

VRAGEN

Hoeveel donateurs werven jullie jaarlijks met straatwerving?

Hoe lang blijven deze mensen vervolgens donateur?

Wanneer word ik als donateur 'rendabel' voor Amnesty International? Aangezien er ook moet worden betaald voor de werver/het wervingsbureau (of maken jullie hiervoor gebruik van interne krachten)?

Evt. aanvullende vraag: wanneer ben ik (als individu, die op straat wordt aangesproken door een werver en besluit donateur te worden) financieel bijdraag aan het betreffende goede doel? Oftewel: hoeveel kost het om mij (als individu) te werven via een wervingsbureau? *Stel: dat kost 60 euro en ik ga maandelijks 10 euro doneren, dan lever ik in die zin vanaf de 7^e maand geld op voor het betreffende goede doel (zijn 'mijn' kosten eruit).*

REACTIES GOEDE DOELEN

Amnesty International (verslaggevers aangesproken tijdens draaidag, niet te zien in de reportage)

We werven om en nabij 16.000 nieuwe leden op jaarbasis middels straat- en deur-aan-deurwerving. Verreweg onze belangrijkste bron van inkomsten wordt gevormd door de bijdragen die onze leden doen voor ons mensenrechtenwerk. Dankzij onze leden kunnen we onze campagnes en onderzoek onafhankelijk van overheidsfinanciering uitvoeren. Daarnaast vertegenwoordigen onze 250.000 leden een belangrijke maatschappelijke stem. Het is voor ons internationale mensenrechtenwerk cruciaal dat we ons ledenbestand stabiel houden, en liefst laten groeien. Jaarlijks proberen we zo'n 20.000 leden te werven. Onze ervaring is dat maar weinig mensen zich spontaan als lid aanmelden, maar dit pas doen als je het aan ze vraagt. Dit doen we op verschillende manieren, met verschillende campagnes en methoden.

Straatwerving is een van de methoden die wij inzetten om deze leden te werven. Het is een heel effectieve manier en daarnaast ook heel zichtbaar. Omdat het zo'n effectieve methode is, is straatwerving momenteel ook onze grootste bron van nieuwe leden. Wij zien onze wervers echt als ambassadeurs van Amnesty, en we doen er dan ook alles aan om mensen een zo positief mogelijk gevoel over Amnesty te laten overhouden. We begrijpen dat er mensen zijn deze wijze van werving als niet prettig kunnen ervaren. Daarom stemmen we -als goede doelen onderling- de wijken waar we deur aan deur actief zijn met elkaar af. Zo komen we bijvoorbeeld maximaal 4 keer per jaar in dezelfde wijk.

Amnesty-leden behoren tot de meest trouwe leden van alle goede doelen. Onze ervaring is dat mensen heel erg lang lid blijven. Sommige van onze leden zijn al 50 jaar lid. Wel is het zo dat mensen vlak nadat ze lid zijn geworden zich nog kunnen bedenken. Dit leidt ertoe dat in het eerste jaar dat mensen lid zijn er relatief meer opzeggingen zijn dan erna.

Aanvulling:

Je bent als lid meteen 'rendabel' voor Amnesty omdat onze leden de basis vormen van onze beweging. Je wordt meteen onderdeel van de internationale beweging, en telt dus mee als we namens onze leden repressieve regimes aanspreken. Als je het hebt over financiële rendabelheid, dan verschilt dit van methode tot methode. Sommige campagnes die we doen, betalen zichzelf meteen terug. Voor andere campagnes duurt dit langer.

Amnesty vindt transparantie over de besteding van het geld dat we van onze leden mogen ontvangen heel erg belangrijk. In ons jaarverslag leggen we daar uitgebreid verantwoording over af. Daarin is te lezen dat Amnesty van elke euro die zij ontvangt 80 cent aan het doel besteedt en rond de 16 cent aan fondsen- en ledenwerving.

Reactie op de werver van Amnesty International die is weggestuurd:

We vinden het als Amnesty heel erg vervelend dat er een probleem is geweest met een van onze wervers. We zien onze wervers als ambassadeurs die door weer en wind de straat op gaan om mensen te interesseren voor mensenrechten. We doen er alles aan om te zorgen dat zij ons zo goed mogelijk vertegenwoordigen. Zo krijgen ze een uitgebreide inhoudelijke training en ondertekenen ze ook een gedragscode. Helaas kan het wel eens voorkomen dat iemand zich daar niet aan houdt. Het is zeker niet de bedoeling dat wervers ergens aan het werk gaan waar dit niet is toegestaan. We hebben de betreffende wervers daarop al aangesproken. Amnesty ontvangt ongeveer 2 klachten per maand over straatwerving, en elke klacht nemen we heel serieus op.

