

---

# Jaarverslag 2024



## **Inleiding**

Voorwoord door de oprichter	3
Wat voorafging	4
Missie & visie	6
Geven zit in ons, maar vaak ontbreekt de richting	6
De impactkloof	6
De ontbrekende feedbackloop	7
De kennis bestaat al	8
Geven met hart én hoofd	9
Onze missie in het kort	10

## **Wat we doen**

Onze aanpak in één oogopslag	11
Informatieplatform & helpdesk	12
Geen klassieke fondsenwerving	12
Onafhankelijk advies	13
Onze thema's	13
Ons ecosysteem	14
Donatiepartner: Doneer Effectief	15
Leren van onze burens	16
Onze doelgroep	17
Toegankelijkheid als kernwaarde	18
Maatwerk voor grote schenkers	19
Belastingvoordeel en zijn beperkingen	19

## **Wat we bereikten in 2024**

Impactcijfers	20
Media en zichtbaarheid	21
Traditionele media	21
Nieuwswaardigheid & lessen	22
Social media & nieuwsbrief	23
Ambassadeurs	24
Helpdesk & contactmomenten	25
Onze cadeaukaart	25

## **Onze organisatie**

Juridische structuur	26
Wie we zijn: team & bestuur	26
Vrijwilligers en ambassadeurs	27
Samenwerking met Mathieu Spillebeen BV	28
Transparantie en governance	28
Infrastructuur en overdraagbaarheid	29
Financiële rapportering	29

## **Terugblik en vooruitzicht**

Conclusie van 2024	30
Vooruitzichten voor 2025	31

# Voorwoord door de oprichter



Met veel plezier presenteren we het eerste jaarverslag van Effectief Geven vzw.

2024 was voor onze kersverse organisatie een jaar van opbouw en lancering. We zijn trots op wat we in korte tijd hebben kunnen neerzetten: een professioneel platform, een sterk netwerk en – vooral – de eerste donateurs en partners die samen met ons geloven in doelgericht geven.

In de laatste 2 maanden van 2024 haalden we maar liefst €46.597 op voor de meest effectieve goede doelen van het moment.

Met dit jaarverslag leggen we transparant verantwoording af en maken we onze plannen voor de toekomst kenbaar. We danken iedereen die ons in 2024 heeft gesteund, uitgedaagd of geïnspireerd. We kijken ernaar uit om in 2025 samen verder te bouwen aan een beweging die geven niet alleen makkelijker maakt, maar ook effectiever.

## **Mathieu Spillebeen**

Bestuurder en mede-oprichter Effectief Geven

# Wat voorafging

Effectief Geven **begon eind 2023 als een vrijwillig initiatief** van enkele mensen die vonden dat geven aan goede doelen beter kon. We wilden doneren eenvoudiger, transparanter en vooral impactvoller maken. De ideeën leefden al langer, maar het ontbrak tot dan aan een concreet kader om ze waar te maken.

Tussen november 2023 en juni 2024 bouwden we in onze vrije tijd aan een professionele website, richtten een helpdesk op en legden we onze eerste warme contacten met ambassadeurs en vrijwilligers. Dat alles met beperkte middelen, maar met een heldere missie: Vlamingen de kans geven om met hun donatie het meeste goed te doen per euro.

Begin 2024 werden we geselecteerd voor het incubatorprogramma van [Charity Entrepreneurship](#) – een intensief traject dat ons leerde denken als een start-up binnen de context van een vzw. We leerden van gelijkaardige organisaties in onze buurlanden en kregen strategische begeleiding van ervaren mentoren.

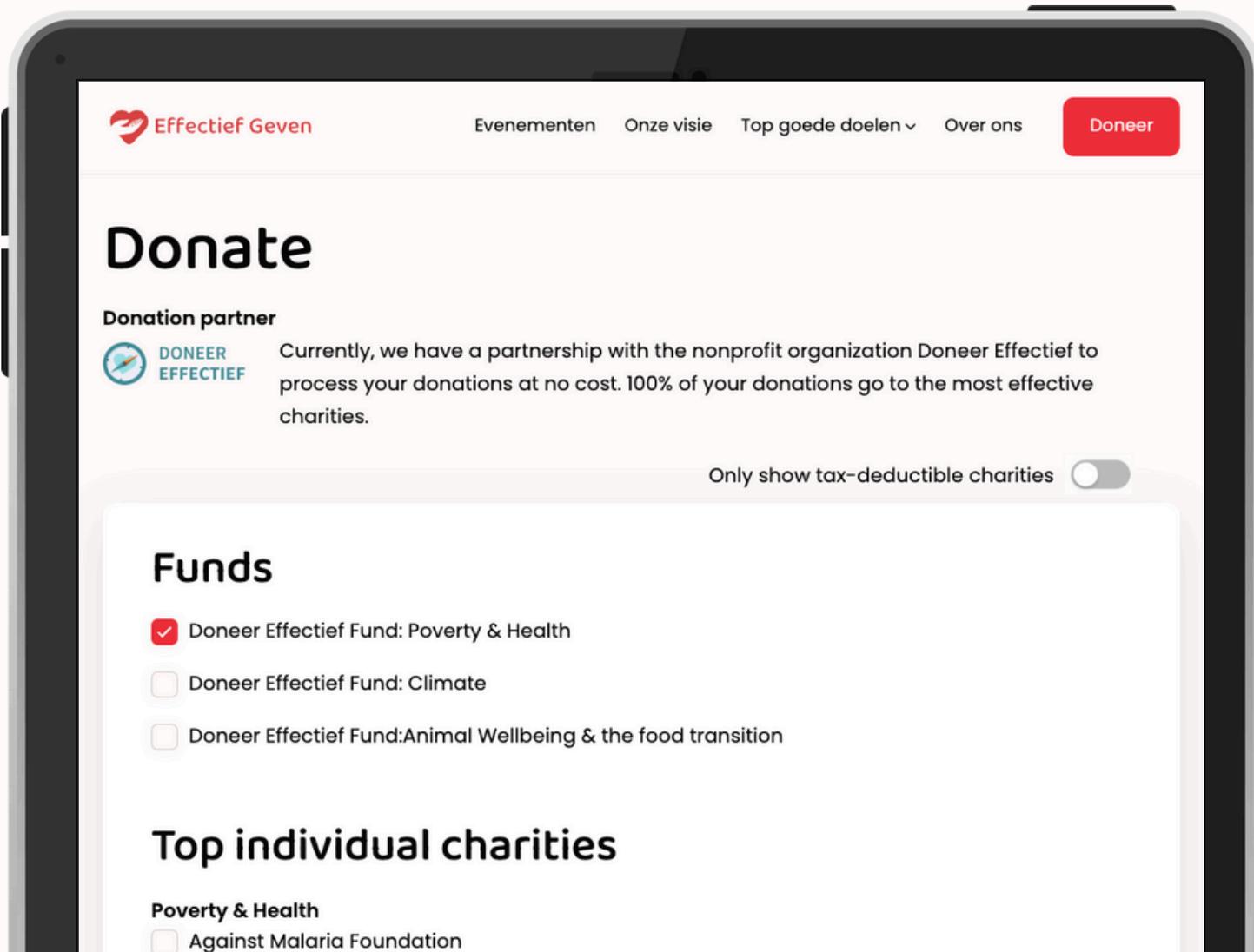
**Vervolgens baseerden we ons op wat in andere landen al werkte.** Door nauw samen te werken met onze Nederlandse tegenhanger [Doneer Effectief](#) konden we hun ervaring, infrastructuur en strategieën benutten om sneller van start te gaan.

Een belangrijke katalysator in deze periode was [ondernemer Pieterjan Muller](#). Hij geloofde in onze missie en werd onze eerste grote sponsor. Via zijn drie bedrijven engageerde hij zich voor meerdere jaren in ruil voor visibiliteit. Die steun maakte het mogelijk onze tijdsinvestering in Effectief Geven op te schalen, met een directe impact op de kwaliteit van onze werking.

Dankzij deze eerste giften voor onze werkings, verwachten we ongeveer de helft van de kosten voor de eerste drie jaar te kunnen dekken. Hoewel niet alles formeel vastligt, gaf dit ons voldoende perspectief om met continuïteit verder te bouwen.

