

Publieksvertrouwen in de goede doelensector

Onderzoeksrapportage
December 2008



Het Nederlandse Donateurspanel



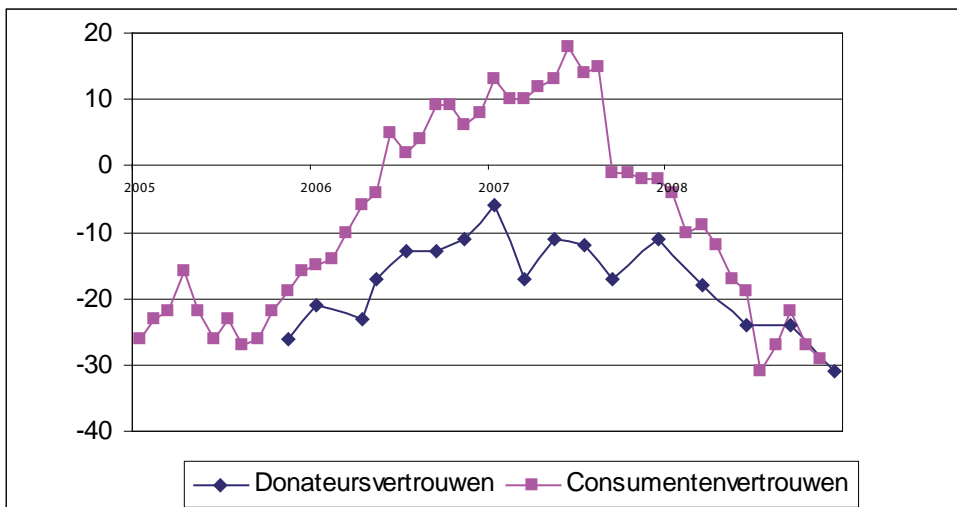
PERSBERICHT

Woerden, december 2008

EERDER BEZUINIGEN OP VAKANTIES EN GROTE UITGAVEN DAN OP GOEDE DOELEN...

Donateursvertrouwen en geefbereidheid in tijden van recessie

Het donateursvertrouwen is sinds de vorige meting flink gedaald en is nog nooit zo laag geweest. Sinds begin dit jaar is al een daling zichtbaar, die vooral voortkomt uit de daling in het *geefklimaat*: Mensen denken vooral dat anderen minder zullen gaan geven. Maar ook in de eigen *geefbereidheid* is een daling te zien. Weliswaar iets minder sterk dan bij het *geefklimaat*, maar toch aanzienlijk. Datzelfde verwachtingspatroon is zichtbaar bij vragen over de gevolgen van de financiële crisis: men maakt zich zorgen over maatschappelijke onrust en werkloosheid. Die zorg betreft met name de arme mensen in Nederland. De gevolgen voor hun eigen inkomsten schatten de respondenten minder somber in.



Het consumentenvertrouwen (dat op vergelijkbare wijze als het donateursvertrouwen wordt gemeten door het CBS) is de afgelopen maanden nóg sterker gedaald dan het donateursvertrouwen. Stond de index van het consumentenvertrouwen in 2007 nog ver boven het donateursvertrouwen, deze is in 2008 dichterbij het donateursvertrouwen gekomen en dit kwartaal is het consumentenvertrouwen zelfs voor het eerst in de geschiedenis op hetzelfde punt gekomen als het donateursvertrouwen. Over het geheel genomen daalt het consumentenvertrouwen dus sneller dan het donateursvertrouwen.



Heeft het lage donateursvertrouwen ook een weerslag op de donaties? Als mensen moeten bezuinigen, zijn goede doelen niet het eerste slachtoffer. Men bezuinigt in eerste instantie op minder uitstapjes buitenshuis, vakanties en het doen van grote uitgaven zoals huishoudelijke apparatuur, auto etc. Zelfs op de dagelijkse boodschappen zouden mensen eerder bezuinigen dan op goede doelen.

