



Beleidsplan 2008 – 2010

Onze missie:

De vereniging stelt zich tot doel, belangenbehartiging voor, en dienstverlening aan mensen met vruchtbaarheidsproblemen, ongeacht het stadium waarin men verkeert.

Freya wil DE patiëntenorganisatie voor vruchtbaarheidsproblemen zijn/blijven door de bereikte kwaliteit van onze activiteiten vast te houden en daar waar mogelijk te verhogen.

De belangrijkste aandachtspunten voor de periode 2008-2010 zijn:

Op het gebied van belangenbehartiging

De belangen van onze doelgroep behartigen, door:

- In te zetten op de best mogelijke vergoedingsregeling voor vruchtbaarheidsbehandelingen, door te lobbyen bij politiek, verzekeringsmaatschappijen en andere relevante organisaties.
 - *Medicatie IUI en OI in basispakket, meer dan 3 IVF-behandelingen vergoed; psychosociale hulpverlening vergoed; afgebroken poging niet meetellen.*
- Samenwerken met klinieken, beroepsgroepen, onderzoekers en zorgverzekeraars met als doel optimalisering van de zorg en de vergoeding daarvan.
 - *Bijdragen aan de ontwikkeling van een multidisciplinaire netwerkrichtlijn subfertiliteit;*
 - *Het in begrijpelijke taal aanbieden van de resultaten van wetenschappelijk onderzoek.*
- Samenwerken met andere organisaties waarmee we gemeenschappelijke belangen hebben, zoals Endometriose Stichting, adoptieverenigingen e.d.
- Begrip kweken bij werkgevers en bijv. arbodiensten en een goede regeling voor verzuim bij behandelingen bewerkstelligen.
- Het inzichtelijk maken en verbeteren van de kwaliteit van zorg door het uitbouwen van de enquête voor de Freya Award.
- Naast de Nederlandse, ook de Europese en wereldwijde ontwikkelingen op het gebied van vruchtbaarheidsproblematiek op de voet te volgen en daar waar mogelijk een actieve bijdrage te leveren, door lid te zijn van de Europese koepel Fertility Europe; deel te nemen en een actieve bijdrage te leveren aan internationale activiteiten van Fertility Europe, EIA (European Infertility Alliance), iCSi (International Consumer Support infertility) en WFAM (World Fertility Awareness Month) en eventuele andere initiatieven.

Op het gebied van informatie

Informatievoorziening verbeteren door:

- De website uit te breiden met informatie voor nieuwe doelgroepen, zoals omgeving, ouderen zonder kinderen, mensen die kinderen hebben gekregen door vruchtbaarheidsbehandelingen.
- Meer aandacht te geven aan preventie en lifestyle door het geven van voorlichting hierover.
- Nieuwe brochures te ontwikkelen, zoals lifestyle, meerlingen en vruchtbaarheidsbehandelingen, onbegrepen onvruchtbaarheid, miskramen, praten met kinderen over vruchtbaarheidsproblemen, seksualiteit, obesitas en vruchtbaarheid.

Op het gebied van public relations

Begrip voor vruchtbaarheidsproblemen krijgen en de naamsbekendheid van Freya vergroten, door:

- Regelmatig persberichten uit te brengen.
- Freya bijeenkomsten aan de media bekend te maken.
- Folders en Freya Magazine breed te verspreiden.
- Pro-actieve benadering van de media.

Op het gebied van voorlichting

Voorlichting geven, door:

- Aanwezig te zijn met een stand op relevante beurzen en congressen.
- Meer structuur aanbrengen in voorlichtingsactiviteiten in klinieken, op congressen en opleidingen door middel van vaste contactpersonen.
- Keuze-informatie te verzamelen ten behoeve van de website, zoals info over klinieken en zorgverzekeringen.

Op het gebied van lotgenotencontact

Het aanbieden van een zo groot mogelijke diversiteit aan lotgenotencontact, door:

- Het uitbouwen van de Fertifair tot een jaarlijks terugkerend evenement met een groeiend aantal deelnemers.
- Het ontwikkelen van nieuwe vormen van lotgenotencontact, zoals themagerichte telefonische en chatsessies.

Bij het vrijwilligersbeleid

Het aantal vrijwilligers vergroten en hun deskundigheid bevorderen, door:

- Actief nieuwe vrijwilligers werven voor vaste en flexibele taken.
- In kaart brengen en ontwikkelen van talenten, vaardigheden en interesses van vrijwilligers.

De interne structuur en communicatie verder optimaliseren, door:

- Flexibele inzet van vrijwilligers (Freyaflex).
- De interne structuur regelmatig te evalueren.

Algemeen

Het ledenaantal met 10% per jaar laten groeien en bestaande leden te binden, door:

- Doelgroep verbreden en verschillende vormen van lidmaatschap in te voeren, zoals steunlidmaatschap en internetlidmaatschap.
- Het lidmaatschap meerwaarde te geven door nieuwe vormen van lotgenotencontact.
- Leden te werven door wervingscampagnes te organiseren.

De inkomsten laten groeien, door:

- De mogelijkheid van projectsubsidies meer en beter te gaan benutten.
- Andere vormen van sponsoring onderzoeken.
- Maximering sponsorgeld; per sponsor niet meer inkomsten dan 10% van de totale begroting.

Onze onafhankelijkheid te waarborgen (o.a. sponsors), door:

- Corporate partnership voort te zetten en te verbeteren en daar waar mogelijk uit te breiden, onder strikte voorwaarden met duidelijke overeenkomsten.