In juli 2024 maakten we de **overstap van een feitelijke vereniging naar een formele vzw** – een cruciale stap om onze werking te professionaliseren en een duurzame basis te leggen voor de toekomst. In nauwe samenwerking met Doneer Effectief bouwden we bovendien [een online donatieplatform](#) dat begin november 2024 live ging.

**Vlaamse schenkers kunnen sindsdien via onze website doneren aan effectieve goede doelen**, terwijl onze Nederlandse partner de verwerking achter de schermen afhandelt. Onze website groeide zo uit tot het kloppend hart van onze dienstverlening: bezoekers vinden er informatie over Effectief Geven en de wetenschappelijke onderbouwing van onze aanbevelingen, en ze kunnen er eenvoudig doneren aan de meest effectieve goede doelen van het moment.



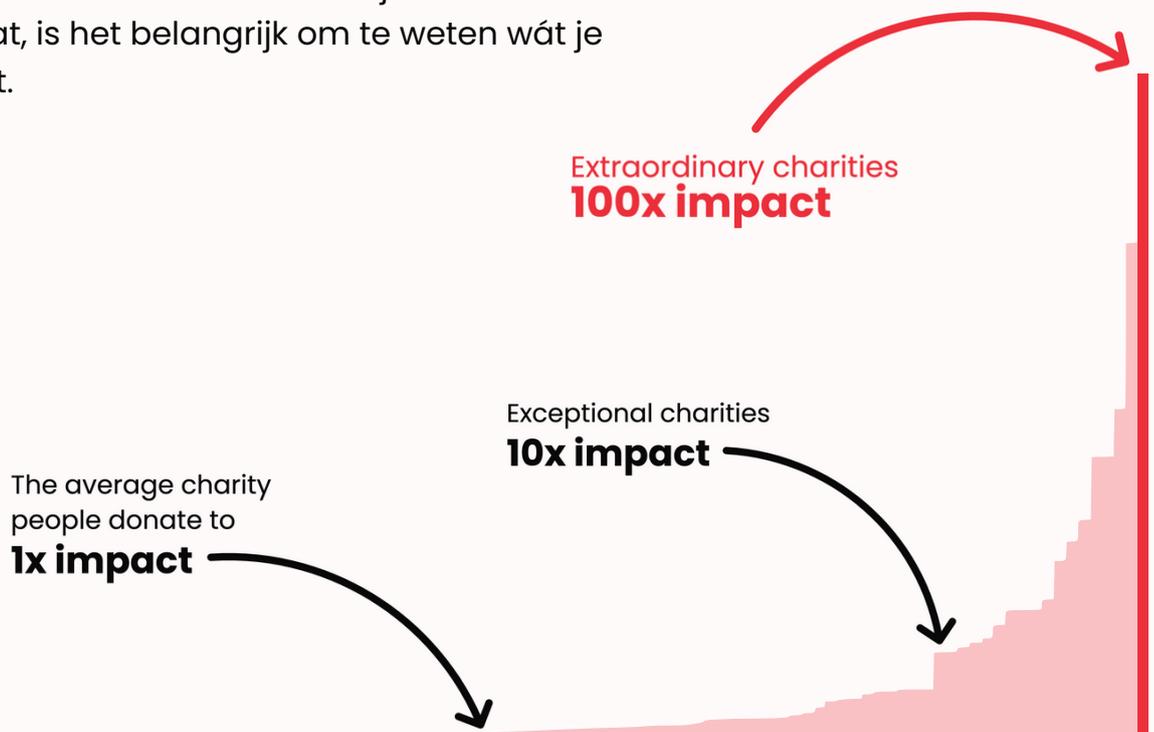
# Missie & Visie

## Geven zit in ons, maar vaak ontbreekt de richting

Vlamingen geven gul. [Uit cijfers](#) blijkt dat **59% van de Vlamingen jaarlijks schenkt aan een goed doel**. Dat is indrukwekkend – zeker als je weet dat [een voltijds werkende Vlaming gemiddeld tot de rijkste 3% van de wereldbevolking behoort](#). Gulheid is er dus genoeg, maar richting ontbreekt vaak. Hoewel de intentie goed zit, staan maar weinig mensen stil bij de eenvoudige vraag: Wat voor verschil maakt mijn gift eigenlijk?

## De impactkloof

Veel mensen denken dat alle goede doelen ongeveer evenveel bereiken. Dat klopt niet. [Onafhankelijke studies](#) tonen keer op keer aan dat sommige organisaties tot wel **100 keer meer impact** genereren per euro dan een gemiddeld goed doel. Concreet kan €100 aan een uitzonderlijk effectieve organisatie evenveel betekenen als €10.000 aan een gemiddelde organisatie. Die kloof is groot, structureel en voor het brede publiek vaak onzichtbaar. En juist omdat die kloof bestaat, is het belangrijk om te weten wát je ondersteunt.

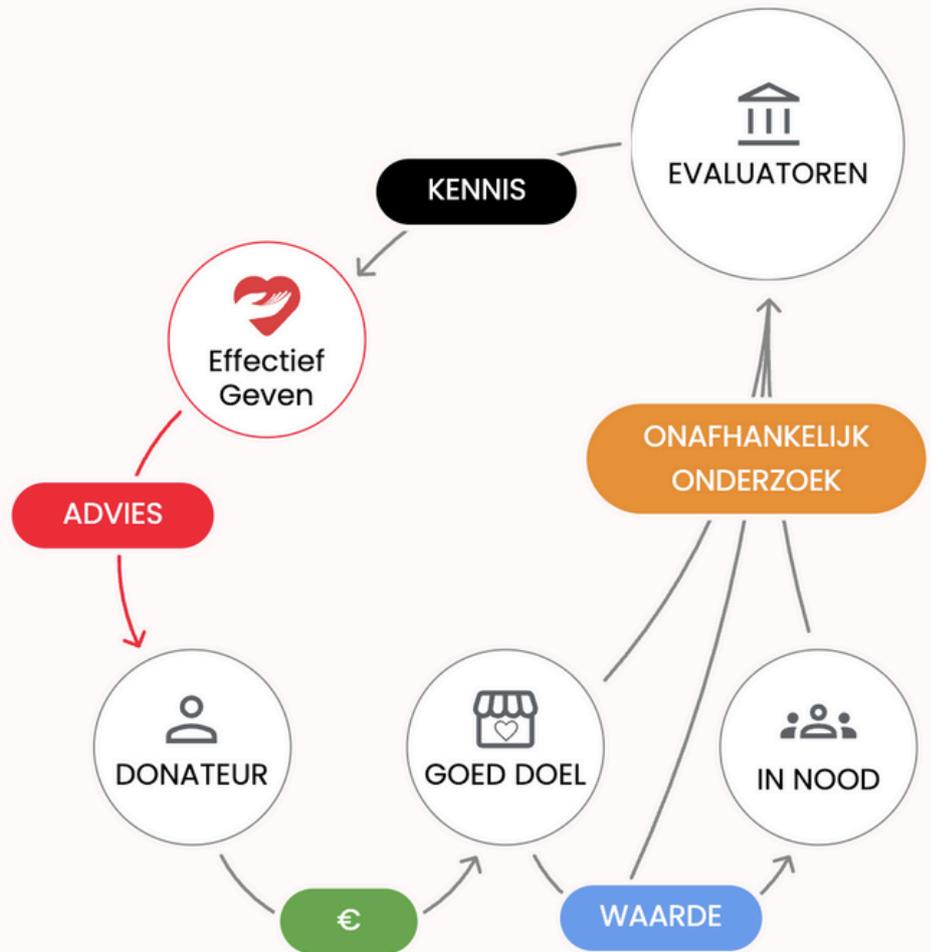


Interventies, in volgorde van impact volgens kosteneffectiviteit. ([bron](#)).

## De ontbrekende feedbackloop

**In bijna alle aspecten van ons dagelijks leven leren we bij op basis van ervaringen en feedback.** We kopen een product, gebruiken het, en als het niet doet wat het belooft, kopen we het de volgende keer niet meer. Die feedbackloop – tussen keuze, resultaat en bijsturing – is wat producten en diensten jaar na jaar beter maakt.