Ongeveer 30 procent verwacht dat als de crisis hen persoonlijk zal raken, zij minder gaan geven aan goede doelen. 70 procent antwoordt dan dus ontkennend. Goede doelen kunnen echter niet achterover leunen: men vindt het logisch dat ook goede doelen de gevolgen zullen voelen. De helft van de respondenten vindt dat als iedereen een stapje terug moet doen, dat ook geldt voor goede doelen.

Tot slot: na een opleving van het vertrouwen in maatschappelijke instanties zoals de overheid, kerken, media en accountants is sinds de vorige meting ook het vertrouwen in bijna alle instanties gedaald. Alleen het vertrouwen in de overheid en kleine lokale goede doelen is licht gestegen.

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 17e meting zijn gebaseerd op de online reacties van 1418 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 3 tot en met 9 december 2008. Bij de sluiting van het onderzoek hadden 1418 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

Het donateursvertrouwen is sinds de vorige meting flink gedaald. Het donateursvertrouwen staat zelfs op een historisch dieptepunt. Sinds begin dit jaar is er al een daling zichtbaar. Terwijl het donateursvertrouwen vorig kwartaal leek te stabiliseren, heeft de daling sinds de vorige meting toch doorgezet. Het economisch roerige klimaat heeft dus wel degelijk invloed op het donateursvertrouwen. De daling van het donateursvertrouwen wordt vooral sterk beïnvloed door de daling in het *geefklimaat*. Ook in de *geefbereidheid* is een daling te zien, maar minder sterk dan het geefklimaat: mensen zijn dus wederom pessimistischer over het geefgedrag van de Nederlandse bevolking dan over hun eigen geefgedrag.



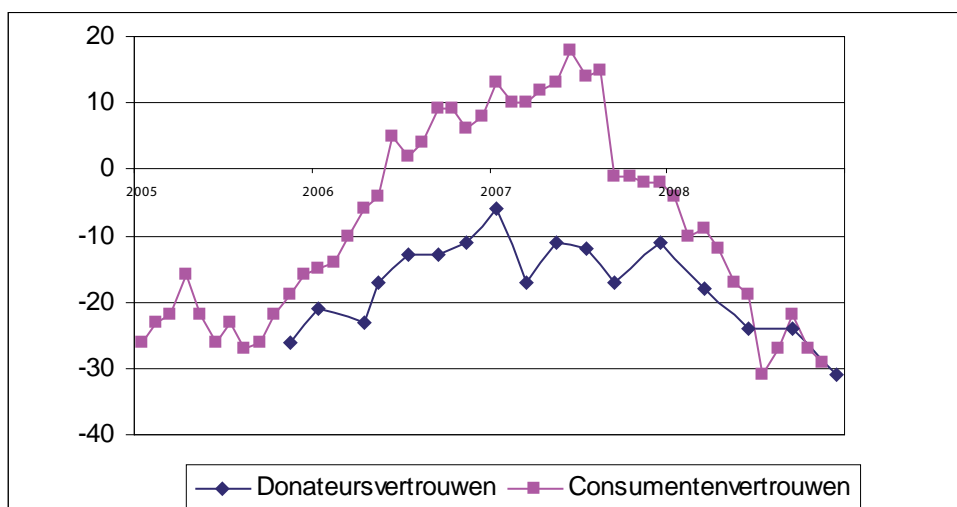
	Nov. '05	Nov. '06	Juli '07	Sept. '07	Dec. '07	Mrt. '08	Jun. '08	Sept. '08	Dec. '08
Index van het donateursvertrouwen	-26	-11	-12	-17	-11	-18	-24	-24	-31
Geefklimaat	-40	-16	-8	-22	-12	-23	-36	-37	-51
Geefklimaat afgelopen jaar	-31	-19	-6	-16	-8	-19	-29	-30	-33
Geefklimaat komend jaar	-48	-13	-9	-28	-15	-27	-42	-44	-69
Geefbereidheid	-8	-2	-7	-8	-5	-8	-9	-9	-13
Geefbereidheid afgelopen jaar	-1	3	-2	-5	0	-2	-3	-3	-4
Geefbereidheid komend jaar	-14	-8	-12	-12	-9	-14	-15	-15	-21
Imagofluctuatie van goede doelen	-36	-18	-29	-25	-25	-29	-32	-28	-28

