

# Rift Valley Marathon Experience Fondsenwerving

Walther Hesselink

unicef  voor ieder kind

## 2016 Top P2P Fundraising Events in the Netherlands



Rank 2016	Change	Organisation Name	Event Name	Years old	2016 Gross Total	2015 Gross Total	Absolute Change	% change revenue	# of events	Participants 2016	Participants 2015	% change participants
1	-	Stichting Alpe d'HuZes	Alpe d'HuZes	11	€ 11.103.224	€ 12.010.370	-€907.146	-7,6%	1	4487	4318	3,9%
2	-	Stichting Roparun	Roparun	25	€ 6.605.824	€ 6.552.631	€ 53.193	0,8%	1	331 teams	315 teams	5,1%
3	↑ 1	Stichting de 4e Musketer	Muskathlon	5	€ 4.490.842	€ 3.305.401	€ 1.185.441	35,9%	9	411	326	26,1%
4	↓ 1	KWF Kankerbestrijding	Samenloop voor Hoop	11	€ 2.647.000	€ 3.400.000	-€ 753.000	-22,1%	26	22000	36000	-38,9%
5	-	Stichting Amsterdam City Swim	Amsterdam City Swim	5	€ 2.640.000	€ 2.722.200	-€ 82.200	-3,0%	1	3000	2300	30,4%
6	↑ 1	Duchenne Parent Project	Duchenne Heroes	11	€ 1.385.282	€ 1.267.960	€ 117.322	9,3%	1	394	327	20,5%
7	↑ 2	Stichting Kinderen Kankervrij (Kika)	Run for KiKa	14	€ 1.128.000	€ 976.207	€ 151.793	15,5%	6	9000	8000	12,5%
8	↓ 2	Stichting Kinderen Kankervrij (Kika)	Run for KiKa Marathon	6	€ 1.125.000	€ 1.400.096	-€ 275.096	-19,6%	3	165	158	4,4%
9	↑ 2	Stichting Ride for the Roses	Ride for the Roses	19	€ 1.101.000	€ 916.000	€ 185.000	20,2%	1	8000	9000	-11,1%
10	↑ 5	Stichting Vluchteling	Nacht van de Vluchteling	7	€ 1.050.000	€ 620.000	€ 430.000	69,4%	2	2800	1700	64,7%
11	↓ 1	Ronald McDonald Kinderfonds	HomeRide	6	€ 923.000	€ 916.118	€ 6.882	0,8%	1	62 teams	62 teams	0,0%
12	↓ 4	Stichting Tour du ALS	Tour du ALS	5	€ 902.500	€ 1.043.000	-€ 140.500	-13,5%	1	420	430	-2,3%
13	↑ 3	Stichting Mont Ventoux	Groot verzet tegen kanker	10	€ 887.561	€ 578.333	€ 309.228	53,5%	1	876	552	58,7%
14	↑ 5	Erasmus MC - Daniel den Hoed Stichting	Tour for Life	8	€ 855.200	€ 500.962	€ 354.238	70,7%	1	168	136	23,5%
15	↓ 2	Amref Flying Doctors	Africa Classic	6	€ 747.650	€ 660.862	€ 86.788	13,1%	1	89	79	12,7%
16	↑ 1	Stichting Klimmen tegen MS	Klimmen tegen MS	6	€ 703.903	€ 539.347	€ 164.556	30,5%	1	600	575	4,3%
17	↓ 5	Fight Cancer	Swim to Fight Cancer	3	€ 631.150	€ 771.478	-€ 140.328	-18,2%	5	1149	1000	14,9%
18	↑ 6	Barcode for Life	Stelvio for Life	5	€ 560.126	€ 311.490	€ 248.636	79,8%	1	299	150	99,3%
19	-	Stichting ALS / ALS Westland	A Local Swim	3	€ 545.700	-	-	-%	5	875	-	-%
20	↓ 6	Stichting Kinderen Kankervrij (Kika)	Giro di KiKa	3	€ 504.669	€ 653.308	-€ 148.639	-22,8%	1	108	139	-22,3%
					<b>Overall totals: € 40.537.631</b>	<b>€ 39.145.763</b>	<b>€ 846.168</b>	<b>15,4%</b>				

Findings are based on information; 1) provided by the professionals who manage the peer-to-peer fundraising events and; 2) publicly available data. In nearly all cases, the gross revenue reported by the nonprofits includes any participant registration fees and money raised by participants in the event. And, in some cases, "related revenue" such as cash corporate sponsorships, merchandise sales, and food & beverage sales is also included in the figure.

