

Publieksvertrouwen in de goede doelensector

Onderzoeksrapportage
Maart 2009



Het Nederlandse Donateurspanel



PERSBERICHT

Woerden, april 2009

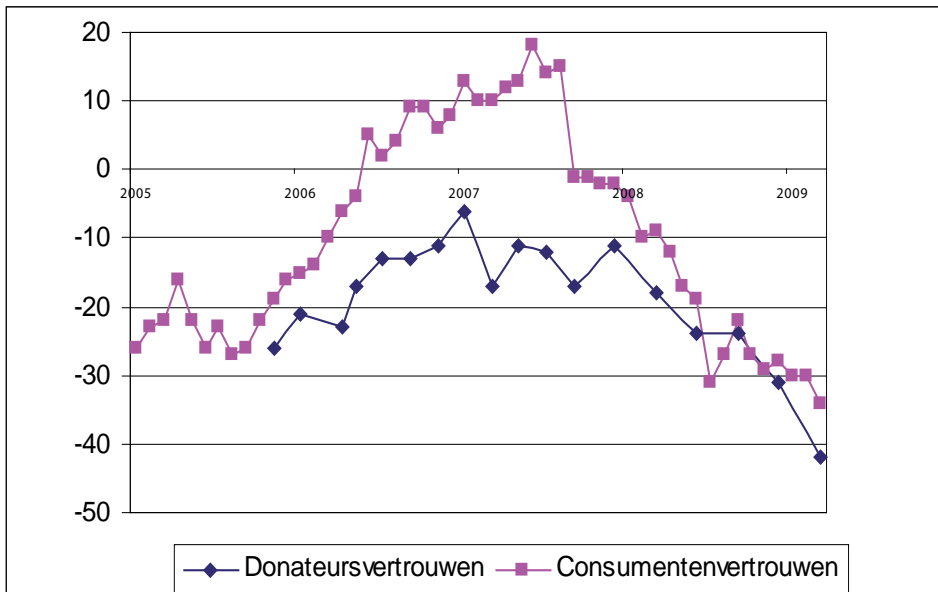
Zorg donateurs over crisis groter, maar blijven geven

Een vijfde van de Nederlanders maakt zich ernstig zorgen over de financiële crisis, dat is bijna de helft meer dan in december 2008. Net als in december maken zij zich vooral zorgen over de gevolgen die de financiële crisis heeft op *anderen* en minder over hun eigen situatie. Met name vrezende mensen toenemende werkloosheid. 40 procent van de respondenten geeft aan zich zorgen te maken over het eigen inkomen, dat is 5% meer dan in december.

Als mensen moeten gaan bezuinigen, zal dat -net als in de meting van december - vooral zijn op uitstapjes buitenshuis en grote uitgaven als huishoudelijke apparatuur en auto's. Deze laatste categorie is de enige waar een duidelijke stijging zichtbaar is. Op een aantal categorieën lijkt minder te worden bezuinigd, met name vakanties/reizen (hoewel nog steeds veel genoemd met 49%) en dagelijkse boodschappen (nu 24% ten opzichte van 34% in december). Mogelijk dat de eerste stressreactie is wegebt en de effecten op eigen portemonnee nog steeds niet voelbaar zijn, wat mensen milder stemt over geplande uitgaven / bezuinigingen.

De economische crisis is ook van invloed op het donateursvertrouwen en consumentenvertrouwen. Het donateursvertrouwen is opnieuw gedaald. Daarbij is men –als altijd- somberder over het geefklimaat (verwachting hoe anderen zullen blijven geven) dan over de eigen geefbereidheid. Maar in beide zijn sterke dalingen zichtbaar. Echter... de meerderheid van de respondenten geeft aan te zullen blijven geven aan goede doelen, ook als men moet gaan bezuinigen. 30 procent van de respondenten zegt, net als in de decembermeting, mogelijk minder te gaan geven. De meerderheid van de mensen vindt dat de strijd tegen ernstige ziektes moet door gaan, crisis of niet. Dat beeld is onveranderd gebleven. En mensen blijven geven (43%) aan goede doelen die zij belangrijk vinden, dat is een stijging t.o.v. december. Bij de doelen die mensen nu steunen, is de persoonlijke band met het onderwerp het meest gehanteerde argument, snel gevolgd door duidelijkheid over waar het geld aan wordt besteed en welke de resultaten worden behaald.





