



Goede Doelen Nederland

Brancheorganisatie

Aan de slag met nalatenschapwerving

8 februari 2024



Manda Wassenaar en Elsbeth Takkenberg, wie is wie?



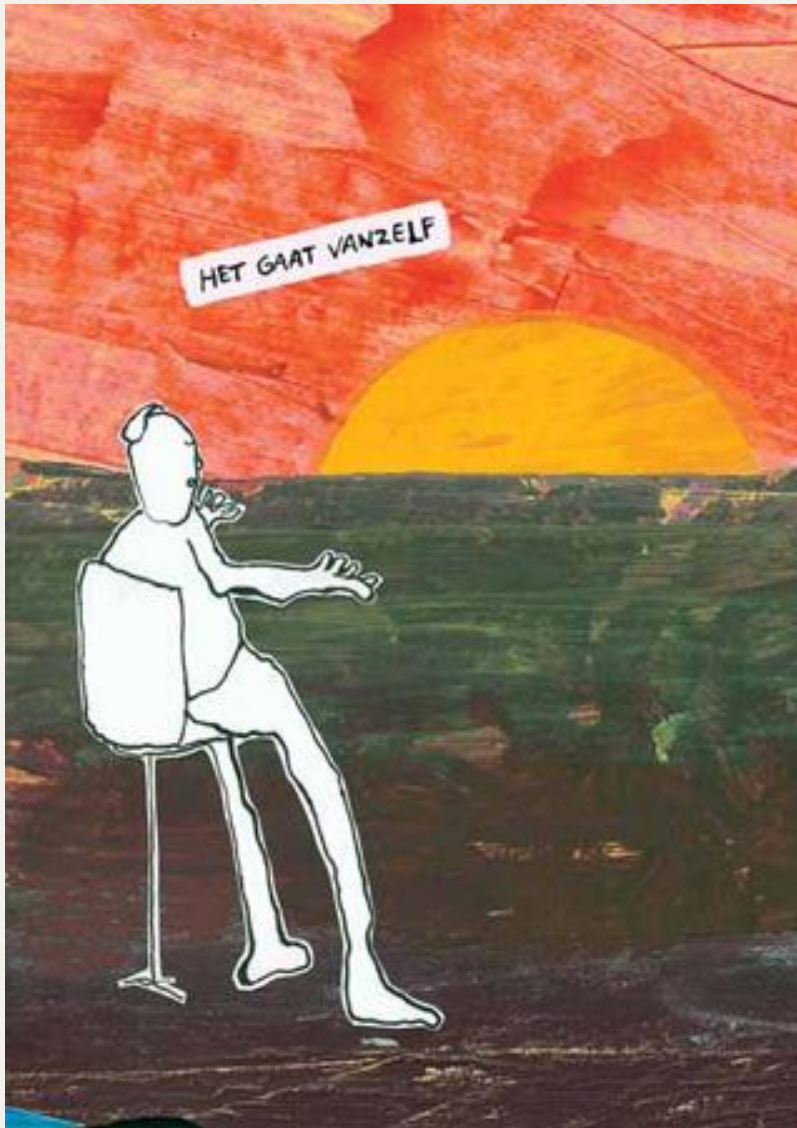
Quiz/poll

Vraag 1: Ben jij binnen jouw organisatie (mede) verantwoordelijk voor het werven van toezeggingen nalatenschappen?

Vraag 2: Werft jouw organisatie actief inkomsten uit nalatenschappen?

Vraag 3: Heb jij zelf een testament?

Inkomsten uit nalatenschappen..komen vanzelf?



Aannames


- Iedereen gaat uiteindelijk dood (*dat is waar natuurlijk*).
- We zijn zo'n geweldig goed doel dat onze donateurs er vanzelf voor kiezen ons op te nemen in hun testament.
- Het zal wel teveel tijd en geld kosten om met nalatenschappen bezig te zijn. We doen het er dus wel een beetje 'bij'.

