
Anna Chojnacka (33)

bedrijf 1%CLUB
oprichting 2008
medewerkers 11, plus vrijwilligers
aantal leden ruim 10.000



HOE IK

de wereld verbeter

Anna Chojnacka (33) richtte in 2008 1%CLUB op. Met tienduizend leden is het nu het grootste crowdfundingplatform van Nederland.

Hoe mobiliseer je de massa om ontwikkelingswerk te doen?

“Wij zien een grote groep betrokken Nederlanders die zelf actief een bijdrage wil leveren aan armoedebestrijding. Dit is internationale samenwerking 2.0.”

De verdeling tussen arm en rijk heeft me altijd gefascineerd. Waarom wordt de een geboren in een welvarend land en de ander op een onvruchtbare vlakte in Afrika?

Ik heb zelf een Poolse achtergrond. In 1989, na de val van de muur, kwam ik naar Nederland. Hier werden Polen als zelig gezien, terwijl zij zoveel ondernemender waren dan Nederlanders. Er is daar een grote informele economie waar iedereen regelt, handelt en creëert om te overleven. Tijdens mijn studies economie en politicologie ben ik me gaan richten op internationale samenwerking. Op mijn 23^e werd ik jongerenvertegenwoordiger bij de Verenigde Naties in New York en zag ik veel internationale samenwerkingsorganisaties van binnen. Overal zaten gedreven, capabele mensen die best wat middelen en geld tot hun beschikking hadden, maar er kwam weinig tot stand. De keten was te lang, er moesten veel stappen worden gezet voor er daadwerkelijk iets gebeurde. Dat moet anders kunnen, dacht ik. In die tijd kwamen sociale netwerken als LinkedIn en Facebook op, en ontstond Wikipedia. Als zoveel mensen kennisdeling belangrijk vinden en daar in hun vrije tijd mee bezig zijn, dan is dat op meer gebieden mogelijk, dacht ik. Een soort Wikipedia voor ontwikkelingssamenwerking moest toch ook

mogelijk zijn? Kort daarna kwam ik Bart Lacroix tegen. Hij ontwikkelde websites en had net drie jaar in Tanzania gewerkt om het midden- en kleinbedrijf te helpen. Het klikte tussen ons, we zijn gaan brainstormen en bedachten een online marktplaats voor ontwikkelingssamenwerking. Een transparant, internationaal platform waarop een donateur zelf moest kunnen beslissen hoeveel geld, kennis, tijd of vaardigheden hij of zij wilde inzetten voor een kleinschalig project in een ontwikkelingsland.

We noemden het 1%CLUB. Natuurlijk is '1%' een gimmick: hiermee willen we laten zien dat je met heel weinig moeite of geld, veel verschil kan maken. Sommige mensen doneren trouwens daadwerkelijk 1 procent van hun maandinkomen, 23,33 euro bijvoorbeeld.

We begonnen op een zolderkamer met negen projecten. Het startkapitaal kwam van het Ministerie van Buitenlandse Zaken, in 2008 was er nog subsidie voor innovatieve ideeën op het gebied van internationale samenwerking. Het meeste geld hebben we uitgegeven aan de *look and feel* van onze website, essentieel bij crowdfunding door middel van nieuwe media. We wisten dat de site vooral transparant moest >

zijn: mensen willen precies weten waar hun geld heen gaat. Daarom staan alle ondernemers die geld of kennis nodig hebben, met een foto op de site en zorgen we dat iedere donateur rechtstreeks contact kan leggen. Zo kun je bijvoorbeeld feedback geven. Door middel van blogs, foto's, filmpjes en Google Maps kunnen donateurs online de voortgang van hun project volgen. Die echte verhalen van ondernemers zorgen voor authenticiteit en dat creëert weer betrokkenheid, erg belangrijk bij crowdfunding. Wij waren als 1%CLUB de een van de eerste organisaties die op deze manier geld inzamelden voor projecten in ontwikkelingslanden. Internationaal bestond alleen Kiva al langer, waar je via crowdfunding microkrediet leent aan ondernemers in ontwikkelingslanden.

Om in het begin naamsbekendheid op te bouwen hebben we een *circle of trust* gezocht. Twee vaderfiguren, Ruud Lubbers en rabbi Abraham Soetendorp, hebben hun naam aan ons verbonden. We zijn groot geworden door mond-tot-mondreclame, adverteren hebben we nooit gedaan. Wij werven ook geen donateurs en versturen geen door vrouwen in Peru geknoopte armbandjes.

We richten ons vooral op de generatie 25- tot 35-jarigen. Zij hebben vaak zelf een lekker leventje en willen best wat doen voor een ander, als het maar op hun manier gaat. Ze willen zelf beslissen waar hun geld heen gaat. Deze groep is opgegroeid met internet en is gewend om alles van dichtbij te kunnen volgen. Nu we groter worden, krijgen we steeds meer oudere donateurs. Al onze projecten leveren een duurzame bijdrage aan het verbeteren van lokale levensomstandigheden, de hulp komt direct aan. Ze variëren van een bibliotheek in een Nepalees bergdorpje tot iemand in Kameroen die een mobiele app voor boeren ontwikkeld. Makkelijk, vrijblijvend en eenvoudig zijn onze steekwoorden. Vraag geen offers van mensen. Je mag bij ons eenmalig of maandelijks doneren, je zit nooit ergens aan vast. Voor ons eerste project was totaal vijfhonderd euro nodig, daarmee konden ondernemers in Ghana een fiets kopen om mensen of spullen mee te vervoeren. Het maximumbedrag voor een project bedraagt nu vijftienduizend euro. Hoe minder geld er nodig is, hoe populairder een project, hebben we ontdekt. Omdat we hebben gemerkt dat veel donateurs meer willen bijdragen dan alleen geld, hebben we crowdfunding toegevoegd aan onze activiteiten. Iemand die bij een waterleiding-

