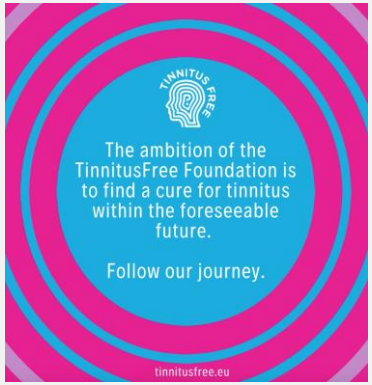
Let’s Get Tinnitus Out Of the Way!

Jaarverslag 2021

31 maart 2022

TinnitusFree Foundation

FOLLOW US



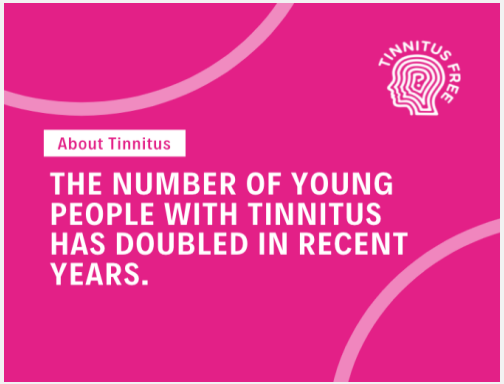
THE PROBLEM



NO CURE



RISING NUMBER



AMBITION



TARGETS



BELEID

BESTUURSMUTATIE
Penningmeester Frits Heijman heeft zich om persoonlijke redenen terug getrokken. Op 8 september heeft dhr. Ben Giezenaar (concert promotor, voormalig financieel manager Mojo Concerts) deze functie ingenomen.

ANBI
De stichting heeft een ANBI goedkeuring. De Belastingdienst geeft een ANBI stichting een grote mate van vrijheid van invulling. Het bestuur wenste hierover meer duidelijkheid te krijgen. Er is gesproken met de (ANBI) Belastingdienst, het CBF, het Longfonds en het KWF. Er is advies ingewonnen bij KPMG-Meijburg (pro-bono vanuit oude relatie bestuursleden).

WERKWIJZE
De stichting wil gepast sober werken en kiest er voor om maximaal 10% van de uitgaven te besteden aan administratie en beheer en verwacht dat dit percentage onder de 5% blijft.

De stichting gaat administreren volgens de door het CBF geadviseerde wijze van boeken van kosten: (a) kosten fondsenwerving, (b) kosten doelbestedingen (c) kosten administratie en beheer.



BESTUUR

BESTUURSVERGADERINGEN
Het Bestuur en de managing director van de Stichting TinnitusFree hebben 4x vergaderd. Op 18 maart, 15 juni en 13 december via video, op 8 september ‘fysiek’.

SAMENSTELLING BESTUUR
Auke Klaver, voorzitter
Gerrit te Spenke, secretaris
Ben Giezenaar, penningmeester
Dirk de Ridder, bestuurslid
Wiebo Vaartjes, bestuurslid

JAARREKENING 2021
Penningmeester dhr. Ben Giezenaar heeft de jaarrekening op de bestuursvergadering van 10 maart 2022 voorgelegd. Het bestuur heeft de jaarrekening goedgekeurd en heeft de penningmeester décharge verleend.



