



Inleiding

1.1 Het doel en het gebruik van de Best Practice Guide: Grote Gevers

Grote giftenwerving gaat om mensen en relaties. Niet alleen de professionele fondsenwerver, maar juist ook andere personen binnen en buiten een non-profit organisatie zijn erbij betrokken. Van de algemeen directeur tot de administratief medewerker en de bureaus waar we mee samen werken. Maar ook familie, vrienden en partners van de donateur zijn erbij betrokken.

In deze Best Practice Guide nemen we op hoe we, als NGF leden, omgaan met grote gevers. In relatie tot de timing, omvang, regelmaat en het doel van de gift vergt deze vorm van fondsenwerving vindingrijk en toegankelijk handelen van de fondsenwerver. Hiervoor is geen standaard, globaal gehanteerde werkwijze. Dit document is dan ook bedoeld als, vrijblijvende, aanvulling op het eigen (organisatorisch) beleid van de fondsenwerver; als leidraad en als bron van advies.

Het doel van de Best Practice Guide is om de lezer te adviseren over belangrijke aandachtspunten in relatie tot de werving van grote giften. Hierbij ziet het NGF het als haar taak om vooral de wettelijk verplichtingen uit te lichten. Voor leden van het NGF geldt ook een gedragscode. Professioneel gedrag, vertrouwen, competentie en zorgvuldigheid staan hierin centraal. Juist bij grote gevefondsenwerving zijn eerlijkheid, integriteit, oprechtheid en waardigheid van belang. Vanzelfsprekend is dat deze gedragscriteria ook van toepassing zijn op deze Best Practice Guide. Naast de wettelijke verplichtingen en de gedragscode van het NGF staan er in de Best Practice Guide een aantal adviezen die specifiek van toepassing zijn giftenwerving bij grote gevers.

In hoofdstuk drie worden verschillende belangrijke facetten van giftenwerving bij grote gevers onder de aandacht gebracht en toegelicht. In dit gedeelte van de Best Practice Guide staan voornamelijk handige tips & tricks en aandachtspunten voor fondsenwerwers die zich bezig houden met giftenwerving bij grote gevers. Gebruikte termen worden per stap gedefinieerd. Als basis voor deze definities is de begrippenlijst uit het boek 'Fondsenwerven, de relatiegerichte aanpak' van Geert Sanders gebruikt. De term 'grote gever' wordt hieronder apart uitgelicht voor de duidelijkheid van dit document.

1.2 Definitie van 'grote gever'

Ten behoeve van deze Best Practice Guide hanteren we de volgende definitie van een grote gever: *'een particulier die met zijn / haar financiële bijdrage een significant verschil maakt, of zou kunnen maken, voor de organisatie, en die om deze reden ook een gepersonaliseerde behandeling geniet'*. Welk bedrag een significant verschil kan maken is afhankelijk van de organisatie en het grote gever programma waarin de persoon zich bevindt. Binnen giftenwerving bij grote gevers kan nog onderscheid gemaakt worden tussen eenmalige werving van een grote gift en herhaaldelijke werving van grote giften. Beide aanpakken maken gebruik van een persoonsgerichte benadering.

Uitvoering van grote giftenwerving

2.1 De Wet: regelgeving omtrent persoonsgegevens

Diegenen die zich bezig houden met giftenwerving bij grote gevers dienen zich te gedragen volgens de regels van de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp), van kracht sinds 1 september 2001. De wet geeft aan wat de rechten zijn van iemand wiens gegevens worden gebruikt en wat de plichten



Nederlands Genootschap van Fondsenwerwers

zijn van de instanties of bedrijven die deze gegevens gebruiken. Het College Bescherming Persoonsgegevens (CBP) controleert of bedrijven en instanties zich aan de Wbp houden. De Wbp stelt bepaalde eisen aan de verwerking van persoonsgegevens. Een organisatie:

- mag persoonsgegevens alleen verzamelen en verwerken als daar een goede reden voor is of als de betrokken burger toestemming heeft gegeven voor het gebruik van zijn gegevens;
- mag niet meer gegevens verwerken dan strikt noodzakelijk is voor het doel waarvoor ze zijn verzameld;
- mag de gegevens niet langer bewaren dan noodzakelijk;
- moet passende technische en organisatorische maatregelen treffen om de gegevens te beschermen;
- moet de verwerking in veel gevallen melden, het Ministerie van Justitie heeft hiertoe een handleiding voor verwerkers van persoonsgegevens uitgebracht;
- moet de betrokken burger in principe altijd informeren over de gegevensverwerking.

