

Onderzoeksrapportage Het Nederlandse Donateurspanel

Onderzoeksrapportage
Maart 2010



MARKETING & COMMUNICATIONS
FOR THE NON-PROFIT SECTOR



Het Nederlandse Donateurspanel



Persbericht

Woerden, maart 2010

Donateursvertrouwen veert op, maar blijft laag

Na een dieptepunt in de meting van december 2009, laat het Nederlandse donateursvertrouwen weer vormen van herstel zien. Een verbetering in het geefklimaat is hier de belangrijkste oorzaak van. Hoewel het donateursvertrouwen met -33 punten nog steeds laag te noemen is, is men vooral positiever gaan denken over het geefgedrag van de Nederlandse bevolking voor het komende én van het afgelopen jaar, ook wel het geefklimaat genoemd. De andere onderdelen die het donateursvertrouwen bepalen, de geefbereidheid en de imagofluctuatie, stijgen nauwelijks. Het donateursvertrouwen lijkt daarmee met enige vertraging de stijging van het consumentenvertrouwen te volgen.

Links hoger donateursvertrouwen dan rechts

Naar aanleiding van de gemeenteraadsverkiezingen op 3 maart is er gekeken naar politieke voorkeur en het verschil in donateursvertrouwen. Christelijke partijen en partijen links in het politieke spectrum scoren over het algemeen hoger op de index van het donateursvertrouwen. De ChristenUnie en GroenLinks zijn de koplopers. De politieke partijen op rechts scoren lager. De PVV stemmer heeft met -62 het laagste donateursvertrouwen van alle stemmers.

Veel steun aan Haïti, zowel via Giro 555 als op vele andere manieren

Op 12 januari 2010 werd Haïti getroffen door een zware aardbeving. De Samenwerkende Hulporganisaties (SHO) startten een nationale actie voor Haïti en openden Giro 555. Nederland kwam massaal in actie voor de slachtoffers van de ramp. Giro 555 had – na de Tsunami in Azië – de hoogste opbrengst ooit. Behalve aan Giro 555 is er nog veel meer geld voor Haïti gegeven: veel mensen deden dit via een ander initiatief of goed doel. Degenen die niet gedoneerd hebben, zijn sceptisch over een goede besteding van het geld in Haïti. Toch wil deze groep mensen wel geïnformeerd worden over de bestedingen van het geld. Net als mensen die wél gedoneerd hebben. En dan het liefst via korte reportages op tv of een speciale website over de bestedingen. De verdubbeling van de giften door de Minister van Ontwikkelingssamenwerking heeft overigens vrijwel geen effect gehad op het geefgedrag van mensen.

Goede doelen vallen terecht onder Bel-me-niet Register

Men is ervan op de hoogte dat goede doelen ook onder het Bel-me-niet Register vallen en vindt dit ook terecht. Dat blijkt uit vragen over het Bel-me-niet Register. Toch zegt slechts de helft van de mensen goede doelen ook daadwerkelijk bewust geblokkeerd te hebben. Het aantal mensen dat zich aangemeld heeft bij het Bel-me-niet Register blijft stijgen. Bijna tweederde van de mensen zegt zich inmiddels te hebben aangemeld. Nog een klein gedeelte is nog van plan dit te doen.



Achtergrond

Het Nederlandse Donateurspanel dat onder andere de index voor het donateursvertrouwen meet is een initiatief van WWAV, WDM Nederland en NetQuestionnaires.

Het Nederlandse Donateurspanel meet elk kwartaal de index voor het donateursvertrouwen in goede doelen. De index voor het donateursvertrouwen geeft aan in hoeverre het beter of slechter gaat met het vertrouwen in goede doelen. De index wordt samengesteld op basis van drie factoren; het geefklimaat, de geefbereidheid en de ontwikkeling van het imago van goede doelen. De conclusies van deze 21e meting zijn gebaseerd op de online reacties van 1640 respondenten uit een representatieve steekproef van 60.000 personen die door Het Nederlandse Donateurspanel zijn benaderd. Socioloog René Bekkers, verbonden aan de Universiteit Utrecht en de Vrije Universiteit Amsterdam is betrokken bij vraagstelling binnen dit periodieke onderzoek. De index voor donateursvertrouwen werd in december 2005 geïntroduceerd en wordt vastgesteld met een methodiek die is afgeleid van de maandelijkse index voor het consumentenvertrouwen door het CBS.

De rapportage van deze online meting kan opgevraagd worden via www.wwav.nl en www.WDM.nl.



Verantwoording

Een steekproef van 60.000 personen is door Het Nederlandse Donateurspanel benaderd om mee te doen aan deze meting van de periodieke monitor van het donateursvertrouwen. Socioloog René Bekkers, verbonden aan de Universiteit Utrecht en de Vrije Universiteit Amsterdam denkt mee over de vraagstelling binnen het onderzoek. Het veldwerk is uitgevoerd door NetQuestionnaires en WDM Nederland van 2 t/m 10 maart 2010. Bij de sluiting van het onderzoek hadden 1676 respondenten de vragenlijst volledig ingevuld. Voorafgaand aan de analyse is de totale respons door weging op basis van 80 kenmerken uit de landelijk dekkende database op postcodeniveau van WDM Nederland in overeenstemming gebracht met een representatieve afspiegeling van de Nederlandse bevolking op huishoudingniveau, conform CBS-gegevens.