UITVOERING BELEID 1: BIG DATA ONDERZOEK

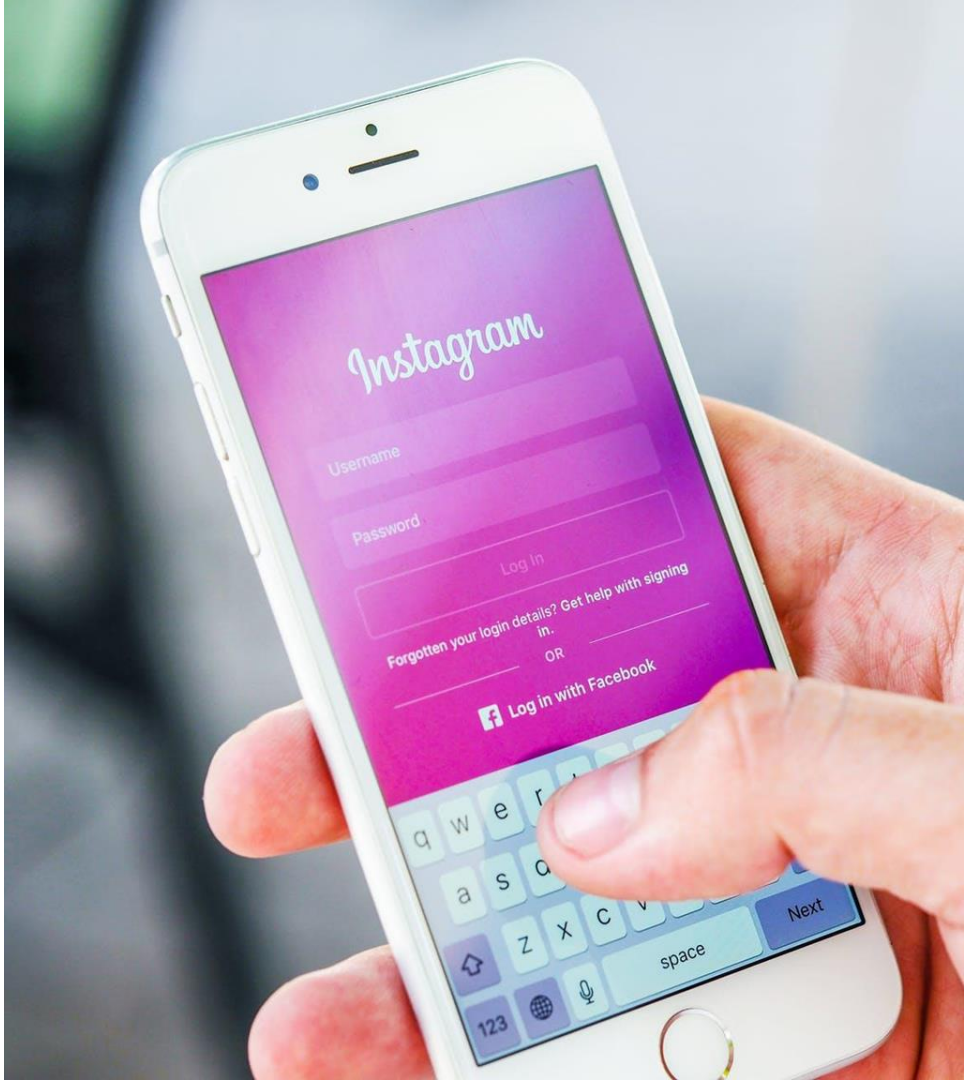
BIG DATA ONDERZOEK

TinnitusFree heeft €5.000 gedoneerd aan het big data/crowdwisdom onderzoek. Dit onderzoek is in het late voorjaar van 2021 in bèta-fase van start gegaan (www.tinnitushouse.org).

Het bestaande ontwerp van de website en de gebruikerservaring is na lancering als onbevredigend ervaren. Tinnitus Free heeft daarop een nieuw ontwerp laten maken voor de website van het Big Data onderzoek en een verbeterde gebruikerservaring. Deze kosten zijn gedragen door TinnitusFree.

TinnitusFree heeft in samenwerking met Dr. Georgina Burns-O'Connell (research officer bij BTA British Tinnitus Assocation) en Prof. Dr. Katja Ehrenberg-Mierke (Professor at Psychology) een sub-onderzoek aangeleverd aan TinnitusHouse, speciaal voor makers van muziek. Dit onderzoek gaat gepromoot worden door grote internationale muziekorganisaties, waarmee het aantal deelnemers aan TinnitusHouse en dus het 'crowdwisdom/big data' effect, exponentieel zal toenemen.

In 2022 hoopt TinnitusFree middelen te hebben om dit onderzoek verder te professionaliseren, door fulltime datawetenschappers toe te voegen aan het team.



