De Vakantiebank
Iedereen verdient vakantie!

1.000 GEZINNEN, DUIZENDEN VAKANTIEHERINNERINGEN

GRATIS EEN ONBEZORGDE VAKANTIEWEEK
VOOR 1.000 HUISHOUDENS IN ARMOEDE

PROJECTPLAN 2027



INHOUDSOPGAVE

3 Voorwoord
4 Samenvatting
6 Over Stichting De Vakantiebank
- 6 Missie en visie
- 6 Doelstelling
- 7 Achtergrondinformatie
- 8 Armoede in Nederland
- 9 Doelgroep

10 De Vakantiebank in ontwikkeling
- 10 Pionieren
- 10 Groei en kwaliteit
- 10 De vraagzijde
- 11 Landelijke naamsbekendheid
- 12 Campagne
- 13 Sociale media 2025

17 Samenwerking met hulpverleners
18 Boeken van vakanties
19 Fondswerving en Sponsoring
21 De Organisatie
22 Project 1.000 gezinnen, één week vakantie
- 22 Aanleiding
- 22 Groei
- 23 Kosten
- 24 Accommodaties
- 25 Vervoerskosten
- 26 Zakcentje
- 27 Inkoop vakantieweken
- 27 Team De Vakantiebank
- 28 Kantoor kosten
- 28 Booking.com, Kinderpostzegels Nederland en Kinderhulp
- 28 Eigen bijdrage
- 28 Subsidies
- 29 Doneerknop
- 29 Inkoop gemeenten
- 29 Donateurs en fondsen

30 Projectbegroting en dekkingsplan 2027
31 Evaluatie en communicatie
32 Referenties
33 Ervaringen deelnemers
35 Gegevens Stichting De Vakantiebank
36 Bijlage 1 Infographic
38 Bijlage 2 Voorbeeld inschrijfformulier GV
41 Bijlage 3 Wachtlijst gezinnen 2026







VOORWOORD

Wanneer je “nooit” op vakantie kunt gaan, vanwege te weinig financiële armslag, dan doet dat wat met je en je gezin. Je komt niet uit het isolement waar je in leeft. Je gevoel van zelfrespect en zelfvertrouwen daalt. Je raakt bijna nooit je gevoel van stress kwijt. Je komt niet in de gelegenheid om eens helemaal anders binnen je gezin van elkaar te genieten. Voor miljoenen mensen is het op vakantie gaan, een traditie, een normale zaak, een “must” om weer verder te kunnen. Voor ruim 275.000 gezinnen die in armoede leven (Bron: CBS 2024) is dat verlangen er wel, maar de mogelijkheid er niet.

Al meer dan 15 jaar werkt De Vakantiebank eraan, de laatste jaren samen met ruim 60 partners in de recreatiesector, om daarin het verschil voor deze gezinnen te maken.
Dan gaat het niet over een: all inclusive hotel in Turkije, of een vliegreis naar … Nee, De Vakantiebank wil zo veel mogelijk gezinnen iets basaals bieden. Het gaat dan om het kunnen boeken van één week; “van Ameland tot de Ardennen”. Voor dat beoogde doel spant De Vakantiebank, met al haar partners, zich in. Het gezin ontvangt een vergoeding voor de reiskosten, hoeft uiteraard niets te betalen voor de accommodatie en ontvangt tevens per gezinslid in de betreffende vakantieweek 20 euro zakgeld per persoon.

En zeg nu zelf? Wat is nu: één week?!

Het concept van De Vakantiebank is in de laatste jaren nader uitgewerkt. Gedurende 7 maanden staat de wachtlijst open voor gezinnen uit heel Nederland, levend in armoede, om zich aan te melden.

Na screening door (vrijwillige) medewerkers krijgen zij een boekingscode. In het voorjaar van elk jaar heeft De Vakantiebank ruim voldoende boekbare vakantieweken op haar site, waarop de gezinnen een boeking kunnen doen.

Een onbezorgde week kan dan echt beginnen. Zonder steun van gemiddeld jaarlijks 1.500 particuliere donaties, de bijdrage van talloze fondsen, de acties van Rotary, Kiwanis, telefoonmaatschappijen en andere bedrijven, kan De Vakantiebank niet bestaan. Zij maken het mogelijk om jaarlijks de kosten te kunnen betalen en 1.000 gezinnen één vakantieweek eropuit te geven.

De Vakantiebank kan niet bestaan zonder haar 60 partners; particulieren met een vakantiewoning, recreatieondernemers of een hotelketen die allen vanuit Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) meedoen.

Dit projectplan belicht alle facetten van het werk dat De Vakantiebank doet, de werkwijze, de samenwerkingen, de begroting, het bestuur, de Sociale Media… álles komt aan de orde.

Pim Loeff, projectleider.

SAMENVATTING

1.000 gezinnen, duizenden vakantieherinneringen

Het behoeft geen betoog dat armoede stijgt in Nederland, ook middeninkomens hebben moeite om rond te komen. Dat maakt dat vele gezinnen in Nederland stress ervaren, te kampen krijgen met ziek-zijn en kinderen opgroeien in een armoedige omgeving. Dit zijn sombere feiten die het leven van velen bepalen, nu en in de toekomst. Het gegeven van deze groeiende armoede zal zich ook in 2027 vertalen in een enorme vraag naar: gezinsvakanties.

Een week vakantie is goed voor mensen. Het vermindert stress, biedt mogelijkheden om nieuwe sociale contacten aan te gaan en geeft kinderen het gevoel erbij te horen (Bijlage 1: Infographic). Ook in Vlaanderen (Netwerk: Iedereen verdient vakantie) en in Engeland (Family Holiday Association) zijn nationale “vakantiebanken”.

De Vakantiebank kan alleen zo succesvol opereren dankzij particulieren die “om niet” accommodaties aanbieden, alsmede een hotelketen die tientallen overnachtingen (half pension) aanbiedt.



Zelfs een Bruine vloot Klipper biedt 8 gezinnen een vakantie week. Een deel van de vakantieweken (ca. 50%) wordt ingekocht. Grote vakantieparken zijn daarbij partners. Feitelijk sponsoren zij enorm, want de inkoopprijzen zijn ver beneden de marktprijs die zij voor commerciële gasten hanteren.

In de afgelopen jaren is De Vakantiebank steeds gegroeid, met gemiddeld circa 15% per jaar. Het bestuur heeft voor de komende 2-3 jaren besloten tot consolidatie. De ambitie van 1.000 gezinnen op vakantie acht zij goed haalbaar, daarbij in ogenschouw nemend dat de organisatie met een klein team van professionals (2,4 fte) werkt met daarnaast een zeer betrokken team van vrijwilligers. Ook ziet het management van de organisatie dat het nog steeds een enorme uitdaging is om jaarlijks circa 1.500 vakantieweken ter beschikking te krijgen

De Vakantiebank beseft dat recreatieondernemers keihard werken om goed te kunnen draaien. Zij verdienen een enorm respect als zij (vaak om niet) mee doen als partner van De Vakantiebank.

Het bestuur van De Vakantiebank beseft dat zij slechts een basis biedt voor de gezinnen, te weten de accommodatie, de reiskosten en de 20 euro per gezinslid in de vakantieweek. Toch houdt zij vast aan dit stramien en zal daarin niet uitbreiden. Het concept is beproefd, de bijdragen zijn alleszins redelijk dus er wordt voortgezet op deze ingeslagen weg.

SAMENVATTING

Tenslotte, zonder bijdragen van derden is er geen Vakantiebank mogelijk. Er is geen vaste subsidiering of dergelijke. De laatste jaren ontmoet De Vakantiebank steeds meer gemeenten die er de voorkeur aan geven zelf vakantieweken bij De Vakantiebank in te kopen voor haar gezinnen (in de bijstand). Vanuit De Vakantiebank zijn we daar gelukkig mee. Het geeft de garantie van financiering voor de betreffende vakantieweken en voor de gemeente (vanaf dan: Voorrang Gemeente) bestaat er de zekerheid van extra begeleiding van de gezinnen bij het boeken en tevens een helder rapport van welke gezinnen op vakantie hebben kunnen gaan.





De inkoopprijs voor één week vakantie zal in 2027 met 100 euro stijgen (van 400 naar 500). Deze prijs voor een volledige door De Vakantiebank georganiseerde vakantieweek voor een gezin (of dat nu uit 2 of 8 personen bestaat…), met daarbij alle accommodatie- en reiskosten vergoed en daarnaast nog zakgeld van 20 euro per gezinslid, acht het bestuur redelijk. De impact van één vakantieweek op een gezin is enorm. De prijs voor vakantieweken die De Vakantiebank zelf inkoopt “in de markt” zal worden geïndexeerd naar 415 euro/week (was: 400 euro).

Ongeveer 90% van de foto’s in dit projectplan is gemaakt door gezinnen op vakantie in 2026.

