



TESTAMENT.BE

KLAAR VOOR DE TOEKOMST

De acties die we vandaag ondernemen, zijn gebaseerd op de ervaringen van gisteren én de plannen voor morgen.

Daarom blikken we na 15 jaar groepscampagne graag even terug. Niet uit nostalgie (alhoewel dat ook leuk is), maar vooral om de evolutie in die 15 jaar in perspectief te zien. En om het over de toekomst van legatenwerving en de toekomst van testament.be te hebben.

Terugblikken dus, om vooruit te kijken!

De **founding father** van testament.be is **Jan Rachels**. Als prille vijftiger stampte hij in 2007 dit nieuwe project uit de grond. Hiermee was Jan niet aan zijn proefstuk toe: hij was amper 17 toen hij de Oxfam Wereldwinkel in Brugge opstartte, later werd Jan trouwens de eerste voorzitter van Oxfam Wereldwinkels.

Al vlug na de opstart van testament.be kreeg Jan de steun van een compagnon de route: **Marnix Puype**. Als twintigers namen ze bij Greenpeace de merchandising onder handen. In de pioniersjaren van Greenpeace was dit de voornaamste bron van inkomsten. Het duurde niet lang of ook de afdelingen in Nederland, de UK, Luxemburg en Frankrijk deden een beroep op hun expertise. Heroïsche tijden waren het, toen ze met een camionette volgestouwd met spullen alle mogelijke festivals aandeden. Er zijn vele tienduizenden t-shirts door hun handen gegaan.

Samen met **Marie Geukens** en **Patrice Macar** ging testament.be in 2008 van start. Achter iedere sterke man(nen) staat een sterke vrouw. Vanaf de tweede campagne, 2009-2010, kregen Jan, Marnix en Patrice de broodnodige versterking van **Carine Coopman**. Zij nam in 2009 de coördinatie over van Marie en stapte mee aan boord om de organisatie en de administratie in goede banen te leiden.



Hoe zijn jullie op het idee gekomen van een groepscampagne voor legaten?

Jan: Eind jaren '90 had ik het geluk om enkele weken aan boord te kunnen verblijven van de Rainbow Warrior II van Greenpeace voor de westkust van de VS, in de buurt van San Francisco. En daar ontdekte ik dat Greenpeace Amerika volop promotie maakte voor legaten. Ze hadden al mooie erfenissen ontvangen die voor de organisatie grensverleggend waren. Ik realiseerde me dat het dus mogelijk was om, buiten iedere religieuze context, erfenissen van gewone mensen te krijgen. Die gedachte liet me niet meer los.

Marnix: Toen Jan terugkwam uit de VS was hij razend enthousiast. De Belgische goede doelen waren daar echter nog niet rijp voor. Maar we hebben het idee nooit meer losgelaten.

Carine: Het verhaal van Jan toont hoe belangrijk het is om over het muurtje heen te kijken. Om ogen en oren breed open te zetten en te kijken wat er in de wereld gebeurt. En dat vervolgens aan te passen aan de eigen context. Dat is trouwens een van onze 15 lessen.

Was het moeilijk om de eerste deelnemers te vinden?

Jan: We vonden uiteindelijk vier organisaties die in ons concept geloofden. Ons klavertje vier noemden we ze toen: Oxfam Solidariteit, Stichting tegen Kanker, Licht&Liefde en het Wereldnatuurfonds. Zij waren bereid om mee te stappen in een test. De vraag was aan elk van hen: geef ons 80 adressen van mensen waarvan je

denkt dat ze in aanmerking komen om een legaat aan jullie organisatie na te laten. We hebben de mensen opgebeld en zo'n 20 huisbezoeken gedaan. Uit al die contacten bleek er wel degelijk potentieel te zijn.

Marnix: We werden ook geïnspireerd door Remember a Charity dat in 2000 in de UK gestart was, en door contacten met wijlen Dick van Dijk die met Nalaten.nl aan de weg timmerde in Nederland.

Carine: De eerste groepscampagne is uiteindelijk in 2008 met 44 deelnemers vertrokken. Het boegbeeld van die eerste campagne was een oude bekende van Jan en Marnix: acteur Jan Declair, die met zijn priester Daens-look perfect verbeeldde wat testament.be als boodschap wilde brengen.

Belgen zijn gekend voor hun terughoudendheid. Was die eerste testimonial gemakkelijk te vinden?

