

Bestuursverslag 2019
Stichting LittleBitz

De doelstelling, missie en visie	2
De belangrijkste risico's en onzekerheden	2
De doelrealisatie	3
Het financieel beleid	4
De governance	5
De communicatie met belanghebbenden	6
De verwachte gang van zaken	6

De doelstelling, missie en visie

LittleBitz wil fondsenwerving veranderen door wereldwijd donoren, IINGO's en bedrijven in staat te stellen geld op te halen en te verdelen op een makkelijke, effectieve en bevredigende manier.

LittleBitz bestrijdt de "geefmoeheid" en het cynisme over de medemens. Dat doen we door technologie in te zetten om frictieloos geefgedrag te faciliteren, waarmee 'direct giving' breed wordt omarmd. We maken het mogelijk om heel makkelijk kleine beetjes rechtstreeks te geven aan iemand die het echt nodig heeft.

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.

De belangrijkste risico's en onzekerheden

De risico's en onzekerheden zijn in grote lijnen dezelfde als in 2018.

LittleBitz streeft innovatie van de sector na. We investeren in de relatie met internationale organisaties om optimaal draagvlak voor deze vernieuwing te bouwen, en te behouden, voor deze vernieuwing. 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 IINGO's.

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

Soms zijn er 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 en transparant mogelijk te communiceren over onze resultaten, en door middel van een helder proces van feedback bouwen we aan vertrouwen van onze doelgroep en partners.

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

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

Het doel van LittleBitz is het in de markt zetten van een vernieuwende manier van fondsenwerving voor 'cash based programming' en het genereren van extra financiële middelen. In 2019 hebben we volgende belangrijke stappen gezet op het pad naar dit uiteindelijke doel toe.

In het eerste kwartaal is de pilot afgerond. De feedback van gebruikers, aangevuld met inzichten uit interviews, onderzoek en samenwerking met experts in de gedragspsychologie, vertaalden we in een aanscherping van de donatie-flow op de website.

Met een community-based aanpak richtten we ons op early adopters, waarna we willen uitbouwen naar nieuwe groepen. Zoveel als mogelijk betrokken we onze community in het bedenken, ontwikkelen, bouwen en testen van producten. Onder andere via berichten op facebook, instagram en LinkedIn. Ook konden mensen zich aanmelden via de website. Live events dienden als versterking van de online activiteit.

Direct giving, het rechtsreeks geld geven aan mensen in nood, is centraler in onze propositie komen te staan. De wetenschap is helder: onze euro is 'daar' veel meer waard: cash geven stimuleert de lokale economie, cash is efficiënt en snel, en cash vergroot de zelfredzaamheid van de ontvanger.

De technische architectuur werd doorontwikkeld zodat nieuwe databases kunnen worden aangesloten. De app bediende met name de intensieve gebruiker.

We zijn ons gaan richten op de ontwikkeling van nieuwe producten, in samenwerking met o.a partners uit financiële sector. Zo heeft LittleBitz gebouwd

aan verschillende producten: de donatiefunctie voor bunq-gebruikers, het opzetten van de samenwerking met Loongift en lanceerden we ons eigen betaalverzoek: Zetje. Zetjes zijn betaalverzoekjes die goed doen; en Zetje is gekoppeld aan een wisselend goed doel.

We sloten in Q4 twee nieuwe ‘pay-out’ partners aan: Give Directly en HealthConnect, waarmee we, naast aan individuen binnen de UNHCR programma’s, ook individuen in Afrika kunnen steunen.

We hielden een onderzoek naar geefgedrag van het grote publiek in samenwerking met Panelwizard en DDB. Belangrijkste inzichten waren de behoefte van donateurs om controle te hebben over hun donaties, en om te weten dat hun bijdrage nuttig is geweest.

In 2019 hebben we tweemaal een “hackathon” gehouden: Hack for Good. De eerste sessie bij Salesforce en Liberty Global, waar zeven teams tot concrete proposities kwamen. Een aantal daarvan zijn verder uitgewerkt, en uiteindelijk verwerkt in onze producten voor retailers.

Aan het einde van het jaar hebben we Hack for Good in samenwerking met Growth Tribe bij Google georganiseerd. Daar kwamen de deelnemers met creatieve ideeën hoe het Google ecosysteem gebruikt kan worden om individuen meer te betrekken bij direct giving, en donaties binnen te halen.

Het team werd uitgebreid met een developer, een growth hacker, een community manager en UX/UI freelancers

We brachten ons eerste jaarverslag uit, inclusief aandacht voor privacy en veiligheid.

Het financieel beleid

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.

In 2019 heeft de stichting wederom kunnen rekenen op financiering van een aantal fondsen, bedrijven en particulieren, ter hoogte van 423 duizend euro. Deze zijn met name besteed aan operationele activiteiten, waaronder beheer en administratie, werving en acquisitiekosten. De operationele kosten zijn gezamenlijk lager dan de kosten voor het bouwen van het platform. Dit is wat ons betreft ook een gewenste verhouding: waarbij zo’n drie kwart van onze kosten voor rekening van ons kernproduct - het platform - komt.

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

In augustus van 2019 is Michel Schaeffer overleden. We hebben een vriend en inspirerende bestuurder verloren.

Hierdoor bestond het bestuur van de Stichting LittleBitz voor een deel van het jaar uit zes personen.

- 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 7 keer bij elkaar gekomen, waaronder tweemaal telefonisch. Onder de belangrijkste besluiten waren:

- Vaststellen begroting en strategie 2019; iteratie van producten, gericht op retentie en conversie van gebruikers
- Uitbreiden van het team
- Nieuwe partnerschappen afgesloten; o.a. GiveDirectly, HealthConnect
- Afspraken over partnerschap met UNHCR: personaliseren profielen en automatisering van de financiële en database-processen
- Vaststellen lange termijn ambitie en strategie: toewerken naar two-sided platform (Netflix van het geven), gericht op grote groep gebruikers
- Evaluatie functionering directeur en verlengen contract
- Nieuwe financiering aangetrokken, waardoor we aan eis mede-financiering van Adessium voldeden en de tweede tranche beschikbaar kwam
- Elk kwartaal evalueert het bestuur samen met de directie de voortgang

De directeur is Pepijn van Dijk.

Het team bestond in deze verslagperiode voorts uit onder andere een financieel medewerker, een developer, een growth hacker, een community manager en UX/UI freelancers, aangevuld met stagiairs en vrijwillige krachten.

Stichting LittleBitz heeft de ANBI status.

De communicatie met belanghebbenden

De stichting communiceert op 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 tijdens 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 2020 zullen we meerdere producten lanceren, via een iteratief proces. Aan de 'achterkant' van het platform sluiten we nieuwe INGO's aan, die rechtstreeks aan mensen nood kunnen uitbetalen. We breiden onze community uit, via gerichte marketingcampagnes. We zullen nieuwe financiering ophalen.

Samenvattende begroting 2020

Begroting 2020			
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

De begroting 2020 laat een gering tekort zien. We verwachten dit te kunnen financieren uit bestaande reserves.

