

Agendapunt 15: 'Van donateur naar verbondenheid'

Aanleiding

In 2011 is de donateursactie van het Scouting Nederland Fonds bij wijze van proef in de huidige vorm opgezet. Het bestuur zou de landelijke raad op basis van de ervaringen een 'nieuw' voorstel doen. De huidige werkwijze is relatief kostbaar, daarom wordt voorgesteld de donateursactie te vereenvoudigen, te moderniseren en te verbreden, in samenhang met binding van leden en oud-leden. Het motto is daarbij: 'Van donateur naar verbondenheid'.

Doelstelling

Het uitbreiden van het aantal donateurs, ten behoeve van het financieren van extra verenigingsactiviteiten en van specifieke ondersteuning aan groepen en regio's.

Daarbij zijn het opbouwen van een verenigingsrelatie met ouders, het stimuleren en vergroten van het gevoel van verbondenheid met oud-leden en het vergroten van draagvlak voor de donateursactie onder groepen belangrijke uitgangspunten. De verenigingsrelatie willen we in samenhang met welkomst-, herinnerings- en afscheidsmails bewerkstelligen door gerichte positieve communicatie over de vereniging en het Scouting Nederland Fonds.

Het landelijk bestuur stelt het volgende ter goedkeuring voor aan de landelijke raad:

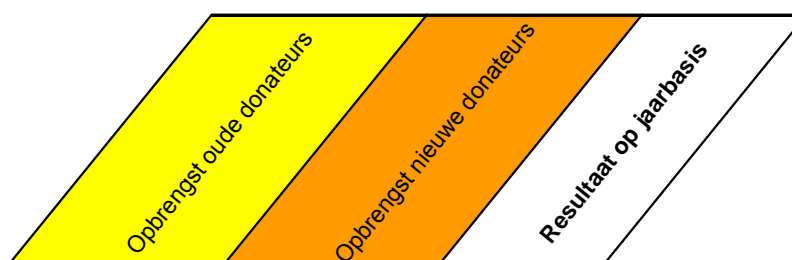
1. Het handhaven van de donateursactie, waarbij oud-kaderleden en ouders van nieuwe én vertrekkende jeugdleden benaderd worden vanuit de landelijke vereniging. Er is geen gedeeltelijke afdracht van de opbrengsten naar groepen, maar de totale opbrengsten worden binnen het Scouting Nederland Fonds geormerkt voor het bieden van concrete ondersteuning aan groepen en regio's, zodat dit de hele vereniging ten goede komt.
2. Scouting Nederland verplicht zich daarbij tot het onderhouden van contact met donateurs, waarin waardering wordt getoond, het gevoel van verbondenheid wordt vergroot en concrete informatie wordt geboden over de besteding van de opbrengsten van de donateursactie.
3. Het opstellen van een plan van aanpak waarin de donateursactie in samenhang met andere acties voor nieuwe en oud-leden wordt aangeboden, waarbij specifieke aandacht is voor het creëren van draagvlak onder groepen voor de donateursactie.

Waarde voor verenigingsactiviteiten en voor ondersteuning aan groepen en regio's

De donateursactie heeft als doel financiële middelen te genereren, waarmee vanuit het Scouting Nederland Fonds de vereniging, Scoutinggroepen en regio's op verschillende gebieden ondersteund kunnen worden. Het werven van donateurs is, naast de Nationale Scoutingloterij, de belangrijkste inkomstenbron voor het Scouting Nederland Fonds. De netto inkomsten vanuit donaties betroffen in 2011 € 90.000. Aan groepen en regio's is in 2011 € 65.000 uitgekeerd voor aangevraagde projecten. Zonder donateurs zijn deze donaties aan groepen niet mogelijk. Daarnaast heeft het Scouting Nederland Fonds bijdragen geleverd aan landelijke projecten: het programma Groepsontwikkeling en het Project 2010 (de vernieuwing van o.a. spel en Scouting Academy). De ondersteuning aan landelijke projecten maakt het mogelijk extra activiteiten te ontplooiën om de doelstelling van Scouting te realiseren. Het zou onwenselijk zijn om deze initiatieven volledig afhankelijk te maken van externe financiering of contributieverhoging.