Meer informatie over de Wbp: www.justitie.nl/onderwerpen/opsparing_en_handhaving/wbp/

2.2 De Gedragscode: ethische uitvoering van grote giftenwerving

Vanzelfsprekend handelen fondsenwerwers met inachtneming van de gedragscode van het NGF. Daarbij geldt in het bijzonder; het respect voor de privacy, de vrijheid van keuze en de belangen van de natuurlijke- en rechtspersonen die zij benaderen in het kader van hun fondsenwervende werkzaamheden en eenieder die in aanraking komt met hun organisatie. Leden brengen de informatie die zij tijdens de uitvoering van hun functie in vertrouwen hebben gekregen van werkgevers, klanten, gevers, medeleden of enige andere bron niet naar buiten zonder voorafgaande toestemming van de desbetreffende bron en persoon;

Meer informatie over de gedragscode van het NGF: www.ngf.nu/Sub/5/Gedragscode.html

2.3 Het Advies: waar moet je aan denken voordat je begint?

Alvorens te beginnen adviseert het NGF een vertrouwelijkheidsbeleid op te stellen dat recht doet aan de gevoeligheid van de informatie die gebruikt kan worden bij deze vorm van fondsenwerving. Overeenkomstig de Wbp, moet informatie die via andere kanalen dan het publieke domein is verkregen, met de allergrootste zorgvuldigheid worden behandeld. Naast beleid omtrent vertrouwelijkheid adviseert het NGF grote geverfondsenwerwers om stil te staan bij zaken als anonieme grote giften, fraude en grote gevers in het bestuur.

Fondsenwerwers en organisaties zouden rekening moeten houden met het treffen van gepaste voorzorgmaatregelen, met het oog op persoonlijke veiligheid bij persoonlijke ontmoetingen met (beoogde) grote gevers. Dit kan betrekking hebben op: het vermijden van één-op-één contacten, het verstrekken van mobiele telefoonnummers, het agenderen van tijd en plaats van afspraken en het voeren van telefoongesprekken met derden of het hoofdkantoor nadat een afspraak is afgerond.

Fondsenwerwers en de organisaties die zij vertegenwoordigen zouden moeten overwegen op welke wijze zij het beste aan de wensen van de donateur kunnen voldoen. En hoe zij daarnaast transparant kunnen opereren in hun omgang met deze donateurs. Fondsenwerwers dienen donateurs de mogelijkheid te bieden om hun naam weg te laten of te laten verwijderen van lijsten die zijn verkocht of verhuurd hebben aan,- of uitgewisseld hebben met andere organisaties.

De verschillende facetten van grote giftenwerving

3.1 De rol van prospect research

Prospect research is ‘*het identificeren van potentiële donoren en het verzamelen van achtergrond informatie over hun interesses en hun capaciteiten om te geven, verder ontwikkelen van geëigende benaderingen inzake cultivering van potentiële donoren en het hen uitnodigen tot het doen van een gift*’¹ (‘Fondsenwerven, de relatiegerichte aanpak’ G. Sanders).

Het doel van prospect research is het maximaliseren van het potentieel van een grote geveer. Via het verzamelen en beheren van kwalitatieve en kwantitatieve informatie is het mogelijk om de relatie met de donateur waardevol te laten zijn voor alle betrokken partijen. Prospect research wordt gebruikt om de beste manier te vinden om een (potentiële) grote geveer te benaderen, te beslissen wie de meest aangewezen persoon is om het werk van de organisatie te introduceren en om het meest geschikte moment te bepalen om af te spreken.

Voordat prospect research wordt opgestart, is het belangrijk om het volgende in acht te nemen:

- hoe data en bronnen geanalyseerd kunnen worden;
- welke geefmotieven er zijn voor grote gevers;
- hoe het proces van relatiegerichte fondsenwerving gaat verlopen;
- hoe het vergaren en verwerken van relevante informatie plaats gaat vinden;
- welke vermogensindicatoren er zijn;

Data en bronnen: de fondsenwerver heeft baat bij kennis van het analyseren van data en maakt gebruik van meerdere bronnen. De bronnen worden altijd vermeld als deze rechtstreeks gebruikt worden bij onderzoeksresultaten, en worden regelmatig geactualiseerd. Van belang is dat de fondsenwerver goed weet welke informatie relevant is en welke niet.

