

Onderzoeksrapportage Het Nederlandse Donateurspanel

Onderzoeksrapportage
September 2010



MARKETING & COMMUNICATIONS
FOR THE NON-PROFIT SECTOR



FOR SMART SURVEYS



Het Nederlandse Donateurspanel



Persbericht

Woerden, oktober 2010

Donateursvertrouwen nooit zo laag geweest!

Het donateursvertrouwen heeft het laagste punt bereikt in vijf jaar. Dit blijkt uit de kwartaalrapportage van het Nederlandse Donateurspanel. Het is opvallend omdat het consumentenvertrouwen, hoewel ook erg laag, al maanden min of meer stabiel is en zelfs een stijgende trend laat zien. Belangrijkste oorzaak is ditmaal de lage waardering die donateurs toekennen aan goede doelen voor hun imago, één van de drie criteria waarmee het donateursvertrouwen wordt bepaald. Donateurs geven ook aan te verwachten dat zij zelf, maar ook anderen, minder zullen geven de komende maanden. Een opmerkelijk negatieve voorspelling. Het vertrouwen daalt bij landelijke goede doelen veel sterker (-14%) dan bij kleine lokale initiatieven (-4%).

De kerken, traditioneel één van de grootste fondsenwervers lijden het meest aan gebrek aan vertrouwen. Van alle instanties is met 38% het vertrouwen in de kerk op dit moment het meest zoek. Bedrijven, overheden en media, zijn ondanks de financiële crisis daarentegen nauwelijks gedaald. De conclusie lijkt gerechtvaardigd dat instanties, zoals kerken en goede doelen, waar de verwachtingen ten aanzien van het vertrouwen nu eenmaal hoog liggen, in deze tijd extra hard worden afgerekend op hun presteren.

Ontwikkeling geefgedrag

De machtiging is uit de gratie. Desgevraagd geeft slechts 2% van de donateurs aan de komende zes maanden een nieuwe machtiging te zullen afgeven aan een goed doel. 90% zegt dat voorlopig niet te zullen doen. Van de ondervraagden heeft de helft al een of meer machtigingen afgegeven, terwijl slechts een kwart een voorkeur voor deze vorm van betalen uitspreekt. Een derde van de donateurs zegt maandelijks een vast bedrag te geven. Slechts 10% van de mensen geeft helemaal niet aan goede doelen.

Het online contact onderhouden tussen donateurs en goede doelen ontwikkelt zich verder. Bijna de helft geeft aan bij voorkeur langs die weg informatie te willen ontvangen. Vrijwel iedereen maakt gebruik van internet bankieren en een kwart zegt online te willen doneren.

Ruim tweederde van de mensen is bereid zijn gebruikte goederen in te leveren ten bate van het goede doel. Een opvallende uitkomst, omdat in tegenstelling tot andere landen, vrijwel geen landelijk goed doel in Nederland deze service grootschalig biedt.



De helft van de donateurs zegt vooral te geven op het gebied van gezondheid. Een vijfde geeft vooral aan natuur en milieu en een zesde aan internationale hulp.

Pakistan

Er is door slechts een kwart van de mensen gegeven voor Pakistan. Dat is de helft minder dan voor Haïti. Eén op de twee donaties is gegaan naar Giro 555, de landelijke actie. De mensen die aan Pakistan hebben gegeven, al of niet via Giro 555, geven hun vertrouwen in een goede besteding een rapportcijfer van rond de 6. De mensen die niet hebben gegeven aan Pakistan geven een dikke onvoldoende. De belangrijkste argumenten om niet te geven zijn het onvoldoende vertrouwen in een goede besteding en de welbekende 'strijkstok'. Dat het geld dat aan Giro 555 wordt gedoneerd, niet naar de Pakistaanse overheid gaat, maar wordt besteed via lokale particuliere organisaties met wie de SHO al jaren samenwerkt, was bij iets meer dan de helft bekend.

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 23e meting zijn gebaseerd op de online reacties van 1943 respondenten uit een representatieve steekproef van 65.000 personen die door Het Nederlandse Donateurspanel zijn benaderd. Socioloog René Bekkers, verbonden aan 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 65.000 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 21 t/m 28 september 2010. Bij de sluiting van het onderzoek hadden 1943 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.

In deze rapportage beschrijven we de belangrijkste uitkomsten van deze meting; in de bijlage zijn alle tabellen opgenomen waar in de tekst naar wordt verwezen.

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 hard gedaald ten opzichte van de meting van juni. Hiermee heeft het een historisch dieptepunt bereikt vanaf het punt dat Het Nederlandse Donateurspanel in 2005 het donateursvertrouwen is gaan meten.

Als men naar zichzelf kijkt, naar het (verwachte) eigen geefgedrag (geefbereidheid), zien we een behoorlijke daling met 9 punten. Een belangrijke veroorzaker van de daling van het donateursvertrouwen.



