

Het Nederlandse donateurspanel

Onderzoeksrapportage
September 2008



Het Nederlandse Donateurspanel



PERSBERICHT

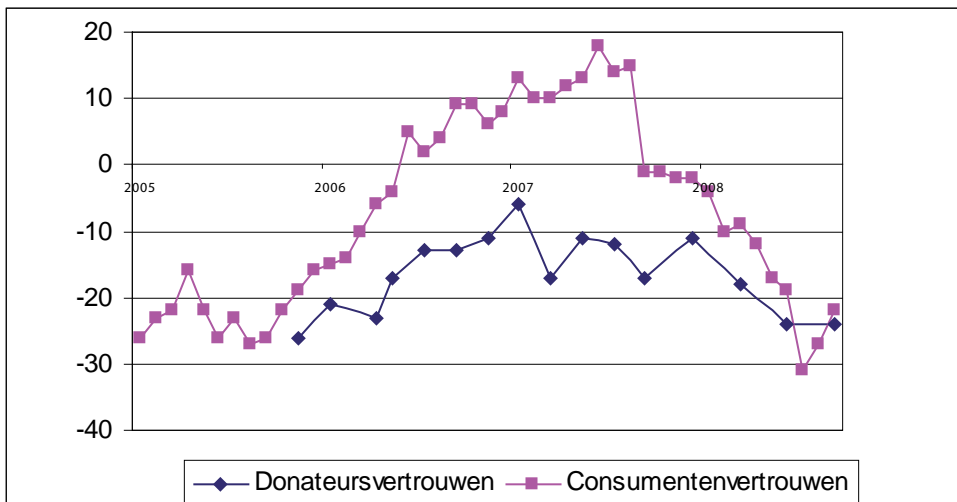
Woerden, oktober 2008

Donateursvertrouwen onveranderd in economisch roerig kwartaal

Het donateursvertrouwen is in het derde kwartaal onveranderd gebleven ten opzichte van het tweede kwartaal. Van december 2007 daalde het donateursvertrouwen tot een dieptepunt in juni 2008. Het consumentenvertrouwen maakte juist flinke sprongen. Het Nederlandse Donateurspanel dat onder andere de index voor het donateursvertrouwen meet is een initiatief van WWAV, WDM Nederland en NetQuestionnaires.

In juli is voor het eerst is het consumentenvertrouwen onder het donateursvertrouwen gezakt. Het consumenten vertrouwen krabbelt inmiddels weer langzaam omhoog en is in september weer boven het donateursvertrouwen uitgekomen. De trend dat het donateursvertrouwen het consumentenvertrouwen op afstand volgt lijkt hiermee echter doorbroken. Uit komende metingen moet blijken of dit doorzet.

Het vertrouwen in maatschappelijke instanties zoals de overheid, kerken, media en accountant daalde of bleef gelijk vanaf december 2007. Dit kwartaal is ook daar voor het eerst weer een lichte stijging te zien. Standaard meet het Nederlandse Donateurspanel ook hoe men het werk en de communicatie van goede doelenorganisaties waardeert. Beide rapportcijfers zijn na een lange periode van daling weer iets gestegen.



Waardering communicatie over bestedingen van Goede Doelenorganisaties

Terwijl er de laatste jaren meer dan ooit te lezen is over resultaten en activiteiten van goede doelenorganisaties, is minder dan de helft (40 procent) van de mensen dit opgevallen. Daarnaast is twee derde van de respondenten de laatste jaren noch positiever, noch negatiever gaan denken over goede doelen. Ruim een kwart zegt negatiever te zijn gaan denken over de wijze waarop goede doelen hen informeren over bestedingen. Dit kan erop duiden dat de aandacht die uitgaat naar transparantie van goede doelenorganisaties bij een groot deel van de donateurs geen invloed heeft op hun vertrouwen en waardering voor goede doelen.

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 16e meting zijn gebaseerd op de online reacties van 1923 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. 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.



