

Inhoud | Tellen donateurs wat het kost, of wat het oplevert? | Vertrouwen in goede doelen gaat al tien jaar omhoog | Schurend vertrouwen | Vertrouwen bij eerste ingeving hoog | Focusgroep: CBF moet inzetten op meer bekendheid Erkenning

TELLEN DONATEURS WAT HET KOST, OF WAT HET OPLEVERT?

Hoe denken donateurs over bestedingen van goede doelen aan hun doelstelling en aan overige kosten? En hoe belangrijk vinden zij het dat met hun donatie het beoogde doel is behaald? Een aanzienlijk deel van de respondenten blijkt het belangrijker te vinden om te weten hoe de kosten zijn verdeeld dan wat de daadwerkelijke impact van hun gift is.

Wat donateurs willen weten

We vroegen donateurs wat zij belangrijk vinden om van een goed doel te weten. De helft van de respondenten geeft aan het net zo belangrijk te vinden hoe de kosten zijn verdeeld als dat de doelen zijn behaald. Iets meer dan 30% vindt de kostenverdeling belangrijker en 17% vindt het belangrijker te weten dat de doelen worden behaald. Mensen geven om bij te dragen aan een betere wereld. Kan het zijn dat de focus op doelbesteding de meest eenvoudige manier is om 'grip' te krijgen op een zo groot mogelijke impact? Of is er toch iets anders aan de hand? De doelbestedingspercentages zijn door donateurs overigens na te slaan in de online Erkenningsspandoeken van goede doelen op de site van het CBF.

Is donateurs duidelijk wat er bereikt is?

We vroegen respondenten die het afgelopen jaar gedoneerd hebben om aan te geven of zij een duidelijk of onduidelijk beeld hebben van wat er daadwerkelijk is bereikt door het goede doel waaraan zij geld gaven. Daaronder verstaan we het nakomen van beloftes, het realiseren van doelstellingen of het maken van maatschappelijke impact. Opvallend: 55% van de donateurs geeft aan dat ze een duidelijk beeld hebben van wat het goede doel heeft bereikt. Minder dan 10% vindt het onduidelijk en 36% geeft aan het niet duidelijk en ook niet onduidelijk te vinden.

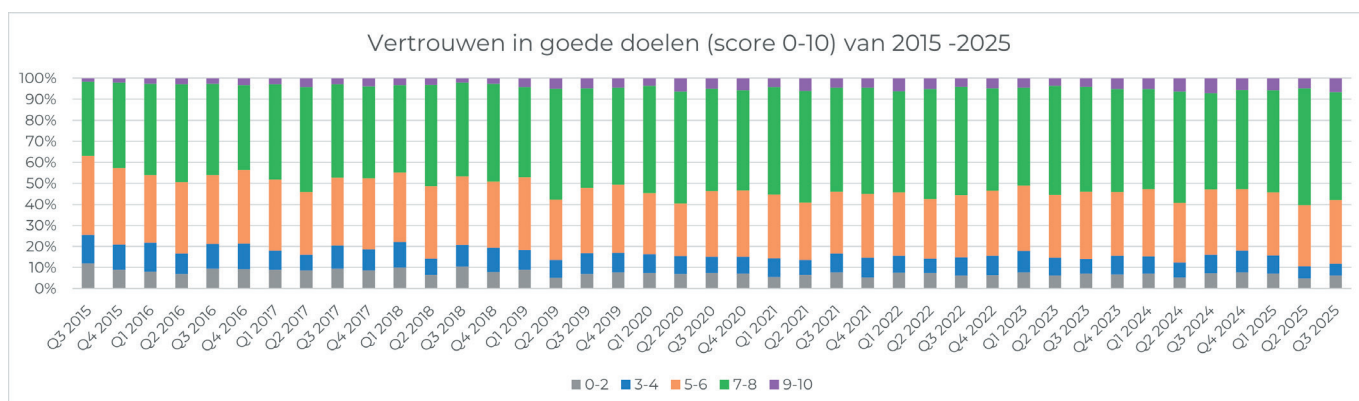
Deelnemer focusgroep:

'Het gaat uiteindelijk om het doel. En hoe je dat doel bereikt is uiteindelijk iets minder belangrijk'



