

# Het Nederlandse donateurspanel

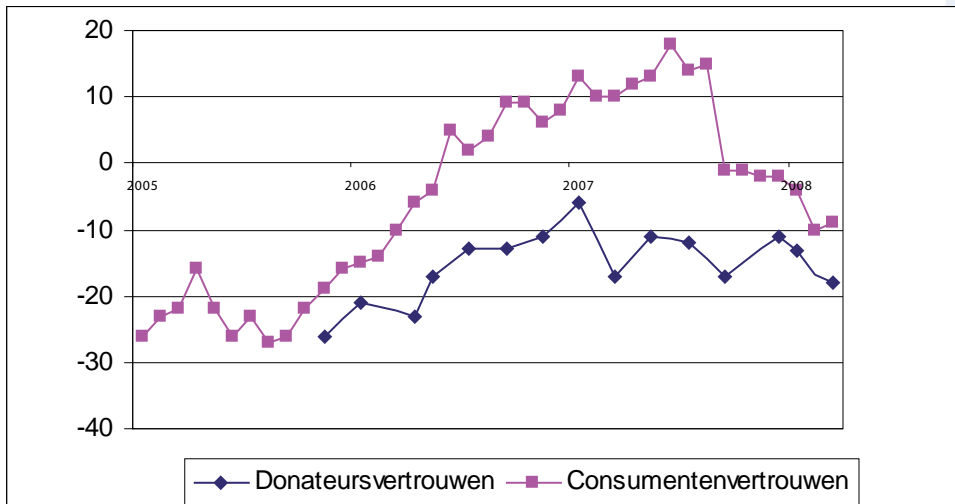
Onderzoeksrapportage  
April 2008



Het Nederlandse Donateurspanel



## Donateursvertrouwen opnieuw in voorjaar omlaag



Grafiek: Index van het donateursvertrouwen afgezet tegen de index van het consumentenvertrouwen

### Ontwikkeling donateursvertrouwen

Het donateursvertrouwen in maart 2008 is flink gedaald ten opzichte van de meting in december 2007. Met -18 is de index weer ongeveer op gelijk niveau als maart 2007. Het is opvallend dat voor de derde keer aan het einde van een jaar het donateursvertrouwen toeneemt en dat aan het begin van het jaar een fikse daling te zien is. Dit duidt op een seizoensinvloed. Er zijn dus periodes in het jaar waarin het vertrouwen van donateurs standaard hoger of lager is. De algehele tendens is een fluctuerende lijn van het donateursvertrouwen sinds februari 2007, terwijl van januari 2006 t/m januari 2007 een stijgende lijn te zien was. We zien sinds de tweede helft van 2007 dat het donateursvertrouwen en het consumentenvertrouwen veel dichterbij elkaar komen. Het consumentenvertrouwen is halverwege het jaar 2007 flink gedaald en het donateursvertrouwen fluctueert vanaf begin 2007 rond hetzelfde niveau.



## Vertrouwen en waardering

Sinds het begin van de metingen wordt donateurs gevraagd een rapportcijfer te geven voor hoe goede doelenorganisaties hen informeren en een cijfer voor hoe goede doelen hun werk doen. Deze cijfers zijn vrij stabiel over de tijd. In de laatste meting zijn de scores 5,4 voor hoe goede doelen het publiek informeren en een 6,2 voor hoe goede doelen hun werk doen. Nu zijn deze waarderingcijfers in verband gebracht met de persoonlijke geefbereidheid voor het komende jaar en met hoe men over goede doelen denkt. Er blijken positieve relaties te bestaan tussen beide waarderingcijfers en hoe men in het algemeen denkt over goede doelen. Ook bestaan er positieve relaties tussen de waarderingcijfers en de persoonlijke geefbereidheid. Mensen die hogere cijfers geven zijn vaker van plan om het komende jaar meer te geven dan mensen die lagere cijfers geven.

## Verantwoording

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 14e meting zijn gebaseerd op de online reacties van ruim 1850 respondenten uit een representatieve steekproef van 60.000 personen die door Het Nederlandse Donateurspanel zijn benaderd. Dit panel is een initiatief van WWAV, WDM en NetQuestionnaires. Socioloog René Bekkers, verbonden aan de Universiteit van Utrecht 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. Tot en met de 12e meting vonden er tweemaandelijks metingen plaats van het Nederlandse Donateurspanel. Met ingang van de december 2007 vindt het onderzoek 4 jaarlijks plaats aan het einde van elk kwartaal.

