



Het Nederlandse Donateurspanel

Het Nederlandse Donateurspanel van WWAV wordt mede mogelijk gemaakt door het CBF, Toezichthouder Goede Doelen en is uitgevoerd door Kien



METING JUNI 2020

Zelden kijk je terug op een kwartaal waarin zoveel veranderde in de wereld. Dat de coronapandemie gevolgen zou hebben voor het consumentenvertrouwen was te verwachten. Wat het effect is op het donateursvertrouwen leest u in dit rapport van het Nederlands Donateurspanel (NDP). We peilden ook het actuele sentiment rond nalaten aan goede doelen om te ontdekken of corona ook hier wellicht op invloed heeft. Ten slotte vroegen we hoe donateurs het liefst benaderd worden door goede doelen. Verandert er iets vergeleken met voorgaande jaren?

DONATEURSVERTROUWEN NIET HARD GERAAKT DOOR CORONACRISIS

In vergelijking met het consumentenvertrouwen daalt het donateursvertrouwen veel minder snel door de coronacrisis. De meting van maart vond plaats net voor en aan het begin van de invoering van de coronamaatregelen. Het effect op het indexcijfer was hierdoor beperkt. In juni zien we een lichte daling in het vertrouwen van -6 naar -14. In de meting van december 2019 was dit -11, het cijfer ligt daar dus niet ver vanaf.

Het consumentenvertrouwen is wel hard onderuitgegaan in de afgelopen maand. In maart was dit nog -2, maar dit daalde via -22 in april naar -31 in mei. In juni is het weer iets opgeklimmen, naar -27. Daarmee is het donateursvertrouwen voor het eerst sinds december 2012 hoger dan het consumentenvertrouwen.

EVEN OPFRISSEN: DONATEURSVERTROUWEN

Elk kwartaal bepalen we het donateursvertrouwen aan de hand van enkele vragen die we aan het Donateurspanel stellen. Van iedere vraag trekken we het percentage negatieve antwoorden af van het percentage positieve antwoorden. Op basis van die uitkomsten bepalen we een gemiddelde, waarmee we het donateursvertrouwen uitdrukken.



Figuur 1: Ontwikkeling van donateurs- en consumentenvertrouwen 2005-2020

NALATEN AAN GOEDE DOELEN

In 2014 en 2016 hebben we het donateurspanel vragen gesteld over nalaten aan goede doelen. Wij zijn benieuwd hoe het panel dit anno 2020 ervaart. Daarnaast hebben we het panel ook nog een aantal stellingen over nalaten in relatie met de coronapandemie voorgeschoteld.

CORONA EN NALATEN

Tijdens de coronapandemie zien notarissen een toename in het opmaken van testamenten¹. Daarom wilden we graag van de panelleden weten hoe zij aankijken tegen nalaten in deze tijd.

14% van het panel geeft aan in de afgelopen maanden meer te zijn gaan nadenken over het opstellen van een testament. Daarbij geeft 4,2% aan hun testament te hebben opgesteld of te hebben geactualiseerd. De leeftijdsgroepen die dit het vaakst hebben gedaan zijn 40-49 jaar en 60+ (beide 6%).

We vroegen ook of mensen door de crisis positiever zijn geworden over nalaten aan goede doelen. 5% van de panelleden antwoordt hier bevestigend op. Het gemiddelde wordt omhooggetrokken door de groep onder de 30 jaar: daarvan is 10% positiever gaan nadenken over nalaten aan goede doelen.

	Oneens	Neutraal	Eens	Weet niet
Ik ben de afgelopen drie maanden meer gaan nadenken over het opmaken van een testament	66%	16%	14%	4%
Ik heb de afgelopen drie maanden mijn testament opgesteld of geactualiseerd	85%	7%	4%	4%
Ik ben sinds de coronacrisis positiever over het opnemen van een goed doel in mijn testament	61%	28%	5%	6%

Figuur 2: Hier staan enkele stellingen over nalatenschappen. In hoeverre bent u het hiermee eens?