UITVOERING BELEID 2: MEDISCH-WETENSCHAPPELIJK ONDERZOEK

Dit betreft een potentieel baanbrekend onderzoek naar objectieve meting van tinnitus. Het is een samenwerking tussen Prof .Dr. De Ridder, Prof. Dr. Vanneste en Dr. Marco Congedo van de universiteiten van Otago, Texas, Dublin en Grenoble. Zij kunnen reeds met behulp van kunstmatige intelligentie en machine learning met 88% zekerheid aantonen of iemand een piep in de oren heeft of niet, op basis van een EEG.

Om tot een echte objectieve maatstaf voor tinnitus te komen willen zij meer geavanceerde kunstmatige intelligentie (AI) toepassen, zoals multidimensionale (Riemanniaanse) AI, deep learning (meerlaagse) AI, genetische algoritmen EDM.

Dit onderzoek staat in de startblokken en wacht op financiering. Het team verzamelt intussen EEG's en CT scans van tinnitus patiënten die onder behandeling zijn. Voor de verwerking hiervan zijn 2 wetenschappelijk medewerkers en computer-rekenkracht nodig.

Benodigd budget is 125.000 euro per jaar, voor een periode van 3 jaar. TinnitusFree hoopt in 2022 voldoende middelen te verkrijgen voor financiering van het eerste onderzoek jaar.



UITVOERING BELEID 3: BEWUSTZIJN EN FUNDRAISING

SOCIAL MEDIA CAMPAGNE.

Bij het platform voor creatieven 'GENERO' is een pitch uitgeschreven voor een campagne idee en executie daarvan. Geïnteresseerden konden op basis van een online briefing van de Stichting reageren.

Uit 14 ideeën is die van creator Peri gekozen. Er is een budget van **€15.000 beschikbaar gesteld voor idee en uitvoering**. De campagne is uitgewerkt en het honorarium is betaald.

Voor een volledig social media plan, de eerste fase van de campagne, het opstarten en inrichten van social media en een beheersstructuur is een opdracht verstrekt aan **externe deskundige**. Social media zijn opgestart (LinkedIn, Instagram en Facebook), er is software aangekocht om deze te managen en er is een opstartfase van 3 maanden uitgevoerd.

Voor het 'voeren' van social media met relevantie en tijdige content, voor moderatie, is een team van **3 social media moderators** ingehuurd, in eerste instantie voor een periode van 3 maanden.



De campagne is onderverdeeld in de volgende fases:

Oktober: werven van volgers door middel van 'organic posts".

November: werven van volgers middels betaalde posts – gericht op Facebook.

December: eerste evaluatie, óf doorgaan met werven, of aanvang conversie campagne (omzetten van volgers naar donateurs).

Kwantitatieve doelstelling: 1.000 volgers per social medium.

SOCIAL MEDIA CAMPAGNE

CELEBRITY VIDEO'S +
BANNERS + SOCIAL POSTS

TinnitusFree Foundation

PLANNING CAMPAGNE

Er zijn gesprekken gevoerd met diverse deskundigen en agencies over de campagne. Er kwamen 3 belangrijke observaties van beide bureau's aan de orde:

1. De assets, boodschap en visualisering van de campagne zijn overtuigend

2.Media-spend heeft de grootste effectiviteit als website, FB en Instagram in lijn met de campagne zijn

3. Het is van belang om Facebook en Instagram following te creëren , door meer visualisatie, context verhalen

4. De geloofwaardigheid van TFF kan worden verhoogd, door celebrities, maar ook door onderzoekers. Ook dienen we de reputaties van bestuur en management op de landingspagina's te benadrukken

5. Het is beter om voor punt 3 en 4 voldoende tijd te nemen.

Ondertussen traditionele fundraising intensiveren, ook op basis van de social media assets en story line. Op basis is van bovenstaande inzichten is de planning aangepast.