De rapportage van deze online meting kan opgevraagd worden via [www.wwav.nl](http://www.wwav.nl).



Voor u ligt de rapportage van de veertiende meting van Het Nederlandse Donateurspanel.

## **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 van de Universiteit Utrecht (afdeling sociologie) denkt mee over de vraagstelling binnen het onderzoek. Het veldwerk is uitgevoerd door NetQuestionnaires van 4 tot en met 11 maart 2008. Bij de sluiting van het onderzoek hadden 1.850 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**

De index van het donateursvertrouwen wordt driemaandelijks (tot en met september 2007 was dit 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 metingen**

Het donateursvertrouwen in maart 2008 is flink gedaald ten opzichte van de meting in december 2007. Met -18 is de index weer ongeveer op gelijk niveau als maart 2007. Het is opvallend dat voor de derde keer aan het einde van een jaar het donateursvertrouwen toeneemt en dat aan het begin van het jaar een fikse daling te zien is. Dit duidt op een seizoensinvloed. De algehele tendens is een fluctuerende lijn van het donateursvertrouwen sinds februari 2007, terwijl van januari 2006 t/m januari 2007 een stijgende lijn te zien was.

We zien sinds de tweede helft van 2007 dat het donateursvertrouwen en het consumentenvertrouwen veel dichterbij elkaar komen. Het consumentenvertrouwen is halverwege het jaar 2007 flink gedaald en het donateursvertrouwen fluctueert vanaf begin 2007 rond hetzelfde niveau.



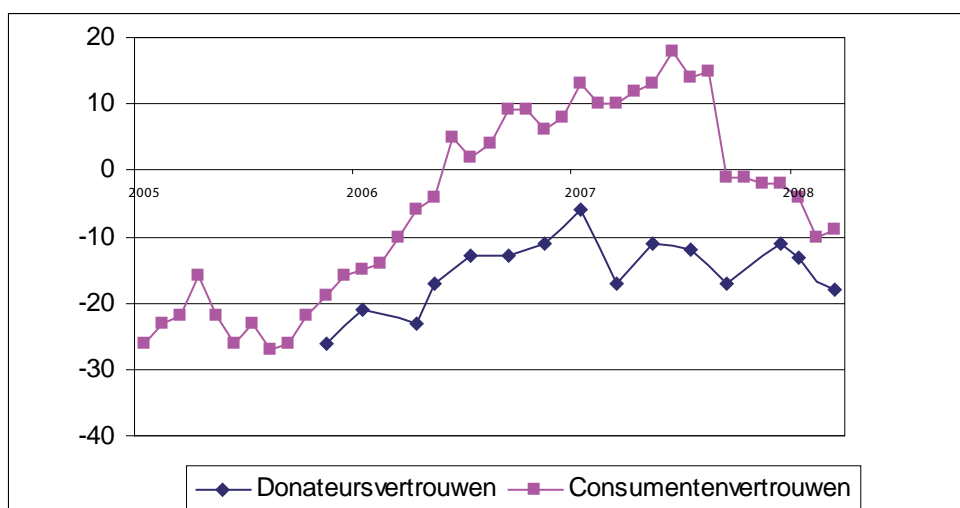
Het consumentenvertrouwen en het donateursvertrouwen zijn beiden gedaald sinds december 2007. De daling in het donateursvertrouwen heeft te maken met een sterke daling in het geefklimaat en een lichte daling in de geefbereidheid.

	Nov. '05	Nov. '06	Jan. '07	Mrt. '07	Mei '07	Juli '07	Sept. '07	Dec. '07	Mrt. '08
<b>Index van het donateursvertrouwen</b>	<b>-26</b>	<b>-11</b>	<b>-6</b>	<b>-17</b>	<b>-11</b>	<b>-12</b>	<b>-17</b>	<b>-11</b>	<b>-18</b>
<b>Geefklimaat</b>	-40	-16	2	-21	-12	-8	-22	-12	-23
Geefklimaat afgelopen jaar	-31	-19	1	-21	-12	-6	-16	-8	-19
Geefklimaat komend jaar	-48	-13	3	-20	-11	-9	-28	-15	-27
<b>Geefbereidheid</b>	-8	-2	-4	-7	-5	-7	-8	-5	-8
Geefbereidheid afgelopen jaar	-1	3	1	-3	0	-2	-5	0	-2
Geefbereidheid komend jaar	-14	-8	-9	-11	-11	-12	-12	-9	-14
<b>Imagofluctuatie van goede doelen</b>	<b>-36</b>	<b>-18</b>	<b>-22</b>	<b>-28</b>	<b>-22</b>	<b>-29</b>	<b>-25</b>	<b>-25</b>	<b>-29</b>

### Vergelijking met consumentenvertrouwen

De index van het donateursvertrouwen is te vergelijken met het consumentenvertrouwen van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), omdat het op een vergelijkbare methode berekend wordt. In onderstaande grafiek is de ontwikkeling van beide indexen over de tijd in beeld gebracht.