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. Er is iets veranderd in de verhouding tussen het donateursvertrouwen en consumentenvertrouwen in de afgelopen maanden. Er is weliswaar een sterke daling te zien in het donateursvertrouwen, maar het consumentenvertrouwen is nog sterker gedaald. Dit kwartaal is het consumentenvertrouwen zelfs voor het eerst in de geschiedenis op het zelfde (lage) punt gekomen als het donateursvertrouwen.

Het consumentenvertrouwen is van september t/m november gedaald met 7 punten naar -29.¹

Het donateursvertrouwen is van september t/m december gedaald met 7 punten tot -31.



¹ Het consumentenvertrouwen van december is nog niet bekend. Daarom is het consumentenvertrouwen t/m november vermeld.



Donateursvertrouwen nader uitgewerkt

De vijf vragen over onderdelen van het donateursvertrouwen voor december 2008 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	Juli '07	Sept '07	Dec '07	Mrt '08	Juni '08	Sept '08	Dec '08
Meer	22%	22%	26%	19%	25%	17%	14%	16%	13%
Hetzelfde	17%	22%	28%	30%	26%	29%	27%	23%	28%
Minder	53%	41%	32%	35%	32%	36%	43%	46%	46%
Weet ik niet	8%	15%	14%	17%	18%	17%	17%	16%	13%

Het aantal respondenten dat denkt dat de bevolking *minder* is gaan geven, is stabiel gebleven. Het percentage respondenten is hiermee redelijk hoog vergeleken met voorgaande metingen. Bijna de helft (46 procent) van de respondenten denkt dat er minder is gegeven de afgelopen twaalf maanden.

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	Juli '07	Sept '07	Dec '07	Mrt '08	Juni '08	Sept '08	Dec '08
Meer	7%	16%	19%	11%	16%	10%	7%	8%	2%
Hetzelfde	26%	38%	38%	32%	33%	33%	29%	25%	17%
Minder	55%	29%	28%	39%	31%	38%	49%	52%	70%
Weet ik niet	12%	17%	15%	18%	19%	19%	16%	16%	11%

De respondenten blijven pessimistisch over het geefgedrag van de Nederlandse bevolking in de komende twaalf maanden. Steeds meer mensen denken dat de Nederlandse bevolking minder zal gaan geven. Dit percentage blijft stijgen en is met deze meting gekomen op bijna drie kwart van de respondenten (70 procent).

Vraag één en twee vormen samen de index voor het *geefklimaat*. Deze is gedaald naar -51. De index daalt al sinds december 2007 en is hiermee op een nieuw dieptepunt gekomen.



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	Sept '07	Dec '07	Mrt '08	juni '08	Sept '08	Dec '08
Meer	20%	23%	14%	16%	15%	16%	13%	15%
Hetzelfde	49%	52%	62%	62%	62%	60%	65%	62%
Minder	21%	20%	18%	16%	17%	19%	16%	19%
Weet ik niet	10%	6%	6%	6%	6%	6%	7%	5%

Bijna tweederde van de respondenten zegt in het afgelopen jaar hetzelfde aan goede doelen te hebben gegeven als in het jaar ervoor. Met uitzondering van de vorige meting waarbij het percentage iets hoger lag, geeft dit inmiddels een vertrouwd beeld. 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 mensen dat zegt minder te zijn gaan geven al sinds januari 2007 ongeveer gelijk.

