



WORLD WIDE SKIPPING WEEK

Stel je eens voor dat Syrische kinderen met asiel in Nederland Mark Rutte uitdagen tot een huppelwedstrijd en dat hij zegt: "Doen we, maak maar een afspraak met mijn secretaresse." Drie weken later reageert de Nederlandse bevolking enthousiast op de beelden van een huppelende Rutte in de media. Het is het begin van een ware huppelrage...

Huppelen heeft een onweerstaanbare kracht en charme. Voor kinderen is het normaal, volwassenen moeten even de drempel over voor ze gaan huppelen. En dan komt het kind weer naar boven.

Huppelen als fundraiser?

De World Wide Skipping Week is een fondsenwervende campagne die mensen uitnodigt zelf initiatief te nemen en geld op te halen. Net zoals bij Movember en The Ice Bucket Challenge het geval is: het concept is openbaar en iedereen kan er zelf mee aan de slag.

Deelnemers doorlopen vijf stappen:

1. Bedenk iemand om mee te huppelen van wie men het niet zou verwachten
2. Vraag je bekenden om donaties te beloven als jij diegene zo ver krijgt om mee te doen
3. Benader diegene en vertel hoeveel geld is toegezegd als hij/zij meedoet
4. Ga samen huppelen, leg het vast en deel het in alle media
5. De donaties gaan naar een goed doel dat zich inzet voor kinderen in crisisgebieden

Wat kan er zoal gebeuren?

Dit zijn slechts enkele mogelijke huppelacties die zouden kunnen plaatsvinden:

- De Koninklijke familie huppelt het Koninklijk Paleis uit en nodigt heel Nederland uit om mee te huppelen
- Een schoolklas uit Doetinchem gaat huppelen met Marco Borsato
- Merle van 5 gaat huppelen met haar overgrootmoeder van 99
- Syrische vluchtelingen in Nederland gaan huppelen met Mark Rutte
- Moslims uit de Schilderswijk bieden aan dat je kunt komen 'huppelen met moslims' als je een donatie voor War Child schenkt
- Ans gaat huppelen met haar ex met wie ze in een vechtscheiding ligt
- Honderden Palestijnse en Israëliëse kinderen gaan samen huppelen
- Tijdens zijn reis door Brazilië wil Stan in diverse sloppenwijken huppelmobs op de been krijgen

Waarom dit een succes wordt...

Er zijn minstens vier redenen waarom deze campagne een succes gaat worden:

1. Als lancering kun je een paar eerste aansprekende acties aanzwengelen die meteen veel publiciteit zullen genereren
2. Het is simpel én leuk voor deelnemers om een eigen actie op te zetten die bij hen past
3. Omdat er geld naar het goede doel gaat, zijn BN'ers en publieke figuren gemotiveerd om ja te zeggen
4. Een huppelactie is het perfecte verhaal om te delen via social media en YouTube

Eerst Nederland, dan de wereld

Met partners als Unicef en War Child gaat Wonder dit jaar de huppelrage in Nederland op gang brengen. Als de resultaten goed zijn, willen we het concept een zetje geven richting wereldwijde navolging. Dat zou in samenwerking met een grote NGO zoals Unicef International kunnen gebeuren, maar kan ook de vorm van een franchise hebben waarbij alle mogelijke kleine en grote clubs op mogen aanhaken.