

# Live Build

**Om een goed doel te starten moet je wat in huis hebben. Als je tenminste structureel iets van de grond wilt krijgen. Toch lukt het steeds weer opnieuw mensen om van hun initiatief een succes te maken. Inspirerend is dat.**

Live Build is een jonge ontwikkelingsorganisatie die zich op een vernieuwende manier richt op ontwikkelingshulp, door het verstrekken en faciliteren van onderwijs, het zekerstellen van wateraanvoer en het faciliteren van lokaal initiatief. De organisatie is opgericht in juli 2007 door vier jongeren, die destijds als face-to-face fundraiser werkten voor commerciële fondsenwerpers. Zij vonden het naar de donateurs toe niet te rechtvaardigen dat een, in hun ogen te groot, percentage van de donaties werd gebruikt om de commissie van de fondsenwerpers te betalen. Zij besloten een eigen organisatie op te richten om zelf fondsen te werven tegen lagere kosten en startten Live Build.

Live Build onderscheidt zich van de traditionele ontwikkelingsorganisaties door haar benadering van donateurs en supporters. De organisatie werkt met en richt zich op jonge mensen. De lijnen in de organisatie zijn kort. Heldere, transparante communicatie is van groot belang. Hierbij worden communicatiekanalen gebruikt die jongeren aanspreken, zoals de eigen website, Facebook, Twitter en evenementen waar veel jongeren zijn. De donateurs kunnen online video's van de lopende projecten bekijken en weten op die manier precies hoe hun donatie besteed wordt.

Op dit moment richt Live Build zich op lokale water- en onderwijsprojecten in Kameroen. De ambitie

is om elk jaar 2 grote en 6 kleine projecten uit te voeren. De keuze voor de projecten wordt gemaakt op basis van eigen initiatieven, die door de lokale gemeenschappen worden getoond. Douwe van Loenen, voorzitter van Live Build: "Als we bijvoorbeeld tussen twee onderwijsprojecten kunnen kiezen, dan zullen we eerder kiezen voor het dorp waar ze al begonnen zijn maar men de middelen niet heeft om het af te maken, dan voor een dorp waar nog niets is. Eigen initiatief geeft aan dat er bereidheid is om te ontwikkelen en een steentje aan die ontwikkeling bij te dragen."

Live Build ondersteunt lokale gemeenschappen in Kameroen niet alleen financieel, maar werkt

ook samen met lokale uitvoerders en NGO's. "We willen met zoveel mogelijk lokale mensen werken. We werken daarom regelmatig samen met lokale NGO's", aldus Van Loenen.



Ellen Voogd

## Fondsenwerving

Drie jaar geleden begon Live Build met continue straatwerving. De straatwerving heeft Live Build veel naamsbekendheid en een solide donateursbestand gebracht. Hiermee was de organisatie verzekerd van een continue geldstroom waarmee de gestelde doelen verwezenlijkt konden worden. De straatwerving bleek ook een adequaat middel om vrijwilligers te werven, die ook weer nieuwe acties starten. De kosten werden beperkt gehouden door de straatwerving volledig zelf te organiseren. Daarnaast werden de kosten voor de huisvesting beperkt gehouden en werden er geen hoge salarissen of bonussen uitgekeerd. De termijn om de kosten voor het werven van een donateur die € 5 per maand doneert terug te verdienen is →



Douwe van Loenen,  
voorzitter van Live Build

→ bij Live Build 6 maanden, terwijl dit bij andere organisaties kan oplopen tot ruim een jaar of zelfs nog langer.