Inkomsten uit nalatenschappen..komen vanzelf?



De feiten

- Er zijn meer mensen zonder een testament dan met een testament.
- Jaarlijks maakt ongeveer 2.4% van de bevolking een (nieuw) testament.
- De wettelijke verdeling is goed geregeld in Nederland.
- Niet iedereen met een testament heeft een goed doel opgenomen.



Om iets te krijgen
wat je nog nooit had,
moet je iets doen
wat je nog nooit deed!

Goede voorbereiding

Ga niet:



Goede voorbereiding!

Je hebt (toegang tot) kennis over erfrecht:

1. Zelf een testament, alle stappen zelf doorlopen
2. Kennisbank
NuNotariaat.nl
3. Toegang tot advies intern of extern
4. Notaris.nl
5. PLUS Magazine online

Je kunt nalatenschappen ontvangen:

1. De afwikkeling is geregeld.
In huis, afdeling financiën of een kandidaat notaris
2. Extern via bijvoorbeeld
Bureau Nalatenschappen

Hoe ga je starten? Case nummer 1



SOS
KINDERDORPEN

- SOS Kinderdorpen
- Groei vanaf 2015
- Hoe?

Achtergrond SOS Kinderdorpen



- Oprichtster Nederland Mevrouw Meyer-Praxmarer
- Inkomsten grote nalatenschappen: dat ging bijna vanzelf via mensen uit haar netwerk
- Netwerk 'droogde op' dus nieuwe generatie testateurs nodig
- Werving was belegd binnen team grote giften

De situatie in 2015 bij SOS Kinderdorpen



Beginsituatie SOS Kinderdorpen

- 76 toezeggingen
- Alleen re-actieve werving
- Geen speciale donorjourney
- Geen extra informatie via een brochure of flyer
- Geen 'legacy-story' gedefinieerd*

Stap 1: onderzoek.



Eerste stap

- Waarom hebben mensen SOS Kinderdorpen opgenomen in hun testament?
- → Bellen met de bestaande toezeggers. Wat leerde ik?

Wat levert het onderzoek op?



De grote gemene deler bij SOS

- Mensen hadden een link met onderwijs.
- Mensen zagen dat kinderen uit een warm nest zich beter staande konden houden dan kinderen die dat niet gehad hebben.
- Een aantal toezeggers was vrijwilliger op scholen geweest in het verleden voor SOS.

Hoe pas je toe wat je geleerd hebt?

Als u kinderen een familie geeft, heeft dit een groot effect. Een kind dat opgroeit in een liefdevolle familie, gaat vaker naar school en heeft meer kans op een goede baan. Het geeft deze kansen later ook door aan zijn of haar eigen kinderen. Daarmee werkt het effect van uw nalatenschap generaties lang door.



“Omdat we zelf geen kinderen hebben, besloten mijn man en ik al jaren geleden om SOS Kinderdorpen in ons testament op te nemen. Het is belangrijk dat het vooraf goed is vastgelegd.”

— Mevrouw Piepenbroek-Jonkhoff, donateur sinds 1972

- Nu ken je je doelgroep beter (onderwijs, geen kinderen). Waar vind je deze mensen?
- Nu weet je ook waarom mensen SOS in het testament hebben opgenomen. Dit is je legacy story.

” “Een liefdevol thuis voor kinderen, iets mooiers kunt u niet nalaten” werd het in 2015.

