Amsterdam, 9 juni 2018

Beste lezer,

Hierbij een standaard opzet voor jouw campagne. De campagne bestaat uit 2 delen: 1. Basis campagne en 2. Verbreding van de campagne met partners.

De initiële focus richt zich natuurlijk op de basis campagne, maar is het makkelijk andere organisaties te betrekken. Wij van pIF zullen hen daarbij verder begeleiden.

We hebben de campagne en middelen voor je uitgewerkt in concept: de campagne is geschreven, de online omgeving is opgezet en de communicatiemiddelen zijn al uitgewerkt. Jullie kunnen natuurlijk alles aanpassen of bewerken.

Wij hebben dit gedaan naar een voorbeeld van - Stichting Vrienden van de Otter. Doel van deze opzet is dat jij als stichting hier je eigen naam kan invullen en zodoende al snel kan komen voor een kloppende campagne voor jouw organisatie.

Doel is dat jij je vooral kunt richten op het informeren, involveren en activeren van de deelnemers, partnerorganisaties en natuurlijk het opzetten van het event. We gaan er graag met je doorheen en kijken uit naar een positieve samenwerking, voor een beter wereld.

Vriendelijke groet,

Namens het hele PIF team,

Harmen

**Inhoudsopgave**

Deel 1: Achtergrond

Deel 2: Campagne

Deel 3: Project management

Appendix: Communicatie/voorbeelden

**‘Laat de Otter niet stikken’**

1. **Achtergrond**

De Stichting Vrienden van de Otter (SVO) zet zich in voor de verbetering van het leefmilieu van de otter en de bescherming van otters en andere bedreigde zoetwater bewoners over de gehele wereld. Het laatste, grote probleem, verdrinking in visfuiken, moet nog opgelost worden. De SVO werft hiervoor fondsen bij bedrijven en particulieren.

Online fondsenwerven biedt mogelijk nieuwe kansen. Hiervoor is een workshop gevolgd en opvolgend is SVO op [www.pifworld.com](http://www.pifworld.com) gestart. Vanuit de gesprekken met de PIF organisatie is deze campagne opzet geschreven.

\*Om succesvol te kunnen fundraisen moet aan de SWOT gedacht worden. Dat wil zeggen; aan de sterktes en zwaktes van SVO. SVO is klein, maar heeft een goed netwerk met bedrijven en non-profits en heeft een oudere maar zeer geëngageerde achterban.

**2. Campagne "Laat de Otter niet stikken!"**

**2.1 Basis campagne**

Otters verdrinken onder andere in fuiken en dit is een groot probleem. De fundraising campagne ‘Laat de Otter niet Stikken’ heeft als missie mensen te informeren, involveren en activeren om de Otter te beschermen en de verdrinkingsdood van Otters te voorkomen. De fondsenwervende doelstelling is het ophalen van 30.000 euro ten behoeve van het plaatsen plaatsen van stopgrids.

Centraal in deze campagne staat ‘De Otterloop’. Dit is een wandeltocht waar 100 deelnemers CONCEPT ieder 300 euro ophalen CONCEPT ten behoeve van de stopgrids. Want met 300 euro kunnen er stopgrids worden geplaatst, waarmee de otters van de verdrinkingsdood worden behoed.

Elke deelnemer kan via de [Eventpagina ‘De Otterloop’](https://www.pifworld.com/nl/events/6wSeQjjreu4/de-otterloop/about) makkelijk een [eigen actiepagina aanmaken](https://www.pifworld.com/events/6wSeQjjreu4/de-otterloop/about?action=fundraise) en zodoende bij familie en vrienden fondsen werven. Iedereen heeft 10 donateurs van 30 euro nodig om haar/zijn doelstelling te halen. Zie Appendix uitnodigings emails incl. hoe een actiepagina aan te maken.

Doelstelling is 50 deelnemers te werven, die elk een buddy betrekken. Zo komen we samen op 100 mensen die meelopen en 300 euro ophalen. Om deze 100 lopers te werven gaan we:   
1. Naar 4 nieuwsbrieven per jaar  
2. Speciale uitnodigingen sturen naar de achterban  
3. Informatie avond (en) plannen  
4. Aandacht in de media en bij bedrijven in Friesland creëren  
5. Partners uitnodigen die ook deelnemers voor het event leveren.