NALATEN ALGEMEEN

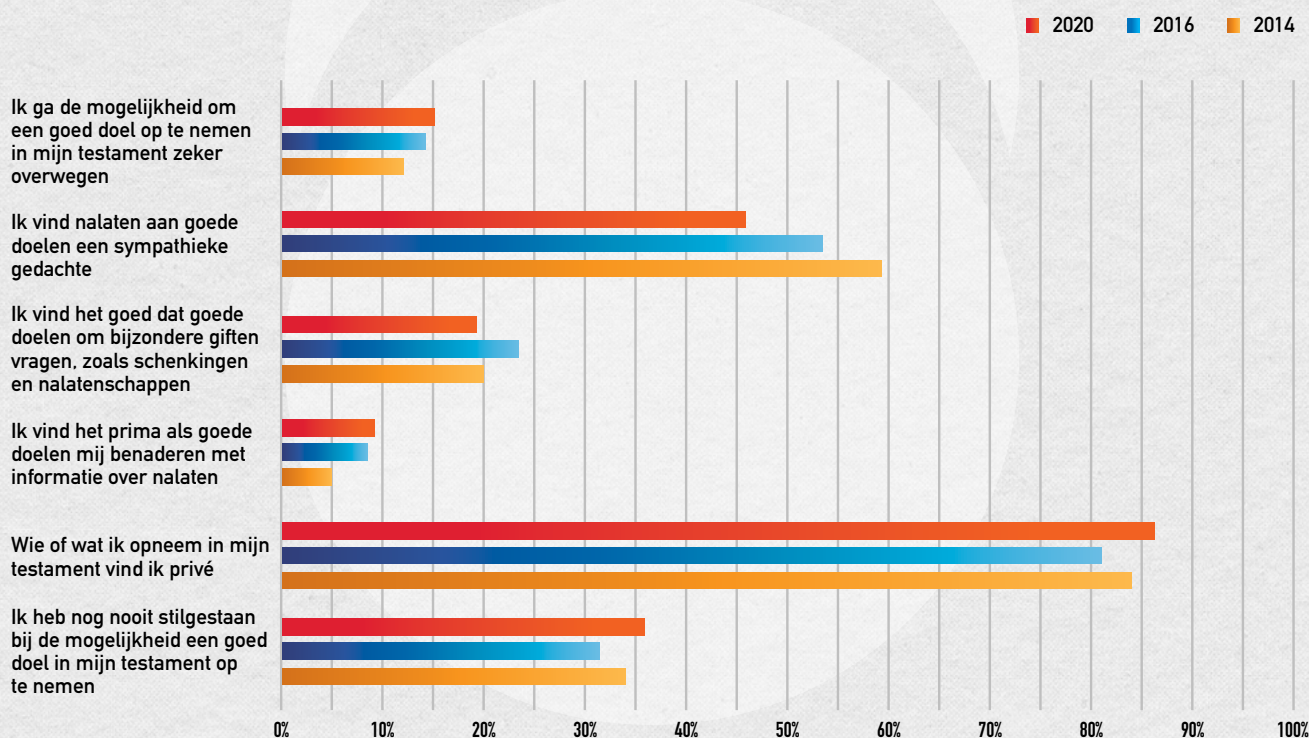
46% van het panel vindt nalaten aan een goed doel een sympathieke gedachte. Dit was in 2014 en 2016 respectievelijk 59% en 53%. Hier lijkt dus een dalende lijn in te zitten.

Vrouwen staan positiever tegenover nalaten aan goede doelen dan mannen (50 vs. 42%). Ook geldt: hoe jonger, hoe positiever. Panelleden onder de 40 jaar zijn hier veel positiever over dan panelleden van boven de 60 (59 vs. 32%).

Panelleden zijn niet erg enthousiast over het benaderd worden door goede doelen over nalatenschappen. Slechts 9% is hier positief over. Dit is vergelijkbaar met 2016 (8%). Ook hier zijn jongeren (40-) enthousiaster over nalatenschappencommunicatie dan ouderen (60+) (18 vs. 2%).

