


inspiratiedag MET IMPACT

1

9.40 uur	Keynote: Lakshmi Viswanathan - Yunus Social Business		
10.15 uur	Deel 1 : Een investeringsstrategie opmaken met stakeholders		
	A: Je investeringsstrategie bepalen met interne stakeholders > FORUM	B: Hoe donoren en co-investeerdere betrekken bij de investeringsstrategie? > ZAAL DE BLYDE	
11.30 uur	Deel 2: Het doel van je investering formuleren		
	A : Investeringsdoelen bij organisaties en projecten > ZAAL DE BLYDE	B : Investeringsdoelen bij eindbegunstigden > FORUM	
12.30 uur	Lunch en IMPACT 'MET'		
13.30 uur	Deel 3: Data over impact verzamelen		
	A: Hoe meet je investeringsdoelen bij organisaties en projecten? > FORUM	B: Hoe meet je investeringsdoelen bij eindbegunstigden? > ZAAL DE BLYDE	C: Niet-financiële ondersteuning > ZAAL VENNOTEN
15.00 uur	Deel 4: Je impact verhogen		
	A: Communiceren met impact > ZAAL DE BLYDE	B: Evalueren en impact veranderen > FORUM	C: Samenwerken met impact > ZAAL VENNOTEN
16.25 uur	Wrap up & lancering e-book		
			

2

A: Communiceren met impact

SOCR  WD

Ludo Dhelt

growfunding  Frederik Lamote



Nele Smets



Ingeborg Vijgen

inspiratiedag
MET IMPACT

© Sociale InnovatieFabriek

3

SOCR  WD


growfunding 

 Nationale Loterij

Socrowd

CV-50, gereguleerd in 2004

www.socrowd.be 

[bekijk het voorstellingsfilmpje](#) 

Impactverantwoordelijke: Ludo Dhelt (coördinator) en Sara Stevens (communicatief)

Missie: via social impact crowdfunding geld in als middel (en niet als doel op zich) voor projecten met een positieve impact op onze samenleving.
Investerings thema's: welzijnsector, sociale tewerkstelling, mens- en milieuvriendelijke ondernemingen, internationale solidariteit, ecologie (milieud), cultuur en onderwijs.


Investeringsvorm: Rendite lening van €7500 tot €100000 (1 tot 10 jaar), waarvan 1/3 opgehaald wordt met crowdfunding via coöperatieve aandelen. Socrowd verdient debiet op dit bedrag, vanaf haar structureel kapitaal. Het cofinancieringsmodel versterkt de band tussen organisaties en achterban.

Profiel sociale organisaties: zowel verenigingen als vennootschappen.
Profiel eindbegunstigden: verschillende doelgroepen van de sociale organisaties.

Growfunding

Vzw ontstaan vanuit een ESF-project-subsidie.

www.growfunding.be 

[bekijk het voorstellingsfilmpje](#) 

Impactverantwoordelijke: Frederik Lamote (coördinator, lector Odssee Hogeschool)

Missie: Growfunding gelooft in de kracht van participatie, ondernemend burgerschap en civic crowdfunding als motor voor sociale verandering en als oplossing voor maatschappelijke uitdagingen.

Investerings thema's: praktijken en projecten die cocreatief zijn en inspelen op de ruimtelijke, sociale, culturele, economische, ecologische en politieke context om een meerwaarde te bieden voor lokale gemeenschappen.

Investeringsvorm: reward based (civic) crowdfunding.


Profiel sociale organisaties: 'bottom up'-initiatieven van feitelijke verenigingen, vzw's, enz.

Profiel eindbegunstigden: lokale initiatiefnemers en hun community.

