



Het Nederlandse Donateurspanel

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

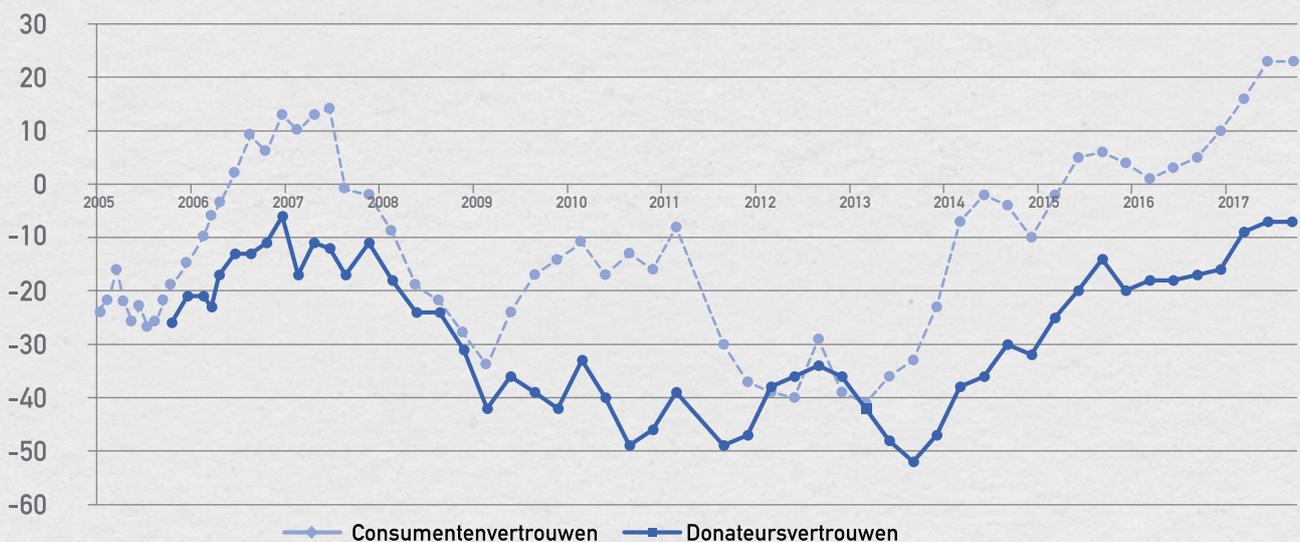


METING SEPTEMBER 2017

In dit rapport leest u de laatste ontwikkelingen rond het donateursvertrouwen in Nederland. We vergelijken de feiten en cijfers van dit kwartaal met voorgaande metingen van het Nederlands Donateurspanel (NDP). Daarnaast bevat dit rapport interessante feiten over de relatie tussen social-mediagebruik en goede doelen. Tot slot hebben we onze respondenten bevraagd over de controle op goede doelen.

DONATEURSVERTROUWEN BLIJFT STABIEL

Het donateursvertrouwen is de afgelopen maanden stabiel gebleven en staat nog steeds op -7. Hetzelfde geldt trouwens voor het consumentenvertrouwen, dat op 23 bleef staan. In onderstaande grafiek ziet u hoe het consumenten- en donateursvertrouwen een vergelijkbaar patroon volgen – alleen het niveau verschilt.



Figuur 1: Donateursvertrouwen versus consumentenvertrouwen 2005-2017

HOE DOEN GOEDE DOELEN HET OP SOCIAL MEDIA?

Twee jaar geleden vroegen wij het panel al eens of zij goede doelen volgen op social media en hoe zij de inspanningen van goede doelen waarderen. Ook waren we benieuwd wat men van donatieverzoeken op social media vindt. Omdat de ontwikkelingen op dit gebied razendsnel gaan, werden de vragen dit kwartaal herhaald en konden we de resultaten van 2015 en 2017 met elkaar vergelijken.

