



# Campagne 'Betekenisvol geven' gelanceerd

Door: Redactie DDB

25-11-2024

*Filantropie*

---

**Nassau Fundraising presenteert 'Betekenisvol geven': 'Deze bewustwordingscampagne wil major donors laten nadenken over hoe zij van betekenis kunnen zijn voor anderen. Welke geefkeuzes maak je als je je geld meer van waarde wilt laten zijn? Door bewust te geven krijg je meer voldoening en kom je dichterbij je doel.'**

---

De campagne komt voort uit een samenwerking van twintig goede doelen en heeft de lange termijnambitie om groot geven in Nederland te bevorderen. De campagne wil major donors inspireren om bewuster over geven na te denken en over de betekenis die zij aan hun vermogen willen verbinden. De waarde van geld wordt immers bepaald door wat je er mee doet, waar je het aan uitgeeft en waar je het aan schenkt.

Vera Peerdeman van Nassau Fundraising: 'Geld kan een krachtig middel zijn voor de doelen die je belangrijk vindt. Je kunt het inzetten om een echt verschil te maken. Met een bewuste geefkeuze en een helder doel, heb je het vermogen om geld echt betekenis te geven. Eenmaal een eigen geefvisie geformuleerd, kunnen goede doelen deze visie ondersteunen. Zij kunnen helpen om grote stappen te zetten op de thema's die je raken, boos of blij maken. Met een grote gift draag je direct bij aan thema's waarin jij vooruitgang wil zien.'



### Vier major donors centraal

In de campagne staan vier major donors centraal: Claudia, Jan, Marian en Randy. Zij zijn 'voorlopers' die al een geefvisie hebben ontwikkeld en zijn in video's geportretteerd. Hierin lichten zij toe wat betekenisvol geven voor hen betekent en welke voldoening hen dit geeft. De videoportretten worden via onlinekanalen en sociale media verspreid en zetten in op het bezoeken van de website [www.betekenisvolgeven.nl](http://www.betekenisvolgeven.nl) en het opvragen van het gratis magazine *Dichter bij jouw doel*.

Peerdeman: 'In het magazine staan vele voorbeelden: interviews waarin major donors praten over de betekenis van hun vermogen, wat echte rijkdom nou eigenlijk is en wat zij voor anderen willen betekenen. Daarnaast vind je er praktische tips om jouw eigen doel helder te krijgen en concrete stappen te zetten.'

## **Samen optrekken**

Wat moet dit initiatief opleveren? Peerdeman: 'In deze eerste campagneperiode zetten we in op bewustwording: we introduceren de term 'betekenisvol geven' en willen major donors aansporen om na te denken wat dit voor hen betekent. Binnen de campagne laten de deelnemende goede doelen zien hoe zij van betekenis zijn binnen hun eigen missie en welke faciliteiten zij aan major donors bieden om hierin samen op te trekken. Op termijn is de hoop dat major donors en de doelen die binnen hun geefvisie vallen elkaar beter, vlotter en vaker kunnen vinden, hetgeen filantropie in Nederland bevordert.'