Jan: Enkele jaren na mijn verblijf op de Rainbow Warrior II mocht ik een rally organiseren voor alumni van de VUB-ULB in New York. Vanuit het Belgisch consulaat had men aangedrongen op een filmcrew. Ik dacht: dit is er over. Maar goed, zo gevraagd, zo gedaan. De toenmalige rector Paul De Knop deed er de plannen van de universiteit met verve uit de doeken. Vervolgens stond de ene na de andere kandidaat-erflater spontaan recht en vertelde zonder schroom wat hij van plan was na te laten. Voor mij was dat een openbaring. En vooral een stimulans om door te gaan.

Marnix: Mensen overtuigen andere mensen. Vandaar ook de keuze voor een gezicht als Jan Declair voor de eerste campagne, en niet de klassieke vulpen die schrijft op vergeeld papier. Met Jacques Mercier, en wat later Paula Sémer, kregen de campagnes fantastische en authentieke ambassadeurs als gezicht. Daarnaast wilden we ook 'gewone' mensen, en dat was een kolfje naar de hand van Jan.

Jan: Eén van de eerste personen die ik in België publiekelijk heb weten getuigen, was Thérèse Coens die op dat ogenblik voorzitter van Broederlijk Delen was. Ik kende haar van lang terug, toen we samen aan de wieg hadden gestaan van de Oxfam Wereldwinkel in Brugge. Ze was van plan Broederlijk Delen op te nemen in haar testament, maar in alle stilte. Ze zei me letterlijk: "Ik ga de dikke nek niet uithangen". Ik heb haar uiteindelijk kunnen overtuigen om het wel te doen. Daarmee heeft ze bijgedragen om dit taboe in ons land te doorbreken.



OOK ALS JE ER
NIET MEER
BENT, KAN JE
NOG MEER
BETEKENEN
DAN JE DENKT

Neem een goed doel
op in je testament.

GEMIDDELDE CIJFERS OP JAARBASIS



Carine: Toen Jacques en Paula na vele mooie jaren aangaven dat ze het rustiger aan wilden doen, hebben we als testament.be de bewuste keuze gemaakt om in te zetten op testimonials van gewone mensen. En vandaag zien we dat er steeds meer Thérèse's bereid zijn om te getuigen van hun engagement en zo andere mensen inspireren. Het is trouwens één van onze 15 lessen uit 15 jaar testament.be: gebruik de kracht van testimonials.

Wanneer hadden jullie het gevoel: "Nu zijn we vertrokken?"

Marnix: Via de website kregen we regelmatig een vraag om informatie van sterk geïnteresseerde kandidaat-erflaters, alhoewel we op dat ogenblik nog geen aanbod hadden zoals de gids.

Carine: De feedback die we kregen van de koffietafels die de goede doelen organiseerden, was heel hoopgevend. Er kwam veel positieve feedback op de presentaties van Dirk Vercoutter.

Jan: Ik voelde dat het bruiste en dat we een stap verder moesten gaan: van de huiskamer en de koffietafel naar de publieke ruimte. In oktober 2011 organiseerden we ons eerste Salon van het Testament, in Brugge.

Marnix: Alle deelnemers, zo'n 50-tal, zouden er met een standje staan. Zo zouden de goede doelen rechtstreeks contact kunnen leggen. Geïnteresseerden moesten niet vooraf inschrijven. We hadden dus geen idee hoeveel mensen er zouden komen op de dag zelf. Zou het concept aanslaan? Zou er voldoende volk opdagen? Hoe zullen de goede doelen reageren?

Jan: Het Salon in Brugge was een schot in de roos. We waren klaar om de volgende stap te zetten: een nationaal evenement in Brussel. Ik zag het helemaal voor mij.

Carine: We opteerden voor het prestigieuze kader van de Bozar. Van idee naar uitvoering bleek een megagrote stap te zijn. Bloed, zweet en tranen heeft het gekost: de complexiteit met de vele standjes van de goede doelen, het aanbod aan juridisch advies met 20 notarissen en juristen, de promotie enz. Het was veel meer werk dan we ooit hadden kunnen denken.

Marnix: Maar het was fantastisch. Een vriendelijke tsunami, met ruim 3.000 kandidaat-erflaters. Onze ambassadeurs, Paula en Jacques, waren ook van de partij en werden door heel wat mensen aangesproken.

Carine: Vrouwen kwamen Paula de hand schudden en zeiden: we doen dit ook een beetje voor jou. Dat was hartverwarmend om te zien.