‘Wij versturen geen door Peruaanse vrouwen gemaakte armbandjes’

bedrijf werkt en weet hoe je irrigatiesystemen aanlegt, wil misschien zijn expertise wel inzetten voor schoon drinkwater in Afrika. Vragen van ondernemers in ontwikkelingslanden kunnen via onze site en Twitter worden beantwoord. Door middel van co-creaties doen we ook offline aan crowdsourcing: in een dag lost een Nederlands bedrijf een case op voor een onderneming in een ontwikkelingsland. Ordina en ABN Amro zijn voor ons belangrijke partners op dit gebied. Voor hen is het een goede manier om werknemers eens op een andere manier hun expertise te laten inzetten. Ze laten zo bovendien zien dat ze met maatschappelijk verantwoord ondernemen bezig zijn. En zijn mensen eenmaal bij ons op kantoor geweest, dan kunnen we de samenwerking makkelijk online voortzetten. De bedrijven betalen ons voor deze co-creaties, voor ons is dit een van de manieren om onafhankelijk te worden. Noodzakelijk, want in 2015 stopt onze subsidie.

Consultancyopdrachten voor organisaties vormen een andere belangrijke inkomstenbron voor ons: Bart en ik geven vaak lezingen over crowdfunding, bijvoorbeeld bij zorginstellingen. Patiënten hebben zorg en aandacht nodig, maar er is te weinig mankracht. Vaak hebben de ouderen in die instellingen zelf nog een groot netwerk dat ingezet kan worden bij allerlei activiteiten. Er zijn best mensen die op vrijdagmiddag naar de film willen met een



Kiva.org heeft al ruim **300 miljoen** dollar uitgeleend

De helft van **Nederlands** ontwikkelingsgeld gaat naar **Afrika**



Nederland besteedt ruim **600 euro** aan ontwikkelingswerk, **per hoofd** van de beroepsbevolking



oudere, de kunst is om te ze vinden. Zet daar andere middelen voor in, dat leren wij hen. We organiseren ook businessmodelsessies waarin we laten zien hoe bedrijven en instellingen hun werknemers meer als ondernemers kunnen gaan zien. Geef ze meer zelfstandigheid, dan gaan ze vanzelf harder werken. Dat doen wij op kantoor ook bij onze elf medewerkers.

Op onze site staan nu precies vierhonderd projecten, met een totale waarde van 630.000 euro. We hebben meer dan 265 projecten gerealiseerd, ons platform heeft meer dan tienduizend leden. Toen we dat aantal hadden bereikt,

hebben we een ludieke actie gehouden: bij iedere nieuwe donatie ging er op kantoor een toeter af. Een van onze medewerkers bedankte de nieuwe donateur vervolgens via een filmpje op YouTube. Die persoonlijke aanpak werd erg gewaardeerd door de donateurs. Zo verzinnen we vaak ludieke acties om donateurs te verrassen en aandacht te geven. We zitten nu in 65 landen en willen nog veel groter worden en internationaal uitbreiden. Gebieden die erg afgelegen liggen, zijn afhankelijk van een hulporganisatie die toevallig in de buurt neerstrijkt. Met internet maakt het niet uit waar je zit, de wereld wordt steeds kleiner. Jonge ondernemende mensen, die vooruit willen en dezelfde Facebookiaanse taal spreken, vind je overal. Door middel van online crowdfunding en crowdsourcing kunnen we hen verbinden. Uiteindelijk willen wij mensen wereldwijd toegang bieden tot wat zij nodig hebben om hun levensomstandigheden te verbeteren.

1%CLUB is eigenlijk internationale samenwerking 2.0: we hebben de mogelijkheden van het internet gecombineerd met traditionele ontwikkelingssamenwerking. Er wordt nu veel gediscussieerd over het nut van ontwikkelingssamenwerking, wij zien een grote groep betrokken Nederlanders die zelf actief een bijdrage wil leveren aan armoedebestrijding. Crowdfunding en crowdsourcing vormen de toekomst van ontwikkelingssamenwerking. Je kunt ons niet vergelijken met traditionele hulporganisaties. Zij strijden voor grotere idealen: grond- en vrouwenrechten bijvoorbeeld. En zij werken op een ander niveau. Ik denk dat binnen traditionele organisaties positiever moet worden gedacht en werknemers meer naar buiten moeten kijken. Als je de toegang tot schoon drinkwater in Mali wil vergroten, kijk dan welke middelen je allemaal beschikbaar hebt en wie je kunt inschakelen. Als je positief denkt, is alles mogelijk. Stel je eens voor dat je overal kennis en geld vandaan kan halen, dan zijn er zoveel oplossingen mogelijk. Ik heb ervaren dat je met een goed idee en een groot netwerk heel veel kan bereiken.



Het gemiddelde huishouden doneert jaarlijks **210 euro**

Volgens onderzoek blijft **10%** van het geld 'aan de strijkstok hangen'

**KICK
STARTER
.COM**

is het succesvolste crowdfundingplatform ter wereld, met 75 miljoen dollar aan **donaties**