Secundaire doelstellingen zijn:

1. Dit tot een jaarlijks event maken
2. PR en aandacht op sociale media
3. De Otter bedrijven betrekken
4. Andere natuurorganisaties mee verbinden en de impact vergroten

Deze campagne maakt gebruik van de sterke punten van de SVO:

* De eerste stichting die zich succesvol inzet voor de otter, met een groot netwerk
* Klein maar toegang tot netwerken, bijvoorbeeld in Friesland
* 3000 geëngageerde donateurs / ontvangers nieuwsbrief

De campagne richt zich op de volgende doelgroepen 1. Business to Business: andere non-profits en netwerken en 2. Business to Consumer: eigen achterban. De campagne is persoonlijk en is open, laagdrempelig en gastvrij. We communiceren professioneel, positief, en informatief. De kanalen en instrumenten die we gebruiken zijn onder andere [onze website](http://www.vriendenvandeotter.nl/) www.pifworld.com, mailings, PR en het event ‘De Otterloop’.

Onderwerpen die gedurende de campagne naar voor komen zijn onder andere:

* Project: Otters stikken in fuiken en hoe dit voorkomen kan worden
* Medestanders: vissers helpen mee om tot een oplossing te komen
* Het event: wandeltocht in Friesland
* Netwerk: (Otter)bedrijven doen mee zoals bijv. Conservatrix
* Netwerk: andere non-profits doen mee in de campagne (landelijk)

**2.2 Verbrede campagne** - door andere natuurorganisaties mee te verbinden

Door andere organisaties uit te nodigen om mee te doen, kunnen deze organisaties ook fondsen werven ten behoeve van het redden van de otters in Nederland. We bieden hen de campagne, de digitale campagnematerialen en het event gratis aan.

Doelstelling is niet alleen meer geld op te halen voor de otter, maar ook vooral meer aandacht op landelijk niveau. Voordeel hierbij is dat er meer deelnemers zijn voor de Otterloop, waardoor we meer inschrijfgelden ontvangen. De kosten per deelnemer zullen 15 (CONCEPT) bedragen en het doel is 200 deelnemers (CONCEPT). Onderstaande tabel is een voorbeeld van mogelijke partners, fondsenwerving en inschrijfgelden.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Wie** | **# fundraisers** | **Donatie bedrag** | Inschrijfgelden |
| SVO | 100 | 30.000 | 1.500 |
| It Fryske Gea | 25 | 7.500 | 375 |
| Flevolandschap | 25 | 7.500 | 375 |
| Natuurmonumenten | 25 | 7.500 | 375 |
| Staats bosbeheer | 25 | 7.500 | 375 |
| Utrechts landschap | 25 | 7.500 | 375 |
| IUCN | 25 | 7.500 | 375 |
| **Totaal** | **300** | **75.000** | **3.750** |

**3. Projectmanagement**

De volgende planning is in CONCEPT gemaakt, met als hoofdstappen:

1. Collega’s in het dashboard van PIF plaatsen (5 min)
2. Event ‘De Otterloop’ - datum en definitieve naam bepalen
3. Communicatie agenda schrijven en communicatie pakket maken (zie appendix)
4. SVO pagina afmaken op PIF (zie deze [link](https://www.pifworld.com/nl/nonprofits/dtwvWmfSsUA/stichting-vrienden-van-de-otter/about))
5. Mailing versturen naar achterban (donateurs en bedrijven) en nabellen (zie appendix)
6. Andere non-profits benaderen (TTD team)
7. Persbericht uitsturen (zie appendix)

De online omgeving is af en de communicatiemiddelen zijn al uitgewerkt. Hierdoor kan SVO zich vooral richten op het informeren, involveren en activeren van de deelnemers, partner organisaties en het opzetten van het event.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Actie** | **Wie** | **Tijd** | **Doel** | **Deadline** |
|  | **Opzet fase** |  | **Uren** |  |  |
| **1** | Online omgeving afmaken | SVO/PIF | 1 / 1 | * Pagina opzetten * Kernteam activeren door collega’s uit te nodigen * Event aanmaken * SVO omgeving afmaken * Integreren in SVO website * Topic kruispunt/pagina bouwen |  |
| **2** | Communicatie bepalen | SVO | 2 / 1 | * Communicatie agenda schrijven en communicatie pakket maken (zie appendix) * Persbericht opstellen(zie appendix) * Foto materiaal kiezen |  |
| **3** | Event opzetten | SVO | 10 / 0 | * Datum kiezen * Route kiezen * Accommodatie, organisatie en dergelijke * Vrijwilligers/EHBO/planning |  |
| **4** | Andere natuurorganisaties meenemen | SVO/PIF | 4 / 4 | * Andere non-profits benaderen * Online middelen bieden (PIF) |  |
|  | **Actie fase** |  |  |  |  |
| **5** | Communicatie en werving | SVO | 0 / 3 | * Mailerlite en Google Forms opzetten * Achterban mailen en deelnemers bellen * Bedrijven uitnodigen * Persbericht * Social media |  |
| **6** | Informatie avond voor deelnemers | SVO | 12 / 0 | * Persoonlijk contact * Lopers activeren |  |
| **7** | Evenement | SVO | 3 / 0 | * Lopers bedanken/motiveren |  |