Index van het donateursvertrouwen

De index van het donateursvertrouwen wordt driemaandelijks bepaald door Het Nederlandse Donateurspanel en geeft aan hoe het staat met het vertrouwen in goede doelen. Het kan dan ook als barometer dienen voor de goede doelensector. De index van het donateursvertrouwen wordt bepaald op basis van vijf vragen over het geefklimaat, over de geefbereidheid en over het imago van goede doelen. De respondenten kunnen bij deze vragen vinden dat het beter gaat ('de optimisten'), dat het slechter gaat ('de pessimisten') of dat de situatie gelijk blijft. De indicatoren worden berekend door het percentage optimisten te verminderen met het percentage pessimisten.

Ontwikkeling sinds vorige metingen

Hoewel het donateursvertrouwen met -33 nog altijd laag is, zien we het in deze meting wel een flinke sprong naar boven maken (9 punten). Dit wordt voornamelijk veroorzaakt door een stijging in het geefklimaat met 21 punten, dat van -67 in december vorig jaar naar -46 in deze meting gaat: men is veel positiever geworden over het geefgedrag van de afgelopen 12 maanden van de Nederlandse bevolking. Ook is men positiever gaan denken over het geefgedrag van het Nederlands publiek voor de komende 12 maanden (van -61 naar -45).

Als men echter naar zichzelf kijkt, naar het (verwachte) eigen geefgedrag, zien we nauwelijks verschillen met vorige recente metingen. De geefbereidheid blijft op hetzelfde niveau als in december vorig jaar. Zoals we in elke meting zien is men positiever over het eigen geefgedrag dan over dat van de Nederlandse bevolking (-20 t.o.v. -46). De kloof hiertussen is echter wel kleiner dan we in andere metingen zien.

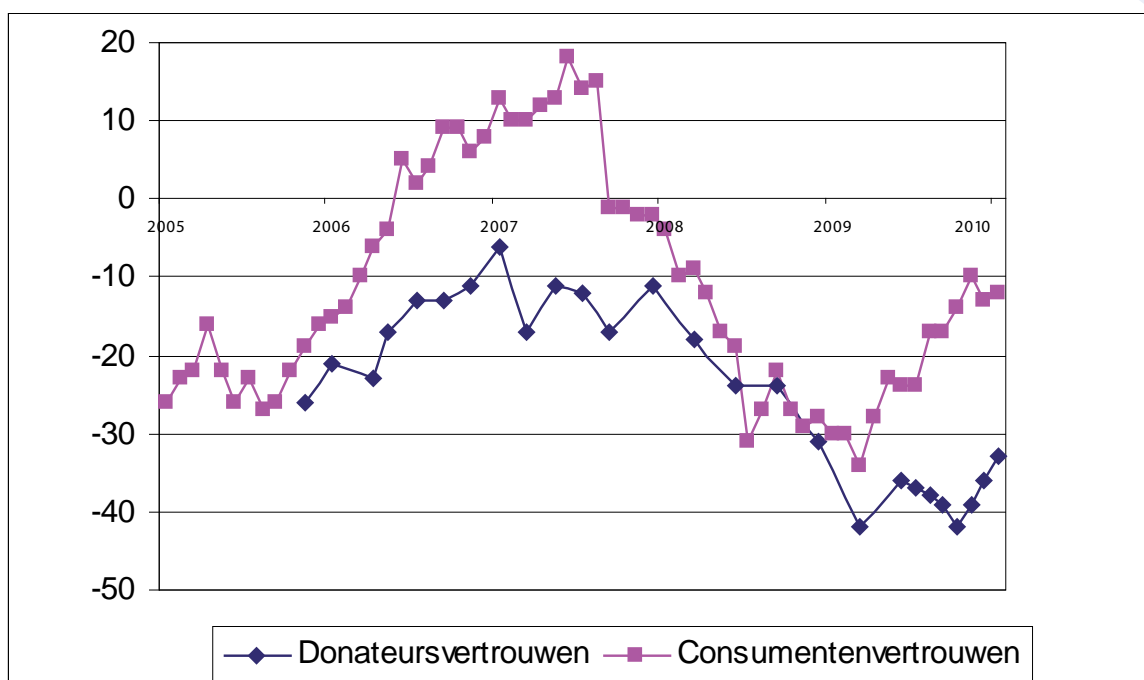


De imagofluctuatie is sinds de sterke daling van de vorige meting (van -27 naar -35) nog niet te boven. Hij stijgt wel licht, naar -32. Maar staat daarmee nog altijd laag.

	Nov '05	Nov '06	Nov '06	Jun '08	Dec '08	Mrt '09	Juni '09	Sept '09	Dec '09	Mrt '10
Index van het donateursvertrouwen	-26	-11	-11	-24	-31	-42	-36	-39	-42	-33
Geefklimaat	-40	-16	-12	-36	-51	-68	-65	-68	-67	-46
Geefklimaat afgelopen jaar	-31	-19	-8	-29	-33	-52	-60	-69	-72	-47
Geefklimaat komend jaar	-48	-13	-15	-42	-69	-84	-70	-67	-61	-45
Geefbereidheid	-8	-2	-5	-9	-13	-20	-13	-16	-21	-20
Geefbereidheid afgelopen jaar	-1	3	0	-3	-4	-9	-7	-10	-16	-16
Geefbereidheid komend jaar	-14	-8	-9	-15	-21	-30	-18	-22	-26	-24
Imagofluctuatie van goede doelen	-36	-18	-25	-32	-28	-34	-23	-27	-35	-32

Vergelijking met consumentenvertrouwen

De index van het donateursvertrouwen is te vergelijken met het consumentenvertrouwen van het Centraal Bureau voor Statistiek (CBS), omdat het op een vergelijkbare wijze berekend wordt. In onderstaande grafiek is de ontwikkeling van beide indexen over de tijd in beeld gebracht. Het consumentenvertrouwen steeg vanaf april 2009 tot en met november 2009. Vanaf december vorig tot heden stabiliseert het zich tussen de -10 en -13 punten. Dit terwijl het donateursvertrouwen in dezelfde periode is gestegen met 9 punten.