**Bij doneren ontbreekt die dynamiek bijna volledig.** We doen een gift, krijgen wel een bedankingsbrief, maar zelden of nooit objectieve feedback over wat die gift precies heeft opgeleverd. Niet in termen van objectieve impact, en al helemaal niet in vergelijking met alternatieven. Daardoor blijven we vaak geven aan organisaties die we toevallig kennen, vertrouwen of sympathiek vinden.



Zonder feedbackmechanisme is het moeilijk om als donateur bij te leren. We weten niet hoe effectief onze donaties zijn. Net daarom is er nood aan onafhankelijke, transparante en toegankelijke informatie over impact.

## De kennis bestaat al

Nochtans bestaat de kennis al. Internationaal is er een rijk ecosysteem van **onafhankelijke onderzoeksinstellingen** die goede doelen evalueren op effectiviteit, transparantie en kostenefficiëntie. Organisaties als **GiveWell**, **Animal Charity Evaluators**, **Giving Green** en **Founders Pledge** investeren jaarlijks tienduizenden uren in dergelijk onderzoek en publiceren hun bevindingen openlijk.

In België is impactgedreven geven echter nog vrijwel onbekend. De meeste mensen kennen deze bronnen niet en beseffen niet dat ze toegang kunnen krijgen tot die inzichten. Dat is een gemiste kans. Wie het goed voorheeft, verdient ook de kans om het verschil te maken.

### Armoede & Gezondheid



### Klimaat



### Dierenwelzijn & de eiwittransitie



## Geven met hart én hoofd

Veel mensen steunen goede doelen die hen persoonlijk raken: een organisatie waarmee ze een band hebben, een thema dat dichtbij ligt, of een campagne die hen ontroert. Dat is waardevol – **emotie is vaak het startpunt van solidariteit** – en daar willen we niets aan veranderen.

Wat we wél willen, is iets toevoegen. We nodigen donateurs uit om hun betrokkenheid te verbreden: **geef naast met het hart ook met het hoofd**, door te kiezen voor donaties met aantoonbaar de grootste impact.

Het hart vertelt waarom je geeft, het hoofd helpt bepalen waar je het meeste verschil kan maken. Onafhankelijk onderzoek toont welke interventies levens redden, dierenleed voorkomen of CO<sub>2</sub>-uitstoot verminderen – en dat met een veelvoud aan impact per euro vergeleken met een gemiddeld goed doel. De donateur hoeft dus niet te kiezen tussen hoofd en hart; **de twee versterken elkaar**.

Onze boodschap is duidelijk: blijf vooral geven aan de organisaties die je na aan het hart liggen. Maar geef daarnaast ook aan de meest effectieve goede doelen van dit moment, waarvan wetenschappelijk is aangetoond dat ze per euro het meeste goed doen. Door beide vormen van geven te combineren, wordt gulheid een hefboom voor maximale impact. Zo maak je als donateur niet alleen een verschil daar waar het vertrouwd aanvoelt, maar ook daar waar het aantoonbaar het grootst is.



## Onze missie in het kort

Effectief Geven is een non-profit die **mensen en organisaties in België helpt om doeltreffend te doneren** – met andere woorden: **met de grootste wetenschappelijk aangetoonde impact per euro.**

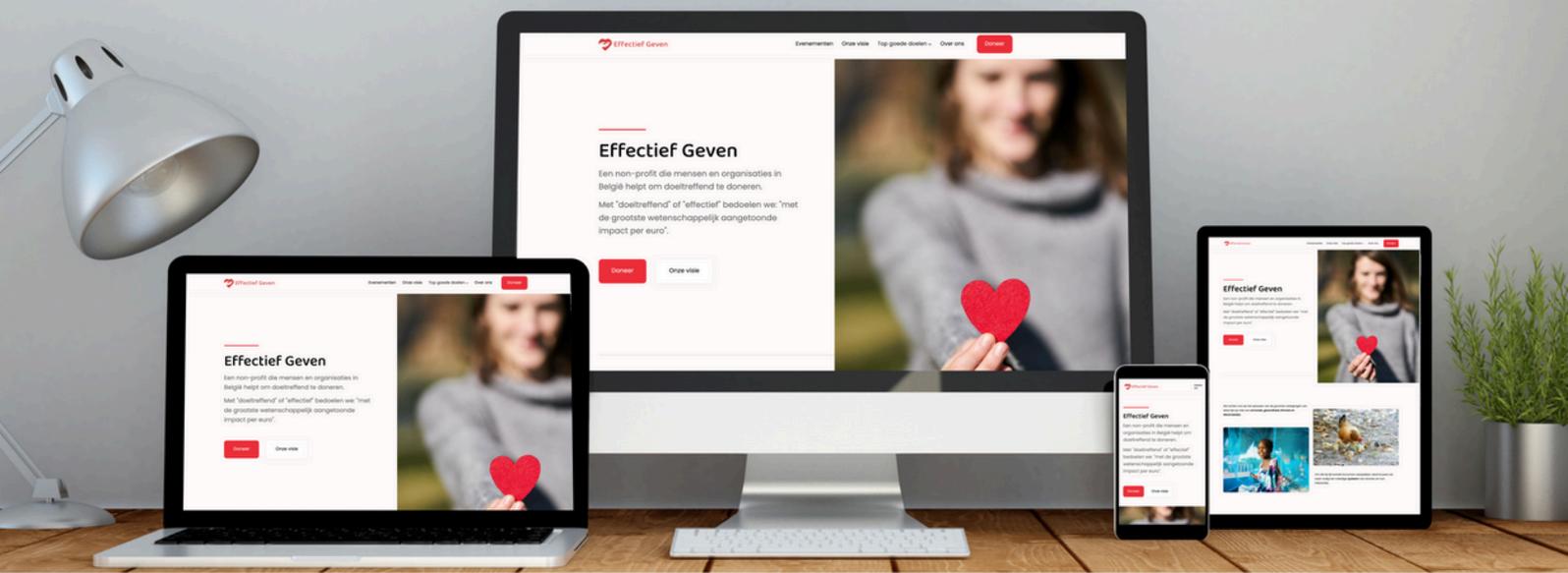
We focussen hierbij op drie domeinen:

- Armoede & gezondheid
- Klimaat
- Dierenwelzijn & eiwittransitie

# Wat we doen

## Onze aanpak in één oogopslag

- **Informatieplatform & helpdesk:** Onze website biedt alle nodige informatie en via de helpdesk krijgt iedereen persoonlijk antwoord op vragen.
- **Geen klassieke fondsenwerving:** Geen emotionele druk of shockerende beelden – we inspireren met feiten en mogelijkheden in plaats van met schuldgevoel.
- **100% onafhankelijk advies:** We nemen geen commissie op donaties en ons advies is volledig gratis en onbevooroordeeld.
- **Partnerschap met Doneer Effectief:** 100% van elke gift gaat naar het goede doel, dankzij integratie met het beproefde donatieplatform van onze Nederlandse partner.
- **Leren van internationale voortrekkers:** We baseren ons op grondig onderzoek van gerenommeerde evaluatie-instanties en op de ervaringen van andere soortgelijke initiatieven in het buitenland.
- **Toegankelijk en op maat:** Ons gepersonaliseerd advies is er voor iedereen – van de kleine gever tot de grote schenker.



## Informatieplatform & helpdesk

Onze website is het centrale informatieplatform. We leggen uit wat Effectief Geven inhoudt, presenteren de wetenschappelijke onderbouwing van onze aanbevelingen en tonen een actueel overzicht van de meest effectieve goede doelen. Via onze site kunnen donateurs bovendien meteen online doneren aan de aanbevolen doelen of fondsen, zonder de website te verlaten.

Daarnaast staan we klaar met een persoonlijke helpdesk voor alle vragen. Vrijwilliger Angelique beantwoordt elke vraag binnen drie werkdagen – of het nu gaat om fiscale aftrekbaarheid, nalatenschappen, onze selectiecriteria of hulp bij het doneren. Die laagdrempelige hulp op maat zorgt ervoor dat iedereen vragen beantwoord worden.