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

Antwoordmogelijkheid	Nov '05	Nov '06	Sept '07	Dec '07	Mrt '08	Juni '08	Sept '08	Dec '08
Meer	3%	6%	4%	5%	3%	3%	3%	4%
Hetzelfde	62%	67%	70%	69%	68%	67%	69%	63%
Minder	17%	14%	16%	14%	17%	18%	18%	24%
Weet ik niet	18%	14%	11%	12%	12%	11%	10%	10%

Terwijl de respons op deze vraag altijd een stabiel beeld over tijd gaf, is er nu een verschuiving opgetreden. Bijna een kwart van de respondenten (24 procent) denkt minder te gaan geven aan goede doelen. Dit percentage ligt dus 6 procent hoger dan bij de voorgaande metingen, waar het percentage tussen de 14 en de 18 procent schommelde.

Vraag drie en vier vormen samen de index voor de *geefbereidheid*. De index van maart is -13. Dit is 4 procent lager dan de voorgaande meting. Ook de geefbereidheid is hiermee op een dieptepunt gekomen. Ook al is de daling in de geefbereidheid minder sterk dan in het geefklimaat.



Imagofluctuatie

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

Antwoordmogelijkheid	Nov '05	Nov '06	Mei '07	Sept '07	Dec '07	Mrt '08	Juni '08	Sept '08	Dec '08
Positiever	3%	7%	6%	5%	5%	4%	3%	4%	4%
Gelijk gebleven	56%	66%	65%	65%	62%	61%	60%	63%	62%
Negatiever	39%	25%	28%	29%	30%	33%	35%	32%	32%
Weet ik niet	2%	2%	1%	2%	3%	2%	2%	2%	1%

Krap tweederde van de respondenten (62 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.

Sinds de eerste meting van Het Nederlandse Donateurspanel fluctueert de index voor het imago van goede doelen tussen de -18 en de -32 procent. De manier waarop de respondenten goede doelen waarderen in december is gelijk gebleven met het vorige kwartaal. De imagofluctuatie is -28. De pessimistische kijk van mensen op het *geefklimaat* en de *geefbereidheid*, heeft blijkbaar geen effect op de manier waarop mensen de goede doelen waarderen.

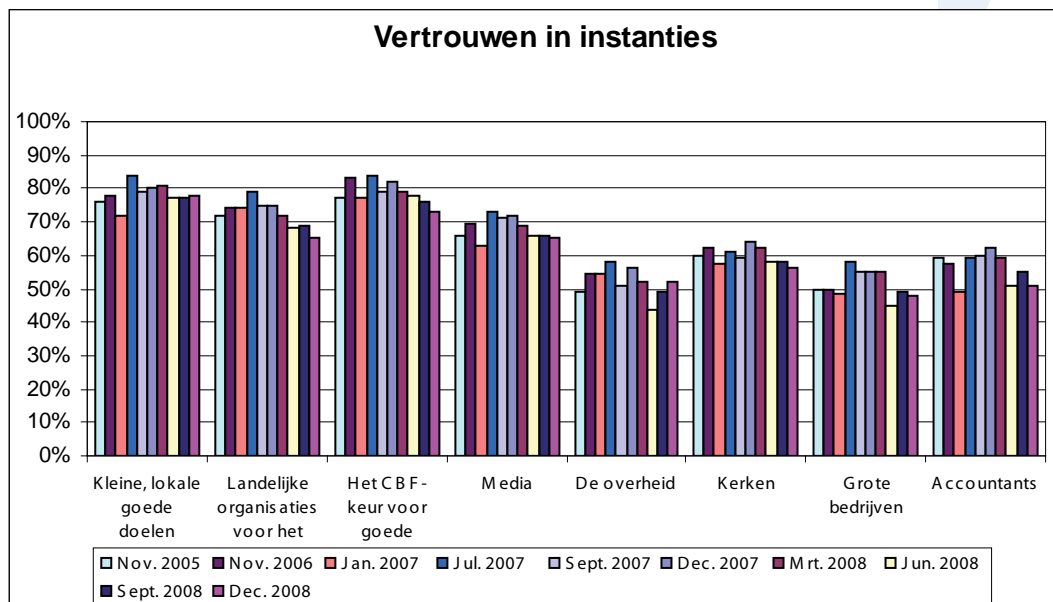
Als we nu kijken naar de vijf variabelen uit de index, kan geconcludeerd worden dat de vragen over het geefklimaat (vraag één en twee) het meest variabel zijn in de loop van de tijd. Dit impliceert dat de respondenten wisselend denken over het geefgedrag van de Nederlandse bevolking.