Donateursvertrouwen nader uitgewerkt

De vijf vragen over onderdelen van het donateursvertrouwen voor december 2009 staan hieronder verder uitgewerkt. Het donateursvertrouwen wordt gebaseerd op geefklimaat, geefbereidheid en imago.

Geefklimaat

Het geefklimaat wordt bepaald door hoe Nederlanders denken over het geefgedrag van de Nederlandse bevolking in de afgelopen 12 maanden en de komende 12 maanden.

1. Denkt u dat de Nederlandse bevolking in de afgelopen 12 maanden meer of minder is gaan geven aan goede doelen?

Antwoordmogelijkheid	Nov '05	Nov '06	Dec '07	Juni '08	Dec '08	Mrt '09	Juni '09	Sept '09	Dec '09	Mrt '10
Meer	22%	22%	25%	14%	13%	5%	4%	2%	3%	11%
Hetzelfde	17%	22%	26%	27%	28%	28%	22%	18%	13%	22%
Minder	53%	41%	32%	43%	46%	57%	64%	71%	75%	58%
Weet ik niet	8%	15%	18%	17%	13%	9%	10%	9%	9%	9%

Het aantal respondenten dat denkt dat de bevolking minder is gaan geven, is behoorlijk afgenomen. Nu denkt 58 procent van de respondenten dit nog en dat is 17 procent meer dan bij de vorige meting. Het aantal mensen dat verwacht dat de Nederlandse bevolking meer is gaan geven het afgelopen jaar is juist gestegen. Er heeft dus een behoorlijke verschuiving plaats gevonden die het geefklimaat positief beïnvloedt. Een mogelijke verklaring is dat dit te maken heeft met de landelijke actie voor Haïti waarbij Nederland massaal de portemonnee trok.

2. Verwacht u dat de Nederlandse bevolking in de komende 12 maanden meer of minder zal geven aan goede doelen?

Antwoordmogelijkheid	Nov '05	Nov '06	Dec '07	Juni '08	Dec '08	Mrt '09	Juni '09	Sept '09	Dec '09	Mrt '10
Meer	7%	16%	16%	7%	2%	0%	1%	3%	3%	9%
Hetzelfde	26%	38%	33%	29%	17%	9%	16%	19%	22%	25%
Minder	55%	29%	31%	49%	70%	84%	71%	69%	64%	54%
Weet ik niet	12%	17%	19%	16%	11%	7%	11%	9%	11%	12%

Bij de verwachting voor het geefgedrag van de Nederlandse bevolking in de komende 12 maanden zien we ook een positiever beeld ten opzichte van de vorige meting. Hoewel de verschuiving minder groot is dan bij de verwachting van de afgelopen 12 maanden denkt 54% dat de Nederlandse



bevolking minder zal geven aan goede doelen het komende jaar. Dit is een daling van 10%. De verwachting dat Nederland het komende jaar meer aan goede doelen zal geven heeft lang tussen de 0 tot 3% gestaan. Nu is dit echter 9%. Een dergelijk getal hebben we ruim 2 jaar niet meer gezien. Het lijkt er op dat men heel voorzichtig iets minder negatief wordt voor het komende jaar.

Vraag één en twee vormen samen de index voor het geefklimaat. Deze is met een stijging van 21 punten behoorlijk gestegen en beïnvloed daarmee het donateursvertrouwen aanzienlijk.

Geefbereidheid

De geefbereidheid wordt bepaald door hoe Nederlanders denken over hun eigen werkelijke en verwachte geefgedrag.

3. Heeft u zelf in de afgelopen 12 maanden meer of minder aan goede doelen gegeven dan het jaar ervoor?

Antwoordmogelijkheid	Nov '05	Nov '06	Dec '07	Juni '08	Dec '08	Mrt '09	Juni '09	Sept '09	Dec '09	Mrt '10
Meer	20%	23%	16%	16%	15%	12%	12%	10%	10%	10%
Hetzelfde	49%	52%	62%	60%	62%	62%	66%	66%	61%	59%
Minder	21%	20%	16%	19%	19%	21%	19%	20%	25%	26%
Weet ik niet	10%	6%	6%	6%	5%	9%	4%	4%	4%	5%

Het percentage respondenten dat zegt in het afgelopen jaar hetzelfde aan goede doelen te hebben gegeven stabiliseert rond de 60%. Met 26% is het percentage dat zegt in het afgelopen jaar minder aan goede doelen te hebben gegeven het hoogste percentage ooit gemeten in het Nederlandse Donateurspanel. Dit is wel ongeveer gelijk aan de vorige meting. Eigenlijk zien we bij deze vraag dezelfde resultaten als 3 maanden geleden.

4. Verwacht u dat u in de komende 12 maanden meer of minder aan goede doelen zult geven?

Antwoordmogelijkheid	Nov '05	Nov '06	Dec '07	Juni '08	Dec '08	Mrt '09	Juni '09	Sept '09	Dec '09	Mrt '10
Meer	3%	6%	5%	3%	4%	2%	2%	2%	2%	2%
Hetzelfde	62%	67%	69%	67%	63%	58%	68%	66%	59%	63%
Minder	17%	14%	14%	18%	24%	33%	20%	23%	29%	26%
Weet ik niet	18%	14%	12%	11%	10%	7%	10%	9%	10%	9%

Men lijkt iets minder negatief te worden over het eigen geefgedrag voor het komende jaar. Maar de verschillen ten opzichte van de vorige meting zijn minimaal. Er schuift een klein groepje mensen –zo'n 3%– op van minder naar hetzelfde. Het percentage mensen dat zegt minder te zullen gaan geven is met 26% altijd nog behoorlijk hoog. Alleen in de vorige meting en die van maart 2009 was dit percentage hoger.