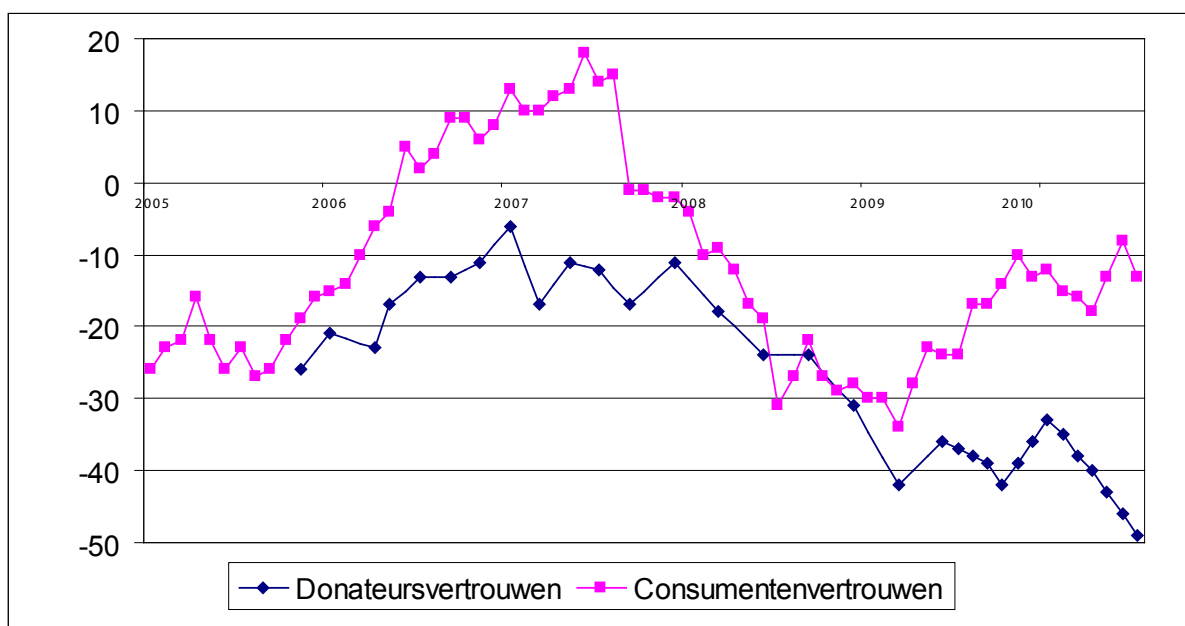
De imagofluctuatie heeft een duikvlucht naar beneden genomen en komt uit op -53. Dit is met name te wijten aan een veel grotere groep mensen die negatiever is gaan denken over goede doelen ten opzichte van andere metingen (54,7%) terwijl praktisch niemand positiever is gaan denken (1,4%). In voorgaande metingen lag het percentage 'negatieven' meestal tussen de 30% en 35%.

	Nov. '05	Nov. '06	Dec. '07	Dec. '08	Juni '09	Sept. '09	Dec. '09	Mrt. '10	Juni '10	Sept. '10
Index van het donateursvertrouwen	-26	-11	-11	-31	-36	-39	-42	-33	-40	-49
Geefklimaat	-40	-16	-12	-51	-65	-68	-67	-46	-64	-67
Geefklimaat afgelopen jaar	-31	-19	-8	-33	-60	-69	-72	-47	-63	-68
Geefklimaat komend jaar	-48	-13	-15	-69	-70	-67	-61	-45	-64	-65
Geefbereidheid	-8	-2	-5	-13	-13	-16	-21	-20	-20	-29
Geefbereidheid afgelopen jaar	-1	3	0	-4	-7	-10	-16	-16	-16	-27
Geefbereidheid komend jaar	-14	-8	-9	-21	-18	-22	-26	-24	-26	-31
Imagofluctuatie van goede doelen	-36	-18	-25	-28	-23	-27	-35	-32	-32	-53

> De uitslagen van de verschillende onderdelen van het donateursvertrouwen zijn te vinden in de bijlage (tabel 1 t/m 6).

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 consumentenvertrouwen steeg vanaf april 2009 tot en met november 2009. Vanaf december vorig jaar tot heden stabiliseerde het zich tussen de -10 en -13 punten. Ook in september stond het consumentenvertrouwen op -13.



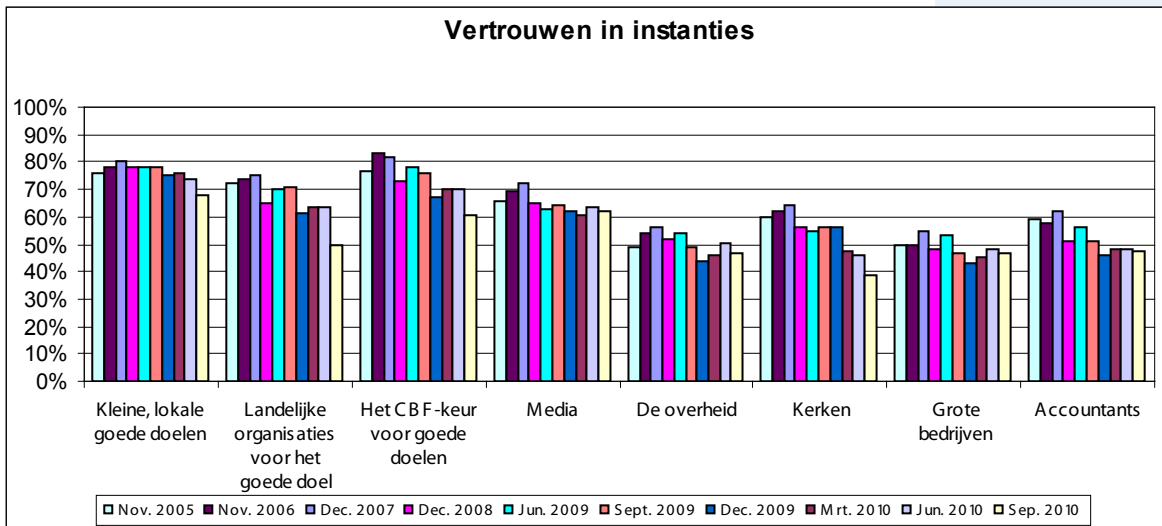
Overige onderwerpen in deze meting

Vertrouwen

In onderstaande grafiek is te lezen hoeveel vertrouwen er is in een aantal instanties in Nederland.

