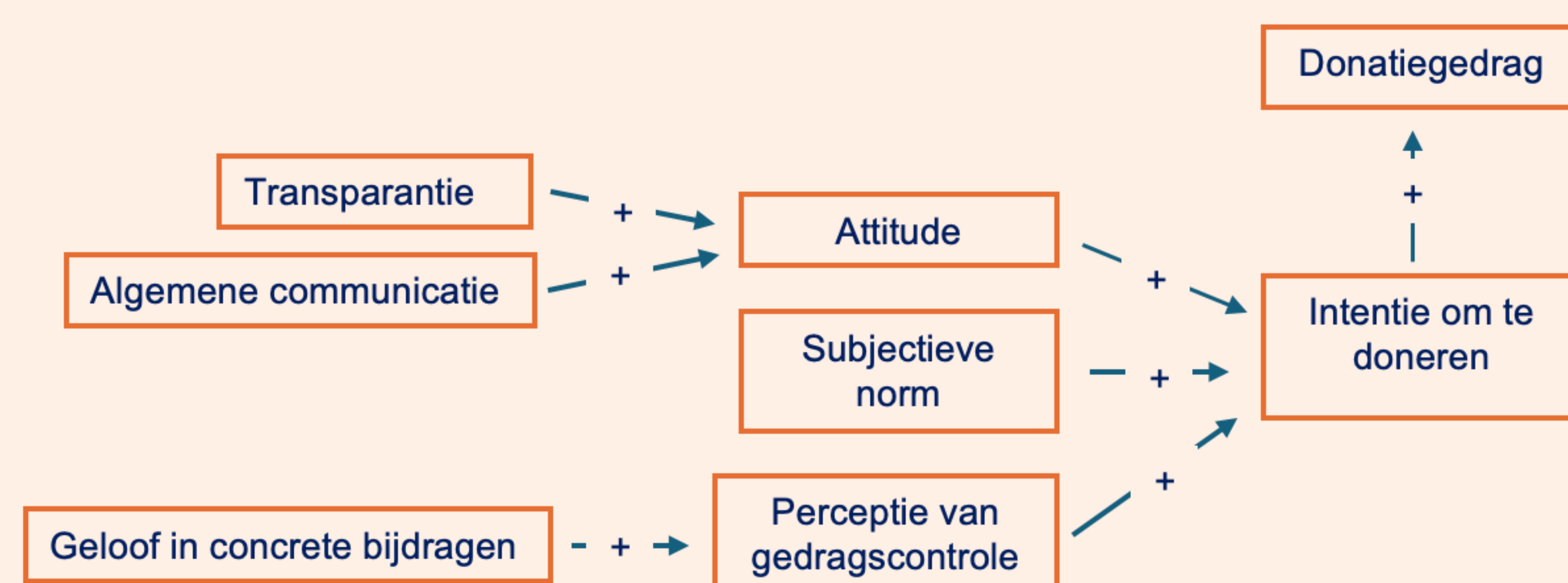


Hoe kan het CBF de intentie om te doneren verhogen door het vertrouwen in goede doelen onder Nederlandse jongeren van 18-25 jaar te verhogen?

Het probleem



Jongeren hebben weinig vertrouwen in goede doelen en doneren weinig. Het doel is om informatie te verkrijgen over welke factoren de intentie om te doneren onder jongeren verhoogt, zodat CBF dit door kan spelen naar de goede doelen die onder hun keurmerk vallen.