**WEES SPECIFIEK**  
LAAT DONOREN  
WETEN WAT HET  
DOEL IS EN  
HOE VEEL TIJD JE  
HEBT



Fonds en werking: Rift Valley Marathon Experience – UNICEF voor ieder kind

# UNICEF Rift Valley Marathon Experience



In mei 2018 is het zover: dan lopen zestig Nederlandse hardlopers in Kenia de UNICEF Rift Valley Marathon Experience. Een enorme prestatie, want de deelnemers moeten hoogteverschillen bedwingen en hitte en ijle lucht weerstaan. Ze lopen deze 'moeder aller marathons' niet alleen voor zichzelf, maar ook voor Football for Water. Dankzij dit programma krijgen kinderen op scholen in Kenia schoon water, wc's en (via voetbal) voorlichting over hygiëne. De lopers hebben daarbij jou als sponsor nodig. Steun je hen? Alvast bedankt voor je gift!

## Actiepagina's

Niets gevonden.

Totaal ingezameld bedrag voor dit project: **€0**

### Aantal actievoerders

Personen: **0**

Teams: **0**

Bedrijven: **0**

VEILING  
BBQ  
**DINER**  
STRAATFEEST  
GARAGE SALE

.....

Fondsenwerving Rift Valley Marathon Experience – UNICEF voor ieder kind

# 10 tips

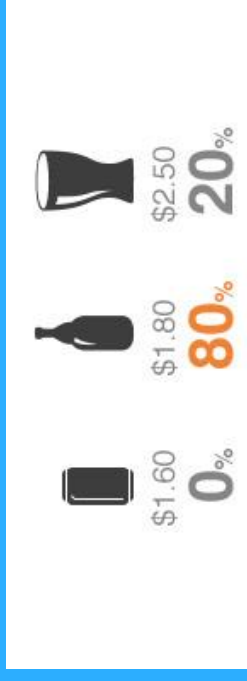
1. Denk vanuit de klant ('de markt')

**David Beckham and Manchester United legends reunite at Old Trafford for UNICEF**



# 10 tips

## 2. Durf te vragen



- Als een hoger bedrag wordt gevraagd, krijg je meer
- Het Anker-effect: Veel waarde hechten aan de informatie die je als eerst ziet. Deze waarde wordt gebruikt als uitgangspunt.