Hoeveel vertrouwen heeft u in..?

De top-3 instanties waar men het meest vertrouwen in heeft, is gewijzigd: lokale goede doelen en het CBF-Keur voor goede doelen staan nog steeds op de eerste en tweede plaats, hoewel het vertrouwen hierin ook behoorlijk gedaald is. Het vertrouwen in landelijke goede doelen is echter sterk gedaald (14%) en daardoor voorbijgestreefd door de media. Slechts 50% van de mensen heeft nog (net) voldoende vertrouwen in landelijke goede doelen, een dieptepunt. De kerken zijn nu de instanties waar men het minst vertrouwen in heeft, dit is gedaald tot 39%. Dit is nog nooit zo laag geweest.

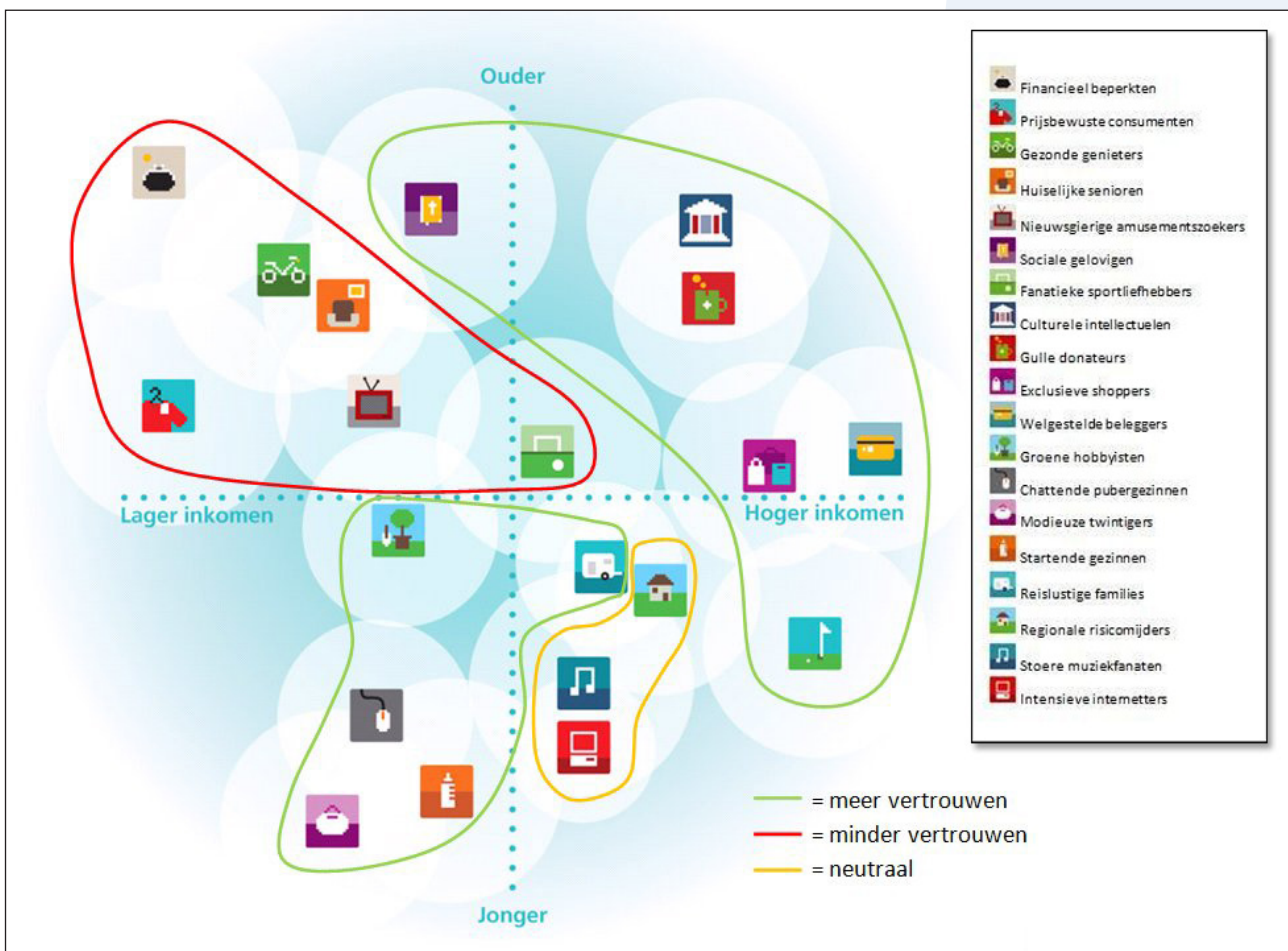


> Cijfers van het vertrouwen in instanties vindt u in tabel 7 van de bijlage.



Vertrouwen in goede doelen per type lifestyle

Met behulp van de lifestyle informatie over de Nederlandse consument van WDM, is heel Nederland onderverdeeld in 20 onderscheidende typen; De GeoTypen. In onderstaand figuur zijn alle GeoTypen gepositioneerd op basis van de dimensies inkomen en leeftijd. In dit figuur is tevens te zien hoe het algemene vertrouwen in goede doelen is gesteld binnen de 20 GeoTypen. De groen omcirkelde GeoTypen hebben een boven gemiddeld vertrouwen in goede doelen. Dit zijn met name de oudere met een hoger inkomen en de jongeren met een lager inkomen, onder andere de 'culturele intellectuele', 'gulle donateurs' en de 'groene hobbyisten'. Op de website van WDM is tevens een onderverdeling gemaakt naar het vertrouwen dat de GeoTypen hebben in landelijke en lokale goede doelen. Meer informatie over de GeoTypen en beschrijving van hun geefgedrag is te vinden op: www.wdm.nl/vertrouweningoededoelen.