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 op de eerste plaats het vertrouwen in kleine, lokale goede doelen, op de tweede plaats het vertrouwen in het CBF-Keur voor goede doelen en op de derde plaats het vertrouwen in landelijke organisaties voor het goede doel. Terwijl het vertrouwen in het CBF-keurmerk en landelijke organisaties blijft dalen, is het vertrouwen in kleine, lokale goede doelen redelijk stabiel gebleven.

Het vertrouwen in de overheid is gestegen en de overheid is hiermee van de laatste plaats af. Het minste vertrouwen is er nu in de grote bedrijven en in accountants. Bij beiden is een lichte daling te zien sinds het vorige kwartaal.

Ontwikkeling sinds vorige metingen

Sinds begin dit jaar is er een dalende tendens waarneembaar in het vertrouwen in instanties. Na een opleving in het vertrouwen vorig kwartaal bij bijna alle instanties, is het vertrouwen nu in de meeste instanties vergeleken met vorig kwartaal weer gedaald. Alleen is het vertrouwen in de overheid en kleine lokale goede doelen licht gestegen.



Financiële crisis en Goede Doelenorganisaties

Maakt u zich zorgen over de financiële crisis?

Antwoordmogelijkheden	
Ja, ernstig zorgen	14%
Ik maak me een beetje zorgen	59%
Ik maak me geen zorgen	26%
Ik weet het niet	1%

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

Antwoordmogelijkheden	
Ik maak me zorgen over de effecten van de crisis voor arme mensen in Nederland	72%
Ik ben bang dat de crisis leidt tot grote werkloosheid	62%
Ik maak mij zorgen over grote maatschappelijke onrust	53%
Ik maak me zorgen over de effecten van de crisis voor arme mensen in ontwikkelingslanden	52%
We moeten er gewoon niet zoveel over praten, dat schaadt het vertrouwen van de consumenten	50%
Ik ben bang dat de crisis hoge inflatie veroorzaakt	46%
Ik maak mij zorgen over de gevolgen voor mijn eigen inkomen	36%
Onze regering neemt goede maatregelen, dus het zal wel meevallen met de effecten hier	22%
Ik verwacht dat de crisis met een paar maanden weer over is	19%

Bijna drie kwart van de respondenten maakt zich (een beetje tot ernstige) zorgen over de financiële crisis. De respondenten maken zich vooral zorgen over de gevolgen die de financiële crisis heeft op anderen in de samenleving. Zo maakt bijna drie kwart van de mensen zich ongerust over de effecten van de crisis voor arme mensen in Nederland, is 62 procent van de respondenten bang dat de crisis leidt tot grote werkloosheid en ruim de helft van de respondenten vreest maatschappelijke onrust. De gevolgen voor hun eigen inkomen schatten de respondenten minder somber in (36 procent maakt zich hierover zorgen).



Kunt u aangeven welke van onderstaande stellingen van toepassing zijn op uw huidige situatie?