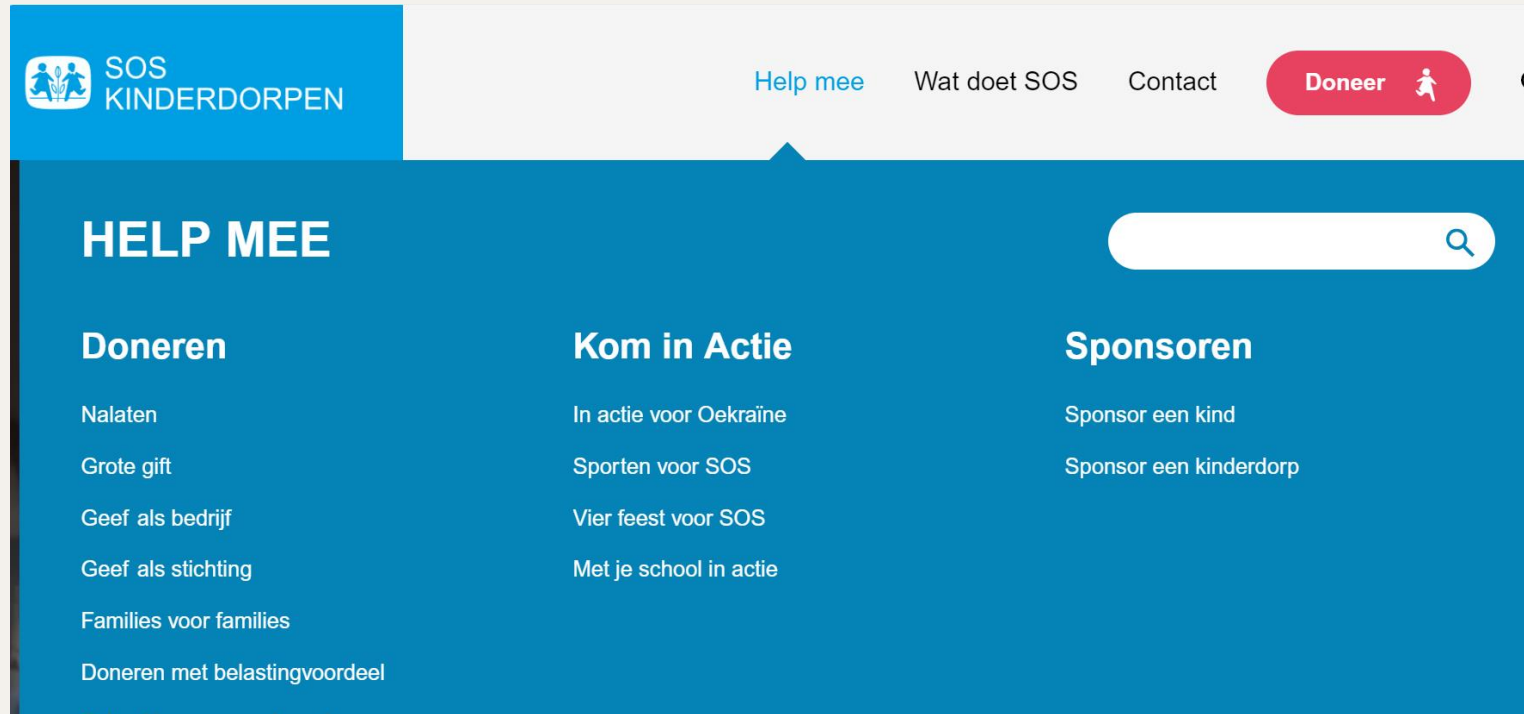


Legacy Story: verschilt van je normale Care for Support die ingezet wordt voor de werving voor NU.

Een nalatenschap is namelijk voor STRAKS.

Makkelijke en belangrijke stap:

- Zorg dat je website een warme, fijne, inspirerende plek is waar mensen goed ontvangen worden en ook graag terugkomen na één keer.

