



## 1. STRATEGIE

### VISIE

Kiddy Goodpills zet zich in voor verbetering van medicatie voor kinderen. Kinderen krijgen vaak dezelfde medicijnen als volwassen patiënten, waarbij alleen de dosering is aangepast aan hun lichaamsgewicht. Dit lijkt logisch, maar kinderen zijn nog volop in ontwikkeling en reageren heel anders op medicijnen dan volwassenen. Ook zijn de ziektes van kinderen vaak anders dan die van volwassenen. Het is zelfs zo dat de helft van de geneesmiddelen die artsen voorschrijven aan kinderen, niet zijn getest op veiligheid of werkzaamheid bij kinderen. Omdat ongeschikte medicatie bij kinderen ernstige gezondheidsrisico's met zich mee brengt, vindt Stichting Kiddy Goodpills dat kindermedicijnen onderzocht moeten worden en ze afgestemd moeten worden op kinderen. Dan zijn ze veilig.

### MISSIE

100% veilige medicijnen voor alle kinderen.

### WAT DOEN WIJ?

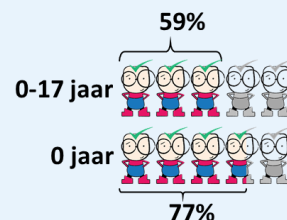
Stichting Kiddy Goodpills wil alles te weten komen wat nodig is voor veilige kindermedicatie. Dit doen we enerzijds door fondsen te werven om het noodzakelijke geneesmiddelenonderzoek bij kinderen mogelijke te maken. En anderzijds door bij alle betrokkenen zoveel mogelijk aandacht voor het probleem te vragen. Met als resultaat dat medicijnen voor kinderen veiliger worden en behandelingen effectiever en er dus meer kinderen beter worden met minder bijwerkingen.

## 2. DE UITDAGING

### 1. Medicijngebruik bij kinderen is aanzienlijk

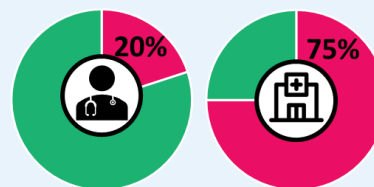
2 miljoen kinderen in Nederland krijgen elk jaar medicijnen voorgeschreven. Dat zijn **drie van de vijf kinderen**. Bij kinderen onder de 1 jaar is dit zelfs **drie op de vier baby's**.

Ernstig zieke kinderen die in het ziekenhuis opgenomen worden krijgen gemiddeld **vijf medicijnen** tegelijkertijd.



### 2. Niet alle medicijnen zijn getest op veiligheid en werkzaamheid

Slechts de helft van de medicijnen is getest bij kinderen. Bij ernstige en chronische ziektes is tot wel **75%** van de medicijnen in het ziekenhuis off-label. Bij de huisarts is **20%** van de medicijnen voor kinderen off-label. Dit zijn **1 miljoen** off-label voorschriften per jaar.



### 3. Bij kinderen kunnen off-label medicijnen ernstige bijwerkingen geven

Ernstige bijwerkingen komen bij off-label gebruik tot wel **4 maal** vaker voor.



### 4. Geneesmiddelen zijn slecht toepasbaar voor kinderen

1. Smaak en vorm zijn niet op kinderen afgestemd.
2. Afhankelijk van het geneesmiddel en de leeftijd moet er meer, of juist minder toegediend worden dan bij volwassenen omdat de stofwisseling van kinderen nog in ontwikkeling is..



### **3. KERNDOELEN STICHTING**

#### **Waarom Kiddy Goodpills en waarom nu?**

Wij willen alles te weten komen over de onbekende effecten van kindermedicatie en zetten ons zo in voor 100% veilige medicatie voor kinderen.

#### **Kiddy Goodpills doelstelling 1: Ongeschikte geneesmiddelen voor kinderen verbeteren door onderzoek te financieren**

De doelstelling van Kiddy Goodpills is om binnen 4 jaar tijd 1 miljoen per jaar op te halen. Kinderartsen en onderzoekers kunnen 2x per jaar een financieringsaanvraag indienen bij Kiddy Goodpills. In overleg met onze medisch wetenschappelijke adviesraad selecteren wij de beste aanvragen om te steunen.

