



# good karma events

BELEIDSPLAN 2024



Stichting Good Karma Events  
Rietschoot 25  
1511WC, Oostzaan  
Email: [goodkarmaevents@outlook.com](mailto:goodkarmaevents@outlook.com)  
06-41431255

## Inhoud

Inleiding .....	4
1. Missie/visie .....	5
1.2 Doelstelling .....	5
1.3 Strategie .....	5
2. Huidige situatie .....	6
2.1 Activiteiten van de organisatie .....	6
2.2 Voorbeeld van activiteiten .....	6
3. Toekomst .....	7
4. Organisatie .....	7
4.1 Bestuur .....	7
4.2 Werknemers .....	7
5. Financiën .....	8

## Inleiding

Stichting Good Karma Events staat voor “have fun, do good”. We gaan op een unieke manier aan fundraising doen, namelijk middels de organisatie van leuke b2b events.

Elk jaar worden er vele miljoenen uitgegeven aan b2b events zoals bedrijfsevents en netwerkevents. Over het algemeen is de insteek hiervan dat het voor alle bezoekers vooral leuk moet zijn om te bezoeken. Tegenwoordig zijn steeds meer bedrijven echter op zoek naar meer dan alleen leuk, ze willen ook graag iets bijdragen aan een betere wereld. Aan de kant van bedrijven zien we dus een specifieke **vraag** ontstaan.

Tegenover deze commerciële bedrijven staan duizenden ANBI die zich keihard inzetten voor een iets goeds. Ze zijn vaak zo druk bezig met het dienen van hun doel dat er maar weinig tijd overblijft voor fondsenwerving. Als hier de kennis al voor aanwezig is.

De voorbeelden die wij wel hebben gezien zijn vaak traditionele (en saaie) manieren. Deze organisaties sluiten echter wel uitstekend aan bij de MVO-ambities van veel bedrijven. Er is dus aan deze kant een groot **aanbod**. Zij het latent want veel ANBI weten de bedrijven niet te bereiken.

Met Stichting Good Karma Events gaan we vraag en aanbod bij elkaar brengen. Middels onze ervaring in, en passie voor, het organiseren van evenementen hopen wij veel prachtige, onbekende, maar zeer belangrijke, ANBI te kunnen helpen aan extra inkomsten. Dit willen we doen door hen te koppelen aan een zakelijk evenement. Dit alles doen wij zelf zonder winstoogmerk, ons doel is om zoveel mogelijk van de opbrengsten van door ons georganiseerde evenementen aan het gekozen doel te besteden.

Good Karma Events is de eerste evenementen organisatie van Nederland die zich organiseert in de vorm van een stichting zonder focus op winst. Door ons op deze manier te organiseren garanderen wij transparantie voor iedereen die ons in onze missie wil ondersteunen.

In dit korte termijn beleidsplan richten wij ons op ons eerste jaar. We willen 2024 gebruiken om diverse invalshoeken te testen en op basis van ons eerste jaar als Stichting gaan we het lange termijn beleid bepalen.

## 1. Missie/visie

Wij hebben in onze jaren als succesvolle ondernemers in de mediawereld veel events voor ons personeel en onze klanten georganiseerd. Los van het plezier dat wij hadden in de organisatie en deelname, hebben wij dit altijd gezien als uitstekende manier om te laten zien wie je bent en waar je voor staat als bedrijf.

Deze ervaring willen wij nu gaan inzetten om geld voor goede doelen op te halen en hun bekendheid te vergroten. Na onze puur commerciële carrière willen we ons nu met Stichting Good Karma Events gaan storten op een meer maatschappelijk verantwoorde carrière. Echter wel gebruikmakend van de kennis, de ervaring en ons netwerk.

### Visie

Wij geloven dat wij fun kunnen toevoegen aan de wereld van fundraising. Dit willen we doen door de koppeling te maken met B2B events. Fundraising in het algemeen, maar zeker fundraising events, zijn lastig. Dit geldt voor grote goede doelen, maar nog veel meer voor de kleinere. Door gebrek aan kennis, capaciteit en/of tijd levert het nu te weinig op. Dit kan beter, effectiever en vooral veel leuker. En hiervoor gaat Good Karma Events zorgen.

### Missie

Zoveel mogelijk geld ophalen voor stichtingen die de wereld écht beter maken. Bij voorkeur op een creatieve, nieuwe, manier en met geormerkte donaties.

## 1.2 Doelstelling

Het jaarlijks organiseren van diverse B2B events die fun en fondsenwerving combineren. Per event zullen we een financieel doel vaststellen voor een specifiek goed doel dat aansluit bij het event.

Door per event de best passende goede doelen te selecteren hopen we ook bewustzijn en betrokkenheid te creëren bij bedrijven voor het ondersteunen van deze goede doelen op de langere termijn.

## 1.3 Strategie

We onderscheiden events in opdracht van bedrijven en eigen events. Omdat wij zullen moeten bouwen een bekendheid en geloofwaardigheid gaan wij starten met een aantal eigen events in de media-/reclamewereld. Dit doen wij omdat we in deze branches een breed netwerk hebben waarbinnen wij zowel deelnemers/bezoekers aan onze evenementen als sponsors hopen te werven.

In veel branches is het heel normaal om evenementen door relevante partijen te laten sponsoren. Een goed voorbeeld hiervan uit de reclamebranche is de Adfo Cup. Dit is een jaarlijks terugkerend voetbaltoernooi voor teams van bedrijven werkzaam in de reclame/mediabranche. Hieraan doen tientallen teams mee die flinke bedragen aan inschrijfgeld betalen en daarnaast zijn er vele sponsors die bijdragen aan de

kosten van de organisatie. Adformatie is hoofdsponsor maar daarnaast zijn er minimaal 10 andere sponsoren die flink bijdragen.