Voor u ligt de rapportage van de zestiende 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 en de Vrije Universiteit Amsterdam denkt mee over de vraagstelling binnen het onderzoek. Het veldwerk is uitgevoerd door NetQuestionnaires en WDM Nederland van 2 tot en met 9 september 2008. Bij de sluiting van het onderzoek hadden 1923 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 in september 2008 is in tegenstelling tot de vorige metingen weer gestabiliseerd. Waarbij er van december t/m juni constant een daling te zien was, is de index sinds de vorige meting in juni gelijk gebleven. De stabiele lijn in het donateursvertrouwen heeft te maken met de verhouding tussen het geefklimaat, de geefbereidheid en de imagofluctuatie. De geefbereidheid is precies gelijk gebleven. Er is echter een lichte daling te zien in het geefklimaat. Deze daling wordt weer gecompenseerd met de imagofluctuatie, waarbij een lichte stijging te zien is met de vorige meting. Het donateursvertrouwen blijft hiermee gehandhaafd op het lage niveau vergeleken met de metingen voor juni 2008.



	Nov. '05	Nov. '06	Juli '07	Sept. '07	Dec. '07	Mrt. '08	Jun. '08	Sept. '08
Index van het donateursvertrouwen	-26	-11	-12	-17	-11	-18	-24	-24
Geefklimaat	-40	-16	-8	-22	-12	-23	-36	-37
Geefklimaat afgelopen jaar	-31	-19	-6	-16	-8	-19	-29	-30
Geefklimaat komend jaar	-48	-13	-9	-28	-15	-27	-42	-44
Geefbereidheid	-8	-2	-7	-8	-5	-8	-9	-9
Geefbereidheid afgelopen jaar	-1	3	-2	-5	0	-2	-3	-3
Geefbereidheid komend jaar	-14	-8	-12	-12	-9	-14	-15	-15
Imagofluctuatie van goede doelen	-36	-18	-29	-25	-25	-29	-32	-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. Deze zijn sinds de tweede helft van 2007 dicht bij elkaar gekomen, waarbij het consumentenvertrouwen boven het donateursvertrouwen is blijven lopen. In juli is voor het eerst is het consumentenvertrouwen onder het donateursvertrouwen gekomen. De eerdere constatering dat het donateursvertrouwen het consumentenvertrouwen op afstand volgt lijkt hiermee doorbroken. Uit komende metingen moet echter blijken of dit doorzet.

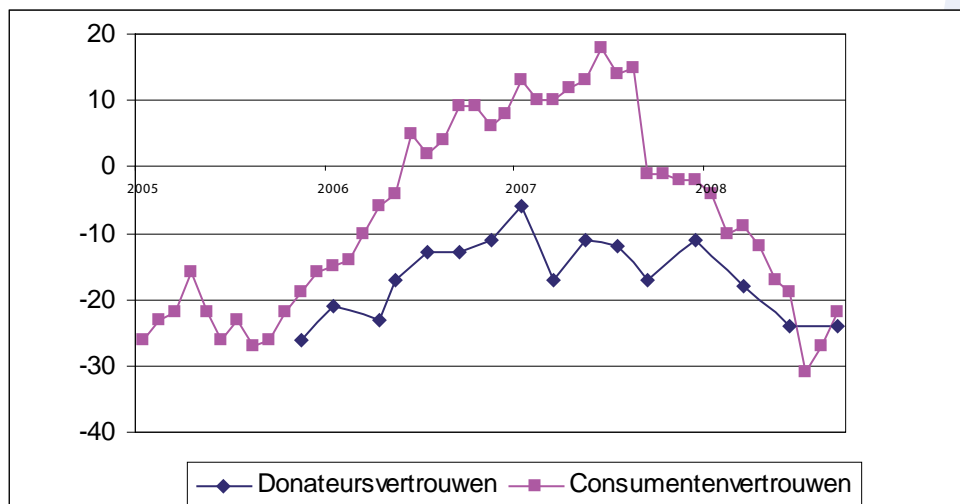
Volgens het Conjunctuurbericht van CBS op 29 juli 2008 komt de daling in het consumentenvertrouwen in eerste instantie doordat er een daling in het vertrouwen in de economie waarneembaar is. Deze deelindicator van het consumentenvertrouwen zakte van -38 in juni naar -56 in juli. ¹ Volgens het Conjunctuurbericht van CBS op 25 september heeft de consument in september wat vertrouwen in de economie teruggekregen. Van juli tot en met september verbeterde de stemming onder consumenten weer. Vooral over het economisch klimaat in Nederland zijn ze minder negatief. ²

¹ Bron: (CONJUNCTUURBERICHT CBS, DINSDAG 29 JULI 2008 9:30)

² Bron: (CONJUNCTUURBERICHT CBS, DONDERDAG 25 SEPTEMBER 2008 9:30)



In juli is het consumentenvertrouwen gekelderd met 12 punten naar -31. Het consumentenvertrouwen krabbelt inmiddels langzaam omhoog en staat nu op -22 en is hiermee weer net boven het donateursvertrouwen gekomen.