Vergaren en verwerken van relevante informatie: de fondsenwerver zou het doel van de prospect research te allen tijde voor ogen moeten hebben en het als zodanig presenteren (intern of extern). Onderzoeksmateriaal moet regelmatig gecontroleerd worden op nauwkeurigheid en relevantie. Wanneer er gewerkt wordt met externe onderzoekers moeten duidelijke afspraken gemaakt worden over zaken als eigendom van de gegevens, geschiktheid voor het gebruik en vertrouwelijkheid. Deze zaken worden vastgelegd in een juridisch bindend contract.

3.2 Relatieopbouw met de grote geveer

Giftenwerving bij grote gevers wordt gekenmerkt door persoonlijk contact, eerlijkheid en openheid. Bij het opbouwen van een relatie met een potentiële grote geveer, moeten fondsenwervers hierbij helder en terstond informatie kunnen verstrekken over de missie en het doel van de eigen organisatie. Voor het stellen van de geldvraag beveelt het NGF aan om een informatieve schets van probleem en oplossing voor te bereiden (oftewel een ‘case for support’). Het helder vaststellen van de noodzaak, onderbouwd met cijfers, maakt het ook mogelijk om toekomstige begunstigers nauwkeurig te identificeren.

Tijdens de relatieopbouw met de grote geveer is het de rol van de fondsenwerver om er, als contactpersoon, voor te zorgen dat de grote geveer weet waar zijn potentiële donatie aan besteed

¹ ‘Fondsenwerven, de relatiegerichte aanpak’ van Geert Sanders, Van Gorcum / 3e druk / Verschijningsjaar 2009



Nederlands Genootschap van Fondsenwerwers

wordt. Hiermee wordt voorkomen dat de grote geveer misleid wordt met de gedachte dat zijn/haar donatie alleen zal worden ingezet voor specifieke projecten indien dit mogelijkwerijs niet het geval is.

Het oormerken van giften voor een bepaalde bestemming moet altijd in goed overleg gedaan worden, zowel met de grote geveer als met de projectleider van het project waar de schenking voor bedoeld is. Fondsenwerwers zouden beoogde donateurs verder, op ieder moment, de gelegenheid moeten geven om over het project, de probleemstelling en de gevonden oplossing van gedachten te wisselen of informatie hierover op te vragen.

Wanneer vrijwilligers en/of ander personeel bij grote giftenwerving worden betrokken, dan dient hen ondersteuning en indien noodzakelijk ook relevante training te worden aangeboden. In geval van een personele wisseling zou er een gedegen overdracht moeten plaatsvinden.

In de relatie met de grote geveer zou de fondsenwerker ervoor moeten waken dat zijn gedrag niet kan worden opgevat als bedreigend of intimiderend. Het NGF keurt het volgende nadrukkelijk af:

- gebruik van krachtige of misleidende technieken bij giftverzoeken aan donateurs;
- achterhouden van belangrijke informatie of het aandikken van feiten;
- misbruik maken van door de donateur gemaakte fouten;
- culturele / religieuze normen en waarden en de omgangsvormen van de donateur negeren;
- gebruik van informatie over de grote geveer in publiciteit- of fondsenwervingsactiviteiten zonder voorafgaande toestemming.

3.3 Het stellen van de geldvraag

Bij een giftverzoek, zou de persoon die de geldvraag stelt dit pas moeten doen wanneer de omstandigheden en timing duidelijk merkbaar de juiste zijn. Fondsenwerwers moeten kunnen garanderen dat incentives die de donateur worden aangeboden gepast en leverbaar zijn. Organisaties mogen geen donaties accepteren onder voorwaarden, waaraan juridisch of praktisch gezien niet kan worden voldaan, bijvoorbeeld in ruil voor een plek in het Bestuur.

Fondsenwerwers zouden in staat moeten zijn om belastingtechnisch gunstige mogelijkheden te formuleren voor (financiële) steun van grote gevers. Waar nodig kunnen fondswervers de donateur adviseren om relevante financiële adviezen in te winnen.