Juni- Juli-Augustus-September
Creatie social media kanalen (LinkedIn, Facebook, Instagam.
Content creatie en opbouwen van volgers
De urgentie versterken in de boodschap
Website & GoFundMe op elkaar afstemmen
Softlaunch campagne (plaatsing ads bij partners, bijvoorbeeld)
Werven van nieuwe fondsen voor nieuw media budget

Oktober-November-December
Inzet celebrity channels
Inzet partner channels
Fondsenwerving
Social Media inkoop — Facebook ads volgers+
Social meda inkoop- conversie advertising+

Februari 2022
Fase 2 Campagne


TINNITUS FREE
LET'S GET TINNITUS OUT OF THE WAY.


TINNITUS FREE
LET'S GET TINNITUS OUT OF THE WAY.





VIDEO'S

SOCIAL POSTS







RESULTATEN

KWANTITATIEVE DOELSTELLING GEHAALD

Instagram staat op 2498 volgers, Facebook heeft 393 en LinkedIn heeft 446 volgers. Totaal 3.337. Doelstelling gehaald, al is de verdeling anders.

VRIJE PUBLICITEIT

De start van de campagne is uitgebreid op de website van RTL Nieuws geplaatst, KIDSWEEK plaatste een artikel.

DONATIES

Middels de campagne is ongeveer 10.000 euro aan donaties geworven. In de eerste helft van 2022 zal een zogenaamde ‘conversie’ campagne worden gevoerd, waarbij getracht wordt van volgers donateurs te maken.



CREDIBILITY

Middels de campagne heeft de Stichting TinnitusFree aan ‘credibility’ gewonnen bij onderzoekers, universiteiten, patiënten organisaties, fondsen en andere potentiële partners. Wij hebben ons onderscheiden als een vernieuwende, dynamische organisatie. Wij verwachten hiermee betere response t krijgen bij in onze (institutionele) fondsenwerving.

SAMENWERKING

De campagne biedt ons handvaten voor samenwerking met grote media. Zo heeft jongerenmedium ‘PARRA TV een TinnitusFree video geplaatst. Parra heeft een bereil van 440.000. Binnenkort volgt muziek keten Key Music (eveneens 400.000 bereik).

FINANCIËN

Verlies & Winst
Balans 2021

TinnitusFree Foundation

FINANCIËN

Stichting Tinnitusfree

Balans per 31 december 2021

	31 december 2021	31 december 2020
Vlottende Activa		
Vorderingen		
Overige Vorderingen	€ -	€ 57
Liquide middelen	€ 14.061	€ 3.211
Totaal Activa	**€ 14.061**	**€ 3.268**
Eigen Vermogen		
Stichtingskapitaal	€ -	€ -
Overige Reserves	€ 11.358	€ -478
	€ 11.358	€ -478
Kortlopende Sculden		
Te Ontvangen Bijdragen		€ -
Overige schuilden en overlopende passiva	€ 2.703	€ 3.746
	€ 2.703	€ 3.746
Totaal Passiva	**€ 14.061**	**€ 3.268**