Rapportcijfer communicatie en activiteiten goede doelen

Vanaf 2006 zien we al een lichte daling in het aantal mensen dat goede doelen een voldoende geeft voor hun werk. Het laatste half jaar stabiliseerde het zich op 70% die een voldoende geeft. Nu is dat nog slechts 60%. Het gemiddelde rapportcijfer is nog slechts een 5,6. Dit begon in 2006 op 6,5 en stabiliseerde zich het laatste jaar rond de 6.

Het rapportcijfer voor de wijze waarop goede doelen het publiek informeren komt op een 4,7. De ruime meerderheid (63%) geeft goede doelen een onvoldoende. Vorige metingen schommelde dit rond de 55%.

> Het verloop in jaren van de rapportcijfers vindt u in tabellen 8 en 9 van de bijlage.



Financiële crisis en Goede Doelenorganisaties

Maakt u zich zorgen over de financiële crisis?	Dec. '08	Mrt. '09	Juni '09	Sept. '09	Dec. '09	Mrt. '10	Juni '10	Sept. '09
Ja, ernstig zorgen	14%	20%	14%	11%	14%	19%	28%	18%
Ik maak me een beetje zorgen	59%	61%	57%	55%	56%	55%	55%	59%
Ik maak me geen zorgen	26%	18%	26%	32%	28%	24%	14%	21%
Ik weet het niet	1%	1%	2%	2%	2%	2%	3%	2%

Inmiddels wordt de groep mensen die zich ernstige zorgen over de financiële crisis kleiner (van 28% naar 18%). De groep die zich geen zorgen maakt groeit.

Sinds het uitbreken van de financiële crisis worden respondenten stellingen over de crisis voorgelegd. Opvallend is dat een stuk minder mensen bang zijn voor een grote werkloosheid vanwege de crisis (van 64% naar 46%). Ook zijn minder mensen bang voor maatschappelijke onrust. Over de hele linie is men licht positiever.

Stel dat men zou moeten bezuinigen, dan zijn uitstapjes buitenshuis nog altijd de favoriete bezuinigingsmaatregel (70%). Toch zou 41% ook minder aan goede doelen geven.

> Overige resultaten zijn te vinden in de bijlage (tabel 10, 11 en 12).



De Nederlandse donateur



Voorkeur van betalingswijze:

1. Online, via internetbankieren (23%)
2. Automatische incasso/machtiging (23%)
3. Acceptgiro (20%)
4. Periodieke overschrijving (6%)
5. Online, via de website van het goede doel (2%)

Aantal goede doelen gemachtigd voor automatische incasso:

- Geen automatische incasso (50%)
 - 1 goed doel gemachtigd (15%)
 - 2 goede doelen gemachtigd (13%)
 - 3 goede doelen gemachtigd (10%)
- Machtigers machtigen gemiddeld 2,7 doelen

Vrijwel niemand (90%) verwacht in de komende 6 maanden een nieuwe vaste machtiging af te geven. Slechts 2% verwacht dit nog wel te doen.

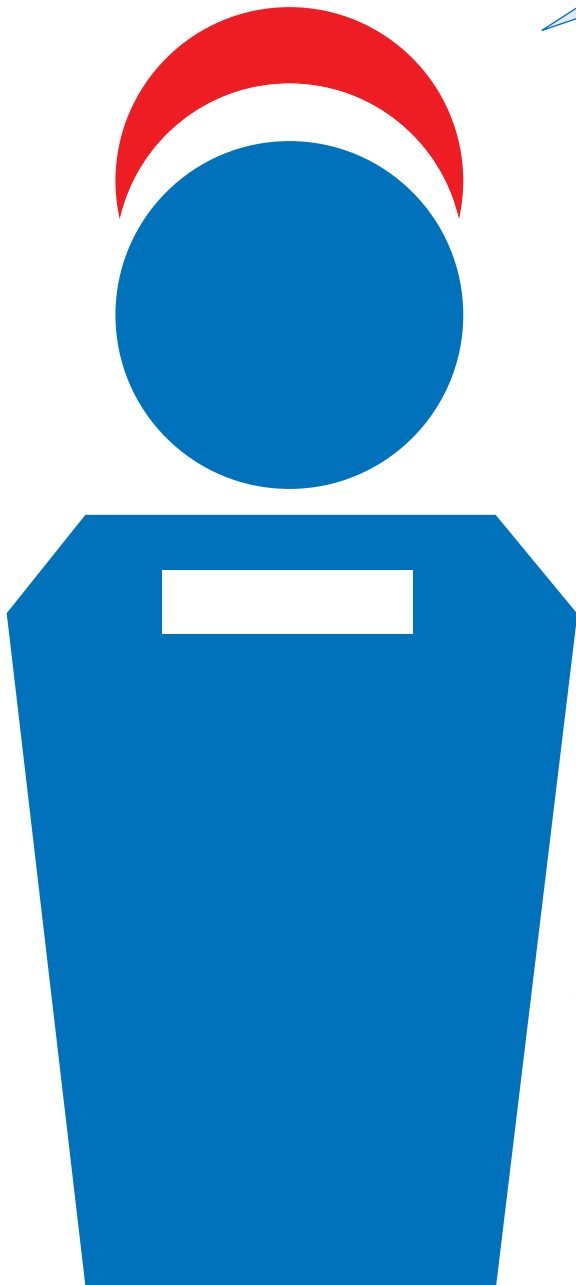
Aantal goede doelen waar men incidenteel aan geeft (collectes niet meegerekend):

- Geen incidentele gift (33%)
- Aan 1 goed doel (12%)
- Aan 2 goede doelen gemachtigd (17%)
- Aan 3 goede doelen gemachtigd (12%)
- Aan 4 goede doelen gemachtigd (9%)

Losse giftgevers geven aan gemiddeld 3,6 goede doelen een incidentele gift.



