

F

GEVEN MET BETEKENIS

VAN REACTIEF NAAR PROACTIEF GEVEN



INHOUD

INTRODUCTIE 01

BETEKENISVOL GEVEN 02

JOUW GEEFMISIE 04

JOUW GEEFPLAN 09

JOUW IMPLEMENTATIE 14

EVALUATIE GEEFSTRATEGIE 18

CONCLUSIE 20

INTRODUCTIE

BETEKENISVOL GEVEN IS MEER DAN GELD OVERMAKEN

Filantropie vindt zijn oorsprong in de etymologische betekenis van 'liefde voor de mensheid'. In essentie is filantropie, ook bekend als liefdadigheid, het onbaatzuchtig geven van tijd, geld of middelen om het welzijn van anderen te bevorderen. Motivaties voor filantropie kunnen sterk variëren en komen voort uit een combinatie van persoonlijke waarden, sociale betrokkenheid en een wens om een positieve impact op de wereld te hebben.

Veel vermogenden willen "iets zinvols" doen met hun geld. Deze intentie is echter vaag en de mogelijkheden daarvoor oneindig. Hierdoor resulteert het vaak in reactief en impulsief geven aan één of meerdere goede doelenorganisaties. Je doneert aan goede doelenorganisaties die op je pad komen en om steun vragen, zoals een collega die meedoet aan een sponsorloop of middels een nationale inzamelingsactie. Dit kan leiden tot een onsamenhangende 'geefportefeuille' van goede doelenorganisaties, zonder een rode draad en met een onduidelijke impact.

Hier is niets mis mee, tenzij je intentie was om concreet bij te dragen aan het oplossen van maatschappelijke problemen. Door betekenisvol te geven maak je jouw intentie om "iets zinvols" te doen concreet. Je ondersteunt goede doelenorganisaties die jouw filantropische doelstellingen kunnen verwezenlijken en het biedt inzicht in de impact die wordt bereikt.

Deze themapublicatie is bedoeld om je praktische handvatten te bieden om tot een voor jou betekenisvolle geefportefeuille te komen.

De basis voor betekenisvol geven ligt in het begrijpen van je beweegredenen en waarden en helderheid over wat je wilt bereiken. Tezamen vormt dit jouw geefmissie. Hoe je jouw doelstellingen gaat bereiken, kan je uitwerken in jouw geefplan. De kaders die je hierin vaststelt, stellen je in staat de meest passende goede doelenorganisaties te selecteren. Ten slotte is het raadzaam om te monitoren of, en in welke mate, impact wordt behaald.

Per stap delen we inzichten en tips om je te inspireren bewuste(re) keuzes te maken. Het kan zijn dat niet alle stappen voor jou relevant zijn. Je hoeft ook zeker niet alle antwoorden te hebben voordat je begint met goed doen. Veel filantropen geven in cycli – ze creëren een meerjarig geefplan, gebruiken de tijd om hun plan te testen en ervan te leren, om vervolgens hun geefmissie en/of geefplan te herzien voordat ze aan een nieuwe cyclus beginnen. Met deze themapublicatie hopen we je aan te moedigen om pro-actievere geefbeslissingen te nemen en om blijvend te leren tijdens jouw reis.

We wensen je veel inspiratie!

BETEKENISVOL GEVEN

EEN STAPPENPLAN VOOR JOUW GEEFSTRATEGIE

Vaak nemen we bij filantropische activiteiten geen weloverwogen beslissingen en doneren we eerder reactief dan proactief. Deze publicatie beschrijft een gestructureerd proces om een effectieve geefstrategie te ontwikkelen, zodat je een nog impactvoller verschil in de wereld kunt maken.

Vroeger was het beheren van familievermogen eenvoudig. Je had slechts twee keuzes: geld verdienen door te beleggen of geld weggeven aan goede doelenorganisaties. Maar tegenwoordig bestaat er een breed scala aan mogelijkheden, waarbij streven naar financieel en niet-financieel rendement in verschillende mate een rol speelt. Samen vormen deze mogelijkheden het ESG-spectrum van kapitaal (figuur 1). In onze themapublicatie “Beleggen met impact: het ESG-spectrum van kapitaal” duiken we dieper in deze materie.

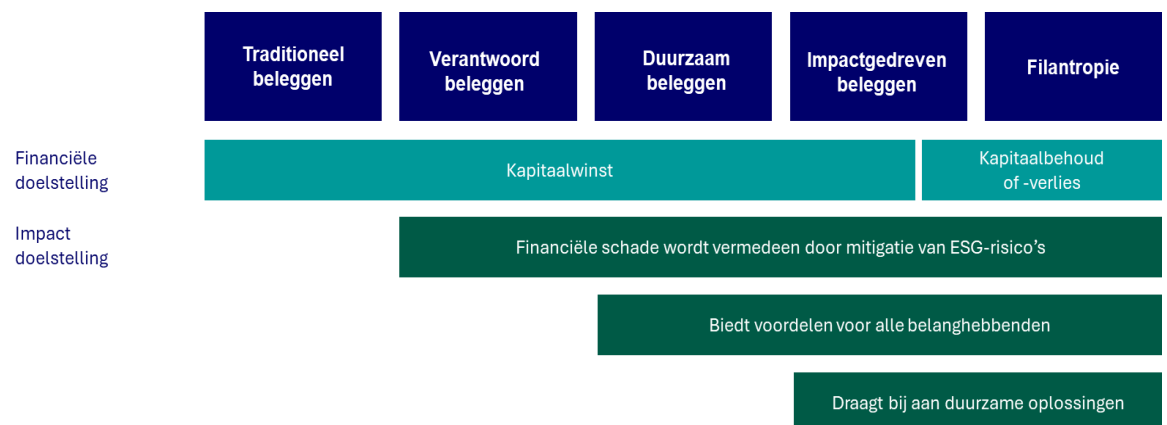
Het ESG-spectrum van kapitaal laat zien dat je met elk deel van je vermogen een positieve impact kunt creëren, behalve met traditioneel

belegd vermogen. Deze themapublicatie richt zich specifiek op filantropie, waarbij financieel rendement nauwelijks tot geen rol speelt. Filantropie draait om het ondersteunen van (nog) niet-commercieel levensvatbare bedrijven, projecten of initiatieven, met de verwachting van een negatief financieel rendement of zelfs volledig kapitaalverlies.

Een stappenplan voor jouw geefproces

Betekenisvol geven is een continu proces dat zich herhaalt en ontwikkelt. Binnen dit proces kunnen vier hoofdstappen worden onderscheiden: formuleren, plannen, implementeren en monitoren. Elk van deze stappen kunnen vervolgens weer worden onderverdeeld in

Figuur 1: ESG-spectrum van kapitaal



kleinere stapjes (zie figuur 2). Elke stap in het proces leidt tot de volgende en uiteindelijk weer terug naar het begin.