Donateursvertrouwen nader uitgewerkt

De vijf vragen over onderdelen van het donateursvertrouwen voor juni 2008 staan hieronder verder uitgewerkt.

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
Meer	22%	22%	26%	19%	25%	17%	14%	16%
Hetzelfde	17%	22%	28%	30%	26%	29%	27%	23%
Minder	53%	41%	32%	35%	32%	36%	43%	46%
Weet ik niet	8%	15%	14%	17%	18%	17%	17%	16%

Steeds meer respondenten denken dat de Nederlandse bevolking minder is gaan geven aan goede doelen in de afgelopen twaalf maanden. Deze ontwikkeling is in het geefklimaat al te zien vanaf eind vorig jaar. Sinds de vorige meting is de stijging drie procent. Momenteel denkt bijna de helft (46 procent) van de respondenten dat er minder wordt gegeven.



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
Meer	7%	16%	19%	11%	16%	10%	7%	8%
Hetzelfde	26%	38%	38%	32%	33%	33%	29%	25%
Minder	55%	29%	28%	39%	31%	38%	49%	52%
Weet ik niet	12%	17%	15%	18%	19%	19%	16%	16%

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 ruim de helft van de respondenten (52 procent).

Vraag één en twee vormen samen de index voor het geefklimaat. Deze is gedaald naar -37. De index daalt al sinds december 2007 en is sinds april 2006 niet zo laag geweest.

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
Meer	20%	23%	14%	16%	15%	16%	13%
Hetzelfde	49%	52%	62%	62%	62%	60%	65%
Minder	21%	20%	18%	16%	17%	19%	16%
Weet ik niet	10%	6%	6%	6%	6%	6%	7%

Het percentage mensen dat zegt hetzelfde te hebben gegeven is vijf procent gestegen en komt hiermee op 65 procent. Dit percentage ligt hoger dan de vorige metingen waarbij het percentage sinds begin 2007 rond de 60 procent schommelt.

De percentages van de mensen die zeggen minder te zijn gaan geven en die zeggen meer te zijn gaan geven zijn al sinds januari 2007 ongeveer gelijk. Dit geeft inmiddels een vertrouwd beeld.



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
Meer	3%	6%	4%	5%	3%	3%	3%
Hetzelfde	62%	67%	70%	69%	68%	67%	69%
Minder	17%	14%	16%	14%	17%	18%	18%
Weet ik niet	18%	14%	11%	12%	12%	11%	10%

Ruim tweederde van de respondenten verwacht ook in het komende jaar evenveel aan goede doelen te blijven geven. Het percentage respondenten dat meer of minder zal geven is gelijk gebleven. De respons op deze vraag toont een stabiel beeld over de tijd.

Vraag drie en vier vormen samen de index voor de geefbereidheid. De index van maart is -9. Dit is precies gelijk aan de vorige meting.

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
Positiever	3%	7%	6%	5%	5%	4%	3%	4%
Gelijk gebleven	56%	66%	65%	65%	62%	61%	60%	63%
Negatiever	39%	25%	28%	29%	30%	33%	35%	32%
Weet ik niet	2%	2%	1%	2%	3%	2%	2%	2%

Krap tweederde van de respondenten (63 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. Nu denkt men weer wat positiever over goeden doelen ten opzichte van het vorige kwartaal. De imagofluctuatie is namelijk weer gestegen vanaf het dieptepunt met vier procent naar -28.

