

---

## METING DECEMBER 2016

---

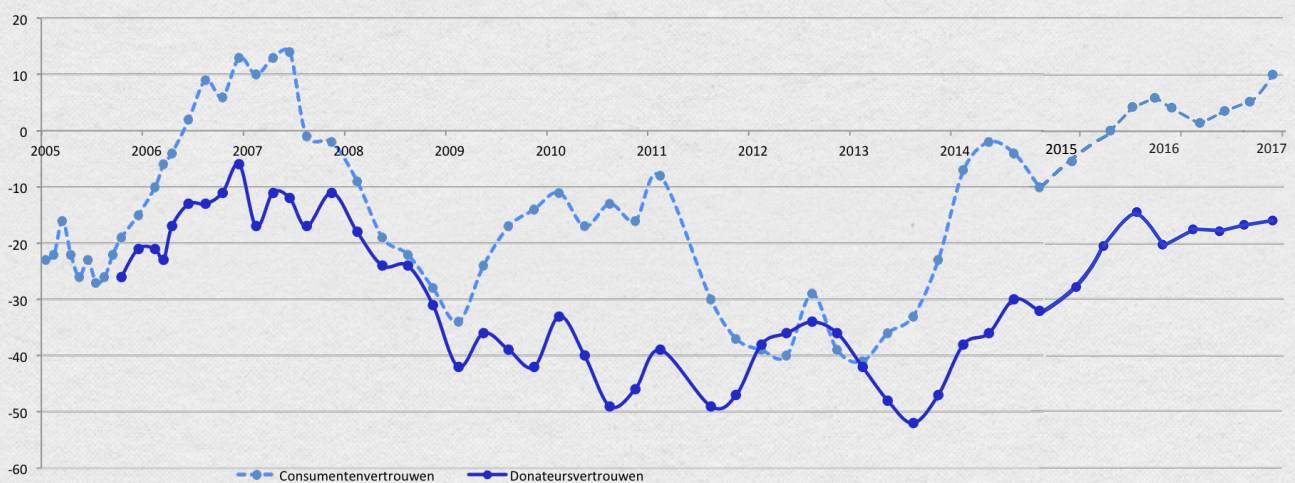
In dit rapport leest u de laatste ontwikkelingen over het donateursvertrouwen in Nederland. Hierover tonen we feiten & cijfers, vergeleken met voorgaande metingen van het Nederlands Donateurspanel (NDP). Daarnaast is het aan het eind van het jaar interessant te horen wat het daadwerkelijke geefgedrag gedurende 2016 is geweest en wat het voornemen van donateurs hierover is voor 2017. U leest het in deze NDP-meting.

# DONATEURSVERTROUWEN

In het laatste kwartaal van 2016 is het donateursvertrouwen in Nederland gestegen.

Dit komt aan het eind van het jaar uit op -16.

De cijfers tonen aan dat 2016 een jaar is waarin het donateursvertrouwen een stijgende lijn vertoont: maart (-18), juni (-18) en september (-17) en dus eindigend op -16 in december. Het negatieve cijfer uit 2015 is hiermee echter nog niet goedge maakt. Toch blijft dit vertrouwen nog (ver) achter bij het consumentenvertrouwen, dat sinds april 2016 een positief cijfer (+1) vertoont. Door het versterkte economische klimaat en grotere koopbereidheid staat dit cijfer inmiddels op +10 (bron: CBS).