¹ <https://www.gelderlander.nl/nijmegen/drukke-tijden-voor-notarissen-ineens-wil-iedereen-een-testament-ac0e9459/>

Een positieve ontwikkeling zien we in de reacties op de vraag of mensen willen overwegen een goed doel op te nemen in hun testament. In 2014 reageerde hier 12% positief op. Nu reageert 15% daar positief op.



Figuur 3: In hoeverre bent u het eens of helemaal eens met deze stellingen over nalatenschappen? 2020 vergeleken met 2016 en 2014.

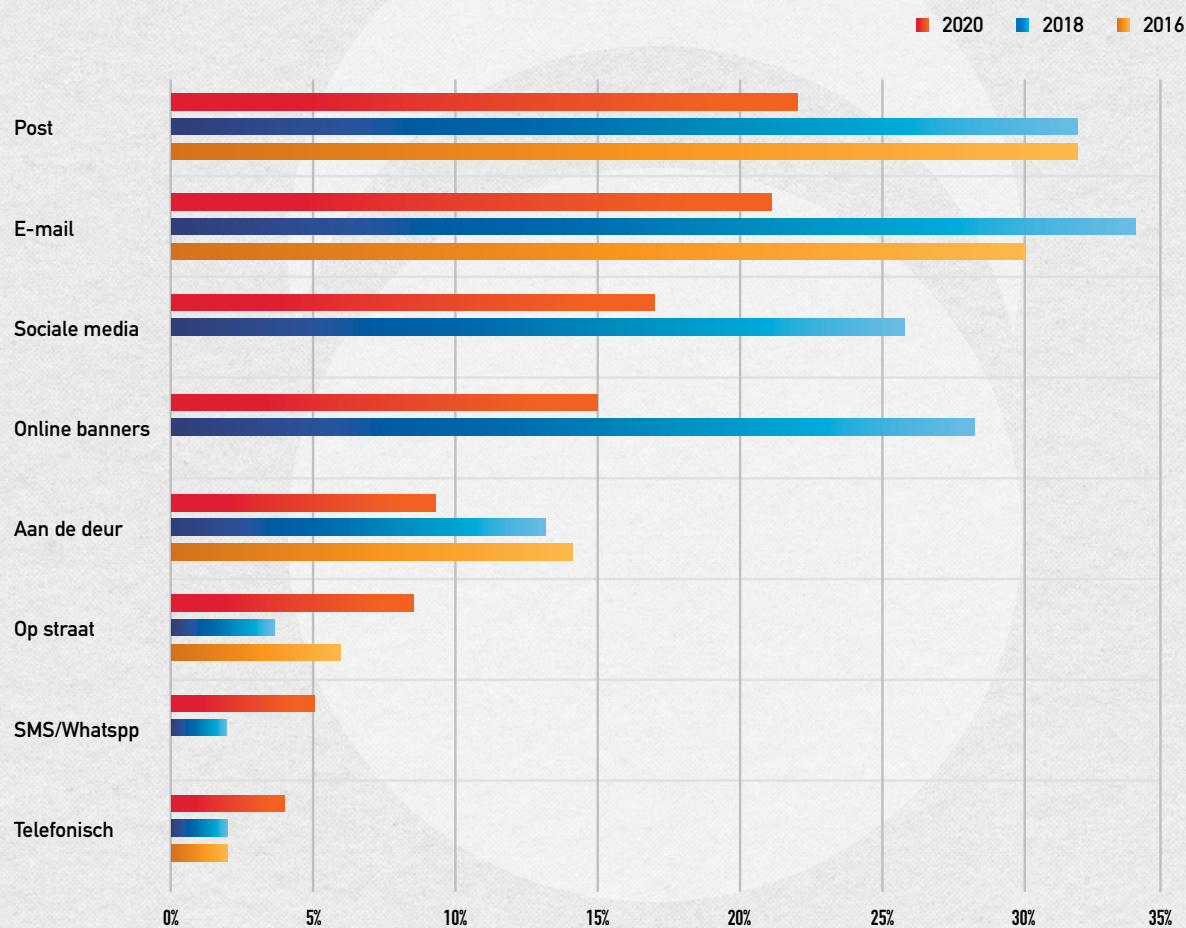
WIJZE VAN BENADEREN

In december 2016 en september 2018 vroegen we het panel naar hun waardering voor verschillende benaderingswijzen van goede doelen. Tijd om te kijken of er verschuivingen hebben plaatsgevonden.