Binden van donateurs vormt het fundament voor een positief resultaat

De opbrengst uit donaties is vooral gebaseerd op 'oude' donateurs, dat wil zeggen donateurs die bij het opstarten van de actie in 2004 zijn geworven en nog steeds donateur zijn gebleven. Tegelijkertijd zien we dat de inkomsten van deze 'oude' donateurs jaarlijks afnemen, doordat elk jaar een deel van deze donateurs afhaakt. Er worden op dit moment echter nog geen activiteiten ondernomen om bestaande donateurs voor een langere periode aan de vereniging te binden. Bestaande donateurs merken niets van hun bijdrage en zo wordt de band met de vereniging na verloop van jaren steeds minder en de kans op 'afhaken' steeds groter. Wel worden er jaarlijks nieuwe donateurs geworven, maar voor een solide financiële basis van de donateursactie, is het wel zaak ook deze nieuwe donateurs voor meerdere jaren te behouden.



2009	90.183	0	90.183
2010	84.299	-8.131	76.168
2011	80.943	8.473	89.416

Met ingang van 2010 is een donateursactie gehouden waarbij 25% van de opbrengst werd afgedragen aan groepen van waaruit nieuwe donateurs zich aanmelden. Deze nieuwe actie heeft echter niet de opbrengst gebracht waar we op gehoopt hadden. De investering in tijd en kosten is naar verhouding hoog, terwijl de opbrengst door nieuwe donateurs beperkt is gebleven.

Nieuwe donateurs actie

	Ontvangsten	Groepsbijdrage	Netto	Kosten mailing	Bijdrage
2010	15.394	3.848	11.546	19.677	-8.131
2011	21.257	5.314	15.943	7.470	8.473

Door de relatief hoge kosten voor het werven van nieuwe donateurs in 2010, is er over 2010 zelfs een negatief resultaat geboekt. Deze donateurs leveren feitelijk pas in 2011, als ze donateur zijn gebleven, een positief resultaat op. Dit onderstreept het belang om donateurs voor meerdere jaren te behouden.

Conclusie: om de opbrengsten van de donateursactie voor het ondersteunen van groepen en regio's in de toekomst te blijven genereren, moeten jaarlijks nieuwe donateurs geworven worden die voor meerdere jaren donateur willen blijven.

Draagvlak onder groepen

Een belangrijk verschil tussen de oude en de donateursactie uit 2010, is dat bij de oude actie alle ouders van jeugdleden rechtstreeks per brief werden aangeschreven vanuit Scouting Nederland. Bij de 2010-actie zijn alleen de ouders van nieuwe jeugdleden aangeschreven van groepen die geen bezwaar tegen de actie hadden. In totaal hebben 230 groepen in 2010 bezwaar gemaakt, waardoor een belangrijk deel van de ouders van nieuwe jeugdleden niet is benaderd, hoewel zij mogelijk wel over de actie geïnformeerd hadden willen worden en een deel van hen waarschijnlijk ook donateur was geworden.

Uit reacties vanuit groepen en van de landelijke raad, blijkt dat bij groepen vooral weerstand is tegen het benaderen van 'hun' leden en ouders voor een financiële actie vanuit Scouting Nederland. Dit heeft onder andere te maken met de vrees dat daarmee de mogelijkheid voor het voeren van financiële acties vanuit de groep worden beperkt, omdat ouders mogelijk niet aan én de donateursactie én aan groepsacties willen meedoen. In de praktijk blijkt dat zich nauwelijks voor te doen, omdat het Scouting Nederland Fonds onderscheidend is van de lokale groep. Bovendien is het fonds in tegenstelling tot een groep een algemeen nut beogende instelling (ANBI). Donateurs van een ANBI mogen hun giften aftrekken van de inkomsten- of vennootschapsbelasting. Tevens is het onvoldoende duidelijk waar de opbrengsten voor de donateursactie voor bestemd zijn en wat dit de groepen en regio's concreet oplevert. Deze weerstand heeft onder andere tot gevolg dat er groepen zijn die een negatief advies over de actie aan de ouders van leden meegeven.

Conclusie: het creëren van draagvlak onder groepen voor de donateursactie is van groot belang voor het slagen van de actie en om de bezwaren tegen de actie weg te nemen. Daarbij moet rekening gehouden worden met financiële acties vanuit de groepen zelf en het bieden van duidelijkheid wat de opbrengst van de donateursactie de groepen en regio's concreet oplevert. De mogelijkheid om bezwaar tegen de actie aan te tekenen, onthoudt een deel van de ouders van informatie over de actie en belemmert daarmee de effectiviteit van de actie.