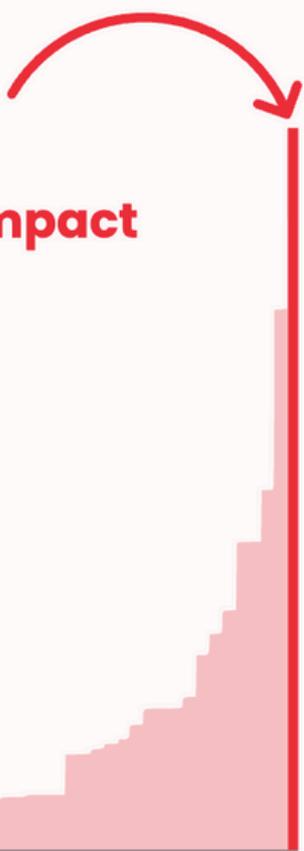
## Geen klassieke fondsenwerving

Goed doen vertrekt volgens ons vanuit een eigen overtuiging, niet vanuit druk of schuldgevoel. Daarom kiezen we ervoor om **geen choquerende of triestige beelden te gebruiken** om mensen tot doneren aan te zetten. In plaats van mensen te confronteren met ongemak, willen we inspireren met de kracht van wat mogelijk is.

Die filosofie trekken we door in al onze communicatie. We **vragen nooit rechtstreeks om een gift**. Onze rol is **kennis en advies delen**, zodat mensen op hun eigen tempo en vanuit hun eigen motivatie kunnen beslissen wat ze doen met die informatie.

We beseffen dat elke donateur een eigen traject heeft: voor de ene is dat een snelle klik, voor de andere een lange weg van overwegen en vergelijken. Die ruimte geven we bewust.

We profileren ons dus niet als klassieke fondsenwerfers, maar als een **onafhankelijk kennis- en adviescentrum voor impactvol geven**. Ter bevestiging daarvan onderschreven we de **Gedragscode inzake Fondsenwerving** en de **Gedragscode Ethisch en Integer Handelen**.



Enkel de goede doelen met de **grootste impact**





## Ons ecosysteem

Effectief Geven opereert niet in een vacuüm. We maken deel uit van een groeiend internationaal netwerk van organisaties die impactvol geven bevorderen. We bouwen voort op de expertise van **onafhankelijke evaluatieinstanties** en op de ervaringen van collega-initiatieven in het buitenland. Die inbedding in een breder ecosysteem brengt een schat aan expertise, bewezen strategieën en vertrouwen met zich mee.

## Donatiepartner: Doneer Effectief

Voor de verwerking van donaties werken we samen met onze Nederlandse zusterorganisatie **Doneer Effectief** (actief sinds 2022). Die samenwerking biedt grote voordelen. **Doneer Effectief verwerkt alle donaties kosteloos**, waardoor **100% van elke gift bij het goede doel terechtkomt** – een essentieel criterium voor ons. Daarnaast maken we gebruik van hun bestaande donatie-infrastructuur en geautomatiseerde systemen om giften correct en efficiënt te laten verwerken. We bouwden samen een geïntegreerd donatieplatform op onze website, volledig afgestemd op Belgische schenkers en gekoppeld aan hun betaalprovider.

Dankzij dit platform kunnen Belgische donateurs via onze site geven aan effectieve goede doelen, terwijl [Doneer Effectief](#) op de achtergrond de afhandeling doet. Donateurs krijgen nadien via het portaal van Doneer Effectief ook een **persoonlijk donatieoverzicht**, wat het vertrouwen en gebruiksgemak vergroot. We hebben er bovendien voor gekozen de **thematische fondsen** van Doneer Effectief over te nemen. Zo kunnen Belgische schenkers bijdragen aan dezelfde fondsen voor armoede, klimaat en dierenwelzijn als hun Nederlandse tegenhangers, met dezelfde schaalvoordelen, zorgvuldige selectie en opvolging.

Deze samenwerking betekende ook dat we het **selectieproces en de onderzoeksinstellingen** waarop Doneer Effectief vertrouwt, grondig hebben geëvalueerd. We besloten hun aanpak en aanbevelingen integraal over te nemen, omdat ze nauw aansluiten bij onze waarden: wetenschappelijke onderbouwing, transparantie en maximale impact per euro. Doneer Effectief stond van meet af aan open voor samenwerking over de landsgrens. Hun ambitie om ook Belgische schenkers te bereiken, hun pragmatische instelling en het feit dat we letterlijk en figuurlijk dezelfde taal spreken, maakten hen de ideale partner waar we heel erg dankbaar voor zijn.

Door deze constructie verwerkt Effectief Geven **zelf geen financiële transacties**. Dat vereenvoudigt onze administratie en de jaarlijkse onafhankelijke audit die Doneer Effectief ondergaat, voegt een extra laag transparantie toe. Wij kunnen onze volle energie richten op onze kerntaak: mensen in België helpen om hun giften te sturen naar waar ze het meeste goed doen. Tegelijk werken we verder aan de juridische en technische voorwaarden om in de toekomst ook in België zelf **fiscale attesten** te kunnen aanbieden voor een bredere waaier aan effectieve goede doelen.

## Leren van onze buren

Effectief Geven maakt deel uit van een internationaal netwerk van **Effective Giving Initiatives** (EGI's) die in verschillende landen zijn opgestart. Telkens zijn ze aangepast aan de lokale cultuur, taal en geefgewoonten.

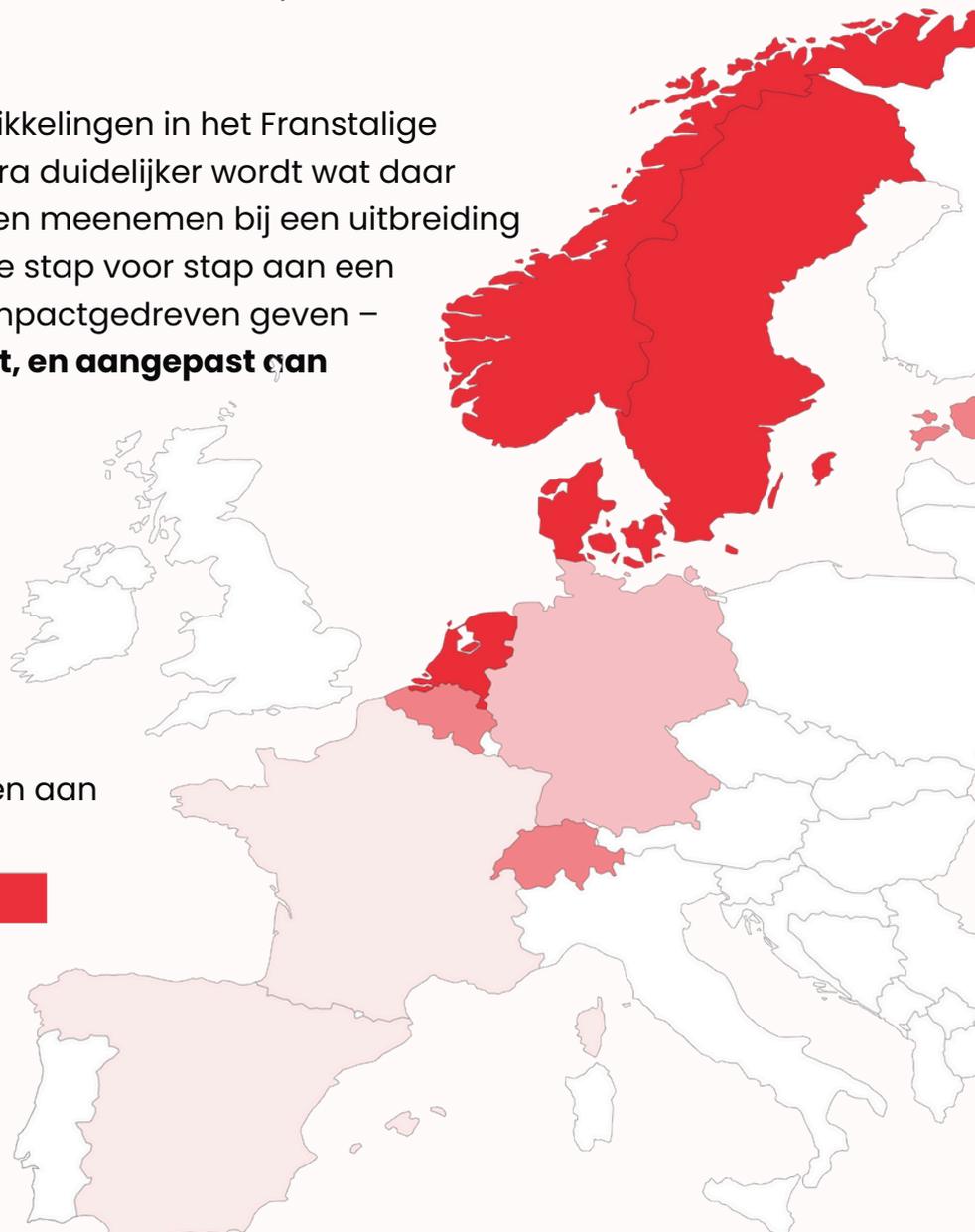
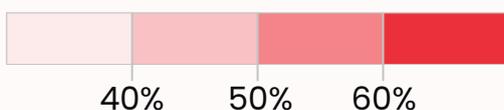
Voor België is het belangrijk te beseffen dat geefculturen sterk kunnen verschillen per regio. Uit onze analyse blijkt bijvoorbeeld dat de **Vlaamse gever** cultureel nauw aanleunt bij de Nederlandse en Duitse, terwijl de **Waalse gever** meer gelijkenissen vertoont met de Franse context. In Nederland en Duitsland bestaan al succesvolle EGI's met beproefde modellen waar we veel van kunnen leren. In Frankrijk daarentegen staat een EGI nog in de kinderschoenen;

