

Bestuursverslag 2017-2018

Stichting LittleBitz

De doelstelling, missie en visie	2
De belangrijkste risico's en onzekerheden	2
De doelrealisatie	3
Het financieel beleid	3
De governance	4
De communicatie met belanghebbenden	5
De verwachte gang van zaken	5

De doelstelling, missie en visie

Terwijl de wereld grote maatschappelijke uitdagingen kent als armoede en groeiende aantallen vluchtelingen, heeft de goede doelenwereld daar lang niet altijd adequate antwoorden op. Het traditionele geefmodel van de humanitaire sector boet in aan effectiviteit. Met name de jonge generatie (potentiële) donoren zoekt naar nieuwe manieren om haar solidariteit te uiten.

LittleBitz bouwt de nieuwe, persoonlijke en effectieve manier van geven. Met een open platform willen we de gehele sector helpen te innoveren, door waarde toe te voegen voor donoren, partners en ontvangers. LittleBitz gelooft dat geven moeiteloos, bevredigend en effectief kan zijn. Onze droom is het grootse geefplatform van de wereld te bouwen, waar mensen heel makkelijk cash direct aan andere mensen kunnen doneren. De via LittleBitz opgehaalde financiële middelen richten zich op het ondersteunen van vluchtelingen, armen en anderen die het in financiële nood verkeren.

Het LittleBitz team wordt ondersteund door individuen, bedrijven en organisaties uit de publieke en private sector. We volgen een iteratieve aanpak, en willen leren van gebruikers en ervaringen van partners. We hebben ons in de eerste fase gericht op het mogelijk maken om via een app direct cash te doneren aan vluchtelingen in Jordanië.

De belangrijkste risico's en onzekerheden

LittleBitz streeft innovatie van de sector na. We investeren in de relatie met internationale organisaties om optimaal draagvlak te bouwen, en te behouden, voor deze vernieuwing. Ook door zoveel als mogelijk andere partijen te betrekken en open te communiceren verwachten we eventuele weerstand tegen verandering te voorkomen. Tevens diversificeren en verbreden we onze partner base van INGO's.

Een mogelijk risico is de onverwachte introductie van nieuwe bank- of privacy gerelateerde regels. We werken nauw samen met regelgevende instanties en adviseurs, nationaal en internationaal, om hier tijdig op te kunnen reageren.

Om het risico te minimaliseren dat donaties niet bij de juiste persoon terecht komen, sluiten we data sharing agreements, automatiseren we processen en zorgen we voor track & trace systemen.

Er zijn soms zorgen te horen dat donaties zonder oormerk op de verkeerde wijze aangewend zouden worden. Onderzoek toont aan dat "unconditional cash" geen hoger misbruik kent dan zogenaamde voorwaardelijke donaties, terwijl het wel een effectieve methode is om mensen te helpen opnieuw een bestaan op te bouwen.¹

We zijn ons ervan bewust dat humanitaire hulp niet altijd kan rekenen op een positief imago. Door zo goed mogelijk en transparant te communiceren over onze

¹ zie bijv: <https://www.povertyactionlab.org/case-study/unconditional-cash-transfers>

resultaten, en door middel van een helder proces van feedback bouwen we aan vertrouwen.

Een ambitieus doel van de stichting is mensen die niet of weinig geven (weer) aan het doneren te krijgen; we zetten daarbij in eerste instantie in op jongere doelgroepen. Om niet geheel afhankelijk te zijn van de snelle publieke omarming van het platform, willen we het ook mogelijk maken dat grotere instituties en andere doelgroepen LittleBitz als geef-platform gebruiken.

Als stichting zijn we in eerste instantie afhankelijk van de vrijgevigheid van andere stichtingen, individuen en fondsen. Om het risico op financiële problemen te verkleinen bouwen we een coalitie van vele en diverse financiers. Bovendien heeft de stichting een beleid, waarin zij geen financiële verplichtingen aangaat die zij niet zeker gestand kan doen.

Het opkomen van soortgelijke, of betere, initiatieven zien we als een gelegenheid om samen te werken, en niet als een risico.

De doelrealisatie

In de eerste 18 maanden heeft de Stichting een team gebouwd, de propositie aangescherpt, additionele financiers geworven en een pilot gedraaid met de UN-HCR. De pilot bestond uit een app (Android en iOS) waarmee circa 650 gebruikers circa 1.000 vluchtelingen in Jordanië hebben gesteund met kleine beetjes cash - de gemiddelde gift bedroeg 5 euro. De gebruikers werden geworven samen met partners, onder andere Deloitte en McKinsey.

De belangrijkste lessen waren dat we met de gebouwde keten in staat waren geld van Nederland naar Jordanië te brengen en aan de door de donateur gekozen persoon uit te betalen. Ook kregen de donateurs een bericht ter bevestiging. Door de feedback van gebruikers leerden we dat het concept gewaardeerd werd en dat er tegelijkertijd nog veel verbetering mogelijk is op het gebied van retentie en activatie.

Hiermee hebben we als non-profit start-up onze doelstelling voor de eerste fase behaald. Op basis van de lessen en inzichten uit de pilot weten we wat ons te doen staat in de volgende fase.