Het donateursvertrouwen volgt over het algemeen het consumentenvertrouwen in negatieve zin op afstand. Deze trend werd eenmalig doorbroken in juni 2008, maar lijkt dit kwartaal hersteld te zijn. Het donateursvertrouwen ligt gemiddeld lager dan het consumentenvertrouwen. Donateurs blijven desondanks trouw geven.

Met reeds verzamelde NDP-data is door René Bekkers & Sara Kinsbergen¹ het vertrouwen in goede doelenorganisaties gerelateerd aan het geefgedrag. Hieruit blijkt dat Nederlanders over het algemeen redelijk veel vertrouwen hebben in goede doelenorganisaties. Toch hebben Nederlanders ook regelmatig twijfels. Men heeft niet zozeer twijfels of het werk van goede doelenorganisaties wel zinvol is, ze hebben vooral twijfels over de doelmatigheid van de bestedingen van giften. Met name deze twijfels zijn een barrière voor geven aan goede doelen.

Het vertrouwen in de doelmatigheid van goede doelenorganisaties neemt daarnaast af met de leeftijd: 55+ers hebben hier opvallend minder vaak veel vertrouwen in (48%) dan de 20-24 jarigen (78%). Opvallend is dat ouderen relatief veel geven, ondanks hun lager dan gemiddelde vertrouwen. Voor vrouwen, hoger opgeleiden huishoudens met hogere inkomens, kerkelijken en vrijwilligers geldt het omgekeerde. Zij geven juist minder dan verwacht mag worden gezien hun vertrouwen in goede doelen organisaties.

Achtergrond

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

¹ Rene Bekkers: Sociologie, Universiteit Utrecht en Filantropische studies, Vrije Universiteit Amsterdam
Sara Kinsbergen: CIDIN, Radboud Universiteit Nijmegen.



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 18e meting zijn gebaseerd op de online reacties van 1478 respondenten uit een representatieve steekproef van 60.000 personen die door Het Nederlandse Donateurspanel zijn benaderd. Socioloog René Bekkers, verbonden aan de Universiteit Utrecht en de Vrije Universiteit Amsterdam is betrokken bij vraagstelling binnen dit periodieke onderzoek. De index voor donateursvertrouwen werd in december 2005 geïntroduceerd en wordt vastgesteld met een methodiek die is afgeleid van de maandelijkse index voor het consumentenvertrouwen door het CBS.

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



Verantwoording

Een steekproef van 60.000 personen is door Het Nederlandse Donateurspanel benaderd om mee te doen aan deze meting van de periodieke monitor van het donateursvertrouwen. Socioloog René Bekkers, verbonden aan de Universiteit Utrecht en de Vrije Universiteit Amsterdam denkt mee over de vraagstelling binnen het onderzoek. Het veldwerk is uitgevoerd door NetQuestionnaires en WDM Nederland van 2 t/m 10 maart 2009. Bij de sluiting van het onderzoek hadden 1478 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 verder gedaald tot een nieuw dieptepunt. Sinds begin dit jaar is er al een daling zichtbaar. Het economisch roerige klimaat lijkt dus zijn uitwerking te hebben op het donateursvertrouwen. De daling van het donateursvertrouwen wordt beïnvloed door beide de daling in het *geefklimaat* als in de *geefbereidheid*. Nog steeds is de daling in de eigen geefbereidheid minder sterk dan het geefklimaat: mensen zijn dus wederom pessimistischer over het geefgedrag van de Nederlandse bevolking dan over hun eigen geefgedrag.