#### **Kiddy Goodpills doelstelling 2: Vergroten van aandacht voor het probleem**

Er zijn een heleboel partijen die kunnen helpen om meer over kindermedicatie te weten te komen. Door meer aandacht voor het probleem te vragen, kunnen we de stakeholders onder druk zetten om hun bijdrage te leveren in de strijd naar 100% veilige kindermedicijnen. Hier beginnen we mee door de media & ouders te mobiliseren. Alles wat we doen gebeurt onder toezicht van onze medisch wetenschappelijke adviesraad.



## 4. Plan van Aanpak 2019 – 2020

- 1) Uitschrijven tender en selecteren onderzoek(en) – juni t/m september 2019
- 2) Impact onderzoek door onderzoeksbureau Ttopstart – oplevering augustus 2019
  - a. Animatiefilm laten maken op basis van resultaten Ttopstart onderzoek – augustus/september 2019
- 3) Creatieve brainstorm t.b.v. vergroten naamsbekendheid
- 4) Start fondsenwervingscampagne:
  - a. Werven van kleine groep founding fathers - Bedrijven en/of particulieren die kunnen helpen de stichting met een startkapitaal van de grond te krijgen.
  - b. Verbinden van goede doelen vermogensadviseurs
  - c. Organiseren van 1- 2 fundraising events per jaar.
  - d. Werven van 'vaste' donateurs: 5- jaars commitment van minimaal € 500,- per jaar.
- 5) Start marketing & communicatie campagne
  - a. Creëren van publieke awareness
    - i. Free Publicity
      1. Pers berichten
      2. Bestaande contacten inzetten
    - ii. Aanstellen van een ambassadeur
    - iii. Joint promotions
    - iv. Social Media campagne
    - v. Flyers/posters etc.

### Wervings doelstelling:

- 2019: € 250.000
- 2020: € 500.000



## 5. ORGANISATIE

### Bestuur:

Valerie Kranenburg- Barth - Voorzitter

Emeliet van Gool

Corine d'Haans

Jaap Arts – Penningmeester

Ilse Franckaert- van Engelen - Secretaris

*Alle bestuursleden zetten zich op vrijwillige basis in voor Kiddy Goodpills.*

### Medisch Wetenschappelijke Advies Raad:

Het uitgangspunt hierbij is dat de belangrijke kinderonderzoekscentra zijn vertegenwoordigd. Mede ter bevordering van de samenwerking tussen deze centra. Daarnaast is het belangrijk een meerderheid van een medische specialisatie te voorkomen i.v.m. mogelijke belangenverstremeling.

### Leden MWAR:

Prof. dr. S de Wildt (Radboud)	Klinische farmacologie, directeur kinderformularium
Prof. dr. M. de Hoog	Voorzitter Centr. Onderwijs commissie, opleider intensivist kinderarts (Erasmus MC)
Dr. M. te Loo	Kinderarts Pharmacoloog oncoloog (Radboud)
Dr. L.M. Hanff	Ziekenhuis apotheker - Hoofd apotheek Prinses Máxima Centrum
Dr. A. van Royen	Kinderreumatoloog/ immunoloog (UMC Utrecht/ WKZ)
Prof. Dr. D Tibboel	Erasmus MC intensivist, chirurgie
Prof. Dr. H. van Goudoever	Hoofd kindergeneeskunde VUmc – Hoofd Emma kinderziekenhuis AMC



### Comité van Aanbeveling:

Dhr. Pieter Jeekel

Drs. R. De Boeck

Mevr. E. Blokker – Verwer

Dhr. N.R. Onkenhout, CEO nederlandse loterij

Jhr. M.C.E. Röell, mba

### Adviseurs:

Michel Elings – ICT

DEAR – reclame/ communicatie bureau

Karen Dorrepaal