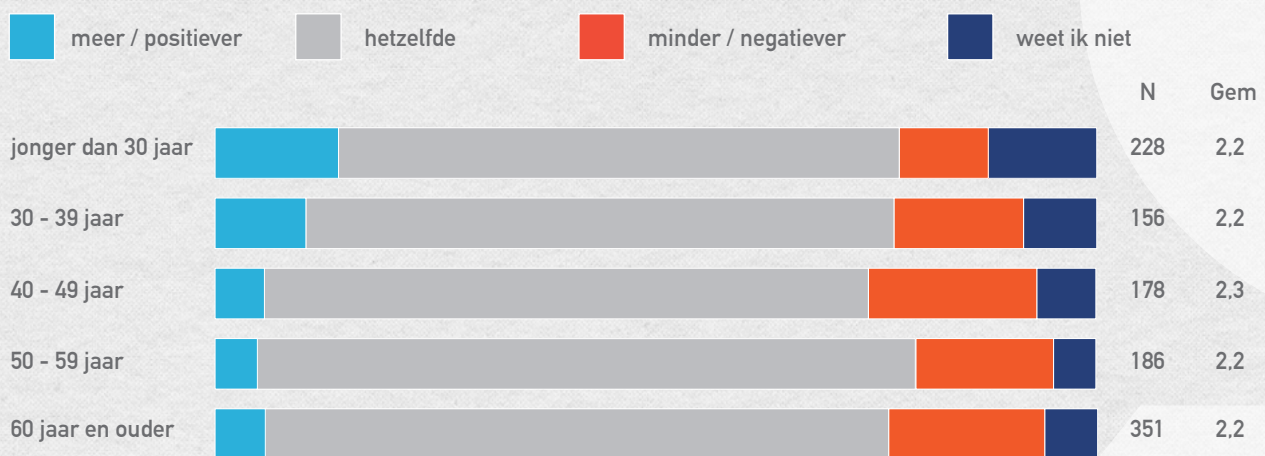


Figuur 1: Donateursvertrouwen versus consumentenvertrouwen 2005-2016

# GEEFBEREIDHEID EN GEEFGEDRAG: JONGEREN HEBBEN MEER GEDONEERD IN 2016

Gedurende 2016 zagen we al vaker dat jongeren een belangrijke doelgroep zijn voor goede doelen. Hun vertrouwen in de sector is groter dan dat van oudere doelgroepen (40+) en zij staan open om op een nieuwe, eigentijdse manier benaderd te worden. Eind 2016 blijkt dat zij verhoudingsgewijs ook meer gedoneerd hebben dan oudere doelgroepen. De leeftijdscategorieën 'Jonger dan 30 jaar' en '30-39 jaar' geven – ten opzichte van oudere doelgroepen – aan dat zij meer gedoneerd hebben het afgelopen jaar. Het NDP geeft aan wat donateurs zeggen te doneren, maar geeft geen inzicht in het daadwerkelijke geefgedrag van hen.

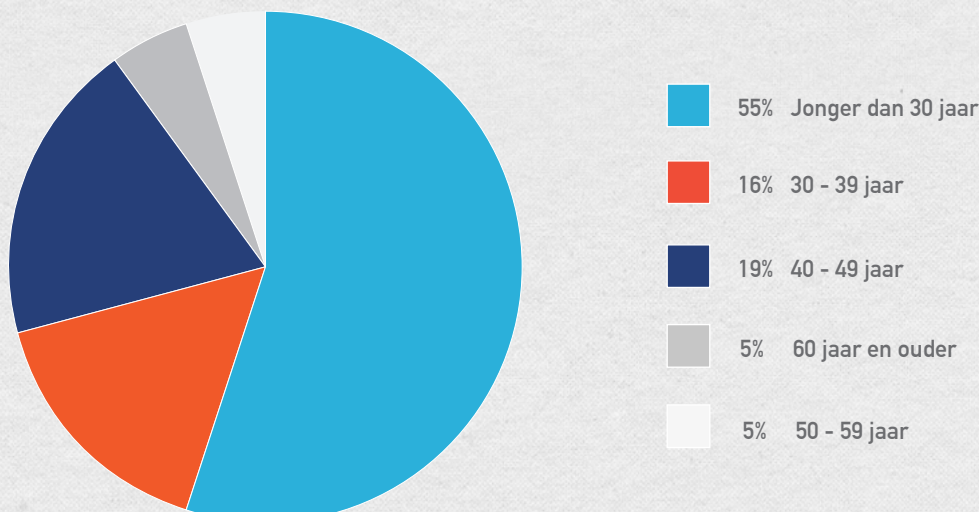
## HEEFT U ZELF IN DE AFGELOPEN 12 MAANDEN MEER OF MINDER AAN GOEDE DOELEN GEGEVEN DAN HET JAAR ERVOOR?



Gemiddeld geeft tweederde van de Nederlanders aan in 2016 hetzelfde bedrag gedoneerd te hebben. Respondenten 'Jonger dan 30 jaar' is ook de doelgroep die gedurende 2016 meer vertrouwen heeft gekregen in goededoelenorganisaties.

## VERTROUWEN IN GOEDEDOELENORGANISATIES PER LEEFTIJDSCATOGORIE IN 2016

Respondenten is de vraag gesteld in hoeverre zij meer vertrouwen hebben gekregen in goededoelenorganisaties in 2016. Van de mensen die hebben aangegeven méér vertrouwen te hebben gekregen, is de volgende verdeling te maken.

