

# Jaarplan 2022 FIFort Foundation

## *Inleiding*

Het jaar 2022 is de FIFort Foundation ingegaan zonder haar oprichtster Floor van Liemt. Hoewel het gemis en verdriet om haar overlijden groot zijn, is de FIFort Foundation vastberaden de missie van Floor voort te zetten. Floor heeft haar ideeën helder overgedragen zodat we weten wat ons te doen staat. Alexa Gratama is Floor opgevolgd als voorzitter.

Het jaarplan 2022 voorziet in 8 projecten met elk een eigen planning, begroting, projectteam en eindverantwoordelijk bestuurslid. Daarnaast heeft het bestuur verschillende actiepunten geformuleerd die de continuering van FIFort op de langere termijn moeten waarborgen.

De FIFort Foundation is haar donateurs – groot en klein – dankbaar voor hun steun en ziet het als haar grootste taak de van hen verkregen gelden zo efficiënt en goed mogelijk voor het doel van de stichting in te zetten: de verbetering van het mentale welzijn van jongvolwassenen met kanker.

Hieronder leest u wat onze projecten voor 2022 en de actiepunten voor de komende jaren zijn.

## De Projecten voor 2022

1. De Gemene Deler voor iedere jongvolwassene met kanker en in elke spreekkamer  
Jongvolwassenen die de diagnose kanker krijgen ontvangen van FIFort een exemplaar van De Gemene Deler; voor troost, herkenning en kracht. Daarnaast brengen we het boek naar de zorg; voor meer kennis en betere ondersteuning.
2. Dansproject 'Bewegen tussen leven en dood'  
Clara Peeters en Lotte Haase hebben in samenwerking met FIFort-partner het Ingeborg Douwes Centrum een dansproject voor jongvolwassenen met kanker opgezet. FIFort ondersteunt dit project met een donatie.
3. De Gemene Deler *On Tour*  
Billboard tentoonstelling in verschillende studentensteden in Nederland; voor bewustwording en herkenning van de leeftijdsspecifieke problemen van jongvolwassenen met kanker.
4. Kunstproject 2: een serie filmische portretten  
Jonge documentairemakers worden gekoppeld aan jongvolwassenen met kanker die hun medische behandeling hebben afgerond. Hoe pak je je leven weer op? Kunst voor kracht en voor bewustwording van de leeftijdsspecifieke problemen van jongvolwassenen met kanker.

5. Gen Care: Generaties in de spreekkamer  
Ontwikkeling van onderwijsmateriaal voor artsen in opleiding; hoe ga je als arts het gesprek aan met jongvolwassen patiënten met een chronische ziekte? Wetenschappelijk onderzoek onder leiding van de Antoni van Leeuwenhoek Academy.
6. #tegen KK; bewustwording en vermindering van schelden met het woord kanker  
Project met het doel bewustwording en vermindering van schelden met het woord kanker; samenwerking met KWF.
7. Wat hebben jongvolwassenen met kanker werkelijk nodig van de zorg?  
Behoeftes én oplossingen op 1 A4'tje  
Een heldere boodschap aan de zorg(verzekeraars): dit is wat jongvolwassenen met kanker van de zorgverleners nodig hebben voor de verbetering van hun mentale welzijn (en waarom zorgverzekeraars dit moeten financieren).
8. Onderhoud en ontwikkeling van de website  
Ter verwezenlijking van de doelstelling van de FIFort Foundation moet de website up to date en aantrekkelijk zijn voor jongvolwassen met kanker uit alle geledingen van onze maatschappij, diversiteit in gender, culturele achtergrond, leeftijd en type kanker.