**APPENDIX - alles in CONCEPT**

**1. Emails**

**2. Tekst website**

**3 Visualisatie middels Iframe**

**4. Tekst op de website**

**5. Voorbeeld Persbericht**

**1. Email(s)**

* **Naar achterban/deelnemers**

*Onderwerp: ‘Doe mee aan de Otterloop en red de otter!’*

Beste donateur,

Stichting Vrienden van de Otter zit niet stil. Sterker nog, wij gaan lopen voor de otter. Dit jaar zal de eerste editie van de ‘Otterloop’ plaatsvinden. Dit is een leuke wandeltocht door een mooi natuurgebied.

Hiermee hopen wij geld op te halen om te voorkomen dat Otters in fuiken stikken. Nu zijn wij nog op zoek naar enthousiaste mensen die ook met ons mee willen lopen. Wil jij meedoen en geld ophalen voor de otter? Klik dan hier. (Google forms link).

Kijk voor meer informatie [op onze pagina](https://www.pifworld.com/nl/nonprofits/dtwvWmfSsUA/stichting-vrienden-van-de-otter/about).

Vriendelijke groet,

Addy

* **Mail naar ‘Otterbedrijven’**

Beste - Otterbedrijf,

Wij zijn Stichting Vrienden van de Otter. Zijn jullie ook vrienden van de otter?

Wij benaderen bedrijven die vernoemd zijn naar de otter om te kijken of zij met ons willen samenwerken. En daar horen jullie zeker bij. Daarnaast zal dit jaar zal de eerste editie van de ‘Otterloop’ plaatsvinden. Dit is een leuke wandeltocht door een mooi natuurgebied.

Hiermee hopen wij geld op te halen om te voorkomen dat Otters in fuiken stikken. Nu zijn wij nog op zoek naar enthousiaste mensen die ook met ons mee willen lopen. Wil jij meedoen en geld ophalen voor de otter? Klik dan hier. (Google forms link).

Vriendelijke groet,

Addy

* **Mail naar deelnemers**

Beste donateur,

Wat leuk dat je meedoet aan de Otterloop, wij gaan lopen voor de otter!

Waarom de Otterloop? Hiermee hopen wij geld op te halen om te voorkomen dat Otters in fuiken stikken. Uiteraard helpen we je graag een beetje op weg hiermee. Hier een aantal tips en tricks.

Op dinsdagavond 7 augustus zal er door SVO een informatieavond gegeven worden. Hier krijgen jullie informatie over de Otterloop, de route en de planning. De avond begint om 19:30 en zal plaatsvinden te..

Geef je nog snel op.

Vriendelijke groet,

Addy

**TIPS & TRICKS**

Een sponsorpagina maak je aan via Pifworld. [Maak hier je pagina aan](https://www.pifworld.com/nl/nonprofits/dtwvWmfSsUA/stichting-vrienden-van-de-otter/about).

* Stel jezelf vooraf een doel. Hoeveel wil je graag met je sponsoractie ophalen?
* Maak je eigen sponsorpagina zo persoonlijk mogelijk met foto’s van jezelf of andere voor jou relevante foto’s. En vertel ook vooral wat jouw persoonlijke motivatie is om mee te doen. Hoe persoonlijker je verhaal, hoe hoger je opbrengst.
* Als je sponsorpagina klaar is ga je je netwerk oproepen om je te sponsoren. Dit kan bijvoorbeeld door een link naar je sponsorpagina te plaatsen op social media, of door een e mail en/of whatsapp te sturen naar al je contacten.

Hiermee help je ons trouwens niet alleen om samen zoveel mogelijk sponsorgeld op te halen, maar werken we ook aan de bekendheid voor Stichting Vrienden van de Otter.

**2. Tekst website**

*‘Laat de otter niet stikken’*

Een groot probleem voor de otters in Nederland is dat zij stikken in fuiken. Dit probleem is eenvoudig op te lossen met het plaatsen van stopgrids. Maar hier hebben wij wel geld voor nodig. Wil jij ons helpen de otter te redden? Doe mee aan de Otterloop en haal geld op voor de otter.