WAT VINDT HET PANEL PRETTIGE BENADERINGSWIJZEN?

In de grafiek op de volgende pagina zie je welke benaderingswijzen als prettig tot zeer prettig worden beoordeeld op een vijfpuntsschaal. Daarbij vergelijken we juni 2020 met september 2018 en december 2016. Een aantal benaderingswijzen is in 2016 niet meegenomen en kunnen we daarom niet over drie jaar vergelijken. Dit zijn: online banners, sociale media en SMS/WhatsApp.





Figuur 4: Welke benaderingswijze wordt prettig tot zeer prettig bevonden? 2020 vergeleken met 2018 en 2016.

Wat als eerste opvalt is de algehele daling in de waardering van de verschillende benaderingswijzen. Zo gaat e-mail bijvoorbeeld van van 30% in 2016 naar 34% in 2018 naar 21% nu. Alleen de drie onderste methodes zijn licht gestegen. Zou dit betekenen dat mensen kritischer zijn geworden over benadering door goede doelen?

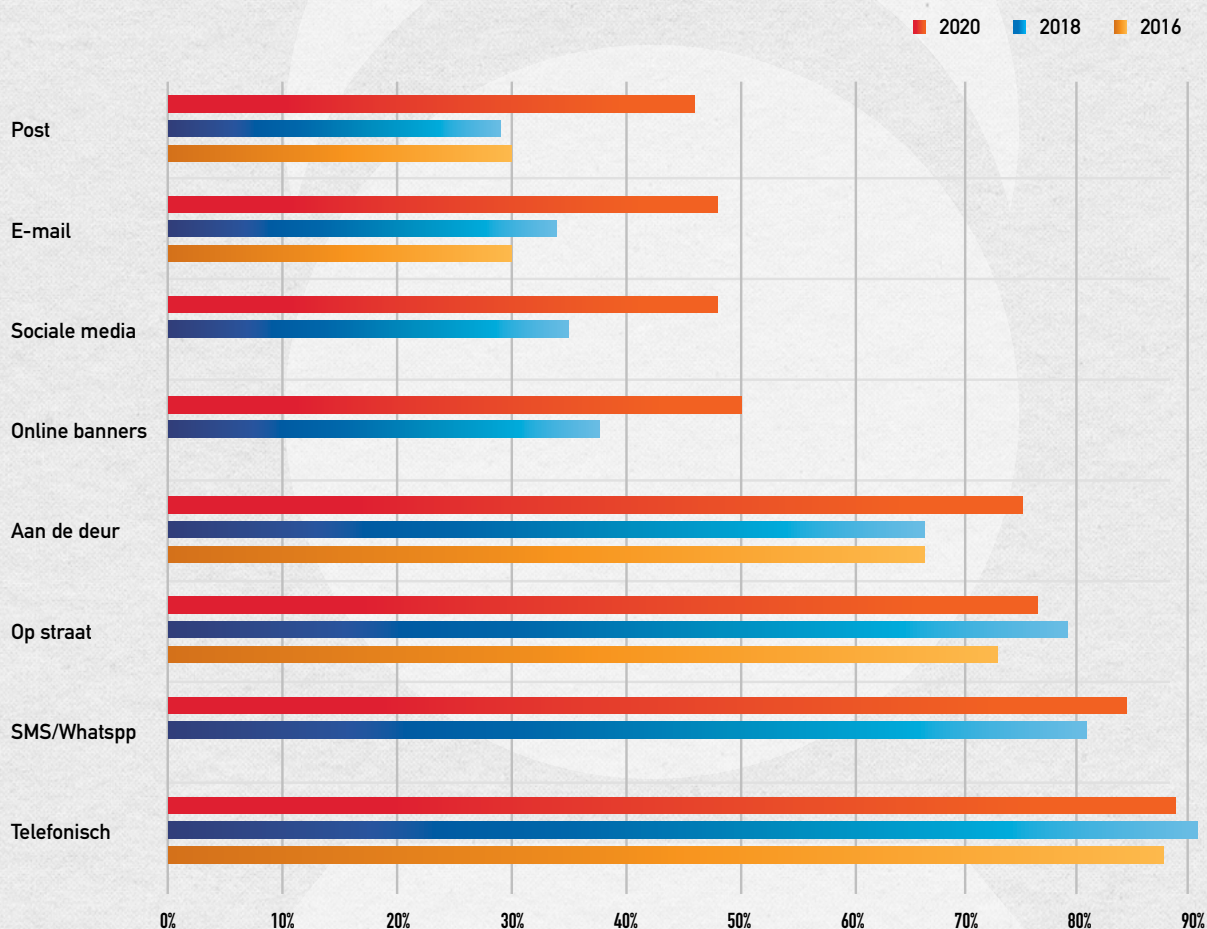
Als we onderscheid maken tussen mondelinge communicatie (telefonisch, op straat en aan de deur) en schriftelijke communicatie (de overige) is duidelijk dat mensen een grote voorkeur voor de laatste categorie hebben.