De Nederlandse donateur



Zegt van zichzelf:

1. Ik geef vooral structureel een vast bedrag per maand (35%)
2. Ik geef vooral losse giften wanneer het mij uitkomt (33%)
3. Ik geef alleen aan collectes aan de deur (22%)
4. Ik geef niet aan goede doelen (10%)

Zegt vooral te geven op het gebied van:

1. Gezondheid (45%)
2. Natuur en Milieu (19%)
3. Internationale Hulp (17%)
4. Welzijn en Cultuur (5%)
5. Geen mening (14%)

Ontvangt informatie over favoriete goede doelen liever:

1. Online (47%)
2. Maakt niet uit (33%)
3. Per post (20%)

Gebruikt de volgende online media (zeer) regelmatig:

1. Internetbankieren (85%)
2. Nieuwssites (66%)
3. Online spelletjes (23%)
4. Youtube (19%)
5. Twitter (6%)

Top 3 wat men behalve geld geven nog meer zou willen doen:

1. Spullen inleveren, zoals een ouder mobiele telefoon of kleding (68%)
 2. Mijn stem geven door bijvoorbeeld een petitie te ondertekenen (52%)
 3. Een product van het goede doel kopen (41%)
- Zie tabel 13 in de bijlage voor de complete lijst.



Wat is uw favoriete goede doel?



Hoe vaker het woord genoemd in deze open vraag, des te groter dit wordt getoond in de afbeelding.

> Zie tabel 14 voor het aantal malen dat een woord genoemd is.



Overstroming Pakistan

De Samenwerkende Hulporganisaties (Giro 555) hebben gezamenlijk actie gevoerd om geld in te zamelen voor de watersnoodramp in Pakistan. Heeft u geld gegeven voor de ramp in Pakistan?

Antwoordmogelijkheid	Pakistan	Haiti
Nee	76%	52%
Ja, niet aan Giro 555 maar wel aan een ander goed doel of in	11%	24%
Ja, aan Giro 555	10%	21%
Nee, maar mijn partner wel	3%	3%

Geef op een schaal van 0 tot 10 aan hoeveel vertrouwen u heeft in een goede besteding van het geld in Pakistan? (0 is helemaal geen vertrouwen, 10 is zeer veel vertrouwen)

Antwoordmogelijkheid	Ja, niet aan Giro 555 maar wel aan een ander goed doel of initiatief			
	Ja, aan Giro 555	Nee, maar mijn partner wel	Nee	
10	0%	0%	0%	0%
9	0%	0%	0%	0%
8	25%	2%	10%	0%
7	17%	40%	2%	3%
6	40%	30%	9%	9%
5	7%	16%	5%	13%
4	5%	4%	44%	13%
3	2%	1%	23%	15%
2	1%	6%	3%	13%
1	2%	0%	4%	10%
0	0%	0%	0%	23%

Vertrouwen in goede besteding

Het vertrouwen in een goede besteding van het geld in Pakistan is ook stukken lager dan bij Haïti. Gemiddeld geeft men het vertrouwen van een goede besteding in Pakistan een rapportcijfer 3,5. Bij Haïti was dit nog een 5. Echter is de groep die niet heeft gegeven het grootst en drukt met een rapportcijfer van 2,8 zwaar op het gemiddelde. Mensen die wel aan Pakistan hebben gegeven geven nog net een voldoende. Van de gehele groep geeft 74% een onvoldoende.

Antwoordmogelijkheid	Ja, niet aan Giro 555 maar wel aan een ander goed doel of initiatief			
	Ja, aan Giro 555	Nee, maar mijn partner wel	Nee	
Voldoende	11%	12%	74%	74%
Onvoldoende	89%	88%	26%	26%
Gemiddeld	6,3	5,9	4,3	2,8



Het geld dat aan giro 555 wordt gedoneerd, gaat niet naar de Pakistaanse overheid, maar wordt besteed via lokale particuliere organisatie met wie de SHO al jaren samenwerkt. Dit geeft de meeste zekerheid dat het geld goed besteed wordt. Bent u op de hoogte van deze manier van werken van de Samenwerkende Hulporganisaties?

Antwoordmogelijkheid	
Ja	56%
Nee	44%

Waarom heeft u niet gedoneerd aan Pakistan?