OVER STICHTING DE VAKANTIEBANK

MISSIE EN VISIE

De Vakantiebank vindt dat iedereen vakantie verdient. Vakantie biedt een ervaring die voor vakantiegangers nog jarenlang nawerkt. De Vakantiebank organiseert op laagdrempelige wijze vakantieweken voor Nederlandse gezinnen in armoede. Zij is hiervoor het enige landelijke platform. Betrouwbaarheid, efficiency en begrijpelijkheid zijn kernwaarden.



DOELSTELLING

De Vakantiebank wil gezinnen die in armoede leven en gezinnen in een hulpverleningstraject een hoger gevoel van welzijn bezorgen. Op vakantie kunnen gaan met gezinsleden maakt daar een belangrijk deel van uit. Een aanzienlijk deel van deze doelgroep kan namelijk nooit met vakantie. Gemiddeld zijn de ingeschreven gezinnen 8 jaar niet op vakantie geweest. De Vakantiebank wil dit veranderen door gratis vakanties aan te bieden aan deze mensen. De Vakantiebank signaleert dat ontspanning een belangrijke sleutel is voor het verbeteren van de omstandigheden van de minderbedeelden in de samenleving. De Vakantiebank vindt het belangrijk dat iedereen (en bovenal gezinnen met kinderen) een kans krijgt om zich te ontwikkelen tot een sociaal evenwichtig persoon. Een vorm van ontspanning kan hier een goede bijdrage aan leveren. Uit diverse onderzoeken blijkt dat herinneringen aan een vakantie en de positieve ervaringen een grote rol spelen bij het ontwikkelen van een positief zelfbeeld. Ook het voorbereiden op de vakantie en het nagenieten dragen hieraan bij.

OVER STICHTING DE VAKANTIEBANK

ACHTERGROND INFORMATIE

De Vakantiebank is ontstaan in 2011. De grondslag is gelegd bij de Vrijbuiter, een winkelketen in kampeerartikelen. Deze megastore stelde tien tenten gratis ter beschikking aan gezinnen en mensen met een smalle beurs. Andere aanbieders in de recreatiebranche, waaronder Roompot en Landal GreenParks, werden benaderd om gratis accommodaties aan te bieden. Bij de verkoop van De Vrijbuiter in 2014 kwam er ook een einde aan de samenwerking met De Vakantiebank. Tevens verwaterde de samenwerking met reisorganisaties en vakantieparken ook steeds meer door de verslechterde economische omstandigheden.

Met het aantrekken van twee enthousiaste vrijwilligers in 2015 werd De Vakantiebank nieuw leven ingeblazen. De afgelopen vijf jaar zijn gebruikt om de organisatie te professionaliseren en nieuwe financieringsbronnen aan te boren. Dat is gelukt door de samenwerking die is aangegaan met Booking.com. Dat geeft de organisatie een belangrijke steun in de rug naar professioneel werken en minder afhankelijk zijn van vrijwilligers. Tegelijkertijd is met de bijdrage door Booking, ook de groeiambitie fors. De Vakantiebank blijft grotendeels afhankelijk van fondswerving, bij Vermogens- en Familiefondsen, bedrijven, kerkgenootschappen, lokale overheden en particulieren. Bijvoorbeeld Koninklijke Kinderpostzegels Nederland werd in 2024 partner.



Sinds 2020 heeft De Vakantiebank het CBF Keurmerk Goede Doelen, 90% van de middelen gaan rechtstreeks naar het doel. De Vakantiebank streeft naar een stabiele kwaliteit van haar aangeboden vakantieweken. Vanaf 2023 worden de volledige reiskosten vergoed en krijgt elk gezinslid vakantiegeld in de vorm van een storting op de bank. In 2027 verwacht De Vakantiebank dit bedrag te behouden op 20 euro per gezinslid per week.

ARMOEDE IN NEDERLAND

537.800	275.000	221.000	115.200
Nederlanders leven in armoede	Huishoudens moeten rond komen van een laag inkomen	Huishoudens moeten al 4 jaar of langer rondkomen van een laag inkomen	Kinderen groeien op in armoede

BRON: CBS (2025)

ARMOEDE NIET ALTIJD ZICHTBAAR
Er is veel 'stille' armoede: het is vaak niet zichtbaar dat mensen hun huur niet meer kunnen betalen of kinderen zonder ontbijt de deur uit moeten. Het sociale vangnet in Nederland wordt steeds kleiner. Steeds meer mensen moeten een beroep doen op maatschappelijk werk, ouderenzorg, sociale uitkeringen, jeugdzorg, studiefinanciering, ondersteuning van kerken enz. Door de voortdurende bezuinigingen worden deze voorzieningen steeds minder toegankelijk.

SOCIALE ARMOEDE
Sociale armoede betekent dat mensen niet mee kunnen doen aan het normale maatschappelijk leven omdat er geen geld is voor een sportclub of vereniging, voor schoolactiviteiten, een vakantie of een uitstapje of bijvoorbeeld voor toegang tot internet.

ARMOEDE GEEFT STRESS
Constante, langdurige stress heeft een negatief effect op de mogelijkheid om een goede keuze te maken.

- Het IQ neemt gemiddeld met 13 punten af. Dit is vergelijkbaar met een nacht niet slapen.
- Chronische stress is slecht voor lichaam een geest. Zo vergroot het gevaar op hart- en vaatziektes en de kans op overgewicht.
- Men heeft minder denkkracht en maakt meer korte termijn besluiten. Mensen hebben 'teveel aan hun hoofd'. De acute geldproblemen nemen je in beslag, daardoor is er minder aandacht voor de lange termijn en is men alleen bezig met zijn of haar primaire behoeften.

GEVOLGEN VOOR KINDEREN DIE OPGROEIEN IN ARMOEDE
Kinderen uit een laag-inkomensgezin gaan minder vaak uit dan kinderen met rijkere ouders. Ze sporten minder, volgen minder muziekles en gaan minder vaak een dagje naar de speeltuin. Die activiteiten buiten de deur kosten namelijk geld, reden waarom deze kinderen , volgens hun ouders, minder vaak aan deze activiteiten mee kunnen doen. Kinderen uit een laag-inkomensgrens nodigen ook minder vaak vrienden uit, bijvoorbeeld voor een verjaardag, om te spelen of te blijven eten. Een laag inkomen heeft ook invloed op schoolactiviteiten waarvoor een eigen bijdrage nodig is, zoals een schoolreis, die moeten kinderen vaak aan zich voorbij laten gaan.

DOELGROEP

De Vakantiebank kent twee soorten van aanmelding

A. Gezinnen (of anderssoortige huishoudens) melden zich zelfstandig aan. Zij kunnen aantonen dat zij op of onder de armoedegrens leven (d.m.v. een pasje van de Voedselbank of uitkeringsgegevens). Tevens zijn ze minimaal 3 jaar niet op vakantie geweest.

B. Gezinnen (of anderssoortige huishoudens) die worden aangemeld door een hulpverleningsorganisatie. De hulpverlener staat ervoor in dat het betreffende gezin veel baat zou hebben bij een gratis vakantieweek. De Vakantiebank leent in dit geval het vertrouwen van de hulpverlener, het inkomen wordt niet getoetst. Ook hier geldt de eis: 3 jaar niet op vakantie geweest.

Gezinnen of hulpverleners kunnen online inschrijven. Er vinden daarna diverse toetsingen plaats door medewerkers van De Vakantiebank (o.a. of er een aansprakelijkheidsverzekering afgesloten is).



DE VAKANTIEBANK IN ONTWIKKELING

De Vakantiebank bood in 2015 42 vakanties aan. In 2016 waren dat 76 vakanties: 45 in twee gesponsorde bungalows in Bungalowpark 't Hout in Bakkeveen in Friesland en 31 via diverse aanbieders. In 2017 bood de stichting tevens 100 vakanties in Safaritenten aan en kwam het totaal uit op 126. In 2018 vond een enorme groei plaats, die is ontstaan doordat er succesvol financiële middelen werden geworven om 350 vakantieweken in te kopen bij de Oostappen Groep. In totaal werden er 333 vakanties weggegeven in 2018.

Deze mooie groei zette door in 2019. Ruim 450 vakantieweken werden weggegeven. Een deel bleef onbenut door omstandigheden (verkoop park, reguliere afzegging, no-show <4%).

PIONIEREN
De jaren 2015 - 2018 worden beschouwd als pioniersjaren. Er is met veel enthousiasme hard gewerkt. De Vakantiebank kampte echter in deze jaren regelmatig met no shows. Vaak lagen de vervoerskosten daar aan ten grondslag. Een vervelend gegeven voor alle deelnemende partijen.

Vanaf 2019 kiest De Vakantiebank bewust voor een meer professionele aanpak om de continuïteit van het werk te waarborgen. In het vervolg van dit projectplan wordt beschreven wat dat exact inhoudt.