De volgende stap was het werven van grotere giften en het aanvragen van subsidies. Ook werden steeds meer acties ingezet, zoals aanwezigheid tijdens festivals. Zo is Live Build regelmatig aanwezig op het Source Festival, een technofestival met circa 2.000 bezoekers in Utrecht. Dit festival wordt voornamelijk door jongeren bezocht en sluit daarmee perfect aan op de doelgroep van Live Build. Douwe van Loenen: "Afgelopen zomer hebben we een zeepglijbaan neergezet, waar bezoekers van het festival tegen een donatie van 1 euro vanaf mochten glijden. Dit heeft ons, naast naamsbekend-

heid, behoorlijk wat opgeleverd aan donaties. Bij het winterfestival, Source on Ice, hebben we in een Russisch winterdorp allerlei activiteiten georganiseerd voor het goede doel. Zo was er een open podium en werden er zumbalessen gegeven. Dergelijke acties worden georganiseerd door het bestuur in samenwerking met een groep vrijwilligers, vaak vrienden en bekenden. Deze mensen hebben een goede band met Live Build en helpen drie tot vier keer per jaar mee met activiteiten zoals het Source Festival en onze 24-uurs actie. In totaal zijn er 20 tot 30 mensen die een paar keer per jaar meehelpen. Veel van deze mensen hebben ook andere vrijwillige rollen binnen Live Build, zoals de coördinatie van projecten, fondsenwerving of een bestuursrol."

#### 24 uur

Naast het deelnemen aan festivals heeft Live Build in januari een unieke actie georganiseerd: 24 uur Live Build. Het doel was om in 24 uur de middelen te verzamelen om een compleet klaslokaal in Kameroen te realiseren. Er werden 24 uur lang acties gevoerd door Live Build, die allemaal te volgen waren via de speciale website 24uurlivebuild.nl. De actie werd geopend door Aleid Wolfsen, de burgemeester van Utrecht. Er waren allerlei activiteiten, die varieerden van een tijdelijke kunstwinkel tot een benefietdiner en een liftwedstrijd. Door live-activiteiten in de stad te combineren met de mogelijkheid om online mee te doen wordt het jongeren gemakkelijk (en leuk) gemaakt mee te helpen. Omdat mensen met leuke activiteiten mee



**Henk Smit**  
**Telefonische  
fondsenwerving**  
*sinds 1995*

**REACTIE**  
**R & R**  
**RESPONS**

Piet Heinkade 1-5  
1019 BR Amsterdam  
E-MAIL [henk@reactie-response.nl](mailto:henk@reactie-response.nl)  
WEBSITE [www.reactie-response.nl](http://www.reactie-response.nl)  
T 0880 280 280  
F 0880 280 275  
M 06 51 262 862



**Van logo tot reclamecampagne  
Van advies tot drukwerk  
Regalis regelt het allemaal!**

[www.regalis.nl](http://www.regalis.nl)

Regalis is een advies- en productie-bureau voor direct marketing, communicatie en fondsenwerving. Meer informatie? Bel met Peter van der Vorst 030-6991580.

 **REGALIS** | Meer rendement uit uw DM-euro

konden doen als kunst kopen, inzetten op de liftwedstrijd, bier drinken of bowlen, was de drempel om deel te nemen erg laag. Het was niet een kwestie van alleen maar doneren, maar juist door iets leuks te doen of te kopen het goede doel steunen. Ook de deelnemers hadden er op die manier voordeel bij. Lokale publiciteit kwam vooral via ons eigen netwerk en vrienden, mond-tot-mondreclame dus. Verder hebben we veel reclame gemaakt via Facebook, wat door onze volgers ook weer verspreid werd via hun eigen accounts. Uiteindelijk is er binnen 24 uur bijna € 7.000 opgehaald en dat werd door Wilde Ganzen vermeerderd naar bijna €11.000. Het klaslokaal gaat er dan ook komen en iedereen die daaraan meegeholpen heeft kan dit via video terugzien!

