zaken al op orde zijn of later van belang zijn dan de zaken in het groen.

BIJLAGE III REFERENTIES

Feiten en onderzoek urgentie oorproblemen en kosten

1. Hear-it-Report-Hearing-Loss-Numbers-and-Costs-2019.pdf
2. Rapport Maatschappelijke impact van leeftijdsgerelateerde slechthorendheid SIRM.pdf
3. Parents_Guide_Genetics_HL_2021_P.pdf
4. Onderzoeksrapport_-De-impact-van-gehoorverlies-op-familieleden.pdf
5. Prevalentie gehooraandoeningen - verzameling van getallen uit diverse bronnen.docx
6. 1-s2.0-S0378595518304519-main 2019 - Hereditary hearing loss; about the known and the unknown - Hannie Kremer.pdf
7. Overzicht actueel gehoor_in_onderzoek_2020_-_versie_juni FENAC.pdf
8. [WHO: 1 in 4 people projected to have hearing problems by 2050](#)
9. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/deafness-and-hearing-loss>
10. <https://www.cdc.gov/ncbddd/hearingloss/data.html>
11. <https://www.cdc.gov/mmwr/preview/mmwrhtml/mm5303a4.htm>
12. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fnins.2018.00580/full>

Jaarverslagen ter ondersteuning van de (verdeling van de) financiële doelstellingen

13. 35135_jaarverslag_2021_online_spreads_2 MS Fonds.pdf
14. OogFondsJaarverslag2021incljaarrekening-2.pdf
15. Jaarverslag_hartstichting_2021.pdf

Over geven in Nederland

16. <https://www.goededoelennederland.nl/over-de-sector/nieuws/onderzoek-geven-in-nederland-2022-gepubliceerd>