**Hoe werkt het?**Meld je aan voor de wandeltocht via deze link (googleforms). Via [onze pagina op pifworld.com](https://www.pifworld.com/nl/nonprofits/dtwvWmfSsUA/stichting-vrienden-van-de-otter/about) kun je eenvoudig een actiepagina beginnen. Haal geld op, doe updates, heb contact met jouw donateurs en red de otters. Of doneer voor de actie van jouw vrienden of kennissen.

**Wanneer?**   
De Otterloop is een nieuwe jaarlijkse wandeltocht, georganiseerd door Stichting Vrienden van de Otter. Met deze wandeltocht willen wij geld ophalen om de onnodige dood van otters te voorkomen en meer naamsbekendheid creëren. De Otterloop zal plaatsvinden in Oktober en staat dit jaar in het kader van ‘Laat de Otter niet Stikken’.

**3. Visualisatie middels Iframe**

*Voor voorbeeld, zie* [*http://www.pbnf.nl/projects/*](http://www.pbnf.nl/projects/)

Dit is hoe we bijvoorbeeld projecten laten zien bij het PBNF - dit kunnen ook actievoerders zijn. Dit is maar een voorbeeld, alles op PIF kan gevisualiseerd worden.

**4. Voorbeeld persbericht**

**PERSBERICHT**

Stichting Vrienden van de Otter en Pifworld.com bieden deelnemers van de Otterloop een actieplatform voor een betere wereld.

De Stichting Vrienden van de Otter (SVO) zet zich in voor het wel en wee van de Otter in Nederland. De Otter stierf in 1988 uit in Nederland door een grootschalige aantasting van de natuur en het milieu. Maar de SVO heeft het bedje weer kunnen spreiden voor de Otter in Nederland door aandacht te vragen voor de verbetering van de water- en natuurkwaliteit, en de vergroting en aaneensluiting van de natte natuurgebieden. De SVO droeg bij aan de herintroductie van de Otter in Nederland.

De Otter is nu terug in ons land. Om nog meer otter verkeersslachtoffers te voorkomen, heeft de SVO twee rechtszaken tegen de Staat der Nederlanden ondersteund. Hiermee werd de Overheid gedwongen haar beloftes na te komen voor de aanleg van faunatunnels onder wegen. En dat is voor grote delen van Nederland gelukt met twee glansrijke overwinningen! Het laatste, grote probleem, verdrinking in visfuiken, moet nog opgelost worden. Daar is uw hulp voor nodig met als slogan: "Laat de Otter niet stikken!"

Stichting Vrienden van de Otter en PIFWorld zijn erg enthousiast over de nieuwe samenwerking. De organisatie van de Otterloop en de inzet van SVO bieden samen met het platform van Pifworld.com een leuke en makkelijke manier om fondsen te werven voor de otter.

PIFWorld.com wordt in de sector ook wel het 'Spotify van de betere wereld genoemd'.

Goede doelen kunnen met het platform laten zien wat ze doen, fondsen werven en bedrijven aan zich verbinden. Mensen kunnen profielen aanmaken en zich inzetten voor deze initiatieven. Dit kan als donateur, maar ook als fundraiser of vrijwilliger. Bedrijven kunnen meedoen door een bedrijfspagina aan te maken en met haar medewerkers zich in te zetten voor een lokaal initiatief.

'Burgerparticipatie is een veelgehoorde term in de politiek, maar hoe daar concreet handen en voeten aan te geven is nog moeilijk' zegt Harmen van Doorn. 'Daarom zijn wij erg blij met deze samenwerking. We bieden online en offline de mogelijkheid om voor jezelf en voor anderen in de samenleving in actie te komen. Wij merken dat hier bij de deelnemers veel behoefte aan is'.

**Over Stichting Vrienden van de Otter**

De Stichting Vrienden van de Otter (SVO) zet zich in voor het wel en wee van de Otter in Nederland. De Otter stierf in 1988 uit in Nederland door een grootschalige aantasting van de natuur en het milieu. Maar de SVO heeft het bedje weer kunnen spreiden voor de Otter in Nederland door aandacht te vragen voor de verbetering van de water- en natuurkwaliteit, en de vergroting en aaneensluiting van de natte natuurgebieden. De SVO droeg bij aan de herintroductie van de Otter in Nederland en zorgt nu voor de bescherming van de Otter.

-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Noot voor de redactie (niet voor publicatie):**

Voor meer informatie over SVO kunt u contact opnemen met xxx. Email: xxxx. Voor meer informatie over PIF World kunt u contact opnemen met PIF World en vragen naar Harmen van Doorn. Telefoon: +31 (0)20 470 78 79, E-mail: harmen@pifworld.com