

Onderzoeksrapportage Januari 2007



MARKETING & COMMUNICATIONS
FOR THE NON-PROFIT SECTOR



NetQuestionnaires

WEGENER DM

Het Nederlandse Donateurspanel





Voor u ligt de rapportage van de achtste meting onder Het Nederlandse Donateurspanel.

Verantwoording

Een steekproef van 20.000 personen is door Het Nederlandse Donateurspanel benaderd om mee te doen aan deze meting van de periodieke monitor van het donateursvertrouwen. Het veldwerk is uitgevoerd door NetQuestionnaires van 15 januari tot en met 22 januari 2007. Bij de sluiting van het onderzoek hadden 1591 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 in overeenstemming gebracht met een representatieve afspiegeling van de Nederlandse bevolking op huishoudingniveau, conform CBS-gegevens.

Index van het donateursvertrouwen

Inleiding.

De index van het donateursvertrouwen wordt tweemaandelijks 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 meting.

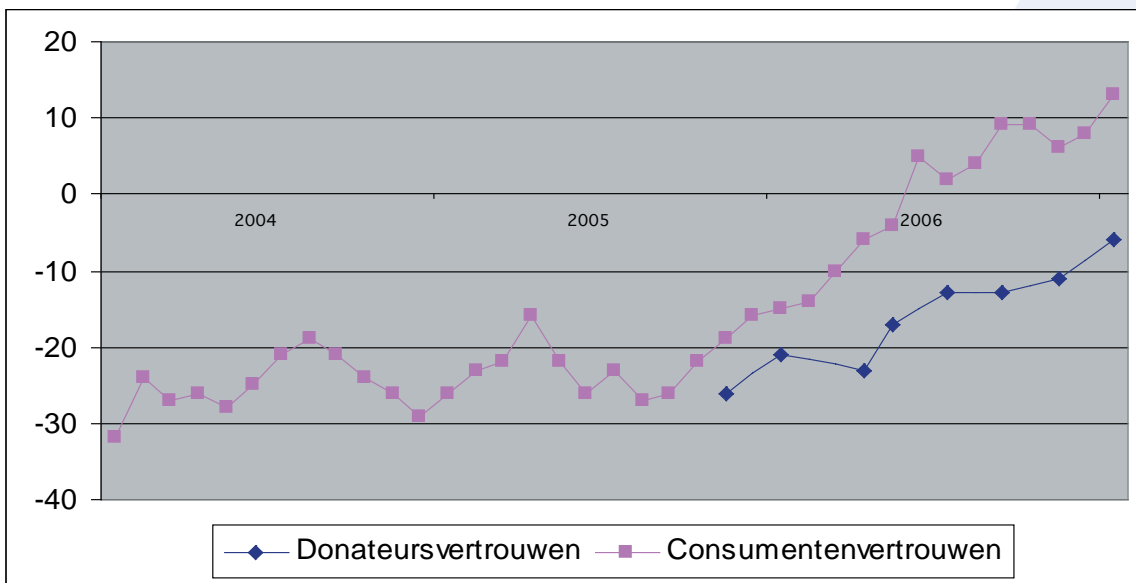
Het donateursvertrouwen is met vijf punten gestegen ten opzichte van de meting in november 2006. De index komt uit op -6. Deze stijging wordt veroorzaakt door een flinke stijging in de mening over het geefklimaat. De index van het geefklimaat steeg van -16 naar 2 en toont daarmee voor het eerst in de geschiedenis van Het Nederlandse Donateurspanel een positieve waarde. Waar men in de meting van november positiever was geworden over de eigen geefbereidheid en het imago van goede doelen, is bij deze meting het oordeel hierover iets negatiever geworden. De eigen geefbereidheid daalde licht van -2 naar -4 en de imagofluctuatie daalde van -18 naar -22 (zie tabel).