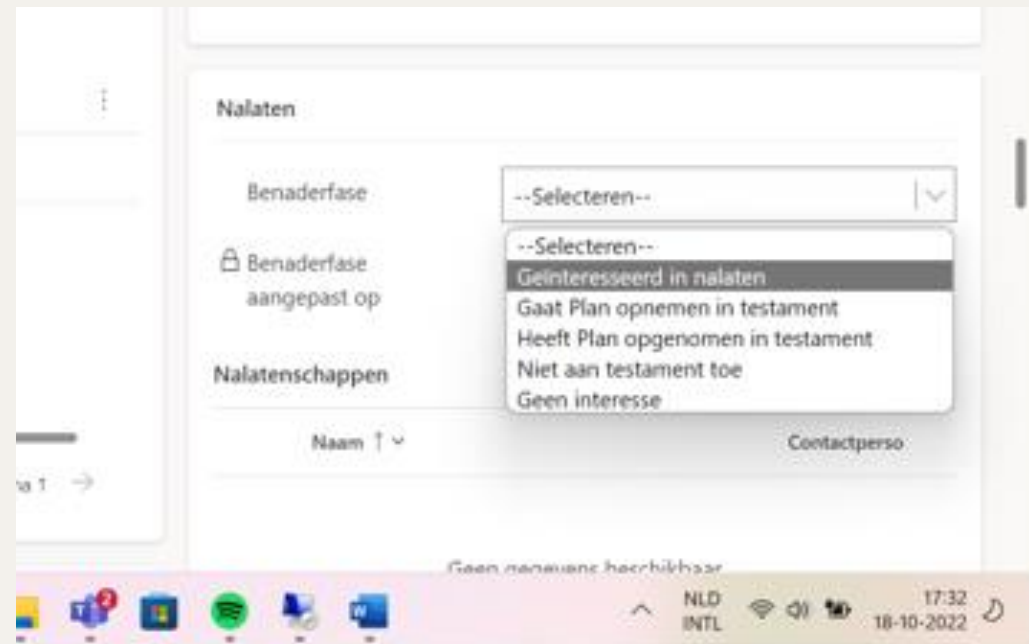


The screenshot shows the website for SOS Kinderdorpen. The top navigation bar includes the SOS Kinderdorpen logo, a search bar, and links for 'Help mee', 'Wat doet SOS', 'Contact', and a red 'Doneer' button with a person icon. The 'HELP MEE' dropdown menu is open, displaying three main categories: 'Doneren', 'Kom in Actie', and 'Sponsoren'. Under 'Doneren', there are links for 'Nalaten', 'Grote gift', 'Geef als bedrijf', 'Geef als stichting', 'Families voor families', and 'Doneren met belastingvoordeel'. Under 'Kom in Actie', there are links for 'In actie voor Oekraïne', 'Sporten voor SOS', 'Vier feest voor SOS', and 'Met je school in actie'. Under 'Sponsoren', there are links for 'Sponsor een kind' and 'Sponsor een kinderdorp'.

De basis van groei en behoud

En:

- Zorg dat je kunt vastleggen in je database welke donateurs in welke legacy-fase zitten.



Massa creëren in toezeggingen

van geven. Er onvoorwaardelijk voor kinderen zijn
is de basis van het werk van SOS Kinderdorpen.

“Wij gunnen
ieder kind een
liefdevol thuis”



Tweede stap: massa creëren.

- Wie in
toev
doelg
- Artikelen in
online nieuwsbrieven,
jaarverslag, waarin de
doelgroep zich herkent.
- Responsmogelijkheid bieden.
- Enquête aan een deel van je
achterban sturen.

Groei van 76 toezeggers
naar zo'n 250.

ANTWOORDKAART VOOR MEER INFORMATIE



SOS
KINDERDORPEN

Ja, geef mij meer informatie
via de post of email:

- Uitnodiging voor een vrijblijvende afspraak
- Uitgebreide brochure over nalaten
- Formulier voor periodieke schenkingsovereenkomst
- Impactrapport, verkort jaarverslag 2021
- Uitnodiging voor (online) themabijeenkomsten

Uw gegevens:

Naam

Email

Postadres

8. Bent u in het bezit van een testament?

- Ja
- Nee
- Ik hou dit liever voor mezelf

Pak dit moment om budget te krijgen!