GROEI, KWALITEIT EN CONSOLIDATIE
In 2023 werden 650 weken gegeven. Tevens een hogere kwaliteit door reiskosten-vergoedingen en meer hoogseizoen-weken. De organisatie wil de komende jaren 15% per jaar groeien en dat gedurende 5 jaar. Hiertoe dienen verschillende (boekings)processen geautomatiseerd te worden. AFAS Software (Leusden) ondersteunt hierbij belangeloos.

Het aantal aangeboden vakantieweken bleef groeien. In 2025 werden 923 weken geboekt, het jaar erop ruim 1.000. De organisatie wordt door steeds meer partijen erkend en ondersteund. Toch blijft er steeds een risico bestaan dat grotere partners wegvallen. Zo is eind 2026 het gesprek met Booking.com gestart over nog eens drie jaar ondersteuning door hen (2027 – 2029).

Vanaf 2023 worden alle reiskosten vergoed en sinds 2025 wordt 20 euro per persoon bijgedragen in de vakantieweek.

DE VRAAGZIJDE
De landelijke vraag naar een gratis vakantieweek is enorm. De Vakantiebank stelt gemiddeld 7 maanden haar website open voor aanmeldingen. In die periode stromen zeker meer dan 1.500 (Bijlage 3) aanvragen van gezinnen binnen.

DE VAKANTIEBANK IN ONTWIKKELING

Landelijke naamsbekendheid

Iedereen in Nederland kent De Voedselbank, en zelfs: De Kledingbank. Met de naamsbekendheid van De Vakantiebank zit dat wat anders. Veel gezinnen uit de beoogde groep kennen inderdaad ook De Vakantiebank. Zij zijn actief op sociale media en horen via De Voedselbanken Nederland van het bestaan ervan. Echter, de successen van De Vakantiebank zouden veel groter zijn wanneer de landelijke naamsbekendheid “bij het grote publiek” ook groot zou zijn. Dan zou er vast meer gesponsord worden en met name zouden ook meer recreatieondernemers ervan weten en mee doen.

De Vakantiebank is steeds alert op de mogelijkheid om via socials en media “lawaai te maken over haar werk. Het Jeugdjournaal besteedde als twee keer aandacht aan De Vakantiebank.

Filmpje De Vakantiebank

Ook was De Vakantiebank drie jaren actief in het kader van Zwarte Zaterdag, de dag die De Vakantiebank geclaimd heeft om aandacht te vestigen op gezinnen die niet op vakantie kunnen gaan.



CAMPAGNE
In de jaren 2025/2026 startte De Vakantiebank haar Campagne: Eén Week. Doelstelling was om een substantieel aantal partners extra te betrekken, alsmede partijen die bij wilde dragen financieel. Die ambitie is geslaagd, zij het dat het niet bij deze campagne dient te blijven, maar het de voortdurende aandacht van het team blijft om een groter aantal accommodaties te verwerven.







Social Media 2026

1.592	6.033	573	166
Vakantiebank	De Vakantiebank	De Vakantiebank	Nieuwsbrief

1.200.000 Weergaven over de verschillende platforms

Top 3 posts







Top 3 reels







Social Media

De Vakantiebank gebruikt social media om haar verhaal te vertellen en zoveel mogelijk mensen te laten zien wat één week vakantie kan betekenen. Via Instagram, Facebook, LinkedIn en onze nieuwsbrief delen we verhalen van gezinnen, zetten we partners en donateurs in het zonnetje en laten we zien wat er binnen De Vakantiebank gebeurt.

Wat bracht 2026?

Waar in 2025 de nadruk lag op het ontwikkelen van verschillende mediaproducten, stond 2026 in het teken van herkenbaarheid en bereik. Met een vernieuwde huisstijl, nieuwe samenwerkingen, acties op locatie en extra aandacht vanuit influencers en media hebben we het verhaal van De Vakantiebank bij een steeds groter publiek onder de aandacht gebracht.

Daarbij kijken we niet alleen naar grote campagnes. Juist de combinatie van kleine acties, persoonlijke verhalen en sterke samenwerkingen laat zien hoeveel impact communicatie kan hebben.



De Vakantiebank in een nieuw jasje

In 2026 heeft De Vakantiebank binnen haar communicatie een vernieuwde huisstijl gekregen. Deze frisse stijl is doorgevoerd op onze socialmediakanalen en vormt ook de basis voor nieuwe bedrukkingen, promotiematerialen en andere communicatie-uitingen.

Hierdoor zijn onze uitingen beter herkenbaar en heeft De Vakantiebank online én offline een professionelere en eigentijdse uitstraling gekregen. Als onderdeel van de nieuwe huisstijl zijn ook verschillende socialmediaformats ontwikkeld. Hiermee kunnen we partners, accommodaties en donateurs op een herkenbare manier bedanken en in het zonnetje zetten.



Onze partners in het zonnetje

Ook in 2026 waren onze partners en donateurs een belangrijk onderdeel van onze communicatie. Gedurende het jaar hebben we via onze socialmediakanalen regelmatig nieuwe en bestaande samenwerkingen uitgelicht. Dankzij de nieuwe socialmediaformats gebeurt dit steeds meer vanuit één herkenbare stijl.



Daarnaast heeft de nieuwsbrief in 2026 opnieuw een belangrijke rol gekregen. Hierin is meer ruimte om verhalen achter samenwerkingen te vertellen en verschillende partners uitgebreider in het zonnetje te zetten. Social media zorgt voor snel en breed bereik, terwijl de nieuwsbrief juist ruimte biedt voor verdieping.



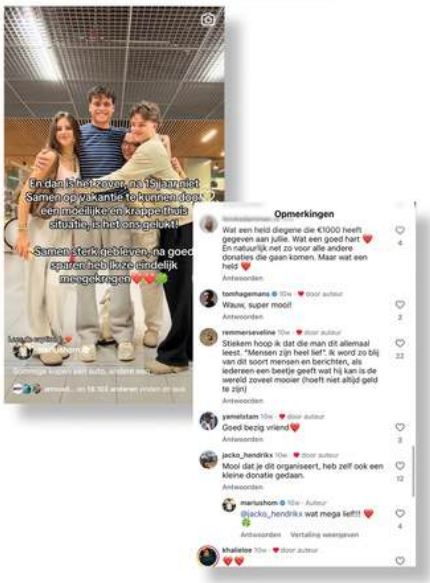
Op die manier vertellen we niet alleen wat partners voor De Vakantiebank betekenen, maar laten we ook zien dat al deze organisaties samen bijdragen aan hetzelfde doel: zoveel mogelijk gezinnen een onvergetelijke vakantieweek bezorgen.

Influencers komen samen voor De Vakantiebank

Social media liet in 2026 opnieuw zien hoeveel impact één persoonlijk verhaal kan hebben. Influencer Marius Hom deelde zijn eigen ervaringen met armoede in zijn jeugd en vertelde dat hij pas in zijn twintiger jaren voor het eerst met zijn familie op vakantie ging.



Zijn verhaal vormde de aanleiding voor een actie om dat vakantiegeluk ook aan andere gezinnen te geven. Samen met zijn volgers haalde Marius maar liefst €4.000 op voor De Vakantiebank.



Maar de impact ging verder dan alleen het opgehaalde bedrag. De actie zorgde in één maand voor meer dan 300.000 weergaven op de socialmediakanalen van De Vakantiebank. Ook buiten onze eigen kanalen werd het verhaal opgepakt en kreeg De Vakantiebank aandacht van verschillende media, waaronder De Telegraaf, Teenmagazine en NU.nl.

Het laat zien wat social media voor De Vakantiebank kan betekenen: een persoonlijk verhaal en een relatief kleine actie kunnen samen uitgroeien tot een enorm bereik.

Recreatie Vakbeurs 2026

Ook in 2026 is De Vakantiebank aanwezig op de Recreatie Vakbeurs in Hardenberg. De beurs vindt dit jaar plaats op 17, 18 en 19 november 2026. (Recreatie Vakbeurs) De Vakantiebank gebruikt de beurs om in contact te komen met recreatieondernemers en nieuwe accommodatieverstrekkers. De organisatie staat vermeld in de Exposanten Lounge van de beurs. (Recreatie Vakbeurs)

Dit jaar nemen we onze communicatie ook letterlijk mee de beursvloer op. Met een speciaal fotoframe kunnen bezoekers een leuke foto maken en tegelijkertijd kennismaken met De Vakantiebank. Zo combineren we persoonlijk contact met content die ook via social media gedeeld kan worden.

Let op: omdat het nu 22 september 2026 is, heb ik dit onderdeel bewust in de toekomstige tijd geschreven. De beurs moet nog plaatsvinden.







Wat brengt 2027?

In 2027 willen we voortbouwen op wat we de afgelopen jaren hebben geleerd. De nadruk komt te liggen op grotere, slimme en kostenefficiënte acties waarmee we zelfstandig een groot publiek kunnen bereiken.

