

## **TOELICHTING 100WEEKS JAARREKENING 2015 EN 2016**

### ***Een revolutie in armoedebestrijding***

Voor het eerst in de geschiedenis is het mogelijk mensen op grote schaal uit de armoede helpen te komen. Door de opkomst van mobiele telefonie kunnen we iedereen ter wereld kennen, bellen en direct geld overmaken. Uit een groeiend aantal onderzoeken<sup>1</sup> blijkt dat het direct geven van geld zonder condities een effectieve en efficiënte manier is om armoede te bestrijden. Mensen weten zelf het beste wat goed voor hen en hun familie is en hoe zij zich uit extreme armoede kunnen onttrekken. Uit onderzoek naar geefgedrag in Nederland en naar de emoties van mensen ten opzichte van ontwikkelingssamenwerking blijkt dat er draagvlak is om te geven aan mensen die in armoede leven. Maar mensen willen wel zien naar wie hun donaties gaan en wat de impact ervan is. En dat tegen een minimale strijdstok. Wij beseften dat als we mensen in Nederland via een platform koppelen aan mensen in armoede we in twee behoeften voorzien; 100WEEKS was geboren.

### ***Op grote schaal direct geld geven aan de armsten***

Ons doel is om wereldwijd honderdduizenden vrouwen en hun gezin uit extreme armoede helpen te komen door hen te verbinden aan mensen die hen 100 weken geld geven. Dat kunnen we doen door exponentieel te groeien en de kosten laag te houden. Daarom is 100WEEKS een platform en maken we gebruik van mobiele telefonie om geld over te maken aan de vrouwen en hen te bellen om de impact te meten.

### ***Met in-kind bijdragen 100WEEKS opbouwen***

Elke grote ambitie begint met klein doen. In 2014 hebben we het idee uitgewerkt en een grote groep professionals om ons heen verzameld. Samen met hen hebben we in 2015 en 2016 100WEEKS opgebouwd en laten zien dat het werkt. De in-kind bijdragen van onze partners en vrijwilligers wordt geschat op € 557.000,-. In de annex staat een overzicht van deze gulle gevers van tijd en brains.

### ***Toenemend aantal donaties wordt via 100WEEKS gegeven aan vrouwen: 2015 en 2016***

In 2014 hebben familie en vrienden ons geld gegeven om te starten met een pilotgroep van elf vrouwen in Rwanda. Ook hebben ze de reis- en onkosten gefinancierd. Deze eerste groep vrouwen is begin 2015 met hun 100 weken gestart en eind 2016 afgezwaid. De groep donateurs groeit gestaag waardoor er in 2015 en 2016 meer groepen vrouwen 100 weken geld kregen en nog steeds krijgen. Via zesenzestig vrouwen zijn 330 mensen bereikt (een gezin bestaat gemiddeld uit 5 personen). Omdat we regelmatig de vraag krijgen waarom we het 100WEEKS peer-to-peer model niet voor vluchtelingen inzetten, zijn we in 2015 een kleine pilot in Jordanië gestart. Deze wordt door een stichting en niet door particuliere donateurs gefinancierd.

### ***Inkomsten en uitgaven in 2025 en 2016***

In 2015 hebben we respectievelijk € 11.964 en € 43.111<sup>1</sup> ontvangen. De inkomsten zijn meer dan een verdubbeld. Dit is bereikt zonder campagnes of intensieve fondsenwerving. De verwachting is dat de komende jaren de inkomsten exponentieel groeien door toegenomen naamsbekendheid, campagnes en fondsenwervende capaciteit in het kernteam.

- De inkomsten komen van twee stichtingen (o.a. Stichting Tilly en Albert Waaijer Fonds), de werknemers van een bedrijf (PwC) en meer dan 200 donateurs.
- Daarvan is in 2015 98% en in 2016 86% betaald aan de doelstelling.
- Onder post 'Income received in advance' zijn de inkomsten opgenomen die zijn gedoneerd om een specifieke groep vrouwen te steunen. De uitgaven voor die groep worden over een periode van 2 jaar gedaan. Vandaar dat de inkomsten zijn overgeheveld naar het volgende boekjaar (waarin de uitgaven daadwerkelijk plaats zullen vinden).
- De gemaakt kosten zijn voornamelijk reis en verblijfkosten naar en in Rwanda en een financiële vergoeding voor de lokale countrymanager. Bij verwachte toename van de cashtransfers groeien de kosten niet evenredig mee door gebruik van mobile money.
- Het kernteam van 100WEEKS in Nederland heeft in 2015 en 2016 geen financiële vergoeding ontvangen. Dat geldt ook voor 2017. Het doel is dat het kernteam op termijn wel vergoeding krijgt om het bestaan van 100WEEKS te waarborgen.

