

Doe-het-zelvers

De meeste, grote ontwikkelingsorganisaties kennen we wel. Maar ons land kent ook vele, kleine particuliere initiatieven. Hoe zit hun fondsenwerving in elkaar en waarin onderscheiden zij zich van de grote?

Vakblad Fondsenwerving belicht twee kleine, particuliere initiatieven. Voor dit nummer spraken we met East Africa Support. In de volgende editie schrijven we over Young Africa. East Africa Support (EAS) is een kleine organisatie, die zich inzet voor kwetsbare groepen in Oost-Afrika. Het gaat dan met name om vrouwen en kinderen in Kenia en Oeganda. EAS helpt deze groepen met het opzetten van kleine ondernemingen, zodat zij zelf inkomsten genereren en een zelfredzaam bestaan kunnen opbouwen.

Maerten Verstegen, lid van het bestuur van de stichting EAS: "EAS is een van de vele duizenden particuliere initiatieven gericht op ontwikkelingshulp, die de laatste jaren zijn ontstaan. Wat je veel ziet bij particuliere initiatieven is dat ze heel enthousiast ontstaan. Fantastisch, maar zo naïef en alleen gebaseerd op enthousiasme, niet altijd even doordacht. Ze gaan te snel en zijn teveel alleen bezig met

het werven van geld. Na een jaar zie je ze niet meer, omdat de geldstroom stopt. Er wordt te weinig aan de organisatie gedacht, zoals het zoeken naar lokale partners. Dat is er vaak de oorzaak van dat initiatieven na een enthousiaste start weer snel van het toneel verdwijnen. Door die discontinuïteit hebben de particuliere initiatieven een slechte naam gekregen."

Maerten: "Particuliere initiatieven hebben intussen ook veel voordelen in vergelijking met de grote organisaties. Je kunt heel direct een verbondenheid creëren tussen je donateurs en je projecten. Deze zijn veel kleinschaliger en daardoor beter te communiceren, waardoor je de donateurs beter kan betrekken bij waar je mee bezig bent. Om de grote organisaties hangt het idee van groot, ondoorzichtig, minder transparant en je bent er als geveer weinig bij betrokken. Consumenten geven het liefst aan een concreet iets. Particuliere initiatieven zijn, als je

het mondiaal bekijkt, misschien een druppel op een gloeiende plaat. Maar de groepen waar wij ons voor inzetten, bieden we wel een hele nieuwe kans. Voor hen is het vele malen meer dan een druppel op een gloeiende plaat. En dus zeg ik dat wij ontzettend goed werk doen. De grote organisaties en de particuliere initiatieven zijn ook geen concurrenten van elkaar, maar ze zijn aanvullend. Ze hebben beide bestaansrecht. Maar er ligt wel een grote verantwoordelijkheid bij de particuliere initiatieven. Je moet zorgen voor continuïteit. Je wekt hoop en die moet je wel waar maken."

Beschikbare tijd is bij de kleine particuliere initiatieven vaak een probleem. Het zijn meestal jonge mensen die na een reis naar een ontwikkelingsland de nood hebben gezien en thuisgekomen enthousiast het initiatief nemen. Maar het kost naast enthousiasme ook veel tijd en energie om een dergelijk initiatief echt van de grond te krijgen en in stand te houden. En die tijd hebben jonge mensen soms niet. Ze zijn bezig met de opbouw van hun carrière of het stichten van een gezin. Tijdgebrek is een niet onbelangrijke oorzaak van discontinuïteit. Maerten: "Ons →





Maarten Versteegen

→ bestuur is zich er zeer bewust van dat we bestuursleden nodig hebben die echt de tijd hebben om hun taak uit te voeren. Vrijwilligheid is in ons bestuur geen vrijblijvendheid. Mensen die iets voor ons willen doen, maar niet genoeg tijd hebben, vragen we vrijwilliger te worden en de taken te doen. De fondsenwerving van EAS is mijn portefeuille en een structurele taak, al zijn er ook anderen die zich bij de uitvoerende taken voor de fondsenwerving inzetten.”