Maak het leuk, maak het persoonlijk



Wat doe je met die massa? Groeien en behouden 1:1

- Speciale bedankbrieven
- Kaarten bij speciale gelegenheden
- Huisbezoeken

Groeien en behouden 1:N

- Blijven schrijven over nalaten aan SOS Kinderdorpen in eigen middelen. Drip drip drip.

Events en het bouwen van een community



Van klein en knus op kantoor



Naar grote groepen door het hele land

Klein budget, groot budget?



Start koude werving?

- Pas nadat de gehele doelgroep binnen de database is uitgevraagd.
- Heb je weinig budget? Laat Toegift je koude werving doen.

Budget goed besteden:

- Waar zit je doelgroep?
- Welk verhaal ga je vertellen?
- Hoe kunnen mensen reageren?

Alles op een rijtje Case 1 SOS Kinderdorpen

1. Heb kennis erfrecht en wees erop ingericht om nalatenschappen te ontvangen.
2. Onderzoek jouw doelgroep en het verhaal van jouw doelgroep.
3. Zorg voor een warme plek op je website, inspireer.
4. Leg alles vast in je database.
5. Start met je achterban: drip drip drip het verhaal 1:N. Bijvoorbeeld 'Wist u dat'-jes.
6. Verstuur een vragenlijst 1:1.
7. Ontwikkel een journey met brieven, bezoeken, events, kaarten. Maak het leuk.
8. Sluit je aan bij Toegift voor de koude werving.
9. Heb je budget? Dan kun je midden in je doelgroep adverteren met het verhaal waarin mensen zich kunnen herkennen.
10. Blijf de doelgroep en de legacy story toetsen. Verandert deze? Beweeg mee.

Case 2: Alzheimer Nederland



Uitgangspositie

- Bij mijn komst in 2016 al zeer professioneel
- Door collega 13 jaar eerder gestart met Nalaten
- Op gegeven moment een professionele partij erbij betrokken, Centrum Nalatenschappen (Henk de Graaf) voor zowel de werving van nieuwe nalatenschappen als de controle op de afwikkeling van opengevallen testamenten.

Actieve werving



Hoe?

- Website met mogelijkheid brochure op te vragen, verhalen ter inspiratie, gegevens contactpersonen e.d.
- Brochure en erfenisdossier
- Bij echte interesse een uitgebreide map met diverse informatie en verhalen potentiële erflaters
- Samenwerking met Centrum Nalatenschappen, Henk de Graaf. Voor Direct Mails (DM's), Telemarketing)
- Aanbieden telefonisch contact of huisbezoek

Eigen achterban: warme werving



Warme werving

- Aandacht in de eigen communicatie naar donateurs zoals e-mailnieuwsbrief, magazine (met mogelijkheid om een brochure, huisbezoek, terugbelverzoek e.d. aan te vragen)
- Direct Mailcampagne (DM): Brief uitsturen naar geselecteerde donateurs over het onderwerp nalaten met mogelijkheid opvragen brochure
- Telemarketingcampagne (TM)
- Bijeenkomst organiseren



Koude werving

- Offline adverteren, in bladen
- Online Adverteren:
Facebook met Call-to-action
het aanvragen van de
brochure

Koude werving



TV-programma

donateurswerving Alzheimer
Nederland geeft bekendheid

Alle stappen op een rij

1. Op website een pagina voor Nalaten
2. Brochure
3. Aandacht in eigen communicatiemiddelen met donateurs, Socials, Nieuwsbrief
4. Nalatenschap database, leg in CRM vast in welke fase van de werving zit. Heeft iemand een brochure aangevraagd, is iemand gebeld, bij een bijeenkomst geweest? Wel of geen kinderen, leeftijd. Houd rekening met Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG)
5. Een relatiemanager Nalaten met kennis over nalaten, welke vragen kan je verwachten.
6. Houd gegevens van erflaters bij: geboortedatum, sterfdatum, wanneer is testament opgemaakt, was iemand donateur.