Daarbij willen we minder afhankelijk zijn van traditionele persaandacht en juist meer inzetten op acties die vanuit De Vakantiebank zelf ontstaan en via social media kunnen groeien. De actie met Marius Hom heeft laten zien hoeveel bereik een sterk persoonlijk verhaal kan opleveren. Die kracht willen we in 2027 vaker benutten.

Het doel blijft uiteindelijk hetzelfde: steeds meer mensen kennis laten maken met De Vakantiebank, zodat steeds meer mensen mee kunnen helpen om gezinnen die het nodig hebben een onvergetelijke vakantieweek te geven.

In conclusie

2026 laat zien dat een groot bereik niet altijd begint met een grote campagne. Een vernieuwde huisstijl zorgt voor herkenbaarheid, partners helpen onze boodschap verder te verspreiden en persoonlijke verhalen kunnen op social media honderdduizenden mensen bereiken.

De basis die in 2025 is gelegd met verschillende mediaproducten is in 2026 verder uitgebouwd. In 2025 leverden alle media-items samen volgens het vorige verslag 670.000 weergaven op. In 2026 hebben we deze lijn doorgezet, maar met nog meer aandacht voor een herkenbare uitstraling, persoonlijke verhalen en acties die mensen actief bij De Vakantiebank betrekken.

SAMENWERKING MET ‘HULPVERLENERS’

humanitas

Leergeld

GELEEND VERTROUWEN
Een belangrijk onderdeel in de aanpak van De Vakantiebank is de inzet van intermediairs. Derden, zoals sociale wijkteams, diaconieën en zorgprofessionals bij instellingen, kunnen bijdragen aan het goed voorsorteren van de aanvragen.

De verwachting is dat er dan vaker een passende match ontstaat en dat bijvoorbeeld het vervoer ook beter geregeld kan worden. De Vakantiebank noemt dit: geleend vertrouwen.

Toelichting van de term:" Geleend Vertrouwen"
Dit betekent dat desbetreffend persoon of gezin is aangemeld door een ander. De Vakantiebank gebruikt de term als ze advies van een hulpverlener krijgt om iemand of een gezin in te schrijven om in aanmerking te komen voor een gratis vakantie.

Dit houdt in dat een hulpverlener (sociaal werker, maatschappelijk werker, pastoraal werker, GGZ hulpverlener, bewindvoerder, etc.) ervan overtuigd is dat het gezin dat zich gaat aanmelden past bij de filosofie van De Vakantiebank. Dat wil zeggen: er is een aantal jaren geen mogelijkheid geweest om op vakantie te gaan en hier zijn ook geen middelen voor gezien de situatie waarin het gezin zich bevindt. Het zou geweldig fijn zijn als diegenen er even uit kunnen. Het kan gaan om (één-ouder) gezinnen, maar ook stellen en individuen kunnen zich Inschrijven. (Bijlage 2: inschrijfformulier 2027).

BOEKEN VAN VAKANTIES

TOMMY BOOKING

Het online boekingsprogramma Tommy Booking heeft ook bijgedragen aan de groei van De Vakantiebank. Tommy Booking Support is een grote speler in de recreatiebranche. Het nieuwste online boekingsprogramma: Tomm, gaat vanaf 2026 gebruikt worden. Dit maakt het voor gezinnen die op de wachtlijst staan mogelijk om grotendeels zélf te boeken. Het grote voordeel hiervan is dat mensen zelf een locatie, park en verblijf kunnen kiezen. Het systeem van zelf boeken heeft ertoe geleid dat de no show van gezinnen enorm is afgenomen. Het geeft de deelnemer meer tijd om zich voor te bereiden en voor zichzelf maatwerk te verrichten. Het online boekingsprogramma verlicht tevens de werkdruk op kantoor.

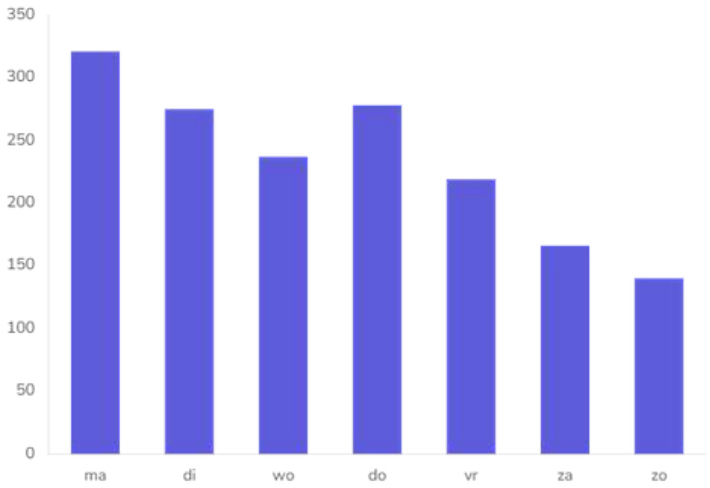
Ook De Vakantiebank doet mee aan AI. Met meer dan 1.500 gezinnen op de wachtlijst, stromen er ook enorm veel vragen binnen. Onze vrijwilligers kunnen veel aan, maar.... AI is wel erg handig.



Onze Catbot, “Maia” ving makkelijke- en moeilijke vragen voor ons op! Dank aan het bedrijf dat “Maia “geheel om niet ter beschikking stelde. Op het moment van schrijven zijn er in totaal 1.636 chats geweest en 3.779 berichten.

Veel terugkerende vragen gingen over het boeken, kortingscodes kwijt, hulp bij het boeken, wanneer weer opnieuw inschrijven en soms wat specifieke vragen over wat er wel en niet is toegestaan in een bepaalde accommodatie.

Drukste dagen: maandag en donderdag komen de meeste berichten binnen.



FONDSWERVING EN SPONSORING



De Vakantiebank heeft steeds behoefte aan een inkomstenstroom. Hiertoe werd ook de campagne gestart om de groeiende naamsbekendheid van De Vakantiebank landelijk door te zetten. Tevens is de verwachting dat bedrijven, particulieren en recreatieondernemers, in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen, De Vakantiebank meer gaan steunen.

De sponsoring door Booking is een mooie steun. De Vakantiebank kan daarmee continuïteit bieden in dit werkveld waar een grote taak ligt. In 2024 sluit ook de landelijke organisatie Koninklijke Kinderpostzegels Nederland zich aan. Zij hebben aangegeven ook in 2027 weer te zullen bijdragen.

Met de steun in de vorm van donaties, sponsorgeld en subsidies is De Vakantiebank in staat de eigen kosten te financieren, waaronder de inkoop van vakantieweken, personeelslasten, kantoorkosten, reiskosten, zakcentjes voor gezinnen en vrijwilligersvergoedingen.

NIEUWE METHODEN

Gelukkig zijn steeds meer bedrijven aan de slag met MVO (maatschappelijk Verantwoord ondernemen). Daarbij speelt ook een rol dat ”het publiek” steeds vaker vraagt wat recreatiebedrijven op dat terrein doen. Het is geweldig om te kunnen melden dat De Vakantiebank sinds 2026 is opgenomen in de etalage van het Duurzaamheidslabel; GreenKey. Als bedrijven samenwerken met De Vakantiebank, scoren zij daarmee punten in het kader van GreenKey. Zo heeft TopParken hier samen met GreenKey en De Vakantiebank werk van gemaakt.

Green Key x Vakantiebank x TopParken

Het mes snijdt aan twee kanten. Steeds meer reisorganisaties zetten hun partnership met De Vakantiebank in hun etalage en vragen boekende gasten een bijdrage te doen aan dit Goede Doel. Op deze wijze zijn klanten blij, het bedrijf in kwestie trots en heeft De Vakantiebank meer financiële armslag voor haar doelen.

FONDSWERVING EN SPONSORING



ACCOMMODATIES
De Vakantiebank is steeds op pad om aan recreatieondernemers, hotels en particulieren de vraag te stellen of zij (gratis) vakantieweken ter beschikking zouden willen stellen. Daar gaat het om, alleen met (betaalbare) ter beschikking gestelde accommodaties, kan De Vakantiebank haar kerntaak uitvoeren. vooral als zij deze voor meerdere weken mag benutten (anders is de administratieve verwerking relatief te zwaar).

Voor De Vakantiebank is het hebben van een Anbi status niet voldoende. Ze wil dat sponsoren en andere partners een optimaal vertrouwen kunnen hebben in de organisatie. In april 2020 ontving de organisatie het landelijk CBF keurmerk: Erkend Goed Doel.