Afdracht aan groepen

De afdracht van 25% van de opbrengsten aan de groep waar een donateur lid van is, blijkt nauwelijks een stimulerend effect gehad te hebben op het aantal geworven donateurs. Terwijl de controle en financiële afhandeling minimaal 50 uren per jaar aan extra (betaald) administratief werk vraagt. Diverse groepen belden zelfs waarom ze ineens geld van Scouting gestort kregen. Uit de gegevens blijkt tevens dat het over het algemeen slechts gaat om zeer geringe bedragen per groep per jaar. Alles bij elkaar opgeteld, gaat het voor de vereniging echter om een substantieel bedrag, dat ten koste gaat van de opbrengst van de actie voor de ondersteuning aan groepen en regio's.

Conclusie: de afdracht van 25% van de opbrengst van groepen heeft geen aantoonbare meerwaarde in de werving van nieuwe donateurs, terwijl dit veel extra administratiekosten vergt en ten koste gaat van de opbrengst voor de algemene ondersteuning aan groepen en regio's.

Verbreden, moderniseren en vereenvoudigen actie

De huidige opzet van de donateursactie is op een beperkte doelgroep gericht, namelijk ouders van nieuwe jeugdleden van groepen die geen bezwaar tegen de actie hebben. Deze ouders krijgen een informatiefolder over de donateursactie opgestuurd. Dit gebeurt echter niet voor jeugd- én kaderleden die hun lidmaatschap opzeggen. Dit is een gemiste kans, want vooral voor oud leden bij wie de ervaringen met Scouting nog vers in het geheugen liggen, is de donateursactie één van de mogelijkheden om op toch nog op een bepaalde manier bij de vereniging betrokken te blijven en een bijdrage te bieden.

Daarbij zijn er op dit moment allerlei nieuwe mogelijkheden om met leden en hun ouders te communiceren en hen te informeren over de donateursactie. Bestond de 'oude' methode uit het versturen van brieven of antwoordkaarten per post, op dit moment zijn mensen alweer veel meer gewend aan het gebruik van nieuwe media, zoals e-mail, een aanmeldknop op de website, Facebook, @-scout, etc. Uit ervaring met onder andere enquêtes onder leden blijkt dat de respons op nieuwe media een stuk hoger is dan via de traditionele schriftelijke brief en veel (verzending)kosten bespaart.

Door het verbreden van de donateursactie naar (ouders van) vertrekkende jeugdleden én naar vertrekkende kaderleden, kunnen ook andere en meer algemene 'brede' communicatiemiddelen ingezet worden om informatie over de donateursactie te verspreiden, zoals artikelen/oproepen in de

ledenbladen en op de website. Daarbij kan tevens ervaring worden opgedaan met het effect van de algemene communicatie over de donateursactie op (ouders van) huidige leden die misschien geen weet (meer) hebben van de actie. Dit vereenvoudigt de uitvoering van de actie aanzienlijk, doordat niet meer geregistreerd en bijgehouden hoeft te worden wie wel of geen informatie over de donateursactie mag ontvangen, en dit leidt naar verwachting tevens tot een beter resultaat.

Conclusie: de donateursactie kan breder opgezet worden en onder andere ook gericht worden op jeugd- en kaderleden die hun lidmaatschap opzeggen. Het algemeen aanbieden van informatie over de donateursactie zonder 'opt out'-systeem en het inzetten van nieuwe media, biedt mogelijkheden om meer donateurs te werven, een mix van communicatiemiddelen in te zetten en kosten te besparen.

Samenhang met het binden van leden en oud-leden

Het binden en behouden van nieuwe en oud-leden krijgt steeds meer aandacht in het huidige meerjarenbeleid. Onder andere in de huidige plannen voor een welkomstbrief aan nieuwe leden en door het bieden van mogelijkheden voor een plusscoutlidmaatschap voor oud-roverscouts en kaderleden. Maar bijvoorbeeld ook in het voorstel aan de landelijke raad van 16 juni 2012 om in het activiteitenplan van 2013 op te nemen dat elke drie maanden een webenquête gestuurd wordt aan alle leden die zich in de periode ervoor hebben uitgeschreven. Bij deze 'afscheidsenquête' wordt dan tevens een overzicht geboden van de diverse mogelijkheden om bij de vereniging betrokken te blijven. Het moet voor nieuwe en oud-leden duidelijk zijn welk 'pakket' aan mogelijkheden het (oud-)lidmaatschap van Scouting biedt om bij de vereniging betrokken te zijn en te blijven, in plaats van het versturen van afzonderlijke brieven en mailings.

Oud-jeugdleden of -kaderleden vanaf 18 jaar, die nadrukkelijk betrokken willen blijven en af en toe wat willen doen, kunnen plusscout worden op lokaal, regionaal of landelijk niveau. Plusscouts zijn lid van de vereniging, betalen dus jaarlijks contributie en krijgen een ledenblad.