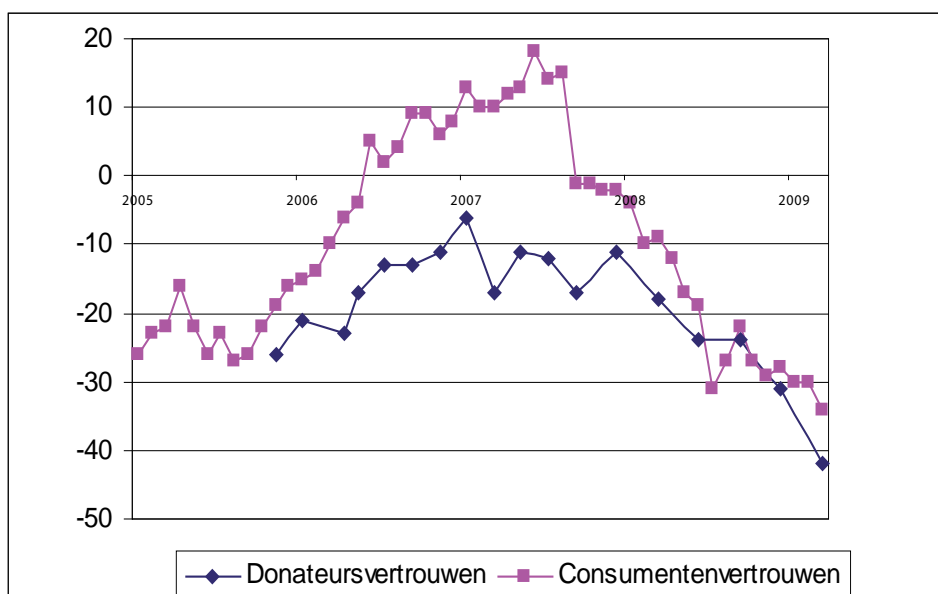
	Nov. '05	Nov. '06	Juli '07	Dec. '07	Mrt. '08	Jun. '08	Sept. '08	Dec. '08	Mrt. '09
Index van het donateursvertrouwen	-26	-11	-12	-11	-18	-24	-24	-31	-42
Geefklimaat	-40	-16	-8	-12	-23	-36	-37	-51	-68
Geefklimaat afgelopen jaar	-31	-19	-6	-8	-19	-29	-30	-33	-52
Geefklimaat komend jaar	-48	-13	-9	-15	-27	-42	-44	-69	-84
Geefbereidheid	-8	-2	-7	-5	-8	-9	-9	-13	-20
Geefbereidheid afgelopen jaar	-1	3	-2	0	-2	-3	-3	-4	-9
Geefbereidheid komend jaar	-14	-8	-12	-9	-14	-15	-15	-21	-30
Imagofluctuatie van goede doelen	-36	-18	-29	-25	-29	-32	-28	-28	-34

Vergelijking met consumentenvertrouwen

De index van het donateursvertrouwen is te vergelijken met het consumentenvertrouwen van het Centraal Bureau voor Statistiek (CBS), omdat het op een vergelijkbare wijze berekend wordt. In onderstaande grafiek is de ontwikkeling van beide indexen over de tijd in beeld gebracht. Het donateursvertrouwen volgde het consumentenvertrouwen altijd op afstand. Deze trend werd doorbroken in juni 2008. Dit was echter van korte duur, want het donateursvertrouwen is weer onder het consumentenvertrouwen gekomen. Het vertrouwde beeld dat het donateursvertrouwen het consumentenvertrouwen op afstand volgt lijkt hiermee hersteld te zijn. Uit komende metingen moet blijken of dit doorzet.

Het consumentenvertrouwen is van december t/m maart gedaald met 6 punten naar -34.

Het donateursvertrouwen is van december t/m maart gedaald met 11 punten tot -42.