DE ORGANISATIE

BESTUUR
Het bestuur bestaat uit vijf personen.
Voorzitter: Frank Luken
Secretaris: Jan Poelstra
Penningmeester: Abe Veenstra
Algemeen lid: Marco Budding
Algemeen lid: Dick Ettema

Het Vakantiebank Team

Het Vakantiebank team bestaat uit zowel betaalde als vrijwillige medewerkers. Het Team is samengesteld uit ca 6 vrijwilligers in de backoffice en daarnaast 3 parttime betaalde krachten (respectievelijk 80%, 80% en 60%) en bestaat uit de Directeur, Coördinator en Office Manager. Daarnaast is een aantal van ca 3 vrijwilligers “op afstand” actief. De betaalde krachten dragen bij aan de continuïteit van de organisatie. Daarnaast is het werken met vrijwilligers overigens een must. Het werk is zeer arbeidsintensief en zou niet betaald kunnen worden uitgevoerd, dan zou de overhead te groot worden.



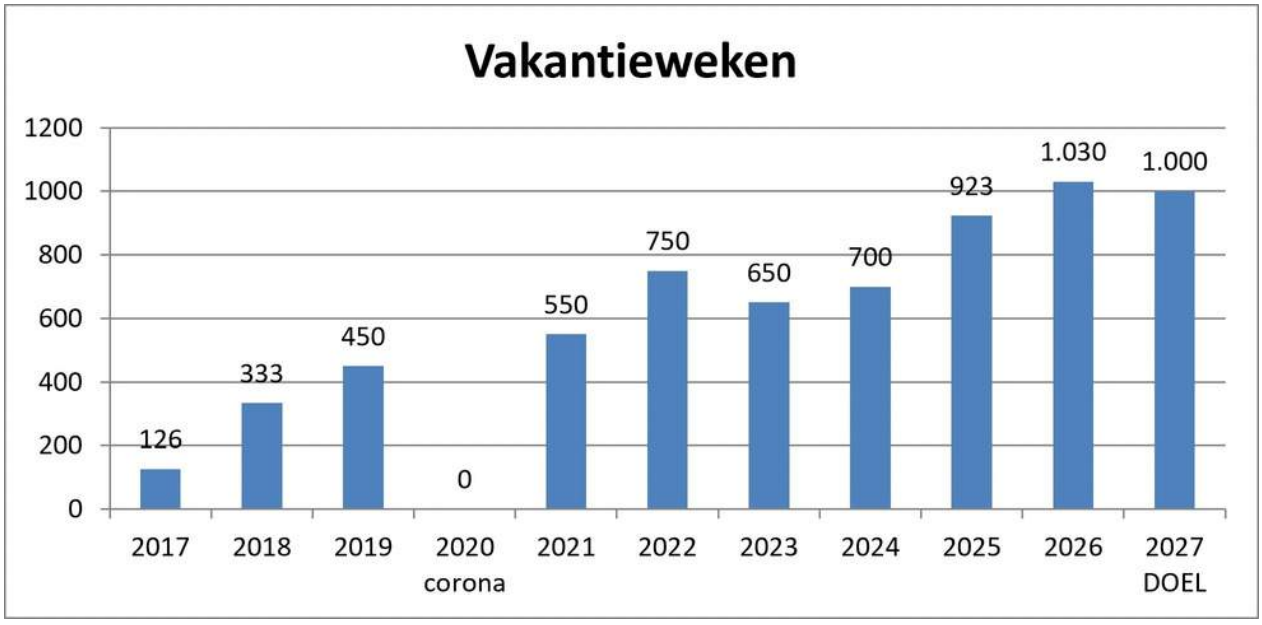
1.000 GEZINNEN, DUIZENDEN VAKANTIEHERINNERINGEN

AANLEIDING
Een vakantie klinkt voor velen zo simpel en gewoon, maar zo vanzelfsprekend is dat niet voor iedereen. De impact van een weekje weg is groot. Het geeft rust, zelfvertrouwen, brengt nieuwe contacten en creëert een afstand van de dagelijkse routine stress en woonsituatie. Voor gezinnen die hier aan toe zijn doet De Vakantiebank het. De Vakantiebank wil één weekje vakantie bereikbaar maken voor iedereen.

De vraag overtreft echter ruimschoots het aanbod. Ruim 275.000 gezinnen in Nederland komen in aanmerking. De wachtlijst van gezinnen die graag met vakantie willen, wordt steeds langer (begin 2024; meer dan 1.200 gezinnen) in 2025 1.400 gezinnen, in 2026: 1.800 gezinnen. De Vakantiebank kan slechts een bescheiden deel van de gezinnen in armoede een vakantieweek aanbieden.

Elk jaar koopt De Vakantiebank vakantieweken op grote schaal in. Vanaf 2024 is dit tevens bij vakantieparken in Nederland en Vlaanderen, de ambitie is natuurlijk altijd om vakantieweken “om niet” ter beschikking te krijgen, De Vakantiebank realiseert zich dat dat bij de aantallen die benodigd zijn, dat niet geheel mogelijk is. Recreatieondernemers wordt gevraagd maatschappelijk verantwoord te ondernemen en de De Vakantiebank daar onderdeel van te laten zijn. Lukt dat niet, dan is er de (gebudgetteerde) mogelijkheid tot inkoop.

GROEI
Het afgelopen jaar (2026) kon De Vakantiebank weer een prachtige groei neerzetten! De beoogde 1.000 weken werden ruim behaald.



De Vakantiebank ontzorgt haar 60 partners zo veel als mogelijk. Zij regelt alle boekingen, de contacten met de gezinnen. De Vakantiebank is gedurende de zomermaanden 24/7 bereikbaar. Bij mogelijke problemen neemt zij direct actie naar het gezin als ook met het park/de particulier. Haar boekingssysteem genereert gastenlijsten die altijd op tijd naar de partner worden gestuurd, etc. De partner hoeft feitelijk alleen de overeengekomen vakantieweken te blokkeren in het boekingssysteem.

Een tweede reden voor de mooie groei was het feit dat De Vakantiebank over voldoende middelen kon beschikken om ca 50% van de vakantieweken in te kopen, voor het Maatschappelijk Verantwoorde bedrag van 400 euro per week (bij afname van meer dan 40 weken).

Een percentage van 25% van alle beschikbare vakantieweken (25% van 1.400) lag in het voor- en naseizoen. We zien dat deze weken minder geboekt worden (wel iets meer dan 50%). 90% van de gezinnen die bij De Vakantiebank zijn ingeschreven zijn gezinnen met schoolgaande kinderen en die zijn gebonden aan de schoolvakanties.

KOSTEN

Het behoeft geen betoog dat door inflatie én door stijgende energieprijzen de inkoopprijs van vakanties stijgt. De Vakantiebank gaat sinds 2023 uit van een prijs van 300 euro per week. Vanaf 2025 wordt uitgegaan van 350 euro per week. Ingaande 2026 is 400 euro op de begroting voor deze post opgenomen. Vanaf 2027 zal het inkoopbedrag 415 euro zijn. Deze prijs heeft eveneens te maken met het feit dat er een staffel van meer dan 40 weken per aanbieder zal zijn. Voor die prijs verkrijgt De Vakantiebank: een 4-6 persoons accommodatie (stacaravan, chalet, safaritent, e.d.), de schoonmaak en tevens beddengoed voor de betreffende week.

Het is gebleken dat het vergoeden van de reiskosten een enorm succes is. Gezinnen worden hierdoor in de gelegenheid gesteld om derden in te schakelen voor vervoer, dat geeft rust. In 2026 betaalde De Vakantiebank een bedrag van 20 euro per persoon in de vakantieweek.

We noemen het ‘zakcentje’. Het werd met zeer veel dank aanvaard. In 2027 zal De Vakantiebank deze post weer opnemen. Het zakcentje geeft een budget om ergens te gaan eten, een bootje of fiets te huren, boodschappen te doen etc. Een gezin van 5 heeft dan 100 euro om met elkaar iets fijns mee te doen in de week. Gelukkig zijn er daarnaast de giften (in natura) door accommodatie verstrekkers, die vaak in - en om de accommodatie diverse extra’s hebben georganiseerd.



ACCOMMODATIES

Het aanbod aan accommodaties is prachtig en steeds meer divers. De Vakantiebank heeft de beschikking over prachtige vakantiebungalows (vaak via particulieren), honderden chalets op diverse parken, ingerichte (Safari)tenten, gezinskamers in hotels, kamers in groepsaccommodaties en zelfs arrangementen op een tweemaster klipper.



Totaal worden circa 1.400 vakantieweken in genoemde accommodaties ter beschikking gesteld. Dat geeft een prachtig scala van mogelijkheden om te boeken. Particulieren nemen van dat aantal circa 200 weken voor hun rekening (letterlijk). De ambitie voor De Vakantiebank voor 2027 zal zijn: 1.000 weken laten boeken door arme gezinnen.

Verder is het de ambitie van De Vakantiebank, om ook gezinnen verder te ontzorgen. Op vakantie vertrekken kan namelijk ook tijdelijke stress veroorzaken. Het boekingsprogramma zal van meer filters worden voorzien en de (vrijwillige) medewerkers zullen erop toezien dat boekingen goed verlopen en er zo weinig mogelijk hoeft te worden gemuteerd.
De directeur, tevens fondsenwerver, zal voor het seizoen 2027 contacten leggen met bedrijven, vermogens- en familiefondsen, Armoedefondsen, serviceclubs, kerkgenootschappen, reisorganisaties en recreatieondernemers om hen te bewegen met financiële ondersteuning mee te doen. Alle ambities in dit Projectplan 2027 zijn niet haalbaar zonder hun steun!