# 10 tips

## 3. Herhaal je vragen

Houd vol  
Gebruik alle kanalen  
Houd mensen op de hoogte  
Doe aan nazorg



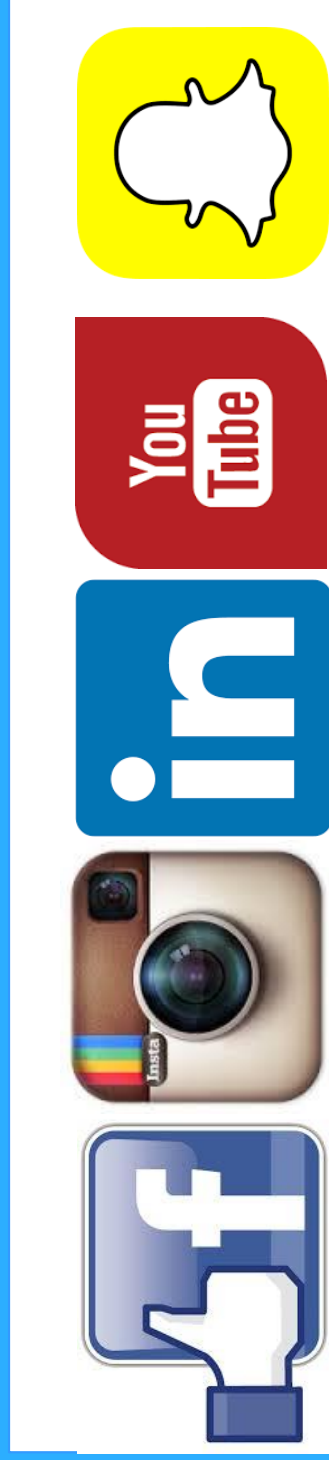


# 10 tips

## 5. Sluit fondsenwerven aan bij je project/event/programma

Sportevent; masseren  
Veel publiek, weinig van veel  
Warm publiek, veilen  
Event voor jongeren; taxiservice voor ouders

# 10 tips



## 6. Gebruik je sociale netwerk

# 10 tips

Regge survival bad



7. Bedenk een ad-on

# 10 tips

UNICEF is een mooie naam een supersterk merk en erg hoog gewaardeerd.  
Soms zijn we echter terloops aanwezig

8. Scherm met de naam UNICEF (put some content in it)

# 10 tips

Pas op met de transparantie als er geld naar UNICEF gaat

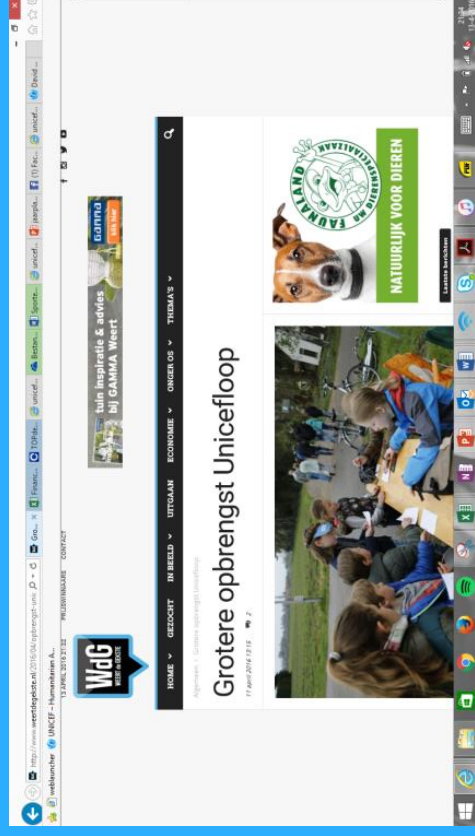



9. Zorg voor sponsoring om kosten te beperken

# 10 tips

Word ambassadeur van UNICEF en help de pers aan copy en verhalen

10. Nodig de pers uit





GEBRUIK TIPS  
ZOALS ZE BIJ  
**JOU PASSES**  
VOOR JOUW  
CAMPAGNE

Fondsenwerving Rift Valley Marathon Experience – UNICEF voor ieder kind



# 10 tips & tricks

1. Denk vanuit de klant ('de markt')
2. Durf te vragen
3. Herhaal je vragen
4. Start op tijd
5. Sluit fondsenwerven aan bij je project/event/programma
6. Gebruik je netwerk
7. Bedenk een ad-on
8. Scherm met de naam UNICEF (put some content in it)
9. Zorg voor sponsoring om kosten te beperken
10. Nodig de pers uit



**MOMENTUM**

PLAATS

VERDUBBELAAR

EEN DAG = EEN DONOR

EMAIL HANDEKENING

INCENTIVES

NETWERK

....

EN DURF ONS TE  
**VRAGEN** ALS JE  
VAST ZIT



Fondsenwerving Rift Valley Marathon Experience – UNICEF voor ieder kind

© UNICEF/NYHQ2012-1488/Dor mino



voor ieder kind



© UNICEF/S/UDA2014-XX228/Norani

Fondsenwerving Rift Valley Marathon Experience – UNICEF voor ieder kind