### De Actiepunten voor 2022 en verder

1. FIFortFaces en FIFortVoices  
FIFort gaat op zoek naar jongvolwassenen (m/v) met kanker die gezicht en stem van de FIFort Foundation willen zijn. Ambitie: diversiteit in gender, sociaal-maatschappelijke en culturele achtergrond, leeftijd en diagnose, zodat iedere jongvolwassene met kanker zich in het werk van de FIFort Foundation kan herkennen en zich verbonden kan voelen.
2. Aanstelling social media marketeer  
FIFort heeft behoefte aan een betrokken, creatieve, frisse social media marketeer die de website, Instagram en LinkedIn account van FIFort kan onderhouden en voeden.
3. Uitbreiding samenwerking met partnerorganisaties, jonge ondernemers en kunstenaars
4. Ontwikkelen kunstproject 3  
Floor had als grote wens het maken van een dansvoorstelling door en voor jongvolwassenen met kanker. Wat doet dit lichaam van mij? Hoe kan ik weer vertrouwen voelen, ook als mijn lijf me in de steek laat? Er zijn nog veel andere opties die in de brainstorm verkend kunnen worden.
5. Formalisering comité van aanbeveling en ambassadeurs
6. Aankleding/support sportieve acties voor FIFort.

## De Projecten

### 1. De Gemene Deler voor iedere jongvolwassene met kanker en in elke spreekkamer (meerjarenproject)

Zoveel mogelijk jongvolwassenen die jaarlijks de diagnose kanker krijgen ontvangen van FIFort een gratis exemplaar van De Gemene Deler; voor troost, herkenning en kracht. De Gemene Deler komt in elke spreekkamer.

#### Het idee:

In 2020-2021 heeft de FIFort Foundation haar kick-off project ontwikkeld en uitgevoerd: de productie van een kunstfotografieboek *in coffee table* formaat. Aan de hand van 6 thema's brachten 11 jongvolwassenen met kanker (m/v) in beeld wat kanker hebben voor hun leeftijdsgroep betekent. Zij verbeeldden in samenwerking met de jonge kunstfotografe Loet Koreman (1990) het onzegbare. De beelden zijn steeds voorzien van een korte tekst die de lezer, de kijker, tot reflectie uitnodigt. Aan het eind van het boek vertellen de deelnemers hun verhaal en wat het maken van dit boek voor hen heeft betekend.

Met de uitgave van De Gemene Deler levert de FIFort Foundation een bijdrage aan de bewustwording van de leeftijdsspecifieke problemen van deze groep patiënten, zowel binnen de zorg als bij familie en vrienden. De lancering van het boek op 25 augustus 2021 in het Rijksmuseum heeft veel belangstelling in de media (online, geschreven pers en televisie) gekregen. De eerste oplage van 650 stuks was al uitverkocht in de voorverkoop, de tweede druk van 1000 boeken is dat inmiddels bijna.

Oprichtster van de FIFort Foundation Floor van Liemt heeft kort voor haar overlijden op 31 december 2021 een belangrijke missie voor FIFort geformuleerd. In Nederland krijgen jaarlijks 2700 jonge mensen in de leeftijd van 18 tot en met 35 jaar de diagnose kanker. Het is Floors grootste wens dat ieder van deze groep jongvolwassenen van FIFort gratis een exemplaar van De Gemene Deler ontvangt. Lezen en kijken in dit boek biedt troost, herkenning en kracht, niet alleen voor de jonge kankerpatiënt zelf, maar ook voor zijn of haar sociale omgeving: ouders, zussen, broers, vrienden. Daarnaast is het haar wens De Gemene Deler naar de ziekenhuizen, medische behandelcentra en eerstelijns zorgpraktijken te brengen. Het boek bevat immers belangrijke informatie voor alle mensen in de zorg die met de doelgroep te maken krijgen. Het zijn immers hún verhalen in hún beeld en hún taal. Dit belang wordt onderstreept door partners van FIFort zoals Stichting AYA Jong en Kanker Zorgnetwerk en het Ingeborg Douwes Centrum, en door de jongvolwassenen, artsen en therapeuten die het boek inmiddels in hun bezit hebben.

#### Deelnemer Astrid Janssen in De Gemene Deler:

"Het fotografieproject van de FIFort Foundation vind ik een heel goed initiatief, ik had het denk ik heel fijn gevonden dit boek te kunnen inzien toen ik net de diagnose had gekregen. Alleen al te weten dat veel meer mensen van onze leeftijd in hetzelfde schuitje zitten en door dezelfde heftige tijd heen moeten zou me erg geholpen hebben."

