

Het nieuwe handboek nalatenschappen

Arjen van Ketel (red.)

**HET NIEUWE
HANDBOEK
NALATENSCHAPPEN
EEN GOED DOEL IN HET TESTAMENT**

Strategie | Werving | Afwikkeling | In Nederland en België

Amsterdam University Press

Ontwerp omslag en binnenwerk: Ronald Koopmans
Afbeelding omslag: iStock
Opmaak binnenwerk: Crius Group, Hulshout

ISBN 9789048564231
e-ISBN 9789048564248 (ePub)
NUR 780

© 2024 Arjen van Ketel / Amsterdam University Press B.V., Amsterdam

www.aup.nl

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Zoveel mogelijk is getracht de eventuele rechthebbenden van de afbeeldingen te achterhalen. Rechthebbenden die in dit verband niet zijn benaderd wordt verzocht zich met de uitgever in verbinding te stellen.

INHOUD

1	Inleiding	11
1.1	Nederlanders en Belgen zijn genereus.	12
1.2	Is geven via een nalatenschap bijzonder?	13
1.3	Nalaten gaat over het leven	13
2	De markt voor nalatenschappen	15
2.1	Demografie	17
2.2	Economische factoren	19
2.3	Gedrag	20
2.4	Vaker kindervrij	20
2.5	Een testament maken	20
2.6	Werving en promotie van nalatenschappen	21
2.7	Belasting	21
2.8	Wat laat men na?	22
2.9	Wie laat na?	22
2.10	Grote ontvangers in Nederland	24
2.11	Sectoren	24
2.12	De markt van nalatenschappen in België	26
3	Sectoren	29
3.1	Sector Gezondheid	30
3.2	Sector Internationale hulp en mensenrechten	31
3.3	Sector Welzijn	31
3.4	Sector Natuur en milieu	32
3.5	Sector Kunst, cultuur en wetenschap	33
3.6	Sector Dieren	34
3.7	Sector Religie en levensbeschouwing	36
3.8	Regionaal en lokaal	36
3.9	Sportverenigingen	37
4	Doelgroepen	39
4.1	Doelgroep voor nalaten	39
4.2	Donateurs en anderen	39
4.3	Vrijwilligers vragen een andere aanpak	39
4.4	Afstand tot de actualiteit	40
4.5	Verschillende segmenten	40

4.6	Biologische en kalenderleeftijd	40
4.7	Chronologische leeftijd: generaties	41
4.8	Interpersoonlijke typering	43
4.9	Wanneer maakt men een testament	44
4.10	De financiële situatie van ouderen	44
4.11	Psychologie, gezondheid en welbevinden	45
4.12	Ouderen en hun perspectief	47
4.13	Sterfelijkheid	49
4.14	Reminiscentie	50
4.15	Motieven en barrières	51
4.16	Drie interviews met toekomstige erflaters	52
5	Onderzoek	56
5.1	Ontvangen nalatenschappen	56
5.2	Kwalitatief onderzoek	58
5.3	De opbouw van een interview	59
5.4	Focusgroep	61
5.5	Onderzoek presenteren en bespreken	61
6	Strategie	63
6.1	Inleiding strategie	63
6.2	Een strategie voorbereiden	63
6.3	Hoe bepaal je een strategie	64
6.4	De interne en externe wereld; SWOT	64
6.5	De legacy journey	67
6.6	Perspectief van de wervende organisatie	69
6.7	Elly Lont over strategie en KPI's	72
6.8	Voorbeelden als bouwsteen voor je strategie	73
6.9	Drip-dripstrategie	73
6.10	Direct de oudere trouwe achterban benaderen	74
6.11	De externe doelgroep	74
6.12	Jan Rachels en Carine Coopman over testament.be	77
6.13	Iedereen werft mee	78
6.14	Service aanbieden	79
6.15	Werb en koester nieuwe ouderen	79
6.16	De notaris als vriend	80
6.17	Werven met een gratis testament	81
6.18	Major donor-aanpak	82
6.19	Het Cultuurfonds en nalaten	82
6.20	Een exclusieve club van toezeggers	83