1.000 GEZINNEN, DUIZENDEN VAKANTIEHERINNERINGEN

Begrotingsposten



ALGEMEEN

De Vakantiebank realiseert zich dat haar aanbod: gratis accommodatie, reiskosten en een bedrag “zakcentje” vrij basic is. Maar, al met al betekent dat voor een aantal van ca 1.000 gezinnen een forse begroting. Geprobeerd wordt om het midden te vinden van wat we kunnen verwachten aan steun via fondsen en het “opkrikken” van de kwaliteit.

Bij de consolidatie gaat De Vakantiebank uit van 1.000 gezinnen die kunnen boeken. Naast dit gegeven staat het feit dat partners met steeds hogere kosten zitten. De prijs die De Vakantiebank wil gaan betalen per vakantieweek zal in 2027 415 euro bedragen (= 400 euro x 3,75% indexering). Wanneer derden vakantieweken voor gezinnen inkopen bij De Vakantiebank, zal die prijs noodgedwongen stijgen van 400 euro naar 500 euro.

VERVOERSKOSTEN

De Vakantiebank streeft ernaar om alle reiskosten van het gezin met een bedrag van 25 cent per km te vergoeden, dus heen en weer. Ervaring in 2026 leert dat de kilometervergoeding uitkwam op een bedrag van gemiddeld 68 euro per gezin. Voor 2027 gaat De Vakantiebank uit van datzelfde bedrag bij 1.000 gezinnen. Met dien verstande dat 25 cent per km wordt vergoed. Ook de eventuele bootkosten zullen worden vergoed

1.000 GEZINNEN, DUIZENDEN VAKANTIEHERINNERINGEN

Begrotingsposten

“ZAKCENTJE”

Wat zou het geweldig zijn als de vakantievreugd nog verhoogd kan worden. Met deze begrotingspost: ‘zakcentje’ zou dat mogelijk gemaakt kunnen worden. We zouden als organisatie iets extra’s willen kunnen aanbieden. We denken aan: een dag naar een pretpark in de buurt, een bezoek aan een zwemparadijs, eens een bootje huren of fietsen om de omgeving mee te verkennen. Het is onmogelijk om zoiets vanuit één centraal kantoor aan te bieden. Daar komt bij, veel particulieren en recreatieondernemers doen al iets van dien aard.

Elk ingeschreven gezinslid ontvangt 20 euro om in de vakantieweek te besteden. Vaak gebeurt dit in het park (en heeft de ondernemer er baat bij).

De begrotingspost ‘zakcentje’ a 20 euro per gezinslid is een toevoeging op de basis die De Vakantiebank kan bieden, maar deze kleine extra’s zullen in veel gevallen een enorm effect hebben op de vreugdevolle- en ontspannen vakantieweek! Een gezin dat met De Vakantiebank op vakantie gaat bestaat uit gemiddeld 3.6 gezinsleden.



1.000 GEZINNEN, DUIZENDEN VAKANTIEHERINNERINGEN

Begrotingsposten

INKOOP VAKANTIEWEKEN

Er valt niet aan te ontkomen dat een deel (ca 50%) van de vakantieweken dient te worden ingekocht. Het werken met grote aantallen weken van enkele aanbieders, maakt de organisatie ervan ook wel overzichtelijk. Circa 500 weken van de 1.000 zullen worden ingekocht. De aanbieder(s) en De Vakantiebank onderhandelen al vroeg in het betreffende jaar over de kosten, de in te kopen weken en het type accommodatie wat er gebruikt gaat worden. Natuurlijk geeft De Vakantiebank daarbij aan dat er een rol van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen is voor de aanbieder, dat wordt gelukkig vaak opgepakt! De prijs die De Vakantiebank zal hanteren is 415 euro per vakantieweek bij inkoop van 40 weken of meer. Als tegenprestatie wordt het betreffende bedrijf/recreatieondernemer in de social media van De Vakantiebank genoemd en wordt er gewezen op diens goede diensten voor arme gezinnen. Tevens zal de partner bewijzen ontvangen voor diens partnership. Deze kunnen worden getoond aan de gevel en gedeeld via haar sociale media. De post van €207.500 is hiervoor gereserveerd, als budget om de onderhandelingen mee in te gaan. Deze kosten, gevoegd bij het feit dat er ook tal van vakantieweken gratis worden aangeboden, maakt dat we als Vakantiebank gemiddeld een volledige week vakantie kunnen leveren voor €500. Derden: gemeenten en fondsen kunnen bijvoorbeeld vakantieweken inkopen voor dit bedrag. Daarmee zijn alle kosten gedekt, en geniet een volledig gezin van een complete onbezorgde vakantieweek.

TEAM DE VAKANTIEBANK

Zoals gesteld, zijn er grote ambities bij deze enige op landelijke schaal opererende vakantie-organisatie. Veel gezinnen zien jarenlang uit naar een weekje ontspannen op vakantie gaan met De Vakantiebank. Zij staan vaak lang op de wachtlijst.

Veel recreatieondernemers doen een duit in het zakje en steken spaarzame tijd in de samenwerking met De Vakantiebank om vakanties tot een succes te maken. De Vakantiebank kan zich geen risico's veroorloven van uitval door verloop van vrijwilligers of andere onvoorziene omstandigheden. Het is daarom geweldig dat door de loonkostenbijdrage van onder andere Booking.com er een team staat met diverse kwaliteiten die het hele spectrum van activiteiten kan beslaan. Daarmee kan De Vakantiebank ook daadwerkelijk continuïteit bieden. De directeur, coördinator en secretaresse, tezamen 2.4 fte, betekenen een begrotingspost a €209.987. Een team van totaal 10 vrijwilligers doet een wezenlijk deel van het werk (administratie en boeking-begeleiding, fondswerving, grafische vormgeving, sociale media, en techniek- en buitendienst). Zonder deze vrijwillige inzet is er geen Vakantiebank. Wanneer een vrijwilliger meer dan het aantal drempel-uren van 16 per week werkt, krijgt deze een vergoeding van €175 per maand.

1.000 GEZINNEN, DUIZENDEN VAKANTIEHERINNERINGEN

Begrotingsposten

KANTOORKOSTEN
In Groningen wordt een bescheiden kantoor gehuurd in een bedrijvencentrum. Voorts zijn er kosten voor vrijwilligers, reizen, lidmaatschappen, licenties en algemene kosten.

BOOKING.COM, KONINKLIJKE KINDERPOSTZEGELS NEDERLAND EN KINDERHULP
Bijdragen die door fondsen en partijen voor de middellange termijn worden toegezegd, worden gekoesterd. Twee partijen zijn dit commitment aangegaan met De Vakantiebank. De organisatie hoopt erop dat meer fondsen deze stap zullen gaan zetten. Er zijn gesprekken gaande met Kinderhulp. Het is een van de weinige manieren waarop De Vakantiebank daadwerkelijk kan staan voor haar beloften aan arme gezinnen voor een paar jaar vooruit. Alternatief is dat élk jaar weer dient te worden gewerkt aan het rondmaken van de begroting, met alle onzekerheid voor eenieder van dien!



EIGEN BIJDRAGE
Ook in 2027 is De Vakantiebank in staat om uit haar bescheiden reserve een bijdrage in de kosten van 10% van de begroting te doen.

SUBSIDIE
Voor het eerst in het bestaan van De Vakantiebank zal aan de gemeente Groningen subsidie worden gevraagd. In beginsel is de gemeente als “host” bereid hierin mee te gaan. De gemeente bewerkstelligt hiermee de instandhouding van de organisatie. Tegenprestatie zal zijn dat minstens 60 gezinnen jaarlijks zullen worden ingeschreven voor een vakantie. Door de samenwerking met overige Groninger fondsen kunnen deze gezinnen in staat worden gesteld om te boeken.

1.000 GEZINNEN, DUIZENDEN VAKANTIEHERINNERINGEN

Begrotingsposten



DONEERKNOP

Al jaren stijgen de bijdragen die De Vakantiebank mag ontvangen via haar Doneerknop, op de website. Circa 1.000 schenkingen komen jaarlijks binnen variërend van 1 euro tot 1.000 euro! Tezamen met schenkingen vanuit Kerkgenootschappen, gaat De Vakantiebank er van uit dat in 2027 35.000 euro zal worden gedoneerd, door particulieren en Kerkgenootschappen.