Probleemanalyse



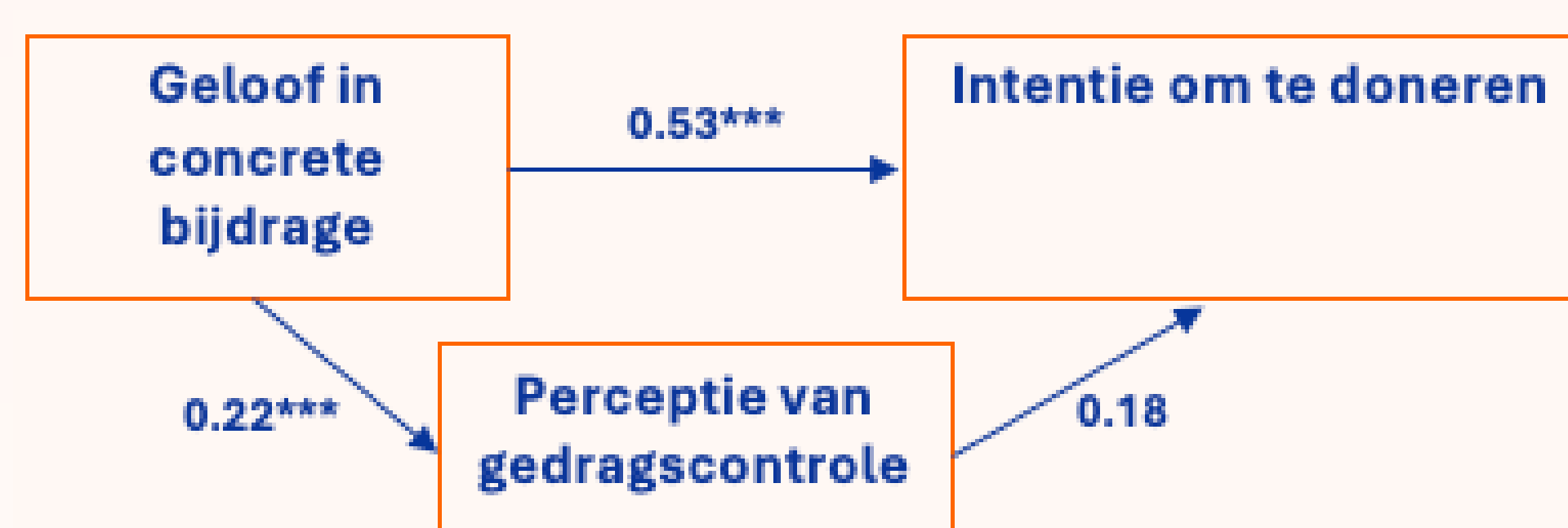
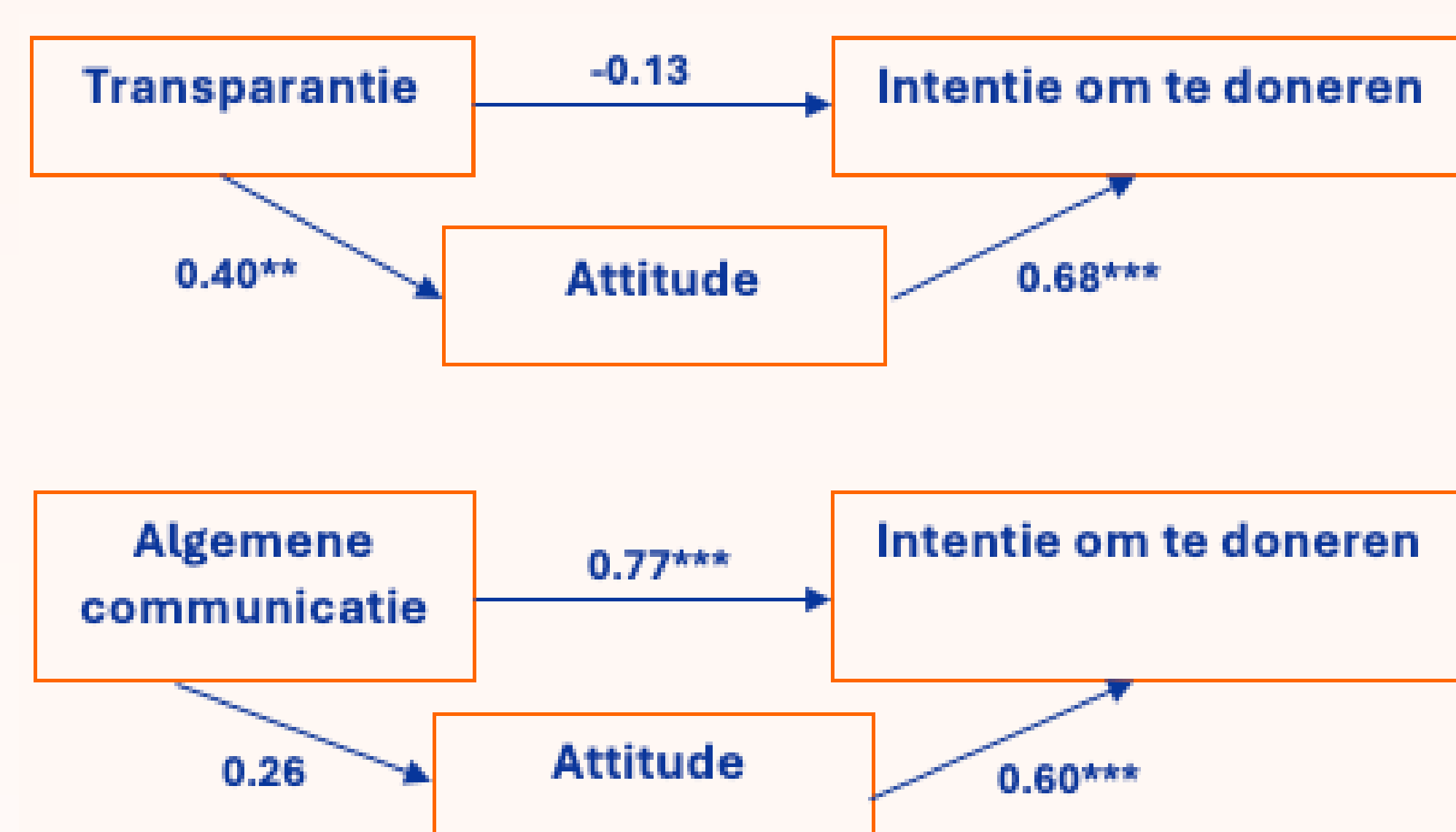
Als de factoren van de Theory of Planned Behavior (attitude, subjectieve norm, perceptie van gedragscontrole) positief zijn, is er een intentie om te doneren. De nadruk is gelegd op de factoren: transparantie, algemene communicatie en geloof in concrete bijdrage. Echter, alleen transparantie en geloof in een concrete bijdrage hebben een sterke invloed op de intentie om te doneren.