De index van het consumentenvertrouwen is in maart -91. Hij is met 7 punten gedaald ten opzichte van december, toen de index -2 was.



1 Dit getal kan nog enigszins veranderen. Zodra bekend, gebruiken we de seizoenscorrectie van het CBS.



## Donateursvertrouwen nader uitgewerkt

De vijf vragen over onderdelen van het donateursvertrouwen voor maart 2008 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	Mrt '07	Mei '07	Juli '07	Sept '07	Dec '07	Mrt '08
Meer	22%	22%	31%	18%	22%	26%	19%	25%	17%
Hetzelfde	17%	22%	26%	29%	29%	28%	30%	26%	29%
Minder	53%	41%	30%	39%	34%	32%	35%	32%	36%
Weet ik niet	8%	15%	13%	15%	15%	14%	17%	18%	17%

Iets meer dan een derde van de respondenten denkt dat de Nederlandse bevolking minder is gaan geven aan goede doelen. Dit is een iets grotere groep dan in december. Iets minder dan een kwart van de respondenten denkt dat de Nederlandse bevolking meer is gaan geven. Dit is 8 procent minder dan bij de vorige meting. Ruim een kwart van de respondenten denkt dat Nederlanders hetzelfde zijn blijven geven aan goede doelen. In maart 2007 was deze score op het zelfde niveau.

#### 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	Mrt '07	Mei '07	Juli '07	Sept '07	Dec '07	Mrt '08
Meer	7%	16%	25%	13%	18%	19%	11%	16%	10%
Hetzelfde	26%	38%	36%	38%	35%	38%	32%	33%	33%
Minder	55%	29%	22%	33%	29%	28%	39%	31%	38%
Weet ik niet	12%	17%	17%	16%	18%	15%	18%	19%	19%

In de meting van september 2007 was het percentage respondenten dat dacht dat de Nederlandse bevolking minder zou gaan geven behoorlijk gestegen, naar 39 procent. In december 2007 is dat weer gedaald naar 31%. Bij deze meting is het percentage echter weer flink gestegen naar 38 procent. Tegenover deze stijging staat een daling bij het percentage respondenten dat denkt dat Nederlanders meer gaan geven in het komende jaar. Deze groep bestaat uit 10 procent van de respondenten. Een derde van de respondenten denkt dat Nederlanders hetzelfde zullen blijven geven.



Vraag 1 en 2 vormen samen de index voor het geefklimaat. Na een stijging van deze index in december is deze nu weer gedaald naar -23, ongeveer hetzelfde niveau als in maart 2007 (-21) en september 2007(-22).

## 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	Mrt '07	Mei '07	Juli '07	Sept '07	Dec '07	Mrt '08
Meer	20%	23%	18%	14%	16%	15%	14%	16%	15%
Hetzelfde	49%	52%	59%	63%	60%	63%	62%	62%	62%
Minder	21%	20%	17%	17%	16%	17%	18%	16%	17%
Weet ik niet	10%	6%	6%	7%	8%	5%	6%	6%	6%

Bijna tweederde van de respondenten zegt in het afgelopen jaar hetzelfde aan goede doelen te hebben gegeven als in het jaar ervoor. Dit geeft inmiddels een vertrouwde aanblik. Dit percentage schommelt al sinds begin 2007 rond de 60 procent. Ook blijft het percentage van mensen dat zegt meer te zijn gaan geven en het percentage van mensen dat zegt minder te zijn gaan geven al sinds januari 2007 ongeveer gelijk. Er zijn bijna net zoveel respondenten (15 procent) die zeggen meer te zijn gaan geven als respondenten die zeggen minder te zijn gaan geven (17 procent). De respons op deze vraag is over de tijd vrij stabiel.