VERTROUWEN IN GOEDE DOELEN GAAT AL TIEN JAAR OMHOOG

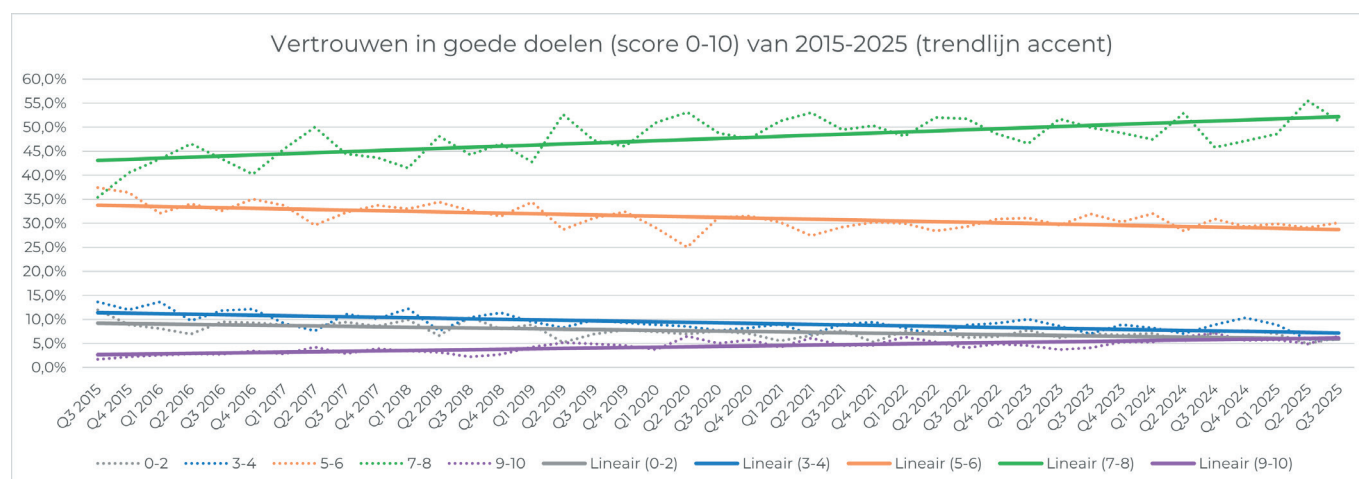
Het CBF vraagt al 10 jaar aan respondenten van het NDP hoeveel vertrouwen zij hebben in goede doelen in Nederland. Zij geven vervolgens een cijfer van 0 (helemaal geen vertrouwen) tot 10 (heel veel vertrouwen). De langjarige trend blijkt positief. Over het afgelopen decennium is het gemiddelde rapportcijfer gegroeid van een 6,8 naar een 7,2.



Toelichting bij de staafgrafiek

Als we kijken naar de ontwikkelingen in de afgelopen tien jaar vallen een aantal zaken op:

- Over de hele periode is het gemiddelde rapportcijfer dat Nederlanders geven voor hun vertrouwen in goede doelen gegroeid van een 6,8 naar een 7,2
- Vanaf begin 2020 geeft consequent meer dan 50% van de respondenten een 7 of hoger als cijfer voor hun vertrouwen in goede doelen.
- Vanaf begin 2019 is het aandeel van de respondenten dat een 4 of lager geeft voor hun vertrouwen in goede doelen consequent minder dan 20%.





Toelichting bij de lijngrafiek

Als we willen weten hoe de rapportcijfers voor het vertrouwen zich door de tijd heen ontwikkelen, moeten we voorbij de grillige grafieklijnen kijken. Trekken we er een trendlijn doorheen, dan valt het volgende op:

- De groene trendlijn geeft aan hoeveel mensen hun vertrouwen in goede doelen waarderen met een 7 of een 8, dus ruim voldoende tot goed. Die lijn stijgt van ongeveer 43% in 2016 naar 52% in 2025. Een stijging van ongeveer 9 procentpunt.
- De oranje trendlijn geeft aan hoeveel mensen hun vertrouwen in goede doelen waarderen met een 5 of een 6, dus een krappe (on)volgende. Die lijn daalt van ongeveer 34% in 2016 naar ongeveer 29% in 2025, een daling van ongeveer 5 procentpunt.
- Ook de paarse trendlijn stijgt. Dat is het aantal mensen dat hun vertrouwen in goede doelen waardeert met een 9 of een 10. Deze trendlijn stijgt van ongeveer 3% in 2016 naar ongeveer 6% in 2025, een stijging van 3 procentpunt.
- De stijging van de groene lijn (9 procentpunt) en van de paarse lijn (3 procentpunt) zijn groter dan de daling van de oranjelijijn (5 procentpunt). Dat betekent dat ook het aantal mensen dat een ruime onvoldoende geeft is gedaald, en wel met 7 procentpunt (12-5=7).
- Dat zien we in de blauwe lijn en de grijze lijn, waarbij de blauwe lijn staat voor het aantal mensen dat hun vertrouwen in goede doelen waardeert met een 3 of een 4 en de grijze lijn voor mensen die dat vertrouwen waarderen van 0 tot 2.
- De blauwe lijn daalt van ongeveer 11% in 2016 naar ongeveer 7% in 2025, zeg 4 procentpunt. De grijze lijn daalt van ongeveer 9% in 2016 naar ongeveer 6% in 2025, zeg 3 procentpunt.