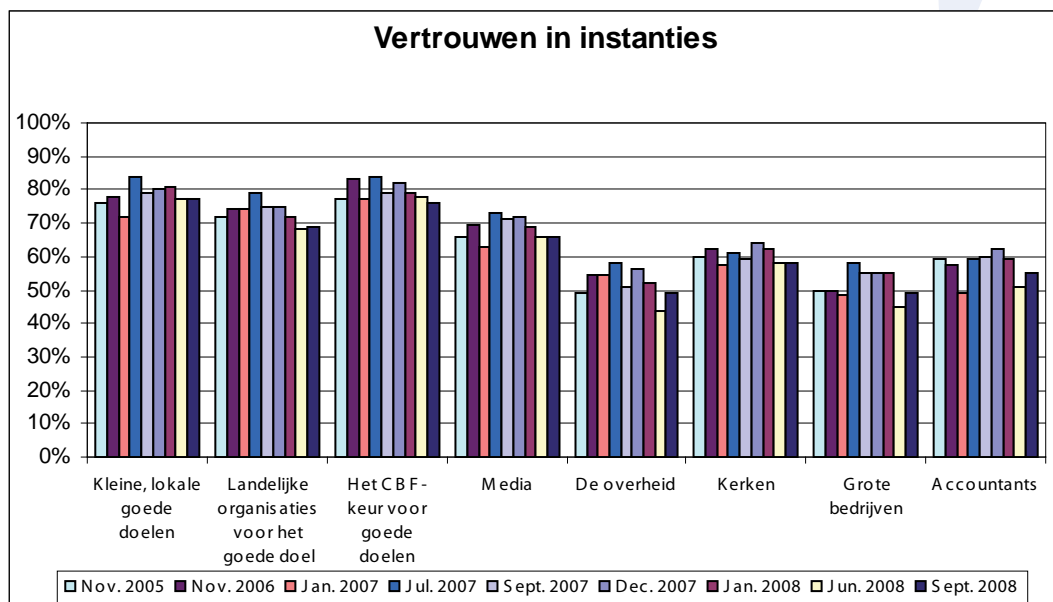
Als we nu kijken naar de vijf variabelen uit de index, kan geconcludeerd worden dat de vragen over het geefklimaat (vraag één en twee) het meest variabel zijn in de loop van de tijd. Dit impliceert dat de respondenten wisselend denken over het geefgedrag van de Nederlandse bevolking. De respondenten zijn steeds pessimistischer over het geefgedrag van de Nederlandse bevolking, terwijl ze hun eigen geefgedrag als vrij stabiel en onveranderlijk beschrijven.



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. Terwijl het vertrouwen in het CBF-keurmerk wel blijft dalen, is er sinds tijden een lichte stijging te zien in het vertrouwen van landelijke organisaties voor het goede doel. Het vertrouwen in kleine, lokale organisaties blijft stabiel.

Het minste vertrouwen is er in de grote bedrijven en in de overheid. Voor het eerst sinds tijden is het vertrouwen in beide instanties, de overheid (vijf procent) en bedrijven (vier procent) gestegen.

Ontwikkeling sinds vorige metingen.

Na een dip in het vertrouwen in instanties vorig kwartaal, lijken mensen weer meer vertrouwen te krijgen. Het vertrouwen in bijna alle instanties (op het CBF keurmerk na) is namelijk gestegen of gelijk gebleven.



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)	Mei '06	Nov '06	Sept '07	Dec '07	Mrt '08	Juni '08	Sept '08
Voldoende	87%	83%	80%	82%	79%	70%	77%
Onvoldoende	13%	17%	20%	18%	21%	30%	23%
Gemiddelde	6,6	6,5	6,3	6,3	6,2	6,0	6,2

Over het geheel genomen zijn de percentages voldoende en onvoldoende die mensen geven voor de manier waarop goede doelen hun werk doen altijd vrij constant. In het tweede kwartaal van 2008 was er echter een fikse daling te zien bij de respondenten die een voldoende gaven. Nu geeft 77 procent weer een voldoende. Mensen zijn positiever over de manier waarop goede doelen hun werk doen.

Het gemiddelde rapportcijfer dat respondenten in deze meting geven, is sinds vorig kwartaal licht gestegen naar 6,2.

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)	Mrt '06	Nov '06	Mei '07	Sept '07	Dec '07	Mrt '08	Juni '08	Sept '08
Voldoende	67%	49%	62%	55%	57%	52%	40%	48%
Onvoldoende	33%	51%	38%	45%	43%	48%	60%	52%
Gemiddelde	5,7	5,4	5,7	5,4	5,5	5,4	4,9	5,2

Het percentage respondenten dat goede doelen een onvoldoende geeft voor de wijze waarop zij het publiek informeren is sinds de vorige meting gestegen met acht procent naar 48 procent. Hiermee geeft alsnog minder dan de helft van de respondenten goede doelen hiervoor een voldoende.

Het gemiddelde rapportcijfer is ook gestegen sinds de vorige meting naar een 5,2. Een positief gegeven is dat er sinds het dieptepunt in het tweede kwartaal wel weer een stijgende lijn te zien is in het vertrouwen van de manier van informeren van goede doelen.

