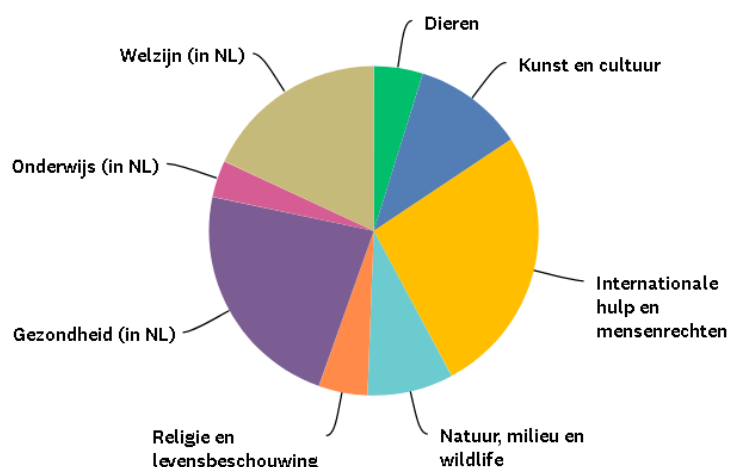


Geven na de dood

Nalaten: alle lichten staan op groen!

Het is al veelvuldig gezegd: De Gouden Eeuw van nalatenschappen is aangebroken. In 2015 haalden goede doelen organisaties met elkaar € 272.335.000 op. In 2016 was dit maar liefst € 338.343.000. Het wachten is op de totale inkomsten van afgelopen jaar maar naar verwachting zullen deze ook weer gegroeid zijn. Het is niet verwonderlijk dat de inkomsten zo groeien. Alle lichten staan immers op groen. Denk aan de stijging van het aantal overlijdens, meer kinderloze gezinnen en het grotere vermogen van de generatie die nu komt te overlijden. Met andere woorden, steeds meer personen willen ook na hun overlijden iets aan de wereld achterlaten en laten na aan dat voor hen bijzondere goede doel!

Centrum Nalatenschappen ondersteunt goede doelen organisaties bij alle aspecten rondom nalaten. Van nalatenschappenwerving tot nalatenschappenafwikkeling. Om te weten of goede doelen al bekend zijn met de groene lichten en daarop voorbereid zijn, hebben we sectorbreed een enquête uitgezet. Hoe actief zijn goede doelen op het gebied van nalaten? Weten zij de juiste potentiële erflater voor het goede doel enthousiast te maken? Vandaar dat wij een enquête hebben verricht onder de fondsenwerfers en afwikkelaars van goede doelen organisaties. In totaal hebben 113 personen deze nalaten-enquête ingevuld. Figuur 1 geeft de diversiteit van de type organisaties weer die hebben meegewerkt aan het onderzoek. Daarna geven wij graag weer hoe uw concullega's met dit onderwerp bezig zijn.



Figuur 1. Diversiteit aan type organisaties die hebben meegewerkt aan het nalatenschappenonderzoek

Ook bij jouw organisatie?

Bijna 60% van de goede doelen die de enquête hebben ingevuld, wil de werving van nalatenschappen uitbreiden. Van dezelfde groep is al meer dan de helft meer dan één jaar bezig met nalatenschappenwerving. 40% is hier zelfs al sinds 5 jaar mee bezig.

TIP: Zoals van belang bij elk type werving is het ook voor nalatenschappenwerving belangrijk jezelf af te vragen wie je gaat benaderen. Zomaar met hagel schieten is niet de juiste manier en zeker niet als je het bekijkt vanaf de kant van de particulieren.

Je kunt jezelf als nalatenschappenfondsenwerver verschillende vragen stellen. Hoeveel personen in mijn database zijn bijvoorbeeld ouder dan 65 jaar? Hoeveel personen overlijden er jaarlijks uit de database? Wat zijn überhaupt de praktische mogelijkheden van de database? Hoeveel wordt er nu al ontvangen uit nalatenschappen? Wij hadden verwacht dat de organisaties die al bezig zijn met nalatenschappenwerving scherp hebben wie de potentiële erflater is van de organisatie. Niets blijkt minder waar.