Nationale Loterij

Opgesplitst in 1934 als Nationale Loterij om geld in te zamelen voor Belgisch Koninkrijk. Sinds 1942 actief onder de huidige naam.

www.nationale-loterij.be 

[bekijk het voorstellingsfilmpje](#) 

Impactverantwoordelijke: Chris Lippaert en Ingeborg Vijgen (Identiteits Subsidie)

Missie: de Nationale Loterij is een maatschappelijk verantwoord en professioneel dienstverlener op vlak van spelletjes. Voor de uitvoering van haar unieke opdracht staat ze op vier pijlers: subsidies, verantwoord spel, winnaarbegroting, kwaliteit en veiligheid. We willen duidelijk maken dat de draaihoek spelen, winnen en helpen in het DNA van de Nationale Loterij zit, en de Nationale Loterij deel uitmaakt van het DNA van België.

Investerings thema's: sociale, wetenschappelijke, culturele projecten, sportprojecten en talentontwikkeling.
Investeringsvorm: Subsidies (via een jaarlijks Koninklijk Besluit), sponsoring, ondersteuning van andere fondsen en stichtingen via open subsidieaanbod of met thematische oproepen (bijvoorbeeld rond duurzame ontwikkeling of armoedebestrijding en sociale inclusie)

Profiel sociale organisaties: publiekrechtelijke of privaatrechtelijke rechtspersonen zonder winstoepsmerk

low's, instellingen van openbaar nut,...

Profiel eindbegunstigden: Belgische maatschappij, mensen en dieren, via de projecten en organisaties die de Nationale Loterij, dankzij haar spelers, steunt.

inspiratiedag
MET IMPACT

© Sociale InnovatieFabriek

4



inspiratiedag
MET IMPACT

© Sociale InnovatieFabriek

5

Alle activiteiten Nieuws Contact

SOCROWD
een samenleving in
verandering

FINANCIËREN
voor uw project

INVESTEREN
in uw ideeën

VERTROUWEN
in uw crowdfunding

De Kazematten Cultuurhuis in Gent opent haar deuren

How staat het ervoor met de Kazematten?

De Kazematten lanceerde dit voorjaar campagne bij Socrowd voor een succesvolle inzamelingsactie voor kinderen en jongeren in Gent. Een plek om theater te kijken, te creëren en gelijgezonden te ontmoeten. Maar ook een plek om vragen te stellen, te ontspannen en te ontmoeten.

In de vernieuwde site en cultuurhuis zullen verschillende **creatieve activiteiten, projecten en voorstellingen** plaatsvinden waarbij kinderen en jongeren kunnen kijken naar en experimenteren met theater, dans, beeldende kunst, muziek, tekst, film en alles wat daar tussen ligt. Door inclusief te werken en zich ook actief te richten op kinderen en jongeren met een psychische erfvul een maatschappelijke kwetsbaarheid, wil de Kazematten een hefboom zijn voor de ontketening van kinderen en jongeren.

De renovatie van een oude rijwielgarage in Gent


De Kazematten zijn renoverende een oude rijwielgarage vlakbij Station Gent Dampoort. Om dit grote project te financieren is gebruik gemaakt van crowdfunding waarbij de financiering vanuit een aantal verschillende bronnen komt. De [crowdfundering campagne bij Socrowd](#) was hier een onderdeel van.

Samen met 11 investeerders, mensen uit het eigen netwerk van directe betrokkenen van de Kazematten zoals partners, verenigingen etc.) is een deel van de werken, 33.000 Euro, via het platform van Socrowd gefinancierd. We vroegen de mensen achter het project, een

inspiratiedag
MET IMPACT

© Sociale InnovatieFabriek

6



FINANCIERING
voor een project


INVESTEREN
in een project

VERTROUWEN
in sociale crowdfunding

[Alle projecten](#) | [Nieuws](#) | [Contact](#)

Alle projecten op sector of per provincie

REGIO
SECTOR




Jeugdverblijfscentrum Schotte in Aalst

9300 Aalst, Cost-Vlaanderen

Kroffel vzw, een groep enthousiaste oud-scouts van Scouts & Gidsen Sint-Kristofel uit Aalst, zet zich vrijwillig in om een duurzame en definitieve oplossing.