#### Oncologisch chirurg Jaap de Vries (UMC Groningen):

"Via (n.n.) mocht ik van FIFort het prachtige boek De Gemene Deler ontvangen. Ik wil u daarvoor hartelijk danken. Het is precies zoals de titel van het boek en de tekst op de website: ..... *En dan ineens is er die ziekte. Kanker. Dat kan helemaal niet, want je bent veel te jong. En er is niemand die het begrijpt, zelfs de dokters niet...*

Dank voor het goede werk van uw Stichting."

### De acties:

- **Fondsenwerving.** Onder leiding van penningmeester en met ondersteuning ambassadeurs en comité van aanbeveling moeten fondsen worden geworven; meerjarenproject.
- **Organisatie, aanpassing en levering van de derde druk (2500 stuks).** Doorgesproken met drukker en vormgever. Levering derde druk verwacht in april 2022.
- **Optuigen netwerk voor distributie en logistiek in de zorg.** Attenderen en mobiliseren huisartsen en oncologen door heel Nederland met hulp ambassadeurs in de medische hoek. Logistiek via warehouse.
- **Publiciteit en vindbaarheid FIFort.** Denk aan flyers voor in de spreekkamer met QR-code en speciale button voor gratis boeken op website. Om patiënt te bereiken moet FIFort beter vindbaar zijn.

### Doorlooptijd en planning

Vorbereiding: Q1 en 2, 2022

Start grootschalige schenking en distributie: Q3, 2022

Doorlooptijd: jaarlijks 2000 boeken over een periode van 4 jaar, 2022-2025 (De Gemene Deler heeft een 'houdbaarheid' van vijf jaar; daarna eventuele nieuwe editie)

### Begroting

€ 52.000 per jaar

### Projectverantwoordelijkheid

Projectleider fondsenwerving en uitvoering: Jacobine Gratama

Projectleider zorg (boek naar patiënt en spreekkamer): Maud Reijntjes

Ondersteuning: denktank, FIFort ambassadeurs uit de medische wereld

## 2. Dansproject 'Bewegen tussen leven en dood'

Clara Peeters en Lotte Haase hebben in samenwerking met FIFort-partner Ingeborg Douwes Centrum een dansproject voor jongvolwassenen met kanker opgezet. FIFort heeft dit project gesubsidieerd.

### Het idee:

Clara Peeters, zelf jongvolwassene met kanker en theatermaker, heeft in het kader van haar master Kunsteducatie aan de Hogeschool voor de Kunsten Amsterdam in samenwerking met studiegenoot Lotte Haase een afstudeerproject ontwikkeld: Bewegen tussen leven en dood. Het project betreft een pilot waar de invloed van kanker op het psychisch welzijn van kankerpatiënt en naast in de relationele sfeer wordt onderzocht vanuit dans en beweging. Samen met een therapeut van het Ingeborg Douwes Centrum, choreograaf en danstherapeut Fernanda Silva en een filmmaker worden zingevingsvragen rondom het ziekteproces tussen duo's van jongvolwassen patiënten en naasten onderzocht. Van de sessies wordt een film gemaakt die wordt getoond aan genodigden en zorgprofessionals uit het (psychisch) oncologische veld.

### De acties:

- Social media werving. FIFort heeft haar social media kanalen ingezet voor het werven van deelnemers; ook in de volgende fase van het project zal FIFort ondersteunende publiciteit genereren.
- Financiële ondersteuning. Eenmalige donatie om financiering rond te krijgen.

### Doorlooptijd en planning

Vorbereiding: Q1, 2022

Start: 3 april 2022

Afronding en presentatie: Q 2 en Q3 2022

### Begroting

€ 2.000 eenmalige donatie

### Projectverantwoordelijkheid

Projectleider: Jacobine Gratama

### 3. De Gemene Deler *On Tour*

Billboard tentoonstelling in verschillende Nederlandse studentensteden; voor bewustwording en herkenning van de leeftijdsspecifieke problemen van jongvolwassenen met kanker.