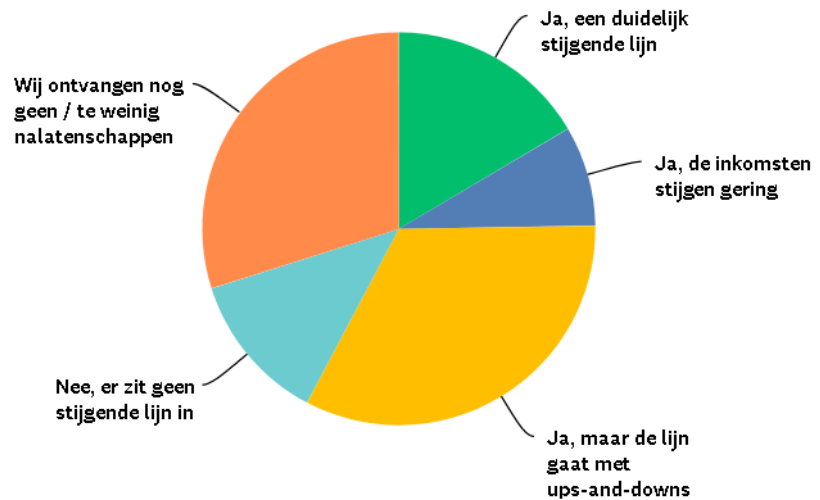
- Bijna een kwart van de organisaties die al sinds een jaar of langer bezig zijn met de werving heeft geen idee hoeveel personen ouder zijn dan 65 jaar.
- Van deze personen heeft maar liefst 44% niet scherp hoeveel personen jaarlijks komen te overlijden.
- En 16% heeft een database tot zijn beschikking dat gebouwd is om verschillende kenmerken voor nalatenschappenwerving toe te kennen en om deze systematisch te gebruiken, maar zij geven aan hier geen gebruik van te maken.
- Daarnaast beschikt 30% helemaal niet over een database om de informatie m.b.t. nalaten in te noteren.

Waar voldoet de ideale nalatenschappenwerver voor een organisatie aan? In ieder geval zal deze moeten beschikken over voldoende basiskennis van de potentiële erflater voor zijn/haar organisatie om een gerichte strategie op te kunnen zetten. Daarnaast is inzicht in de potentie van de database van belang. Weet wat er in de database genoteerd kan en dient te worden om een meerjarentraject succesvol te kunnen laten zijn en de beoogde doelstellingen te bereiken.

Welke doelstelling wil je als organisatie bereiken? Bedenk dat de inkomsten uit nalatenschappen niet op korte termijn binnen zullen komen. De duur tussen de datum van de opmaak van het laatste testament en de datum van overlijden ligt gemiddeld op 6 jaar. De doelstelling voor volgend jaar hoeft dus niet drastisch aangepast te worden. Daarop kun je immers weinig invloed meer uitoefenen. Het is zinvol om te kijken naar de lijn van inkomsten uit het verleden om dit vervolgens mee te nemen in het zetten van een doelstelling op langere termijn.

Op de vraag uit de enquête of de inkomsten de laatste 5 jaar gestegen zijn (figuur 2), geeft 58% aan dat er inderdaad een stijgende lijn in zit. De meerderheid van deze 58% geeft aan dat het met ups and downs gaat. Dit is vaak logisch, aangezien sommige organisaties slechts af en toe een nalatenschap binnenkrijgen en andere organisaties ontvangen een enkele keer een uitschieter.

Figuur 2. Zijn de inkomsten uit nalatenschappen de afgelopen 5 jaren gestegen?



Inkomsten uit nalatenschappen zijn vaak van grote waarde voor een organisatie. Een gemiddelde nalatenschap levert € 33.000 op. Met deze bedragen kan een organisatie ontzettend veel werk verrichten voor haar doelstelling. Als we kijken naar hoeveel procent van de inkomsten van particulieren uit nalatenschappen komt, is dat bij de meeste organisaties nog zeer gering. Bijna de helft (46%) van de personen die de enquête heeft ingevuld, geeft aan dat dit percentage minder is dan 5%. Dus minder dan 5% van de inkomsten die de organisatie verkrijgt uit particuliere gelden komt binnen uit nalatenschappen. Daar tegenover staat 5% van de respondenten die aangeeft dat maar liefst 50% of meer van de inkomsten van particulieren uit nalatenschappen komt.