| | Nov. '05 | Jan. '06 | April '06 | Mei '06 | Juli '06 | Sep. '06 | Nov. '06 | Jan. '07 |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Index van het donateursvertrouwen | -26 | -21 | -23 | -17 | -13 | -13 | -11 | -6 |
| Geefklimaat | -40 | -29 | -38 | -27 | -17 | -12 | -16 | 2 |
| Geefklimaat afgelopen jaar | -31 | -16 | -41 | -31 | -20 | -16 | -19 | 1 |
| Geefklimaat komend jaar | -48 | -42 | -35 | -23 | -13 | -8 | -13 | 3 |
| Geefbereidheid | -8 | -9 | -9 | -5 | -4 | -8 | -2 | -4 |
| Geefbereidheid afgelopen jaar | -1 | -3 | -5 | -1 | 1 | -3 | 3 | 1 |
| Geefbereidheid komend jaar | -14 | -16 | -13 | -9 | -9 | -12 | -8 | -9 |
| Imagofluctuatie van goede doelen | -36 | -26 | -22 | -21 | -26 | -24 | -18 | -22 |



Vergelijking met consumentenvertrouwen.

De index van het donateursvertrouwen is berekend op een vergelijkbare methode als die van het consumentenvertrouwen van het Centraal Bureau voor Statistiek (CBS). In onderstaande grafiek is de ontwikkeling van beide indexen over de tijd in beeld gebracht. In de afgelopen maanden is het consumentenvertrouwen iets meer gestegen dan het donateursvertrouwen. De index van het consumentenvertrouwen steeg van 6 in november naar 13 in januari (ten opzichte van -11 naar -6 voor de index van het donateursvertrouwen).



Donateursvertrouwen nader uitgewerkt

De vijf vragen over onderdelen van het donateursvertrouwen voor januari 2007 staan hieronder verder uitgewerkt.

Geefklimaat

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 | Jan. '07 |
|----------------------|----------|----------|----------|
| Meer | 22% | 22% | 31% |
| Hetzelfde | 17% | 22% | 26% |
| Minder | 53% | 41% | 30% |
| Weet ik niet | 8% | 15% | 13% |

Voor het eerst in de geschiedenis van Het Nederlandse Donateurspanel denkt een kleine meerderheid van de mensen dat de Nederlandse bevolking meer is gaan geven in de afgelopen maanden (31%). Dit percentage is flink gestegen sinds de vorige meting (toen nog 22%). Een zo goed als gelijk percentage mensen denkt dat de Nederlandse bevolking minder is gaan geven (30%). Dit percentage is flink gedaald sinds de vorige meting (toen 41%). Dit duidt er op dat men in het begin van het nieuwe jaar 2007 een stuk positiever over het geefgedrag van de Nederlandse bevolking is.

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 | Jan. '07 |
|----------------------|----------|----------|----------|
| Meer | 7% | 16% | 25% |
| Hetzelfde | 26% | 38% | 36% |
| Minder | 55% | 29% | 22% |
| Weet ik niet | 12% | 17% | 17% |

In vergelijking met de vorige meting verwacht ook een veel groter percentage mensen dat de Nederlandse bevolking meer zal gaan geven in de komende 12 maanden (plus 9% naar 25%). Een lager percentage verwacht dat zij minder zal gaan geven (min 7% naar 22%). Het is voor het eerst dat we zien dat het aandeel 'meer' groter is dan het aandeel 'minder'. Men is dus een stuk positiever geworden.



Vraag 1 en 2 vormen samen de index voor het geefklimaat. De index komt bij deze meting op 2 uit. De stijgende lijn die we in eerdere metingen al waargenomen hebben, is dus nu boven het nulpunt geëindigd. Een index die boven de 0 uitkomt, houdt in dat meer mensen positief zijn over het geefklimaat dan negatief.