Advies

Verbeter de transparantie en geloof in concrete bijdrage.

- ✓ **Transparantie:** meer kwantitatief + kwalitatief communiceren naar potentiële donateurs via social media, website en e-mails.
- ✓ **Geloof in concrete bijdrage:** Donatie Impact Calculator of storytelling



	Intentie om te doneren	Leeftijd	Geslacht	Inkomen	Woonsituatie	Kennis keurmerk CBF	Eerder donatiegedrag
Intentie om te doneren	1.00	0.11	-0.07	0.18	0.06	-0.24	-0.56
Leeftijd		1.00	-0.03	0.41	0.28	-0.20	-0.17
Geslacht			1.00	-0.19	-0.15	0.11	-0.01
Inkomen				1.00	0.28	-0.17	-0.07
Woonsituatie					1.00	0.00	0.00
Kennis keurmerk CBF						1.00	0.27
Eerder donatiegedrag							1.00

Conclusie

- ✓ **Essentie:** informatie doorkoppelen naar goede doelen en de donatie intentie verhogen
 - ✓ **SDG's:** no poverty, zero hunger en good health and well-being
- ✓ **Reikwijdte:** Nederlandse jongeren tussen de 18-25 jaar + alle goede doelen
- ✓ **Beperkingen:** 2 onbetrouwbare schalen, grote onbekendheid CBF-keurmerk, zelfrapportages, ongunstige wervingsperiode, enkel getallen-weergave