Vraag drie en vier vormen samen de index voor de geefbereidheid. De index van maart is -20. Praktisch hetzelfde als bij de vorige meting en daarmee nog altijd op een dieptepunt.

Zoals we bij elke meting zien, zijn mensen somberder gestemd over de Nederlandse bevolking dan over hun eigen situatie. Hoewel de kloof hiertussen in deze meting toch aanzienlijk kleiner is dan we in andere metingen vaak zien.

Imagofluctuatie

5. Bent u in de afgelopen 12 maanden positiever of negatiever gaan denken over goede doelen?

Antwoordmogelijkheid	Nov '05	Nov '06	Dec '07	Juni '08	Dec '08	Mrt '09	Juni '09	Sept '09	Dec '09	Mrt '10
Positiever	3%	7%	5%	3%	4%	3%	3%	2%	3%	2%
Gelijk gebleven	56%	66%	62%	60%	62%	60%	70%	69%	57%	63%
Negatiever	39%	25%	30%	35%	32%	36%	26%	28%	39%	34%
Weet ik niet	2%	2%	3%	2%	1%	1%	2%	1%	1%	1%

Een kleinere groep, 34 procent, is negatiever gaan denken over goede doelen. Dit is 5% minder dan de vorige meting, toen het imago op een dieptepunt was. De groep van 5% lijkt grotendeels zich verplaatst te hebben van negatiever naar gelijk gebleven.

	Nov '05	Nov '06	Dec '07	Juni '08	Dec '08	Mrt '09	Juni '09	Sept '09	Dec '09	Mrt '10
Imagofluctuatie van goede doelen	-36	-18	-25	-32	-28	-34	-23	-27	-35	-32

De imagofluctuatie krabbelt iets op naar -32 (was -35 de vorige meting). Het blijft dus nog altijd behoorlijk laag. Het dieptepunt in de vorige meting had vermoedelijk te maken met negatieve berichtgeving in de media over de vertrekregelingen van enkele directeuren, het beleggen door goede doelen (en de koersverliezen) en de teruggang in ledenaantallen van diverse natuur- en milieu-organisaties.

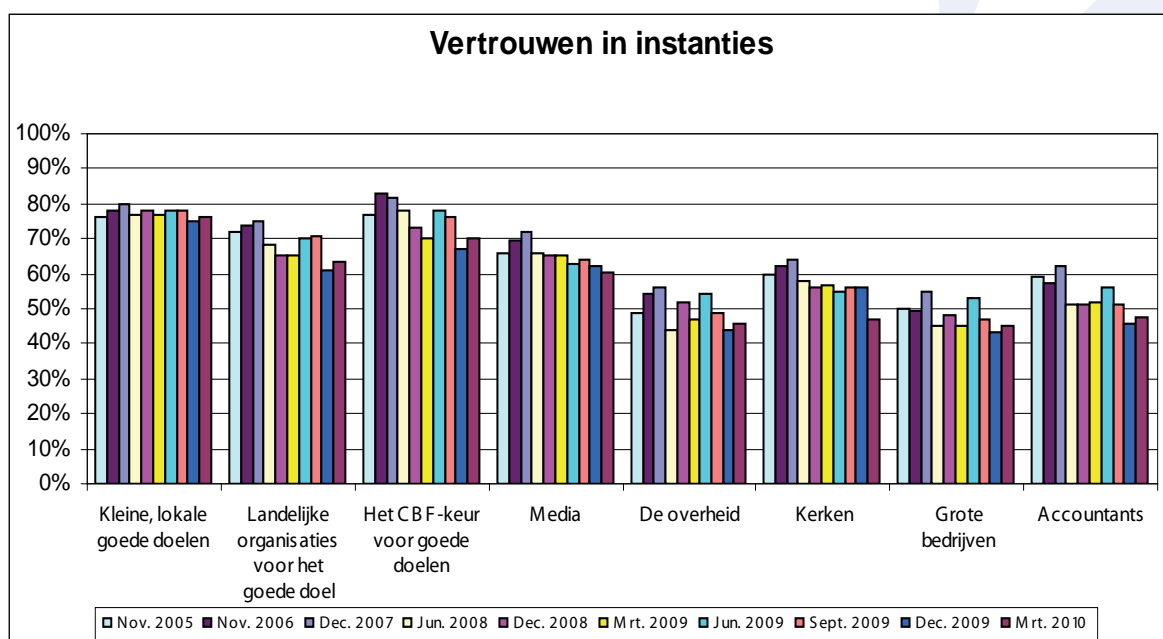
Sinds de eerste meting van Het Nederlandse Donateurspanel fluctueert de index voor het imago van goede doelen tussen de -23 en de -36. Die schommeling blijft ook nu zichtbaar, het zit nu echter wel aan de onderkant van die bandbreedte.



Vertrouwen

In onderstaande grafiek is te lezen hoeveel vertrouwen er is in een aantal instanties in Nederland.

Hoeveel vertrouwen heeft u in ...?



Meest en minst vertrouwen

De top-3 instanties waar men het meest vertrouwen in heeft, blijft onveranderd: lokale goede doelen, het CBF-Keur voor goede doelen en landelijke goede doelen. Hekensluiters blijven grote bedrijven en de overheid, maar daar zijn nu ook de kerken bij gekomen, op de voet gevolgd door accountants.