Donateursvertrouwen nader uitgewerkt

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

Geefklimaat

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

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

Antwoordmogelijkheid	Nov '05	Nov '06	Juli '07	Dec '07	Mrt '08	Juni '08	Sept '08	Dec '08	Mrt '09
Meer	22%	22%	26%	25%	17%	14%	16%	13%	5%
Hetzelfde	17%	22%	28%	26%	29%	27%	23%	28%	28%
Minder	53%	41%	32%	32%	36%	43%	46%	46%	57%
Weet ik niet	8%	15%	14%	18%	17%	17%	16%	13%	9%

Het aantal respondenten dat denkt dat de bevolking *minder* is gaan geven, is met 10% gestegen en benadert de situatie in november 2005. Ruim de helft (57 procent) van de respondenten denkt nu dat er de afgelopen twaalf maanden minder is 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	Dec '07	Mrt '08	Juni '08	Sept '08	Dec '08	Mrt '09
Meer	7%	16%	19%	16%	10%	7%	8%	2%	0%
Hetzelfde	26%	38%	38%	33%	33%	29%	25%	17%	9%
Minder	55%	29%	28%	31%	38%	49%	52%	70%	84%
Weet ik niet	12%	17%	15%	19%	19%	16%	16%	11%	7%

De respondenten blijven ook 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.

Vraag één en twee vormen samen de index voor het *geefklimaat*. Deze is gedaald naar -68.

De index daalt al sinds december 2007.

Zoals we zien bij de effecten van de crisis (zie pagina 12) geldt ook hier dat mensen over de Nederlandse bevolking somberder gestemd zijn dan over hun eigen situatie.



Geefbereidheid

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

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

Antwoordmogelijkheid	Nov '05	Nov '06	Dec '07	Mrt '08	juni '08	Sept '08	Dec '08	Mrt '09
Meer	20%	23%	16%	15%	16%	13%	15%	12%
Hetzelfde	49%	52%	62%	62%	60%	65%	62%	62%
Minder	21%	20%	16%	17%	19%	16%	19%	21%
Weet ik niet	10%	6%	6%	6%	6%	7%	5%	9%

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 vertrouwd aanblik. Dit percentage schommelt al sinds begin 2007 rond de 60 procent. Het percentage mensen dat zegt meer zijn te gaan geven is iets gedaald en het percentage 'minder geven' en 'weet niet' zijn beide licht gestegen.

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

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

Het aantal respondenten dat zegt komend jaar minder te gaan geven is sinds de vorige meting weer gestegen. Deze stijging was al ingezet in december 2008; of dat zal doorzetten, moet uit de komende metingen blijken.

Vraag drie en vier vormen samen de index voor de *geefbereidheid*. De index van maart is -20. Dit is 7 procent lager dan de voorgaande meting. Ook de geefbereidheid is hiermee op een nieuw dieptepunt gekomen.



Imagofluctuatie

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

Antwoordmogelijkheid	Nov '05	Nov '06	Mei '07	Dec '07	Mrt '08	Juni '08	Sept '08	Dec '08	Mrt '09
Positiever	3%	7%	6%	5%	4%	3%	4%	4%	3%
Gelijk gebleven	56%	66%	65%	62%	61%	60%	63%	62%	60%
Negatiever	39%	25%	28%	30%	33%	35%	32%	32%	36%
Weet ik niet	2%	2%	1%	3%	2%	2%	2%	1%	1%

Krap tweederde van de respondenten (60 procent) geeft aan in het afgelopen jaar noch positiever noch negatiever te zijn gaan denken over goede doelen. Ruim een derde deel is negatiever gaan denken.