Door al deze activiteiten heeft Live Build in de korte periode sinds de oprichting een solide basis van 2.000 actieve donateurs opgebouwd. Daarnaast zijn er 3.000 donateurs die ooit een eenmalige donatie hebben gedaan. De rek is er nog lang niet uit, volgens Van Loenen: "Maandelijks komen er circa 150 nieuwe donateurs bij via straatwerving. Om dit allemaal goed en eenduidig te kunnen registreren en beheren en eenvoudig te kunnen communiceren met onze supporters hebben we de online donateurdatabase eTapestry van Blackbaud aangeschaft. Het was niet meer te doen om alles in diverse Excellijsten bij te houden, het heeft de tijd die we spenderen aan administratie, incasso en registratie aanzienlijk teruggebracht. Bovendien is het gebruik van eTapestry volledig online en dat past prima in onze filosofie. Naast de donateurs hebben wij natuurlijk ook de vrijwilligers die we moeten beheren. Supporters zijn vaak OF vrijwilliger, OF donateur, ze geven geld of tijd. Mensen die geld geven, doen dat vaak omdat ze geen tijd kunnen doneren."

### Communiceren? Online!

De meeste donateurs, evenals de vrijwilligers, willen graag snel, gemakkelijk en via de voor hen bekende methodes op de hoogte worden gehouden. Communiceren met de supporters vereist dan ook dat er gebruik wordt gemaakt van andere kanalen dan de traditionele middelen als direct mail, callcenters en het eenzijdig zenden van informatie via de website of via periodieke gedrukte 'nieuwsberichten'. Live Build communiceert, naast de straatwerving en aanwezigheid bij evenementen, voornamelijk online, en dan het liefst live zoals de naam al doet vermoeden. De organisatie heeft zich ten doel gesteld zo open en transparant mogelijk te berichten over haar projecten. Hiervoor maakt Live Build niet alleen gebruik van de eigen website, maar ook van Facebook, waar updates over de projecten worden geplaatst door vrijwilligers in Kameroen. Er wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van video's, zodat de supporters de voortgang van de projecten live op de voet kunnen volgen. Op de website kan je ook aanmelden voor de nieuwsbrief, die vier maal per jaar per e-mail wordt verzonden. Daarnaast gebruiken de mensen van Live Build Twitter om leuke en korte berichten te delen, natuurlijk ook met links naar meer informatie op de website of een video.

Live Build heeft zich voorgenomen om te blijven groeien en zich te blijven ontwikkelen. Niet alleen in de acties die zij doen om fondsen te werven om hiermee haar doelen in Kameroen te verwezenlijken, maar ook in de manier waarop wordt gecommuniceerd. "Online en video wordt steeds belangrijker. We willen onze communicatie hier nog meer op afstemmen en nog interactiever in contact kunnen treden met donateurs, vrijwilligers en andere belangstellenden", aldus Douwe van Loenen. "De bereidheid om mensen te helpen is altijd aanwezig in Nederland. Door ze

op verschillende manieren bij projecten in Kameroen betrekken geven wij ook erkenning aan die bereidheid.

Dit vereist vanuit Live Build dat we ook helder zijn in onze afspraken en beloftes. Mede hierom is recent een directeur aangesteld om zorg te dragen dat we het overzicht houden en alle supporters betrokken blijven houden bij het werk dat er in Kameroen gebeurt. Live Build is in korte tijd te groot geworden om alleen met vrijwilligers te werken. De projecten en de geldstromen werden groter en de continuïteit van de organisatie moest gewaarborgd worden. Dit kan niet met alleen vrijwilligers. Er was iemand nodig om de focus te behouden en alles te begeleiden. Daarnaast willen we de komende jaren groeien, om nog meer mensen in Kameroen te helpen. Om dit voor elkaar te krijgen en te ondersteunen heb je een kern van betrouwbare krachten nodig. Betaalde krachten, die er altijd zijn en verantwoordelijkheid dragen hebben hier een sleutelrol in. Wij zien de toekomst met vertrouwen tegemoet!" ←

Ellen Voogd

Ellen is Marketing Executive bij Blackbaud Nederland: [evoogd@blackbaud.nl](mailto:evoogd@blackbaud.nl)



**Strategisch advies bij werving van  
privaat geld en bemiddeling tussen  
musea en verzamelaars**

[www.ReneeSteenbergen.com](http://www.ReneeSteenbergen.com)  
06-4880 1598