Het proces van geven begint met het formuleren van jouw geefmissie, die beschrijft op welke aandachts- en werkgebieden je je wilt richten en welke specifieke doelgroep je wilt ondersteunen. Duidelijkheid over je focusgebieden zorgt ervoor dat je effectiever kunt geven.

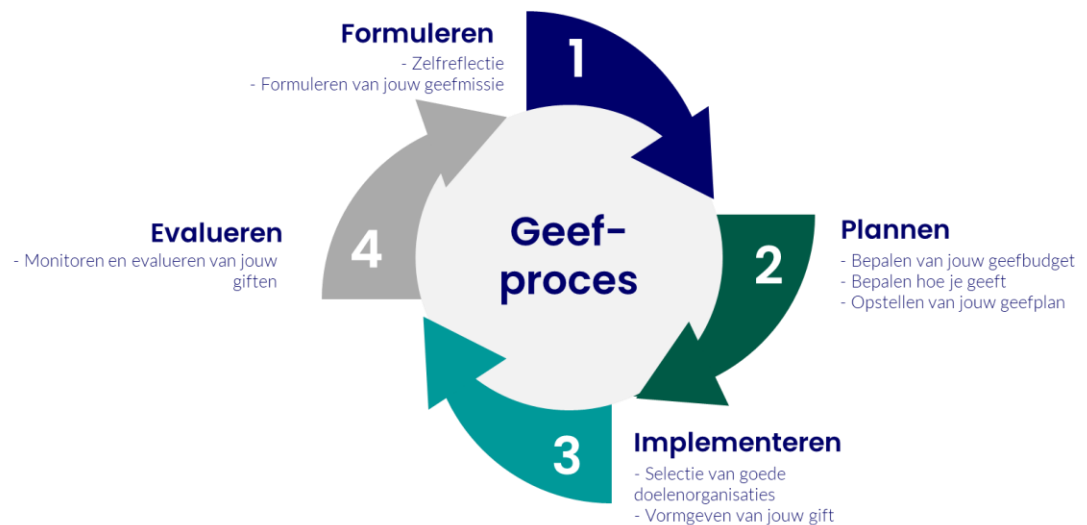
In de tweede stap ontwikkel je een geefplan. Dit is een strategisch document dat de doelstellingen en richtlijnen voor je filantropische activiteiten omvat. Het geefplan fungeert als leidraad voor jouw filantropische

activiteiten. Het zorgt ervoor dat je je filantropische activiteiten doelgericht kan inzetten.

In de derde stap selecteer je de goede doelenorganisaties die je wilt ondersteunen. Een doelgericht selectieproces kan bijdragen aan jouw vertrouwen dat de uiteindelijk gekozen organisatie in staat is om de doelen te bereiken die jij voor ogen hebt.

Als laatste stap is het belangrijk om de impact van jouw donaties te monitoren en te evalueren. Deze evaluatie kan aanleiding geven om je filantropische activiteiten bij te sturen en je geefplan aan te passen. Vervolgens begint het gehele proces opnieuw.

Figuur 2: Het geefproces



JOUW GEEFMISIE

FORMULEREN VAN JE FILANTROPISCHE ACTIVITEITEN

Veel mensen geven geld aan goede doelenorganisaties zonder duidelijk voor ogen te hebben waarom ze willen geven en wat ze met hun gift willen veranderen. Het formuleren van een geefmissie kan helpen om bewuster en met een heldere richting te geven aan een goed doel, waardoor filantropische activiteiten uiteindelijk betekenisvoller worden.

Stap 1: Zelfreflectie

Hoewel deze stap vaak wordt overgeslagen, is zelfreflectie van grote waarde bij het formuleren van een geefmissie. Het biedt de kans om te ontdekken waarom je wilt geven en welke maatschappelijke kwesties het meest resoneren met jouw waarden en levenservaringen. Door te begrijpen welke problemen je het meest raken, kun je een concrete geefmissie ontwikkelen.

Inzicht in jouw beweegredenen

Het begrijpen van beweegredenen achter jouw filantropische activiteiten is van essentieel belang, omdat het je kan helpen om jouw filantropische inspanningen effectiever te sturen en gerichtere keuzes te maken.

Vaak ontstaat de wens om te doneren uit reactieve situaties. Misschien word je bewogen door de acties van mensen die hulp nodig hebben, of door goede doelenorganisaties die duidelijk maken waar de behoeften liggen en hoe jij kunt helpen. Het kan ook zijn dat je simpelweg gevraagd wordt om te doneren en soms zijn inspirerende verhalen van anderen de trigger waardoor je zelf gemotiveerd raakt om een bijdrage te leveren. Het gevolg van reactief geven is dat je kan eindigen met een onsamenvattende

‘geefportefeuille’ van goede doelenorganisaties. Op zich is dit prima, tenzij je de intentie had om gericht bij te dragen aan het oplossen van specifieke maatschappelijke problemen.

Bij mensen die proactief geven, spelen andere motieven een rol. Misschien voel je een diep verlangen om het welzijn van anderen te bevorderen zonder persoonlijk gewin na te streven, en geef je uit altruïstische overwegingen aan goede doelen. Anderen worden meer gemotiveerd door eigenbelang. Wellicht levert doneren je geestelijke voordelen op, zoals een gevoel van vervulling en tevredenheid, worden je schuldgevoelens erdoor verlicht, of biedt het je een gevoel van zingeving. Bovendien kunnen het verwerven van een goede reputatie en aanzien, of het voldoen aan sociale normen, voor sommigen een drijfveer zijn om te geven.

Om jouw eigen beweegredenen te ontdekken, is het cruciaal om jezelf vragen te stellen over wat jou drijft. Bedenk dat er meerdere motieven tegelijkertijd een rol kunnen spelen, en dat deze mix in de loop der tijd kan veranderen. Het verkennen van jouw persoonlijke motivaties kan je helpen om te begrijpen wat je nastreeft, bewuster te geven

en op basis daarvan meer impact te maken met jouw filantropische activiteiten.

Inzicht in jouw waarden

Jouw persoonlijke waarden vormen de kern van wie je bent en waar je in gelooft. Ze dienen als een kompas bij het bepalen van de richting van jouw filantropische inspanningen. Door je waarden te begrijpen, kun je bepalen welke doelen en initiatieven het meest resoneren met wat voor jou echt belangrijk is. Zo kunnen mensen die bijvoorbeeld waarde hechten aan gelijkheid en rechtvaardigheid ervoor kiezen om organisaties te steunen die zich inzetten voor het bestrijden van ongelijkheid en discriminatie.

