

## **DE SEECHILD FUNDRAISING MARATHON 2024**

### **Evaluatie rapport**

#### **Inleiding**

Na een periode van ernstige financiële tekorten bedacht het managementcomité van SEECHILD verschillende ideeën en activiteiten om dit probleem op te lossen. Uit de vele ideeën bleek een fondsenwervingsmarathon het meest levensvatbare en verkoopbare idee. Dit zou gemakkelijk sympathie kunnen vinden in een gemeenschap waar veel aandacht is voor verbetering van de gezondheidszorg.

Begin september werd daarom besloten om op **8 december 2024** een marathon te organiseren in onze gemeenschap met in principe twee hoofdoelen, namelijk:

- Om geld in te zamelen om een deel van onze schulden af te betalen.
- Een grootschalige zichtbaarheids- en bewustwordingscampagne voeren over beperkingen binnen onze gemeenschap en daarbuiten.

Hardloopsets en tickets moesten worden geprint en verkocht aan de bereidwillige deelnemers en aanhangers voor de zaak van het empoweren van kinderen met een beperking. Er werden massaal persberichten gemaakt om de marathon bij het publiek te introduceren, waarbij werd opgeroepen tot steun. Gemeenschapsbetrokkenheid via kerken, lokale leiders, moskeeën, individuen, sportgroepen, samenwerkende bedrijven, scholen en andere instellingen werden benaderd via uitnodigingen, flyers en andere mogelijke manieren.

Tijdens het proces moesten we in de voorbereidende activiteiten van dit eerste evenement andere teamleden rekruteren buiten het SEECHILD-management en het eigen personeel, met name degenen met een goede staat van dienst in het organiseren van dergelijke activiteiten. We moesten een bekwaam persoon vinden die de managementrol voor deze drive op zich zou nemen. Verschillende personen en organisaties werden geselecteerd, benaderd en gevraagd om deel uit te maken van de zaak, wat velen bereidwillig accepteerden en zelfs hun uiterste best deden om ervoor te zorgen dat het evenement de beoogde resultaten zou opleveren. We vormden een organiserend comité met enkele ouders, weldoeners en personeel van SEECHILD.

#### **De dag van het evenement**

Dankzij de grondige voorbereidingen en onbaatzuchtige inspanningen van het organiserende comité onder leiding van de heer Kakeeto Yunus, kwam de langverwachte dag tot een goed einde met een score die waarschijnlijk boven het gemiddelde lag, ondanks het feit dat we de gewenste bedrag mogelijk niet hebben gehaald. We waren in staat om een behoorlijk aantal fysieke deelnemers en supporters te verzamelen. Onze boodschap van pleidooi voor de rechten van kinderen met een beperking werd luid verkondigd en gehoord door de mensen, zoals bleek uit hun bereidheid om deel te nemen en te ondersteunen.

#### **De resultaten**

We genereerden ongeveer acht miljoen Ugandese Shillings (UGX) als nettowinst van deze drive. Dit werd verzameld door de verkoop van hardloopkits, tickets en donaties, wat wijst op de waardering van onze inspanningen door de gemeenschap.

- Sommige financieringsorganisaties, zoals Rotaryclubs, hebben aangeboden om projectvoorstellen van SEECHILD te ontvangen.
- SEECHILD als organisatie en haar activiteiten werden zichtbaarder in de gemeenschap en het land in het algemeen. Dit gebeurde via radio's, sociale mediaplatforms, televisies en andere.
- Dit evenement werd georganiseerd met een minimaal budget, wat kosteneffectief was voor de organisatie.

- Tijdens dit evenement kregen we de steun van verschillende kerkleiders, wat een mooi voorbeeld is van het vertrouwen dat we bij hen en hun gemeenten hebben opgebouwd. Dat is een geweldige score voor onze duurzaamheid.
- Dankzij het evenement konden een aantal van onze ouders/verzorgers en naburige instellingen actief deelnemen aan mobilisatieactiviteiten. Deze activiteiten zijn van fundamenteel belang voor het voortbestaan van onze dienstverlening.
- Er werd besloten om dit evenement jaarlijks te organiseren. Dit is een veelbelovende manier om geld bij te dragen aan de reserves van de organisatie.
- Er zijn vakkundige mensen aangetrokken, vooral uit de financiële sector.

### **De uitdagingen**

- De timing van ons evenement was niet de beste. Het evenement werd georganiseerd in een periode van drie maanden, een periode die niet genoeg was om de markt te penetreren en het idee te communiceren aan potentiële partners. Het seizoen van het evenement was ook niet gunstig omdat het werd georganiseerd toen scholen vrij waren voor vakantie, terwijl de studenten potentiële deelnemers zouden zijn.
- Het lukte ons niet om sponsors te vinden bij financiële instellingen, voornamelijk vanwege de tijdslimieten.
- De kosten van de manager waren vrij hoog (20% van de nettowinst). Dit kwam door gebrek aan ervaring van de organisatie in evenementenmanagement.
- We hebben niet voldoende geld gegenereerd om onze schulden helemaal af te lossen.