Vrouwen staan significant positiever tegenover het benaderen via e-mail, post en sociale media dan mannen. Andersom staan mannen positiever tegenover benaderd worden aan de deur en op straat dan vrouwen.

Wat zien we verder?

- Respondenten tot 39 jaar vinden het duidelijk prettiger dan 40-plussers om benaderd te worden via sociale media (30% vs. 11%), via online banners (27% vs. 8%) en via e-mail (27% vs. 17%).
- In tegenstelling tot voorgaande metingen over dit onderwerp zien we geen significant verschil tussen de leeftijdsgroepen als het gaat over de benadering per post. In alle leeftijdsgroepen geeft rond de 22% aan dit een prettige benaderingswijze te vinden.
- We zien dat 60-plussers sowieso een significant lagere waardering hebben voor 'online' (e-mail, banners en sociale media).

WAT VINDT HET PANEL ONPRETTIGE BENADERINGSWIJZEN?



Figuur 5: Welke benaderingswijze wordt onprettig tot zeer onprettig bevonden? 2020 vergeleken met 2018 en 2016.

De top-3 is hier onveranderd. Telefonisch benaderd worden staat nog steeds bovenaan met 89%. Op straat benaderd worden staat op de derde plek. De benaderingswijzen met direct persoonlijk contact lijken sowieso niet de voorkeur te hebben van onze panelleden. Op de tweede plek staat SMS/Whatsapp. Een mogelijke verklaring is dat mensen dit als privé-communicatie ervaren en niet willen dat goede doelen zich hierin mengen.

Als we kijken waar mensen als antwoord 'neutraal' invullen, valt op dat er een duidelijke tweedeling is. Bij e-mail, post, online banners en sociale media geeft rond de 32% van de mensen aan dat ze neutraal staan tegenover deze benaderingswijzen. Bij de overige benaderingswijzen is dit onder de 16% of lager. Mensen zijn blijkbaar veel explicieter als het gaat over deze benaderingswijzen.

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 goeddoelensector. De index van het donateursvertrouwen is qua methodiek afgeleid van het consumentenvertrouwen van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) en 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.

De metingen worden uitgevoerd door onderzoeksbureau Kien Onderzoek op basis van een voor Nederland representatief gecertificeerd panel van respondenten van 18 jaar en ouder.

Bekijk deze en alle voorgaande metingen en rapporten op www.wwav.nl/ndp.