#### Het idee:

In de grote studentensteden (Amsterdam, Rotterdam, Groningen, Utrecht en Leiden) bestaat de mogelijkheid (gegroepeerde) billboards te huren ten behoeve van een korte tentoonstelling. Gedacht wordt aan een selectie van tien beelden uit De Gemene Deler met bijpassende tekst. Op de billboards kan een extra 'boodschap' worden afgedrukt, die bijdraagt aan bewustwording en/of concrete acties van de zorg(verzekeraars). Naar voorbeeld van de tentoonstelling *The Stigma* van Marjolein Annegarn. ([www.garn.nl](http://www.garn.nl); project over het doorbreken van zelftaboe van en voor HIV-patiënten).

Voor de jongvolwassene met kanker is het belangrijker dat vrienden en familie ervan weten en begrijpen hoe je je voelt. Leeftijdgenoten hebben vaak niet eerder zoiets 'groots' meegemaakt. Hoe kun je de jongvolwassen kankerpatiënt helpen? Dit project draagt bij aan het bespreekbaar maken van chronisch ziek zijn voor de doelgroep, waarbij speciale aandacht wordt besteed aan jongeren met een andere culturele achtergrond; niet-Nederlands sprekenden.

#### De acties:

- Objectvergunningen aanvragen. Steden en locaties selecteren, vergunningen aanvragen.
- In overleg met fotograaf Loet Koreman beelden selecteren. Aanvullende honorering fotograaf?
- Toestemming vragen aan deelnemers. Project valt buiten bestaande toestemmingsverklaring voor De Gemene Deler.
- Brainstorm boodschap voor de zorg. Inschakelen deelnemers De Gemene Deler en ambassadeurs uit medische wereld.
- Productie billboards. Inschakelen gespecialiseerd bemiddelingsbureau [imagebuilding.com](http://imagebuilding.com).
- Publiciteit. Inschakelen Annebel Wegdam voor contacten met de pers.
- Events? Bijvoorbeeld inzet jongvolwassenen met kanker, die rondlopen om met bezoekers tentoonstelling in gesprek te gaan. Werkte goed bij HIV-project. Events voor (jonge) nabestaanden.
- Spin-off? Eventueel na afloop tentoonstelling billboards gebruiken voor reizende tentoonstelling of permanente opstelling bij/in ziekenhuizen (formaat wel groot). Inschakelen denktank, kunstcommissie Amsterdam UMC.

#### Doorlooptijd en planning

Vorbereiding: Q 2, 2022

Uitvoering: Q3 2022 (september, oktober 2022; afhankelijk van beschikbaarheid billboards, maar hoe eerder hoe beter in verband met het weer)

Doorlooptijd tentoonstelling: twee weken

#### Begroting

€ 20.000

#### Projectverantwoordelijkheid

Projectleider: Alexa Gratama

Ondersteuning: denktank, deelnemers De Gemene Deler

#### 4. Kunstproject 2: een serie filmische portretten

Jonge documentairemakers worden gekoppeld aan jongvolwassenen met kanker die hun behandeling hebben afgerond; hoe pak je het leven daarna weer op?

Doel en opbrengst: kunst voor kracht, bewustwording van de leeftijdsspecifieke problemen van jongvolwassenen met kanker, troost en herkenning.

##### Het idee:

Een serie korte filmportretten van jongvolwassenen met kanker die hun behandeling achter de rug hebben en het 'gewone' leven weer moeten oppakken. Jongvolwassenen ervaren het leven na hun behandeling vaak zwaarder dan tijdens. Voor deze specifieke groep is doorgaans weinig aandacht, dat geldt zowel in de zorg als in de media en waar het steun van vrienden betreft. Met dit project wil FIFort aandacht genereren voor de opgave waar deze groep jongvolwassen zich voor gesteld ziet en wat kan helpen die opgave te verlichten.

