



Het Nederlandse Donateurspanel

Het Nederlandse Donateurspanel van Wwav wordt mede mogelijk gemaakt door het CBF en is uitgevoerd door Kien



METING JUNI 2018

In dit rapport leest u de laatste ontwikkelingen rond het donateursvertrouwen in Nederland. De feiten en cijfers van dit kwartaal vergelijken we met voorgaande metingen van het Nederlands Donateurspanel (NDP). Daarnaast stellen we het panel de vraag waar zij hun keuze om te doneren aan een goed doel van laten afhangen: feitelijke informatie of gevoel? En welke informatie over het goede doel is dan belangrijk om te bekijken?

DONATEURSVERTROUWEN STIJGT LICHT

We zien dat het donateursvertrouwen een lichte stijging maakt in het tweede kwartaal van 2018, van -9 naar -8. De negatieve berichtgeving over een aantal goede doelen in het eerste kwartaal van dit jaar lijkt daarmee geen blijvend negatief effect te hebben.

Met 23 ligt het consumentenvertrouwen in juni ruim boven het gemiddelde over de afgelopen twintig jaar (-3). Dit vertrouwen bereikte in januari 2000 de hoogste stand ooit (36), en in maart 2013 de laagste stand ooit (-41). Het consumentenvertrouwen ligt al sinds eind 2016 boven de 10 (bron: CBS.nl).



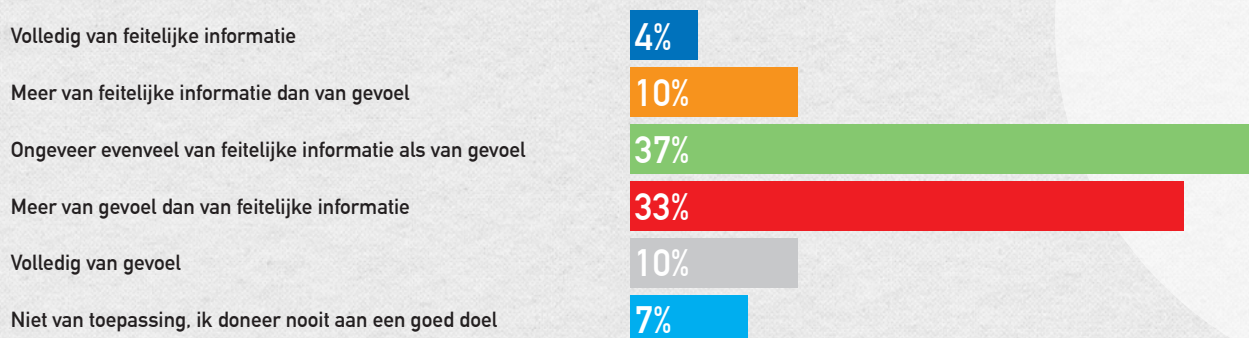
Figuur 1: donateursvertrouwen versus consumentenvertrouwen 2005-2018

In het NDP van vorig kwartaal zagen we dat het aandeel donateurs dat negatiever was gaan denken over goede doelen steeg van 19% in februari naar 30% in maart. Mogelijk had dit te maken met de negatieve berichtgeving over goede doelen in deze periode, al ontbrak een direct causaal verband. We zien dit aandeel het afgelopen kwartaal weer dalen naar 23%.

FEITELIJKE INFORMATIE VERSUS GEVOEL

Het publiek verwacht van goede doelen dat zij transparant zijn. Dit is ook een belangrijke voorwaarde om als goed doel erkend te worden door toezichthouder CBF. Informatie over goede doelen is voor donateurs op verschillende plekken goed te verkrijgen. Maar baseren mensen hun keuze om aan een goed doel te doneren daadwerkelijk op die feitelijke informatie? Of is dat meer een kwestie van gevoel?

Wel of niet geven aan een goed doel, hangt voor het grootste deel van het panel (37%) evenveel van gevoel af als van feitelijke informatie. Voor een derde speelt het gevoel meer een rol (33%). Slechts 10% geeft aan meer te handelen op basis van feiten.



Figuur 2: Waarvan laat men de keuze om aan een goed doel te doneren afhangen: van feitelijke informatie of van het gevoel over het goede doel?

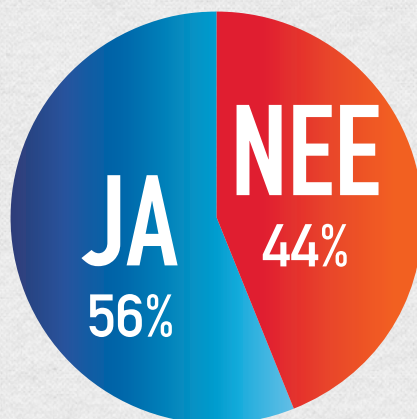
Wat valt er op?

50- tot 59-jarigen laten hun keuze significant vaker (17%) volledig van gevoel afhangen dan panelleden jonger dan 50 jaar (9%) of 60-plussers (9%).