TIP: De gemiddelde waarde van een nalatenschap ligt vele malen hoger dan de inkomsten die verkregen worden uit bijvoorbeeld een donateursmailing. Ben je hiervan bewust en maak werk van nalatenschappenwerving om jouw organisatie meer middelen te geven voor haar doelstelling!

Tijd voor actie.. maar met wat?

Er wordt een verscheidenheid aan kanalen en activiteiten uitgezet voor de nalatenschappenwerving. Uit ons onderzoek is gebleken dat informatie op de website, een nalatenschappenbrochure en informatie in de post nieuwsbrief naar de achterban de drie meest gebruikte kanalen zijn bij nalatenschappenwerving. Figuur 3 geeft een weergave van deze en overige gebruikte kanalen.

<i>Kanaal</i>	<i>Percentage</i>
<i>Informatie op eigen website</i>	77%
<i>Nalatenschappenfolder</i>	55%
<i>Post nieuwsbrief</i>	51%
<i>E-mail nieuwsbrief</i>	46%
<i>Persoonlijk contact</i>	41%
<i>Advertentie landelijke bladen</i>	25%
<i>Telemarketing</i>	24%
<i>Sociale Media</i>	24%
<i>Direct Marketing</i>	22%
<i>Enquête per post</i>	15%
<i>Enquête per e-mail</i>	12%
<i>Spot op TV</i>	7%
<i>Advertentiestoppers</i>	6%
<i>Spot op radio</i>	4%
<i>Advertentie regionale bladen</i>	1%

Figuur 3. Kanalen gebruikt bij nalatenschappenwerving

Op een schaal van 1 tot 5 zijn de meeste organisaties ook tevreden met de kanalen die worden ingezet. Hierbij scoren persoonlijk contact (score: 3,4), de nalatenschappenfolder (score: 4,0) en een enquête per post (score: 3,9) het hoogst.

TIP: Bepaal hoe jouw potentiële erflater als beste benaderd kan worden. Maak hierin een combinatie tussen kanalen die zenden en kanalen waaruit je meer waardevolle informatie kan halen voor jouw database.

Op dit moment is er bij 72% van de organisaties die mee gedaan hebben aan het onderzoek minder dan 0,5 FTE beschikbaar voor nalatenschappenwerving. Bij 20% is er 0,5 tot 1 FTE beschikbaar. Toch geeft bijna 60% aan dat de organisatie de komende jaren nalatenschappenwerving wil uitbreiden. Wat ons betreft alleen maar een slim besluit gezien de stijgende inkomsten zoals eerder beschreven. Uiteindelijk zorgt die werving echter wel voor een steeds grotere poule aan potentiële erflaters en toezeggers. Met al deze personen dient contact te worden onderhouden. En vergeet niet, het is ook van belang dat er zich ook elk jaar nieuwe aanwas aandient. Kortom, er is werk te verrichten aan de wervingskant én aan de kant van relatiebeheer. De vraag is of dat met 0,5 tot 1 FTE haalbaar is.

TIP: Het is een goede zaak dat het merendeel de nalatenschappenwerving wil uitbreiden, maar houd daarbij ook rekening dat het werk, naar mate je langer werft, intensificeert doordat er steeds meer maatwerk moet worden toegepast en nieuwe aanwas nodig blijft.

In het kort

Nalatenschappenwerving wordt naar alle verwachting een steeds grotere inkomstenbron voor goede doelen organisaties. Een grote groep aan organisaties is hier zelf ook al actief mee bezig.

Schrikbarend is echter wel dat de basiskennis over de beschikbare data, en daarmee de potentiële erflater, ontbreekt. Zorg voor die kennis en het systeem om deze kennis in op te slaan. Denk daarna na over passende wervingsmethodes die zowel de belangrijke boodschap van jouw organisatie uitzenden als cruciale informatie over de potentiële erflater binnen halen. Op die manier wordt de poule met geïnteresseerden en toezeggers groter. Dat is ook het moment waarop het werk zich intensificeert en er zal moeten worden nagedacht over een aanvulling op de beschikbare FTE.

Vragen over nalatenschappenwerving?

[Neem contact met ons op](#) en wij helpen je graag verder!



Aan de resultaten van dit onderzoek kunnen geen rechten worden ontleend.