Kortom, er wordt bijzonder veel geld verdiend door de organisatie en het concept werkt. Wij willen deze strategie overnemen, maar dan zonder de winst zelf op te strijken. Wij zullen zoveel mogelijk naar goede doelen overmaken. Deze eigen events kunnen vervolgens worden overgeheveld naar andere branches.

## 2. Huidige situatie

Wij zijn Stichting Good Karma Events sinds begin 2024 aan het opstarten. Naast het opstarten van de eerste eigen events zijn we onze website aan het bouwen en begonnen met het creëren van buzz rondom onze stichting.

### 2.1 Activiteiten van de organisatie

Wij starten met brede “sportieve” evenementen voor branches waarin wij onze achtergrond en dus ons netwerk hebben. Dit zijn branches die wij niet alleen heel goed kennen maar die tevens gewend zijn veel netwerk events te bezoeken. Hier liggen voor de korte termijn de grootste kansen en wij richten ons nu dus vol op de organisatie van de eerste twee, door ons georganiseerde, evenementen. Dit doen we tevens om bekendheid op te bouwen voor onze nieuwe organisatie.

Van hieruit gaan wij de tweede tak van onze stichting opstarten. Deze bestaat uit events in opdracht van bedrijven organiseren. We zien bij bedrijven in toenemende mate voorkeuren ontstaan om events of bedrijfsuitjes te combineren met “iets goeds” doen en denken hier een rol in te kunnen spelen met Stichting Good Karma Events.

### 2.2 Voorbeeld van activiteiten

We willen in april 2024 starten met een padeltoernooi voor de media-/reclamebranche in Amsterdam. Voor de banen die wij huren en de overige kosten gaan wij op zoek naar sponsoren die een baan kunnen sponsoren.

Vervolgens gaan wij via ons netwerk mensen werkzaam in deze branche uitnodigen deel te nemen met een team van collega’s en in plaats van inschrijfgeld vragen wij de teams om zoveel mogelijk “mooie momenten” te doneren bij Stichting SINA. Stichting SINA zet zich zeer actief in om armoede tegen te gaan in de stad Amsterdam. Wij een leuke avond/dag, zij een leuke dag is het idee hierachter.

*“Met de zorg over eten op tafel, is het niet mogelijk om te denken aan samen eropuit gaan. Hoe graag ouders dat ook zouden willen. Geef kinderen een dag zonder zorgen en een herinnering voor altijd.”*

Wij kiezen hiervoor heel bewust een lokaal en concreet doel. Ons doel is om 75 tot 100 gezinnen in Amsterdam die leven in armoede een mooi moment te kunnen geven, oftewel wij streven ernaar ongeveer € 10.000,- bij elkaar te padellen. Wij hopen hier een jaarlijks terugkerend event van te maken in de media.

Bij een succesvolle eerste editie gaan we dit event ook uitrollen in andere branches, denk hierbij aan reclamebranche of advocatuur.

Daarnaast zijn we reeds met een andere sportieve evenementen bezig die we binnen verschillende branches willen gaan organiseren.

### 3. Toekomst

Wij zien de behoefte bij individuen, maar zeker ook bij bedrijven, om een positieve bijdrage te leveren aan de maatschappij en onze wereld. Tegelijkertijd worstelen veel goede doelen met fondsenwerving. Onze stichting voorziet in een oplossing voor dit probleem, door fondsenwerving te koppelen aan zakelijke evenementen. Er gaat enorm veel geld om in B2B events in de diverse branches.

Wij willen in de komende jaren zo veel mogelijk events organiseren waarbij fun centraal staat, maar het gekoppelde goede doel van profiteert. Kortom, “have fun, do good.”

### 4. Organisatie

*Hier worden de gegevens van de stichting overzichtelijk weergegeven. Denk hierbij aan het KvK nummer, het fiscale nummer, of uw organisatie een ANBI-status heeft, is uw organisatie in het bezit van keurmerken of lidmaatschappen, hoe mensen in contact kunnen komen met uw organisatie (email- en postadres), wie de bestuursleden zijn en wat hun werkzaamheden zijn/hoe is de taakverdeling.*

#### 4.1 Bestuur

Het bestuur is opgebouwd uit Marc Arnold, Marcel van Huis en Michael van Kerkwijk en het is onbezoldigd.

Voorzitter: dhr. Marc Arnold  
Penningmeester: dhr. Marcel van Huis  
Secretaris: dhr. Michael van Kerkwijk

#### 4.2 Werknemers

Er zijn geen vaste werknemers in dienst, de dagelijkse werkzaamheden worden verricht door Marc Arnold en Marcel van Huis. Vooralsnog denken we geen werknemers nodig te hebben, maar daar waar nodig zullen we zoveel mogelijk gebruik maken van vrijwilligers. Dit houdt de kosten laag en daarmee maximaliseren wij de donaties.

## 5. Financiën

Stichting Good Karma Events heeft geen winstoogmerk. Ons doel is middels events maximale inkomsten te genereren voor vooraf vastgestelde goede doelen. Door deze zorgvuldig per event te selecteren (op basis van aansluiting bij de doelgroep, locatie en het event) denken wij dat mensen en bedrijven guller geven en dat wij dus meer fondsen kunnen werven voor deze doelen.

Pas na de eerste events kunnen we meer zeggen over hoe succesvol wij zijn geweest in het genereren van fondsen voor de door ons geselecteerde goede doelen. Wij garanderen sowieso om altijd ten minste 50% van de marge af te dragen. Bij grotere events zal dit percentage naar alle waarschijnlijkheid vele malen hoger uitvallen, bij kleinere events dus minimaal 50%.