Ontwikkeling sinds vorige metingen

Na een algemene daling in de vorige meting zien we nu het vertrouwen in de meeste instanties licht stijgen. De kerken moeten echter 9% inleveren en komen op 47%. Een flinke daling die zeer waarschijnlijk verklaard wordt door de (media)aandacht rondom seksueel misbruik bij katholieke instellingen. De kerken bereiken hiermee een nieuw dieptepunt sinds we het vertrouwen in instanties meten in het Nederlands Donateurspanel.

Waar vooral landelijke organisaties voor het goede doel en het CBF-keur voor goede doelen de vorige meting flink moesten inleveren op vertrouwen bij het Nederlands publiek, krijgen ze nu weer wat bij. Landelijke goede doelenorganisaties gaan van 61% naar 64% en het CBF-keur gaat van 67% naar 70%.



Rapportcijfer communicatie en activiteiten goede doelen

Hoe beoordeelt u met een rapportcijfer de manier waarop goede doelen hun werk doen?

Rapportcijfers (cijfer tussen de 1 en 10)	Nov '06	Dec '07	Sept '08	Mrt '09	Juni '09	Sept '09	Dec '09	Mrt '10
Voldoende	83%	82%	77%	73%	75%	76%	70%	71%
Onvoldoende	17%	18%	23%	27%	25%	24%	30%	29%
Gemiddelde	6,5	6,3	6,2	5,9	6,1	6,1	5,9	6,0

Over het geheel genomen zijn de percentages voldoende en onvoldoendes die mensen geven voor de manier waarop goede doelen hun werk doen vrij constant. Alleen in juni 2008 was men even negatief als nu over de manier waarop goede doelen hun werk doen. Nu geeft nog 71% goede doelen een voldoende.

Het gemiddelde rapportcijfer dat respondenten in deze meting geven is met een 6,0 even laag als in 2009.

Welk rapportcijfer zou u goede doelen geven voor de wijze waarop zij het publiek informeren over hoe gedoneerd geld wordt besteed?

Rapportcijfers (cijfer tussen de 1 en 10)	Nov '06	Dec '07	Sept '08	Mrt '09	Juni '09	Sept '09	Dec '09	Mrt '10
Voldoende	49%	57%	48%	42%	44%	47%	44%	41%
Onvoldoende	51%	43%	52%	58%	56%	53%	56%	59%
Gemiddelde	5,4	5,5	5,2	4,8	5,0	5,1	4,9	4,9

Het percentage respondenten dat goede doelen een voldoende geeft voor de wijze waarop zij het publiek informeren daalt naar 41%, weer 3% minder dan de meting van december vorig jaar. Een nieuw dieptepunt. Meer mensen geven dus een onvoldoende, met 59% van de ondervraagden is dit nog niet eerder zo hoog geweest.

Het rapportcijfer komt wederom uit op een 4,9. De respondenten worden weer iets negatiever over de wijze waarop goede doelen het publiek informeren, het rapportcijfer blijft een onvoldoende. In combinatie met een laag donateursvertrouwen maakt dit de goede doelen kwetsbaar. Er valt voor goede doelen nog veel te winnen op dit gebied.

Uit bovenstaande vragen blijkt dat de respondenten de manier waarop goede doelen hun werk doen in het algemeen hoger waarderen dan de manier waarop de mensen worden geïnformeerd door de goede doelen. Dit is bij alle metingen al zo geweest.



Financiële crisis en Goede Doelenorganisaties

Maakt u zich zorgen over de financiële crisis?

Antwoordmogelijkheden	Dec '08	Mrt '09	Juni '09	Sept '09	Dec '09	Mrt '10
Ja, ernstig zorgen	14%	20%	14%	11%	14%	19%
Ik maak me een beetje zorgen	59%	61%	57%	55%	56%	55%
Ik maak me geen zorgen	26%	18%	26%	32%	28%	24%
Ik weet het niet	1%	1%	2%	2%	2%	2%

Van de respondenten maakt 19% zich ernstige zorgen over de financiële crisis, dat is 5% meer dan in december. Hiermee is de mate waarin zij zich zorgen maken terug op het niveau van maart 2009 toen het op zijn top was. De stijging die vanaf december vorig jaar is ingezet lijkt hiermee door te zetten. De groep respondenten die zich geen zorgen maakt wordt iets kleiner, naar 24%, een daling van wederom 4 procent ten opzichte van de vorige meting.

Kunt u aangeven met welke van onderstaande stellingen u het eens bent?

Antwoordmogelijkheden	Dec '08	Mrt '09	Juni '09	Sept '09	Dec '09	Mrt '10
Ik maak me zorgen over de effecten van de crisis voor arme mensen in Nederland	72%	74%	72%	69%	71%	72%
Ik ben bang dat de crisis leidt tot grote werkloosheid	62%	83%	74%	65%	66%	67%
Ik maak mij zorgen over grote maatschappelijke onrust	53%	64%	53%	45%	49%	56%
Ik maak me zorgen over de effecten van de crisis voor arme mensen in ontwikkelingslanden	52%	57%	55%	53%	51%	48%
Ik ben bang dat de crisis hoge inflatie veroorzaakt	46%	50%	42%	40%	41%	46%
We moeten er gewoon niet zoveel over praten, dat schaadt het vertrouwen van de consumenten	50%	56%	48%	49%	45%	43%
Ik maak mij zorgen over de gevolgen voor mijn eigen inkomen	36%	41%	36%	31%	36%	39%
Onze regering neemt goede maatregelen, dus het zal wel meevallen met de effecten hier	22%	12%	12%	10%	13%	12%
Ik verwacht dat de crisis met een paar maanden weer over is	19%	9%	16%	16%	19%	12%

Het merendeel van de respondenten maakt zich nog steeds zorgen over de gevolgen die de financiële crisis heeft op anderen in de samenleving (met name de arme mensen) en op de werkgelegenheid, in de vorige meting nam dit wat toe, en nu lijkt dit verder toe te nemen. Ook de zorgen over de gevolgen voor het eigen inkomen zijn weer licht toegenomen en speelt nog bij 4 op de 10 Nederlanders.