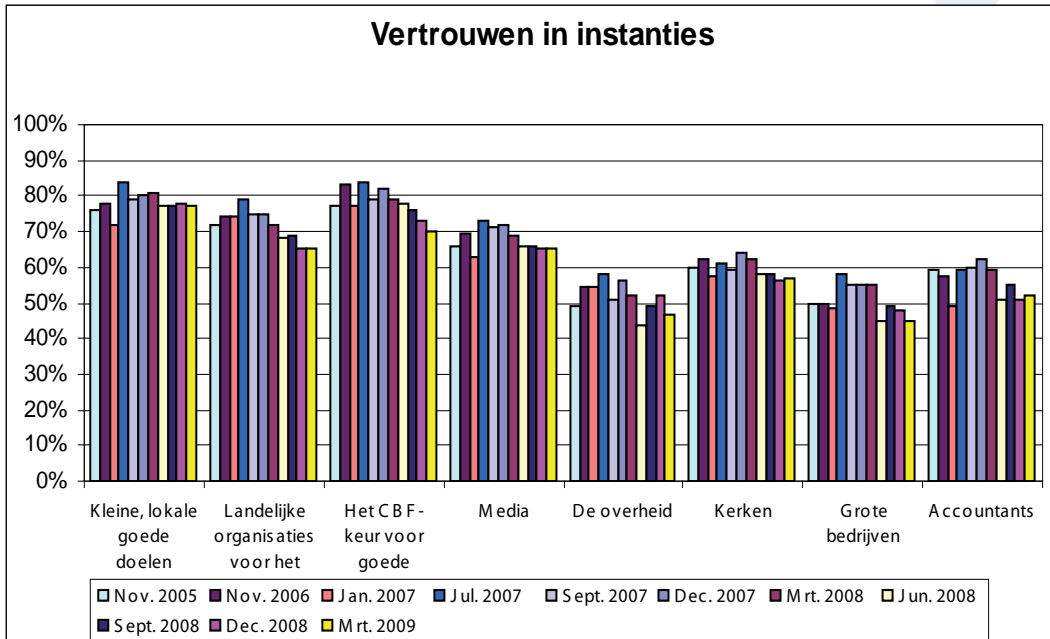
Sinds de eerste meting van Het Nederlandse Donateurspanel fluctueert de index voor het imago van goede doelen tussen de -18 en de -36 procent. Die schommeling blijft ook nu zichtbaar. De dalende lijn in *geefklimaat* en de *geefbereidheid* weerspiegelt zich niet in de waardering voor goede doelen.



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: 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. Het vertrouwen in deze organisaties is redelijk stabiel gebleven sinds de vorige meting. Het vertrouwen in de overheid is in tegenstelling tot de vorige meting weer gedaald, maar blijft van de laatste plaats af. Het minste vertrouwen is er namelijk net als vorig kwartaal in de grote bedrijven.

Ontwikkeling sinds vorige metingen

Het vertrouwen in instanties is deze meting gestabiliseerd, terwijl vorig kwartaal nog een sterke daling te zien was. Sinds begin vorig jaar is er een dalende tendens waarneembaar in het vertrouwen in instanties. Dit kwartaal is alleen het vertrouwen in de overheid, grote bedrijven en het CBF-keur gedaald.



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	Mrt '09
Voldoende	87%	83%	80%	82%	79%	70%	77%	73%
Onvoldoende	13%	17%	20%	18%	21%	30%	23%	27%
Gemiddelde	6,6	6,5	6,3	6,3	6,2	6,0	6,2	5,9

Over het geheel genomen zijn het percentage voldoende en het percentage onvoldoende die mensen geven voor de manier waarop goede doelen hun werk doen, altijd vrij constant. Sinds juni 2008 zijn echter flinke schommelingen gemeten in de percentages.

Het gemiddelde rapportcijfer dat respondenten in deze meting geven, is sinds september 2008 licht gedaald naar 5,9.

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	Sept '07	Dec '07	Mrt '08	Juni '08	Sept '08	Mrt '09
Voldoende	67%	49%	55%	57%	52%	40%	48%	42%
Onvoldoende	33%	51%	45%	43%	48%	60%	52%	58%
Gemiddelde	5,7	5,4	5,4	5,5	5,4	4,9	5,2	4,8

Het percentage respondenten dat goede doelen een onvoldoende geeft voor de wijze waarop zij het publiek informeren is sinds de vorige meting gedaald met zes procent naar 42 procent en het rapportcijfer eindigt nu op een 4,8, net als in juni 2008 dus aan de lage kant!