Centrale vragen zijn: Hoe pak je de draad weer op, wat maakt het moeilijk? Wat heb je nodig en wat geeft inspiratie? Hoe ga je om met eventuele gevoelens van eenzaamheid, vervreemding, angst? Hoe leer je je eigen lichaam weer te vertrouwen?

- **Doelgroep:** jongeren met kanker die klaar zijn met hun behandeling. Gezocht zal worden naar optimale diversiteit in gender, leeftijd, type kanker, sociaalmaatschappelijke achtergrond van de deelnemers; alle jongvolwassenen met kanker moeten zich in de portretten kunnen herkennen.
- **Zakelijke afspraken maken met projectleider.** Emilie Hudig (Amsterdam, filmmaker en fotograaf, docent fotoacademie, zelf in jongvolwassenheid kanker gehad; emiliehudig.com) is bereid als projectleider/creatief directeur te fungeren. Komt met projectvoorstel incl. begroting.
- **Filmmakers koppelen aan deelnemers.** Filmmakers worden door ons voorgeselecteerd. Iedere filmmaker levert vervolgens een moodboard/presentatie aan over zijn/haar werk. Kandidaat-deelnemers kunnen hierop inschrijven. De match komt zoveel mogelijk in overleg tot stand. Gedacht wordt aan 4 makers en 4 deelnemers. Bij voldoende geschikte kandidaten eventueel uitbreiden naar 6.
- **Deelnemers in hun kracht zetten door ze te betrekken bij het maakproces.** De jongere wordt betrokken bij het maakproces in de mate die hij/zij zelf fijn vindt en aankan. Streven naar een gelijkwaardige samenwerking tussen de jongvolwassene met kanker en de filmmaker. Samen tot een plan van aanpak komen. De deelnemer is niet uitsluitend het onderwerp van de docu maar is zelf verteller, denkt dus mee over verhaal dat verteld wordt. LET OP: De mate van mee willen/kunnen denken is per persoon verschillend en hangt ook samen met de conditie van de deelnemer. Wel de mogelijkheid bieden mee te denken en kracht te kunnen halen uit een creatief proces.
- **Kort, krachtig, kunstzinnig, kwaliteit.** Portretten van ongeveer 7 minuten. Geschikt voor social media en in te zetten voor educatiedoeleinden. Hoofddoel is kracht, troost en herkenbaarheid voor andere jongvolwassenen met kanker. Het is belangrijk om als jongere met kanker gehoord en gezien te worden. Daarnaast te weten dat je niet de enige bent; eenzaamheid en onbegrip zijn veel voorkomende thema's voor de doelgroep. De portretten vertellen individueel een verhaal, maar ook als geheel. Eventueel als geheel uit te zenden in speciale setting, denk aan een theateravond of festival documentaire of korte film.
- **Rode draad.** Alle portretten zijn uniek en anders gemaakt, maar toch verbonden door een centrale vraagstelling. Bijvoorbeeld: Hoe nu verder? Nog te bedenken: een creatief concept dat alle portretten met elkaar verbindt.
- **Inspiratieavonden.** Aantal gemeenschappelijke bijeenkomsten organiseren waar de verschillende deelnemers en filmmakers elkaar kunnen ontmoeten.

##### Doorlooptijd en planning

6-9 maanden (vanaf selectie deelnemers en filmmakers tot aan afronding montage).

Vorbereiding: Q2, 2022

Werving en selectie deelnemers en filmmakers: Q3, 2022.

Filmen en montage: Q3 en Q4, 2022, uitloop naar Q1 2023

Begroting

€ 25.000 (vergoeding filmmakers, honorering projectleider, studio, huur materiaal, publiciteit)

Projectverantwoordelijkheid

Externe projectleider: Emilie Hudig

Voor FIFort: Maud Reijntjes en Alexa Gratama



## 5. Gen Care: generaties in de spreekkamer

Wetenschappelijk onderzoek, gericht op het ontwikkelen van onderwijsmateriaal voor artsen in opleiding, ten behoeve van het verbeteren van communicatie en begeleiding van jonge patiënten met een chronische ziekte in de spreekkamer.