Een eerste stap om jouw waarden te identificeren, is te onderzoeken welke waarden je van jongs af aan zijn bijgebracht door je ouders, familie en gemeenschap. Daarnaast kan het waardevol zijn om gesprekken te voeren met mensen in je sociale kring die actief zijn als filantroop. Luister naar hun verhalen en ervaringen en probeer te begrijpen welke waarden hen motiveren om te geven. Deze verschillende perspectieven kunnen je helpen om je eigen waarden beter te zien en begrijpen.

Inzicht in jouw levenservaringen

Jouw levenservaringen vormen de basis van jouw kennis en begrip van de wereld om je heen. Door je bewust te worden wat deze ervaringen zijn en welke impact ze op jouw leven hebben gehad, kun je een helder beeld krijgen van de inzichten en middelen die je hebt om anderen te helpen.

Misschien heb je zelf ervaren hoe het is om te leven in armoede of te worstelen met gezondheidsproblemen, waardoor je hebt ontdekt welke soorten steun van onschatbare waarde zijn. Hierdoor heb je ook een beter begrip van de behoeften van mensen in vergelijkbare situaties. Deze inzichten kunnen dienen als leidraad bij het formuleren van je geefmissie.

Het kan ook nuttig zijn om terug te kijken op momenten waarop je het gevoel had dat je een positieve impact had op de wereld om je heen. Door deze momenten te analyseren, kun je ontdekken welke acties of benaderingen effectief waren en welke aspecten van jezelf je daarbij hebt ingezet. Deze inzichten helpen bij het identificeren van de vaardigheden en eigenschappen die je kunt benutten bij het bieden van ondersteuning aan anderen.

“Zelfreflectie is het begin van een filantropische reis die betekenisvol is voor anderen en voor onszelf”

Stap 2: Formuleren van een geefmissie

Het formuleren van jouw geefmissie betekent simpelweg het verduidelijken van wat jij wilt bereiken met jouw filantropische activiteiten. Het biedt een kader waarbinnen je je inzet voor maatschappelijke verandering en geeft richting aan jouw filantropische inspanningen.

Als je al aanzienlijke ervaring hebt opgedaan met filantropie, kan het nuttig zijn om je historische geefgedrag te analyseren. Dit kan je helpen om de kwesties te identificeren waarover je het meest gepassioneerd bent. Kijk hierbij naar de goede doelenorganisaties waar je het meest aan hebt gedoneerd en zoek naar overeenkomsten tussen deze organisaties. Dit kan een indicatie zijn van de maatschappelijke kwesties die voor jou belangrijk zijn. Bepaal vervolgens of deze kwesties nog steeds relevant voor je zijn. Zo ja, hoe komt dat tot uiting? Zo niet, waarom niet?

Het in kaart brengen van de goede doelen waaraan je tot nu toe hebt geschonken, en hoeveel, zegt vaak iets over je interesses. Maar het vertelt niet het hele verhaal. Daarom kan het zinvol zijn om na te denken of je iets aan jouw donaties wilt veranderen. Zijn er wellicht (ook) andere thema's die je aanspreken? Misschien heb je frustraties over de wereld waarin we leven, wil je bepaalde veranderingen zien om de wereld te verbeteren of wens je een andere wereld nalaten. Ook als je minder ervaring hebt met filantropie, kan het waardevol zijn om hierover na te denken.

Gebruik van lenzen

Een nadeel van het gebruik van thema's is dat het onnodig harde grenzen voor je filantropische activiteiten kan creëren. Veel van de mondiale uitdagingen zijn namelijk

complex en aan elkaar gerelateerd. Zij kunnen alleen worden opgelost door een breed perspectief te hanteren. Een goed voorbeeld hiervan is het afzonderlijk financieren van gezondheidsprojecten en onderwijsprojecten, terwijl gezondheid sterk bepalend is voor het vermogen van kinderen om te leren en naar school te gaan.

Sommige filantropen kiezen er daarom voor om hun activiteiten te kaderen door middel van een lens, waarbij de lens de prioriteitskwestie is die je wilt aanpakken. Een voorbeeld van zo'n lens is klimaat, waarbij je de complexe wisselwerking tussen klimaatverandering en kwesties zoals economische activiteit, toegang tot gezondheidszorg, schone lucht en water, onderwijs, huisvesting, voedselsystemen, democratie, inheemse kennis en rechtvaardigheid, en migratie onderkent.

Om een blijvende verandering te bewerkstelligen, is het gezien het multidimensionale karakter van veel mondiale uitdagingen essentieel om het bredere systeem van waarden, machtsstructuren, instellingen, wetten en beleidslijnen te beïnvloeden. Dit is zeer moeilijk, tijdrovend en vereist samenwerking. Dit is iets om in je geefmissie rekening mee te houden.

Opstellen landschapsanalyse

Nadat je een globaal idee hebt van het thema waarop je je wilt richten met je filantropische activiteiten, kun je je geefmissie verder concretiseren door een landschapsanalyse uit te voeren.

Een landschapsanalyse helpt je begrijpen wat de omvang en de reikwijdte van de problemen binnen je gekozen thema is, evenals de

beschikbare bewijzen, of juist het gebrek eraan. Ook biedt de analyse inzicht in de dieperliggende oorzaken en onderlinge afhankelijkheden van de problemen binnen jouw thema. Zo kun je bepalen welk specifiek probleem je wilt aanpakken, welke doelgroep je wilt bereiken en waar in de wereld je het meeste verschil kunt maken.

Op basis van deze analyse kun je concrete, haalbare doelstellingen voor jouw filantropische activiteiten formuleren. Duidelijke doelen in combinatie met de juiste indicatoren maken het makkelijker om je voortgang te meten en je geefstrategie indien nodig aan te passen. Het stelt je in staat om realistische benchmarks voor succes vast te stellen, zodat je na verloop van tijd kunt evalueren en kunt zien of je aanpak effectief is of bijgestuurd moet worden.

Daarnaast biedt een landschapsanalyse inzicht in de goede doelenorganisaties en filantropen die actief zijn binnen jouw thema, welke methoden en benaderingen ze gebruiken, en welke resultaten ze behalen. Misschien ontdek je dat bepaalde aanpakken, zoals het leveren van bepaalde 'diensten', het creëren van bewustwording, het uitvoeren van onderzoek of het lobbyen voor betere wetgeving, bijzonder effectief zijn geweest of juist niet. Dit kan je inspireren om een bepaalde aanpak over te nemen of om meerdere aanpakken te combineren.

Voordat je daadwerkelijk begint met een landschapsanalyse, is het belangrijk om na te denken over de gewenste breedte en diepte van je analyse. Hoeveel tijd en middelen ben je bereid te investeren? Een oppervlakkige analyse kan binnen een paar dagen worden

afgerond, terwijl een diepgaande studie enkele maanden kan duren. Bepaal van tevoren goed wat je precies wilt weten en waar je de focus op wilt leggen.