100% van 50.000 euro
gesloten




De Wondertuin "Natuurknop"

2800 Mechelen

Basisschool de Wondertuin kan met jou bijdrage investeren in het project "Natuurknop" en daardoor energiebesparende maatregelen nemen.

134% van 10.000 euro
gesloten




WGC Zuidrand vzw

2020 Antwerpen

WGC Zuidrand timmert aan haar dromen. Via een renteloze lening tot 150.000 euro bij Socrowd, deels door jou gefinancierd, kunnen we Wijkgezondheidscentrum.

100% van 50.000 euro
gesloten



Wroeter-fruitproject: Onder de pannen

3720 Kortesselem

De Wroeter Activiteitenboerderij VZW moet het dak van haar boerderij 'Hoogbrug' dringend renoveren. De activiteitenboerderij en het maatwerkbedrijf helpen.


114% van 50.000 euro
gesloten

inspiratiedag
MET IMPACT

© Sociale InnovatieFabriek

7

Matchfunding in Mechelen 'Paraat voor het Klimaat'



De stad Mechelen streeft naar een vermindering van zijn CO2 uitstoot met 20% tegen 2020, en daagt daarbij naast de burger en de bedrijven ook de scholen uit. Daarom subsidieert de stad met Paraat voor het Klimaat per jaar twee klimaatinvesteringen van scholen met 35.500 euro, tussen 2016 en 2020. Ze vragen wel dat iedereen (ouders, leerkrachten, leerkrachten en directie) bij het project wordt betrokken. Deze wedstrijd komt voort uit het Burgemeesterconvenant dat de stad Mechelen mee ondertekende.

Socrowd geeft, via crowdfunding, renteloze leningen aan maatschappelijk aanpakende projecten. 1/3 van het bedrag haalt het project op in zijn crowd. Dit 1/3 deel wordt verrekend door Socrowd in de vorm van een renteloze lening aan het project. Socrowd financiert projecten in de sectoren Onderwijs, Sociale Economie, Welzijn, Socio-Cultureel, Noord Zuid en Ecologie. Socrowd wil het salubere financieren voorzien en ook het netwerk van de organisatie aanspreken/versterken.

Daarvoor werkt de stad samen met Kamp C (adviesverlening), MOS (educatieve begeleiding).

VOORBEELD: BUSLVDEN ATHENEUM PITZEMBURG, Campagne 2017. Budget € 102.626.


SAHENGESTELD UIT:

Rechtelijke lening	€ 30.000
Subsidie Stad Mechelen	€ 35.500
Eigen inbreng	€ 37.126


GEINVESTEERD IN:

Verwangen enkel glas	€ 52.293
Thermotactische vloeren	€ 12.974
Rechtiging	€ 35.709
Crowdfunding in Gemeenschap	€ 1.650


RESULTAAT GEBASEERD OP KANDIDAATDOSSIER



Elektriciteit: 28.876 kWh / Jaar = 22% reductie



Gas: 235.417 kWh / Jaar = 38% reductie



Besparing: Energie € 13.813 = 30% reductie

inspiratiedag
MET IMPACT

© Sociale InnovatieFabriek

8

4

Hoeveel doelgroep medewerkers willen jullie met dit project bereiken?

Heeft de campagne nieuwe samenwerking teweeg gebracht?

Als je 1 getal mag naar vorenbrengen, wat is dan resultaat dat het best de impact

van dit project omschrijft? (aantal burens betrokken, ton CO2 bespaard, aantal vrijwilligers, besparing uitgave gezondheid, aantal leerlingen bereikt, ...)

IMPACT OP ORGANISATIE

Was er dankzij de crowdfunding een toename/ groei in bijvoorbeeld lidmaatschappen, inschrijvingen voor activiteiten van de organisatie, etc

Heeft de crowdfunding campagne bijgedragen aan het optimaliseren van de communicatie?