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.



Financiële crisis en Goede Doelenorganisaties

Maakt u zich zorgen over de financiële crisis?

Antwoordmogelijkheden	Dec'08	Mrt'09
Ja, ernstig zorgen	14%	20%
Ik maak me een beetje zorgen	59%	61%
Ik maak me geen zorgen	26%	18%
Ik weet het niet	1%	1%

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

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

Een vijfde van de respondenten maakt zich ernstige zorgen over de financiële crisis, dat is zes procent meer dan in december 2008. 81% van de respondenten maakt zich (een beetje tot ernstige) zorgen. Dat is 8% meer dan vorig kwartaal. De respondenten maken zich meer zorgen dan in december over de gehele linie, maar net als in december maken zij zich vooral zorgen over de gevolgen die de financiële crisis heeft op anderen in de samenleving. Met name vrezen mensen dat het zal leiden tot grote werkloosheid (maar liefst 80% van de mensen maakt zich daar zorgen over, in december was dat ruim 60%). 40% geeft aan zich ook zorgen te maken over het eigen inkomen, dat is een stijging van 5% ten opzichte van december.



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

Antwoordmogelijkheden	Dec'08	Mrt'09
Ik stel grote uitgaven nog even uit	40%	43%
De crisis heeft geen effect op mijn persoonlijke situatie	40%	34%
Mijn beleggingen zijn in waarde gedaald	23%	29%
Mijn beschikbare inkomen is kleiner geworden in de afgelopen 3 maanden	21%	28%
Het kost mij meer moeite om werk te vinden	4%	6%
Mijn baan staat op de tocht	3%	3%
Ik ben mijn baan kwijt	2%	2%
Mijn partner is ontslagen	1%	1%

Wat zijn uw verwachtingen voor het komende jaar?

Antwoordmogelijkheden	Dec'08	Mrt'09
Mijn beschikbare inkomen zal kleiner worden	41%	43%
Ik zal grote uitgaven uitstellen	39%	44%
Ik denk dat de crisis het komende jaar geen effect zal hebben op mijn persoonlijke situatie	31%	27%
Mijn beleggingen zullen in waarde dalen	17%	22%
Het zal mij meer moeite kosten om werk te vinden	6%	8%
Ik kan mijn baan wel eens kwijt raken	5%	7%
Ik vrees dat mijn partner ontslagen zal worden	2%	2%

Voor het komende jaar maken mensen zich meer zorgen dan over de huidige situatie. Ook geeft men aan nu (43 procent) en in het komende jaar (44 procent) grote uitgaven even uit te stellen. Voor 34 procent van de respondenten heeft de crisis nog geen effect op hun persoonlijke situatie. Dat is 6 procent minder dan in december.

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

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



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

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

Als mensen moeten gaan bezuinigen, gaat dat net als in december nog steeds met name op voor uitstapjes buitenshuis en grote uitgaven als huishoudelijke apparatuur en auto. Deze laatste zijn ook de enige categorie waar een duidelijke stijging zichtbaar is ten opzichte van december. Een aantal categorieën komt flink lager uit, met name vakanties/reizen (weliswaar nog steeds veel genoemd met 49%) en dagelijkse boodschappen (nu 24% ten opzichte van 34% in december). Mogelijk minder gaan geven aan goede doelen is stabiel gebleven en geldt voor circa 30% van de Nederlanders.

Mensen vinden dat de strijd tegen ernstige ziektes door moet gaan, crisis of niet. Dat beeld is onveranderd gebleven. Meer mensen dan in december zullen de goede doelen blijven steunen die ze belangrijk vinden (43% tov 39%).



Waardering goede doelen

Welke van de volgende stellingen vindt u het meest belangrijk bij de goede doelen die u steunt?
Kies er maximaal drie.

