

Inhoud | NDP: dataveiligheid goede doelen behoorlijk, sociale media onbetrouwbaar | Privacy van donateurs in de spotlights | Bijna 60% is niet bereid om meer informatie met goede doelen te delen | Anoniem kunnen geven belangrijkste factor

VERTROUWEN IN GOEDE DOELEN: LEEFTIJD EN OPLEIDINGSNIVEAU MAKEN VERSCHIL

Al vanaf het begin van het Nederlands Donateurspanel wordt gevraagd naar het vertrouwen in goede doelen. De langjarige trend is positief. Op een schaal van 0 tot 10 geeft meer dan de helft van de respondenten een 7 of hoger en dat aantal is groeiende. Maar hoe zit dat met de mensen die lagere rapportcijfers geven?

Als we het vertrouwen in goede doelen verder willen vergroten, doen we er goed aan te kijken naar paneeldeelneemers die een kleine (on)voldoende geven. Het aantal paneeldeelneemers dat het vertrouwen in goede doelen waardeert met 5 of 6 is gemiddeld 31,1% over de afgelopen tien jaar. Dat percentage is bovendien dalende terwijl er vaker hogere scores worden uitgedeeld.

Sceptisch

Opvallend is dat jongeren onder de 30 jaar iets vaker sceptisch zijn. In deze leeftijdsgroep geeft 34,4% een 5 of een 6. Bij de 60-plussers ligt dit percentage lager: 28,3% geeft een 5 of een 6. Niet alleen de leeftijdsgroepen laten verschillen zien, ook het opleidingsniveau telt mee. Van de laagopgeleide respondenten geeft 33,6% een 5 of 6. Onder hoogopgeleiden is dit 27,3%. Geslacht en gezinssituatie zijn als factor minder van belang. Hetzelfde geldt voor de arbeidssituatie of de regio waarin mensen wonen.

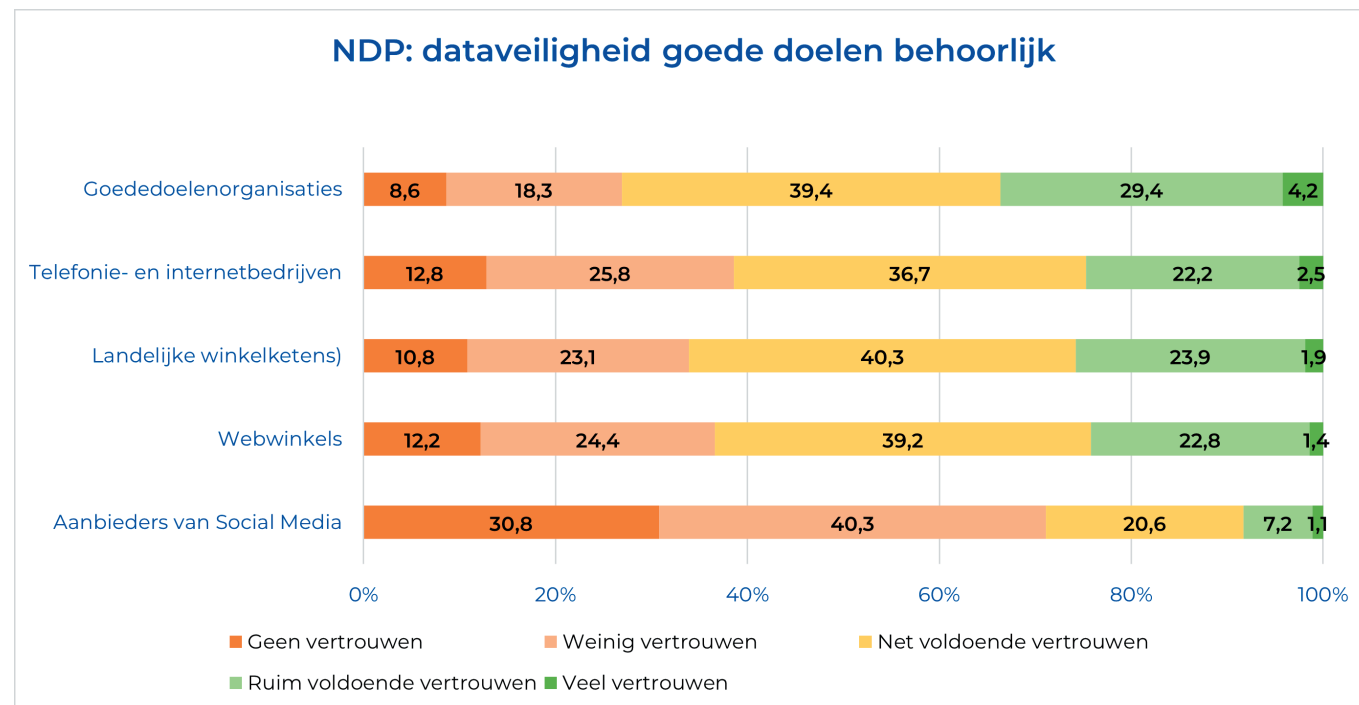
Kortom, wie het vertrouwen in goede doelen met een krappe (on)voldoende waardeert is iets vaker jong of lager opgeleid. Maar al met al zijn deze verschillen niet erg groot.