Welke mijlpalen zijn mede door de samenwerking met Socrowd behaald?

IMPACT FINANCIERING

Kwam er andere financiering beschikbaar (bijvoorbeeld bank-financiering, ..) voor het project na het voeren van de crowdfunding campagne?

Wat is belangrijker om met Socrowd in zee te gaan:

- Niet bancaire financiering
- Renteloze (goedkopere) lening
- Inzetten van uw crowd om te financieren op te halen.
- ...

inspiratiedag
MET IMPACT

© Sociale InnovatieFabriek

9

Growfunding



82%

slaagratio

€ 1.442.110

opgehaald

176

projecten

14.986

growfunders ⓘ

15.836

rewards ⓘ

29.938

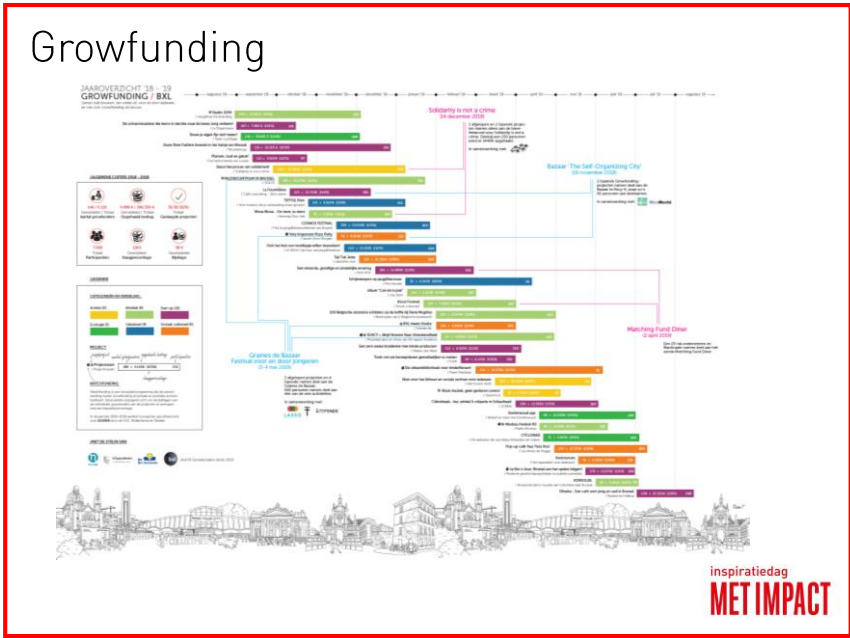
participanten ⓘ

inspiratiedag
MET IMPACT

© Sociale InnovatieFabriek

10

Growfunding



11

Tweeperenboom

10	DE SAMENLEVING BEN HET WOOD Pagina 10	26	ONZE PRYTHRES BEN HET WOOD Pagina 26
11	VERBODEN & VERBODEN Pagina 11	28	OVER HET DARTTREN, DE SMOEL Pagina 28
12	DE WERELD EN VERBODEN Pagina 12	29	DE OVERHEID ALS PARTNER Pagina 29
13	KLONDE LITTOGEMEN Pagina 13	30	DE LANTINGEN Pagina 30
14	DE BLOK VAN ONZE INZIDEN Pagina 14	31	ONZE ELKINTEN BEN HET WOOD Pagina 31
15	KLONDE LITTOGEMEN Pagina 15	32	TWEEPERENBOOM BEN HET WOOD Pagina 32
16	DE BLOK VAN ONZE INZIDEN Pagina 16	33	DE OEFENINGEN Pagina 33
17	KLONDE LITTOGEMEN Pagina 17	34	DE OEFENINGEN Pagina 34
18	DE BLOK VAN ONZE INZIDEN Pagina 18	35	DE OEFENINGEN Pagina 35
19	KLONDE LITTOGEMEN Pagina 19	36	DE OEFENINGEN Pagina 36
20	DE BLOK VAN ONZE INZIDEN Pagina 20	37	DE OEFENINGEN Pagina 37
21	KLONDE LITTOGEMEN Pagina 21	38	DE OEFENINGEN Pagina 38
22	DE BLOK VAN ONZE INZIDEN Pagina 22	39	DE OEFENINGEN Pagina 39
23	KLONDE LITTOGEMEN Pagina 23	40	DE OEFENINGEN Pagina 40
24	DE BLOK VAN ONZE INZIDEN Pagina 24	41	DE OEFENINGEN Pagina 41
25	KLONDE LITTOGEMEN Pagina 25	42	DE OEFENINGEN Pagina 42