### 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	Mrt '07	Mei '07	Juli '07	Sept '07	Dec '07	Mrt '08
Meer	3%	6%	5%	5%	3%	3%	4%	5%	3%
Hetzelfde	62%	67%	68%	68%	70%	73%	70%	69%	68%
Minder	17%	14%	15%	16%	14%	15%	16%	14%	17%
Weet ik niet	18%	14%	12%	11%	13%	9%	11%	12%	12%

Ruim tweederde van de respondenten verwacht ook in het komende jaar evenveel aan goede doelen te geven. Daarmee heeft in de geefbereidheid voor het komende jaar weinig verandering plaatsgevonden ten opzichte van de vorige meting. Het percentage mensen dat denkt meer te zullen geven is met twee procent licht gedaald naar drie procent. Het percentage respondenten dat denkt minder te geven is met drie procent gestegen naar 17 procent. De respons op deze vraag toont net als bij de vorige vraag een stabiel beeld over de tijd.



Vraag 3 en 4 vormen samen de index voor de geefbereidheid. De index van maart is -8. Dit is iets lager dan de vorige meting, toen de index -5 was. Hiermee is de geefbereidheid weer ongeveer gelijk aan de geefbereidheid van maart 2007 (-7).

## Imagofluctuatie

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

Antwoordmogelijkheid	Nov '05	Nov '06	Jan '07	Mrt '07	Mei '07	Juli '07	Sept '07	Dec '07	Mrt '08
Positiever	3%	7%	6%	3%	6%	4%	5%	5%	4%
Gelijk gebleven	56%	66%	64%	63%	65%	62%	65%	62%	61%
Negatiever	39%	25%	28%	31%	28%	33%	29%	30%	33%
Weet ik niet	2%	2%	2%	2%	1%	1%	2%	3%	2%

De meerderheid van de respondenten (61 procent) geeft aan in het afgelopen jaar noch positiever noch negatiever te zijn gaan denken over goede doelen. Een derde deel is negatiever gaan denken. Vier procent van de respondenten geeft aan positiever te zijn gaan denken over goede doelen. Dit percentage is nagenoeg gelijk aan de uitkomsten van de laatste paar metingen. Het percentage mensen dat negatiever is gaan denken is met drie procent gestegen naar 33 procent. De index voor het imago van goede doelen is licht gestegen met de vorige meting, naar -29. Hiermee is deze wel weer zo goed als gelijk aan de meting van maart 2007 (-28)

Als we nu kijken naar de vijf variabelen uit de index, kan geconcludeerd worden dat de vragen over het geefklimaat (vraag 1 en 2) het meest variabel zijn over tijd. Dit impliceert dat de respondenten wisselend denken over het geefgedrag van de Nederlandse bevolking terwijl ze hun eigen geefgedrag als stabiel en onveranderlijk zien.