‘Wie het vertrouwen in goede doelen met een krappe (on)voldoende waardeert is iets vaker jong of lager opgeleid’



NDP: DATAVEILIGHEID GOEDE DOELEN BEHOORLIJK, SOCIALE MEDIA ONBETROUWBAAR

In september 2016 vroegen we het panel hoeveel vertrouwen zij hebben in de dataveiligheid van organisaties die over hun informatie beschikken. In november 2025 stelden wij deze vraag opnieuw. Goede doelen scoren behoorlijk goed, zo blijkt. Sociale media aanbieders sluiten de rij.



De paneldeelnemers kregen de volgende vraag voorgelegd: *Organisaties beschikken over persoonsgegevens van bijvoorbeeld hun klanten, gebruikers of donateurs. Deze informatie is privacygevoelig en dient goed beveiligd te worden. In hoeverre heeft u vertrouwen in de databeveiliging van deze informatie door elk van onderstaande organisaties?*

- Webwinkels (bijv. bol.com en wehkamp.nl)
- Aanbieders van Sociale Media (bijv. Facebook, X (voorheen Twitter) en Instagram)
- Goededoelenorganisaties (bijv. het KWF, het Rode Kruis en het Wereld Natuur Fonds)
- Landelijke winkelketens (bijv. Albert Heijn, de Bijenkorf en MediaMarkt)
- Telefonie- en internetbedrijven (bijv. KPN, Vodafone en Ziggo)

De uitslag: wat valt op?

- 73% van de Nederlanders heeft (net) voldoende vertrouwen in hoe goede doelen omgaan met hun persoonsgegevens. Dit is hoger dan het gemiddelde van 59% over alle genoemde organisaties.
- Als we iets inzoomen dan zien we dat 29,4% van de respondenten aangeeft ruim voldoende vertrouwen te hebben in de databeveiliging van goede doelen en 4,2% zelfs veel vertrouwen. Samen is dat goed voor 33,6%, oftewel 1 op de 3 Nederlanders heeft ruim voldoende tot veel vertrouwen in de manier waarop goede doelen omgaan met hun gegevens.



HARMIENKE KLOEZE
DIRECTEUR-BESTUURDER
CBF

PRIVACY VAN DONATEURS IN DE SPOTLIGHTS

Nederlanders zijn over het algemeen best sceptisch over hoe organisaties omgaan met hun gegevens. Vooral sociale media worden gewantrouwd. Maar ook bedrijven worden met argusogen bekeken wanneer het om privacy gaat. Dan brengen goede doelen het er nog relatief goed vanaf. De onderzoekers vroegen het Nederlands Donateurspanel in november naar de integriteit van goede doelen in het omgaan met persoonsgegevens van donateurs. Net als tien jaar geleden, toen dezelfde vraag werd gesteld, viel het oordeel van de respondenten behoorlijk positief uit.

Toch kan het altijd beter. Een aanzienlijk deel van de Nederlanders vindt het belangrijk om anoniem te kunnen geven. Dat is nog lang niet altijd eenvoudig mogelijk. En de sector mag volgens het NDP ruimhartiger informatie delen met donateurs, om hen op de hoogte te houden van wat er gedaan en bereikt is.

In het toetsplan van het CBF voor 2026 hebben we aandacht voor hoe gemakkelijk donateurs hun relatie met goede doelen kunnen veranderen of beëindigen. Donateurs mogen daarbij geen drempels ervaren. De mogelijkheid om anoniem te kunnen doneren wordt daarbij meegenomen. Ook vinden we het vraagstuk of en zo ja hoe goede doelen donateurs opnieuw benaderen nadat zij hun donateurschap hebben opgezegd, belangrijk. We stemmen in het toetsplan overigens ook af met de autoriteit persoonsgegevens, bijvoorbeeld waar het de inzet van cookies betreft.

