

Een wereld zonder lepra: al meer dan 50 jaar zet [de Leprastichting](#) zich hier met hart en ziel voor in. Dankzij vele donateurs en vrijwilligers wordt er vanuit het hoofdkantoor in Amsterdam en de 5 veldkantoren in Mozambique, India, Indonesië, Nepal en Brazilië elke dag hard gewerkt aan de strijd tegen deze ziekte.

De Leprastichting heeft grote ambities: in 2030 wil zij het aantal nieuwe leprapatiënten met 90% verminderd hebben. Door recente ontwikkelingen staat de Leprastichting aan de start van de doorbraak: de ziekte kan nu voorkomen worden, wat tot nu toe nog onmogelijk was.



Analyse van het fondsenwervende programma

Om de strijd tegen lepra te kunnen winnen, heeft de Leprastichting onder andere gekeken waar de kansen op het gebied van fondsenwerving liggen. Femke Ruinaard, sinds juli 2017 werkzaam bij de Leprastichting als Hoofd Fondsenwerving en Communicatie, schakelde Nassau in voor een review en audit: een sterkte-zwakte analyse van het fondsenwervende programma van de Leprastichting. Op basis van de uitkomsten van deze analyse kon Femke concluderen dat de kansen vooral liggen bij middle donors, major donors en nalatenschappen, en dat er meer aandacht, geld en capaciteit naar deze doelgroepen moest gaan. Femke vertelt: “De analyse die Nassau in het najaar van 2017 maakte van ons fondsenwervende programma gaf mij belangrijk inzicht in onze kwaliteiten en de kansen die er voor ons lagen. Het gaf focus voor de koers die ik wilde inzetten: onze donateurs meer centraal, een langere relatie en groeiende inkomsten op de lange termijn. De eerste stap was het versterken van ons bestaande programma. En tegelijkertijd het investeren in en het opstarten van een nieuw programma voor middle donors.”

Uitbreiding van het fondsenwervingsteam

Om de bestaande capaciteit van het fondsenwervingsteam uit te breiden, werd Patrick van Roest via de werving en selectie dienst van Nassau als

interim fondsenwerver aangesteld. Een goede match, zo bleek al gauw. Patrick vertelt: “Toen ik via Nassau in november 2017 begon bij de Leprastichting, werd één van mijn taken het ontwikkelen van een middle donor programma. Ik ben ook met de andere adviezen van Nassau aan de slag gegaan en heb onder andere een lange termijn fondsenwervingsstrategie ontwikkeld, waarbij de focus verschoof van korte termijn inkomsten naar lange termijn relaties. Vervolgens heb ik alle bijbehorende activiteiten ontwikkeld en gecoördineerd. Vanzelfsprekend mochten de inkomsten op korte termijn niet dalen, maar dit is niet gebeurd. Ze zijn zelfs - mede door het middle donor programma - gestegen.”

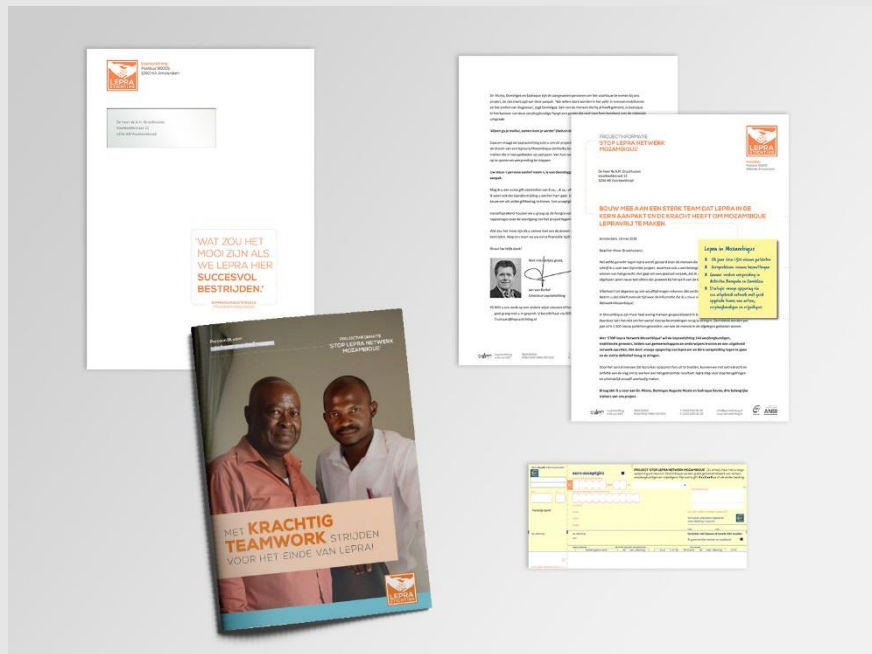
Van ‘Geven om lepra’ naar ‘Investeren in het einde van lepra’