Er zijn beduidend meer mensen die zich zorgen maken over maatschappelijke onrust (56% t.o.v. 49% in de vorige meting) en hoge inflatie door de crisis (41% t.o.v. 46% in de vorige meting).

Stel dat u de komende tijd minder moet gaan uitgeven. Waarop gaat u dan bezuinigen?

Antwoordmogelijkheden	Dec '08	Mrt '09	Juni '09	Sept '09	Dec '09	Mrt '10
Minder uitstapjes buitenshuis, zoals uit eten of uitgaan	66%	62%	66%	65%	65%	65%
Bij het doen van grote uitgaven, zoals huishoudelijke apparatuur, auto etc.	54%	62%	62%	54%	53%	58%
Op vakanties en reizen	59%	49%	51%	54%	49%	54%
Op cadeaus met Sinterklaas/Kerst	37%	25%	39%	36%	36%	35%
Ik ga minder geven aan goede doelen	31%	31%	30%	29%	34%	35%
Ik ga minder sparen	40%	34%	32%	31%	33%	36%
Op de kleine extraatjes, zoals iets lekkers bij de koffie/thee	24%	19%	33%	29%	31%	30%
Het opknappen en onderhoud van mijn woning	24%	23%	27%	23%	26%	27%
Op mijn dagelijkse boodschappen	34%	24%	27%	22%	22%	25%
Ik stop met geven aan goede doelen	22%	19%	17%	17%	20%	20%

Als mensen moeten gaan bezuinigen, dan zouden ze dat net als in alle eerdere metingen als eerste doen op uitstapjes buitenshuis, op vakanties/reizen en grote uitgaven als huishoudelijke apparatuur en auto. Het percentage dat zegt minder aan goede doelen te zullen geven wanneer zij zouden moeten bezuinigen blijft met 35% iets hoger ten opzichte van vorige metingen. Men is dus niet alleen negatiever over goede doelen gaan denken – zoals uit de neergaande imagofluctuatie in vorig onderzoek al bleek – men zal er ook eerder op bezuinigen dan een half jaar geleden.



Kunt u aangeven met welke van onderstaande stellingen u het eens bent?

Antwoordmogelijkheden	Dec '08	Mrt '09	Juni '09	Sept '09	Dec '09	Mrt '10
De strijd tegen ernstige ziektes zoals bijv. als kanker, Alzheimer, reuma of AIDS moet onverminderd doorgaan, crisis of niet	55%	55%	66%	59%	57%	58%
Als iedereen een stapje terug moet doen, zullen ook goede doelen hun werk met minder geld moeten doen	48%	51%	52%	50%	53%	56%
Ook als ik zelf financieel een stapje terug moet doen, zal ik goede doelen die ik belangrijk vind blijven steunen	39%	43%	44%	43%	35%	37%
Als de crisis mij echt persoonlijk raakt, zal ik stoppen met geven aan goede doelen	29%	27%	30%	27%	32%	34%
Ik blijf gewoon hetzelfde geven, crisis of niet. Het werk van goede doelen moet verder gaan	21%	22%	27%	28%	21%	25%
Als ik het financieel minder heb, zijn goede doelen het eerste waar ik op bezuinig	19%	15%	17%	17%	17%	18%
Het werk van goede doelen is in een tijd van economische crisis extra belangrijk	18%	16%	21%	20%	16%	17%
Crisis of geen crisis, ik geef toch nooit iets aan goede doelen	10%	9%	8%	8%	10%	10%
Goede doelen moeten in tijden van economische crisis juist meer geld krijgen om arme mensen te helpen	13%	9%	12%	11%	9%	9%

Mensen vinden dat de strijd tegen ernstige ziektes door moet gaan, crisis of niet. Dit blijkt uit alle metingen over de crisis tot nu toe. Men vindt echter ook nog altijd dat als iedereen een stapje terug moet doen, goede doelen hun werk ook met minder geld zullen moeten doen. Het aantal mensen dat zegt hetzelfde te zullen blijven geven omdat het werk van goede doelen door moet blijven gaan trekt, na een daling in de vorige meting weer wat omhoog.



Bel-me-niet Register

Heeft u zich aangemeld bij het Bel-me-niet Register, of bent u nog van plan dit te doen?

Antwoordmogelijkheden	Dec '09*	Mrt '10
Ja, ik heb me al aangemeld	49%	65%
Nee, maar ik ben nog wel van plan dit te doen	24%	17%
Nee, ik ben dit ook niet van plan	10%	14%
Ik weet niet wat het Bel-me-niet Register is	10%	4%

*In december was een eerste vraag of men het register kende. Vervolgens kwam bovenstaande vraag en antwoordde 7% 'weet ik niet', de 7% is niet opgenomen in de tabel.

In de vorige meting kende zo'n 10% het Bel-me-niet Register niet. Nu is dat nog maar 4%. Inmiddels zegt 65% van de mensen zich te hebben aangemeld bij het Register. Dat is zo'n 15% meer dan de vorige meting. Toen gaf van de totale groep respondenten 50% aan zich reeds in te hebben geschreven. In december 2009 was 24% nog van plan zich aan te melden, daar is nu nog 17% van over. Slechts 14% van de mensen is niet van plan zich aan te melden.

Door u te registreren in het Bel-me-niet Register mogen bedrijven u niet meer ongevraagd benaderen met een telefonisch aanbod (ook wel telemarketing genoemd). Bent u zich er van bewust dat door het aanmelden bij het Bel-me-niet Register, u ook niet meer gebeld mag worden door goede doelen?