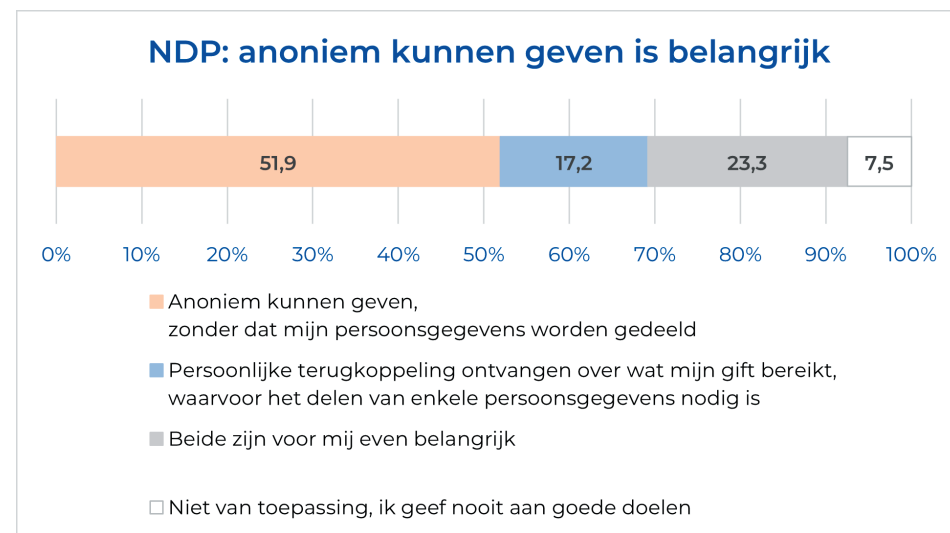
Het is duidelijk dat organisaties en bedrijven steeds meer van ons willen weten. Dat we dat goed in de gaten moeten houden, daar zijn ook de respondenten van het Nederlands Donateurspanel het over eens.

- Webwinkels (24,2%), landelijke winkelketens (25,8%) en telefonie- en internetbedrijven (24,7%), scoren substantieel lager dan de goede doelen. Slechts 1 op de vier Nederlanders heeft vertrouwen in de manier waarop deze partijen omgaan met hun gegevens.
- Aanbieders van sociale media worden het minst vertrouwd. Slechts 8,3% heeft ruim voldoende tot veel vertrouwen en 71,1% weinig (40,3%) tot geen (30,8%) vertrouwen.

Het beeld van november 2025 blijkt in grote lijnen overeen te komen met dat van 2016. Als het gaat over partijen die persoonsgegevens verwerken hebben Nederlanders over het algemeen meer vertrouwen in hoe goede doelen dat doen, dan in commerciële partijen. Goede doelen hebben wat dat betreft dus iets om te beschermen. Bovendien is er ruimte voor verbetering: de groep Nederlanders die aangeeft 'net voldoende vertrouwen te hebben' (de middenscore) is vergelijkbaar voor alle verwerkers van informatie, met uitzondering van sociale media. Bij deze "middengroep" kunnen de goede doelen dus werken aan meer vertrouwen.

ANONIEM KUNNEN GEVEN BELANGRIJKSTE FACTOR IN RELATIE MET GOED DOEL

Wat vinden gevers belangrijk in hun relatie met een goed doel? Van alle factoren blijkt anoniem geven het hoogst te scoren. Opvallend: jongere gevers zijn vaker bereid hun gegevens te delen dan 50-plussers. En persoonlijk geïnformeerd worden over wat er met hun gift bereikt is vinden donateurs belangrijk, ook als daarvoor enkele persoonsgegevens moeten worden gedeeld.



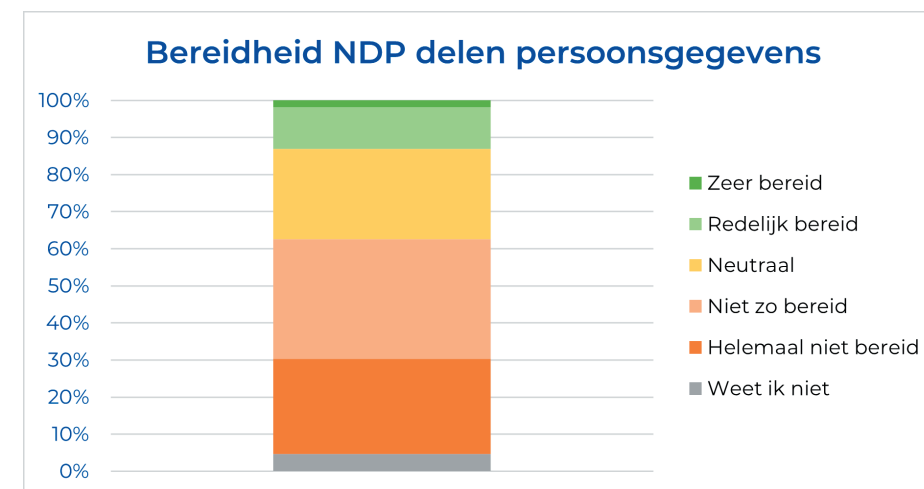
Meer dan de helft van de respondenten van het Nederlandse Donateurspanel (51%) vindt anonimiteit, zonder dat persoonsgegevens worden gedeeld, in de relatie met een goed doel het belangrijkste. Persoonlijke terugkoppeling ontvangen over wat er met een gift is bereikt, waarvoor het delen van enkele persoonsgegevens nodig is, wordt door 17,2% het belangrijkste gevonden. Ruim 23% vindt beide even belangrijk. Wat 7,5% van het panel betreft is de vraag niet van toepassing, omdat zij niet aan goede doelen geven.