Oud-jeugdleden of -kaderleden die niet meer actief betrokken willen zijn bij de vereniging en/of nog geen 18 jaar zijn, maar zich nog wel betrokken willen voelen, kunnen (eventueel via hun ouders) donateur worden. Door het doen van eenmalige of periodieke financiële giften leveren ze daarmee een bijdrage aan de vereniging Scouting Nederland in het bieden van een zinvolle vrijetijdsbesteding aan jeugd en jongeren.

Het is natuurlijk geweldig dat er oud-leden zijn die deze bijdrage vanuit hun intrinsieke motivatie willen leveren. Toch blijkt dat veel donateurs na verloop van tijd het 'automatische donateurschap' opzeggen, wanneer ze hier geen verdere 'externe' bevestiging van de meerwaarde voor hun donateurschap krijgen. Voor andere (ouders van) oud-leden is het bij voorbaat aantonen van de meerwaarde van het donateurschap, een belangrijke extrinsieke motivator, c.q. voorwaarde om donateur te worden. De meerwaarde uit zich dan onder andere in dat je weet waar de opbrengsten aan besteed worden, dus aan welke goede dingen je als donateur een bijdrage aan levert en dat je bijdrage aantoonbaar door de vereniging wordt gewaardeerd. Hierdoor ontstaat een win-win situatie: je doneert geld, het levert je een goed gevoel en waardering op en je blijft als oud-lid (op afstand) bij de vereniging betrokken. Ook dat laatste kan voor oud leden een belangrijke motivatie zijn: het gevoel hebben er toch nog een beetje bij te horen.

Aanpak van donateur naar betrokkenheid

Voor het benaderen van nieuwe donateurs wordt onderscheid gemaakt in vier doelgroepen: ouders van jeugdleden, roverscouts/plusscouts, kaderleden en overigen.

1a. Ouders van nieuwe jeugdleden

Alle ouders van nieuwe bevers, welpen, scouts en explorers worden in een tweetrapsraket benaderd, waarbij er naar gestreefd wordt de ouders zich te laten realiseren dat hun kind naast het lidmaatschap van de Scoutinggroep, ook lid is van de landelijke Vereniging Scouting Nederland. Door het opbouwen van contact en een verenigingsrelatie met ouders, kunnen ze later beter benaderd worden met de vraag om donateur te worden van het Scouting Nederland Fonds.

1. Ouders van nieuwe jeugdleden (bevers t/m explorers) krijgen één maand na inschrijving in Scouts Online een welkomstbrief of -mail namens de voorzitter waarin hij ze welkom heet in de vereniging, hoopt dat ze een geweldige tijd hebben, veel vrienden maken en veel leren en hoe de inschrijfggegevens in Scouts Online bekeken en aangepast/aangevuld kunnen worden met bijvoorbeeld een actueel mailadres. Ook wordt in deze 'welkomstbrief' aangegeven dat de spelboeken hét spelmiddel van Scouting zijn.
2. Ouders van nieuwe jeugdleden die een jaar lid zijn, krijgen vlak na de zomer een mail namens de voorzitter waarin deze refereert aan de welkomstbrief (ongeveer een jaar geleden mocht ik uw zoon of dochter welkom heten...), aangeeft dat hij verwacht dat ze een geweldige tijd hebben en vervolgens insteekt op het Scouting Nederland Fonds dat al dit moois mogelijk maakt, met de vraag of de ouders donateur van dit fonds willen worden. Ook wordt daarin de ouders gevraagd of ze samen met hun kind(eren) ambassadeur voor Scouting willen zijn, door aan vrienden vertellen hoe leuk Scouting is, hun kinderen stimuleren dit op school te vertellen, spreekbeurten te houden, etc.

Op deze wijze worden ouders van leden die binnen een jaar stoppen niet benaderd. De verwachting is dat de binding van snel vertrekkende leden met Scouting nog niet zodanig is dat donateurschap er in zit. Eerder benaderen van ouders (direct na het lid worden) lijkt onwenselijk, omdat er meestal al extra kosten gepaard gaan met het lid worden van een Scoutinggroep en veel ouders daarnaast dan nog weinig binding met de landelijke vereniging hebben.

1b. Ouders van jeugdleden die stoppen

Alle ouders van bevers, welpen, scouts en explorers hun lidmaatschap opzeggen, krijgen na uitschrijving in Scouts Online een afscheidsmail namens de voorzitter waarin deze de wens uitspreekt dat het lid van de tijd bij Scouting heeft genoten en wijst op de mogelijkheden die er zijn om ook na het opzeggen van het lidmaatschap bij de vereniging betrokken te blijven, bijvoorbeeld door het donateurschap. Ook wordt er een korte digitale exit-enquête aan de afscheidsmail gekoppeld, om de redenen van vertrek in beeld te kunnen brengen.

