



Goede Doelen
Nederland
Branchevereniging

12 NOVEMBER
2025

Kennis Festival

PRODENTFABRIEK,
AMERSFOORT

Ondernemen met een missie: Van ambitie naar actie

*Bij het bestellen van je gratis ticket kun jij
meteen je voorkeur voor twee
parallelsessies doorgeven. Lees hier alles
over de sprekers en sessies van het
Kennisfestival 2025.*

Kennisfestival 2025

Ondernemen met een missie: van ambitie naar actie

Het Kennisfestival is een jaarlijks kennisevent van branchevereniging Goede Doelen Nederland waar leden samenkomen om kennis en inspiratie te delen over het werk van goede doelen. De middag begint plenair, met een inspirerende keynote van Monique Lempers (Chief Impact Officer van Fairphone). Dan volgt een programma van **zes parallelsessies** die in **twee achtereenvolgende rondes** plaatsvinden. Je kunt bij het bestellen van je gratis ticket meteen je voorkeur doorgeven voor de twee parallelsessies die jij wilt volgen.

In dit document lees je meer over de zes verschillende parallelsessies en de sprekers.



**Goede Doelen
Nederland**
Branchevereniging

1. The Good Roll: de kansen én uitdagingen van ondernemen met impact

Melle Schellekens

Wat gebeurt er als je toiletpapier niet alleen ziet als een product, maar als een middel om een hele keten te veranderen? In deze sessie neemt Melle Schellekens je mee in het verhaal van The Good Roll: hoe zij startten met een simpel idee – rollen toiletpapier – en dit uitgroeide tot een beweging die toiletten bouwt in Afrika en een netwerk van duizenden bamboeboeren opzet. Er wordt ingegaan op de kansen én uitdagingen van ondernemen met impact: van supply chain in Ghana tot merkbouw in Europa, en van funding tot het vinden van nieuwe routes in een complexe markt. Je krijgt een eerlijk inkijkje in de successen én de missers, en vooral: inspiratie hoe je zelf met lef en creativiteit impact kunt maken.

Melle Schellekens is impactondernemer en medeoprichter van The Good Roll, het duurzame toiletpapiermerk dat met elke rol toiletten bouwt in Afrika. Met zijn bureau NOA Collective helpt hij daarnaast (goede) merken groeien door purpose en commercie te verbinden. Hij gelooft dat ondernemen pas écht interessant wordt als je maatschappelijke impact combineert met commercieel succes. Zijn missie: social enterprising logisch maken en onderweg bewijzen dat fun, impact en business hand in hand kunnen gaan.



2. Design Thinking: Bespaar geld en tijd - ga in gesprek met je donateurs!

Cyril Snijders

Je bedenkt met de creatiefste geesten in je team een heel tof idee om mensen tot donaties te verleiden en werkt dat met veel enthousiasme uit. Op de dag van de feestelijke lancering zijn er taart en bubbels. Je drukt met zijn allen op de publicatieknop: nu moet het gebeuren! Maar na twee weken aankijken blijken de resultaten tegen te vallen. En je hebt geen idee hoe dat kan. Super demotiverend (en geldverslindend) natuurlijk. De cyclische methodiek van Design Thinking is bedacht om dit soort teleurstellingen te voorkomen. Je verdiept je eerst in de behoeften van de doelgroep die je wil bereiken en werkt pas daarna creatieve ideeën uit. In vijf stappen ga je van probleem naar oplossing. Leer in deze sessie de kracht én de lol van Design Thinking en vergroot je kans op succes in elk project en elke onderneming!

Cyril Snijders is docent Design Thinking aan de Hogeschool Utrecht en heeft een eigen adviesbureau waarmee hij vooral mediaorganisaties en goede doelen (onder andere Artsen zonder Grenzen) enthousiast helpt bij het bedenken en uitwerken van innovatieve concepten met behulp van de Design Thinking methodiek. Hij werkte 20 jaar in de journalistiek en was betrokken bij de ontwikkeling van talloze innovatieve apps en sites bij de publieke omroepen. Hij zag van dichtbij hoe oprechte interesse in je publiek het verschil kan betekenen tussen mislukking en succes. Zijn motto: alles kan en móet beter.



3. Samenwerken met het bedrijfsleven: van sponsoring tot co-creatie

Goede Doelen Nederland

Binnen fondsenwerving zoeken goede doelen steeds vaker naar nieuwe manieren om hun maatschappelijke missie te versterken. Samenwerkingen met het bedrijfsleven spelen een belangrijke rol – soms in de vorm van sponsoring, maar steeds vaker in de vorm van een gezamenlijk initiatief dat in co-creatie tot stand komt. De meest succesvolle, langdurige corporate samenwerkingen gaan uit van een win-win, waarbij maatschappelijke en commerciële doelen elkaar versterken. In deze sessie verkennen we hoe zulke samenwerkingen tot stand komen en wat ze kunnen opleveren. We delen praktijkervaringen van goede doelen van het eerste contact tot het vormgeven van een gedeelde aanpak. Wat vraagt het van je organisatie om hierin ondernemend te zijn? Hoe behoud je je eigen koers, en hoe speel je in op de dynamiek van het bedrijfsleven?