Natuurmonumenten (te zien in de reportage)

Voordat ik daar op in ga, even een korte toelichting op onze vereniging en ons werk: Natuurmonumenten is een vereniging die meer dan 100.000 ha² natuur in Nederland beschermt en veilig stelt. Het persoonlijk ontmoeten van natuurliefhebbers (en daarmee vaak potentiële leden) gebeurt op verschillende manieren én locaties. Straatwerving is voor Natuurmonumenten een van de manieren om een gesprek te hebben met natuurliefhebbers, maar juist ook met mensen die zich nog niet zo betrokken voelen bij de natuur. Straatwerving zorgt er bovendien voor dat we zichtbaar zijn door heel Nederland, ook buiten natuurgebieden. We gaan ter plekke een gesprek over natuurbescherming in Nederland aan en kunnen direct steun vragen voor onze missie. We maken de mensen die we spreken (en vervolgens onze leden) deelgenoot van ons gezamenlijke doel: 'de natuur is er voor jou, ben jij er ook voor de natuur'.

Dan, terugkomend op jouw vragen:

1. Hoeveel donateurs werven jullie jaarlijks met straatwerving?

Natuurmonumenten is een vereniging en we werven dus leden, geen donateurs. Naast werving op straat, werven we leden via eigen medewerkers en vrijwilligers in onze bezoekerscentra, via boswachters en excursiegidsen in de natuurgebieden. Deze vorm

van werving zullen we in de komende jaren steeds vaker toepassen, omdat je hier mensen treft die zich al verbonden voelen met de natuur en eerder geneigd zijn zich daarvoor in te zetten, bijvoorbeeld door lid te worden.

In 2018 verworven we via straatwerving 3655 nieuwe leden.

2. Hoe lang blijven deze mensen vervolgens donateur?

Van de in 2018 op straat geworven leden is nog zo'n 75% lid. En hoewel sommigen misschien maar kort lid blijven, blijven velen jarenlang of zelfs levenslang verbonden met Natuurmonumenten.

3. Wanneer word ik als donateur 'rendabel' voor Natuurmonumenten? Aangezien er ook moet worden betaald voor de werver/het wervingsbureau (of maken jullie hiervoor gebruik van interne krachten)?

Het gesprek op straat is bovendien vaak de start van een langdurige relatie, waarbij nieuw geworven leden ook op termijn vrijwilligers worden en of op andere wijze hun steun aan de natuur kunnen bieden. Bijvoorbeeld door een petitie te ondertekenen of door op social media onze berichten te delen. Het werven van nieuwe leden op straat draait dus niet sec om geld, maar juist ook om bewustwording en om betrokkenheid bij natuurbescherming.

Voor straatwerving hanteren we momenteel een terugverdiertijd van 20 maanden. Deze relatief lange termijn heeft ook te maken met het relatief lage bedrag waarop we werven. Dat doen we omdat we een beweging zijn: hoe meer mensen zich verbinden aan natuurbescherming, hoe luider onze stem als we opkomen voor die natuur. De verbondenheid van veel mensen aan Natuurmonumenten is voor ons belangrijker dan de hoogte van het bedrag dat die leden maandelijks overmaken.

Meer informatie over onze manieren van werving staat op onze website:

<https://www.natuurmonumenten.nl/over-natuurmonumenten/onze-manieren-van-werving>

Oranjefonds (te zien in de reportage)

1. Hoeveel donateurs werven jullie jaarlijks met straatwerving?

Wij werven jaarlijks zo'n 2.000 nieuwe structurele donateurs via straatwerving. Daarnaast willen we via straatwerfers vooral benadrukken wat wij als Oranje Fonds doen.

2. Hoe lang blijven deze mensen vervolgens donateur?

Wij hopen dat mensen lange tijd aan ons verbonden blijven, niet alleen als donateur, maar ook als vrijwilliger. Het gaat niet alleen om geld.

Van de vorig jaar via straatwerving geworven donateurs is op dit moment 72 % nog donateur.