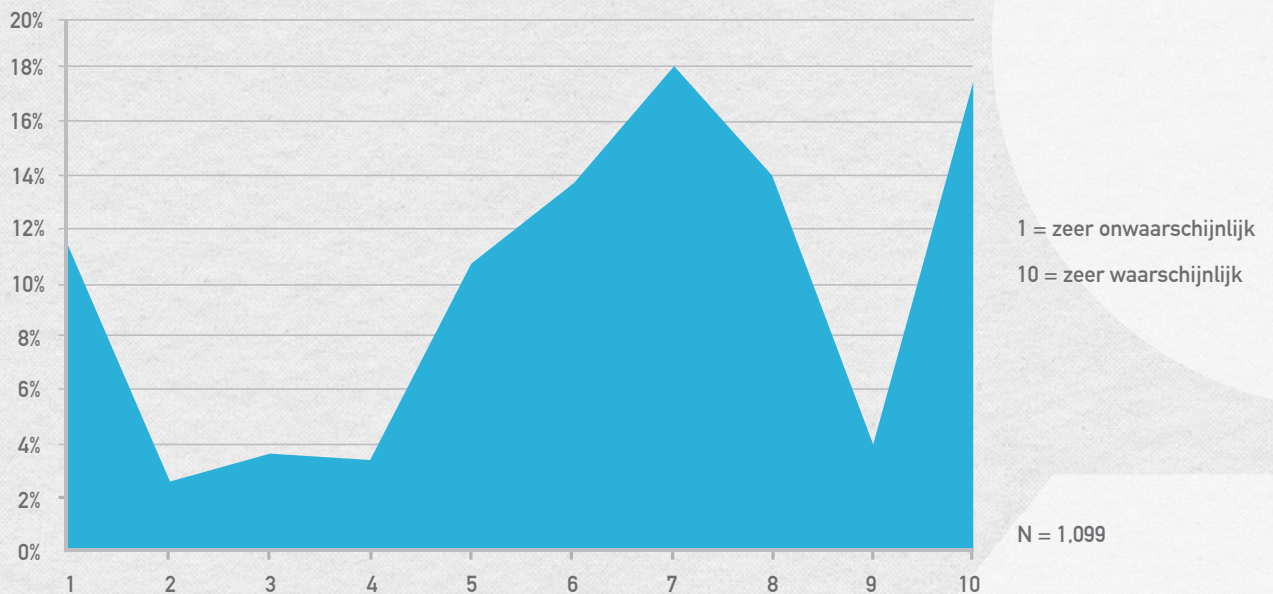


## DE UITDAGING VOOR 2017

Respondenten geven eind 2016 aan dat zij de komende 12 maanden hetzelfde (70,3%) of minder (14,8%) gaan doneren. Daarnaast verwachten zij dat de Nederlandse bevolking in 2017 hetzelfde (34,4%) of minder (31,6%) zal doneren.

Gevraagd naar de waarschijnlijkheid om te doneren geeft 54% van de respondenten aan dit waarschijnlijk tot zeer waarschijnlijk in 2017 weer te doen. Het gemiddelde cijfer op een schaal van 1 tot 10 betreft een 7.2. De uitdaging voor goede doelen is hierbij ook om een grote middengroep, die aangeeft op dit moment niet te weten of zij gaan doneren, te overtuigen en aan zich te binden.

### WAARSCHIJNLIJKHEID OM IN 2017 TE DONEREN AAN GOEDE DOELEN



## GEZONDHEIDSORGANISATIES GENIETEN HET MEESTE VERTROUWEN

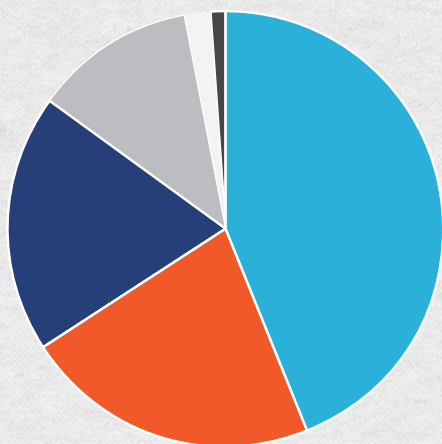
Onderstaande cijfers laten zien in welke sector - waarin goededoelenorganisaties actief zijn - Nederlanders het meeste vertrouwen hebben. Zij konden hierbij uit zes sectoren kiezen.