12

Nationale Loterij

Subsidies

De Nationale Loterij zet dankzij haar spelers de schouders onder cultuur, sport, wetenschappelijk onderzoek, arbeidscreëring, werkloosheidsminderering en solidairheidsacties. En elke euro van door spelers, hoe klein ook, maakt een wereld van verschil.

Verdeling van de subsidies

Subsidieaanvraag

Buurs

Veelgestelde vragen

Jaarverdig 2018

GOEDE DOELEN

SPELEN IS OOK STEUNEN: BEDANKT AAN AL ONZE SPELERS!

inspiratiedag MET IMPACT

© Sociale InnovatieFabriek

Categorie	Bedrag (€)	Percentage
Materies rechtstreeks door de wet bedoeld	135.264.805	72,28 %
Specifieke dotaties	19.931.026	10,77 %
Nationaal Prestige	3.379.500	1,82 %
Instellingen en organisaties van bijzonder maatschappelijk belang	7.046.591	3,80 %
Renovatie- en Restauratieprojecten	3.287.872	1,77 %
Maatschappelijke integratie	3.318.404	1,80 %
Maatschappelijke participatie	3.492.500	1,88 %
Evenementen	875.000	0,47 %
Projectgroepen	750.000	0,40 %

13

Nationale Loterij

Elke dag werd er meer dan **€ 500.000** via goede doelen terug verdeeld over het hele land

In totaal ging er meer dan **€ 320.000.000** terug naar de samenleving via tal van projecten en organisaties