Hoe ga je starten? Case Amref Flying Doctors

Sinds 2019 bij Amref Flying
Doctors



1 persoon voor werving en
afhandeling

Nalatenschapwerving Amref Flying Doctors



Start

- Gestart met bijeenkomst voor mensen uit nalatenschap database
- DM in vorm van enquête naar grote groep donateurs, daarna is non-respons gebeld.

Warme werving

Actiepunten

- Vergroten nalatenschap database
- Mensen die ons hebben opgenomen betrokken houden door: sturen jaaroverzicht met brief en invulformulier, handgeschreven verjaardagskaart, uitnodigen bijeenkomsten.
- Overwegers betrokken houden en proberen te bewegen naar het opnemen van Amref Flying Doctors in hun testament.
- Direct Mailcampagne en Telemarketing-campagne naar selectie van donateurs





Aandacht schenken aan onderwerp Nalaten via:

- Website
- Brochure
- Eigen communicatiekanalen, online, socials, nieuwsbrief
- Bijeenkomsten
- Aanbieden executeurschap (onder bepaalde voorwaarden)

Start koude werving

**“Zo kan ik een
gezonde toekomst
geven aan Masai-
meisjes”**



Het is bijna niet voor te stellen: om de overdracht van kind naar volwassenheid te markeren, worden Masai-meisjes besneden. Dat is zeer pijnlijk en heeft grote gezondheidsrisico's, zowel mentaal als fysiek. Met de hulp van giften uit nalatenschappen kan Amref Flying Doctors een alternatief ritueel bieden en daarmee écht het verschil maken. Dat heeft donateurs Agnes Holtslag & Wim Tondeur doen besluiten Amref op te nemen in hun testament: “Zo weet ik dat ik een gezonde toekomst geef aan Masai-meisjes.”

**Uw nalatenschap biedt hoop voor een gezonde
toekomst**

 **amref**
flying doctors

Voor een gezond
en sterk Afrika

Adverteren en posten

Adverteren offline (Alles over Erven, Doorgeven, Alles over Schenken en Nalaten aan Goede Doelen, Goed Geregeld, TV-gids van Max toen we in Koffietijd waren)

Adverteren online (adverbs),
Facebookcampagne

Posts op onze eigen Socials
(LinkedIn, Instagram,
Facebook)