GOEDE DOELEN ACTIEVER

Van de respondenten maakt 94% gebruik van social media. Als we inzoomen op deze groep, blijkt dat 32% een goed doel volgt op social media. Twee jaar geleden was dit slechts 24%, dus er is sprake van een stijging. Niet geheel onverwachts, omdat goede doelen de laatste tijd een stuk actiever zijn geworden en social media vaker worden ingezet als serieus marketingkanaal.

| Volgt u een of meerdere goede doelen op social media? | 2017 | 2015 |
|---|------|------|
| Ja | 32% | 24% |
| Nee, ik volg geen goed doel, maar maak wel gebruik van social media | 68% | 76% |

Figuur 2: Volgt u een of meer goede doelen op social media?

Het is ook interessant om te kijken naar de verschillende leeftijdsgroepen. Zo blijkt 40% van de mensen jonger dan 30 jaar een goed doel te volgen op social media. Ter vergelijking: onder 60-plussers is dat 22%. Toch is dit ook de groep die de sterkste stijging vertoont: in 2015 volgde slechts 13% van de 60-plussers een goed doel.

VERSCHILLEN PER SOCIALMEDIAKANAAL

Als men een goed doel volgt, gebeurt dit meestal op Facebook (87%). Van de vrouwen volgt 31% een goed doel op Facebook, terwijl mannen daar met 19% een beetje bij achterblijven. Mannen volgen goede doelen wel weer vaker op bijvoorbeeld Twitter, LinkedIn en YouTube.

Opvallend is ook de groei van Instagram. Waar in 2015 8% van de socialmediagebruikers uit ons panel een goed doel volgde op Instagram, is dat in 2017 gestegen naar 18%. Zowel op YouTube als WhatsApp volgt 17% van de respondenten een goed doel. Deze kanalen zijn de vorige keer niet bevroegd.

| Via welk kanaal volgt u een goede doelen op social media? | 2017 | 2015 |
|---|------|--------|
| Facebook | 87% | 89% |
| Instagram | 18% | 8% |
| YouTube | 17% | n.v.t. |
| WhatsApp | 17% | n.v.t. |
| Twitter | 17% | 18% |
| LinkedIn | 10% | 13% |
| Google+ | 5% | n.v.t. |
| Pinterest | 4% | 2% |
| Snapchat | 1% | n.v.t. |

Figuur 3: Het volgen van goede doelen organisaties op social media – per kanaal

WAARDERING VOOR GOEDE DOELEN OP SOCIAL MEDIA

We waren ook heel benieuwd hoe men kijkt naar de manier waarop goede doelen zich presenteren. Daarom legden we het panel acht stellingen voor. Men omschrijft de informatie die goede doelen op social media delen vooral als 'interessant' (57%) en 'inspirerend' (48%). Daar staat tegenover dat steeds meer mensen zich op social media ergeren aan de informatie van goede doelen: in 2015 noemde 13% goede doelen 'irritant', terwijl dit nu 21% is.

| De informatie die goede doelen delen via social media vind ik: | 2017 | 2015 |
|--|------|------|
| Interessant | 57% | 59% |
| Inspirerend | 48% | 52% |
| Geeft bevestiging van steun | 43% | 51% |
| Ontroerend | 42% | 44% |
| Leuk | 40% | 42% |
| Geeft vertrouwen | 37% | 43% |
| Irritant | 21% | 13% |
| Vermakelijk | 16% | 14% |

Figuur 4: Wat vindt men van de informatie die goede doelen delen via social media? Er waren meerdere antwoorden mogelijk.

WORDT EEN DONATIEVERZOEK OP PRIJS GESTELD?

