



(V) NATIONALE
VAKDAG '12
FONDSSENWERVING

*"Een fraai concept:
kosteloos interessant programma.
Veel inspiratie opgedaan!"*



29 NOVEMBER
DE KUIP
ROTTERDAM

**OM NAAR UIT
TE KIJKEN!**

**Staatssecretaris
Frans Weekers
van Financiën
over de Geefwet:**

KORT EN GOED EN KORT EN

multimediaevenement van Nederland en de gratis EHBO-app die al ruim 600.000 keer gedownload is. Maar er zijn nog zoveel mogelijkheden. Een daarvan is mobiel doneren.”

Het Rode Kruis is een van de grootste vrijwilligersorganisaties ter wereld. Vrijwilligers helpen mensen in nood wereldwijd en dus ook in Nederland. Zij zijn de ambassadeurs van het Rode Kruis; zij doen het belangrijke werk. Mensen die geholpen zijn, willen vaak graag iets terugdoen voor de hulp die ze krijgen, maar hoe pak je dat aan als organisatie? Je kunt een collectebus neerzetten in de hoop dat iemand er iets ingooit, of je kunt de hulpvrager een formulier in laten vullen om donateur te worden. Het Rode Kruis innoveert, in samenwerking met 4me, en kiest voor een nieuwe manier van doneren: via een QR-code.

Het bedrijf 4me introduceerde begin dit jaar mobiel betalen via een QR-code. Bezitters van een smartphone scannen de code en komen vervolgens op een mobiele pagina terecht, waar je bijvoorbeeld met een druk op de knop over kunt

gaan tot aankoop van een product. Nu kun je ook op die manier een donatie doen. Samen met het Rode Kruis ontwikkelde 4me het mobiel doneren via een QR-code: QR Doneren. De introductie van het doneren via QR-code gebeurde tijdens de Nijmeegse Vierdaagse in 2012, het wandelevenement in Nederland waar het Rode Kruis als hulpverlener groots aanwezig is. Ruim vijfhonderd vrijwilligers kwamen tijdens de Vierdaagse in actie. Dit keer werd hun outfit uitgebreid met een button met daarop de QR-code voor een donatie. Met de kreet 'Steun Mij' riepen vrijwilligers de geholpen wandelaars op om een donatie te doen voor hun werk. De campagne werd ondersteund met posters waarop de actie stond uitgelegd.

De actie zorgde ervoor dat 19,4 procent van de hulpvragers de smartphone greep en de code scande. "Dit is aanzienlijk meer dan bij commerciële transacties die gebruikmaken van mobiel betalen via de code", zegt directeur Hans Nouwens van 4me. "Ook het aantal doorkliks van de mobiele campagne is veel beter en men bekijkt de informatie ook langer." Het Rode Kruis gaat de test

voortzetten en wil het mobiel doneren met de QR-code vaker gaan inzetten. ←

Info: Hans Nouwens
hans@4me.mobi



STEUN MIJ

Met een kleine bijdrage help je het Rode Kruis

Zodat ik ook volgend jaar weer vrijwillig kan helpen

Scan de QR code en doneer



Het Nederlandse  Rode Kruis

Eten en shoppen voor het goede doel

Gratis geld doneren aan een vereniging of goed doel en iets kopen tegelijk kan online via SponsorKliks. SponsorKliks is een initiatief van restaurantgids dinnersite.nl en biedt clubs, verenigingen en goede doelen de mogelijkheid om via leden, supporters en betrokkenen inkomsten te genereren, zonder dat

het hun of het goede doel iets extra kost. De website SponsorKliks.nl is sinds december 2011 in de lucht. Ontwikkelaars Menno de Vries en Arno Kensen uit Haarlem hebben inmiddels 350 deelnemende verenigingen en goede doelen binnengehaald. De Vries en Kensen zijn begonnen voor hun eigen voet-

balclub, vandaar dat sportclubs, en vooral voetbalclubs, (nog) oververtegenwoordigd zijn. Bij elke aankoop die donateurs via de website van het goede doel bij een webwinkel doen, zal het goede doel commissie ontvangen. Of leden of donateurs nu eten bestellen via SponsorKliks bij ruim 3500 →

KORT EN GOED EN KORT EN

→ restaurants of winkelen bij een van de ruim tweehonderd (web) winkels zoals Bol.com, Wehkamp, Cheaptickets, Zalando, D-Reizen, BCC, V & D en Viking Direct, elke transactie levert een commissie van enkele euro's op waarvan 75 procent aan de club of het goede doel wordt uitgekeerd. Een aankoop via SponsorKliks heeft precies dezelfde prijs als wanneer direct via de website van de desbetreffende winkel gekocht zou worden. De commissie wordt door de webwinkels betaald uit hun budget voor affiliatemarketing, het belonen van websites die een transactie mogelijk maken.