2. Roverscouts en plusscouts die stoppen

Roverscouts en plusscouts die hun lidmaatschap opzeggen ontvangen dezelfde afscheidsmail als de ouders van de jongere jeugdleden die stoppen, maar dan vanzelfsprekend direct aan hen persoonlijk gericht.

3a. Nieuwe kaderleden

Nieuwe kaderleden worden net als nieuwe jeugdleden in een tweetrapsraket benaderd, door middel van een welkomstbrief en herhaling na een jaar, maar dan direct aan hen persoonlijk gericht.

3b. Kaderleden die stoppen

Kaderleden die hun lidmaatschap opzeggen, krijgen na uitschrijving in Scouts Online een afscheidsmail namens de voorzitter waarin hij ze bedankt voor hun inzet om kinderen en jongeren te laten groeien en hoopt dat ze zelf ook veel aan hun lidmaatschap hebben gehad. Ook wordt daarin

gewezen op de mogelijkheden die er zijn om ook na het opzeggen van het lidmaatschap bij de vereniging betrokken te blijven en een bijdrage te blijven leveren aan de ontwikkeling van jeugd in Nederland, zoals:

- a. Een vrijwilligersfunctie op regionaal of landelijk niveau, bijvoorbeeld bij een evenement, op een kampeerterrein, als trainer, etc. Daarbij wordt ook verwezen naar de vacaturebank op www.scouting.nl.
- b. Betrokken (en lid) blijven bij de groep of regio als plusscout (als deze een plusscoutkring hebben).
- c. Betrokken (en lid) blijven bij de landelijke vereniging als plusscout, waarmee je in de landelijke vrijwilligerspool wordt opgenomen en je van activiteiten en evenementen op de hoogte wordt gehouden, het blad ontvangt, etc.
- d. Een vrijwilligersfunctie op landelijk niveau, bijvoorbeeld bij een evenement, op een kampeerterrein of als trainer. Kijk hiervoor op de vacaturebank op www.scouting.nl. Is er niet direct een vacature die je aanspreekt, blijf dan lid van de landelijke vereniging, kom hiermee in de landelijke vrijwilligerspool (als plusscout) en je wordt op de hoogte gehouden, ontvangt het blad, etc.
- e. Donateur worden en daarmee op afstand betrokken blijven bij de vereniging en een bijdrage leveren aan vernieuwingen van het Scoutingspel en specifieke ondersteuning van groepen en regio's.

Ook in dit geval wordt er een korte digitale exit-enquête aan de afscheidsmail gekoppeld, om de redenen van vertrek in beeld te kunnen brengen.

4. Overigen

Andere mogelijke donateurs: onder andere de website, maar ook op bijvoorbeeld bezoekersdagen van evenementen, worden mensen gewezen op de mogelijkheid donateur te worden.

Communicatie

Het opbouwen van een verenigingsrelatie met ouders, het stimuleren en vergroten van het gevoel van verbondenheid met oud-leden, en het vergroten van draagvlak voor de donateursactie onder groepen, zijn belangrijke uitgangspunten voor dit plan van aanpak. Dit willen we, in samenhang met de eerder genoemde welkomst-, herinnerings- en afscheidsmails, bewerkstelligen door gerichte, positieve communicatie over de opzet en meerwaarde van de donateursactie, waaronder:

- Aan het begin van elk kalenderjaar een digitale nieuwsbrief voor alle donateurs, waarin staat beschreven welke goede dingen er het voorgaande jaar vanuit het Scouting Nederland Fonds in het algemeen en met de opbrengsten van de donateursactie in het bijzonder is gebeurd, waaruit de meerwaarde van het Scouting Nederland Fonds en de donateursactie blijkt.
- Een jaarlijks samenvattend verslag in de landelijke raadsstukken over de opbrengsten en bestedingen van de donateursactie, die ook met de groepszending wordt meegestuurd.
- Informatie over het Scouting Nederland Fonds en de donateursactie op de website: www.scouting.nl/publiek/steunscouting/snf.
- Groepen en regio's die vanuit het Scouting Nederland Fonds financieel zijn ondersteund wordt om gevraagd om mee te werken aan positieve publiciteit rondom de ondersteuning (op website en/of in verslag en/of nieuwe media, etc.).