INKOOP GEMEENTEN

Steeds meer gemeenten kiezen ervoor om proactief vakantieweken in te kopen voor haar inwoners die op de armoedegrens leven. Zij kunnen uit eigen gelederen daar gezinnen voor werven, maar ook De Vakantiebank kan deze werving doen. Voor De Vakantiebank is deze inkoop gunstig; zij weet hierdoor vooraf welke middelen zij daarvoor ontvangt. Na afloop van het seizoen wordt het daadwerkelijk aantal gezinnen dat geboekt heeft afgerekend. De gemeenten (of soms andere inkopers, zoals fondsen of bedrijven) ontvangen een geanonimiseerd verslag van de aantallen gezinnen die hebben geboekt en welke acties De Vakantiebank in het betreffende jaar voor hen heeft ondernomen.

DONATEURS, FONDSEN

Zonder de hulp van tientallen fondsen en (serviceclubs) georganiseerde donateurs, kan De Vakantiebank niet verder... Zo simpel is het. De enorme ambities, voor de fikse vraag die er ligt, kunnen simpelweg niet anders worden waargemaakt dan door de ondersteuning te vragen aan landelijke fondsen en partijen. Gelukkig is er landelijk aandacht voor armoede en het als gevolg daarvan wegvallen van “basisbehoeften” zoals: één weekje op vakantie. Meer dan 25 nationale fondsen zullen worden aangeschreven.





PROJECTBEGROTING EN DEKKINGSPLAN KALENDERJAAR 2027

Project 2027	
Inkoop 500 vakantieweken bij Nederlandse vakantieparken (500x415)	€ 207.500
Vervoerskosten (1.000 x 73)	€ 73.000
Zakcentje (1.000 x3.6x20)	€ 72.000
Team VB (personeel, vrijwilligers en reizen)	€ 209.987
Kantoorkosten	€ 49.200
Totaal:	**€ 611.687**
Dekkingsplan	
Subsidies	€ 10.000
Eigen bijdrage	€ 60.000
Sponsoring en giften	€ 152.000
Inkoop gemeenten	€ 50.000
Fondsenwerving	€ 264.687
Booking.com	€ 75.000
Totaal:	**€ 611.687**

1.000 GEZINNEN, DUIZENDEN VAKANTIEHERINNERINGEN



EVALUATIE EN COMMUNICATIE

Met het online boekingsprogramma en het administratiesysteem is een actueel overzicht van boekingen, uitgegeven boekingscodes en wachtenden te maken. Gegevens daaruit zijn de basis voor maandelijkse evaluaties van de activiteiten. Verder voert De Vakantiebank tussentijds een evaluatie uit om te kijken of de benodigde financiële middelen gerealiseerd zijn. De resultaten van het project en de evaluatie worden elk jaar schriftelijk gerapporteerd via het financiële jaarverslag (volgens normen van het CBF Keurmerk) van de stichting. Daarnaast wordt er schriftelijk naar de afzonderlijke fondsenverstrekkers gerapporteerd over de uitvoering van het project en de inzet van de aangeboden financiële middelen.

Jaarlijks stuurt De Vakantiebank elk gezin een enquête. De resultaten hiervan worden gepubliceerd op de website. Alle partners van De Vakantiebank ontvangen eveneens jaarlijks een enquête. Met de gegevens uit de enquêtes verbetert De Vakantiebank haar diensten.

SOCIALE MEDIA

Gedurende het jaar doet De Vakantiebank verslag van al haar nieuwsfeiten. Gewoonlijk plaatst zij posts op de media: Website, LinkedIn, Facebook en Instagram.

REFERENTIES



De heer Gerard Kremer
Voormalig directeur Kampeerhal Roden
en initiator van De Vakantiebank
Telefoonnummer: 06 22 461 085
E-mail: gerard@kampeerhalroden.nl

De heer Henk Slagter
Voorzitter Kledingbank Maxima Groningen
Telefoonnummer: 06 10 584 923
E-mail: hslagter@planet.nl

ERVARINGEN DEELNEMERS

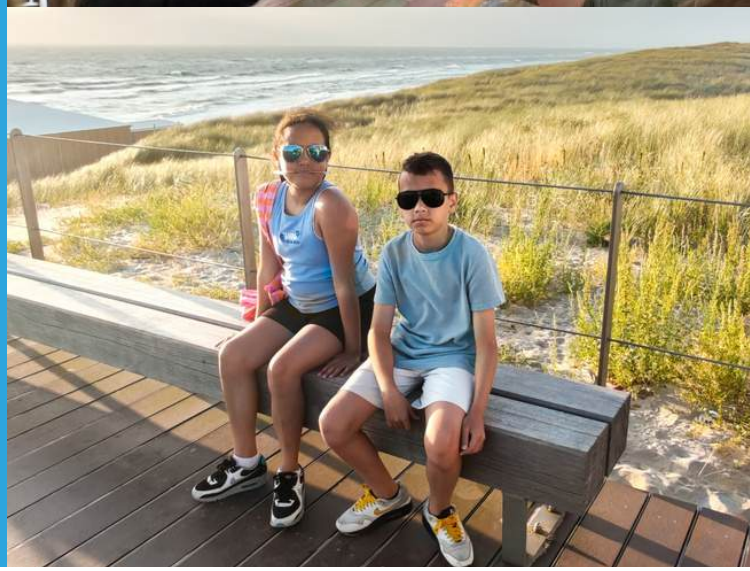
“Dankzij de Vakantiebank zijn mijn zoon van 14 jaar en ik voor het eerst op vakantie geweest. En we hebben van zo dankbaar genoten van elke dag. Het huisje was heerlijk luxe en gezellig en de omgeving is prachtig. Onze vakantieweek is onvergetelijk!"



“Bij binnenkomst al gelijk een heerlijk vakantie weer heb super genoten en zeker voor herhaling vatbaar heerlijk genoten samen met me dochtertje ze had het super naar haar zin ze heeft het er nog steeds over.”



“Heel erg genoten en eindelijk eens een keer echt ontspannen samen met mijn zoon weg van huis 💌.”



ERVARINGEN DEELNEMERS

"We hebben een hele fijne vakantieweek gehad. Na vijf jaar was dit onze eerste echte vakantie samen. We hebben mooie plekken bezocht, veel leuke dingen gedaan en vooral genoten van de rust en de tijd samen. We zijn De Vakantiebank heel dankbaar voor deze mooie ervaring. ❤️"



"Samen met mijn familie hebben we genoten van een onvergetelijke vakantie in een prachtige omgeving. Het voelt alsof we allemaal dezelfde mooie droom hebben beleefd."



"We hebben een fijne vakantieweek gehad en genoten van de tijd samen als gezin. Hartelijk dank aan De Vakantiebank!"



GEGEVENS STICHTING DE VAKANTIEBANK



Statutaire naam:	Stichting De Vakantiebank	
Contactgegevens:	De Vakantiebank, Postbus 1135, 9701 BC Groningen	
Bezoekaders:	Atoomweg 10, 9743 AK Groningen	
E-mailadres:	info@devakantiebank.nl	
Website:	www.devakantiebank.nl	
RSIN / fiscaal nummer:	850636784	
Kamer van Koophandel:	52864774	
IBAN:	NL44 ABNA 0430 7176 95	
BIC-code:	ABNANL2A	
Contactpersonen	Erwin Siekman| Directeur Mobiel: 06 1247 3414 E-mail: erwin@devakantiebank.nl	Frank Luken| Voorzitter bestuur Mobiel : 06 5139 5830 E-mail: frank@tommybookingsupport.nl
ANBI:	Stichting De Vakantiebank heeft een ANBI-status	
Keurmerk:	CBF Keurmerk Goede Doelen	

BIJLAGE 1


De Vakantiebank
Eén week vakantie.
Wereld van verschil.
Impact van de vakantieweken
Van gezinnen en kinderen met De Vakantiebank
Een combinatie van kwantitatief en kwalitatief onderzoek
Samen herinneringen maken
Samen veerkracht versterken
ONDERZOEK IN ÉÉN OOGOPSLAG
750 uitgenodigde gezinnen
356 deelnemers
47% respons
IMPACTSCORES
Praktisch/ organisatorisch 8,2
Sociaal welzijn 4,3
Emotioneel welzijn 8,7
Algemene ervaring 8,2
In het kwantitatieve onderzoek scoort Sociaal Welzijn vrij laag. Echter vanuit het kwalitatieve onderzoek is gebleken dat de grootste opbrengst niet lijkt het uitbreiden van sociale netwerken.
De grootste opbrengst lijkt het tijdelijk herstellen en versterken van gezinsverbindingen.
KWALITATIEVE INZICHTEN
Rust
Samen
Ontspannen
Plezier
Vrijheid
Even geen zorgen maken
WAT FAMILIES ERVAREN:
Meer tijd voor elkaar, samen praten, lachen, genieten
Minder stress en zorgen, even ontspannen aan de dagelijkse zorgen
Positieve herinneringen, activiteiten samen doen, terugdenken aan mooie momenten
Gevoel van normaliteit en erbij horen
Dankbaarheid
Gezin terug vinden
Meedoen
DE GROOTSTE OPBRENGST IS:
Herstel van gezinsverbinding
Ontspannen en minder stress
Samen positieve herinneringen maken
Even weer samen gezin zijn
Tijdelijke verlichting van zorgen en schaamte
De Vakantiebank
Impact Centre Erasmus
Inzicht-Gebracht
Het kwalitatieve deel en de rapportage zijn in samenwerking met deze drie partijen tot stand gekomen.
Dank aan alle gezinnen die hun ervaringen hebben gedeeld!