Antwoordmogelijkheden	
Ik stel grote uitgaven nog even uit	40%
De crisis heeft geen effect op mijn persoonlijke situatie	40%
Mijn beleggingen zijn in waarde gedaald	23%
Mijn beschikbare inkomen is kleiner geworden in de afgelopen 3 maanden	21%
Het kost mij meer moeite om werk te vinden	4%
Mijn baan staat op de tocht	3%
Ik ben mijn baan kwijt	2%
Mijn partner is ontslagen	1%

Wat zijn uw verwachtingen voor het komende jaar?

Antwoordmogelijkheden	
Mijn beschikbare inkomen zal kleiner worden	41%
Ik zal grote uitgaven uitstellen	39%
Ik denk dat de crisis het komende jaar geen effect zal hebben op mijn persoonlijke situatie	31%
Mijn beleggingen zullen in waarde dalen	17%
Het zal mij meer moeite kosten om werk te vinden	6%
Ik kan mijn baan wel eens kwijt raken	5%
Ik vrees dat mijn partner ontslagen zal worden	2%

Voor 40 procent van de respondenten heeft de crisis nog geen effect op hun persoonlijke situatie. Wel geeft men aan nu (40 procent) en in het komende jaar (39 procent) grote uitgaven even uit te stellen. Ook verwacht men (41 procent) dat zijn/haar inkomen kleiner zal worden.

Denkt u eens terug aan de laatste keer dat u bezuinigd hebt op uw uitgaven. Wanneer was dat?

Antwoordmogelijkheden	
Langer dan een jaar geleden	35%
In het afgelopen jaar	28%
Dat is mij nog nooit gebeurd	21%
In de afgelopen weken	9%
In de afgelopen maand	7%



Waar bent u toen minder geld aan gaan uitgeven?

Deze vraag is alleen gesteld aan de respondenten die aangaven te hebben bezuinigd in de afgelopen tijd.

Antwoordmogelijkheden	
Minder uitstapjes buitenshuis, zoals uit eten of uitgaan	65%
Bij het doen van grote uitgaven, zoals huishoudelijke apparatuur, auto etc.	50%
Op vakanties en reizen	51%
Op mijn dagelijkse boodschappen	40%
Ik ben minder gaan sparen	38%
Op cadeaus met Sinterklaas/Kerst	29%
Ik ben minder gaan geven aan goede doelen	24%
Op de kleine extraatjes, zoals iets lekkers bij de koffie/thee	23%
Het opknappen en onderhoud van mijn woning	20%
Ik ben gestopt met geven aan goede doelen	12%

Mensen die bezuinigd hebben in de afgelopen tijd, hebben vooral bezuinigd op uitstapjes buitenshuis, vakanties en reizen en het doen van grote uitgaven zoals huishoudelijke apparatuur, auto etc. Ze hebben niet in eerste instantie bezuinigd op giften aan goede doelen. Ongeveer een kwart zegt dit te hebben gedaan en slechts 12 procent zegt helemaal gestopt te zijn met het geven aan goede doelen.

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

Antwoordmogelijkheden	
Minder uitstapjes buitenshuis, zoals uit eten of uitgaan	66%
Op vakanties en reizen	59%
Bij het doen van grote uitgaven, zoals huishoudelijke apparatuur, auto etc.	54%
Ik ga minder sparen	40%
Op cadeaus met Sinterklaas/Kerst	37%
Op mijn dagelijkse boodschappen	34%
Ik ga minder geven aan goede doelen	31%
Op de kleine extraatjes, zoals iets lekkers bij de koffie/thee	24%
Het opknappen en onderhoud van mijn woning	24%
Ik stop met geven aan goede doelen	22%



De respondenten verwachten ook niet in de eerste plaats te gaan bezuinigen op goede doelen als de financiële crisis hen persoonlijk raakt. 31 procent van de respondenten denkt minder te gaan geven aan goede doelen en slechts ongeveer een kwart van de respondenten verwacht helemaal te stoppen met geven aan goede doelen. In eerste instantie zouden mensen bezuinigen op uitstapjes buitenshuis, vakanties en reizen en het doen van grote uitgaven zoals huishoudelijke apparatuur, auto etc.

