

Column

De donateur centraal

Wij fondsenwerfers laten door ons werk zien dat wij betrokken mensen zijn. Bijvoorbeeld betrokken bij onze aarde waarvan we leven en eten en drinken. En we zijn ons ervan bewust dat we voor ons voortbestaan die aarde ook moeten koesteren en verzorgen. Duurzaamheid noemen we dat.

Op kleinere schaal geldt dit ook voor onze eigen branche. Wij leven van fondsenwerving, maar we dragen er ook verantwoordelijkheid voor. Goede doelen krijgen kritiek, er is een dalend geversvertrouwen en er zijn klachten over gebrek aan transparantie bij de besteding van de bijeengebrachte fondsen. Er is zelfs een commissie ingesteld, de commissie-De Jong, die een strenger toezicht van de overheid op onze branche adviseert. De volgende passage komt uit een brief van staatssecretaris Teeven van Veiligheid en Justitie, aan de voorzitter van de Tweede Kamer: *'Waar zelfregulering tot nu toe een belang-*

rijk uitgangspunt was, adviseert de commissie een zwaardere rol voor de rijksoverheid met betrekking tot het toezicht op fondsenwerving.'

Deze tekst gaat over ons! Het imago van goede doelen, een van de redenen waarom de commissie-De Jong is ingesteld, wordt voor een belangrijk deel bepaald door de wijze van fondsenwerven, dus door ons. Want het is toch zo dat de goede doelen voor een groot deel met hun donateurs communiceren via ons? Er wordt een commissie ingesteld door de overheid omdat die overheid kennelijk van mening is dat wij zelf

onze eigen branche niet voldoende reguleren. Mag ik eens een aantal vragen opwerpen? Met geen ander doel dan de lezer aan het denken te zetten.

Zijn we het eens met de overheid dat wij onze branche niet zelf kunnen reguleren? Zo nee, waarom hebben we dit niet tijdig laten horen? Zo ja, is er dan niet alle reden om ons gedrag, onze werkwijze te veranderen? Zouden wij ons niet meer bewust moeten zijn van onze verantwoordelijkheid naar onze doelgroep? Zouden we in onze wervende uitingen niet beter de intenties van de goede doelen over het voetlicht moeten brengen, in plaats van alleen maar vragen om meer geld? Zouden we ons niet meer bewust moeten zijn van hoe het publiek onze communicatie beoordeelt? Zouden we daar onderling niet meer over moeten praten?

Wat kunnen we er in de praktijk aan doen? Laten we eens heel even →



Jeroen
Hogenhout

Column

→ vanuit de helikopter naar ons werk kijken. Willen we onze doelstellingen in de toekomst blijven behalen, dan mogen we de gunst van onze doelgroep niet verliezen. Wij hebben de medewerking nodig van de mensen die het mogelijk maken dat wij onze doelstellingen bereiken. De donateurs! Wij fondsenwerfers bepalen, in tegenstelling tot wat we zouden willen geloven, niet zelf hoeveel geld we aan het eind van het jaar bijeen hebben gebracht. Nee, dat doen de donateurs. En hoe verder we die donateurs van ons vervreemden, hoe moeilijker het wordt om onze doelstellingen te bereiken.

Er wordt anno 2015 een zwaarder beroep gedaan op onze communi-

catievaardigheden. Maar het goede nieuws is dat de betrokkenheid van die donateurs niet is afgenomen. Die is misschien zelfs wel groter geworden. Ik permitteer me dit oordeel omdat ik jaarlijks duizenden gesprekken met reguliere donateurs en grote gevers voer, begeleid en beluister. De betrokkenheid is niet afgenomen, er is alleen een meer kritische houding, vergeleken met een aantal jaren terug. Wij zullen dus meer moeten denken vanuit die donateur en minder vanuit onszelf. En in onze communicatie zullen we daar blijken van moeten geven. Toezicht noch regelgeving van de overheid zullen dit realiseren. Het moet van ons komen. Wijzelf kunnen het imago van de goede doelen verbeteren

en het vertrouwen van de gever herstellen. Wij hebben die invloed!

Tot slot een interessant stukje praktijk, dat mijn kijk op fondsenwerving danig veranderde. In een gesprek met een donateur, een uitermate vriendelijke en betrokken oudere mevrouw, droeg ik aan, zoals fondsenwerfers dat doen, dat het goede doel dat ik vertegenwoordigde echt heel belangrijk werk doet. 'Ach', zei de mevrouw, 'wat weet u daar nou van. U bent alleen maar fondsenwerfer, ik heb het werkelijk meegemaakt!' ←

Jeroen Hogenhout

*Reacties zijn zeer welkom:
jeroen@hogenhoutfundraising.nl*