Antwoordmogelijkheid	Pakistan	Haiti
Er blijft teveel aan de strijkstok hangen	38%	*
Het geld komt toch niet goed terecht	36%	37%
Ik geef niet aan een corrupt regime	26%	*
Het geld wordt niet goed besteed door de hulporganisaties	24%	*
Ik ben al die acties een beetje zat	24%	27%
Ik geef liever aan andere goede doelen	12%	20%
Ik had er geen geld voor	9%	19%
De buurlanden van Pakistan moeten maar hulp geven	6%	
Ik geef principieel niet aan goede doelen	4%	9%
De overheid moet maar geld geven	4%	*
Ik geef al direct aan één van de goede doelen van de Samenwerkende Hulporganisaties	4%	14%
Er zijn al zoveel andere mensen die doneren	2%	4%
Ik had geen tijd	1%	1%
Ik snapte niet hoe ik geld kon geven	0%	0%
Anders, namelijk:	9%	*
Weet niet/geen mening	3%	2%

*Ten opzichte van de meting over Haiti (juni '10) zijn er antwoordmogelijkheden toegevoegd.

Hoe zou u het liefst over de bestedingen geïnformeerd willen worden? (Meerdere antwoorden mogelijk)	Pakistan	Haiti
korte reportages op tv	25%	42%
een tv-uitzending	24%	22%
Helemaal niet	24%	11%
een speciale website	23%	29%
regelmatig een e-mail nieuwsbrief	18%	23%
eenmalig een brief of e-mail een (half) jaar na de ramp	16%	*
informatieve advertenties in de krant	13%	20%
een krantje dat bijvoorbeeld bij de supermarkt ligt	9%	13%
Anders, namelijk:	2%	5%

*Ten opzichte van de meting over Haiti (juni '10) is er een antwoordmogelijkheid toegevoegd.



Bijlage

Donateursvertrouwen nader uitgewerkt

De vijf vragen over onderdelen van het donateursvertrouwen voor deze meting 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.

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

Tabel 1	Nov. '05	Nov. '06	Dec. '07	Dec. '08	Juni '09	Sept. '09	Dec. '09	Mrt. '10	Juni '10	Sept. '10
Meer	22%	22%	25%	13%	4%	2%	3%	11%	5%	4%
Hetzelfde	17%	22%	26%	28%	22%	18%	13%	22%	17%	17%
Minder	53%	41%	32%	46%	64%	71%	75%	58%	68%	72%
Weet ik niet	8%	15%	18%	13%	10%	9%	9%	9%	10%	7%

Verwacht u dat de Nederlandse bevolking in de komende 12 maanden meer of minder zal geven aan goede doelen?

Tabel 2	Nov. '05	Nov. '06	Dec. '07	Dec. '08	Juni '09	Sept. '09	Dec. '09	Mrt. '10	Juni '10	Sept. '10
Meer	7%	16%	16%	2%	1%	3%	3%	9%	2%	2%
Hetzelfde	26%	38%	33%	17%	16%	19%	22%	25%	20%	21%
Minder	55%	29%	31%	70%	71%	69%	64%	54%	65%	68%
Weet ik niet	12%	17%	19%	11%	11%	9%	11%	12%	13%	9%



Geefbereidheid

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

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

Tabel 3	Nov. '05	Nov. '06	Dec. '07	Dec. '08	Juni '09	Sept. '09	Dec. '09	Mrt. '10	Juni '10	Sept. '10
Meer	20%	23%	16%	15%	12%	10%	10%	10%	10%	5%
Hetzelfde	49%	52%	62%	62%	66%	66%	61%	59%	61%	58%
Minder	21%	20%	16%	19%	19%	20%	25%	26%	26%	32%
Weet ik niet	10%	6%	6%	5%	4%	4%	4%	5%	3%	5%

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

Tabel 4	Nov. '05	Nov. '06	Dec. '07	Dec. '08	Juni '09	Sept. '09	Dec. '09	Mrt. '10	Juni '10	Sept. '10
Meer	3%	6%	5%	4%	2%	2%	2%	2%	1%	2%
Hetzelfde	62%	67%	69%	63%	68%	66%	59%	63%	62%	59%
Minder	17%	14%	14%	24%	20%	23%	29%	26%	27%	32%
Weet ik niet	18%	14%	12%	10%	10%	9%	10%	9%	10%	7%

Imagofluctuatie

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

Tabel 5	Nov. '05	Nov. '06	Dec. '07	Dec. '08	Juni '09	Sept. '09	Dec. '09	Mrt. '10	Juni '10	Sept. '10
Positiever	3%	7%	5%	4%	3%	2%	3%	2%	1%	1%
Gelijk gebleven	56%	66%	62%	62%	70%	69%	57%	63%	64%	43%
Negatiever	39%	25%	30%	32%	26%	28%	39%	34%	33%	55%
Weet ik niet	2%	2%	3%	1%	2%	1%	1%	1%	2%	1%

Tabel 6	Nov. '05	Nov. '06	Dec. '07	Dec. '08	Juni '09	Sept. '09	Dec. '09	Mrt. '10	Juni '10	Sept. '10
Imagofluctuatie van goede doelen	-36	-18	-25	-28	-23	-27	-35	-32	-32	-53



Vertrouwen in instellingen

Hoeveel vertrouwen heeft u in ...?