HARMIENKE KLOEZE
DIRECTEUR-BESTUURDER
CBF

SCHUREND VERTROUWEN

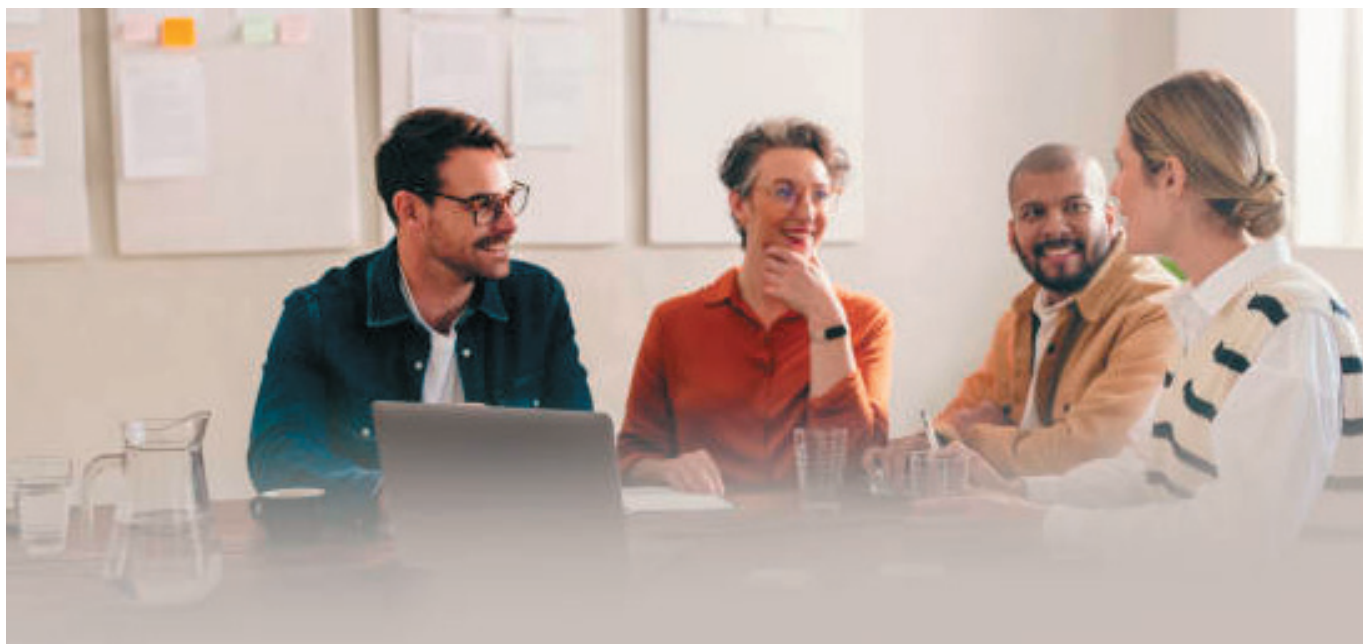
Op Prinsjesdag publiceerde de NOS de resultaten van het inmiddels traditionele onderzoek van het bureau Ipsos I&O naar het vertrouwen van kiezers in de politiek. De resultaten vallen niet mee. Slechts 29% zegt vertrouwen te hebben. Vorig jaar was dit nog 44%. De respondenten hebben het idee dat de grote problemen van deze tijd niet worden aangepakt.

Opvallend is dat hoger opgeleiden meer vertrouwen in de politiek hebben dan lager en middelbaar opgeleiden, aldus het onderzoeksbureau. Dat verband tussen opleidingsniveau en vertrouwen zien we ook terug in de nieuwe meting van het Nederlandse Donateurspanel. Hoog opgeleide respondenten hebben meer vertrouwen in goede doelen dan lager opgeleide respondenten. Maar er is één groot verschil: het percentage respondenten dat vertrouwen heeft in goede doelen loopt al tien jaar gestaag omhoog.