Verandertheorie

De landschapsanalyse vormt de basis voor je verandertheorie, ook wel *Theory of Change* genoemd (zie figuur 3), die uitlegt hoe en waarom veranderingen zullen plaatsvinden als gevolg van jouw interventies. Het biedt een gestructureerd kader om bevindingen uit de landschapsanalyse om te zetten in concrete acties die bijdragen aan het bereiken van de gewenste verandering. De verandertheorie vormt een routekaart die leidt van activiteiten naar outputs, uitkomsten en uiteindelijke impact.

Activiteiten zijn de concrete acties die je onderneemt om een bepaald doel te bereiken. Stel dat je je richt op het verbeteren van onderwijs, dan kunnen je activiteiten bestaan uit het bouwen van nieuwe scholen. Outputs zijn de directe resultaten die voortkomen uit deze activiteiten, bijvoorbeeld het aantal nieuwe scholen dat is geopend. Uitkomsten zijn de beoogde veranderingen die optreden als gevolg van deze outputs, zoals meer kinderen die naar school gaan. Impact draait ten slotte om de bredere, langdurige effecten van deze veranderingen op het niveau van individuen, gemeenschappen, systemen of samenlevingen. Hierbij kan je bijvoorbeeld denken aan minder armoede door betere werkgelegenheidskansen als gevolg van educatie.

Bij het ontwikkelen van je verandertheorie doorloop je verschillende denkstappen,

waarbij aannames een belangrijke rol spelen.

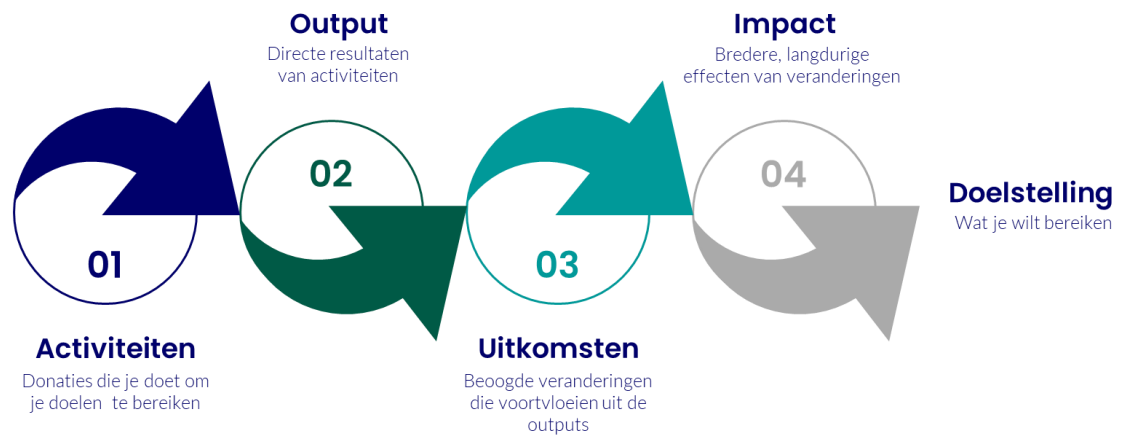
Aannames zijn veronderstellingen die je maakt over het hoe en waarom bepaalde acties tot de gewenste uitkomsten zullen leiden. Het expliciet maken van deze aannames stelt je in staat om ze kritisch te onderzoeken. Bijvoorbeeld, je neemt misschien aan dat het bouwen van scholen automatisch leidt tot hogere schoolopkomst. Door deze aanname expliciet te maken, kun je onderzoeken of er bewijs is dat dit ondersteunt. Misschien ontdek je dat er extra acties nodig zijn, als het bieden van schoolmaaltijden om de schoolopkomst daadwerkelijk te verhogen. Als er geen bewijs is voor een bepaalde aanname, kan dit een signaal zijn om verder onderzoek te

doen. Het expliciet maken en onderbouwen van aannames vergroot de kans op succes van je filantropische activiteiten.

Jouw geefmissie

Om het doel en het beoogde resultaat samen te brengen, kan je een geefmissie formuleren. In een geefmissie beschrijf je in een paar zinnen binnen welk aandachts- en werkgebied en voor welke specifieke doelgroep je een bijdrage wilt leveren en welke specifieke activiteiten er volgens jou moeten plaatsvinden om de problemen aan te pakken. Het vormt de basis voor jouw geefstrategie en is meestal eenvoudig, proactief en kort. Als je je op verschillende thema's richt, kan je voor elke thema een missie schrijven.

Figuur 3: Een verandertheorie



JOUW GEEFPLAN

PLANNEN VAN JE FILANTROPISCHE ACTIVITEITEN

Nu je je geefmissie helder hebt, is het tijd om je te richten op concrete vragen over wanneer, hoeveel en hoe je wilt geven. Het vastleggen van de antwoorden op deze vragen in een geefplan, ook wel bekend als een filantropisch plan of een donatieplan, biedt een waardevol raamwerk voor het betekenisvol inrichten en beheren van jouw geefportefeuille.

Stap 3: Bepalen van jouw geefbudget

De meeste mensen denken bij filantropie direct aan het schenken van geld aan goede doelenorganisaties. Het is waar dat financiële bijdragen vaak de ruggengraat van de financiering voor vele goede doelen vormen. Je kan echter ook op andere manieren bijdragen. Naast het geven van geld, kun je ook tijd investeren in vrijwilligerswerk of jouw vaardigheden, expertise en kennis inzetten om goede doelen te ondersteunen. Denk bijvoorbeeld aan het bieden van juridisch advies, marketingstrategieën of technische ondersteuning. Ook jouw persoonlijke en professionele netwerken kunnen van onschatbare waarde zijn voor goede doelen, bijvoorbeeld door het verbinden van potentiële donateurs of het organiseren van fondsenwervende evenementen.

Het kiezen van de juiste vorm van geven hangt af van verschillende factoren, waaronder jouw persoonlijke interesses, beschikbare middelen en de impact die je wilt bereiken. Het is daarom belangrijk om zorgvuldig te overwegen op welke manier je de meeste waarde kunt toevoegen aan de goede doelenorganisaties die je wilt ondersteunen.

Houd ook in je achterhoofd dat je toegevoegde waarde in de loop van de tijd kan veranderen. Misschien heb je nu beperkte tijd, maar kun je wel financieel bijdragen. In andere periodes kun je wellicht juist meer tijd vrijmaken voor vrijwilligerswerk of het leggen van belangrijke contacten binnen jouw sociale netwerk.