Wat de club of het goede doel wel moet doen, is zich aanmelden, een SponsorKliks-button plaatsen op de website en de werkwijze bekend te maken bij de achterban. De vereniging of het goede doel betaalt geen kosten en heeft geen administratieve lasten. Eenmaal per maand ontvangt het goede doel 75 procent van de commissie die SponsorKliks heeft ontvangen van aankopen via de website. Tot nu toe is het dagrecord nog een bescheiden 97,50 euro, binnengehaald door een karatevereniging.

Op dezelfde leest geschoeid is de

website goededoelshop.nl. Op deze site kan na het inloggen worden doorgeklikt naar ruim 250 bekende webwinkels, waaronder Bol.com, D-Reizen en Zalando. Als een aankoop wordt gedaan, gaat de commissie naar Goede Doel Shop en minstens 80 procent daarvan gaat vervolgens naar het goede doel. Unicef, KiKa of het Astmafonds kunnen bijvoorbeeld worden gesteund, of kleinschaligere projecten, zoals Homeless Child, Animal Life Foundation of Joinforkids. ←

Info: www.sponsorkliks.nl en www.goededoelshop.nl.

Niza onder vleugels ActionAid

Niza is lid geworden van de internationale ActionAid-federatie. Na vijf jaar in dat verband nauw te hebben samengewerkt, is sinds april 2012 de naam Niza officieel in ActionAid veranderd. Sinds die tijd is het nieuwe webadres: www.actionaid.nl.

Fons van Rooij in bestuur Make-A-Wish

Fons van Rooij, voormalig directeur van WWAV, treedt per 1 septem-

ber 2012 toe tot het bestuur van Make-A-Wish Nederland, met de portefeuille marketing en communicatie. Fons is ook vice-voorzitter van brancheorganisatie Instituut Fondsenwerving (IF). Het door Van Rooij opgerichte WWAV is een bureau voor marketing en communicatie voor de non-profitsector met grote en bekende anbi's als klanten. Door het aflopen van bestuurstermijnen vernieuwt Make-A-Wish Nederland (voorheen Doe Een Wens Stichting Nederland) het bestuur van de stichting. De stichting hoopt met het binnenhalen van Van Rooij in staat te zijn om de volgende stappen te zetten in de groei van de organisatie. Make-A-Wish Nederland vervult de liefste wens van kinderen met een levensbedreigende ziekte tussen de drie en achttien jaar. Op die manier wil Make-A-Wish Nederland ernstig zieke kinderen de kracht geven om vooral kind te kunnen zijn. Sinds de oprichting in 1989 beleefden al meer dan 4.400 kinderen met een levensbedreigend ziekte hun

wens. Dat doet de stichting met een kleine bezetting op het kantoor in Woerden en met vierhonderd vrijwilligers in het land. Info: www.makeawishnederland.org.

Frederik Melchior start bureau verhalen vertellen

Steeds vaker horen we dat het vertellen van – authentieke – verhalen mede aan de basis ligt van succesvolle fondsenwerving. We herinneren het ons nog: ademloos zitten luisteren naar spannende verhalen, vergeten waar je bent, de omgeving is niet meer daar waar je binnenkwam, maar waar het verhaal je heeft gebracht. Emotie, passie – navoelbaar en meeslepend aanwezig – angst en opwindend. Zomaar een handvol termen en associaties, wanneer je denkt aan de verhalen die je hoorde als kind. Dat gevoel wordt niet zo vaak meer opgewekt als je een bedrijfspresentatie bijwoont, of over een goed doel wordt geïnformeerd. Het succes van een verhaal wordt bepaald door de bron

Hoofdsponsor Vakmiddagen

- Sandd – Apeldoorn (055 368 2525)

Sponsors Vakmiddagen

- Alpha Fundraising Consultancy - 's-Hertogenbosch (073 - 690 09 22)
- BratPack - Zwanenburg (020 497 70 81)
- Centrum Nalatenschappen - 's-Hertogenbosch (073 610 10 40)
- Cherridata - Voorburg (070 303 05 94)
- ifunds - Amersfoort (033 467 7030)