Geefbereidheid

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 | Jan. '07 |
|----------------------|----------|----------|----------|
| Meer | 20% | 23% | 18% |
| Hetzelfde | 49% | 52% | 59% |
| Minder | 21% | 20% | 17% |
| Weet ik niet | 10% | 6% | 6% |

Waar men een stuk positiever is geworden over het geefklimaat in Nederland, is men iets negatiever geworden over de eigen geefbereidheid. Het percentage mensen dat hetzelfde heeft gegeven dan het jaar ervoor is gestegen met 7% naar 59%. Het percentage mensen dat meer, maar ook het percentage mensen dat minder heeft gegeven, zijn beiden gedaald.

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

| Antwoordmogelijkheid | Nov. '05 | Nov. '06 | Jan. '07 |
|----------------------|----------|----------|----------|
| Meer | 3% | 6% | 5% |
| Hetzelfde | 62% | 67% | 68% |
| Minder | 17% | 14% | 15% |
| Weet ik niet | 18% | 14% | 12% |

De verwachting voor de eigen geefbereidheid in de komende 12 maanden is nagenoeg gelijk gebleven ten opzichte van de vorige meting.

Vraag 3 en 4 vormen samen de index voor de geefbereidheid. Deze index komt uit op -4. Dat de index negatief is, heeft te maken met een hoger percentage dat denkt dat ze in de komende 12 maanden minder zullen gaan geven aan goede doelen dan het percentage dat denkt dat ze meer zullen gaan geven. Deze index schommelt veelal tussen de -8 en -4 en kent dus niet de stijgende lijn zoals die bij de index van het geefklimaat.



Imagofluctuatie

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

| Antwoordmogelijkheid | Nov. '05 | Nov. '06 | Jan. '07 |
|----------------------|----------|----------|----------|
| Meer | 3% | 7% | 6% |
| Hetzelfde | 56% | 66% | 64% |
| Minder | 39% | 25% | 28% |
| Weet ik niet | 2% | 2% | 2% |

Bij deze meting geeft men aan dat men in de afgelopen 12 maanden negatiever is gaan denken over goede doelen. Het percentage dat positiever is of gelijk is gebleven over goede doelen is gedaald en het percentage dat negatiever is gaan denken is gestegen.

De index voor het imago van goede doelen komt uit op -22. Weinig mensen zijn positiever gaan denken over goede doelen, waardoor de index lager uit komt. Deze index varieert in alle metingen afgelopen jaar tussen de -26 en -18.



Economische en eigen financiële situatie

Het CBS-onderzoek naar het consumentenvertrouwen onderzoekt elke maand wat men vindt van de economische situatie in Nederland en hoe men denkt over de financiële situatie van het eigen huishouden. Om meer inzicht te krijgen in de invloed die de economische situatie en de eigen financiële situatie hebben op het geven aan goede doelen zijn onderstaande vragen meegenomen.

Heeft de economische situatie in Nederland invloed of u meer of minder geeft aan goede doelen?

| Antwoordmogelijkheid | % |
|----------------------|-----|
| Ja | 46% |
| Nee | 45% |
| Weet niet | 9% |

Bijna de helft van de mensen vindt dat de economische situatie in Nederland van invloed is op het geven aan goede doelen. Echter ook bijna de helft van de mensen vindt dat zij niet van invloed is op het geven aan goede doelen.

Heeft uw eigen financiële situatie invloed of u meer of minder geeft aan goede doelen?

| Antwoordmogelijkheid | Jan. '07 |
|----------------------|----------|
| Heel veel invloed | 18% |
| Veel invloed | 23% |
| Enigszins invloed | 34% |
| Weinig invloed | 15% |
| Geen invloed | 10% |

In totaal geeft driekwart aan dat de eigen financiële situatie van invloed is op het geven aan goede doelen.

Uit deze vragen blijkt dat zowel de economische situatie in Nederland als de eigen financiële situatie van invloed zijn op het geven aan goede doelen. De financiële situatie is voor meer mensen van invloed dan de economische situatie in Nederland.



Geefgedrag

In deze meting zijn een aantal vragen opgenomen over het daadwerkelijke geefgedrag van mensen via bank of giro en in het algemeen.