Antwoordmogelijkheden	Percentage
Ja	91%
Nee	9%

Dat het Bel-me-niet Register ook geldt voor goede doelen is voor mensen een bekend gegeven. Slechts één op de tien mensen was zich hier niet van bewust.

Het Bel-me-niet Register geldt ook voor goede doelen, vindt u dit terecht?

Antwoordmogelijkheden	Percentage
Ja	78%
Nee	12%
Weet ik niet/geen mening	10%

De overgrote meerderheid (78%) vindt het terecht dat goede doelen ook onder het Bel-me-niet Register vallen. Slechts één op de tien mensen vindt dit onterecht.



Toen u zich aanmeldde bij het Bel-me-niet Register, heeft u bewust goede doelen toen ook geblokkeerd?

Antwoordmogelijkheden	Percentage
Ja	55%
Nee	27%
Weet ik niet/geen mening	18%

Deze vraag is alleen beantwoord door respondenten die hebben aangegeven zich te hebben geregistreerd in het Bel-me-niet Register. Meer dan de helft zegt goede doelen bewust te hebben geblokkeerd toen ze zich aanmeldde bij het Bel-me-niet Register. Ruim een kwart heeft dit niet gedaan.

Wat zou u er van vinden als u gebeld zou worden door een straat- of buurtgenoot met de vraag of u donateur of vrijwilliger wilt worden van een goed doel?

Antwoordmogelijkheden	Geen probleem	Liever niet	Erg vervelend	Weet niet/geen mening
Om donateur te worden	10%	42%	39%	9%
Om vrijwilliger te worden	12%	45%	34%	9%

Het grootste gedeelte van de mensen heeft liever niet dat ze worden gebeld door straat- of buurtgenoten met de vraag om donateur of vrijwilliger te worden. Drie tot vier op de tien mensen zou dit erg vervelend vinden. Er zit nauwelijks verschil tussen het werven van donateurs en het werven van vrijwilligers.



Haïti

Op 12 januari 2010 werd Haïti getroffen door een zware aardbeving. Nederland kwam massaal in actie voor de slachtoffers van de ramp. De Samenwerkende Hulporganisaties (SHO) startten een nationale actie voor Haïti en openden Giro 555. Deze actie alleen al bracht meer dan 100 miljoen euro op. Op de Tsunami actie na, de grootste nationale actie in de geschiedenis van Nederland. Reden voor Het Nederlandse Donateurspanel om hier aandacht aan te besteden. Het al of niet geven, het vertrouwen in een goede besteding van de gelden in Haïti en over hoe men het liefst geïnformeerd wil worden over de bestedingen.

De Samenwerkende Hulporganisaties (Giro 555) hebben gezamenlijk actie gevoerd om geld in te zamelen voor Haïti. Heeft u geld gegeven voor de ramp in Haïti?

Antwoordmogelijkheden	Percentage
Nee	52%
Ja, niet aan Giro 555 maar wel aan een ander goed doel of initiatief	24%
Ja, aan Giro 555	21%
Nee, maar mijn partner wel	3%

Bijna de helft van de respondenten heeft op één of andere manier gegeven aan de ramp in Haïti. Van deze mensen heeft een kleine meerderheid niet direct aan Giro 555 gegeven –het gironummer van de Samenwerkende Hulporganisaties (SHO)- maar op een andere manier bijgedragen.

De Minister van Ontwikkelingssamenwerking heeft de opbrengst van de Giro 555 actie (tot en met de tv-uitzending) verdubbeld. Heeft dit effect gehad op uw (of uw partners) donatie?

Antwoordmogelijkheden	Percentage
Nee, ik was er wel van op de hoogte, maar dit had geen invloed	82%
Ja, hierdoor heb ik meer gegeven	6%
Ja, hierdoor heb ik minder gegeven	4%
Ja, deze verdubbeling was de reden waarom ik heb gegeven	4%
Nee, ik was hier niet van op de hoogte	4%

Deze vraag is alleen gesteld aan alle respondenten die aan hebben gegeven (via hun partner) te hebben gegeven aan de ramp in Haïti. De verdubbeling van de giften tot en met de tv-uitzending van de Samenwerkende Hulporganisaties heeft op de donatie van de overgrote meerderheid van de gevers geen effect gehad. Voor 4% was het echter wel de reden om te geven en voor 6% een reden om méér te geven.



Waarom heeft u niet gedoneerd aan Haïti? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Antwoordmogelijkheden	Percentage
Het geld komt toch niet goed terecht	37%
Ik ben al die acties een beetje zat	27%
Anders, namelijk:	23%
Ik geef liever aan andere goede doelen	20%
Ik had er geen geld voor	19%
Ik geef al aan één van de goede doelen van de Samenwerkende Hulporganisaties	14%
Ik geef principieel niet aan goede doelen	9%
Er zijn al zoveel andere mensen die doneren	4%
Weet niet/geen mening	2%
Ik had geen tijd	1%
Ik snapte niet hoe ik geld kon geven	0%
Mijn partner had al gegeven	0%

Scepsis over de besteding van het geld op Haïti is de belangrijkste reden voor mensen om niet te geven. Een algemene vermoeidheid richting goede doelen (acties) is een tweede belangrijke reden.