3. *Wanneer word ik als donateur 'rendabel' voor het Oranje Fonds? Aangezien er ook moet worden betaald voor de werver/het wervingsbureau (of maken jullie hiervoor gebruik van interne krachten)?*

Het Oranje Fonds zet straatwerfers niet enkel in om donateurs te werven. We maken hier ook gebruik van om zichtbaar te zijn in het land, zodat meer mensen weten waarom wij er zijn en wat onze missie is. Onze straatwerfers geven mensen een knuffel. Uiteraard worden deze aan voorbijgangers aangeboden en zeker niet ongevraagd uitgedeeld. Hiermee willen wij laten zien dat het Oranje Fonds er is om verbinding tussen mensen te bevorderen. We zien dat dit veel positieve reacties oplevert.

Wij doen er alles aan om onze werving – ook straatwerving – als prettig te laten ervaren. Wanneer iemand donateur wordt, willen we dat het eerste contact een fijn startmoment is. Wij vinden het belangrijk dat mensen donateur worden omdat ze onze missie belangrijk vinden: ervoor zorgen dat niemand in Nederland er alleen voor hoeft te staan. De rendabiliteit -liever maatschappelijke winst - van straatwerving wordt daarom door ons op twee manieren geïnterpreteerd: of het onze missie overbrengt aan iedereen in Nederland en of het ons de mogelijkheid biedt sociale projecten in Nederland financieel te ondersteunen. Deze vorm van werving is op dit moment voor ons op beide vlakken rendabel.

Aanvulling:

Omdat wij een hybride fonds zijn werken wij met twee verschillende geldstromen. De straatwerfers worden betaald van het rendement op ons vermogen. Het bedrag dat een donateur geeft gaat altijd rechtstreeks naar sociale projecten in Nederland. Daarom draag je als donateur vanaf het eerste moment financieel bij aan het Oranje Fonds.

Wilde Ganzen (te zien in de reportage)

Wilde Ganzen is maar een van de vele spelers in dit veld. Wij zijn heel blij met de resultaten en terugverdientijd van het werven van donateurs op deze manier. En we ervaren dat de nieuwe donateurs ook blij zijn met ons en wat wij op het gebied van armoedebestrijding bereiken. Echter, cijfers met betrekking tot de kosten en opbrengsten van (straat)werving delen we niet.

Zoals ik al in mn vorige mail zei, zijn we blij met de resultaten van straatwerving. En ja, het is een belangrijk fondswervend middel voor ons maar we blijven ons vernieuwen en naar mogelijkheden zoeken om het NL publiek voor ons werk te interesseren en aan ons te binden.

NIET IN DE REPORTAGE, WEL OM EEN REACTIE GEVRAAGD

Artsen Zonder Grenzen

Artsen zonder Grenzen zet verschillende middelen in om nieuwe donateurs en/of donaties te werven, onder andere via *face-to-face* donateurswerving. Dat is een belangrijke manier voor ons, omdat we op die manier een persoonlijk gesprek kunnen aangaan om te vertellen over het werk van Artsen zonder Grenzen en het belang van donaties om ons werk te kunnen blijven voortzetten. Natuurlijk levert deze manier ons ook nieuwe donateurs op: zo'n 30.000 mensen per jaar zeggen op deze wijze hun steun aan ons werk toe. Deze donateurs zijn erg belangrijk voor ons, om onze projecten te financieren en zo ons werk te kunnen blijven doen. En om onze onafhankelijkheid blijven te bewaren. Vanwege het huidige vluchtelingenbeleid ontvangt Artsen zonder Grenzen geen geld van EU-lidstaten (en dus ook niet van de Nederlandse overheid).

We vinden het erg belangrijk dat wervers een positief en prettig gesprek voeren met geïnteresseerden. Een donateur werven is natuurlijk belangrijk, maar nog belangrijker is dat mensen met een goed gevoel het gesprek afsluiten; donateur of geen donateur. Het werven van donateurs kost geld, maar iedere euro die we uitgeven aan donateurswerving, verdienen we binnen zo'n 13 maanden weer terug. Gelukkig blijven donateurs veel langer bij ons: tussen de 4,5 en 7 jaar. Zoals je kan zien, is dit een interessante manier voor ons om donateurs te werven, de opbrengsten zijn immers hoger dan de kosten. Deze manier van werven is daarom niet alleen voorbehouden aan goede doelen, ook bedrijven en omroepen maken van deze methode gebruik.