Hoewel in de rest van deze publicatie de nadruk ligt op financiële donaties, neemt dit niet weg dat andere vormen van geven ook waardevol zijn.

Timing

Een eerste overweging bij het geefbudget is het tijdstip, zoals de keuze voor schenken bij leven en/of nalaten. Beide benaderingen hebben hun eigen voor- en nadelen. Wat het beste bij je past, hangt af onder andere af van jouw persoonlijke voorkeuren, financiële situatie, familieomstandigheden en filantropische doelstellingen. Ook praktische overwegingen, zoals fiscale implicaties, kunnen een rol spelen. Het is belangrijk om zorgvuldig na te denken over welke benadering het beste bij je past en om advies in te winnen bij een financieel adviseur of -planner.

Geefbudget

Nadat je hebt bepaald wanneer je wilt doneren, rijst de vraag hoeveel je wilt, maar ook hoeveel je kunt doneren. Het is essentieel om eerst een grondige analyse te maken van je financiële situatie en te berekenen hoeveel geld je nodig hebt om zowel nu, als in de toekomst in je levensonderhoud te voorzien en toekomstplannen te financieren. Het is ook hierbij raadzaam om advies in te winnen bij een financieel adviseur of -planner en eventueel jouw fiscalist.

Het deel van je vermogen dat je niet nodig hebt voor levensonderhoud en toekomstplannen vormt jouw vrij beschikbare vermogen. Dit deel van je vermogen kun je

(risicovol) beleggen en/of gebruiken voor je filantropische activiteiten. Mensen maken verschillende keuzes. Sommigen verdelen hun vrij beschikbare vermogen tussen beleggingen en filantropie. Anderen beleggen alles en schenken (een deel van) het financiële rendement weg. Weer anderen kiezen ervoor om (een deel van) hun vrij beschikbare vermogen permanent onder te brengen in een stichting die het vervolgens weggeeft.

Wat het beste bij jou past, hangt af van verschillende factoren, waaronder je persoonlijke omstandigheden en filantropische ambities. Aangezien deze in de loop der tijd kunnen veranderen, is het verstandig om regelmatig te evalueren of je huidige geefbudget nog past.

Figuur 4: Verdeling van jouw vermogen over verschillende potjes



Allocatie van je geefbudget

Nadat je je totale geefbudget hebt vastgesteld, kun je een nadere onderverdeling maken. Indien gewenst, kun je je geefbudget verdelen in drie potjes: proactief geven, reactief geven en geven voor noodhulp. Het potje voor proactief geven kun je vervolgens verder onderverdelen op basis van je geefmissie. Daarnaast kan het verstandig om een globale financiële- en tijdsplanning te maken indien je een bepaalde hoeveelheid geld op een bepaald moment wilt hebben weggegeven.

Een gerelateerde vraag, die we in deze publicatie niet verder bespreken, is wat je doet met het gedeelte van je geefvermogen dat je niet direct nodig hebt. Laat je dit in cash op de bank staan of ga je dit beleggen? En als je gaat beleggen, hoe geef je dan vorm aan je beleggingsbeleid?

Stap 4: Bepalen hoe je geeft

Je kan op verschillende manieren financiële donaties doen. Als je het eenvoudig wilt houden, kun je ervoor kiezen om rechtstreeks te doneren aan een goede doelorganisatie. Door rechtstreeks te doneren, behoud je een grote mate van flexibiliteit en kan je tegelijkertijd een relatie met de organisatie opbouwen. Deze veelgebruikte donatievorm is een uitstekende manier om je filantropische reis te beginnen.

Sommige goede doelorganisaties bieden grote donateurs de mogelijkheid om een fonds op naam op te richten. Hiermee kun je jouw gift een specifieke bestemming geven die past binnen de bredere doelstelling van de organisatie. Het fonds op naam vormt als het ware

een apart deel binnen het totale vermogen van de goede doelenorganisatie. De regels van het fonds op naam worden, in overleg met de ontvangende organisatie, vastgelegd in een notariële akte.

Soms is er de wens, of ontstaat een behoefte om een eigen stichting op te richten. Dit biedt je de mogelijkheid zelf de doelstellingen en de werkwijze te bepalen, maar vraagt ook veel tijd en expertise. Naast het selecteren, beoordelen en monitoren van projecten, brengt een eigen stichting ook een aanzienlijke administratieve last met zich mee, zoals het opstellen van een beleidsplan, het voeren van een administratie en het opstellen van een jaarrekening. Uiteraard kun je overwegen om deze taken (deels) uit te besteden, maar dit kost geld dat anders naar goede doelenorganisaties kan gaan.

Voor je eigen stichting kun je een ANBI (Algemeen Nut Beoogde Instelling)-status aanvragen. Een ANBI-status kan fiscaal aantrekkelijk zijn, maar brengt ook extra verplichtingen met zich mee. Indien je van plan bent een stichting op te richten, is het raadzaam om fiscaal advies in te winnen.

Stap 5: Opstellen van jouw geefplan

Nu je je geefmissie hebt gedefinieerd, je geefbudget hebt vastgelegd en bepaald hebt hoe je wilt geven, kun je beginnen met het opstellen van een gedetailleerd geefplan. Dit plan helpt je om je filantropische activiteiten gestructureerd en doelgericht aan te pakken. Hieronder tref je de belangrijkste elementen aan die je in je geefplan kan vastleggen.

Geefmissie

De aandachts- en werkgebieden waaraan je een bijdrage wilt leveren en de specifieke doelgroep die je wilt ondersteunen.

Doelstellingen en indicatoren

Specifieke, meetbare korte-, middellange- en lange termijn doelstellingen die aangeven wat je wilt bereiken met jouw donaties.

Strategie

Een uitwerking van de wijze waarop je je filantropische doelen kan bereiken.

Budgettering en Financiële Planning

Een overzicht van de beschikbare middelen, inclusief een tijdsperspectief en gedetailleerd budget van verwachte inkomsten en uitgaven.

Selectiecriteria voor Ontvangers

Criteria voor het selecteren van geschikte

goede doelenorganisaties, projecten of programma's. Hierbij kan je denken de fit tussen jouw geefmissie en die van het goede doel waaraan je wilt geven, de juridische structuur (ANBI-status of niet), cultuur en werkwijze van de goede doelenorganisaties. Als een goede doelenorganisatie in het bezit is van een CBF-keurmerk (voor Nederlandse organisaties) of een vergelijkbaar buitenlands keurmerk, kan dit je extra vertrouwen geven. Indien je wilt doneren aan organisaties zonder keurmerk, zoals lokale initiatieven, kleinschalige projecten of aan buitenlandse organisaties, is het verstandig om een uitgebreidere due diligence uit te voeren (zie stap 6).

