

Neem een voorbeeld aan Warren Buffett

De eindejaarperiode is typisch de tijd waarin mensen wat dieper in de buidel tasten voor een goed doel. Mathieu Spillebeen van Effectief Geven legt uit hoe beleggers ook hier een voorbeeld kunnen nemen aan hun held Warren Buffett. “Hij beseft dat het kiezen van goede doelen moeilijker is dan het kiezen van aandelen.”

Warren Buffett zei ooit dat je je helden zorgvuldig moet kiezen en vervolgens moet proberen hun voorbeeld te volgen. Veel beleggers nemen dat advies letterlijk en bestuderen zijn discipline, zijn lange termijnlogica en zijn vermogen om helder te blijven onder emotionele druk. Maar wie Buffett echt wil imiteren, hoeft hem niet alleen te volgen in beleggen. Zijn visie op filantropie is minstens even relevant voor iedereen die nadenkt over wat vermogen uiteindelijk kan betekenen. Buffett gelooft namelijk dat de beste investering die iemand kan maken, een investering is in het leven van anderen.

“In wezen draait het om één vraag: waar doet een euro het meeste goed?”

Buffett kondigde de afgelopen jaren aan dat hij bijna zijn volledige vermogen zal weggeven. Opvallend hierbij is zijn besef dat het kiezen van goede doelen moeilijker is dan het kiezen van aandelen. Geld weggeven is makkelijk, maar de echte uitdaging ligt in begrijpen waar dat geld het meeste verschil maakt. Daarom laat hij zich begeleiden door gespecialiseerde instituties die doorlopend onderzoek doen naar goede doelen naar waar op dit moment de grootste hefboom te vinden is per gedoneerde euro.

Daar begint het idee van impactgedreven geven. In wezen draait het om één vraag: waar doet een euro het meeste goed? Onderzoek toont dat er enorme verschillen bestaan tussen goede doelen die op het eerste gezicht vergelijkbaar lijken. Zo blijkt dat de meest effectieve goede doelen van het moment tien tot honderd keer meer impact hebben dan de gemiddelde. Omdat de non-profitsector geen marktsignalen kent zoals de beleggingswereld die wel heeft, blijven die verschillen vaak verborgen. Het gevolg is dat veel giften nageen geen impact hebben.

Effectief Geven is ontstaan vanuit de vaststelling dat het nagenoeg onmogelijk is om zelf te achterhalen wat de meest effectieve goede doelen van het moment zijn. Als adviescentrum helpt Effectief Geven

Vlamingen om te schenken met de hoogste impact per euro, volgens de laatste onafhankelijke wetenschap. We bouwen voort op het werk van internationale onderzoeksinstellingen die meer dan 70000 uur per jaar investeren in het analyseren van goede doelen. Ons doel is eenvoudig: we publiceren de lijst van organisaties die volgens onderzoek momenteel het meest impactvol zijn wereldwijd, en zorgen ervoor dat Belgische donateurs hier kosteloos aan kunnen schenken. Dat betekent dat honderd procent van hun donatie gaat naar de meest veelbelovende goede doelen van dit moment.

Voor beleggers is die manier van denken bijzonder herkenbaar. De kwaliteit van een belegging hangt niet af van hoe goed de marketingafdeling van een bedrijf is, maar van hoe goed hun dienstverlening werkelijk is. Die logica geldt nog sterker in filantropie. Wie enkel schenkt aan wat bekend is, mist kansen. Heel goed zijn in marketing is namelijk niet hetzelfde als heel goed zijn in impact maken.

Via Effectief Geven kan je doneren aan een van de meest effectieve goede doelen binnen drie domeinen: armoede en gezondheid, klimaat en dierenwelzijn. Elk thema heeft ook een fonds waarbij ieder kwartaal de opgehaalde middelen worden gealloceerd aan het meest effectieve goede doel volgens onafhankelijke onderzoeksinstellingen. Zo hoef je als belegger niet te kiezen tussen individuele organisaties, maar laat je gespecialiseerde instellingen die keuze voor jou maken. Je krijgt de gemoedsrust dat je gift op de meest effectieve manier wordt besteed, zonder dat je zelf alle impactstudies hoeft door te nemen.

Een doorgewinterde belegger ziet het opbouwen van vermogen als middel, niet als einddoel. Veel beleggers willen dat hun middelen ook buiten hun portefeuille betekenis hebben. Buffett zei ooit

“Onderzoek toont dat er enorme verschillen bestaan tussen goede doelen.”