6.21	Bijeenkomsten met potentiële erflaters	84
6.22	Bouwstenen samenvoegen tot strategie	84
7	Budgetteren en prognose	86
7.1	Variatie hoort erbij	86
7.2	Externe factoren	86
7.3	Interne factoren	87
7.4	Budgetteren	87
7.5	Metten en evalueren	88
8	Communicatie, campagnes en middelen	90
8.1	Ouderen en communicatie	90
8.2	Waardering voor papier	91
8.3	Tone of voice	91
8.4	Middelen om nalatenschappen te werven	92
8.5	Brochure	93
8.6	Digitaal	94
8.7	De website	95
8.8	Wervingsbrief	96
8.9	Nieuwsbrief	98
8.10	Nalaten nieuwsbrief	99
8.11	Telemarketing en nalaten	99
8.12	Bijeenkomsten	104
8.13	Een persoonlijk gesprek	106
8.14	Ethiek en veiligheid bij gesprekken	112
8.15	De werver en effectiviteit	112
9	Een nalatenschapspropositie ontwikkelen	113
9.1	Wat is een legacy proposition?	113
9.2	Waarom heb je een legacy fundraising propositie nodig?	114
9.3	Wat maakt een goede legacy proposition?	115
9.4	Hoe ontwikkelen we een legacy proposition?	116
9.5	Conclusie	118
10	Stewardship en relatiemanagement binnen nalatenschapserving	119
10.1	Wat verstaan we onder stewardship?	119
10.2	Stewardship – tweede pijler van programma	119
10.3	Het doel van stewardship bij nalatenschapserving	120
10.4	De rol van de relatiemanager	122
10.5	Meetbare doelstellingen en KPI's	122

10.6	Het perspectief van de supporter en de legacy journey	123
10.7	Informatieaanvrager	124
10.8	Overweger	124
10.9	Toezegger	125
10.10	Erflater	126
10.11	Evenementen binnen stewardshipprogramma's	127
10.12	Ethiek	128
10.13	Concurrentie en onderscheiden	128
11	In memoriam geven	130
11.1	Wat is in memoriam geven?	130
11.2	Wat heeft geven ter nagedachtenis te maken met nalatenschappen?	131
11.3	Hoe verandert geven in memoriam?	132
11.4	Wat kunnen we leren van het Verenigd Koninkrijk?	134
11.5	Wat is echt belangrijk voor in-memoriamdonateurs?	134
11.6	Hoe in memoriam geven voorbereiden	135
11.7	Hoe te starten	137
11.8	Conclusie	138
12	Erfrecht en erfbelasting voor fondsenwerwers	139
12.1	Inleiding	139
12.2	Nalaten zonder of met een testament	139
12.3	Erfstelling en legaat	140
12.4	Een specifieke bestemming	141
12.5	Wie mag een testament maken?	142
12.6	Een codicil is geen testament	142
12.7	De rol van de notaris	143
12.8	Eenvoudig testament via internet	144
12.9	De executeur	144
12.10	Het levenstestament	144
12.11	Geschillen	146
12.12	Erfbelasting	146
12.13	ANBI en SBB	147
13	Erfrecht, erfbelasting en nalatenschapswerving in België	150
13.1	Inleiding	150
13.2	Wie zijn erfgenamen?	150
13.3	Afwijken van het wettelijk erfrecht?	151
13.4	Een geldig testament opstellen	152
13.5	Het authentieke testament	152

13.6	Het eigenhandige testament	152
13.7	Het internationale testament	153
13.8	De inhoud van uw testament	153
13.9	Een goed doel begunstigen in uw testament	154
13.10	Het duolegaatschap	155
14	Nalatenschappen ontvangen in Nederland	156
14.1	Het ontvangen van nalatenschappen	156
14.2	Wat gebeurt er als iemand overlijdt?	156
14.3	Afwikkelen nalatenschap	157
14.4	De executeur	157
14.5	Legaat	157
14.6	Erfstelling	158
14.7	De waarde opnemen in jaarverslag	159
14.8	Regel vertegenwoordiging en legalisering	160
14.9	Een bijzonder vorm: het percentage (%) -legaatschap	160
14.10	Executeur	160
14.11	Notaris als executeur	163
14.12	Een familielid als executeur	163
14.13	Een professional/bureau als executeur	164
14.14	Het goede doel als executeur	164
14.15	Bijzondere situaties	165
14.16	Uitbesteden controle afwikkeling en executeurschap	166
14.17	Samenwerken met andere ontvangers	167
14.18	Samenwerken tussen afwikkelaar en wervers	167
14.19	Ten slotte	167
15	Nalatenschappen ontvangen in België	168
15.1	Wat gebeurt er als iemand komt te overlijden?	168
15.2	Afwikkelen van een nalatenschap	168
15.3	De begunstiging in een testament: het legaat	169
15.4	Verloop van de afwikkeling van een nalatenschap	170
15.5	De fiscale aspecten bij de afwikkeling van een nalatenschap	171
16	Organisatie en implementatie	173
16.1	Inleiding	173
16.2	Lange adem en continuïteit	173
16.3	Werken aan draagvlak	174
16.4	Werken in een team	174
16.5	De hele organisatie	175