### Het idee:

De communicatie met patiënten uit een jongere generatie verloopt anders dan de communicatie met oudere patiënten. Zorgprofessionals ervaren onzekerheden over welke behoefte in communicatie en begeleiding deze groep heeft. Om de begeleiding en zorg voor deze groep te kunnen optimaliseren is het van belang om zorgprofessionals de juiste scholing en ondersteuning te bieden. Het onderzoek richt zich op verschillende gebieden zoals werken, zwangerschap en jonge gezinnen. Literatuur en vragenlijstonderzoeken, focusgroepen en observatieonderzoek zullen de basis vormen voor een opleidingsmodule die in de opleiding van zorgprofessionals gebruikt kan worden. De onderzoeksgroep wordt gevormd door jongvolwassenen met kanker. De opzet voor het gen care-project is voortgevloeid uit brainstormsessies tussen de FIFort Foundation en de AvL Academy, het opleidingsinstituut van het Antoni van Leeuwenhoek Ziekenhuis. Miriam Boer, manager van de AvL Academy fungeert als trekker. Voor het uitvoeren van het onderzoek wordt een wetenschappelijk onderzoeker aangesteld. De rol van FIFort strekt zich uit tot deelnemen in de projectgroep en het verstrekken van financiering. De onderzoeksgroep bestaat uit jongvolwassen kankerpatiënten maar het onderzoek heeft een veel groter bereik, namelijk alle jongvolwassenen in de spreekkamer met een chronische aandoening, zoals ziekte van Crohn, whiplash, depressie etc.

### De acties:

- Financiering rondmaken FIFort Foundation heeft zich garant gesteld voor € 10.000 onder voorwaarde dat de financiering rondkomt. Het KWF heeft zich bereid verklaard substantieel te subsidiëren.
- Aanstellen onderzoeker. Miriam Boer van AvL is de beoogd onderzoeker (actie AvL Academy).

### Doorlooptijd en planning:

Vorbereiding: Q1-4 2022

Start: september 2023

Doorlooptijd: 4 jaar

### Begroting

€ 10.000 (eenmalige projectdonatie door FIFort)

### Projectverantwoordelijkheid

Projectleider: Michiel Bak

## 6. #tegen kk; bewustwording en vermindering van schelden met het woord kanker

### Het idee:

In samenwerking met het Koningin Wilhelmina Fonds (KWF) werkt de FIFort Foundation mee aan een project dat bewustwording en vermindering van het schelden met het woord kanker beoogt. KWF heeft als doelgroep jongeren tot 35 jaar, maar heeft zich in dit project tot nu toe vooral gericht op de gamers-generatie (voornamelijk t/m 18 jaar). De hulp en het netwerk van de FIFort foundation kunnen sterk bijdragen aan het bereik van jongeren tussen 18-35 jaar. Eind 2021 hebben Maud Reijntjes en Michiel Bak hun ideeën voor deze campagne bij KWF gepitched. Hieruit is een publicatie in het parool (link) gevloeid. In 2022 gaat de samenwerking verder met een online social media-campagne met persoonlijke en doelgerichte post(er)s tegen het schelden met kanker. De tekst op deze posters luidt: 'Schelden met de ziekte van mijn (Moeder, Vriendin, Collega. Veel verschillende versies), Serieus?' Deze campagne wordt uitgewerkt door de social media marketeer van KWF. Na afloop van de social media-campagne kan deze campagne offline continueren, bijvoorbeeld met flyers en/of posters. Het doel is om plekken waar het schelden met kanker nog frequent wordt gedaan (studentenhuizen en sportclubs bijvoorbeeld) hiermee te bereiken.