61 grote winnaars

2 EUROMILLIONS winnaars rang 2 € 806.957 € 5.012.664

1 EUROMILLIONS Jackpot winnaar € 32.676.840

3 grote winnaars JOKER+

23 grote winnaars CASH

349 organisaties kregen financiële steun dankzij al onze spelers

23 WINNAARS WIN FOR LIFE ZIJN NU CHIEL VOOR DE BEST VAN HUN LEVEN

inspiratiedag MET IMPACT

© Sociale InnovatieFabriek

14

Nationale Loterij



inspiratiedag
MET IMPACT

© Sociale InnovatieFabriek

15

extra/ Gradaties van communiceren

	DOEL VAN DE COMMUNICATIE	INHOUD VAN DE COMMUNICATIE	COMMUNICATIEMEDIUM
informereren	Kernachtig en snel communiceren over één ideaalaspect. Bijv. een specifieke target is gehaald.	Zet de feiten kort en duidelijk op een rij, en illustreer met een minimum aan cijfers.	Brochure, affiche, infographic, sociale media. bijvoorbeeld/ Grootvonding
	Eenkele feiten in context schetsen, maar nog steeds beknopt.	Zet de feiten op een rij en belicht de behaalde effecten. Contextualiseer je resultaten met wat achtergrond (investeringsstrategie, investeringslogica, impact-omblijfs, enz.). Beperk je tot hoogstens enkele pagina's.	Brochure, jaarverslag, website, persbericht, affiche. bijvoorbeeld/ Grootvonding
	Grondig(er) inzoomen op een coherent domein of perspectief van jouw investering. Bijv. een regionaal resultaat, een specifieke doelgroep, portfolio van sociale organisaties, enz.	Stel het 'profiel' op van het domein of perspectief. Maak de diversiteit zichtbaar in een reeks van publicaties of casestudies.	Brochure, video, website, rapport over een specifiek onderwerp. bijvoorbeeld/ Grootvonding bijvoorbeeld/ De Nationale Loterij bijvoorbeeld/ Donoritis
	Verbinding maken met een bepaald maatschappelijk segment door hen de reële impact van je investering te laten ervaren.	Bring je onderwerp tot leven in een krachtig verhaal van redelijke omvang (enkele pagina's).	Video (op website), audiovorslag, voorstelling tijdens een event. bijvoorbeeld/ De Nationale Loterij bijvoorbeeld/ Donoritis
	Een bepaald maatschappelijk segment bewegen om tot actie over te gaan of jouw zaak te begrijpen.	Doel een uitgebreide analyse, met overzicht en achtergrond. Wees op een zachte manier expliciet in je call to action: de aanmoediging om engagement op te nemen.	Charter, rondtafelgesprek tijdens een event, longread, keynote speaker.
	Het regionaal bereik van jouw investering illustreren, aanvuld met mogelijkheden voor geografische uitbreiding.	Schets een 'rij'-totaalbeeld: gebruik voldoende indicatoren die alle belangrijke dimensies belichten. Zorg voor een heldere en eenvoudige inhoudelijke structuur zodat de lezer er vlotjes doorheen leest of navigeert. Gebruik kleurcodes om regionale verschillen in de werf te zetten.	Website, affiche, infographic, voorstelling bij partnerorganisaties. bijvoorbeeld/ De Nationale Loterij
aanzetten tot actie	In kaart brengen van de verschillende maatschappelijke krachten of verhoudingen die zich op een bepaald thema afspeken.	Leg verbanden tussen de verschillende factoren, samenwijken, evolueren. Werk per onderwerp en stel de effecten in relatie tot de trends in de data.	Interactieve presentatie tijdens een werksessie.
	Een helder overzicht geven van de doelstellingen van jouw investering, en de mate waarin je die ook effectief behaalt.	Werk onderwerp per onderwerp, en belicht die vanuit elke invalshoek die jouw data toelaten. Bekrachtig jouw doelstellingen met je gerealiseerde acties en de effecten die daaruit op korte, middellange en lange termijn voortvloeiden. Illustreer je resultaten met grafieken en diagrammen.	Werkessie tijdens een bestuursvergadering.

16

9.40 uur	Keynote: Lakshmi Viswanathan - Yunus Social Business		
10.15 uur	Deel 1 : Een investeringsstrategie opmaken met stakeholders		
	A: Je investeringsstrategie bepalen met interne stakeholders > FORUM	B: Hoe donoren en co-investeerdere betrekken bij de investeringsstrategie? > ZAAL DE BLYDE	
11.30 uur	Deel 2: Het doel van je investering formuleren		
	A : Investeringsdoelen bij organisaties en projecten > ZAAL DE BLYDE	B : Investeringsdoelen bij eindbegunstigden > FORUM	
12.30 uur	Lunch en IMPACT 'MET'		
13.30 uur	Deel 3: Data over impact verzamelen		
	A: Hoe meet je investeringsdoelen bij organisaties en projecten? > FORUM	B: Hoe meet je investeringsdoelen bij eindbegunstigden? > ZAAL DE BLYDE	C: Niet-financiële ondersteuning > ZAAL VENNOTEN
15.00 uur	Deel 4: Je impact verhogen		
	A: Communiceren met impact > ZAAL DE BLYDE	B: Evalueren en impact veranderen > FORUM	C: Samenwerken met impact > ZAAL VENNOTEN
16.25 uur	Wrap up & lancering e-book		inspiratiedag MET IMPACT

17

inspiratiedag
MET IMPACT

18