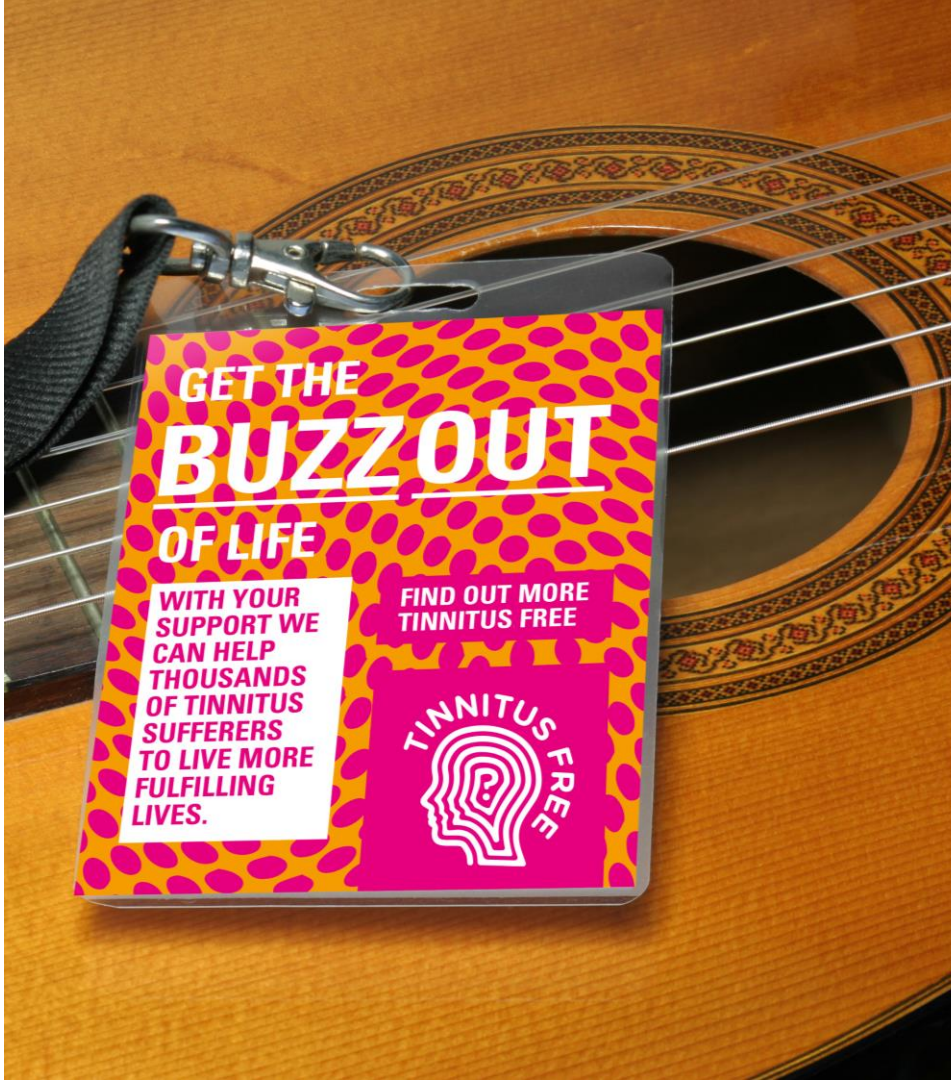
Staat van Baten en Lasten over 2021

	2021		2020	
Ontvangen Bijdragen	€ 58.645		€ 10.655	
Activiteitenkosten	€ 43.672	93%	€ 7.683	89%
Algemene kosten	€ 3.137	7%	€ 983	11%
Som der kosten	€ 46.809		€ 8.666	
Exploitatieresultaat	€ 11.836		€ 1.989	
Exploitatiesaldo	**€ 11.836**		**€ 1.989**	



Toelichting op de balans per 31 december 2021

	31 december 2021	31 december 2020
Overige reseves		
Saldo per begin boekjaar	€ -478	€ -2.467
Exploitatieresultaat	€ 11.836	€ 1.989
Saldo per 31 december 2021	€ 11.358	€ -478
Kortlopende schulden		
te ontvangen bijdragen	€ -	€ -
RC van Hoorn Company	€ -	€ 2.475
Nog te betalen kosten	€ 2.703	€ 1.271
	€ 2.703	€ 3.746



Toelichting op de staat van baten en lasten

Ontvangen bijdragen	2021	2020
Donaties		€ 5.655
GoFundme & Mollie	€ 3.645	
i5 Business Transformation	€ 2.500	
Hertz Foundation	€ 2.500	
Adessium	€ 50.000	
Projectbijdragen		€ 5.000
	€ 58.645	**€ 10.655**

Activiteitenkosten		
Onderzoek St Braininnovations		€ 5.000
Onderzoek Big Data	€ 1.854	
Fondsenwerving	€ 3.585	€ 2.683
Social Media project	€ 38.232	
	€ 43.672	**€ 7.683**

Algemene kosten		
Bestuurskosten	€ 651	€ -
Website en domein	€ 267	€ 742
Bankkosten	€ 213	€ 183
Administratie en beheer	€ 1.932	€ 35
Overige Algemene kosten	€ 74	€ 23
	€ 3.137	**€ 983**