Daarom hebben we ervoor gekozen ons in de eerste jaren exclusief te richten op **Vlaanderen**. Die focus is zowel strategisch als pragmatisch:

- We kunnen gebruikmaken van de inhoudelijke en technische infrastructuur van onze Nederlandse partner (zonder taalbarrière).
- De Vlaamse markt sluit het best aan bij de aanpak en doelgroep van de succesvolle EGI's in onze buurlanden, die open staan om hun inzichten met ons te delen.

We volgen intussen de ontwikkelingen in het Franstalige ecosysteem op de voet. Zodra duidelijker wordt wat daar werkt, kunnen we die inzichten meenemen bij een uitbreiding naar Wallonië. Zo bouwen we stap voor stap aan een Belgisch ecosysteem voor impactgedreven geven – **geïnspireerd door wat werkt, en aangepast aan wat nodig is.**

% aantal mensen die doneren aan het goede doel ([Bron](#))



## Onze doelgroep

Effectief Geven wil zoveel mogelijk mensen in België helpen om doeltreffender te doneren. We houden de drempel daarom bewust laag: **ons advies is gratis, open en begrijpelijk voor iedereen**, ongeacht inkomen, leeftijd of ervaring met filantropie. We maken van Effectief Geven geen eliteproject, maar een denkwijze die voor iedereen toegankelijk is.

Tegelijk richten we onze communicatie vooral op mensen bij wie onze boodschap het snelst weerklank vindt. We denken aan wie zich graag verdiept in maatschappelijke vraagstukken, wetenschappelijke bewijsvoering op prijs stelt, of van nature het grotere plaatje opzoekt. Ook mensen die in hun leven al geëngageerd zijn – van vegetariërs en klimaatactivisten tot vrijwilligers – voelen vaak een klik met ons verhaal. Sommigen onder hen doneren al en zoeken meer impact; anderen willen iets betekenen, maar weten nog niet hoe. Voor al die mensen willen we een **heldere gids** zijn: geen verkoper, maar een betrouwbare bron van informatie, inspiratie en perspectief.

Daarnaast lukte het ons ook om al **enkele bedrijven te betrekken** in ons verhaal. Steeds meer ondernemingen zoeken zinvolle manieren om hun maatschappelijke betrokkenheid te tonen. Filantropie biedt hen de kans hun waarden uit te dragen, hun medewerkers te betrekken en een verschil te maken dat verder reikt dan de kernactiviteit. We willen hier een partner in zijn: door bedrijven te helpen hun giften gericht in te zetten, dragen we samen bij aan oplossingen die werken.

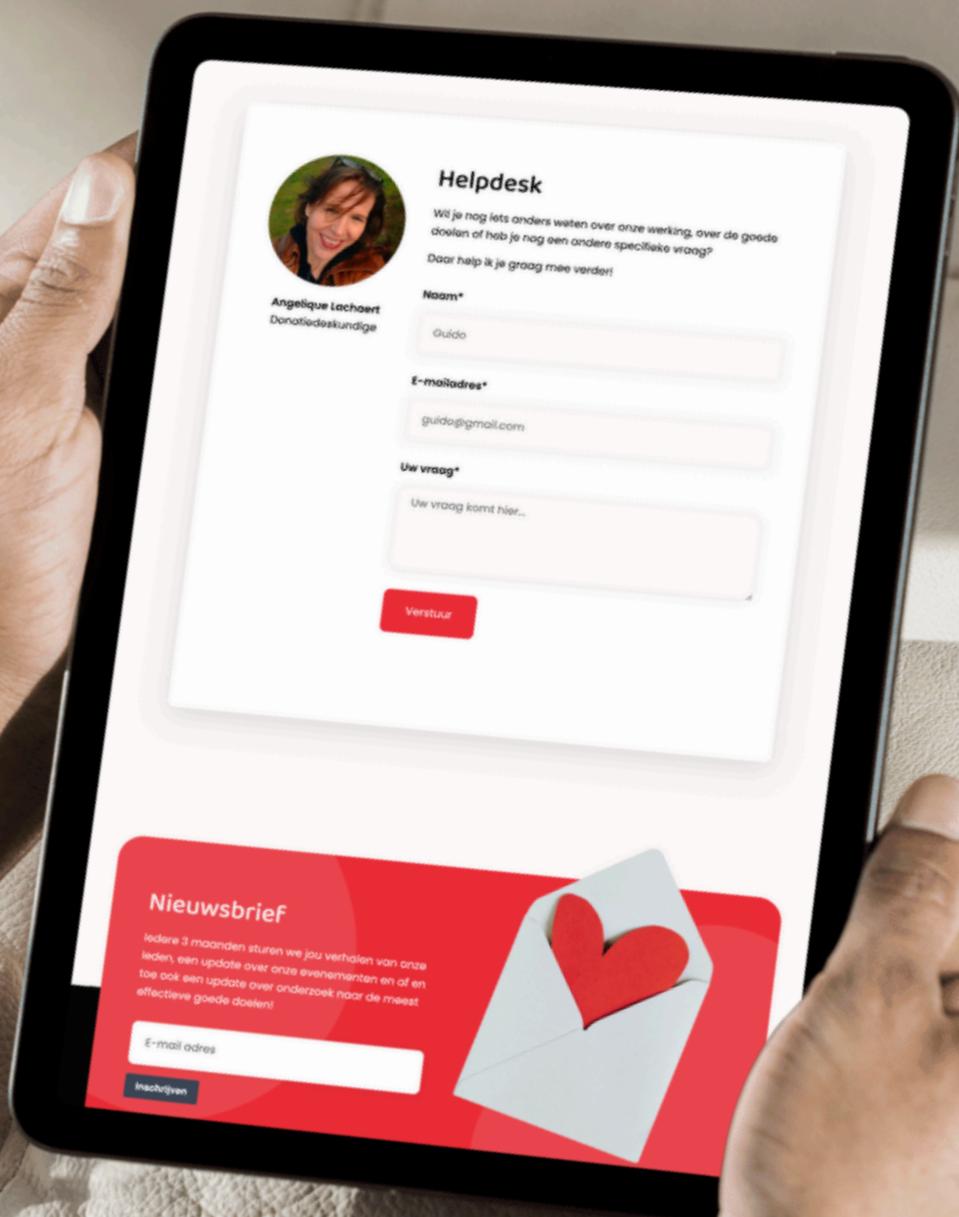
Door breed toegankelijk te zijn én doelgericht te communiceren, bouwen we aan een diverse, maar inhoudelijk betrokken achterban.

## Toegankelijkheid als kernwaarde

Effectief Geven wil niet alleen betrouwbare informatie bieden, maar ook echt aanspreekbaar zijn. We houden onze communicatie **menselijk en laagdrempelig**: geen keuzemenu's of anonieme formulieren, maar echte mensen die klaarstaan. In 2024 kregen we via onze helpdesk zo tientallen vragen van zowel particulieren als bedrijven.