Monitoring en Evaluatie

Een plan voor het monitoren en evalueren van de voortgang en impact van je filantropische inspanningen. Hierop gaan we in het laatste hoofdstuk dieper in.

“Het hebben van een geefplan helpt je om jouw filantropische doelen te verduidelijken en je impact te vergroten”

Rapportage

Het verstrekken van informatie en het afleggen van verantwoording over jouw filantropische activiteiten aan belanghebbenden, waaronder familieleden, ontvangers, andere partners en eventueel het bredere publiek. Of je wilt dat de details van je filantropische activiteiten bij het bredere publiek bekend worden, is hierbij een belangrijke keuze. Door ‘anoniem’ te geven bescherm je je privacy en vermogensstatus. Tegelijkertijd kan dit leiden tot minder samenwerkingsmogelijkheden, omdat niet breed bekend is welke filantropische activiteiten je onderneemt.

Governance

Governance omvat structuren, processen en beleidslijnen die worden gebruikt om toezicht te houden op, en beslissingen te nemen over filantropische activiteiten. Sterke bestuursprincipes kunnen borgen dat de belangen van alle belanghebbenden op een effectieve en ethische manier worden behartigd. De mate van detail waarin de governance wordt vastgelegd, hangt mede af van de omvang van de filantropische activiteiten. Sommige families stellen gedetailleerd vast wie betrokken zal zijn is en stellen hiervoor een apart familiecharter op.

De onderstaande governance-aspecten kan je in overweging nemen:

- *Bestuursstructuur*: beschrijving van de organisatorische structuur en de rollen, verantwoordelijkheden en bevoegdheden van elk orgaan binnen jouw geefstructuur.
- *Besluitvormingsprocessen*: procedures voor het nemen van

beslissingen, inclusief de manier waarop financieringsvoorstellen worden opgesteld en door wie beslissingen worden genomen.

- *Risicobeheer*: beleidslijnen en processen voor het identificeren, evalueren en beheren van risico's die verband houden met je filantropische activiteiten, zoals financiële risico's, juridische risico's en reputatierisico's.
- *Integriteit en Ethiek*: bepaling van normen en waarden die worden gehanteerd binnen de organisatie, inclusief ethische gedragscodes en maatregelen om belangenconflicten te voorkomen.
- *Evaluatie*: procedures voor het regelmatig evalueren van governance structuren en -processen en het identificeren van verbeterpunten.

Uitbesteding

Voor sommigen is het vanaf het begin duidelijk dat hun filantropische activiteiten uitsluitend een persoonlijke- of familieaangelegenheid is. Anderen besteden (een deel van) het werk uit aan professionals. In het laatste geval kan je vastleggen waarom je bepaalde filantropische taken wilt uitbesteden, om welke taken het gaat, criteria waaraan deze dienstverleners moeten voldoen, hoe je hun werk gaat monitoren en evalueren en of en hoe je de controle houdt over de uitbestede activiteiten.

Bij het opstellen van een geefplan is het belangrijk om te beseffen dat het niet perfect hoeft te zijn. Naarmate je ervaring opdoet en nieuwe inzichten krijgt, evolueert ook je geefplan.

JOUW IMPLEMENTATIE

VORMGEVEN VAN JE FILANTROPISCHE ACTIVITEITEN

Nadat je jouw raamwerk voor het betekenisvol inrichten en beheren van jouw filantropische activiteiten hebt opgesteld, is het tijd om goede doelenorganisaties te selecteren. Dit is geen eenvoudige taak. Een doelgericht selectieproces kan bijdragen aan jouw vertrouwen dat de uiteindelijk gekozen organisatie in staat is om de doelen te bereiken die jij voor ogen hebt.

Stap 6: Selectie goede doelenorganisatie

Opstellen longlist

De eerste stap in het selectieproces omvat het samenstellen van een longlist van goede doelenorganisaties die actief zijn binnen jouw aandachtsgebied. De landschapsanalyse die je stap 2 hebt uitgevoerd, kan hierbij een uitgangspunt vormen. Donornetwerken vormen soms ook een informatiebron, evenals experts op het gebied van jouw specifieke kwestie. Verder kan het nuttig zijn om andere filantropen om aanbevelingen te vragen. Probeer hierbij wel te achterhalen hoeveel ervaring ze hebben met de organisaties, waarom ze juist deze organisaties aanbevelen en welke mogelijke vooroordelen ze zouden kunnen hebben.

Het is doorgaans handig om van tevoren een duidelijke tijdslijn vast te stellen voor deze fase van het proces. Wereldwijd bestaan er ontzettend veel goede doelenorganisaties, en het is onrealistisch om ze allemaal te identificeren. Er bestaat geen vaste regel voor hoelang je moet doorgaan met zoeken. Het belangrijkste is dat je je comfortabel voelt met de selectie. Zodra dit het geval is, kun je je longlist gaan inkorten tot een shortlist.

Veel informatie over de goede doelenorganisaties kan waarschijnlijk worden verkregen door middel van bureauonderzoek.

Samenstellen shortlist

Om van een longlist tot een shortlist van goede doelenorganisaties te komen, kun je gebruikmaken van de criteria uit je geefplan.

Met de goede doelenorganisaties die aan jouw criteria voldoen, kun je vervolgens een oriënterend gesprek voeren. Tijdens dit gesprek ga je dieper in op hun werk, doelen en benaderingen om te bepalen of hun visie en waarden overeenkomen met die van jou. Naast een rationele evaluatie is het ook belangrijk om je intuïtie te gebruiken: voel je je begrepen en verbonden met de organisatie? Indien relevant, vraag ook naar hoe ze jou als donateur zien, en bij hun werk betrekken. Informeer naar hun transparantie over de gerealiseerde impact, hun communicatie over activiteiten en mogelijkheden tot deelname aan projecten of evenementen.

Door deze zorgvuldige evaluatie kom je uiteindelijk tot een shortlist van organisaties die het beste bij jou passen.

Due diligence

Voordat je jezelf verbindt aan een goede doelenorganisaties van jouw shortlist, is het verstandig om deze organisatie grondig te onderzoeken. Aspecten waar je in deze due diligence aandacht aan kunt besteden zijn:

Strategie. Het hebben van een heldere en consistente strategie is essentieel voor succes. Goede doelenorganisaties met ambitieuze, realistische doelstellingen en een doordachte aanpak om deze te bereiken, zijn effectiever dan organisaties die dat niet hebben.

Uitvoering van programma's en projecten. Effectieve organisaties onderscheiden zich door het vermogen om consistente en goed doordachte programma's en projecten uit te voeren, waarbij ze op basis van feedback en resultaten, voortdurend leren en verbeteren.