---

<sup>1</sup> Het verschil met het bedrag in de jaarrekening is de overheveling van de inkomsten vorig boekjaar ter waarde van € 3.161.

## 100WEEKS FINANCIAL STATEMENT 2015 AND 2016

Balance sheet	2016		2015	
	Debet	Credit	Debet	Credit
Means of liquidity	22.159		5.717	
Debtors	35		0	
Creditors		342		2.556
Income received in advance		21.852		3.161
<i>Result</i>		0		0
<b>Total Balance</b>	<b>22.194</b>	<b>22.194</b>	<b>5.717</b>	<b>5.717</b>
Profit & Loss	2016		2015	
	Debet	Credit	Debet	Credit
Office costs	2.052		0	
Operation costs	1.236		152	
Communication costs	224		0	
Travel costs	3.908		1.674	
Cash transfer costs (women)	14.522		5.950	
Country management costs	2.480		1.028	
Donations		24.420		8.803
<i>Result</i>		0		0
<b>Total Profit &amp; Loss</b>	<b>24.420</b>	<b>24.420</b>	<b>8.803</b>	<b>8.803</b>

### WAARDERINGSGRONDSLAGEN

De Stichting 100WEEKS is opgericht in 2014 en geregistreerd bij de Kamer van Koophandel onder nummer 64358070. De Stichting is gevestigd op Valeriusstraat 27II in Amsterdam. 100WEEKS wordt door de belastingdienst als Algemeen Nut Beoogende Instelling (ANBI) aangemerkt.

### Waarderingsgrondslagen voor de balans

Algemeen

De grondslagen die worden toegepast voor waardering van activa en passiva en bepaling van het resultaat zijn gebaseerd op historische kosten.

### Eigen vermogen

Het eigen vermogen is te onderscheiden naar een algemene reserve en een bestemmingsreserve. De algemene reserve wordt aangehouden om niet voorziene tegenvallers op te kunnen vangen en vormen aldus een waarborg voor de continuïteit van de stichting. Op dit moment heeft de organisatie nog geen eigen vermogen.

## **Resultaat**

De bepaling van het resultaat hangt samen met de waardering van activa en passiva. Donaties en giften worden verantwoord in het jaar waarin ze ontvangen zijn, voor zover de gerelateerde uitgaven ook in dat jaar worden opgenomen. Lasten worden toegerekend aan het jaar waarop ze betrekking hebben.

## **Overige gegevens**

Het bestuur van 100WEEKS bestaat uit twee onbezoldigde leden. De oprichters Jeroen de Lange en Gitte Buch.

De Raad van Toezicht bestaat uit drie onbezoldigde leden:

Ellen Kooij (voorzitter)	Huidige functie: Partner bij HopStep&Leap company
Marinus Wisselink	Huidige functie: Company Secretary Tata Steel BV
Marcus Breekweg	Huidige functie: Co-founder Undagrid

## **TOELICHTING OP DE BALANS**

### **Liquiditeiten (Means of liquidity)**

100WEEKS is opgericht in 2014. De eerste financiële activiteiten hebben plaats gevonden in 2015. De waarde van de liquide middelen zijn van 2015 en 2016 gestegen van € 5.717 naar € 22.159.

### **Debiteuren (Debtors)**

Dit betreft donaties gecommiteerd via de website die eind december 2016 nog niet waren ontvangen.

### **Crediteuren (Creditors)**

Dit betrof in 2015 voorgesloten uitgaven die in 2016 zijn terugbetaald. In 2016 hadden de crediteuren betrekking op de huur voor de maanden november en december die begin 2017 is betaald.

### **Inkomsten vooruit ontvangen (Income received in advance)**

Donoren sponsoren vrouwen op verschillende wijzen. Ze maken het bedrag voor de 100 weken support in één keer over of maken hun bijdrage maandelijks beschikbaar. De uitgaven aan de vrouwen worden opgenomen in het jaar waarop dit betrekking heeft. De bijdragen aan vrouwen die in één keer zijn overgemaakt zijn opgenomen onder vooruit ontvangen inkomsten voor zover de bijdrage nog niet is gebruikt om de vrouwen te ondersteunen.

### **Resultaat (Result)**

Over zowel 2015 als 2016 is er geen positief of negatief resultaat bereikt.

## TOELICHTING OP DE WINST EN VERLIESREKENING

### **Kantoorkosten (Office costs)**

Er wordt vanaf januari 2016 een gedeelde kantoor ruimte gehuurd bij de OpenCoop in Amsterdam. De kosten bedroegen in 2016 € 2.052.