Geeft u wel eens via uw bank- of girorekening aan een goed doel?

| Antwoordmogelijkheid | Jan. '07 |
|--------------------------------------|----------|
| Heel vaak (10 keer per jaar of meer) | 19% |
| Vaak (5-9 keer per jaar) | 15% |
| Soms (1-4 keer per jaar) | 36% |
| Nooit | 29% |

In totaal geeft 70% van de mensen aan dat ze wel eens aan een goed doel geven via bank of giro. Eenvijfde van de mensen doet dit zelfs 10 keer of vaker per jaar. Binnen de groep die heel vaak antwoordt, kan een opdeling gemaakt worden in hoe vaak men geeft. Zo geeft 11% (percentage van het totaal) 12 keer per jaar, 3% geeft 13 tot 20 keer per jaar, 4% geeft 20 tot 50 keer per jaar en 1% geeft vaker dan 50 keer per jaar.

Welk bedrag heeft u of iemand anders in uw huishouden het laatst per bank/giro of internet aan een goed doel gegeven?

| Antwoordmogelijkheid | % |
|----------------------|-----|
| Niets | 29% |
| Minder dan €5 | 5% |
| € 5 – € 7,50 | 15% |
| € 7,50 – € 12,50 | 20% |
| € 12,50 – € 25 | 16% |
| € 25 – € 50 | 11% |
| € 50 of meer | 4% |

Uit de vraag hoe hoog de laatste donatie per bank of giro is geweest, blijkt dat mensen al gauw meer dan vijf euro doneren. Bijna eenderde van de respondenten heeft zelfs meer dan 12,50 euro gegeven en 15% meer dan 25 euro. De 4% die 50 euro of meer heeft gegeven, is als volgt verdeeld: als percentage van de totale groep heeft 2% tussen de 50 en 100 euro gegeven, 1% tussen de 100 en 200 en ook 1% meer dan 200 euro.



Naast het geven per bank/giro zijn er ook andere manieren om te doneren. Bijvoorbeeld bij een collecte aan de deur of op straat. Hoeveel heeft u in de afgelopen 12 maanden in totaal geschonken aan goede doelen?

| Antwoordmogelijkheid | % |
|-----------------------------|----------|
| € 0 – € 10 | 27% |
| € 10 – € 20 | 18% |
| € 20 – € 50 | 19% |
| € 50 – € 100 | 14% |
| € 100 – € 200 | 10% |
| € 200 – € 400 | 7% |
| > € 400 | 5% |