Antwoordmogelijkheden	
Ze werken aan de oplossing voor een probleem dat mij raakt (ziekte, hulp aan kinderen etc.)	44%
Ze laten duidelijk zien hoe het geld wordt besteed	34%
Ze geven duidelijk aan wat er bereikt wordt met de hulp	33%
Ze staan goed bekend	30%
Ze helpen (ook) in Nederland	29%
Ze maken waar wat ze beloven	23%
Ze maken niet te veel kosten	20%
Ze zijn eerlijk	17%
Ze zijn goed zichtbaar in de media	11%
Ze luisteren goed naar mijn wensen als donateur	2%

Men vindt het bij goede doelen vooral belangrijk dat ze zich betrokken voelen bij de goede zaak waar men aan geeft (44 procent van de respondenten). Daarna worden meer praktische en organisatorische zaken pas genoemd, waar goede doelen zelf iets aan kunnen doen. Met name vinden de respondenten het belangrijk dat zij op de hoogte gehouden worden over wat er bereikt wordt met de hulp (een derde van de respondenten) en dat het goede doel duidelijk laat zien hoe het geld wordt besteed (een derde van de respondenten).

Waarom steunt u de goede doelen waar u aan geeft?

Bovenstaande vraag was een open vraag. De antwoorden die voornamelijk gegeven werden, waren in de trant van:

1. Betrokkenheid/aansprekendheid onderwerp van doel (ziekte, hulp aan kinderen etc.)
2. Persoonlijk betrokken/persoonlijke ervaring (bijv: familielid met ziekte)
3. Algemene naastenliefde
4. Alle kleine beetje helpen
5. Belangrijk dat geld goed wordt besteed/ geld niet aan de strijkstok blijven hangen
6. Resultaten zichtbaar
7. Uit geloofsovertuiging
8. Geven aan goede doelen is een morele plicht



Steun goede doelen

Op welke manier steunt u goede doelen waar u aan geeft?

Antwoordmogelijkheden	
Ik bind mij niet aan specifieke goede doelen, maar geef wanneer iets op mijn pad komt dat ik belangrijk vind	42%
Ik kies bewust een aantal goede doelen waaraan ik een vast bedrag (per maand) geef	28%
Ik geef aan goede doelen op basis van een combinatie van bovenstaande stellingen	24%
Ik beperk mij bewust tot het geven aan één à twee goede doelen en ik wil best meer doen dan alleen geld geven	6%

Men bindt zich niet graag aan specifieke goede doelen, maar geeft wanneer iets op zijn/haar pad komt dat hij/zij belangrijk vindt (42 procent). Slechts 6 procent geeft aan zich te beperken tot het geven aan enkele goede doelen en best meer te willen doen dan alleen geld geven.

Als u besluit een goed doel te gaan steunen, welke volgorde van argumenten geldt dan voor u?

Antwoordmogelijkheden	
Primair kies ik voor een bekende organisatie en natuurlijk moet het onderwerp me ook raken	31%
Ik kies primair voor het onderwerp, maar het liefst kies ik ook voor een bekende organisatie	31%
Ik kies niet zo bewust voor een organisatie of een onderwerp, maar steun wat er op mijn pad komt	24%
Ik kies primair voor het onderwerp en de organisatie mag wat mij betreft onbekend zijn	13%

De meningen zijn verdeeld over of men primair kiest voor een bekende organisatie of dat zij het onderwerp van het goede doel vooral belangrijk vinden (bij beide ongeveer 1/3 van de respondenten). Wel vindt men het belangrijk dat er een bekende organisatie achter zit. Voor slechts 13 procent van de respondenten mag de organisatie onbekend zijn.