Tijdens de eindejaarsperiode – het belangrijkste geefmoment van het jaar – gingen we nog een stap verder: we plaatsten het **gsm-nummer van oprichter Mathieu** op onze website. Iedereen met een dringende of persoonlijke vraag kon hem zo direct bereiken. Dat leidde in 2024 tot onder andere een eerste contact met een journalist van De Tijd (wat in 2025 resulteerde dit in [dit prachtige artikel](#)).

Voor ons is echte toegankelijkheid méér dan bereikbaar zijn: het geeft aan dat er bij Effectief Geven mensen achter de schermen zitten die luisteren, meedenken en antwoorden – zonder verkooppraatjes, maar met oprechte betrokkenheid.



## Maatwerk voor grote schenkers

Ons advies is altijd gratis en vrijblijvend, ongeacht het bedrag. Iedereen die vragen heeft over impactvol geven – groot of klein – kan bij ons terecht voor helder, wetenschappelijk onderbouwd advies.

Voor wie **€100.000 of meer** wil schenken, bieden we desgewenst **gepersonaliseerde begeleiding**. We bekijken dan samen welke thema's of doelen de schenker belangrijk vindt, en koppelen die aan bewezen effectieve organisaties – desnoods buiten onze publieke lijst. Via onze samenwerking met Doneer Effectief kunnen we in zulke gevallen zelfs giften faciliteren aan goede doelen die niet op onze website staan, zolang ze voldoen aan onze kwaliteitseisen. Zo leveren we maatwerk voor grote schenkers: volledig afgestemd op hun waarden én met maximaal aantoonbare impact.

We doen dit discreet, transparant en zonder enige financiële compensatie. Ook bij grotere giften blijft ons uitgangspunt hetzelfde: **jouw donatie, optimaal besteed**. Hoewel niemand in 2024 van deze mogelijkheid gebruikmaakte, markeert ze een volgende stap in onze ambitie om ook grote filantropen te begeleiden. We blijven dit aanbod verfijnen en actief bekendmaken.

## Belastingvoordeel en zijn beperkingen

In 2024 konden we in België jammer genoeg **maar voor één goed doel een fiscaal attest aanbieden**: [de Against Malaria Foundation](#) (AMF). Dit is momenteel het enige door ons aanbevolen goede doel dat via het Transnational Giving Europe-netwerk van de Koning Boudewijnstichting een belastingvoordeel kan bieden.

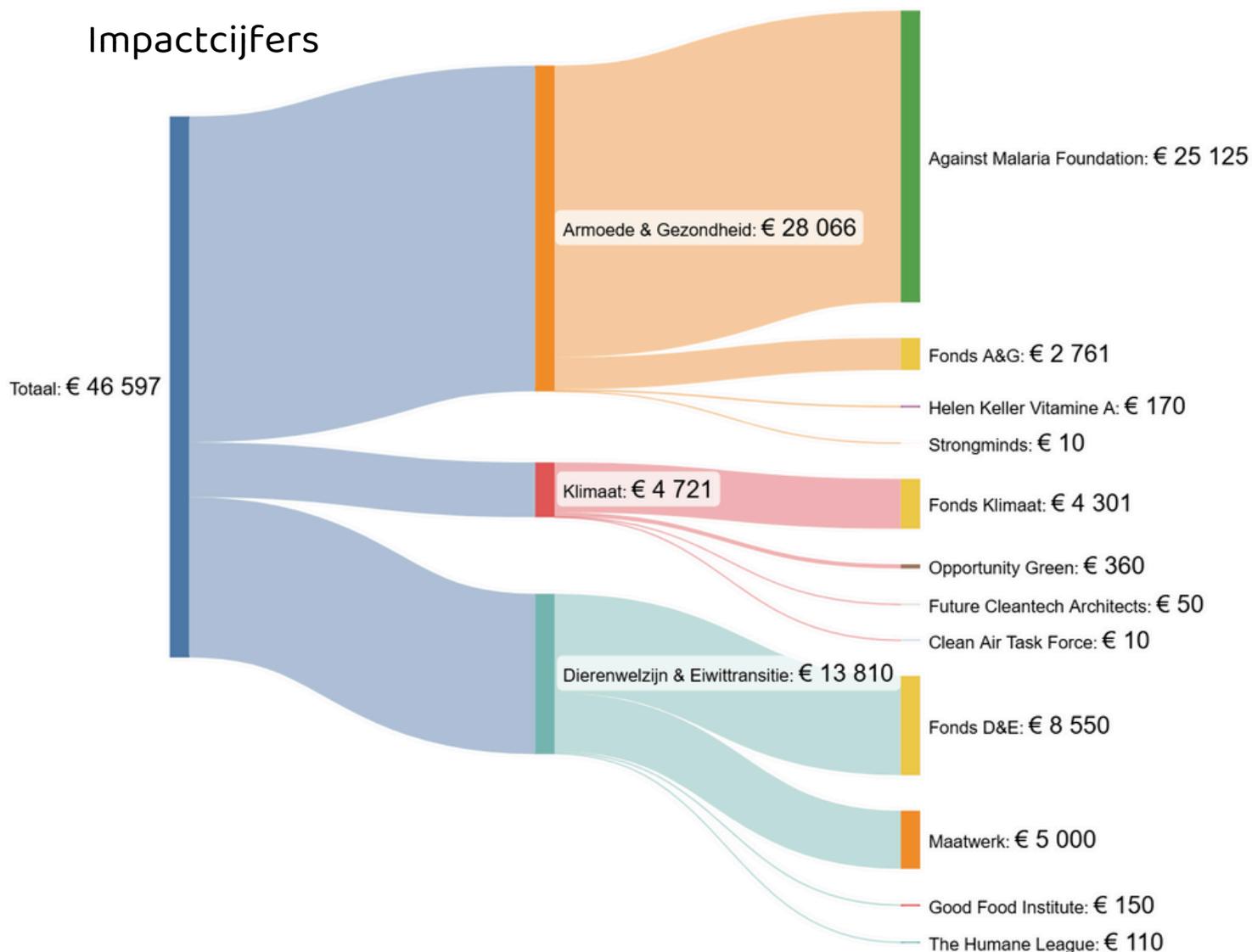
Om schenkers die veel belang hechten aan een belastingvoordeel toch tegemoet te komen, **verwezen we hen door naar de Koning Boudewijnstichting**. Via die weg konden giften aan AMF fiscaal aftrekbaar gebeuren – zonder dat Effectief Geven zelf een Belgische erkenning had.

Een nadeel is wel dat we **geen zicht hebben op het totaalbedrag dat langs die route werd gedoneerd**, tenzij schenkers ons dat expliciet melden. Met andere woorden: er zijn giften waar we niet van op de hoogte zijn en die dus niet in de donatiecijfers van dit jaarverslag zijn opgenomen.

We beschouwen dit als een **tijdelijke situatie**. Achter de schermen werken we aan een juridisch en praktisch kader om in de toekomst ook voor andere effectieve goede doelen **belastingvoordeel binnen België** te kunnen voorzien.

# Wat we bereikten in 2024

## Impactcijfers



In de laatste twee maanden van 2024 haalden we via Effectief Geven in totaal **€46.597** op voor de meest effectieve goede doelen van het moment. Die donaties kwamen van **78 schenkers** die besloten hun geld in te zetten waar het het meeste goed doet. Veruit de meeste giften waren eenmalig (65), maar **13 donateurs** kozen voor een terugkerende donatie – iets wat we in de toekomst verder willen stimuleren. Onze **thematische fondsen** bleken erg populair: veel schenkers vertrouwen erop dat wij (samen met onze partners) binnen elk thema het beste doel selecteren.

Een aanzienlijk deel van het totaalbedrag komt voort uit één uitzonderlijke donatie van **€25.000 aan de Against Malaria Foundation**. Dat toont aan hoe één beslissing een enorme impact kan hebben. Tegelijk zijn we minstens even dankbaar voor alle kleinere bijdragen – samen maken ze het verschil.

## Media en zichtbaarheid



In 2024 kwam Effectief Geven onder de aandacht van het brede publiek. [Via traditionele pers](#), sociale media, onze nieuwsbrief en de steun van ambassadeurs vergrootten we stapsgewijs onze zichtbaarheid.