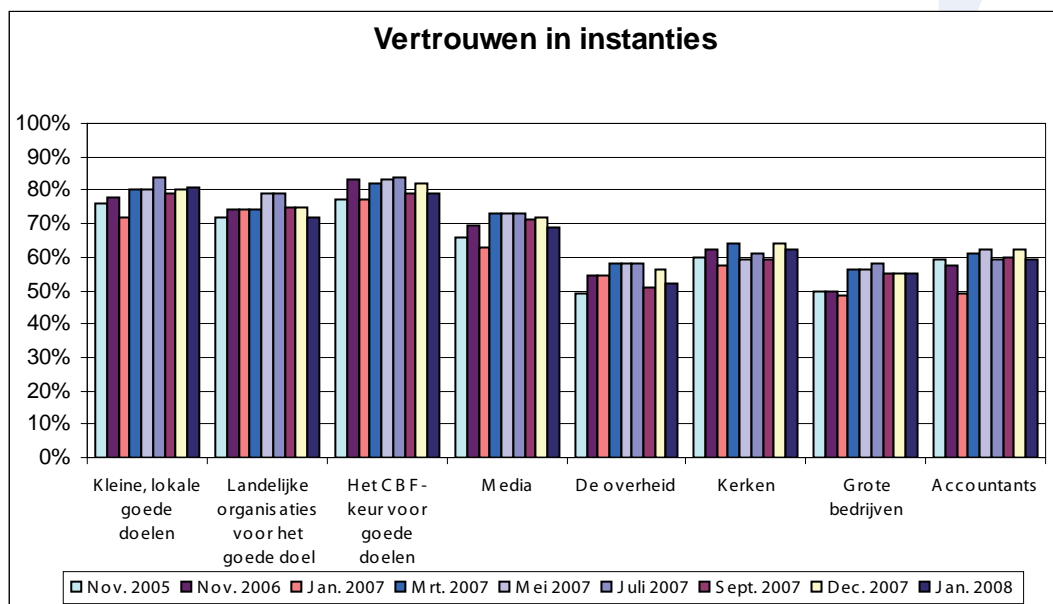




## Vertrouwen

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, is nog steeds dezelfde. Namelijk het vertrouwen in het CBF-Keur voor goede doelen, het vertrouwen in kleine, lokale goede doelen en het vertrouwen in landelijke organisaties voor het goede doel. Opvallend is dat het vertrouwen in het CBF-Keur en in de lokale goede doelen bij de meting in december gestegen is vergeleken met de uitkomsten van september. Bij deze meting is het vertrouwen in het CBF-keur voor goede doelen en in landelijke organisaties voor het goede doel gedaald, terwijl het vertrouwen in de lokale goede doelen licht is gestegen met één procent. De algehele tendens van het vertrouwen in lokale goede doelen sinds januari 2007 is stijgend. De tendens van landelijke organisaties is sinds juli dalend en van het CBF-keurmerk ook, terwijl er daarvoor bij beiden sinds januari een stijgende lijn te zien was.

Het minste vertrouwen is er in de grote bedrijven en in de overheid, deze blijven beide onder de 60 procent. In september was het vertrouwen in deze instanties gedaald ten opzichte van de vorige meting. Het vertrouwen in grote bedrijven is daarna tot en met maart 2008 gelijk gebleven, terwijl het vertrouwen in de overheid in december 2007 gestegen was. In maart 2008 is deze echter weer gedaald met vier procent. Deze percentages fluctueren de tweede helft van 2007, terwijl het vertrouwen de eerste helft van 2007 redelijk stabiel was.



## Ontwikkeling sinds vorige metingen

Met uitzondering van lokale organisaties en grote bedrijven is het vertrouwen in alle instanties gedaald. Het vertrouwen in lokale organisaties is gestegen en het vertrouwen in grote bedrijven is gelijk gebleven met de vorige meting.

## 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	Jan '07	Mrt '07	Mei '07	Juli '07	Sept '07	Dec '07	Mrt '08
Laten zien dat het geld goed besteed wordt	80%	74%	72%	75%	70%	72%	71%	69%
Ze doen wat ze zeggen	46%	41%	40%	45%	42%	42%	42%	39%
Ze boeken aantoonbare resultaten	42%	42%	46%	43%	44%	42%	40%	45%
De directeur verdient minder dan in een vergelijkbare functie bij een bedrijf of overheidsinstelling	39%	29%	32%	34%	34%	31%	34%	29%
Het jaarverslag is openbaar	39%	35%	35%	37%	35%	35%	33%	37%
Ze hebben een beleidsplan met duidelijke doelstellingen	35%	28%	35%	33%	32%	30%	32%	32%
Als er iets mis gaat geven ze meteen volledige openheid van zaken	31%	26%	29%	32%	29%	27%	28%	30%
Ze laten zien dat ze niet meer dan 25% kosten maken bij de werving van fondsen	25%	20%	23%	23%	27%	24%	24%	28%
Bestuursleden mogen niet werken bij bedrijven die betaald werk voor het goede doel doen	29%	20%	27%	24%	28%	25%	23%	23%
Het jaarverslag is voor leken te begrijpen	36%	23%	25%	22%	22%	21%	23%	22%
Je ziet regelmatig iets over ze op de TV of in de krant	10%	23%	17%	17%	15%	18%	19%	17%
Ze moeten een duidelijke klachtenprocedure hebben als mij iets niet bevalt	10%	12%	17%	15%	12%	14%	14%	12%
Ze hebben een bekende Nederlander als ambassadeur	5%	9%	8%	8%	9%	8%	11%	8%
Ze geven altijd antwoorden op vragen van donateurs	13%	13%	11%	12%	11%	12%	10%	10%
De omvang van de organisatie	6%	11%	9%	10%	10%	10%	9%	11%
De website is duidelijk	10%	10%	8%	9%	9%	9%	9%	10%
Ze moeten al minstens drie jaar actief zijn	5%	8%	6%	7%	8%	8%	7%	8%
Ze hebben veel donateurs in Nederland	5%	9%	6%	6%	7%	8%	7%	7%

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

De factoren die volgens mensen meer en minder van invloed zijn op hun vertrouwen in goede doelen, zijn vanaf het begin van 2007 redelijk constant. Er vinden sinds de vorige meting ook slechts kleine verschuivingen (1 tot 3 procent) plaats. Alleen bij de volgende variabelen is het verschil iets groter: *Ze laten zien dat ze niet meer dan 25 procent kosten maken bij de werving*