De invloed van waargenomen effectiviteit en doelmatigheid op geefgedrag

In enkele vroegere edities van het NDP is naar het geefgedrag gevraagd. In deze edities is het verband tussen vertrouwen en geefgedrag te onderzoeken. Daarnaast bevatten afzonderlijke edities vragen over vertrouwen in, betrokkenheid bij en giften aan afzonderlijke organisaties, de waargenomen professionaliteit van goede doelen in het algemeen en het sociaal vertrouwen. Met reeds verzamelde NDP-data is door René Bekkers & Sara Kinsbergen² het vertrouwen in goede doelenorganisaties gerelateerd aan het geefgedrag.

Hieruit blijkt dat Nederlanders over het algemeen redelijk veel vertrouwen hebben in goede doelenorganisaties. Toch hebben Nederlanders ook regelmatig twijfels. Dan gaat het niet zozeer om de effectiviteit van goede doelenorganisaties - of het werk van goede doelenorganisaties wel zinvol is. Daar is de meerderheid van de Nederlanders wel van overtuigd. Ongeveer de helft van de Nederlanders (54%) is bijvoorbeeld van mening dat de samenleving een stuk minder sociaal zou zijn zonder goede doelenorganisaties, dat het langer zou duren tot dodelijke ziekten genezen kunnen worden (49%) en er meer armoede en onrecht in de wereld zou zijn (61%). Bijna drie kwart vindt dat het minder goed zou gaan met de wereld zonder goede doelen, en 82% vindt zelfs dat goede doelen mensenlevens redden.

Nederlanders hebben vooral twijfels over de doelmatigheid van de bestedingen van giften. Bijna veertig procent vindt dat goede doelen te weinig doen om hun organisatie te verbeteren, meer dan de helft (52%) vindt dat 'de meeste ontwikkelingshulp in een bodemloze put Verdwijnt', en 58 procent vindt dat goede doelenorganisaties teveel geld besteden aan personeel en organisatie.

Met name de twijfels over de bestedingen zijn een barriere voor geven aan goede doelen. Van de Nederlanders met meer dan gemiddelde twijfels geeft 46% aan goede doelen, tegen 64% van de Nederlanders met minder twijfels. Wie twijfels heeft, steunt met name minder vaak organisaties op het terrein van internationale hulp, mensenrechten en missie en zending. Nederlanders met meer dan gemiddelde twijfels die toch geven aan goede doelenorganisaties, geven ook zo'n 30% minder geld dan Nederlanders met minder twijfels. Twijfels over de doelmatigheid van bestedingen zorgen dus niet alleen voor het uitblijven van giften, maar ook voor een lager bedrag aan giften.

² René Bekkers: Sociologie, Universiteit Utrecht en Filantropische studies, Vrije Universiteit Amsterdam
Sara Kinsbergen: CIDIN, Radboud Universiteit Nijmegen.



Lager opgeleiden (degenen met alleen een lager onderwijs diploma) hebben minder vertrouwen in goede doelenorganisaties dan middelbaar en hoger opgeleide Nederlanders. Opvallend is dat de hoogst opgeleide respondenten (degenen met een postdoctorale opleiding) weer minder vertrouwen hebben dan HBOers en universitair afgestudeerden.

Vrouwen hebben wat meer vertrouwen in goede doelenorganisaties dan mannen, met name in de doelmatigheid. Het vertrouwen in de doelmatigheid van goede doelenorganisaties neemt af met de leeftijd: 55+ers hebben hier opvallend minder vaak veel vertrouwen in (48%) dan de 20-24 jarigen (78%). Ouderen hebben er ook wat minder vertrouwen in dat goede doelenorganisaties een verschil maken in de wereld dan jongeren, maar dit verschil is kleiner.

Kerkbezoekers hebben meer vertrouwen in goede doelenorganisaties. Dit geldt voor zowel de effectiviteit als de doelmatigheid.

Opvallend is dat ouderen relatief veel geven, ondanks hun lager dan gemiddelde vertrouwen. Voor vrouwen, hoger opgeleiden huishoudens met hogere inkomens, kerkelijken en vrijwilligers geldt het omgekeerde. Zij geven juist minder dan verwacht mag worden gezien hun vertrouwen in goede doelen 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