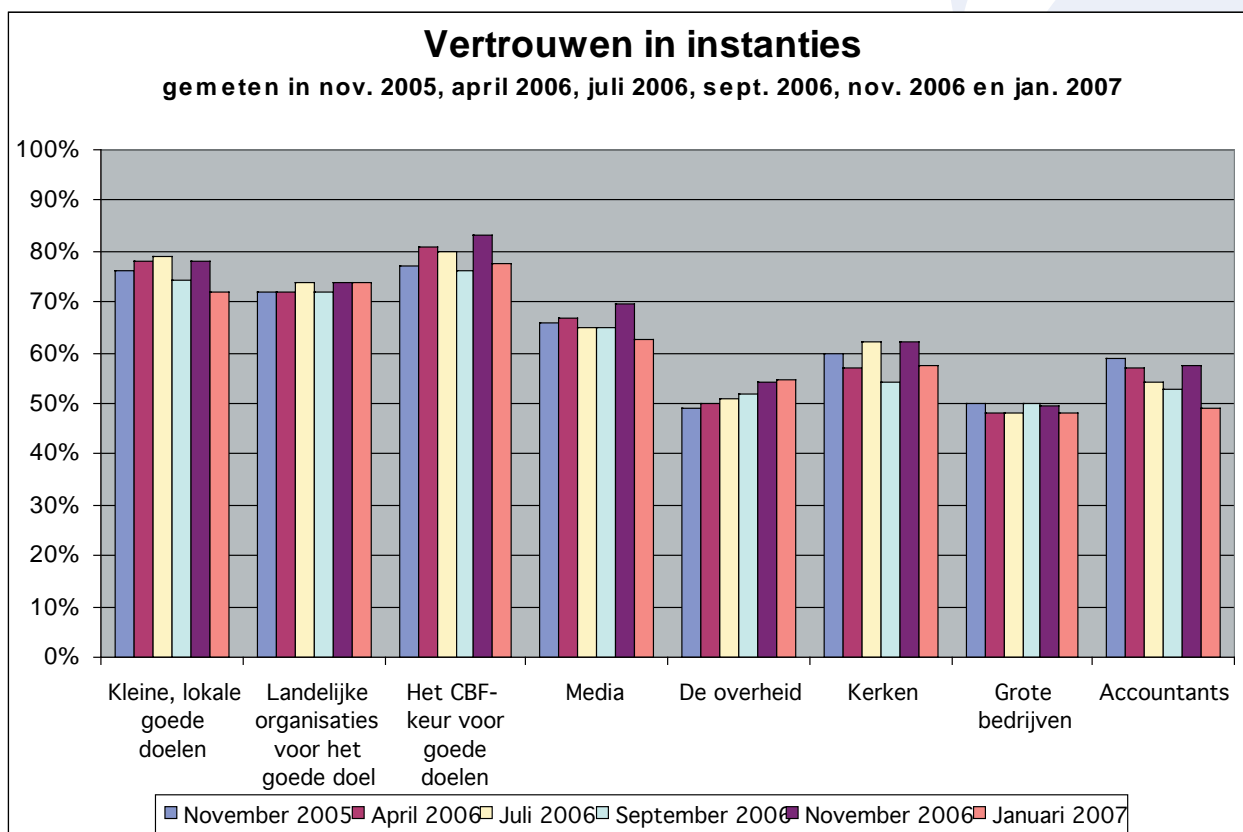
Meer dan een kwart heeft in de afgelopen 12 maanden een bedrag tussen de 0 en 10 euro geschonken aan goede doelen, wat neerkomt op minder dan een euro per maand. De helft van de respondenten (51%) heeft een bedrag tussen de 10 en 100 euro geschonken. Zij hebben gemiddeld ongeveer 5 euro per maand gedoneerd. Bijna een vijfde heeft 100 tot 400 euro gegeven in de afgelopen 12 maanden, wat gemiddeld 20 euro per maand is. 5% geeft meer dan 400 euro en 2% zelfs meer dan 1.000 euro. Deze laatste groep (> 400 euro) heeft gemiddeld 162 euro geschonken aan goede doelen in de afgelopen 12 maanden.

Alle respondenten bij elkaar hebben gemiddeld 258 euro geschonken aan goede doelen in de afgelopen 12 maanden. Dit is gemiddeld ruim 20 euro per maand.

Vertrouwen

In onderstaande grafiek is te lezen hoeveel vertrouwen men heeft in een aantal instanties in Nederland. Algemeen beeld is dat het vertrouwen in vrijwel alle instanties is gedaald sinds de meting in november. Alleen het vertrouwen in de overheid is licht gestegen en het vertrouwen in landelijke organisaties voor het goede doel is gelijk gebleven.

Hoeveel vertrouwen heeft u in ...?



Meest en minst vertrouwen.

Het meeste vertrouwen heeft men nog steeds in het CBF-Keur voor goede doelen, landelijke organisaties voor het goede doel en kleine, lokale goede doelen. Na de goede doelen heeft men het meeste vertrouwen in de media en de kerken, gevolgd door de overheid en accountants. Het minste vertrouwen heeft men in grote bedrijven.

Ontwikkeling sinds vorige metingen.

Het vertrouwen in vrijwel alle instituties is in deze meting gedaald terwijl bij de meting in november het vertrouwen in bijna alle instanties nog een stijging liet zien. Opvallend is dat er voor het eerst iets meer vertrouwen in landelijke goede doelen is dan in kleine, lokale goede doelen. Dit komt omdat het vertrouwen in landelijke organisaties gelijk is gebleven, waar het vertrouwen in kleine goede doelen een daling laat zien. Daarnaast is duidelijk te zien hoe het vertrouwen in de overheid elke meting beetje bij beetje toeneemt.