### De acties:

- Uitwerken social media-campagne; actie marketeer KWF
- Nieuwe afspraak met KWF. 4 April 2022
- Inzetten denktank. Ingangen zoeken en benaderen sportclubs en studentenhuizen

### Doorlooptijd en planning:

Vorbereiding: Q1-2 2022

Start campagne: Q3 2022

Doorlooptijd: 1 jaar

### Begroting

€ 5.000 (inzet FIFort is op dit moment uitsluitend denkkraacht; mogelijk op termijn bijdrage in de kosten van bijv. postermateriaal)

### Projectverantwoordelijkheid

Projectleider: KWF

Namens FIFort: Michiel Bak en Maud Reijntjes

Assistentie: denktank

## 7. Wat hebben jongvolwassenen met kanker werkelijk nodig van de zorg? Behoeftes én oplossingen op 1 A4'tje.

Een heldere boodschap aan de zorg(verzekeraars): dit is wat jongvolwassenen met kanker van de zorgverleners nodig hebben voor de verbetering van hun mentale welzijn (en waarom zorgverzekeraars dit moeten financieren)

### Het idee:

De jongvolwassene ontmoet in de spreekkamer nog te vaak een arts die alleen oog – en tijd – heeft voor de tumor. Terwijl het hebben van kanker juist op deze leeftijd veel dieper ingrijpt dan alleen lichamelijk. Vanuit de zorg is er in toenemende mate oog voor de bijzondere positie van de jongvolwassenen als patiëntengroep (onder meer via Stichting Aya Jong en Kanker Zorgnetwerk), maar deze belangstelling leidt, ondanks alle inzet en betrokkenheid, vaak (nog) niet tot directe verbetering van de zorg. Soms sluiten de ideeën niet voldoende aan bij de behoeftes van de jonge patiënt (is de taal niet passend of sluit de uitnodiging niet aan bij de moeite die de jongere heeft om hulp te zoeken), soms gaan de behandelend artsen niet mee in de ideeën van de initiatiefnemers of weten ze er te weinig van af (andere bloedgroep binnen de zorg, bijvoorbeeld psychogen/maatschappelijk werkers versus oncologen; verpleegkundigen versus artsen), is de brug tussen de jongvolwassene en de beschikbare maatzorg nog niet stevig genoeg (flyers op een tafel, een link voor de website van stichting Aya Jong en Kanker Zorgnetwerk) of ontbreekt tijd voor goede voorlichting over alle opties (consult bij de behandelend arts van 10 minuten, spreekuren AYA-zorgpoli sluiten niet aan op het consult bij de behandelend arts). Succesvolle matches tussen jongvolwassene en goed ondersteunende zorgverleners zijn nog te vaak van toeval afhankelijk. Dat kan beter. FIFort wil bijdragen aan verbetering door het aandragen van concrete ideeën voor haalbare oplossingen. Het is aan de grote partijen in de zorg – waaronder de zorgverzekeraars – om die op te pakken en uit te voeren. Nota bene: Stichting AYA Jong en Kanker Zorgnetwerk is hier de grote speler, met inzet van een professionele organisatie, onderzoekers en ondersteuning via grote (Europese) subsidies. Wij gaan niet hun werk doen. FIFort is er voor het jonge, menselijke stuk, de juiste vragen, de boodschap met het eigen frisse creatieve kunstzinnige geluid over het voetlicht brengen. Denk aan digitale post-its. Vragen aan oncologen: wat heb je nodig om het beter te doen? Ben jij zorgverlener en wil je graag goede zorg verlenen, maar waarom lukt het niet?

### Actiepunten:

- Brainstormen. Met partners (Stichting Aya Jong en Kanker Zorgnetwerk, Stichting Jong en Kanker, Ingeborg Douwes Centrum), jongvolwassenen met kanker en ambassadeurs uit de medische hoek.
- Vervolggesprekken. Met strategische partners en zorgverzekeraars.
- Publiciteit. Uitreiken/delen A4'tje in persmoment.

### Doorlooptijd en planning

12 maanden

Vorbereiding: Q3, 2022

Start: Q1, 2023

### Begroting

€ 5.000 (reiskosten, onkosten, publiciteit)

### Projectverantwoordelijkheid

Alexa Gratama en Maud Reijntjes

## 8. Onderhoud en ontwikkeling van de website

Ter verwezenlijking van de doelstelling van de FIFort Foundation moet de website up to date en aantrekkelijk zijn voor jongvolwassen met kanker uit alle geledingen van onze maatschappij, diversiteit in gender, culturele achtergrond, leeftijd en type kanker.