Team. In iedere organisatie spelen medewerkers een cruciale rol. Het is belangrijk om te evalueren of sleutelpersonen de juiste kennis en ervaring hebben, hoe kennis wordt geborgd (in verband met verloop) en hoe de organisatie zorgt voor hun welzijn en professionele ontwikkeling.

Trackrecord. Een analyse van de prestaties van een organisatie in het verleden kan veel onthullen over haar vermogen om consistente resultaten te behalen. Het is daarbij raadzaam om niet alleen naar de interne prestaties te kijken, maar ook om een vergelijking te maken met andere vergelijkbare organisaties en om referenties te raadplegen.

Financieel management. Een duurzame

organisatie is financieel gezond, beheert haar budgetten efficiënt, werft fondsen bij een gediversifieerde groep donateurs en houdt financiële reserves aan.

Governance. Bij een goede organisatie zijn bestuurders en belangrijke donateurs vrij van belangenconflicten en is er sprake van onafhankelijk toezicht.

Samenwerkingsvermogen. Effectieve organisaties zijn zich bewust van de omgeving en het veld waarin ze werken. Ze hebben zicht op alle belanghebbenden, zoals (lokale) overheden, bedrijven, gemeenschappen en andere goede doelenorganisaties en werken goed met hen samen.

De diepgang van de due diligence moet passen bij de omvang van je mogelijke donatie. Vraag goede doelenorganisaties niet onnodig om informatie; dit kost tijd en middelen die ze beter aan hun missie kunnen besteden. Begin daarom met het raadplegen van openbare bronnen en overweeg feedback te vragen aan filantropen die al onderzoek hebben gedaan.

Stap 7: Vormgeven van jouw gift

Nadat je hebt besloten waaraan je wilt geven, dien je aan jouw bijdrage concreet vorm te geven. Dit hangt nauw samen met de wensen en behoeften van de ontvangende organisatie en het vaststellen van het meest passende instrument om (een deel van) het goede doel te financieren. De keuze wordt vaak gemaakt in overleg met de ontvangende organisatie.

Als een (nog) niet commercieel haalbaar project gefinancierd kan worden met een

(renteloze) lening, betekent dit dat je je bijdrage -na terugbetaling- nogmaals kan inzetten. Ook kan het wenselijk zijn om deel te nemen in een (zeer) risicovol startersproject in plaats van het doen van een gift.

De hoogte van het bedrag kan afhangen van een aantal factoren, zoals je betrokkenheid bij het doel, eerdere ervaringen met de organisatie, door jouw gestelde limieten -zoals een bijdrage voor maximaal 1/3- en de draagkracht van de ontvangende organisatie.

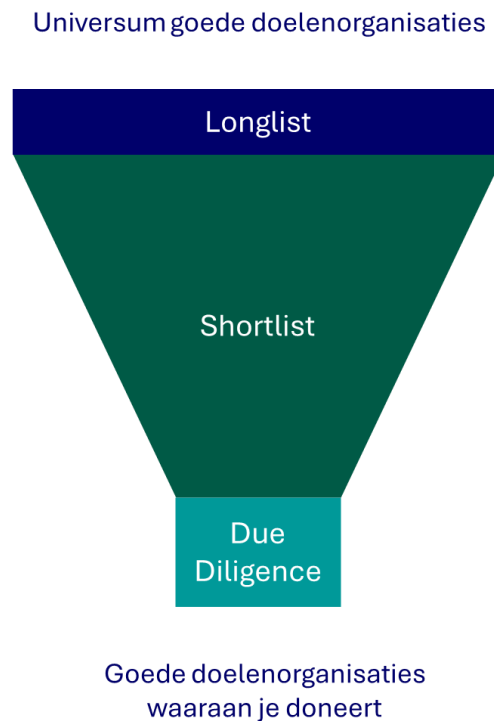
Eenmalig doneren of periodiek geven?

Bij het doen van een gift van aanzienlijke omvang, in termen van jouw geefbudget of het budget van de ontvangende organisatie, kun je overwegen om in plaats van een eenmalige gift een meerjarige toezegging te doen.

Eenmalige giften zijn gemakkelijk te beheren en vereisen geen langdurige betrokkenheid. Voor ontvangende organisaties bieden ze onmiddellijke liquiditeit, wat vooral handig is bij noodhulp. Eenmalige giften vormen echter geen stabiele financiële basis; organisaties moeten voortdurend op zoek naar nieuwe financiering, wat tijd kost en afleidt van hun missie en programma's.

Periodieke donaties omvatten een toezegging om gedurende een bepaalde periode en periodiek financiële steun te verlenen voor een goed doel. Dit kan variëren van enkele jaren tot zelfs tientallen jaren, afhankelijk van de overeenkomst tussen de donateur en de ontvangende organisatie. Periodieke giften stellen goede doelenorganisaties beter in staat om langer lopende programma's uit te

Figuur 5: Het selectieproces van goede doelenorganisaties



voeren, hun organisatie te versterken en op termijn een duurzamere impact realiseren.

Giften oormerken of niet?

Sommige goede doelenorganisaties bieden bij grote giften de mogelijkheid om deze te oormerken. Dit betekent dat je als donateur kan je aangeven waarvoor jouw donatie wordt gebruikt. Door je donatie te oormerken, heb je duidelijkheid over de bestemming van je geld binnen de organisatie. Het kan echter ook de flexibiliteit van de organisatie verminderen, de uitvoering van programma's bemoeilijken, de administratieve lasten verzwaren en de effectiviteit ervan belemmeren.

In lijn met de 'best practices' binnen de filantropie is het raadzaam om voornamelijk on-geoormerkte donaties te doen. Het doel van uitgebreide due diligence was immers om

organisaties te identificeren die in staat zijn om doelen te realiseren die binnen jouw geefmissie passen en waarin je vertrouwen hebt. Dit betekent echter niet dat je nooit geoormerkte donaties kunt doen. Zorg er echter wel voor dat een deel van jouw geoormerkte gift ook de indirecte kosten dekt.

Fiscaliteit

Voor individuen die geld schenken aan erkende goede doelenorganisaties, bieden veel belastingstelsels verschillende vormen van belastingaftrek. Ook in Nederland zijn eenmalige en periodieke giften onder bepaalde voorwaarden fiscaal aftrekbaar. Het is raadzaam om voorafgaande aan een omvangrijke financiële gift hierover advies in te winnen bij je fiscalist, zeker aangezien de regelgeving vaak verandert.

EVALUATIE GEEFSTRATEGIE

MONITOREN VAN JOUW FILANTROPISCHE ACTIVITEITEN

Als je echt een verschil wilt maken en je impact wilt maximaliseren, is het belangrijk om je giften te monitoren en evalueren. De inzichten die dit oplevert, kun je gebruiken om te leren en met nog meer betekenis kunt geven.