Overigens zorgen wij er altijd voor dat de totale fondsenwervende kosten zo laag mogelijk blijven ten opzichte van de opbrengsten. Hoe de kosten zich verhouden tot de opbrengsten kun je teruglezen in ons jaarverslag: <http://onlinemagazine.artsenzondergrenzen.nl/jaarverslag-2017>

Hartstichting

(NOG) GEEN REACTIE ONTVANGEN

KWF Kankerbestrijding

KWF Kankerbestrijding financiert ongeveer de helft van al het kankeronderzoek in Nederland. Dat doen we volledig met donaties van de Nederlandse bevolking, zonder overheidssteun. Iedere euro is voor ons belangrijk en daarom is iedere donatie en donateur welkom. Zo ontvangen we onder meer nalatenschappen, opbrengsten van acties uit het land (denk aan Maarten van der Weijden), de jaarlijkse collecteweek, structurele donateurs en via straatwerving.

1. Hoeveel donateurs werven jullie jaarlijks met straatwerving?

Dat gaat jaarlijks om circa 50.000 KWF – relaties via straatwerving. Zij worden structurele donateur of spelen mee in de KWF – loterij.

2. Hoe lang blijven deze mensen vervolgens donateur?

De gemiddelde donateur van KWF is structureel tussen de 5 en 10 jaar verbonden aan ons. Dat gemiddelde geldt ook voor donateurs die zich via straatwerving aan KWF binden.

3. Wanneer word ik als donateur 'rendabel' voor het KWF? Aangezien er natuurlijk ook moet worden betaald voor de werver/het wervingsbureau (of maken jullie hiervoor gebruik van interne krachten)?

Laat ik voorop stellen dat iedere donateur voor KWF belangrijk is. Van iedere euro die wij ontvangen gaat 84 cent naar de doelstellingen van KWF (meer geld voor kankeronderzoek, preventie en we zetten ons in voor een betere kwaliteit van leven voor mensen die ziek zijn, of ziek zijn geweest). De overige 16 cent zijn de kosten die we maken (het besteden en beheren van de donaties, het opzetten van acties en kosten medewerkers).

KWF heeft ongeveer 800.000 structurele donateursrelaties. Wij zetten alles op alles om deze relaties te onderhouden (denk aan het verstrekken van informatie wat KWF doet), aan ons te binden en bij ons te houden. Deze relaties zijn cruciaal voor de kankerbestrijding. Wij zijn continu bezig om alle mogelijkheden om contactmomenten met onze donateurs te benutten. Straatwerving is daar een onderdeel van.

De kosten voor straatwerving wegen op tegen het aantal donateurs dat zich daarmee aan ons bindt: anders hadden we geen gebruik gemaakt van straatwerving. Overigens bouwen wij waar mogelijk, de inzet van straatwerving af.

Aanvulling:

I.v.m. concurrentiebeding kan ik niet zeggen wat een straatwerper per donateur kost; dat verschilt ook per goed doel en is daarom niet goed te vergelijken. Ook omdat het per goed doel verschilt hoe groot de inzet op straatwerving is.

De reden dat wij straatwerving waar mogelijk afbouwen, is omdat het een methode is die niet iedereen aanspreekt. Als we dat terug kunnen schroeven, dan doen we dat. Maar het levert voornamelijk zoveel nieuwe donateurs op die geld geven voor de kankerbestrijding, dat we het nog steeds als waardevolle manier zien om donateurs te werven.

Rode Kruis

1. Ca. 20.000
2. Ca. 67% van de donateurs zijn na 1 jaar nog actief, daarna laag verval per jaar
3. Gemiddelde terugverdientijd is 12,4 maanden

UNICEF

1. Wij werven jaarlijks tussen de 1000 en 2500 donateurs via werving op straat

2. Uit ervaring weten we dat donateurs die voortkomen uit uitgebreid persoonlijk contact, zoals op straat, nauw betrokken zijn bij onze organisatie. Een belangrijk deel is na tien jaar nog steeds donateur.
3. De werving van nieuwe donateurs is belangrijk voor ons, omdat we alleen met extra giften ons werk voor kinderen kunnen doen. We houden zorgvuldig in de gaten of onze kosten opwegen tegen de opbrengsten. Op dit moment is dit zeker het geval. Zodra het niet meer uit zou kunnen, stoppen we er onmiddellijk mee.