### **De geleerde lessen en de weg vooruit**

- SEECHILD kan als organisatie een aanzienlijke lokale steun genereren, mits er voldoende voorbereidingstijd is en er goed management is.
- Financiële acties worden jaarlijks georganiseerd en vanaf het begin van het jaar voorbereid, zodat voorstellen voor sponsoring op tijd bij de potentiële sponsors worden ingediend tijdens hun budgetteringsperiode.
- Een thema voor onze volgende marathon moet aansluiten bij de algemene gezondheidsbeleving, zodat zoveel mogelijk mensen zich kunnen identificeren met het doel dat meer behelst dan kinderen met een beperking.
- Alle acties worden georganiseerd tijdens perioden dat studenten op school zijn en op zaterdag, aangezien de meeste mensen de zondag nogal lastig vinden omdat ze dan naar de kerk moeten.

### **Conclusie**

De SEECHILD Fundraising Marathon was een succes, gemeten naar de tijd die we hadden voor voorbereiding en ervaring. SEECHILD maakte een groot statement naar de gemeenschap door dit evenement en dit fungeerde ook als een eyeopener voor het managementcomité van de organisatie het toont mogelijke financieringsmogelijkheden die, wanneer aangeboord, een groot verschil kunnen maken. We danken daarom alle partijen en individuen die deelnamen aan deze prachtige actie om het aanzien van de organisatie te verbeteren.

Moge de Almachtige God u zegenen.

**Denns Muddu, Programs Officer**

## Appendix

### Financial Report for the Marathon drive:

#### Donations

1. Mr. Matovu F.K	2,500,000
2. Mr. Ddungu C.	500,000
3. Ms. Rebecca	200,000
4. Jackline	30,000
5. Nakasi Harriet	200,000
6. Donation	120,000
7. Mr. Kakooza Ronald	50,000
8. Sarah Namubiru	1,000,000
9. Julian Ahebwa	300,000
10. Fr. Ssemuddu	400,000
11. Tina Daughter	100,000
12. Irene Daughter	100,000
13. Mr & Mrs Nsohya Joseph.	2,000,000
14. Mrs. Angella Ssali (Mother of Perpetual Help Initiative)	1,000,000
15 Missionary Sisters of our Lady of Africa	100,000
16. Mascedo Hotel Kabuusu	200,000
17. CWAS	200,000
18. Mr. Kasibante	80,000
19. Mrs. Kakande	500,000
20. Mr. Mukundane Felix	100,000
21. Uganda martyrs choir renewal	80,000
22. Bunamwaya Parish	400,000
23. Mr. Bivanju	100,000
24. Mrs. Katumwa	50,000
25. Mrs. Turyatunga	10,000
26. Nalongo Muyingo	30,000
27. Mrs. Walusimbi	100,000
28. Miss Margaret	10,000
29. Ssalongo	10,000
30. Mrs. Kajoba	100,000
31. Mr. Kamulegeya Chief guest wz his team	3,000,000
32. Madam Harriet Nakasi Chair person	150,000
33. Anita Parish	50,000
34. Nakivumbi	10,000
35. Ladies of the first mass	15,000
36. Mother care Primary School	400,000

37. Carol renew	10,000
38. Grace Cathebert	100,000
39. Jesca Jaggwe	40,000
40. Teddy Sacritian	20,000
41. Namatovu Kivumbi sister	100,000
42. Mr. Kiggundu Sharon's husband	50,000
43. Watoto cell	90,000
44. Mr. Matovu Charles	40,000
45. Nsambya Babies Home	400,000

**15,045,000**

**From Sales of the kits:**

Sales Price 20,000/=

Production cost 6500/=

Distribution cost 1,000/=

Net profit 12,500/=

Sold 500

**Total profits from kit**

**6,250,000**

**Total revenue**

**21,295,000**

Item	Expenditure
<b>Costs incurred on venue</b>	340,000
<b>Police</b>	250,000
<b>Printing invitations</b>	323,500
<b>Transport</b>	4,712,200
<b>Stationery</b>	270,500
<b>Refreshment</b>	114,500
<b>Airtime</b>	105,000
<b>Media</b>	1,880,000
<b>flyers ,posters and banners</b>	1,015,000
<b>Fuel</b>	50,000
<b>Polythene</b>	2,900
<b>Venue</b>	300,000
<b>Interpreter</b>	90,000
<b>Stage</b>	310,000
<b>Entertainment</b>	732,000
<b>Tents</b>	470,000
<b>Grand Total</b>	<b>10,965,600</b>
<b>Net profit</b>	<b>10,329,400</b>

**Manager's commission 20%**

**2,065,880**

**Profit for SEECHILD**

**8,263,520**