16.6	Competenties van de fondsenwerver en het team	175
16.7	Database op orde	176
16.8	Aanbevelingen voor de database	178
16.9	Blijf ontwikkelen	179
17	Ethiek en nalatenschappen	180
17.1	Wet en code	181
17.2	Ethiek	181
17.3	Een korte samenvatting van de code	181
18	De toekomst van nalaten aan goede doelen	183
18.1	Introductie	183
18.2	Aantal giften zal stijgen	184
18.3	Babyboomers en shadowboomers	184
18.4	Meer mensen maken een testament	186
18.5	De impact van marketing rond nalaten	187
18.6	Waarde van nalatenschappen zal minder groeien en meer fluctueren	189
18.7	Donorprofielen en -attitudes veranderen	190
18.8	Multiculturele fondsenwerving: zes belangrijke regels voor betrokkenheid	191
18.9	Vermogensverschillen nemen toe	192
18.10	Verlangen naar meer controle over het levenseinde	192
18.11	De ondersteunde doelstellingen zullen verbreden	193
18.12	Conclusies	195
	Bronnenlijst en suggesties voor verdere literatuur	196
	Auteurs	202

1 INLEIDING

Nalaten is een bijzonder fenomeen. Zakelijk gezien is het een overdracht van bezittingen, schulden en verplichtingen na overlijden, volgens wat daarover bepaald is in het testament of, bij afwezigheid daarvan, volgens de wettelijke verdeling. Bij nalaten gaat het niet alleen over een zakelijk proces. De nalatenschap vormt ook de afronding van een leven. De nalatenschap is in de overdrachtelijke zin daarmee veel groter dan alleen het zakelijke deel. Een nalatenschap gaat over alles wat blijft ter herinnering en over hoe dat in stand gehouden wordt. De nalatenschap vormt de kern van ontelbare verhalen in boeken en films. Vaak gaat dat daarin over het ontrafelen van het leven van de erflater. Over het mysterie en het onbekende, en over de emotie van het verlies. Maar ook over misverstanden of conflicten.

Dit boek heeft een heel andere insteek. Het gaat over nalaten aan goede doelen. Nalatenschappen die prachtige gebaren en daden zijn van mensen die willen bijdragen aan een betere wereld, vanuit verschillende motieven. Mensen die geven voor wat zij bij leven belangrijk vonden en wat zij via hun testament willen voortzetten. Over mensen die geven omdat ze iets willen terugdoen voor wat zij zelf in het leven hebben meegemaakt of hebben ontvangen. En over mensen die met hun nalatenschap ook een dierbare willen gedenken. Nalaten aan goede doelen begint bij die diepere persoonlijke motieven.

Nalaten is van alle tijden. Sinds de mensheid persoonlijk bezit kent, is er waarschijnlijk al over de nalatenschap nagedacht. De oudste geschreven bronnen over nalaten zijn bijna 4.000 jaar oud. In Assyrië bestonden al regels over de evenredige verdeling van erfdelen, maar ook over wanneer je kinderen mocht onterven of welk kind executeur diende te worden. In Egyptische papyrusrollen lezen we al over een speciale belasting op nalatenschappen. En we komen nog dichter bij het onderwerp van dit boek bij de Romeinse keizer Augustus. Die riep 2.000 jaar geleden al een wet in het leven waarin vijf procent erfbelasting werd geheven op alle nalatenschappen, uitgezonderd het deel dat was bestemd voor 'goede werken'. Nalaten aan een goed doel is dus bepaald niets nieuws.

Nalaten aan goede doelen was lang iets voor een kleine groep mensen met vermogen. Dat is de laatste eeuw veranderd. Het merendeel van de oudere Nederlanders overlijdt nu met zo veel vermogen dat zij nadenken over nalaten aan familie of aan anderen. Veruit het grootste deel van de nalatenschappen

gaat naar kinderen en kleinkinderen, maar in de laatste decennia zien we ook een bijna explosieve groei van nalatenschappen ten behoeve van goede doelen. Dat is te verklaren door de samenloop van meer vermogen, meer ouderen, minder kinderen en een groeiende behoefte van mensen om iets te betekenen.

1.1 Nederlanders en Belgen zijn genereus

Nu al laat één op de vijftientig mensen na aan een goed doel, voornamelijk mensen zonder kinderen of kleinkinderen. Maar opvallend veel meer mensen staan open voor het idee om aan een goed doel na te laten. Desgevraagd wil bijna één op de vijf mensen dat overwegen. Tussen die vier en twintig procent zit dus nog een grote potentie. Overigens liggen beide percentages bij onze Britse burens nog ruim hoger. Een verschuiving in de geefcultuur kan de verwachte verdubbeling van inkomsten uit nalatenschappen in de komende vijftien tot twintig jaar nog verder versnellen.