Jan: De interesse van het publiek was heel groot. Dat zagen de goede doelen ook. En toen wisten we: we zijn vertrokken. Daarna hebben we een grote toename gekend van het aantal deelnemers. En zo konden we de impact van onze campagnes nog vergroten.

Carine: Sindsdien vormen grootschalige evenementen een vast onderdeel van de promotie. Ik denk hierbij aan de Salons gekoppeld aan de vrijetijdsbeurs Zenith; de Tournée Génèreuse in 10 Belgische steden; de Merci-evenementen in het Africamuseum en de Gentse Floraliën. Bij deze een pluim voor onze vele vrijwilligers, zonder hun inzet en enthousiasme zouden we dit nooit kunnen realiseren.

testament.be is uniek in die zin dat jullie niet alleen promotie voeren en ondersteuning geven, maar ook kandidaat-erflaters in direct contact brengen met de deelnemende goede doelen. Was dat vanaf het begin de opzet?

Jan: Het Salon in Brugge maakte duidelijk dat de goede doelen het fantastisch vonden om direct contact te kunnen leggen met kandidaat-erflaters.

Carine: Dirk Vercoutter had, in het kader van de koffietafels, een beknopt document gemaakt met wat juridische informatie voor de deelnemers. Daar kwam altijd positieve feedback op. Maar vaak ook de vraag naar extra info. Plots vielen alle puzzelstukjes op hun plaats: een gratis juridische gids in ruil voor een adres.

Marnix: We plaatsten advertenties in kranten en tijdschriften. Dat bleek een schot in de roos te zijn. De coupons stroomden binnen. En ook mond aan mond reclame deed haar werk. In het begin verstuurde ik de gidsen vanuit onze garage, maar dat bleek al snel veel te kleinschalig.

Carine: Met de promotie voor de gids bouwden we – en bouwen we nog steeds – een indrukwekkende database op van geïnteresseerden. De goede doelen krijgen de gegevens van de kandidaat-erflaters die hen aangekruist hebben. Op dat moment komen zij aan zet om rond hun *why* te communiceren en de relaties verder uit te bouwen.

Jan: De gids, de evenementen, de koffietafels: er is een onmiddellijke return voor de deelnemers. Dat maakt onze groepscampagne, voor zover we weten, uniek in de wereld. Daar zijn we best trots op.

Carine: En niet te vergeten de 7/7 juridische helpdesk, waarbij ik expliciet meester Ann Maelfait en het kantoor Rivus wil vermelden voor het uitstekende werk, toen en nu.

