

## Checklist website 'major donor proof'

- 1. Er wordt één duidelijke term voor 'grote gevers' gehanteerd**  
In de non-profit sector, en zelfs binnen websites van individuele organisaties, worden veel verschillende termen gebruikt voor grote gevers. Dit is niet alleen verwarrend, grote gevers herkennen zich ook vaak niet in deze termen.
- 2. Grote gevers kunnen snel naar de voor hen essentiële informatie**  
Het kost vaak veel tijd en zoekwerk voor grote gevers om op de juiste pagina's met de voor hen bedoelde informatie te komen. Dit vergroot de kans dat zij afhaken. Dat is zonde.
- 3. Er is één pagina of 'microsite' met alle informatie voor grote gevers**  
Bij veel non-profit organisaties is de informatie voor grote gevers verspreid over verschillende plekken binnen een website. Dit maakt het vinden ervan lastig en tijdrovend.
- 4. Websitebezoekers zien wat een major gift is voor jouw organisatie**  
Veel organisaties hanteren wisselende bedragen als uitgangspunt voor 'grote' giften. Voor de ene kan dit bijvoorbeeld € 500 zijn, voor de andere € 10.000. Dit leidt tot verwarring bij grote gevers, zij weten niet wanneer ze bepaalde service kunnen verwachten die past bij hun gift.
- 5. Grote gevers zien duidelijk met wie zij contact kunnen opnemen**  
Alhoewel leidend bij het geef-besluit, is de website op zichzelf niet voldoende om een relatie met grote gevers aan te gaan en uit te bouwen. Hoe groter de gift, hoe belangrijker grote gevers het vinden iemand van de organisatie te ontmoeten.
- 6. Er worden voorbeelden van andere grote gevers gedeeld**  
Net als gevers van 'reguliere' giften, vinden gevers van major gifts het fijn om van anderen te leren hoe en waarom zij organisaties steunen. Veel non-profit organisaties spelen hier nog niet op in via hun website.
- 7. Er is een breed scala aan geefmogelijkheden zichtbaar**  
De betrokkenheid van grote gevers gaat veel verder dan alleen hun gift. Zij stellen graag ook hun tijd, expertise en/of netwerk beschikbaar aan de organisaties die zij steunen.
- 8. Er wordt actuele informatie over alle mogelijke geefvormen gedeeld**  
Veel websites verstrekken alleen informatie over periodiek schenken en/of nalaten. Andere vormen van groot geven komen vaak niet aan de orde. Grote gevers hebben hier wel behoefte aan.
- 9. Groot geven is ook mogelijk via de donatiebutton**  
De meeste websites van non-profit organisaties zijn gericht op reguliere gevers. De donatiebutton op de homepage leidt naar een pagina waarop suggesties voor (relatief) kleine giften worden gedaan. Dit is een gemiste kans.
- 10. Je realiseert je: geld is slechts een middel, niet het doel**  
Informatie voor grote gevers wordt op de meeste websites beperkt tot 'technische' of fiscale aspecten van geven. Realiseer je dat het doel waar je voor staat in eerste instantie veel belangrijker is voor grote gevers, dan de vorm en de mate waarin ze uiteindelijk geven.

Bovenstaande checklist komt voort uit major donor onderzoek van *Filantropie in Nederland*, waaraan 728 major donors en 573 non-profits meewerkten. Initiatiefnemers van *Filantropie in Nederland* zijn Jazi Foundation en Nassau Fundraising. Het onderzoeksrapport is inmiddels meer dan 3.000 keer gedownload en op te vragen bij Dorit Peters, via [dorit@nassau.nu](mailto:dorit@nassau.nu).

Uit *Filantropie in Nederland* blijkt dat de website van non-profit organisaties voor grote gevers het meest leidend is bij hun besluit om te geven. Deze conclusie vormde de aanleiding om te komen tot de checklist met 10 punten die een website 'major donor proof' maken.