Ook bij ontvangende goede doelen zien we die 'nalatenrevolutie'. De sterke groei in inkomsten uit nalatenschappen in de laatste 25 jaar heeft veel organisaties bewust gemaakt van het grote belang en de potentie van deze geefvorm. Nalatenschappen zijn steeds belangrijker voor goede doelen. Het CBF rapporteert dat in 2021 tien procent van alle inkomsten van goede doelen afkomstig is uit nalatenschappen, en dat is waarschijnlijk een onderschatting, 32 procent van alle bijdragen van particulieren aan goede doelen heeft de vorm van een nalatenschap. En dit aandeel groeit. De bij het CBF aangesloten organisaties ontvingen in 2021 al meer dan 350 miljoen euro. Ook in België zien we een vergelijkbare ontwikkeling. Daar bedroegen de inkomsten van goede doelen in 2021 218 miljoen euro. Daarmee zijn nalatenschappen goed voor zestien procent van alle inkomsten. (Legatenbarometer 2022, HOGENT)

Het gaat dus voor de non-profitsector om grote bedragen. Sommige organisaties, zoals in Nederland de Dierenbescherming en KNGF Geleidehonden, financieren in bepaalde jaren al meer dan vijftig procent van al hun werk uit nalatenschappen. Daardoor komt er stap voor stap meer aandacht voor nalaten. Organisaties met een trouwe aanhang van donateurs en leden ervaren interesse in nalaten en zien het belang in om daarover goed te communiceren en te werven. Het is echter niet eenvoudig, omdat denken over en keuzes maken in een testament een andere logica en andere stappen kennen dan alle andere vormen van doneeren. De laatste twee decennia hebben wervende organisaties veel geleerd over de legacy journey en hoe mensen tot een besluit komen. Dat beïnvloedt ook hoe goede doelen communiceren, inspireren en bedanken. Bij leven van de erfflater, maar ook bij de afwikkeling.

1.2 Is geven via een nalatenschap bijzonder?

Door het bijzondere geefproces neemt nalaten een bijzondere positie in. En wat betreft de omvang, vraagt nalatenschapswerving ook alle aandacht. Maar er zijn meer aspecten die deze fondsenwervingsvorm anders maken. De effectmeting van onze wervingsinspanningen is complex omdat de tijd tussen de eerste overwegingen en de uiteindelijke gift decennia kan duren. Dat maakt dat de 'business case' moeilijker hard gemaakt kan worden. Hoeveel levert een bepaalde investering uiteindelijk op? Die onzekerheid zorgt ervoor dat sommige organisaties terughoudend zijn in verder investeren, zowel in staf als in budgetten.

Maar ook vanuit het perspectief van de gever is nalaten een bijzonder onderwerp. Het is vaak een groot onderwerp, een finale keuze, gekoppeld aan het einde van het leven. Het gaat over de echte, diepste, grootste waarden in het leven, waarin soms een bijzondere nagedachtenis of herinnering meespeelt, of iemand wordt gememoreerd of geëerd. Het denken over en realiseren van een testament is vaak een lang proces. Wanneer dat eindresultaat ook de begunstiging van een goed doel omvat, moet de ontvangende organisatie dit zien als een opdracht die vertrouwen vraagt en goed moet worden uitgevoerd.

Voor veel Nederlanders en Belgen is nalaten aan een goed doel iets waaruit een grote voldoening wordt gehaald en een grote betekenis heeft. Niet voor niets heeft een nalatenschap ook een belangrijke overdrachtelijke betekenis: dat wat na het overlijden komt en terugslaat op iemands leven. De fondsenwerving van nalatenschappen heeft daarmee ook een heel mooie opdracht om mensen te stimuleren en te faciliteren in dit proces.

De laatste jaren is er fundamenteel nieuw inzicht gekomen in hoe mensen over hun nalatenschap nadenken. Dat inzicht zorgt ervoor dat organisaties hun wervingsmethoden moeten herzien en de donateur een nog centralere rol moeten geven in de propositie en de werving: de donateur moet centraal staan en niet de organisatie.

1.3 Nalaten gaat over het leven

Het ontvangen van een nalatenschap is gekoppeld aan iemands overlijden. Maar het denken over nalaten hoort bij het leven. De nieuwste psychologische inzichten zijn dat denken over nalaten begint bij het eigen levensverhaal van de testateur. Het maken van een testament is onderdeel van het schrijven van het laatste hoofdstuk van dat verhaal. De schrijver kijkt daarbij terug, maar ook het nu en de toekomst spelen mee. Mensen die hun testament hebben gemaakt spreken daarover vaak met voldoening. Fondsenwerfers en organisaties mogen bij dit

proces een positieve rol spelen. De opdracht aan hen is om dit op een juiste en optimale manier te doen.

Het doel van dit boek is om organisaties te helpen bij de uitdagende opdracht om meer mensen te stimuleren en te faciliteren in het begunstigen van goede doelen om zo de financiële basis van goede doelen te versterken. Dat maakt mensen gelukkiger en de wereld beter.