Het financieel beleid

In de eerste fase van haar bestaan heeft de stichting mogen rekenen op de steun van een aantal fondsen, bedrijven en individuen, ter hoogte van ruim € 450.000. LittleBitz hanteert als beleid dat het zijn operationele kosten uit steun van fondsen, particulieren en bedrijven financiert, zodat zoveel mogelijk van de donaties terecht komt bij de ontvangers.

Bij de start was de verwachting dat de lasten besteed aan doelstelling (het bouwen van het platform) veruit de grootste kostenpost zouden zijn. Dat is ook gebleken. De wervingskosten en de kosten voor beheer en administratie zijn gezamenlijk lager dan onze prognose. Dit is wat ons betreft ook voor de nabije toe-

komt een gewenste verhouding: waarbij zo'n tweederde van onze kosten voor rekening van ons kernproduct - het platform - komt.

De periode van dit verslag stond in het teken van opstarten van de organisatie en het lanceren van de eerste pilot. Zodoende is er geen zinnige uitspraak te doen over de verhouding tussen wervingskosten en de geworven baten, ook omdat het werven van baten niet ons hoofddoel was. Onze focus was het opzetten van een organisatie, het bouwen van de keten, en een eerste gebruikerservaring kunnen bieden. Vanzelfsprekend is ons doel om in de toekomst de mogelijke wervingskosten zo laag als mogelijk te houden.

De stichting heeft als beleid om de omvang van reserves en fondsen te beperken tot het strikt noodzakelijke niveau, daar de aard van de operatie vraagt om investeringen in een digitaal platform. Wel zal er altijd getoetst worden of de stichting ruimschoots kan voldoen aan haar verplichtingen.

De governance

Stichting LittleBitz wordt bestuurd door een bestuur van zeven onbezoldigde leden:

- Neelie Kroes (voorzitter), voormalig Europees Commissaris en vice-voorzitter van de Europese Commissie
- Robert Carsouw, Senior Partner bij McKinsey & Company
- Robert Verwaaijen, General Partner bij Keen Ventures Partners
- Jan Bouke Wijbrandi, voormalig directeur Unicef Nederland en Oxfam Novib
- Michel Schaeffer, voormalig CEO fonQ, voormalig marketing directeur bol.com
- Steven Schuurman, ondernemer, oprichter Elastic and Stichting Future NL
- Yannick du Pont, oprichter en CEO Spark.

Het bestuur is in de periode van dit verslag acht keer bij elkaar gekomen. Onder de belangrijkste besluiten waren:

- Oprichten van de stichting, aannemen directeur, bepalen rooster van aftreden, uitbreiden bestuur met nieuwe leden.
- Vaststellen begroting en strategie met kernelementen: digitaal geefplatform met de ambitie om de sector te innoveren middels een start-up aanpak.
- Elke kwartaal evalueert het bestuur samen met de directie de voortgang
- Naamswijziging, statutair vastgelegd
- Sluiten partnerschap Deloitte
- Lanceren pilot, inclusief bouwen van een app, met als doelen 1) testen ketenintegratie 2) testen gebruikerservaring 3) kosten acquisitie, retentie etc.
- Aantrekken pilot-partners & samenwerking UNHCR
- Bezoek bestuur aan Jordanië (o.a UNHCR en andere partners)
- Aannemen product manager
- Vaststellen lange termijn ambitie en strategie
- Verlengen contract directeur

De directeur is Pepijn van Dijk.

Het team bestond in deze verslagperiode voorts uit een financieel medewerker, een product manager a.i, aangevuld met stagiairs en vrijwillige krachten. Stichting LittleBitz heeft de ANBI status.

De communicatie met belanghebbenden

De stichting communiceert op zeer regelmatige wijze met haar partners uit de publieke en private sector, met donateurs, en met iedereen die zich meldt als geïnteresseerde. Dit gebeurt via mail, irreguliere berichten via social media en op events.

LittleBitz biedt zowel in de app als op de website de mogelijkheid voor mensen om vragen te stellen of informatie op te vragen - via FAQ, een info-adres en social media.

In onze communicatie richten we ons op de groep mensen die graag wil bijdragen, de potentiële donoren. In eerste instantie zijn dat met name jongeren.

De verwachte gang van zaken

In 2019 implementeren we de lessen en inzichten van de pilot en ander onderzoek, itereren we door op de propositie en benaderen we nieuwe doelgroepen. Deze aanpak is samen te vatten met de slogan "Think big, start small". We testen nieuwe wervingsmethodes, features en proposities met een groeiende groep gebruikers en ambassadeurs.

Daarnaast willen we minstens twee 'doelen' - via samenwerking met lokaal opererende INGO's - op het platform kunnen aanbieden en een samenwerking met een consumentenplatform opgetuigd hebben. Het doel is om eind 2019 scherp te hebben welke aanpak, inclusief MVP (minimum viable product), de grootste kans op schalen biedt.

Samenvattende begroting 2019

Budget 2019			
Lasten		Baten	
Team	€335.000	Fondsen & sponsors	€400.000
Beheer & organisatie			
Reiskosten	€10.000		
Huur	€9.200		
Overige kosten	€20.000		
Ontwikkeling			
App en web	€30.000		
Marketing	€20.000		
Totaal	€424.200		€400.000

Het budget 2019 laat een gering tekort zien. We verwachten dit te kunnen financieren uit bestaande reserves.