Tabel 7	Kleine, lokale goede doelen	Landelijke organisaties voor het goede doel	Het CBF-keur voor goede doelen	Media	De overheid	Kerken	Grote bedrijven	Accountants
Nov. 2005	76%	72%	77%	66%	49%	60%	50%	59%
Nov. 2006	78%	74%	83%	70%	54%	62%	50%	58%
Dec. 2007	80%	75%	82%	72%	56%	64%	55%	62%
Dec. 2008	78%	65%	73%	65%	52%	56%	48%	51%
Mrt. 2009	77%	65%	70%	65%	47%	57%	45%	52%
Jun. 2009	78%	70%	78%	63%	54%	55%	53%	56%
Sept. 2009	78%	71%	76%	64%	49%	56%	47%	51%
Dec. 2009	75%	61%	67%	62%	44%	56%	43%	46%
Mrt. 2010	76%	64%	70%	61%	46%	47%	45%	48%
Jun. 2010	74%	64%	70%	63%	50%	46%	48%	48%
Sept. 2010	68%	50%	61%	62%	46%	39%	47%	48%

Rapportcijfer communicatie en activiteiten goede doelen

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

Tabel 8	Nov. '06	Dec. '07	Sept. '08	Juni '09	Sept. '09	Dec. '09	Mrt. '10	Juni '10	Sept. '10
Voldoende	83%	82%	77%	75%	76%	70%	71%	70%	61%
Onvoldoende	17%	18%	23%	25%	24%	30%	29%	30%	39%
Gemiddelde	6,5	6,3	6,2	6,1	6,1	5,9	6,0	5,9	5,7

Welk rapportcijfer zou u goede doelen geven voor de wijze waarop zij het publiek informeren over hoe gedoneerd geld wordt besteed?

Tabel 9	Nov. '06	Dec. '07	Sept. '08	Juni '09	Sept. '09	Dec. '09	Mrt. '10	Juni '10	Sept. '10
Voldoende	49%	57%	48%	44%	47%	44%	41%	45%	37%
Onvoldoende	51%	43%	52%	56%	53%	56%	59%	55%	63%
Gemiddelde	5,4	5,5	5,2	5,0	5,1	4,9	4,9	4,9	4,7



Overige onderwerpen in deze meting

Financiële crisis en Goede Doelenorganisaties

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

Tabel 10	Dec. '08	Mrt. '09	Juni '09	Sept. '09	Dec. '09	Mrt. '10	Juni '10	Sept. '10
Ik maak me zorgen over de effecten van de crisis voor arme mensen in Nederland	72%	74%	72%	69%	71%	72%	75%	71%
Ik ben bang dat de crisis leidt tot grote werkloosheid	62%	83%	74%	65%	66%	67%	64%	46%
Ik maak mij zorgen over grote maatschappelijke onrust	53%	64%	53%	45%	49%	56%	60%	53%
Ik ben bang dat de crisis hoge inflatie veroorzaakt	46%	50%	42%	40%	41%	46%	56%	51%
Ik maak mij zorgen over de gevolgen voor mijn eigen inkomen	36%	41%	36%	31%	36%	39%	49%	46%
Ik maak me zorgen over de effecten van de crisis voor arme mensen in ontwikkelingslanden	52%	57%	55%	53%	51%	48%	47%	43%
We moeten er gewoon niet zoveel over praten, dat schaadt het vertrouwen van de consumenten	50%	56%	48%	49%	45%	43%	35%	41%
Onze regering neemt goede maatregelen, dus het zal wel meevallen met de effecten hier	22%	12%	12%	10%	13%	12%	8%	9%
Ik verwacht dat de crisis met een paar maanden weer over is	19%	9%	16%	16%	19%	12%	7%	15%

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

Tabel 11	Dec. '08	Mrt. '09	Juni '09	Sept. '09	Dec. '09	Mrt. '10	Juni '10	Sept. '10
Minder uitstapjes buitenshuis, zoals uit eten of uitgaan	66%	62%	66%	65%	65%	65%	70%	70%
Op vakanties en reizen	59%	49%	51%	54%	49%	54%	59%	56%
Bij het doen van grote uitgaven, zoals huishoudelijke apparatuur, auto etc.	54%	62%	62%	54%	53%	58%	56%	51%
Op cadeaus met Sinterklaas/Kerst	37%	25%	39%	36%	36%	35%	41%	32%
Ik ga minder geven aan goede doelen	31%	31%	30%	29%	34%	35%	35%	41%
Ik ga minder sparen	40%	34%	32%	31%	33%	36%	35%	41%
Op de kleine extraatjes, zoals iets lekkers bij de koffie/thee	24%	19%	33%	29%	31%	30%	32%	28%
Het opknappen en onderhoud van mijn woning	24%	23%	27%	23%	26%	27%	26%	26%
Op mijn dagelijkse boodschappen	34%	24%	27%	22%	22%	25%	25%	25%
Ik stop met geven aan goede doelen	22%	19%	17%	17%	20%	20%	23%	23%



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

Tabel 12	Dec. '08	Mrt. '09	Juni '09	Sept. '09	Dec. '09	Mrt. '10	Juni '10	Sept. '10
De strijd tegen ernstige ziektes zoals bijv. als kanker, Alzheimer, reuma of AIDS moet onverminderd doorgaan, crisis of niet	55%	55%	66%	59%	57%	58%	59%	59%
Als iedereen een stapje terug moet doen, zullen ook goede doelen hun werk met minder geld moeten doen	48%	51%	52%	50%	53%	56%	55%	58%
Ook als ik zelf financieel een stapje terug moet doen, zal ik goede doelen die ik belangrijk vind blijven steunen	39%	43%	44%	43%	35%	37%	38%	40%
Als de crisis mij echt persoonlijk raakt, zal ik stoppen met geven aan goede doelen	29%	27%	30%	27%	32%	34%	37%	32%
Ik blijf gewoon hetzelfde geven, crisis of niet. Het werk van goede doelen moet verder gaan	21%	22%	27%	28%	21%	25%	21%	18%
Als ik het financieel minder heb, zijn goede doelen het eerste waar ik op bezuinig	19%	15%	17%	17%	17%	18%	19%	23%
Het werk van goede doelen is in een tijd van economische crisis extra belangrijk	18%	16%	21%	20%	16%	17%	17%	13%
Crisis of geen crisis, ik geef toch nooit iets aan goede doelen	10%	9%	8%	8%	10%	10%	8%	13%
Goede doelen moeten in tijden van economische crisis juist meer geld krijgen om arme mensen te helpen	13%	9%	12%	11%	9%	9%	6%	9%

Wat zou u, behalve geld doneren, extra willen doen voor een goed doel?