Uitzonderlijk veel mensen (bijna een kwart) hadden de behoefte bij 'Anders namelijk' iets in te vullen. De antwoorden zijn als volgt te categoriseren (in random volgorde):

- Er blijft te veel aan de strijkstok hangen
- Minister van Ontwikkelingssamenwerking heeft het al voor mij gedaan
- De gemeente heeft het al voor mij gedaan
- Geef alleen voor structurele hulp
- Te corrupt regime
- Er was nog geld van de Tsunami-ramp over
- "Ik geef al aan ... "
- Geef alleen aan hulp in Nederland



Geef op een schaal van 0 tot 10 aan hoeveel vertrouwen u heeft in een goede besteding van het geld in Haïti? (0 is helemaal geen vertrouwen, 10 is zeer veel vertrouwen)

	Alle respondenten	Wel aan Giro 555	Niet aan Giro 555 maar wel aan een ander goed doel of initiatief	Zelf niet, maar mijn partner wel	Niet gegeven aan Haïti
Gemiddeld rapportcijfer	5,0	6,3	5,5	5,5	4,2

Het vertrouwen in een goede besteding geeft men –ondanks de massale steun die de actie voor Haïti kreeg- het cijfer 5. Wanneer we deze vraag kruisen op de vraag of men heeft gegeven aan Haïti komt er een iets genuanceerder beeld uit. Namelijk dat, logischerwijs, mensen die hebben gegeven aan Giro 555 meer vertrouwen hebben in een goede besteding (geven het een 6,3), dan mensen die niet hebben gegeven. Donateurs die niet via Giro 555 hebben gegeven, maar aan een ander goed doel of initiatief hebben minder vertrouwen in een goede besteding dan de Giro 555 donateurs.

Hoe zou u het liefst over de bestedingen geïnformeerd willen worden? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Antwoordmogelijkheden	Alle respondenten	Wel aan Giro 555	Niet aan Giro 555 maar wel aan een ander goed doel of initiatief	Zelf niet, maar mijn partner wel	Niet gegeven aan Haïti
korte reportages op tv	42%	51%	47%	41%	36%
een speciale website	29%	33%	27%	30%	29%
een e-mail nieuwsbrief	23%	27%	25%	19%	21%
een tv-uitzending	22%	33%	20%	36%	17%
informatieve advertenties in de krant	20%	23%	23%	12%	17%
een krantje dat bijvoorbeeld bij de supermarkt ligt	13%	16%	12%	11%	13%
Helemaal niet	11%	4%	2%	1%	17%
Anders, namelijk:	5%	4%	3%	12%	5%

Er is een grote behoefte om geïnformeerd te worden over de bestedingen (van de Samenwerkende Hulporganisaties) in Haïti. Vrijwel niemand die gegeven heeft aan de slachtoffers van de aardbeving geeft aan niet geïnformeerd te willen worden. Opvallend is dat mensen die niet hebben gegeven aan Haïti, wél geïnformeerd willen worden over de bestedingen. Deze groep kiest niet massaal voor ‘Helemaal niet’ (slechts 17%), maar heeft –in iets mindere mate- dezelfde voorkeur als de mensen die wél hebben gegeven.



Men wordt het liefst via korte reportages op tv geïnformeerd over de bestedingen in Haïti. Ook een speciale website over de bestedingen scoort hoog. Een derde van de Giro 555 gevers vindt ook een tv-uitzending interessant, dat is meer dan de andere groepen.

Politieke voorkeur en donateursvertrouwen

Op 3 maart 2010 werden de gemeenteraadsverkiezingen gehouden. Het Nederlandse Donateurspanel vroeg respondenten of en zo ja, op welke partij men gestemd heeft. Deze antwoorden hebben we gekruist op het donateursvertrouwen van deze persoon. Hier kwamen de volgende resultaten uit:

	Index donateursvertrouwen
ChristenUnie	-18
GroenLinks	-19
SGP	-23
SP	-23
PvdA	-26
Partij voor de Dieren	-32
CDA	-34
VVD	-39
Een lokale partij	-40
Andere politieke partij	-44
D66	-44
Leefbaar ... (uw gemeente/woonplaats)	-45
PVV	-62
Ik heb blanco gestemd	-32
Geen opgave	-51

Christelijke partijen en partijen links in het politieke spectrum scoren over het algemeen hoger op de index van het donateursvertrouwen. De ChristenUnie en GroenLinks zijn de koplopers. De politieke partijen op rechts scoren lager. De PVV stemmer heeft met -62 het laagste donateursvertrouwen van alle stemmers.



Het Nederlandse Donateurspanel

Voor eventuele vragen kunt u contact opnemen met Baukje Stam

T 0348 462 046

E bstam@wwav.nl

Het Nederlandse Donateurspanel is een initiatief van:

WWAV

WWAV maakt onderdeel uit van de WWAV Rapp Collins Groep. WWAV is gespecialiseerd in communicatie, voor de non-profit sector, met een resultaat: respons, draagvlak of financiële steun. Bij alles wat WWAV doet - van strategisch advies en creatie tot productie - wordt gezocht naar de toevoeging die mensen en doelgroepen in beweging brengt: de wervende factor.

www.wwav.nl

NetQuestionnaires

NetQuestionnaires is een professionele, krachtige tool voor organisaties die regelmatig vragenlijsten willen afnemen onder hun doelgroep(en). NetQuestionnaires is geschikt voor onderzoeks- en adviesbureaus die grote volumes vragenlijsten afnemen, alsook voor organisaties die minder vaak vragenlijsten afnemen via online onderzoek.

www.netq.nl

WDM Nederland

WDM Nederland is één van de leidende direct marketing dienstverleners in Nederland en Europa op het gebied van data en database management services. WDM Nederland biedt, op basis van consumenteninformatie, concrete oplossingen voor klantwerving & cross selling, klantkennis, datakwaliteit en databasemanagement. Deze databased marketingdiensten worden zowel afzonderlijk als geïntegreerd toegepast op zowel de business-to-consumer als de business-to-business markt.

www.wdm.nl