BIJLAGE 1


De Vakantiebank
Eén week vakantie.
Wereld van verschil.
Impact Centre Erasmus
Inzicht-Gebracht
INZICHT. VERBINDING. IMPACT.
Onderzoek en advies met hoofd, hart en oog voor mensen.
Het kwalitatieve deel en de rapportage zijn in samenwerking met deze drie partijen tot stand gekomen.
OPVALLENDE UITSPRAKEN
"We knuffelen veel en praten nog vaak over de vakantie."
"We hebben geen strijd gehad en echt genoten als gezin."
"Even ontsnappen uit ons huis."
"We mochten even gewoon meedoen."
"Ik was blij dat mijn moeder zo blij was."
"Meer was er niet nodig."
AANDACHTPUNTEN
Positieve effecten zijn vaak tijdelijk. Zorgen komen na de vakantie terug.
Nieuwe contacten ontstaan wel, maar zijn niet altijd blijvend of gewenst.
Voor pubers en jongeren is het belangrijk ervaringen te kunnen delen met leeftijdsgenoten.
Helder informatief over kosten vooraf.
Wens voor accommodatie met meer speelgelegenheid en zwembad.
TIPS VAN GEZINNEN
Meer activiteiten voor jongeren en ontmoetingsmomenten met leeftijdsgenoten.
Meer activiteiten in de omgeving (zwembad, natuur, uitjes).
Voor pubers en jongeren is het belangrijk ervaringen te kunnen delen met leeftijdsgenoten.
Accommodatie moderner en meer geschikt voor kinderen.
Blijf doen wat goed is: aandacht, vriendelijkheid en begrip.
AANBEVELINGEN VOOR DE TOEKOMST
Vakantiebox voor thuis, met ideeën zoals:
spelletjes;
natuuractiviteiten;
gezinsuitdagingen;
herinneringsboekje;
recepten;
foto-opdrachten.
HERINNERINGS BOEKJE
VAKANTIEBOX VOOR THUIS
Eigenlijk een verlenging van de vakantie.
WAAROM INVESTEREN?
Herstel en veerkracht voor gezinnen
Een week vakantie geeft gezinnen rust, energie en de kans om weer tot elkaar te komen.
Positieve impact op welzijn
Minder stress, meer geluk en nieuwe energie – dit heeft een blijvend effect op het dagelijks leven.
Investeren in kinderen
Gelukkige kinderen groeien beter, presteren beter en hebben meer kansen op een goede toekomst.
Maatschappelijke meerwaarde
Voorkomt problemen op de lange termijn en verlaagt (zorg)kosten later in de keten.
Kleine investering, groot verschil
Met relatief beperkte middelen maken we een groot verschil in het leven van veel gezinnen.
Een vakantieweek biedt gezinnen rust, verbinding en gezamenlijke positieve herinneringen.

BIJLAGE 2

De Vakantiebank
Iedereen verdient vakantie!

“Geleend vertrouwen”.

Dàt is de term die we gebruiken, als Vakantiebank, wanneer we van u het advies krijgen om iemand in te schrijven bij De Vakantiebank.

Het betekent dat u als hulpverlener (sociaal werker, maatschappelijk werker, pastoraal werker, GGZ hulpverlener, bewindvoerder, etc.) beseft dat het gezin dat zich aan gaat melden past in de filosofie van De Vakantiebank. (www.devakantiebank.nl) Dat wil zeggen: er is een periode van jaren geen mogelijkheid geweest om op vakantie te gaan, er zijn geen middelen voor een vakantie en gezien de situatie waarin de persoon (personen) zich bevindt, zou het geweldig fijn zijn als diegene(n) er even uit kunnen. Het kan daarbij gaan om (één-ouder) gezinnen, maar ook om stellen of eventueel individuen.

Wij van De Vakantiebank nemen dat advies dan van u over en kan er worden ingeschreven voor een gratis vakantieweek.

Met u als betrokken hulpverlener kunt u het gezin, stel of individu inschrijven voor een gratis vakantieweek. Wij communiceren met de ingeschrevene, maar doen dat zo veel mogelijk cc aan u als hulpverlener/ contactpersoon. Wij voeren dan niet meer een inkomenscheck uit, u hebt namelijk gezegd dat het goed zit en dat vertrouwen hebben we van u geleend.

We vinden het fijn dat u er bent als contactpersoon. We houden u van elke stap op de hoogte en verzoeken u mee te denken en indien nodig een te handje helpen (oriëntatie over de bestemming, vervoer, planning, eten en drinken, etc.). Een vakantie betekent namelijk ook best een heel georganiseer…

Fijn, dat u mee doet!

Namens De Vakantiebank,

Met vriendelijke groet,

Pim Loeff, projectleider.
Mobiel: 06-30442112

De Vakantiebank

NL 44 ABNA 043 0717 695, t.n.v. Stichting De Vakantiebank
KvK: 52864774

De Vakantiebank, Postbus 1135, 9701 BC Groningen
Bezoek: Ulgersmaweg 57, 9731 BL Groningen.

BIJLAGE 2

Inschrijfformulier met Geleend Vertrouwen

Met het insturen van het inschrijfformulier gaat de deelnemer/ uw cliënt akkoord met de privacyverklaring en de algemene voorwaarden

Deelnemer, tevens de (AVP) verzekeringsnemer	
Datum	
Aanhef	☐ Dhr. ☐ Mevr. (aanvinken)
Voornaam en achternaam	
Adres	
Postcode en woonplaats	
Gemeente	
Provincie	
Email	
Email nogmaals (ter controle)	
Telefoon	
Geboortedatum	
Beschikbaar buiten schoolvakantie	☐ Ja ☐ nee (aanvinken)
Schoolvakantie regio: alleen bij schoolgaande kinderen	☐ Noord ☐ Midden ☐ Zuid
Partner/ begeleider, kinderen, huisdieren mee op vakantie	
Naam en achternaam partner	
Geboortedatum partner	
Partner woonachtig op woonadres van deelnemer	☐ Ja ☐ nee (aanvinken)
Naam en achternaam kind 1	
Geboortedatum kind 1	
Naam en achternaam kind 2	
geboortedatum kind 2	
Naam en achternaam kind 3	
Geboortedatum kind 3	
Naam en achternaam kind 4	
Geboortedatum kind 4	
Naam en achternaam kind 5	
Geboortedatum kind 5	

BIJLAGE 2

Huisdier mee op vakantie? Zo, ja hoeveel en wat voor huisdier	
Hulpverlener/ contactpersoon/ begeleider	
Voornaam en achternaam	
Adres	
Relatie tot deelnemer	
Telefoon hulpverlener	
Email hulpverlener	
Betrokken instantie	
Algemene email instantie	
Algemene telefoon instantie	
Gaat mee op vakantie?	☐ Ja ☐ nee (aanvinken)
Aan te leveren documenten digitaal per scan of foto: aanvragen@devakantiebank.nl	Geldige aansprakelijkheidsverzekering Particulieren (AVP)

ALLEEN COMPLETE INSCHRIJFFORMULIEREN MET VERZEKERINGSPAPIEREN WORDEN IN BEHANDELING GENOMEN
Mocht de AVP nog niet voorhanden zijn, wacht daar dan nog even op, zodat de aanmelding compleet ingestuurd kan worden.

Motivatie: Waarom is een vakantieweek voor het gezin zo belangrijk?
(Bij gezinnen met meer dan 6 kinderen; de naam en geboortedatum ook hier te noteren)

Extra informatie:

Deelnemer is zelf verantwoordelijk voor het doorgeven van aanpassingen in de aanmelding (gezinssituatie; aantal personen, telefoon, adres, verandering van hulpverlener etc.).
Bij scheiden van partners blijft de deelnemer (tevens de verzekeringsnemer) als ingeschrevene staan. Ex-partner dient opnieuw aan te melden.

Kortingscode (ontvangt de deelnemer zodra de vakantieweek geboekt kan worden)**:**
De kortingscode is persoonsgebonden en kan niet worden gebruikt voor andere cliënten en/ of derden.
Gezinnen tot 4 personen komen in aanmerking voor een 4 pp accommodatie.
Gezinnen van 5 of 6 personen komen in aanmerking voor een 6 pp accommodatie.
De kortingscode is beperkt geldig.
Later zal per mail uitleg worden gegeven over gebruik van de kortingscode.

BIJLAGE 3

Wachtlijst gezinnen (2026)