Onderzoek van het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) eerder dit jaar laat ondertussen zien dat burgers nog steeds vertrouwen hebben in elkaar en dat de sociale cohesie in Nederland groter is dan in de ons omringende landen.

De positieve trend in het vertrouwen in goede doelen en het nog altijd gezonde vertrouwen van burgers in elkaar lijkt te schuren met wat we zien in de wereld om ons heen. In de media horen we vooral alarmerende geluiden. De degens worden gekruist en we lijken niet meer met elkaar door één deur te kunnen, zo lijkt het. Het vertrouwen lijkt zoek. En over goede doelen lezen we vooral wanneer het niet goed gaat.

Hoe kunnen we als sector verkeerde percepties ombuigen? Gedegen onderzoek doen, transparant zijn over wat je doet, en je verhaal goed vertellen vormen een belangrijk deel van het antwoord. Met deze nieuwe editie van het Nederlands Donateurspanel dragen we daar hopelijk weer een steentje aan bij.



FOCUSGROEP: CBF MOET INZETTEN OP MEER BEKENDHEID ERKENNING

Naast het kwantitatieve onderzoek via het Nederlands Donateurspanel laat het CBF ook regelmatig kwalitatief onderzoek verrichten. Ruigrok Onderzoek & Advies organiseerde onlangs een tweede focusgroep van donateurs. Tijdens het gesprek werd dieper ingegaan op het belang dat de deelnemers hechten aan toezicht en aan inzicht in doelbestedingen en impact. De belangrijkste conclusies op een rijtje:

- Deelnemers weten niet dat er een toezichthouder is die toezicht houdt op goede doelen. Het CBF en de CBF Erkenning zijn niet (naams)bekend bij de deelnemers. Zij omarmen echter het idee dat er een toezichthouder is die de goede doelen controleert.
- Aanbeveling van de onderzoekers: zet vol in op het vergroten van de naamsbekendheid en het uitdragen van wat het CBF doet.
- Deelnemers denken in eerste instantie dat een toezichthouder zich bezig moet houden met de controle van de geldbestedingen van goede doelen. Na het bespreken van een casus blijkt echter dat zij het inzichtelijk maken van het behaalde succes net zo belangrijk vinden.
- Aanbeveling van de onderzoekers: vestig in het publieke debat meer aandacht op behaalde successen van goede doelen (impact).

Deelnemer focusgroep:

‘Ik vind het eigenlijk een randvoorwaarde dat er netjes met het geld wordt omgegaan’

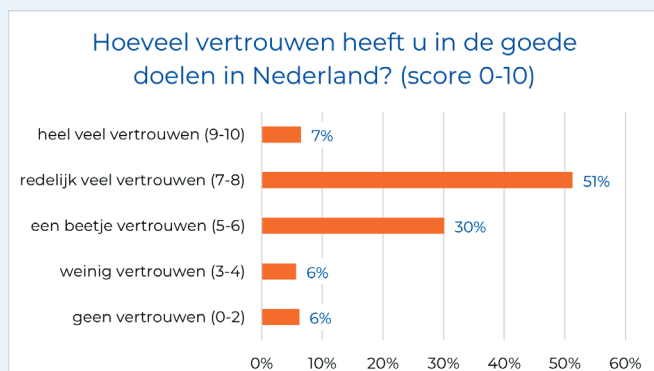
Toelichting methodiek: Ruigrok Onderzoek & Advies heeft in dit onderzoek een klantarena gebruikt. Dat is een groepsgesprek met in dit geval 7 donateurs. Medewerkers van het CBF zaten in dezelfde ruimte en konden aanvullende vragen stellen. De deelnemers waren mannen en vrouwen tussen 26 en 65 jaar. Voor hun deelname ontvingen zij een geldelijke vergoeding.

Kwantitatieve meting: vertrouwen bij eerste ingeving hoog

HOEVEEL VERTROUWEN HEEFT U IN GOEDE DOELEN IN NEDERLAND?



Toelichting: 42% heeft er redelijk veel vertrouwen of heel veel vertrouwen in dat goede doelen hun beloftes nakomen. De groep die weinig tot geen vertrouwen heeft is met 21% echter substantieel. Leggen we deze cijfers naast de rapportcijfers voor het vertrouwen in goede doelen dan blijkt 58% van de mensen een 7 of hoger te geven op een schaal van 0-10. 30% geeft een 5 of 6. De overige 12% geeft een onvoldoende. Hier blijkt dus dat de eerste ingeving (het vertrouwen in goede doelen) hoger is dan wanneer we doorvragen (erop vertrouwen dat goede doelen doen wat ze beloven).



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 (koola.nl)

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