Wanneer een donateur instemt met het doen van een schenking zou de toezegging terstond schriftelijk moeten worden bevestigd, voorafgaand aan de ontvangstbevestiging van de gift. Alle relevante bij het project betrokken personen zouden, vertrouwelijk, moeten worden ingelicht over de toezegging. Wanneer de gift is ontvangen, zou deze terstond schriftelijk moeten worden bevestigd waarbij het doel van de gift wordt genoemd en de donateur wordt bedankt

3.4 Beheer van de gift en de donateur

Stewardship, oftewel *'het zorgvuldig beheren van de relatie met de grote geveer en (de besteding van) de schenking'* is van belang om de grote geveer te behouden en bij de organisatie te blijven betrekken. Tijdige rapportages over het gebruik en het beheer van de fondsen staan hierin centraal. Aan alle overeengekomen voorwaarden voor de donatie moet ook daadwerkelijk worden voldaan. Fondsenwerwers zouden donateurs waar mogelijk uit kunnen nodigen om betrokken te worden en blijven bij de organisatie en/of het project waaraan gegeven is.



Nederlands Genootschap van Fondsenwerwers

Fondsenwerwers dienen te kunnen garanderen dat schenkingen worden ingezet:

- ter ondersteuning van de organisatie en/of het project waarvoor de geldvraag gesteld is;
- in overeenstemming met de bedoelingen van de donateur;
- aan de hand van realistische verwachtingen.

Indien zich problemen voordoen met de organisatie of het project waaraan gegeven wordt (bijvoorbeeld de kans op vertraging in tijdschema's of een reëel risico op mislukking) moet de donateur worden geïnformeerd, zodra deze situatie ontstaat. Tenzij er sprake is van goedkeuring door de donateur worden er geen veranderingen aangebracht in de toepassing en/of voorwaarden van een gift. Indien er bindende afspraken zijn gemaakt met de donateur, dan dient juridisch advies te worden ingewonnen voordat fondsen worden gebruikt op een wijze die niet voortvloeit uit deze afspraken.

3.5 Gift- of vriendenprogramma's

Indien zorgvuldig vormgegeven en gepromoot, kunnen vriendenprogramma's bijdragen aan het ontstaan van een vast netwerk van grote gevers. Deze zijn beter op de hoogte van de organisatie en/of het project waaraan gegeven is en kunnen daardoor steeds grotere schenkingen doen. Dit kan bijdragen aan een verbondenheid van deze donateurs met de missie, plannen en doelenstelling.

Het opstarten en onderhouden van een vriendenprogramma is een substantiële investering in mensen en middelen. De fondsenwerver dient te garanderen dat de aangeboden voordelen niet strijdig zijn met aanvaardbaar gebruik van charitatieve fondsen. De fondsenwerver moet eveneens nagaan of het vriendenprogramma een nadelige invloed zou kunnen hebben op de belastingvriendelijke aard van de gift. In geval van twijfel moet advies worden ingewonnen. De fondsenwerver dient erop attent te zijn dat als een vriendenprogramma eenmaal van start is gegaan is het bijzonder moeilijk om hier aanpassingen in te doen. Donateurs moeten altijd de mogelijkheid hebben om uit het programma te stappen.

Voordat een vriendenprogramma wordt opgestart, zouden suggesties van bestaande en/of potentiële donateurs moeten worden geïnventariseerd. Hiermee wordt geborgd dat het vereiste schenkingsniveau, het idee achter het programma en de geboden voordelen geschikt en aantrekkelijk genoeg zijn voor potentiële vrienden. Lidmaatschap van een vriendenprogramma kan contacten opleveren met de vermogensbeheerders of het senior management van de organisatie, gelegenheid bieden om te discussiëren over onderwerpen die de organisatie aangaan en toegang geven tot meer informatie over de organisatie. Het dient in principe geen controlemogelijkheden of directe invloed op het besluitvormingsproces van de organisatie te verlenen.

Werkgroep

- Colette Bolomey, SAZ Marketing Amsterdam BV
- Darinka Boulonois, Amnesty International
- Denise Go, KWF Kankerbestrijding
- Arjen van Ketel, zelfstandig consultant
- Ambika Lucassen, Dierenbescherming
- Diana van Maasdijk, Philian Consulting
- Vera Peerdeman, Nassau
- Hedda Pier, Het Nederlandse Rode Kruis (voorzitter)
- Layla Salamoun, SOS Kinderdorpen
- Rick Woolderink, Leger des Heils