Verder groeien

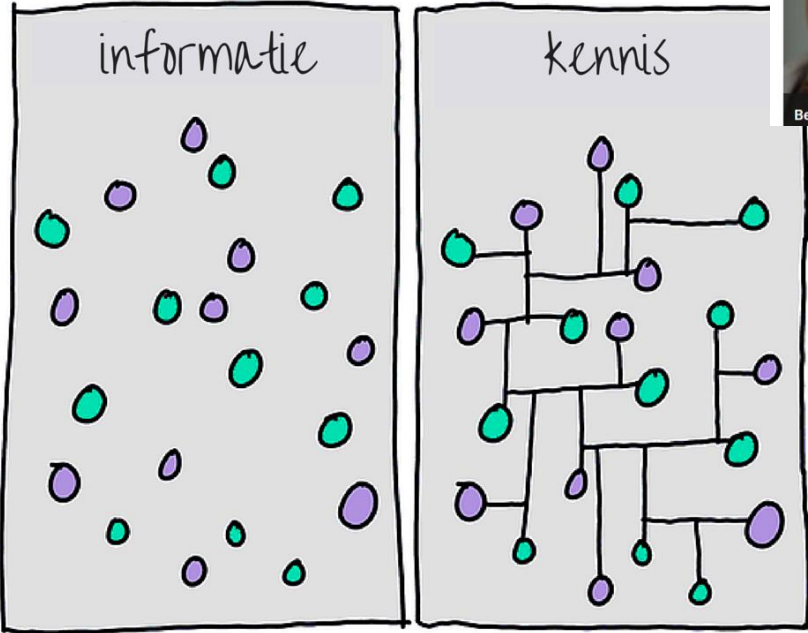
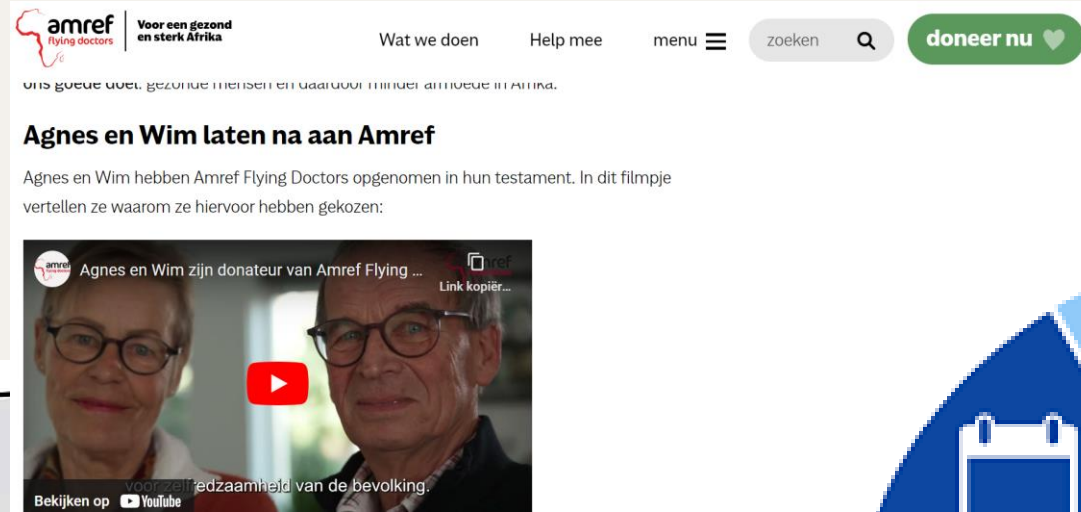
In 2008 is Bureau Nalatenschappen opgericht door Juliette Nijenhuis onder de vleugels van Goede Doelen Nederland.

VERDERE GROEI DOOR:

Door meer opengevallen testamenten hebben we in 2023 de controle op de afwikkeling van nalatenschappen uitbesteed aan Bureau Nalatenschappen.

Zo komt er meer tijd voor de werving van nieuwe potentiële erflaters.

Wat heb je nodig om te starten?



Warme werving, weinig kosten



Koude werving, klein of groot budget

toegift.nl



Kosten op een rijtje/schatting

Middel	Kosten
Website nalaten aanpassen	In-house
Database inrichten	In-house
Bellen doelgroep	15 euro
Opstellen legacy story	Zelf doen: niets. Uitbesteden: 80 euro per uur
Artikel maken voor eigen middelen	Zelf doen: niets. Uitbesteden: 80 euro per uur
Brochure of leaflet ontwikkelen/ Kan ook een A4 zijn die je print en online zet	0 – 5.000
Enquête achterban	Online: 25 cent per adres Offline: 2 euro per adres
Event achterban	500-1.000 per event
Deelname Toegift	Vanaf 2.500
Advertenties extern	500- 5.000

Wat biedt Goede Doelen Nederland?

- Socutera
- Bureau Nalatenschappen
- Helpdesk
- Handreiking Nalaten
- Goede Doelengids
- Digitale versie Goede Doelen Gids
- Werkgroep Schenken en Nalaten

Vragen?



Wil je nog iets vragen? Hulp nodig?



[Manda kun je bereiken via manda.wassenaar@amref.nl](mailto:manda.wassenaar@amref.nl)

[Elsbeth kun je bereiken via elsbeth@tijdelijktakkenberg.nl](mailto:elsbeth@tijdelijktakkenberg.nl)

Samen voor een sterke sector

www.goededoelennederland.nl