(Meerdere antwoorden mogelijk)

Tabel 13	
Spullen inleveren, zoals een ouder mobiele telefoon of kleding	68%
Mijn stem geven door bijvoorbeeld een petitie te ondertekenen	52%
Een product van het goede doel kopen	41%
Vrijwilligerswerk doen	24%
Reclame maken voor het goede doel dat ik steun (bijvoorbeeld een t-shirt dragen, filmpjes doorsturen, etc)	12%
Collectant worden	9%
Iets doen (een actie als bijvoorbeeld een sponsorloop, een fiets- of wandeltocht, een optreden, ect.) en me daarvoor laten sponsoren door bekenden	4%



Tabel 14: Wat is uw favoriete goede doel?

KWF	161
Kankerbestrijding	111
kanker	91
Hartstichting	58
zonder	42
Artsen	41
grenzen	39
WNF	39
Rode	38
Kruis	38
stichting	34
niet	32
Kika	31
Unicef	30
kinderen	22
dieren	22
Kanker	22
dierenbescherming	22
Nierstichting	21
kerk	20
Natuurmonumenten	20
Greenpeace	20
bestrijding	19
Stichting	19
zonnebloem	18
wereld	17
natuur	17
astma	16
des	16
reuma	15
gezondheid	14
Amnesty	13
Novib	12
hart	12
Kerk	12
kankerstichting	11
doelen	11
AAP	10
leger	10
heils	10
aids	10
Overige woorden zijn minder dan 10 x genoemd	



Tabel 15: Hoeveel goede doelen heeft u gemachtigd voor een automatische incasso?

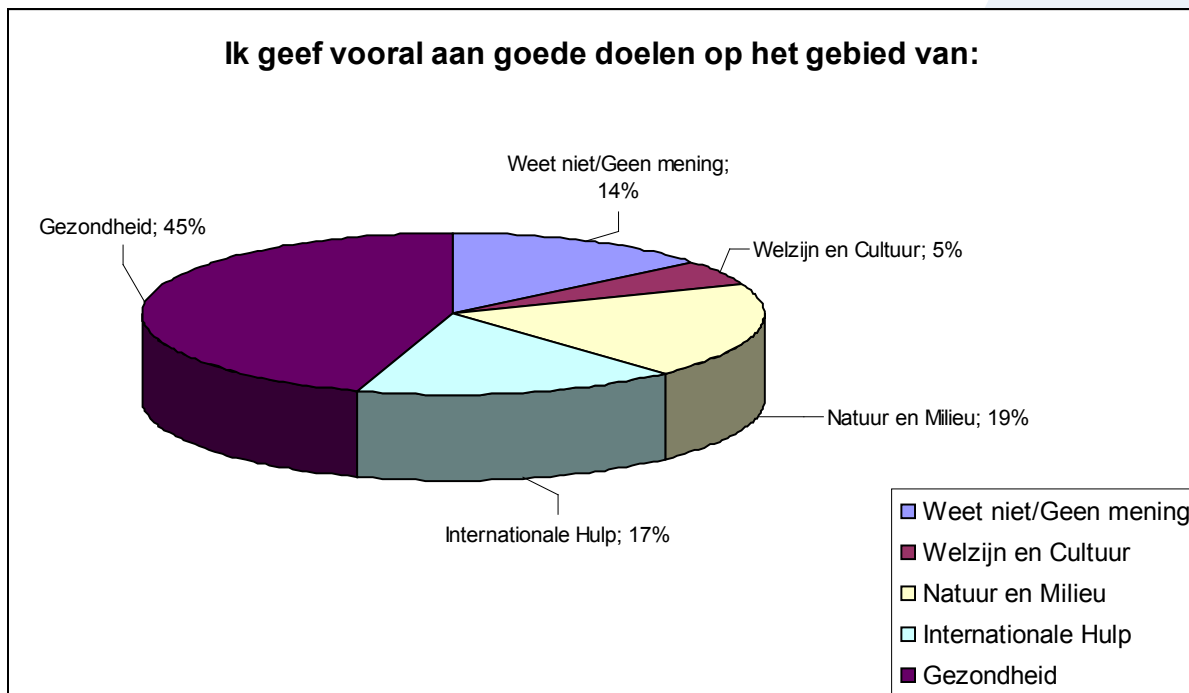
0	50%
1	15%
2	13%
3	10%
4	5%
5	2%
6	1%
7	1%
8	1%
9	0%
10	2%

Tabel 16: Aan hoeveel goede doelen geeft u incidenteel, collectes niet meegerekend (in een periode van een jaar)?

0	33%
1	12%
2	17%
3	12%
4	9%
5	7%
6	2%
7	0%
8	1%
9	1%
10	5%



Grafiek 1:



Tabel 17: In hoeverre gebruikt u de volgende online media?

	Zeer regelmatig	Regelmatig	Soms	Nooit
Twitter	2%	4%	8%	87%
Internetbankieren	53%	32%	5%	10%
Nieuwssites	36%	30%	17%	17%
Online spelletjes	12%	11%	27%	49%
Youtube	7%	12%	43%	37%



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