### **Traditionele media**

Traditionele media speelden een sleutelrol in onze bekendheid. We kregen in 2024 de kans om onze missie uitgebreid toe te lichten in [een interview op Radio 1](#), waar we bijna 15 minuten onze werking en visie mochten uitleggen. Ook **Het Nieuwsblad** pikte onze aanpak op: in [de podcast Vrolijke Vrekken](#) werden we omschreven als “een wetenschappelijke benadering van waar brengt mijn geld het meeste op en waar kan ik het verschil maken.”

Daarnaast wist **Jules Vangeel** op zijn eigen manier aandacht te trekken. Met zijn plan om het wereldrecord “Marathon op Crocs” te breken – gekoppeld aan een inzamelactie voor het Fonds Armoede & Gezondheid – inspireerde hij niet alleen lopers, maar ook journalisten. Het leverde nieuwsitems op bij **VTM Nieuws, VRT NWS, Radio 2 en ROB-tv**.

We merkten duidelijk dat al deze aandacht zorgde voor meer websitebezoekers, extra nieuwsbriefinschrijvingen en een stijging in donaties. **Zichtbaarheid loont** – op voorwaarde dat het juiste verhaal op het juiste moment gebracht wordt.

## **Nieuswaardigheid & lessen**

Een belangrijke les in 2024 was **het verschil tussen relevantie en nieuwswaardigheid**. Dat wij als Belgische organisatie samenwerken met een internationaal netwerk om extreme armoede wetenschappelijk en doelgericht aan te pakken – op basis van onderzoek dat zelfs een Nobelprijs opleverde – is maatschappelijk uiterst relevant. Maar het haalde de media niet. Een wereldrecordpoging op Crocs? Die haalde het wél.

Voor een niet-sensationele, wetenschappelijk onderbouwde organisatie als de onze is dat een flinke leercurve. We moeten leren om verhalen te brengen die niet alleen inhoudelijk relevant zijn, maar ook nieuwsgierigheid wekken en blijven hangen binnen de mediadynamiek.

We beseffen ook dat niet elke mediavermelding dezelfde waarde heeft. Een korte passage in een kanaal dat onze doelgroep niet volgt, zal weinig opleveren. Maar een diepgaand interview in een medium waar onze doelgroep zich thuis voelt – en waarin we de ruimte krijgen om écht uit te leggen waar Effectief Geven voor staat – maakt een wereld van verschil. **Kwaliteit boven kwantiteit** is daarbij ons motto.

Onze eerste stappen in de mediawereld zijn bemoedigend, maar het is nog maar het begin. We werken verder aan een duidelijke media- en communicatiestrategie, zoeken ambassadeurs die onze boodschap kunnen vertalen naar een breder publiek, en blijven leren hoe we het juiste verhaal op het juiste moment kunnen brengen.

We geloven dat het publiek niet onverschillig is – maar wel overprikkeld. Juist daarom willen we helder, menselijk en onderbouwd blijven vertellen waar het verschil het grootst is.



### Social media & nieuwsbrief

Naast de pers zochten we ook actief het publiek op via digitale kanalen. Eind 2024 hebben we onze intrede gemaakt op **LinkedIn** als onderdeel van onze bredere communicatiestrategie. Dat platform laat ons toe om professionals, bedrijven en geëngageerde individuen rechtstreeks te bereiken met inzichten over Effectief Geven, updates over onze werking en verhalen over impact. De eerste reacties waren positief: er leeft duidelijk interesse in een doordachtere vorm van filantropie. In 2025 bouwen we hierop verder, met regelmatigere content op maat van onze volgers.

Ook via onze **nieuwsbrief** hielden we geïnteresseerden op de hoogte. Eind 2024 telde onze mailinglijst **334** abonnees. We verstuurden drie edities naar het brede publiek en hielden onze interne stakeholders maandelijks op de hoogte. Hoewel de nieuwsbrief vooral bedoeld is om te informeren, merkten we dat hij nog weinig verkeer naar de website oplevert. Dat is een aandachtspunt voor 2025, zeker als we mensen meer tot actie willen aanzetten.

## Ambassadeurs

In 2024 mochten we twee inspirerende ambassadeurs verwelkomen: [Rutger Bregman](#) en [Tobias Leenaert](#).

Beide heren delen onze missie om de wereld doelgericht beter te maken. Ze koppelen die ambitie aan een scherpe pen, een heldere visie en een groot bereik. Hun steun is geen symbolisch uithangbord, maar een bewuste keuze om **het verhaal van Effectief Geven mee uit te dragen** – genuanceerd én ambitieus.

**Rutger Bregman**, auteur van onder meer *De meeste mensen deugen*, weet als geen ander hoe ideeën kunnen reizen en hoe je complexe, morele vraagstukken toegankelijk maakt voor een breed publiek. Zijn steun geeft *Effectief Geven* inhoudelijke slagkracht en geloofwaardigheid, ook buiten Vlaanderen.

**Tobias Leenaert**, auteur van *How to Create a Vegan World* en medeoprichter van ProVeg, is al jaren een toonaangevende stem rond dierenwelzijn, systeemverandering en pragmatische vooruitgang. Als ambassadeur versterkt hij onze positie binnen het domein dierenwelzijn en eiwittransitie – een thema waarin hij zowel activist als strateeg is.

We zijn bijzonder dankbaar voor hun betrokkenheid. Met hun naam en netwerk helpen ze ons **nieuwe mensen te bereiken én vertrouwen te winnen bij wie ons nog niet kent**. Ambassadeurs geven ons geloofwaardigheid – mensen vertrouwen ons sneller als zij achter ons staan.



Rutger Bregman



Tobias Leenaert

## Helpdesk & contactmomenten

Onze helpdesk kwam in 2024 al goed op gang. Vrijwilliger Angelique beantwoordde **46 vragen** van particulieren, bedrijven én zelfs andere goede doelen. Die vragen varieerden van fiscale aftrekbaarheid en nalatenschappen tot onze selectiecriteria en praktische donatiehulp.

We gebruikten de inzichten uit deze contacten om onze **FAQ-pagina** te verbeteren en scherper zicht te krijgen op de noden en onzekerheden van onze bezoekers. Ze hielpen ons ook bij het bepalen van de prioriteiten voor 2025. Elk contactmoment – hoe klein ook – was voor ons leerrijk en bevestigde de behoefte aan duidelijke informatie over Effectief Geven.

## Onze cadeaukaart

Vlak voor de eindejaarsperiode lanceerden we de **Effectief Geven-cadeaukaart**. Daarmee gaven we schenkers de kans om bewust te kiezen voor een ander soort cadeau: geen geschenk voor zichzelf, maar een donatie namens iemand anders, ten voordele van mensen en dieren die het écht nodig hebben.

Wie een kaart bestelde, kon zelf het bedrag bepalen en een persoonlijke boodschap toevoegen. De cadeaukaart was beschikbaar in digitale vorm of als gedrukt kaartje – zodat er toch iets tastbaars onder de kerstboom kon liggen.

De interesse was in 2024 nog beperkt: **tien mensen** maakten gebruik van deze mogelijkheid. Toch illustreert het initiatief waar Effectief Geven voor staat: een alternatief bieden voor klassieke geschenken, met méér impact en minder verspilling. We nemen de lessen mee naar volgend jaar om deze formule sterker te promoten en verder aan te scherpen.



# Onze organisatie

## Juridische structuur

Effectief Geven vzw werd officieel **opgericht in juli 2024** (met de maatschappelijke zetel te Westerlo). Deze overgang van feitelijke vereniging naar vzw gaf ons de mogelijkheid de werking structureel en duurzaam uit te bouwen. De organisatie werd opgericht door **Mathieu Spillebeen** en **Jeroen De Ryck**, die sindsdien optreden als bestuurders van de vzw.

## Wie we zijn: team & bestuur



Mathieu Spillebeen

In deze beginfase bestaat het **bestuur** enkel uit de twee oprichters, Mathieu en Jeroen. Zij combineren hun bestuursrol met de operationele uitbouw van de organisatie. Dat is logisch bij de start, maar we zien het als een belangrijke volgende stap om het bestuur geleidelijk uit te breiden.