In deze sessie delen **UNICEF**, **Save the Children** en **SOS Kinderdorpen** inzichten en learnings over hun internationale corporate partnerships en hoe samenwerking met het bedrijfsleven kan bijdragen aan maatschappelijke impact. De sessie is met name interessant voor fondsenwervers, strategen en programmamakers die openstaan voor nieuwe vormen van samenwerking en ondernemerschap binnen hun organisatie.



4. Vergroot jouw invloed met de invloedstrategieën van Cialdini

Camille Boyer

Hoe zorg je dat jouw boodschap niet alleen gehoord, maar ook opgevolgd wordt? Hoe overtuig je zonder te duwen en hoe beïnvloed je anderen met bewezen technieken? In deze interactieve workshop leer je de zeven beïnvloedingsprincipes van Robert Cialdini slim inzetten. Je ontdekt hoe jijzelf, zonder dat je het doorhebt, wordt beïnvloed. Wanneer er bijvoorbeeld een gevoel van schaarste of urgentie wordt opgewekt, word je aangespoord om sneller tot actie over te gaan. En ook omgekeerd: hoe jij anderen effectief en bewezen kunt beïnvloeden, of je nu een collega wilt meekrijgen, een team wilt inspireren of een stakeholder of investeerder wilt overtuigen. Je gaat zelf aan de slag en krijgt concrete handvatten om morgen direct toe te kunnen passen. Let op: laatste kans!

Camille Boyer is een ervaren trainer, docent en procesbegeleider. Hij werkte in de wereld van fondsenwerving, cultuur en marketing en begeleidde trajecten bij organisaties als KWF Kankerbestrijding, Heineken, Rabobank en Mediq. Als trainer bij DOOR Training & Coaching ontwikkelde en gaf hij programma's over leiderschap, communicatie en samenwerking. Wat deelnemers waarderen is zijn analytische blik en grote persoonlijke betrokkenheid. Met zijn achtergrond als musicus, marketeer en facilitator weet Camille mensen te inspireren én in beweging te zetten.



5. Impact investeren: strategieën voor duurzame maatschappelijke financiering

Ruben Koekoek

Ruben Koekoek, co-founder van Social Finance NL, neemt je mee in de wereld van impact investeren. We verkennen hoe je als maatschappelijke organisatie creatiever en strategischer kunt nadenken over financieringsmodellen, waarin maatschappelijke waarde, rendement en resultaat centraal staan. Wat betekent het om niet alleen te denken in inkomsten en uitgaven, maar ook in impact en investeringsmix? En hoe pas je je financieringsstrategie aan op de werkelijke behoeften van je doelgroep en organisatie? Ruben laat zien hoe zij innovatieve financieringsmodellen inzetten om maatschappelijke doelen te realiseren, aan de hand van voorbeelden en hun aanpak in samenwerking met overheden, fondsen en maatschappelijke organisaties.

Ruben Koekoek is co-founder en managing director van Social Finance NL, een organisatie die helpt bij het meten, financieren en vergroten van maatschappelijke impact. Met een achtergrond in economie en ervaring in verschillende rollen bij ABN AMRO, waar hij betrokken was bij de eerste *Social Impact Bond* van Nederland, combineert Ruben financiële expertise met een sterke sociale missie. Hij adviseert ministeries, goede doelen, fondsen en gemeenten en is betrokken bij tal van innovatieve financieringsprojecten. Ruben is één van de drijvende krachten achter het ontwikkelen van resultaatgerichte financieringsmodellen en het bouwen van een inclusief ecosysteem voor impact investing in Nederland.



6. Artificial Intelligence (AI) maakt iedereen ondernemer

Miloud Ourahou

Voor goede doelen opent AI een wereld van mogelijkheden – van marketing tot data-analyse – zonder grote budgetten nodig te hebben. Het is de kans om sneller, slimmer en creatiever te werken. Maar hoe zet je AI écht effectief in, zodat het niet overweldigend voelt maar juist je missie versterkt? In deze interactieve lezing ontdek je hoe AI iedereen de rol van ondernemer kan geven. Je leert hoe AI de kloof met grote bedrijven verkleint, welke keuzes écht waarde toevoegen en hoe je van overvloed aan AI-mogelijkheden naar gerichte inzet komt. Met praktische voorbeelden en concrete toepassingen laat Miloud zien hoe goede doelen AI kunnen omarmen om innovatie te versnellen en impact te vergroten.

Miloud is AI-trainer en consultant en begeleidt toonaangevende goede doelen in hun reis naar een verantwoorde en impactvolle inzet van kunstmatige intelligentie. Met een achtergrond in Big Data Analytics en een postgraduaat AI for Leaders aan de University of Texas (2024), combineert hij diepgaande kennis van AI en innovatie met jarenlange ervaring in de non-profitsector. Hij staat bekend om zijn energieke en inspirerende manier van vertellen. Vanuit zijn bedrijf AI Compas helpt hij organisaties die maatschappelijke impact willen maken om AI in te zetten als krachtig middel op een veilige, verantwoorde en doelgerichte manier. Zijn missie: impactvolle organisaties de juiste richting geven om hun kracht te versterken met AI.