### **Operationele kosten(Operating costs)**

Dit betreft o.a. kosten voor de website, software licenties en bankkosten. Deze kosten bedroegen in 2015 € 152 en in 2016 € 1.236.

### **Communicatie kosten (Communication costs)**

Dit betreft kosten voor de ontwikkeling van communicatie materiaal. De kosten bedroegen in 2016 € 224.

### **Reiskosten (Travel costs)**

Dit betreft reiskosten in Nederland, Europa en naar Rwanda. De kosten bedroegen in 2015 € 1.674 en in 2016 € 3.908. Dit komt doordat er meer reizen naar Rwanda hebben plaats gevonden.

### **Kas overmaking naar vrouwen (Cash transfer costs women)**

Dit zijn de daadwerkelijke geld overmakingen naar de vrouwen. In 2015 betrof dit één groep van 11 vrouwen voor een bedrag van € 5.950. In 2016 betrof het twee groepen vrouwen. De overboekingen hadden een waarde van € 14.522.

### **Landen management kosten (Country management costs)**

Dit betreft de kosten die lokaal gemaakt worden om het programma te implementeren. De kosten bedroegen in 2015 € 1.028 en in 2016 € 2.480).

### **Donaties (Donations)**

In 2015 is er in totaal € 11.964 aan donaties ontvangen. Een gedeelte hiervan €3,161, is overgeheveld naar het volgend boekjaar. In totaal wordt er in 2015 € 8.803 aan inkomsten verantwoord.

In 2016 is er in totaal €24.420 aan donaties ontvangen. De resterende donatie €21.852 ontvangen voor toekomstige betalingen aan vrouwen zijn opgenomen onder de balanspost 'inkomsten vooruit ontvangen'.

Er zijn donateurs die speciaal hebben bijgedragen aan de kosten van overhead.

## ANNEX: PARTNERS EN VRIJWILLIGERS 100WEEKS

### PARTNERS



### VRIJWILLIGERS

**Raymond van de Klundert (Kluun):** Ray werkte jarenlang als strateeg in de reclamewereld en is bekend als schrijver die haarfijn aanvoelt hoe je een breed publiek raakt.

**Scato van Opstall:** Scato is een creatieve alleskunner: columnist bij de Volkskrant en Adformatie; conceptmaker, copywiter, scenarist, gastdocent, boekenmaker en meer.

**Michael Jansen:** Michael is een gelauwerde art director en zet al vele jaren en met succes merken – groot en klein, nieuw en bestaand – in de markt.

**Raoul Kuiper:** Raoul is social entrepreneur met jarenlange ervaring in online engagement. Hij verdiende zijn sporen in de reclamewereld en zette DDB Tribal op; De voorloper van online marketing en branding in Nederland.

**Justus van Oel:** Justus is cabaretier, televisie- en theatermaker (van onder andere de succesvolle televisie serie Najib en Julia), columnist en schrijver.

**Leo van Zwan:** Leo weet alles van armoedebestrijding in de complexe werkelijkheid en van Afrika (o.a. Burkina Faso, Tanzania, Zuid-Sudan, Zambia) waar hij decennialang leefde en werkte. Hij kent de hulpsector (NGO's en overheid) als zijn broekzak.

**Tineke Janssen:** Tineke heeft voor grote internationale organisaties zoals KLM, Philips en Heineken, onderzoek geleid om inzicht te krijgen in hun klanten. Als geen ander weet zij hoe je door onderzoeksmethoden essentiële inzichten boven water krijgt.

**Marcia Luyten:** Marcia is journalist, schrijver, publicist en presentator, thuis is Afrika, Limburg en Amsterdam. Momenteel presenteert zij VPRO's Buitenhof. Zij verbindt de realiteiten van Afrika met die van Nederland door messcherpe analyses in columns en essays in NRC, de Volkskrant, VrijNederland en OneWorld.

**Steven Collet:** Steven is diplomaat en innovator in internationale samenwerking, thuis in beleid en uitvoering, in Afrika en Azië, en kent de successen en ook mislukkingen van ontwikkelingshulp.

**Karan Sharan:** Karan adviseert bedrijven in verschillende sectoren over het ontwerpen van *user experiences* die consumenten betrekken bij een product. Hij werkt nu bij PwC als senior digital strategist.

**Jorrit Hoekstra:** Jorrit was strategie consultant bij marktonderzoekbureau Motivaction. Hij heeft goede doelen hun donateurs betere laten begrijpen en bereiken.

**Frank ten Veen:** Frank heeft zowel in het bedrijfsleven (ING, Ahold) als bij non-profit organisaties (Cordaid) geholpen effectieve relaties op te bouwen met klanten door CRM systemen te ontwikkelen en slim in te zetten.