Denkt u eens terug aan de goede doelen waar u in de loop van de tijd minder geld aan bent gaan geven, of die u wellicht helemaal niet meer steunt

Deze vraag is alleen gesteld aan respondenten die minder zijn gaan geven aan goede doelen of helemaal gestopt zijn met het geven aan goede doelen

Antwoordmogelijkheden	
Ik moest bezuinigen op mijn uitgaven	69%
Ik kreeg te veel verzoeken om giften	65%
Ik vond de salarissen van medewerkers te hoog	57%
Ik had minder vertrouwen in de organisatie	40%
De organisatie was negatief in het nieuws	35%
Ik vond dat de organisatie het geld verkeerd besteedde	35%
Ik voelde me niet meer betrokken	20%
Ik ben het doel minder belangrijk gaan vinden	11%
Ik voelde me niet goed behandeld door de organisatie	9%
Ik kreeg te weinig informatie van de organisatie	9%
Steeds minder mensen in mijn omgeving steunden de organisatie	5%
Ik was verhuisd	2%
Ik werd niet meer gevraagd	0%

Veel respondenten (69 procent) zijn gestopt met het geven aan goede doelen omdat hun financiële situatie het niet toeliet. Het herhaaldelijk vragen om giften wekt duidelijk irritatie bij donateurs. Bijna tweederde van de respondenten die minder aan goede doelen is gaan geven, deed dit omdat ze te veel giftverzoeken kregen. Ook het *vermoeden* dat medewerkers een te hoog salaris ontvangen, wordt belangrijk geacht bij de keuze om minder te geven aan goede doelen.



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

Antwoordmogelijkheden

De strijd tegen ernstige ziektes zoals bijv. als kanker, Alzheimer, reuma of AIDS moet onverminderd doorgaan, crisis of niet	55%
Als iedereen een stapje terug moet doen, zullen ook goede doelen hun werk met minder geld moeten doen	48%
Ook als ik zelf financieel een stapje terug moet doen, zal ik goede doelen die ik belangrijk vind blijven steunen	39%
Als de crisis mij echt persoonlijk raakt, zal ik stoppen met geven aan goede doelen	29%
Ik blijf gewoon hetzelfde geven, crisis of niet. Het werk van goede doelen moet verder gaan	21%
Als ik het financieel minder heb, zijn goede doelen het eerste waar ik op bezuinig	19%
Het werk van goede doelen is in een tijd van economische crisis extra belangrijk	18%
Goede doelen moeten in tijden van economische crisis juist meer geld krijgen om arme mensen te helpen	13%
Crisis of geen crisis, ik geef toch nooit iets aan goede doelen	10%

Zoals hierboven aangegeven zijn goede doelen niet de het eerste waar men op bezuinigt. Men vindt het echter wel logisch dat ook goede doelen de gevolgen zullen voelen van de financiële crisis. De helft van de respondenten vindt dat als iedereen een stapje terug moet doen, dat ook geldt voor goede doelen. Men vindt wel dat de strijd tegen ernstige ziektes door moet gaan (55 procent) en bijna 40 procent geeft aan goede doelen te blijven steunen als zij zelf een stapje terug moeten doen.

Als u door de crisis toch gedwongen zou worden uw giften aan goede doelen te beperken, welk goede doel zult u zolang u kunt blijven steunen?

De respondenten zullen met name organisaties op gebied van gezondheid blijven steunen. Kankerbestrijding is het meest genoemd (spontaan), gevolgd door hart- en vaatziekten. Voor de rest zijn aids, alzheimer, diabetes, reuma en nierziekten veel genoemd. Andere thema's die veel genoemd worden, zijn (in willekeurige volgorde):

- Doelen die zich inzetten voor kinderen
- Doelen op gebied van dieren, natuur en milieu
- Kerkelijke organisaties



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