Stap 8: Monitoren en evalueren

Voordat je je filantropische activiteiten kunt evalueren, dien je eerst heldere evaluatiedoelen te definiëren. Je wilt misschien begrijpen hoe jouw activiteiten specifieke doelgroepen hebben beïnvloed. Ook kan het zijn dat je geïnteresseerd bent in de sterke en zwakke punten van je filantropische aanpak en hoe je deze verder kunt verbeteren. Of wellicht wil je kennis en best practices delen met een breder publiek.

Een keuze die hiermee samenhangt is op welk niveau je wilt monitoren. Sommige filantropen denken dat ze elke euro dienen te volgen. Echter, hoewel het goed is om te kijken het financiële plaatje, kun je er ook voor kiezen om de voortgang van specifieke programma's of projecten die je financiert te monitoren. Worden de doelstellingen van het programma gerealiseerd? Je kunt ook monitoren op organisatieniveau; bijvoorbeeld neemt de capaciteit van de organisatie om haar doelen te bereiken door jouw gift toe? Houd bij je keuze in je achterhoofd dat het weten van je globale impact vaak belangrijker is dan het meten van je exacte impact.

De keuze van je evaluatiedoel en het niveau waarop je wilt evalueren, bepaalt grotendeels

welke monitoringmethode het meest geschikt is. Er zijn verschillende kwantitatieve en kwalitatieve monitoringsmethoden beschikbaar, waaronder enquêtes, interviews, focusgroepen, data-analyse en casestudies. Ook kun je een vergelijking maken met andere filantropen en goede doelenorganisaties.

De gegevensverzameling voor een aantal van deze methoden kan erg arbeidsintensief en kostbaar zijn. Houd daarom in de gaten dat jouw middelen en/of die van de goede doelenorganisatie waaraan je geeft niet te veel ten koste gaan van de missie zelf. Maak een zorgvuldige afweging of het doel en de middelen in balans zijn.

Evaluatie

Nadat je gegevens hebt verzameld, is het tijd voor daadwerkelijke analyse en evaluatie. Soms ontdek je dat je activiteiten niet het gewenste effect hebben. In dat geval is het belangrijk om de aannames die je in je verandertheorie hebt gemaakt, te onderzoeken en je geefplan bij te stellen. Dit kan inhouden dat donaties aan bepaalde organisaties worden afgebouwd of stopgezet, en dat nieuwe, effectievere doelen worden geïdentificeerd. Vervolgens selecteer je opnieuw goede doelenorganisaties waaraan je

wilt doneren. Communiceer dit tijdig aan de goede doelenorganisatie die je steunt, vooral als jouw bijdrage een groot deel van het budget uitmaakt. Je kunt ook overwegen om je steun geleidelijk af te bouwen.

Rapportage

Ten slotte rapporteer je je bevindingen aan je beoogd publiek. Dit kan in de vorm van een evaluatierapport zijn, waarin je jouw evaluatiedoelen, het kader, de methoden, de

gebruikte gegevens, resultaten, conclusies en aanbevelingen samenvat.

Zoals we in de inleiding hebben aangegeven is de evaluatie geen eenmalige oefening. Het is een continu proces van leren en verbeteren dat je kan helpen je filantropische impact te vergroten. Je moet je evaluatiebevindingen gebruiken om je strategische planning, budgettering en middelenallocatie te je je doelen hebt bereikt.

CONCLUSIE

VAN REACTIEF NAAR PROACTIEF GEVEN

Door betekenisvol te geven, maak je jouw intentie om "iets zinvols" te doen concreet. In plaats van reactief te doneren aan één of meerdere goede doelen, zoek je proactief naar organisaties die het beste passen bij jouw doelstellingen.

Veel mensen geven reactief op basis van een concrete vraag of emotionele oproep. Hoewel deze, vaak impulsieve donaties zeker kunnen bijdragen aan mooie initiatieven en het verhelpen van acute nood, schiet het vaak tekort als het je gaat om het vergroten van de impact van je giften.

Proactief geven, daarentegen, is een strategische benadering waarbij je bewust nadenkt over wat je met jouw filantropische activiteiten wilt bereiken en hoe je (meer) betekenis kunt geven aan je geefgeld. Je maakt jouw intentie om iets zinvols te doen concreet.

De basis voor betekenisvol geven, ligt in zelfreflectie en de zoektocht naar wat voor jou belangrijk is; uit dit alles volgt jouw geefmissie. Het opstellen van een gestructureerd geefplan helpt om deze missie te operationaliseren. Dit biedt kaders om goede doelenorganisaties te selecteren die het beste bij je missie passen en waarin je vertrouwen hebt dat ze de impact die ze beloven, ook kunnen waarmaken. De ondersteuning die je biedt, blijf je volgen en na verloop van tijd evalueer je de vooruitgang. Deze evaluatie kan aanleiding geven om je activiteiten bij te sturen en je geefplan aan te passen.

Door dit proces van formuleren, plannen, implementeren, monitoren en evalueren, zorg je dat je filantropische inspanningen consistent en doelgericht blijven en met deze strategische aanpak kun je de impact van je giften vergroten; een duurzame positieve verandering in de gebieden die je na aan het hart liggen.

Bij deze reis hoort het dat je soms afdwaalt en fouten maakt. Dit is onvermijdelijk en levert je tegelijkertijd - als je daarvoor open staat - waardevolle lessen op. Deze lessen stellen je vervolgens weer in staat je geefstrategie verder aan te scherpen.

We hopen dat deze themapublicatie je heeft geïnspireerd om aan de slag te gaan met betekenisvol geven. Als je na het lezen nog vragen hebt, twijfelt over waar te beginnen of niet goed weet hoe en wanneer volgende stappen te zetten, aarzel dan niet om contact met ons op te nemen via e-mail naar: ruth@kosmosimpact.nl.

We maken graag een afspraak om je verder te helpen en jouw filantropische reis zo succesvol mogelijk te maken.



De informatie die is opgenomen in deze publicatie is uitsluitend bestemd voor algemene doeleinden. Deze publicatie is geen aanbod en u kunt aan deze publicatie geen rechten ontleen. Bij de totstandkoming van deze publicatie hebben wij de grootst mogelijke zorgvuldigheid betracht bij de selectie van extern bronnen, Wij kunne niet garanderen dat de informatie van deze bronnen die in deze publicatie zijn opgenomen juist en volledig is of in de toekomst zal blijven. Wij aanvaarden geen aansprakelijkheid voor druk- en zetfouten. Wij zijn niet verplicht de informatie die we hebben overgenomen in deze publicatie te actualiseren of te wijzigen. Alle rechten ten aanzien van de inhoud van de publicatie worden voorbehouden, inclusief het recht van wijziging.