*van fondsen (stijging van vier procent), Het jaarverslag is openbaar (stijging van vier procent), De directeur verdient minder dan in een vergelijkbare functie bij een bedrijf of overheidsinstelling (daling van vijf procent), Ze boeken aantoonbare resultaten (stijging van vijf procent).*

### **Meeste invloed op vertrouwen in goede doelen**

Net als bij alle voorgaande metingen, blijkt dat mensen het erg belangrijk vinden dat een organisatie *laat zien dat ze haar geld goed besteedt*. Meer dan tweederde, namelijk 69 procent van de respondenten geeft aan dat dit van invloed is op hun vertrouwen in een goed doel. Andere zaken die belangrijk zijn om een organisatie te kunnen vertrouwen, zijn dat een organisatie *doet wat ze zegt* en dat ze *aantoonbare resultaten boekt*.

### **Minste invloed op vertrouwen in goede doelen**

Van de 18 genoemde factoren zijn het minste van invloed op het vertrouwen van mensen; *het hebben van veel donateurs, het minstens drie jaar actief zijn van een organisatie en het hebben van een bekende Nederlander als ambassadeur*. Deze factoren zijn elk door minder dan negen procent van de respondenten aangevinkt.



## Rapportcijfer communicatie en activiteiten goede doelen

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)	Mei '06	Nov '06	Mrt '07	Mei '07	Juli '07	Sept '07	Dec '07	Mrt '08
Voldoende	57%	49%	48%	62%	54%	55%	57%	52%
Onvoldoende	43%	51%	52%	38%	46%	45%	43%	48%
Gemiddelde	5,6	5,4	5,4	5,7	5,4	5,4	5,5	5,4

Iets meer dan de helft, namelijk 52 procent van de respondenten geeft goede doelen een voldoende voor de wijze waarop zij het publiek informeren over hoe zij het gedoneerde geld besteden. Dit percentage is gedaald ten opzichte van de meting in december. Iets minder dan helft, namelijk 48 procent geeft goede doelen nu een onvoldoende. Het gemiddelde rapportcijfer is licht gedaald naar een 5,4.

Wij hebben deze vraag in verband gebracht met de vraag: *Bent u in de afgelopen 12 maanden in het algemeen positiever of negatiever gaan denken over goede doelen?* 72 procent van de optimisten geeft een voldoende voor de wijze waarop goede doelen ze informeren, tegenover 24 procent van de pessimisten. Mensen die positiever zijn gaan denken over goede doelen hebben vaak ook een hogere waardering voor hoe goede doelenorganisaties hun informeren.

Ook hebben we deze vraag in verband gebracht met de vraag: *Verwacht u dat u in de komende 12 maanden meer of minder aan goede doelen zult geven?* 74 procent van de optimisten geeft een voldoende voor de wijze waarop goede doelen ze informeren, tegenover 36 procent van de pessimisten. Mensen die van plan zijn meer te gaan geven (optimisten) hebben vaak ook een hogere waardering voor hoe goede doelenorganisaties hun informeren.

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

Rapportcijfers (cijfer tussen de 1 en 10)	Mei '06	Nov '06	Mrt '07	Mei '07	Juli '07	Sept '07	Dec '07	Mrt '08
Voldoende	87%	83%	82%	82%	81%	80%	82%	79%
Onvoldoende	13%	17%	18%	18%	19%	20%	18%	21%
Gemiddelde	6,6	6,5	6,4	6,4	6,3	6,3	6,3	6,2



Voor de manier waarop goede doelen hun werk doen geeft 79 procent een voldoende. Het percentage is daarmee gedaald ten opzichte van de vorige meting. Opvallend is dat voor het eerst dit percentage onder de 80 procent is gekomen. Over het geheel genomen is het percentage vrij constant. Van de respondenten geeft 21 procent de goede doelen nu een onvoldoende. Het gemiddelde rapportcijfer dat respondenten in deze meting geven, is licht gedaald naar 6,2.

Ook deze vraag hebben wij in verband gebracht met de vraag: *Bent u in de afgelopen 12 maanden in het algemeen positiever of negatiever gaan denken over goede doelen?* 97 procent van de optimisten geeft een voldoende voor de wijze waarop goede doelen hun werk doen, tegenover 53 procent van de pessimisten. Er bestaat een positieve relatie tussen hoe men over goede doelen denkt en de persoonlijke geefbereidheid voor het komende jaar.