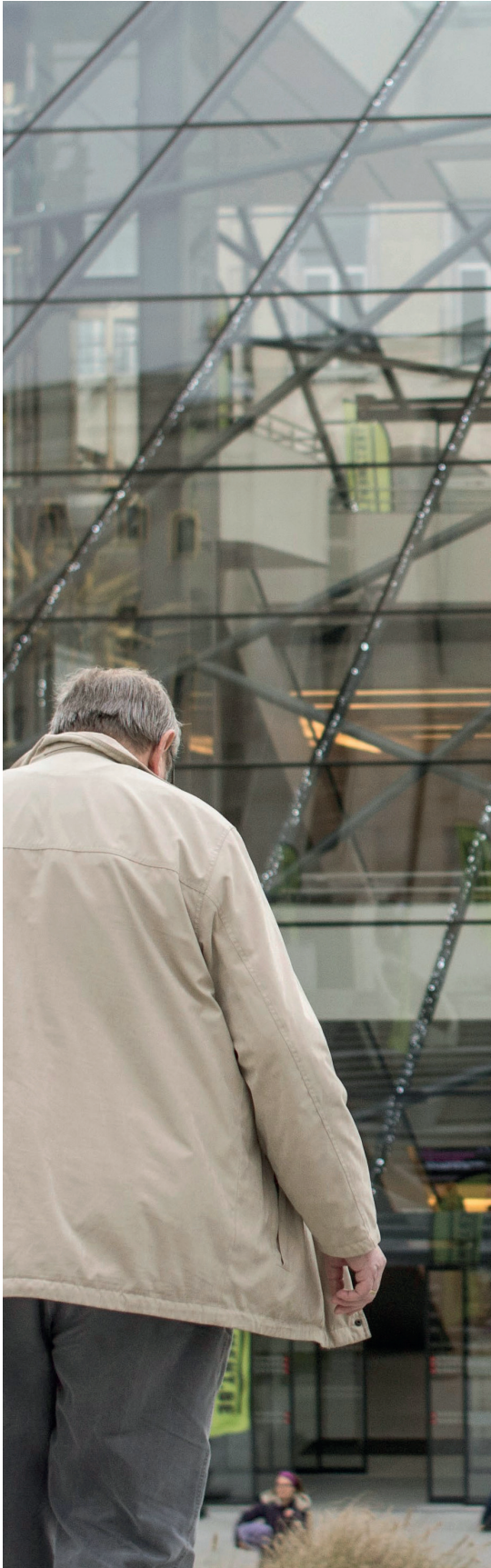


Meester Ann Maelfait, Rivus

rivus



jurist Lars Everaert



Is er in de promotie de voorbije 15 jaar veel veranderd?

Marnix: Ja, dat is niet meer te vergelijken. De eerste jaren adverteerden we zo goed als uitsluitend in printmedia, vooral in kranten en magazines. We kregen stapels coupons binnen. Vandaag is dat helemaal omgeslagen naar digitale communicatie: e-mailmarketing, bannering, social media enz. De laatste jaren investeren we ook in nieuwe vormen van visibiliteit. Met bv. de kusttram in de zomer en de eindejaarscampagne in de stations bereiken we heel veel mensen op een verrassende manier.

Carine: Maar zoals we eerder al gezegd hebben: evenementen blijven een sterkhouder, maar ook daar zijn we inventief. Het Merci-evenement in de Gentse Floraliën was helemaal anders van opzet dan het Salon van het Testament in de Bozar.

Jan: We zijn voortdurend bezig met het optimaliseren van de promotie in functie van de boodschap, het publiek en de meest efficiënte communicatiekanalen. Zo gaat bijvoorbeeld in 2023 de juridische gids ook digitaal. En dit wil ik ook nog even meegeven: onze campagnes blijven altijd zo ver mogelijk weg van de dood. Het accent ligt steeds op “merci, en leef nog lang en gelukkig”.

Hoe zien jullie de toekomst?

Carine, Jan en Marnix (bijna in koor): De komende 15 jaar zien er beter uit dan ooit tevoren.

Carine: De ‘harde kern’ van de babyboomers is nu tussen 65 en 75 jaar oud. Ze zijn de meest welvarende generatie ooit. We verwachten niet alleen een toename van het aantal legaten, maar ook een hogere gemiddelde waarde. Dat blijkt uit internationale studies, maar ook onze eigen Legatenbarometer wijst in die richting.

Jan: Het is ook een generatie die opgegroeid is met idealen. Tijdens hun carrière hadden ze weinig tijd om “goed te doen”. Maar nu ze ouder geworden zijn, keert de behoefte om iets te doen voor anderen terug. En ze hebben de financiële middelen.

Marnix: De voorbije jaren hebben we met testament.be het aanbod naar de deelnemers toe verder uitgebreid met ondermeer de Legacy Support Visits, unieke overleg- en inspraakmomenten ter plaatse bij de deelnemers. Ik denk ook aan het Legacy Support Platform, de gepersonaliseerde tools, de workshops en de trainingen op maat. Ook de Legatenbarometer, die we in 2016

gestart zijn in samenwerking met HoGent, bewijst steeds meer zijn nut.

Jan: Dit jaar hebben we trouwens een grootschalig onderzoek gevoerd naar de kandidaat-erflater in een unieke samenwerking tussen HoGent, het marktonderzoeksbureau iVox en Bureau50. De kennis die hieruit voortkomt geeft onze deelnemers een voorsprong.

Carine: Voeg daarbij het enthousiasme en professionalisme van Charlotte Rachels, Valérie Denis, Lars Everaert, het Rivus-team van meester Ann Maelfait en de andere strategische partners waaronder als belangrijkste SayHey, AVDJ Graphics, Nik Grymonprez en Clementine, en het mag duidelijk zijn: testament.be is helemaal klaar voor de toekomst.

Jan: Zo is het, zeg dat de voorzitter het gezegd heeft :-)

Een grote dank aan de vele goede doelen en organisaties die in de voorbije 15 jaar in de groepscampagne testament.be hebben geïnvesteerd, en met hun enthousiasme hebben bijgedragen aan waar we staan vandaag. Hun solidaire inbreng heeft dit project mogelijk gemaakt en was bepalend voor het succes ervan. Een heel dikke MERCI aan iedereen. We blijven samen bouwen aan een betere wereld!