Patrick: “Omdat er al contact was met Nassau en zij specialist is op het gebied van middle donor programma’s, hebben we ervoor gekozen om samen met Nassau de middle donor activiteiten te ontwikkelen. Samen hebben we de data geanalyseerd en een case for support ontwikkeld. Hierna hebben we samen het concept en alle middelen ontwikkeld.” Omdat de wensen en verwachtingen van middle donors anders zijn dan die van reguliere donateurs, was het van belang om een nieuwe, aansprekende propositie op maat te vinden voor het middle donor programma. Daarom veranderden we de propositie van ‘Geven om lepra’ in ‘Investeren in het einde van lepra’.

“De analyse die Nassau maakte van ons fondsenwervende programma gaf mij belangrijk inzicht in onze kwaliteiten en de kansen die er voor ons lagen.”

- Femke Ruinaard,
Hoofd Fondsenwerving en Communicatie
bij de Leprastichting





De middle donor mailing

Resultaten boven verwachting

Met deze nieuwe propositie werden de middle donor activiteiten opgestart: een hoofdmailing, opvolging hiervan door Leprastichting, een telemarketingcampagne, een voortgangsmailing en nogmaals opvolging hiervan door Leprastichting. De resultaten van de inspanningen in 2018 waren boven verwachting. Dit geldt voor zowel de inkomsten, het rendement als het aantal major donor leads om op te volgen. Patrick vertelt: “We gingen uit van maximaal € 125.000 tot € 150.000 aan inkomsten, dus zijn zeer tevreden met de inkomsten van € 200.000. Daarnaast hebben we een succesvol evenement voor onze donateurs georganiseerd en zijn we voor het eerst persoonlijk met hen in contact gekomen!” Femke vult aan: “Dankzij de goede support van Nassau op zowel het gebied van werving als projectmanagement, hebben we in

minder dan een jaar een succesvol programma opgezet met een prachtig resultaat.”

Om de relatie met de huidige en nieuwe donateurs te onderhouden en versterken, werd via de werving en selectie dienst van Nassau gezocht naar een nieuwe relatiemanager. Deze werd al gauw gevonden in de persoon van Barry Jager. Door de successen uit 2018 kon hij meteen volop aan de slag.

Inzet middelen:

- Middle donor mailing
- Bedanktraject, schriftelijk en telefonisch
- Telemarketing follow-up
- Voortgangsmailing
- Bedanktraject, schriftelijk en telefonisch
- Uitnodiging voor event
- Event

Resultaten:

- € 200.000 aan inkomsten
- ROI van 3,3
- Respons van 17 % over beide mailingen
- Nieuwe middelgrote gevers
- Nieuwe leads voor grote gevers
- Een succesvol relatie-evenement

En we gaan verder!

In 2019 gaan we weer met het fondsenwervingsteam van de Leprastichting aan de slag om de middle donor activiteiten verder uit te bouwen tot een volwaardig structureel wervingsprogramma. Patrick: “We hebben in 2018 een mooie eerste aanzet gemaakt van een middle donor programma, waar we in 2019 mee doorgaan. Hopelijk leidt dit tot nog meer inkomsten en nog meer (potentiële) middle en major donors.”



Wil je meer weten over de Leprastichting case, over middle donor werving en/of over welke ondersteuning Nassau jou kan bieden? Hans Broodman vertelt je er graag meer over. Je kunt hem telefonisch bereiken via 020 520 65 55 of 06 81 18 01 67. Mailen kan natuurlijk ook: hans@nassau.nu.

Wil jij ook je middle donor programma tot een succes maken, maar weet je niet goed hoe? Dan is de training ‘Middle donors, de major donors van de toekomst’ op donderdag 27 juni 2019 wat voor jou. Aanmelden kan via [onze website](#).