Uit bovenstaande vragen blijkt 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 is bij alle metingen al zo geweest en toont een stabiel beeld over de tijd.



De mensen die een onvoldoende geven over de wijze waarop zij geïnformeerd worden door goede doelen, hebben we de volgende vraag gesteld:

U heeft een onvoldoende gegeven voor de wijze waarop goede doelen u informeren over hoe gedoneerd geld wordt besteed. Wat is hiervoor de belangrijkste reden?

Antwoordmogelijkheden	
Ik heb sowieso weinig vertrouwen in goede doelenorganisaties	24%
Ik ontvang nooit informatie over de wijze waarop goede doelen gedoneerd geld besteden	21%
Ik zie weinig in de media over wat ze doen	21%
De informatie die goede doelenorganisaties verschaffen vind ik niet duidelijk genoeg	19%
Omdat zij mij hier niet vaak genoeg over op de hoogte houden	9%
Omdat er teveel informatie aangeboden wordt en ik door de bomen het bos niet meer zie	7%

De grootste groep mensen, namelijk 42 procent, geeft een onvoldoende, omdat zij vinden dat de informatie hen niet voldoende bereikt. Bijna een kwart van de respondenten geeft een onvoldoende omdat zij sowieso weinig vertrouwen in goede doelenorganisaties hebben. Dit is ongeveer 13 procent van het totaal aantal respondenten. Bij deze mensen heeft de onvrede dus niet zozeer te maken met de manier waarop zij geïnformeerd worden.

Waardering wijze van informeren over bestedingen van goede doelenorganisaties

Onderstaande vragen zijn gesteld om inzicht te krijgen in de waardering van de respondenten voor de wijze waarop goede doelenorganisaties hen over de bestedingen informeren.

Hoe vaak wordt u geïnformeerd over de bestedingen van een goede doelenorganisatie waar u donateur van bent?

Antwoordmogelijkheden	Huidig
Vaker dan één keer per week	2%
Eens per maand	7%
Een keer in de 2 maanden	4%
Eens per kwartaal	16%
Eens per half jaar	9%
Eens per jaar	17%
Minder dan een keer per jaar	12%
Niet, berichten in de media voldoen	11%
Weet ik niet	23%



De perceptie van de mensen over hoe vaak ze geïnformeerd worden over de bestedingen van goede doelen waar zij donateur van zijn is redelijk gespreid.

Bijna een kwart van de mensen weet helemaal niet hoe vaak zij op dit moment geïnformeerd worden. 29 procent van de respondenten zegt meer dan eens per half jaar geïnformeerd te worden. Bijna de helft zegt minder dan eens per kwartaal, of helemaal niet geïnformeerd te worden. Wij hebben bovenstaande vraag in verband gebracht met de vraag: "Welk rapportcijfer zou u goede doelen geven voor de wijze waarop zij het publiek informeren over hoe gedoneerd geld wordt besteed? Hieruit blijkt dat mensen die zeggen vaker geïnformeerd te worden over bestedingen van goede doelen, positiever zijn over de wijze waarop goede doelen hen informeren.

Hoe vaak wilt u geïnformeerd worden over de bestedingen van een goede doelenorganisatie waar u donateur van bent?

Antwoordmogelijkheden	Gewenst
Vaker dan één keer per week	1%
Eens per maand	10%
Een keer in de 2 maanden	4%
Eens per kwartaal	23%
Eens per half jaar	16%
Eens per jaar	18%
Minder dan een keer per jaar	2%
Niet, berichten in de media voldoen	12%
Weet ik niet	15%

Ook de meningen over hoe vaak donateurs geïnformeerd willen worden zijn redelijk divers.

15 procent van de mensen weet niet hoe vaak zij geïnformeerd willen worden. 38 procent van de respondenten zegt eens per kwartaal of vaker geïnformeerd te willen worden.

De perceptie van de respondenten hoe vaak ze geïnformeerd worden en hoe vaak ze geïnformeerd willen worden hebben we met elkaar in verband gebracht. De samenhang is in de meeste gevallen het sterkst tussen hoe vaak men zegt geïnformeerd te worden en hoe vaak men geïnformeerd wil worden. Het merendeel wil evenveel of vaker geïnformeerd worden.