Jeroen De Ryck

We willen evolueren naar een breder samengestelde raad van bestuur waar de oprichters verantwoording moeten afleggen en waar externe profielen mee waken over de langetermijnvisie, onafhankelijkheid en professionaliteit van de vzw. Dit meer diverse bestuursmodel staat op de agenda voor de komende jaren.

## Wie we zijn: vrijwilligers

Intussen draait Effectief Geven op een **kernteam van gedreven vrijwilligers**, aangevuld met externe experts op vlak van onder andere fiscaal advies, juridische structuur, technische ontwikkeling en communicatie. Sinds de opstart midden 2024 lag de nadruk op het uitbouwen van fundamenteën (infrastructuur, communicatie, bereik en financiële stabiliteit). Die focus heeft ervoor gezorgd dat er nu een stevig vertrekpunt ligt waarop het team kan voortbouwen.



Als salesprofessional verzorgt Angelique de dagelijkse klantenservice via de helpdesk.



Als notaris staat Thomas ons bij met advies m.b.t. onze statuten en belastingaftrek.



Als fiscaal expert helpt Jeroen ons met het beantwoorden van helpdeskvragen.



Peter versterkt ons vrijwilligersmanagement en leiderschap.



Als creatief strateeg helpt Joris met ons sparren over strategie en communicatie.



Als onderzoeker helpt Bob ons met het schrijven van SEO-geoptimaliseerde content.



Birgit verzorgt de eindredactie van onze teksten.



Greet ondersteunt ons bij boekhoudkundige taken.

## Onze adviseurs



### Bram Schaper



Directeur van Doneer Effectief. Wekelijkse strategieadviseur



### Tim Jansen



Expert in fondsenwerving  
Adviseur op het gebied van fondsenwerving en communicatie



### Anne Schulze



Directeur van Effektiv Spenden.  
Adviseur op het gebied van strategie



### Stijn Bruers



Moraalfilosoof, auteur,  
voorzitter van EA België.  
Adviseur onderzoek & ethiek

## Samenwerking met Mathieu Spillebeen BV

Oprichter en bestuurder **Mathieu Spillebeen** is sinds 1 november 2024 voor **80% van zijn tijd actief voor de vzw**, via zijn vennootschap Mathieu Spillebeen BV. We kozen ervoor deze samenwerking als zelfstandige in onderaanneming te structureren om de organisatie zo flexibel mogelijk op te starten. Zo vermijden we onnodige loonadministratie, terwijl we toch op een stabiele manier over professionele capaciteit beschikken.

Er is een duidelijke overeenkomst afgesloten tussen de vzw en Mathieu Spillebeen BV, met heldere afspraken over taken, tarief, frequentie en rapportering. Het uurtarief bedraagt €36,20 (excl. btw), wat neerkomt op ongeveer **€2.500 netto per maand** voor Mathieu, moest hij voltijds werken. Dit is nog steeds lager dan het gemiddelde nettoloon voor voltijds werkende Vlamingen. We opteerden bewust voor een sobere verloning: fair voor de uitvoerder, en in verhouding tot onze maatschappelijke missie en opstartfase.

Om belangenconflicten te vermijden, nam Mathieu niet deel aan de besluitvorming over deze samenwerking. De opdrachtverlening en de voorwaarden werden goedgekeurd door het bestuur, na advies van een tijdelijk aangestelde onafhankelijke bestuurder. Op die manier zorgen we voor professionele continuïteit in onze werking, met oog voor **transparantie, soberheid en goed bestuur**.

## Transparantie en governance

Transparantie is voor ons een kernprincipe. Hoewel Effectief Geven pas midden 2024 officieel van start ging (waardoor we wettelijk gezien pas eind 2025 voor het eerst een jaarrekening moeten neerleggen), hebben we ervoor gekozen nu al **openbaar te rapporteren** over onze inkomsten en uitgaven. Op de website vindt u dan ook een voorlopige financiële balans van 2024. Deze geeft een helder beeld van waar onze middelen vandaan komen en waaraan ze besteed worden..

## Infrastructuur en overdraagbaarheid

Een duurzame groei vraagt om een stevige infrastructuur vanaf dag 1. In 2024 investeerden we daarom bewust in een **digitale werkomgeving** die efficiënt, schaalbaar én overdraagbaar is. We kozen voor professionele cloud-tools: van Google Workspace voor e-mail en documenten tot Webflow als websiteplatform (met een CMS zodat we zelf snel content kunnen aanpassen). Voor onze financiële administratie gebruiken we Cegid (facturatie) en houden we prestaties bij in Toggl. We delen alle cruciale logins via een beveiligde wachtwoordmanager, zodat de toegangen veilig en centraal beheerd blijven.

**Toegankelijkheid en overdraagbaarheid** staan centraal in hoe we werken. We willen vermijden dat cruciale kennis of toegangen bij één persoon blijven hangen. Dat zogenaamde sleutelpersoonrisico beperken we actief: alle essentiële informatie, processen en contacten worden gedocumenteerd en gedeeld met de teamleden. We gebruiken Notion als centraal platform voor kennis- en relatiebeheer, waar we interne workflows, media- en partnercontacten en projectinformatie overzichtelijk bijhouden.

Met deze aanpak bouwen we aan een robuuste, toekomstgerichte organisatie die niet afhankelijk is van individuen, maar steunt op gedeelde kennis en structuur.

## Financiële rapportering

Op onze website publiceren we onze volledige **financiële rapportering** over 2024. Daarin lijsten we al onze inkomsten en uitgaven op, zodat donateurs, partners en het brede publiek een transparant beeld krijgen van hoe de ingezamelde middelen zijn ingezet.



# Terugblik en vooruitzicht

## Conclusie van 2024

2024 was het jaar waarin Effectief Geven **letterlijk van nul begon**. Geen achterban, geen infrastructuur, geen naamsbekendheid – enkel een visie, een uitgewerkte blauwdruk en de overtuiging dat effectiever geven **ook in België mogelijk én nodig is**.

Wat we in enkele maanden tijd konden opbouwen, stemt ons hoopvol. **Bijna €50.000 vloeide naar bewezen effectieve goede doelen**, tientallen mensen namen contact met ons op met vragen, honderden schreven zich in op onze nieuwsbrief en duizenden leerden ons kennen via media-aandacht.

De absolute cijfers blijven voorlopig bescheiden, maar binnen hun context zijn ze veelzeggend. Wat vandaag zichtbaar is, is **meer dan een begin** – het is bewijs van tractie. De eerste schenkers, partners en ambassadeurs zijn aan boord. De fundamenten liggen er. We zijn vastberaden om hierop verder te bouwen, met als doel: meer mensen warm maken om naast het hart ook het hoofd te gebruiken bij het geven.

## Vooruitzichten voor 2025

Na onze veelbelovende start in 2024 kijken we met **ambitie én realisme** naar 2025. De fundamenten zijn gelegd: een professioneel uitgebouwde infrastructuur, een helder kader voor onafhankelijk advies, een eerste golf media-aandacht en een groep geëngageerde schenkers die geloven in het potentieel van doeltreffend geven.

In 2025 willen we dat **potentieel verder waarmaken**. We streven ernaar meer mensen te bereiken met ons perspectief en hen waar gewenst te begeleiden. We zullen onze communicatie verfijnen en ons verhaal scherper afstemmen op verschillende doelgroepen, en sterker inzetten op educatie en inspiratie. We willen onze aanwezigheid in de media structureler uitbouwen, ons bereik op sociale media vergroten en beter inspelen op piekmomenten zoals de eindejaarsperiode.

Tegelijk professionaliseren we onze interne werking verder. We bouwen duurzame relaties uit met partners, bedrijven en organisaties die ons model onderschrijven. We breiden het aanbod van fondsen verder uit en werken aan een duidelijk, evenwichtig groeipad voor onze capaciteit, zodat we de stijgende interesse aankunnen zonder in te boeten aan kwaliteit of onafhankelijkheid.

We blijven investeren in heldere rapportering en open communicatie over onze keuzes, werking en impact. Tot slot willen we onze rol als gids en gesprekspartner voor donateurs verder versterken – niet door harder te roepen, maar door **aanwezig, aanspreekbaar en betrouwbaar** te zijn.