Mannen lijken vaker de keuze te maken op basis van feitelijke informatie dan vrouwen (17% vs. 10%). En vrouwen lijken op hun beurt de keuze meer of volledig van gevoel te laten afhangen dan van feitelijke informatie (45% vs. 40%). Hoewel de resultaten tussen mannen en vrouwen niet significant verschillen, sluiten deze wel aan bij het algemene beeld dat bestaat van mannen en vrouwen bij het maken van keuzes (rationeel vs. emotioneel). Later in het rapport vinden we een soortgelijk resultaat dat wel significant is.

WORDT ER MEER FEITELIJKE INFORMATIE GEZOCHT BIJ EEN GROTERE DONATIE?

Donateurs lijken hun keuze om aan een goed doel te doneren dus niet puur op basis van feitelijke informatie te maken. Maar verandert dat wanneer hun donatie groter is?



En hoe zit dat als we kijken naar verschillende leeftijdscategorieën?

- Donateurs jonger dan 30 jaar geven significant vaker aan meer feitelijke informatie te zoeken wanneer hun donatie groter is, dan donateurs van 30 jaar en ouder (78% vs. 53%).
- 60-plussers geven juist significant vaker aan niet méér feitelijke informatie te zoeken wanneer zij een grotere gift gaan geven in vergelijking met donateurs jonger dan 60 jaar (64% vs. 36%)

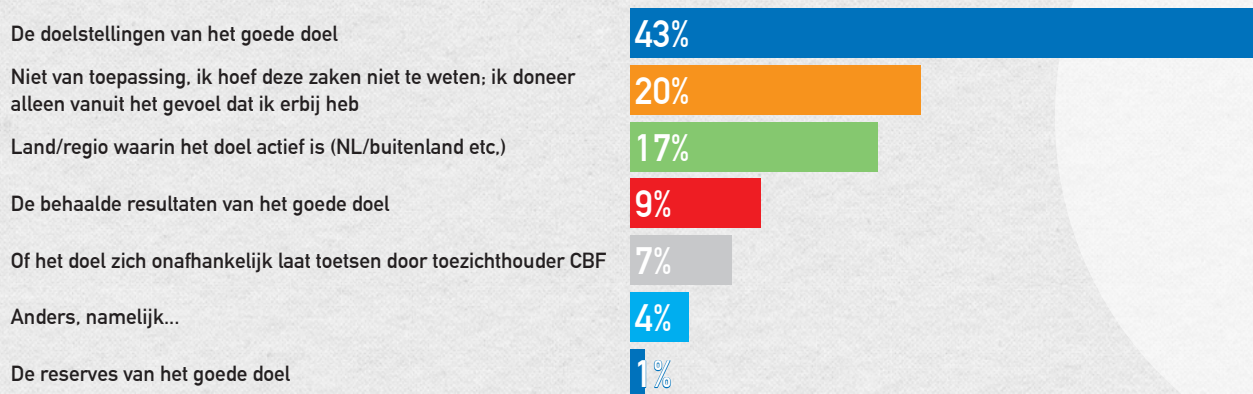
We zien dus: hoe jonger de donateur, hoe vaker er naar feitelijke informatie wordt gezocht. Hoe ouder, hoe minder vaak hiernaar wordt gezocht.

Opmerkelijk

Op de vraag of ze bij een grotere donatie op zoek gaan naar meer feitelijke informatie, antwoorden donateurs uit Zuid-Nederland significant vaker 'nee', vergeleken met donateurs uit de rest van het land (65% vs. 36%). Donateurs uit deze regio lijken het bij een grotere donatie niet nodig te vinden om meer informatie te hebben over het goede doel.

WELKE FEITELIJKE INFORMATIE VINDT HET PANEL BELANGRIJK?

14% van het panel gaf aan dat feitelijke informatie de doorslag geeft bij de keuze om te doneren, en nog eens bijna 40% gaf aan dat de keuze afhangt van zowel gevoel als feitelijke informatie. Maar welke informatie vindt het panel het belangrijkste om te hebben? Deze tabel maakt dat duidelijk.



Figuur 3: Welke feitelijke informatie vindt het panel het belangrijkste om te weten, voordat zij een keuze maken te doneren aan een goed doel?

Als we onderscheid maken naar leeftijd, vallen deze resultaten op:

- Jongeren (< 30 jaar) zetten 'de doelstelling van het doel' (84% vs. 68%) en 'de behaalde resultaten' (71% vs. 51%) significant vaker in hun top 3 van belangrijke informatie dan andere leeftijdsgroepen.
- Vijftigplussers vinden het vaker belangrijk om te weten 'of het goede doel zich onafhankelijk laat toetsen' dan andere leeftijdsgroepen (43% vs. 22%).
- Zestigplussers willen vaker iets weten over 'de reserves van het doel' (10% vs. 4%) dan andere leeftijdsgroepen. Vergeleken met mensen onder de 60 vinden zij het ook belangrijker om te weten of het goede doel zich onafhankelijk laat toetsen door toezichthouder CBF (44% vs. 27%).

Eerder in het rapport vonden we geen significant verschil in de resultaten tussen mannen en vrouwen, maar bij dit onderdeel wel: vrouwen geven vaker aan dan mannen dat zij de feitelijke informatie over een goed doel niet nodig hebben, omdat zij aangeven vanuit gevoel te doneren (25% vs. 13%). En mannen vinden het vaker dan vrouwen van belang om te weten wat de doelstellingen zijn van het goede doel (77% vs. 65%).