### Het idee:

De website is in 2021 omgezet naar WordPress. Daarbij is de indeling aangepakt, maar de inhoud niet. De teksten behoeven aanpassing (boodschap is wat verschoven, teksten moeten ingekort worden), nieuwe beelden moeten worden toegevoegd, de uitstraling kan diverser. Dit is een apart project waarbij professionele inzet nodig is.

### Actiepunten:

- Aanstellen projectverantwoordelijke. Inmiddels heeft FIFort contact gelegd met social media marketeer Marjon Dijkstra. Wellicht dat zij kan fungeren als eindverantwoordelijke voor dit project.
- Inventariseren aandachtspunten voor de website. Inbreng van Annebel Wegdam (marketing en communicatie adviseur) en Eline Zick (adviseur social media en website).
- Ontwikkelen visie en content planning voor de website. Idem Annebel en Eline
- Uitvoeren werkzaamheden. Ondersteuning website bouwer.
- Training bestuursleden. Voor periodieke bewerking website.

### Doorlooptijd en planning

6 maanden

Vorbereiding: Q3, 2022

Uitvoering: Q3 en Q4, 2022

### Begroting

€ 5.000

### Projectverantwoordelijkheid

Alexa Gratama

## De Actiepunten

### 1. FIFortFaces en FIFortVoices

FIFort gaat op zoek naar jongvolwassenen (m/v) met kanker die het gezicht en de stem van de FIFort Foundation willen zijn. Ambitie: diversiteit in gender, sociaalmaatschappelijke en culturele achtergrond, leeftijd en diagnose, zodat iedere jongvolwassene met kanker zich in het werk van de FIFort Foundation kan herkennen en zich verbonden kan voelen. Hiervoor kan een nieuw project worden opgezet, dat kan uitmonden in een platform of een aparte pagina op de website. Denk ook aan subscribers.

In februari 2021 gesproken met deelnemers De Gemene Deler. Een aantal van hen stelt zich beschikbaar voor ondersteuning FIFort in algemene en creatieve zin. Willen meedenken over werving, inhoud wervingsactie.

Inzet Denktank.

### 2. Aanstelling social media marketeer

FIFort heeft behoefte aan een betrokken, creatieve, frisse social media marketeer die de website, Instagram en LinkedIn account van FIFort kan onderhouden en voeden.

Medio maart 2022 gesprek met een kandidaat. Suggestie Annebel Wegdam: uploaden vacature bij HKU. Betrekken bij selectie Eline Zick en Annebel Wegdam.

### 3. Uitbreiding samenwerking met partnerorganisaties, jonge ondernemers en kunstenaars

### 4. Ontwikkelen nieuw kunstproject

FIFort heeft als grote wens het maken van een dansvoorstelling door en voor jongvolwassenen met kanker. Wat doet dit lichaam van mij? Hoe kan ik weer vertrouwen voelen, ook als mijn lijf me in de steek laat?

Via Marjolein Annegarn ingang bij twee choreografen/dansers; via Harmen bij Amsterdamse Academie voor Theater en Dans.

Inzet Denktank

### 5. Formalisering comité van aanbeveling en ambassadeurs

In de aanloop naar de lancering van De Gemene Deler hebben we 25 mensen benaderd uit de medische wereld, de kunsten en het bedrijfsleven om de rol van ambassadeur of lid van het comité van aanbeveling te vervullen. Dit initiatief moet nu worden opgevolgd.

Actie: Jacobine Gratama

### 6. Aankleding/support sportieve acties voor FIFort

Studenten benaderen FIFort voor sponsoracties/fundraising via sportieve events. Shirts, vlaggen, bidons met FIFort logo aanbieden via site? Alleen logo beschikbaar stellen?

Actie: Jacobine Gratama en Maud Reijntjes.

Namens het bestuur van de FIFort Foundation

Alexa Gratama, voorzitter

24 maart 2022