Ook hebben we deze vraag in verband gebracht met de vraag: *Verwacht u dat u in de komende 12 maanden meer of minder aan goede doelen zult geven?* 95 procent van de optimisten geeft een voldoende voor de wijze waarop goede doelen hun werk doen, tegenover 54 procent van de pessimisten. Er bestaat ook een positieve relatie tussen waardering voor hoe goede doelenorganisaties werken en de persoonlijke geefbereidheid voor het komende jaar.

Opvallend is het verband tussen waardering en optimisme. Er kan geconcludeerd worden dat oordelen over de communicatie van goede doelen en het werk van goede doelen samenhangt met vertrouwen in goede doelen. Wie veel vertrouwen heeft in goede doelen is vaker optimistisch en heeft een positiever oordeel over de communicatie.

Uit de analyse blijkt ook dat de respondenten de manieren waarop goede doelen hun werk doen in het algemeen hoger waarderen dan de manier waarop de mensen worden geïnformeerd door de goede doelen. Dit geldt zowel voor optimisten als voor de pessimisten.



## Goede doelenorganisaties en de samenleving

Vanaf 2011 wordt er een 72 urige maatschappelijke stage ingevoerd op middelbare scholen. Wat vindt u er van als scholieren hiervoor bij een goed doel zouden moeten werken.

Antwoordmogelijkheid	Mrt'08
Ik vind de maatschappelijke stage een goed idee, maar ik vind dat scholieren uit meerdere sectoren moeten kunnen kiezen, zoals de gezondheidszorg, de culturele sector of de goede doelen sector.	56%
Ik vind het een goed idee	28%
Ik vind de maatschappelijke stage een goed idee, maar ik vind goede doelen hiervoor niet geschikt.	8%
Ik heb er geen mening over.	8%

Iets meer dan de helft (56 procent) van de respondenten vindt de maatschappelijke stage een goed idee, maar vindt dat scholieren uit meerdere sectoren moeten kunnen kiezen. Meer dan een kwart, namelijk 28 procent van de respondenten vindt het een goed idee dat scholieren voor de maatschappelijke stage bij een goed doel zouden moeten werken. Slechts acht procent vindt goede doelen niet geschikt voor een maatschappelijke stage.



## Welke onderwerpen en activiteiten vindt u wel of niet passen bij goede doelen die geld aan het Nederlands publiek vragen?

Antwoordmogelijkheden	Dit vind ik belangrijk en een goed doel	Dit vind ik belangrijk, maar geen goed doel	Dit vind ik een goed doel, maar niet belangrijk	Dit vind ik geen goed doel en niet belangrijk	Dit vind ik een
Natuurbescherming in Nederland	39%	21%	6%	2%	32%
Natuurbescherming, wereldwijd	39%	28%	8%	2%	24%
Hulp bij (natuur)rampen	55%	15%	3%	1%	27%
Kankeronderzoek	64%	13%	1%	1%	22%
Voedselbank	24%	21%	8%	5%	42%
Speelruimte in een ziekenhuis	18%	33%	15%	8%	25%
Opknappen van een schoolgebouw	6%	23%	10%	6%	56%
Hulp aan arme mensen in Nederland	22%	18%	5%	3%	52%
Hulp aan arme mensen in Afrika	46%	17%	9%	6%	22%
Kinderen met leerproblemen	10%	27%	4%	4%	55%
Kleine klassen op school	8%	23%	5%	5%	60%
Integratie tussen bevolkingsgroepen in Nederland	10%	28%	6%	6%	49%
Werkeloze mensen aan het werk helpen	8%	24%	4%	2%	62%
Hulp aan eenzame ouderen in Nederland	35%	32%	5%	2%	26%
Musea	6%	23%	12%	16%	43%
Universiteiten	3%	18%	7%	9%	64%

Als er gekeken wordt naar wat mensen belangrijk vinden en een goed doel, dan scoort kankeronderzoek het hoogst met 64 procent, gevolgd door hulp bij (natuur)rampen (55 procent), daarna volgt hulp aan arme mensen in Afrika (46 procent). Een derde van de respondenten vindt speelruimte in een ziekenhuis wel belangrijk, maar geen goed doel. Ook bijna een derde van de respondenten vindt dit van hulp aan eenzame ouderen in Nederland. Als gekeken wordt wat de respondenten geen goed doel en niet belangrijk vinden zijn de percentages bij alle onderwerpen redelijk laag. Musea scoren met 16 procent het hoogst.

Bijna tweederde van de respondenten vindt universiteiten, werkeloze mensen aan het werk helpen en kleine klassen op school een overheidstaak. Ruim de helft vindt dit van kinderen met leerproblemen, hulp aan arme mensen in Nederland en opknappen van een schoolgebouw. Bijna een kwart vindt natuurbescherming wereldwijd, kankeronderzoek, speelruimte in een ziekenhuis en hulp aan arme mensen in Afrika, een overheidstaak.