“De gemiddelde voltijds werkende Vlaming behoort tot de drie procent rijkste mensen ter wereld.”

dat je vandaag al kan bepalen wat mensen op je begrafenis over je zullen zeggen, door het leven te leiden dat die woorden verdient. Hijzelf wil herinnerd worden als iemand die een vermogen opbouwde voor zichzelf en alles wat hij zelf niet zinvol kon gebruiken, inzetten om het leven van anderen te verbeteren.

De vraag die hij zichzelf stelde was niet hoeveel hij wilde geven aan het goede doel, maar hoeveel hij zinvol vond om aan zichzelf en zijn kinderen toe te wijzen. Alles wat daarna overblijft, mag volgens hem naar diegenen in de samenleving waar de nood het hoogst is. In zijn geval komt dat neer op 99 procent.

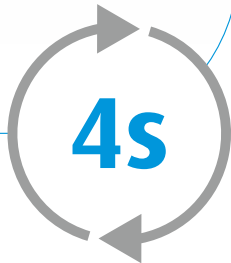
Zo'n hoog percentage zal voor de meesten niet haalbaar of wenselijk zijn, maar een donatie koppelen aan een deel van de winst is natuurlijk wel mogelijk. Doe je dat net voor het einde van het kalenderjaar, dan kan je bovendien rekenen op de fiscale voordelen die bij zo'n gift horen. De gemiddelde voltijdse werkende Vlaming behoort tot de drie procent rijkste mensen ter wereld. Zo voelt dat misschien

niet wanneer je om je heen kijkt, maar op wereldschaal verdienen we gemiddeld twaalf keer meer dan het mondiale gemiddelde. Waar wij ons geld aan uitgeven, zelfs al is het maar een paar procenten van onze winst, is dus bijzonder relevant.

Jaarlijks doneren is niet alleen veel waardevoller voor de goede doelen die je steun ontvangen, omdat hun budgetten minder fluctueren, het zorgt er ook voor dat je de intrinsieke voldoening van geven nu al kan ervaren in plaats van te wachten tot je nalatenschap. Zonder structuur wordt geven snel reactief en versnipperd. Door hier bewust over na te denken en zelf een kader te bouwen, hou je controle over je eigen geefgedrag, in plaats van dat het gestuurd wordt door toevallige ontmoetingen met fondsenwervers op straat.

Bij Effectief Geven raden we ook aan om te diversifiëren. We adviseren donateurs om hun geefgedrag op te delen in twee potjes. Het eerste potje is voor de goede doelen waarbij je een sterke emotionele betrokkenheid voelt. Het tweede potje is voor de goede doelen die het meest effectief zijn. De uitdaging is niet om tussen die twee te kiezen, maar om een balans te vinden die voor jou juist aanvoelt.

De kerstperiode is het hoogseizoen voor goede doelen, omdat veel Vlamingen dan vanuit emotie hun vrijgevigheid willen tonen. Wij geloven dat vrijgevigheid niet enkel een emotie is, maar ook een vaardigheid waarin je kan groeien. Blijf dus vooral die koekjes kopen van de scouts van je neefje, blijf het hondenasiel in je buurt steunen, ga naar benefietconcerten en geniet van de Warmste Week. Maar kies naast die doelen uit potje één ook een doel uit potje twee dat de wereld aantoonbaar beter maakt. ■



Vier seconden die uw productiviteit en winst verhogen

De JENSEN UniQ tunnelwasser zet nieuwe maatstaven op het gebied van productiviteit, hygiëne en efficiëntie. Ontdek de tunnelwasser met de hoogste prestaties:

Bliksemsnelle overdracht, maximale productiviteit: dankzij het open trommelontwerp en de Archimedese spiraal wisselen batches van compartiment in slechts vier seconden - de kortste overdrachtstijd in de industrie.

Hygiëne en veiligheid op het hoogste niveau: ErgoVision videobewaking zorgt voor meer gemak en veiligheid, terwijl UVClean ziektekiemen elimineert zonder chemicaliën - voor perfecte hygiëne.

Efficiënt, duurzaam, winstgevend: een gepatenteerd spoelproces en EcoTanks garanderen maximale terugwinningspercentages en minimaal verbruik - zelfs bij frequente kleurwisselingen.



JENSEN-GROUP NV
Neerhonderd 33, BE-9230 Wetteren
www.jensen-group.com