Voor goede doelen zijn social media ook een plek om te vragen om donaties. We vroegen het panel of zij dit kennen en hoe ze het waarderen. Van de respondenten geeft 45% aan weleens een donatievraag te krijgen, staat 35% hier bovendien positief tegenover en heeft 21% ook daadwerkelijk een donatie gedaan. Toch vindt niet iedereen het prettig: 43% vindt het irritant en voor 32% van de respondenten is het zelfs reden om een goed doel niet langer te volgen op social media.

| Stelling: | Dit geldt niet voor mij | Dit geldt wel voor mij | Weet ik niet (meer) |
|--|-------------------------|------------------------|---------------------|
| Ik heb weleens een donatievraag gezien van een goed doel op social media | 39% | 45% | 16% |
| Ik heb zelf weleens een donatie gedaan aan een goed doel via social media | 73% | 21% | 7% |
| Ik sta positief tegenover donatievragen van goede doelen op social media | 56% | 35% | 9% |
| Ik vind het irritant als een goed doel via social media vraagt om donaties | 50% | 43% | 8% |
| Als een goed doel mij via social media vraagt om te doneren dan is dat voor mij een reden om een goed doel niet langer te volgen op social media | 57% | 32% | 11% |

Figuur 5: Wat vindt men van donatievragen van goede doelen op social media?

OUDEREN POSITIEVER OVER DONATIEVERZOEKEN

Het viel ons verder op dat vrouwen met 31% positiever tegenover donatievragen op social media staan dan mannen (26%). Mannen geven ook vaker aan dat een donatievraag voldoende reden is om een goed doel niet langer te volgen dan vrouwen (41% tegenover 24%). Leeftijd speelt ook een rol. De groep 50-59-jarigen staat met 47% het meest positief tegenover donatievragen via social media. Ze worden op de voet gevolgd door mensen jonger dan 30 jaar (45%). Van de respondenten die weleens een donatie hebben gedaan via social media, komen de meesten uit de groep 50-59 jaar (29%). Ook goed scoren de groep 30-39 jaar (26%) en de groep jonger dan 30 (25%).

CONTROLE OP GOEDE DOELEN

Sinds 2016 is de Erkenningregeling ingevoerd en is er één keurmerk voor goede doelen in Nederland. Dit betekent dat goede doelen transparant moeten zijn over hun werkwijze, bestedingen en resultaten. Ook leggen zij verantwoording af aan hun donateurs en de samenleving. Toezichthouder CBF controleert de erkende goede doelen hierop. Op dit moment zijn er ruim 500 Erkende Goede Doelen en daarmee staat ruim 80% van het geld dat de samenleving doneert aan maatschappelijke doelen onder actief toezicht. Dit zijn de feiten, maar we zijn benieuwd wat het panel weet over de controle op goede doelen.

MEER VERTROUWEN ONDER HOOGOPGELEIDEN

We vroegen in hoeverre goede doelen gecontroleerd worden als het gaat om de manier waarop zij fondsen werven en de manier waarop zij dit vervolgens besteden. Van de ondervraagden was 10% er zeker van dat goede doelen worden gecontroleerd op de manier waarop zij fondsen werven en 10% weet zeker dat gecontroleerd wordt hoe het geld van donateurs wordt besteed. Ongeveer de helft van de respondenten denkt wel dat deze controles bestaan, maar is hier niet zeker van.

| Stelling: | Ik weet zeker dat dit niet waar is | Ik denk dat dit niet waar is | Ik denk dat dit waar is | Ik weet zeker dat dit waar is | Weet ik écht niet |
|---|------------------------------------|------------------------------|-------------------------|-------------------------------|-------------------|
| Goede doelen worden gecontroleerd op de manier waarop zij fondsen werven | 3% | 23% | 53% | 10% | 11% |
| Goede doelen worden gecontroleerd op de manier waarop zij hun geld besteden | 5% | 25% | 50% | 10% | 10% |

Figuur 6: In hoeverre worden goede doelen gecontroleerd op fondsenwerving en besteding?

Opvallend is ook dat mensen die hoogopgeleid zijn, meer vertrouwen hebben in de controles dan mensen die laagopgeleid zijn (respectievelijk 14% en 6%). Laagopgeleiden zeggen bij beide stellingen vaak niet te weten of het waar of onwaar is.