Wat valt op?

- Ongeveer 40% van de Nederlanders ziet het belang van het delen van enkele persoonsgegevens om op de hoogte gehouden te kunnen worden. Meer dan de helft van die groep (23,3%) vindt dat net zo belangrijk als anoniem kunnen geven.
- Een opvallend verschil wordt zichtbaar als we inzoomen op leeftijdsgroepen. Slechts 30% van de 50-plussers geeft aan bereid te zijn tot het delen van enkele persoonsgegevens. Tweederde van die groep (ruim 20% van de 30%) geeft aan dat net zo belangrijk te vinden als anoniem kunnen geven.
- 65% van de 50-ers en 60% van de 60-plussers vindt anoniem kunnen geven het belangrijkste in de relatie met een goed doel.
- Voor mensen onder de 50 is dat veel minder belangrijk, daar schommelt dat percentage tussen de 40% en 43%.
- Nederlanders onder de 40 jaar oud zijn beduidend vaker bereid om gegevens te delen zodat zij terugkoppeling kunnen krijgen. En 30% van hen vindt dat ook belangrijker dan anonimiteit.

BIJNA 60% VAN HET NDP IS NIET BEREID OM MEER INFORMATIE MET GOEDE DOELEN TE DELEN

Als uw gegevens gebruikt worden om u beter te informeren en persoonlijker te bedienen, hoe bereid bent u dan om meer gegevens met een goed doel te delen? Bijna 60% van de paneldeelnemers antwoordt op deze vraag negatief. Zij zijn bepaald niet genegen om meer informatie te delen.



De voorzichtigheid voor wat betreft het delen van informatie blijkt groot. Ruim 31% is daartoe niet bereid en 25,6% zelfs "helemaal niet bereid". Opgeteld blijkt dus bijna 60% weinig te voelen voor het delen van meer informatie, ook niet als zij vervolgens beter geïnformeerd of persoonlijker bediend worden.

Ongeacht leeftijd, geslacht, huishouden of opleiding zijn mensen in hoge mate niet bereid om meer gegevens te delen. Bij elk van deze doorsnijdingen geldt dat meer dan de helft niet bereid is meer informatie te verschaffen. De stelligheid waarmee wordt geantwoord (niet of helemaal niet) verschilt wel. Mannen geven bijvoorbeeld 5% vaker aan neutraal tegenover de stelling te staan.

Bij deze cijfers steken de paneldeelnemers die positief antwoorden schril af. Slechts 11,1% is redelijk bereid om meer informatie te delen wanneer dat iets oplevert en een magere 1,9% is daartoe zeer bereid.

Colofon

Uitgave en inhoud:
CBF, Toezicht op goeddoen
Anthony Fokkerweg 1,
1059 CM Amsterdam

Coördinatie en tekst:
CBF, Toezicht op goeddoen
Eindredactie: Hans Hulst
Vormgeving: Majorie Kool

Disclaimer
Het CBF heeft deze uitgave met de grootste zorg samengesteld. Desondanks kunnen we geen garanties geven voor de volledigheid, juistheid of actualiteit van de informatie. Het CBF kan niet aansprakelijk gesteld worden voor de inhoud van deze informatie of voor de gevolgen van het gebruik daarvan. Aan de inhoud van deze uitgave kunnen geen rechten worden ontleend.

Copyright
Het CBF behoudt zich uitdrukkelijk het auteursrecht voor op de inhoud van deze uitgave. Het is niet toegestaan de informatie, anders dan voor persoonlijk gebruik, te verspreiden of te kopiëren, zonder schriftelijke toestemming van het CBF.

Contact
Heeft u vragen over deze uitgave of over het CBF? Neem contact met ons op via 020 - 417 00 03 of info@cbf.nl

NDP
Het Nederlandse Donateurspanel

CBF
Toezicht op goeddoen