### GEMIDDELD VERTROUWEN (RAPPORTCIJFER) IN GOEDE DOELEN IN NEDERLAND BINNEN ONDERSTAANDE CATEGORIEËN



# DONATEURS KIEZEN HUN EIGEN MOMENT...

In dit NDP-onderzoek hebben we onderzocht hoe donateurs benaderd willen worden door goede doelen. Benadering aan de deur, op straat en via de telefoon zijn niet populair. Een benaderingswijze per post en per e-mail hebben absoluut de voorkeur, zo toont deze meting. We zien dus een verschil in populariteit tussen enerzijds mondelinge methodes en anderzijds schriftelijke methodes. Onderstaand een aantal voorbeelden daarvan. Wellicht interessant om in 2017 te blijven volgen welke benaderingswijzen de voorkeur hebben van verschillende donateurs, bijvoorbeeld per leeftijdscategorie.

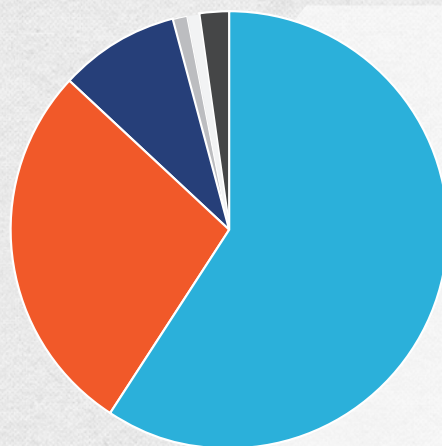


Benaderingswijze: bij u aan de deur

- 44% helemaal niet prettig
- 22% niet prettig
- 19% neutraal
- 12% prettig
- 2% weet niet / geen mening
- 1% zeer prettig

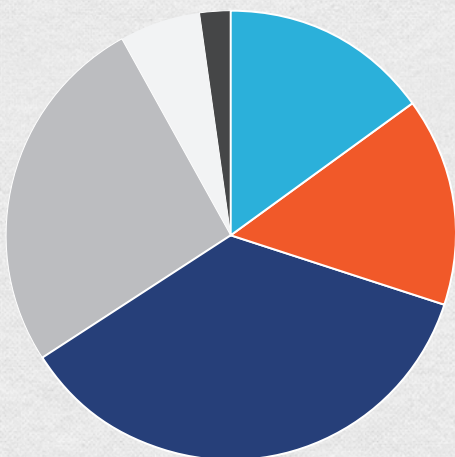
Benaderingswijze: via telefoon

- 60% helemaal niet prettig
- 28% niet prettig
- 9% neutraal
- 1% prettig
- 1% zeer prettig
- 2% weet niet / geen mening



Benaderingswijze: via de post

- 15% helemaal niet prettig
- 15% niet prettig
- 36% neutraal
- 26% prettig
- 6% zeer prettig
- 2% weet niet / geen mening



# MIJN GOEDE VOORNEMENS VOOR 2017 ZIJN...

Eind 2016 is respondenten gevraagd of en eventueel op welke manier zij in 2017 willen bijdragen aan een betere wereld. Een aantal uitkomsten over respondenten die we eruit willen lichten, zijn:

**48%** 'JONGER DAN 30 JAAR' WIL MEER VAN  
BETEKENIS ZIJN VOOR DE EIGEN OMGEVING

**23%** TUSSEN '30 - 39 JAAR' WIL MEER GAAN  
DONEREN AAN GOEDE DOELEN.

**42%** TUSSEN DE '40 - 49 JAAR' WIL  
GROENER GAAN LEVEN

**41%** TUSSEN DE '50 - 59 JAAR' WIL  
GROENER GAAN LEVEN.

**15%** OUDER DAN 60 JAAR WIL (MEER)  
VRIJWILLIGERSWERK GAAN DOEN.

## REALISATIE VAN DE GESTELDE DOELEN

Voor Nederlanders is én blijft belangrijk dat goede doelen gestelde doelen ook daadwerkelijk realiseren (39%) en dat zij hiervoor een duidelijk plan hebben om dit te behalen (44%). Dit vinden Nederlanders op dit moment belangrijker dan het gebruik maken van wetenschappelijk bewezen methoden of het zoeken van samenwerking met andere goede doelen die werkzaam zijn op hetzelfde terrein.

Voor de doelgroep '60 jaar en ouder' vindt het belangrijk dat goede doelen hun gestelde doelen ook daadwerkelijk realiseren. Daarbij vinden zij het ook heel belangrijk dat de organisatie een duidelijk plan heeft om dit te behalen. Ook jongeren vinden juist dit aspect belangrijk.