De Code Wijffels is een code voor goed bestuur van goede doelen, die in 2005 is gepresenteerd. Een principe waar het advies een zwaar accent op legt is openheid. Goede doelenorganisaties moeten open en transparant zijn. Zij moeten met hun leden, donateurs en hun maatschappelijke omgeving helder communiceren en rekening houden met de wensen en behoeften van belanghebbenden. De goede doelen in Nederland hebben sinds 2005 hun beleid hierop aangepast.

Bovenstaande tekst hebben we in het onderzoek opgenomen om mensen er bewust van te maken dat door goede doelenorganisaties veel aandacht aan open communicatie wordt besteed. Vervolgens is hier een aantal vragen over gesteld.

Er is de laatste jaren meer dan ooit te lezen over resultaten en activiteiten van goede doelenorganisaties. Is dat u opgevallen?

Antwoordmogelijkheden	
Ja	40%
Nee	60%

Vindt u het belangrijk dat deze informatie beschikbaar is?

Antwoordmogelijkheden	
Ja	92%
Nee	8%

Bent u sinds de laatste jaren anders gaan denken over de wijze waarop goede doelen u informeren over bestedingen?

Antwoordmogelijkheden	
Ik ben er positiever over gaan denken	8%
Mijn mening is niet veranderd	66%
Ik ben er negatiever over gaan denken	26%

Terwijl er de laatste jaren meer dan ooit te lezen is over resultaten en activiteiten van goede doelenorganisaties, is minder dan de helft (40 procent) van de mensen dit opgevallen. Daarnaast is tweederde van de respondenten sinds de laatste jaren noch positiever, noch negatiever gaan denken over goede doelen. Ruim een kwart zegt negatiever te zijn gaan denken over de wijze waarop goede doelen hen informeren over bestedingen.



Wij hebben bovenstaande vraag in verband gebracht met de vraag: “Er is de laatste jaren meer dan ooit te lezen over resultaten en activiteiten van goede doelenorganisaties. Is dat u opgevallen?” Hieruit blijkt dat het de mensen die positiever zijn gaan denken over de wijze waarop goede doelen hen informeren (85 procent), het is opgevallen dat er de laatste jaren meer dan ooit te lezen is over resultaten van goede doelenorganisaties. Het merendeel van de mensen die negatiever is gaan denken (65 procent) of waarbij hen mening niet is veranderd (64 procent) is dit niet opgevallen.

Ook hebben we gekeken of mensen die sowieso weinig vertrouwen hebben in landelijke organisaties voor het goede doel ook negatiever zijn gaan denken over het informeren over bestedingen. Het blijkt dat bijna de helft tot twee derde van de respondenten die weinig tot geen vertrouwen hebben in landelijke organisaties voor het goede doel, ook negatiever zijn gaan denken hierover.

Als een goed doel volledige openheid van zaken geeft, welke informatie interesseert u dan het meest? (Maximaal drie antwoorden geven)

Antwoordmogelijkheden	Mei'06	Sept'08
Concrete voorbeelden van wat ze bereikt hebben	66%	57%
De salarissen van de directie	23%	38%
De verhouding tussen kosten en opbrengsten van de fondsenwerving	29%	34%
Een complete opsomming van alles dat ze met donateurgelden hebben gedaan	33%	29%
Een complete opsomming van alle resultaten die ze met donateurgelden hebben bereikt	31%	24%
De kernresultaten in cijfers en feiten beknopt op één A4	27%	20%
Het jaarverslag	13%	19%
De salarissen van alle medewerkers	10%	15%
Een getuigenis van een (bekende) Nederlander die hun werk persoonlijk heeft gezien	7%	8%
De accountantsverklaring	7%	6%

Als een goed doel openheid van zaken geeft dan heeft 57 procent van de respondenten voornamelijk interesse in concrete voorbeelden over wat het goede doel heeft bereikt. 38 procent van de respondenten heeft ook interesse in de salarissen van de directie. Dit is opvallend veel hoger dan in mei 2006. De belangstelling van jaarverslagen steeg sinds mei 2006 van 13 naar 19 procent van de respondenten. Slechts 6 procent van de respondenten geeft aan dat ze geïnteresseerd zijn in een accountantsverklaring en 8 procent een getuigenis van een (bekende) Nederlander die het werk van het goede doelen persoonlijk heeft gezien. Men kon maximaal 3 antwoorden aangeven, de vermelde percentages zijn daarom niet absoluut.



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

WDM Nederland

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