Zaken van invloed op vertrouwen in goede doelen

Welke zaken zijn van invloed op uw vertrouwen in een goed doel? (kruis er max. 5 aan)

| Antwoordmogelijkheid | Nov. '05 | Apr. '06 | Juli '06 | Sep. '06 | Jan. '07 |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| Laten zien dat het geld goed besteed wordt | 80% | 73% | 85% | 77% | 74% |
| Ze boeken aantoonbare resultaten | 42% | 46% | 42% | 47% | 42% |
| Ze doen wat ze zeggen | 46% | 39% | 54% | 44% | 41% |
| Ze hebben een beleidsplan met duidelijke doelstellingen | 35% | 38% | 35% | 33% | 28% |
| Het jaarverslag is openbaar | 39% | 37% | 33% | 31% | 35% |
| De directeur verdient minder dan in een vergelijkbare functie bij een bedrijf of overheidsinstelling | 39% | 32% | 38% | 30% | 29% |
| Als er iets mis gaat geven ze meteen volledige openheid van zaken | 31% | 28% | 38% | 29% | 26% |
| Bestuursleden mogen niet werken bij bedrijven die betaald werk voor het goede doel doen | 29% | 25% | 25% | 23% | 20% |
| Ze laten zien dat ze niet meer dan 25% kosten maken bij de werving van fondsen | 25% | 26% | 22% | 23% | 20% |
| Je ziet regelmatig iets over ze op de TV of in de krant | 10% | 17% | 12% | 20% | 23% |
| Het jaarverslag is voor leken te begrijpen | 36% | 21% | 39% | 19% | 23% |
| Ze moeten een duidelijke klachtenprocedure hebben als mij iets niet bevalt | 10% | 16% | 11% | 13% | 12% |
| Ze geven altijd antwoorden op vragen van donateurs | 13% | 11% | 12% | 12% | 13% |
| De omvang van de organisatie | 6% | 13% | 5% | 12% | 11% |
| Ze hebben een bekende Nederlander als ambassadeur | 5% | 7% | 3% | 9% | 9% |
| De website is duidelijk | 10% | 9% | 9% | 8% | 10% |
| Ze hebben veel donateurs in Nederland | 5% | 8% | 4% | 8% | 9% |
| Ze moeten al minstens drie jaar actief zijn | 5% | 7% | 3% | 8% | 8% |

Men kon maximaal 5 antwoorden aangeven, de vermelde percentages zijn daarom niet absoluut maar cumulatief.



Meeste invloed op vertrouwen in goede doelen.

De top 3 van zaken die van invloed zijn op vertrouwen is dezelfde als bij eerdere metingen in 2005 en 2006. Het kenmerk Ze laten duidelijk zien hoe ze het geld besteden acht men het meeste van invloed op vertrouwen in goede doelen (74%). Van de mensen vindt ook 42% dat ze boeken aantoonbare resultaten van invloed is op hun vertrouwen in goede doelen. Ook vindt 41% Ze doen wat ze zeggen van invloed.

Zaken als de website is duidelijk, ze hebben veel donateurs in Nederland, ze hebben een bekende Nederlander als ambassadeur en ze moeten al minstens drie jaar actief zijn, worden door weinig mensen genoemd als van invloed op het vertrouwen in goede doelen. Dit is ook onveranderd in vergelijking met metingen in 2005 en 2006.

Het Nederlandse Donateurspanel

Voor eventuele vragen kunt u contact opnemen met Jan van Berkel

T 0348 489660

E jvanberkel@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

Wegener DM

Wegener DM is één van de leidende direct marketing dienstverleners in Nederland en Europa op het gebied van data en database management services. Wegener DM 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.wegenerdm.nl