**Stel u zou op zoek gaan naar een nieuw goed doel om aan te geven. Aan welke twee kenmerken hecht u dan het meeste belang?**

Antwoordmogelijkheid	Mrt'08
Ze laten duidelijk zien wat ze met het geld aan resultaten bereiken	39%
Ze laten duidelijk zien hoe ze het geld besteden	30%
Het onderwerp van het doel spreekt me aan (bijv gezondheid, milieu, ontwikkelingshulp, welzijn)	29%
Ze besteden het geld goed	26%
Ik voel me persoonlijk betrokken bij het doel	23%
Ze maken niet te veel kosten	18%
De aanpak van het goede doel spreekt me aan	12%
Het is een organisatie die goed bekend staat	7%
Onder geen voorwaarden	5%
De directeur van de organisatie verdient een redelijk salaris	4%
Ze hebben een bekende Nederlander als ambassadeur	1%

Men kon maximaal 2 antwoorden aangeven, de vermelde percentages zijn daarom niet absoluut maar cumulatief.

Het meeste belang wordt gehecht aan het kenmerk Ze laten duidelijk zien wat ze met het geld aan resultaten bereiken (39 procent) gevolgd door het kenmerk Ze laten duidelijk zien hoe ze het geld besteden (30 procent).

## Verantwoording over bestedingen

**Waaruit vindt u blijken dat een organisatie geld goed besteedt? (Twee antwoorden mogelijk)**

Antwoordmogelijkheid	Mrt'08
Op hun website staat een jaarverslag met resultaten	37%
Uit de resultaten die ze kenbaar maken via hun nieuwsbrief	33%
Het CBF Keurmerk	29%
Ik zie er voorbeelden van op televisie	22%
Ze komen niet negatief in het nieuws	20%
Hun resultaten staan in kranten	19%
Het goede doel staat goed bekend	19%
Anders nl.	6%

Men kon maximaal 2 antwoorden aangeven, de vermelde percentages zijn daarom niet absoluut maar cumulatief.





De meeste respondenten vinden blijken dat een organisatie haar geld goed besteedt uit: *Op hun website staat een jaarverslag met resultaten* (37 procent). Daarna volgt de antwoordmogelijkheid: *Uit de resultaten die ze kenbaar maken via hun nieuwsbrief* (33 procent).

Zes procent van de respondenten noemde een ander antwoord. De meest voorkomende antwoorden vallen in de volgende categorieën: een combinatie van de genoemde antwoorden, persoonlijk bericht, dat men zelf kan zien waar het geld naartoe gaat, acceptabele salarissen van directies/ lage kosten/blijft weinig aan de strijkstok hangen, geld komt aantoonbaar aan waarvoor het gegeven is, accountantsverklaringen, openheid organisatie/resultaten laten zien, dat het nergens uit blijkt.

### **Als een goed doel wil laten zien welke resultaten ze geboekt hebben, hoe kunnen ze dit dan het beste laten zien?**

<b>Antwoordmogelijkheid</b>	<b>Mrt'08</b>
Door voorbeelden te noemen (deze persoon / dit dier is dankzij ons genezen /gered etc.)	53%
Door getallen te noemen (% van de mensen / dieren is dankzij ons genezen /gered etc.).	41%
Anders	7%

Het Nederlandse publiek heeft iets meer voorkeur voor het noemen van voorbeelden (53 procent) met betrekking tot hoe een goede doelenorganisatie het beste kan laten zien welke resultaten ze hebben geboekt. 41 procent vindt dat goede doelen het beste hun resultaten kunnen laten zien door getallen te noemen.

Zeven procent van de respondenten noemde een ander antwoord. De meest voorkomende antwoorden vallen in de volgende categorieën: beide genoemde antwoorden, alles laten zien, concrete resultaten, kosten/baten overzicht/geen winst/jaarverslag, accountantrapport, Gehele openheid en alles openbaar, goede verslaglegging (in de media).



# Het Nederlandse Donateurspanel

Voor eventuele vragen kunt u contact opnemen met Jan van Berkel

**T 0348 489660**

**E [jvanberkel@wwav.nl](mailto: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](http://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](http://www.netq.nl)

## **WDM**

WDM is één van de leidende direct marketing dienstverleners in Nederland en Europa op het gebied van data en database management services. WDM 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](http://www.wdm.nl)