EAS heeft, als onderdeel van een strategisch plan, een beleidsplan fondsenwerving ontwikkeld. De kernboodschap van dit plan is het met de beide benen op de grond blijven staan. EAS realiseert zich dat ze kleinschalig is en geen grote, ambitieuze plannen moet gaan ontwikkelen, die niet waargemaakt kunnen worden. De ambities met betrekking tot fondsenwerving zijn dan ook bescheiden. De wervingsdoelstellingen zijn projectgebonden. Deze projecten komen op aanvraag van de twee lokale organisaties, een in Oeganda en een in Kenia, waarmee samengewerkt wordt. EAS laat deze organisaties bepalen waar behoefte aan is en laat ze dan een projectvoorstel bij hen indienen. Vervolgens kijkt EAS of zij het kan financieren.

Maarten: “Wij richten ons in onze fondsenwerving voornamelijk op de donateurswerving. Niet op sponsoring. Bij sponsoring moet je de sponsor een aantrekkelijke

tegenprestatie kunnen bieden. Maar dat kunnen we niet. Onze naamsbekendheid is te gering voor een sponsor. Dus richten we ons vooral op donateurswerving. We hebben in de eerste jaren vrienden en kennissen benaderd. We hechten veel waarde aan contact met onze donateurs. We bedanken bij binnenkomst van een gift direct de geveer. Dit doen we doormiddel van een kaartje of een telefoontje. We zijn ons ervan bewust dat het werven van nieuwe donateurs veel moeilijker is dan het vasthouden van bestaande donateurs. Het is dan ook erg belangrijk om veel aandacht te besteden aan het contact met je donateurs. Dit gebeurt op veel plaatsen echt veel te weinig. Maar bij de kleine initiatieven ligt juist hun kracht in die directe betrokkenheid. Wij proberen deze kracht te benutten door veel te communiceren, bedanken wanneer giften binnen komen en aandacht aan de website besteden. We schrijven vier maal per jaar een toegankelijke nieuwsbrief, waarin we aangeven hoe het er voor staat en we besteden heel wat aandacht aan het jaarverslag. Hierin leggen we verantwoording af. We zijn heel inzichtelijk, open en transparant.”

“Onderdeel van onze wervingsstrategie is het proberen de donateurs machtigingen af te laten geven. Mensen willen namelijk wel geven, maar vergeten het vaak. Degene die geen machtiging hebben afgegeven schrijven we eenmaal per jaar een vriendelijke brief, waarin wij hen herinneren aan hun ‘belofte’. Natuurlijk proberen we ook de bestaande donateurs te upgraden. Mensen zijn hiertoe best bereid als je een betrouwbare organisatie bent. We zijn nu, in het kader van het eerste lustrum van onze stichting, bezig met de campagne ‘Zwaan kleef aan’. Na een bepaalde tijd heb je al je vrienden, kennissen en familie wel benaderd om je organisatie te steunen. Om toch nieuwe donateurs te vinden vragen we aan deze mensen of zij in hun

Projecten

In 2007 kon EAS € 3.675,- besteden aan projecten. In 2008 was dat € 6.578,-.

Projecten 2008

Wireless Rwanda € 1500,-.
Mukisa kosten lokale partner € 240,-.
Capaciteitsopbouw Orude/Mukisa € 3.758,-.
Maismeelproject/dansgroep Mukisa € 780,-.
HIV/AIDS Mukisa: € 300,-.

omgeving EAS onder de aandacht willen brengen en zo nieuwe donateurs te zoeken. Dan krijg je het steen-in-de-vijvereffect.”

Naast het werven van fondsen en het organiseren van evenementen waarvan de opbrengst voor EAS is, doet de organisatie heel bescheiden aan merchandising. Zo is er de verkoop van kaarten en sieraden die de vrouwen in de projecten maken. Ook komt er geld binnen door mensen die een initiatief nemen. Zo doneert een ‘winkel’ in kinderkleding van elk verkocht product een percentage aan EAS. Tot slot probeert de organisatie geld in te zamelen via erfstellingen. Er is een brochure opgesteld waarin, naast de andere vormen van donatie, ook de legaten en erfstellingen beschreven worden. De praktijk leert dat dat na verloop van tijd resultaat oplevert, waarmee de continuïteit van de organisatie gediend is. ←

Denise Koenderink

