



Het Nederlandse Donateurspanel

Het Nederlandse Donateurspanel van WWAV (onderdeel van Happy Horizon) wordt mede mogelijk gemaakt door het CBF, Toezichthouder Goede Doelen en is uitgevoerd door Kien.



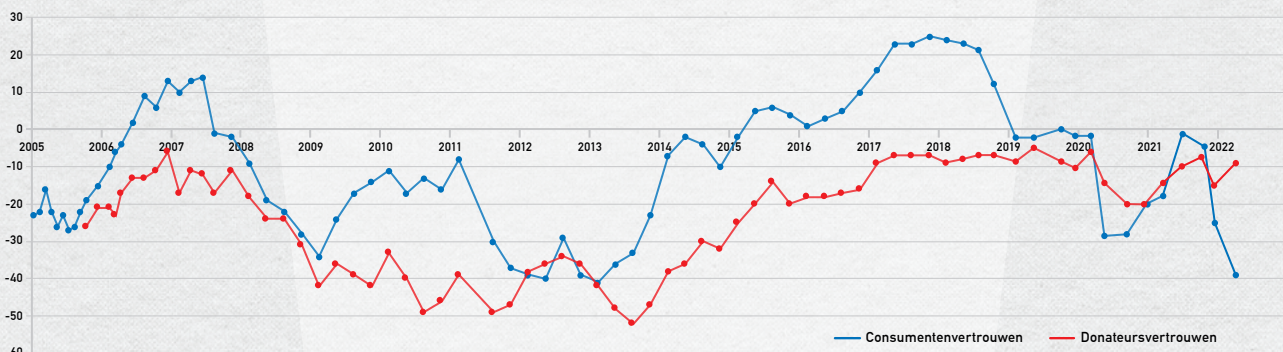
METING MAART 2022

DONATEURSVERTROUWEN OP HOOGSTE PUNT OOIT

Er gebeurde uitzonderlijk veel in het eerste kwartaal van 2022: oorlog in Oekraïne, inflatie, stijgende prijzen en een dalende koopkracht. Maar ook een Giro555-campagne die 150 miljoen opbrengt en een vrij plotselinge afschaffing van de coronamaatregelen. Welk effect had dit op het vertrouwen in goede doelen? En wat vinden mensen van de rol die goede doelen hebben gespeeld tijdens de coronacrisis?

Dat oorlog, inflatie, stijgende energieprijzen en dalende koopkracht niet goed zijn voor het *consumentenvertrouwen* zal niemand verbazen. Dat zakte in maart dan ook naar bijna het laagste niveau ooit: -39. Alleen in februari en maart 2013 lag het vertrouwen nog lager.

Het contrast met het donateursvertrouwen is groot. Dat komt in het eerste kwartaal uit op **-9**. Als we alleen naar de maand maart kijken, dan staat het zelfs op **0**. Dat is voor eerst sinds we het donateursvertrouwen meten. Vermoedelijk heeft dit te maken met de vele hulpacties die in het eerste kwartaal zijn opgezet, zowel door particulieren, kleine goededoelenorganisaties, het Christelijk Noodhulpcluster als door Giro555. Er lijkt veel bereidheid om in actie te komen en geld te geven. We zijn benieuwd hoe lang dit effect gaat aanhouden: zien we de komende maanden net zulke cijfers of is het een korte opleving?



Figuur 1: Ontwikkeling van donateurs- en consumentenvertrouwen 2005-2022

UITSPLITSING INDEXCIJFER

Een blik op de onderdelen van het indexcijfer (figuur 2) maakt duidelijk waar de verschuiving zit. Normaal gesproken zijn we in Nederland veel optimistischer over ons eigen geefgedrag dan over dat van anderen. In januari en februari is dit nog het geval, maar in maart verandert dat en zijn panelleden net zo positief over het eigen geefgedrag als over dat van de Nederlandse bevolking. Ook zijn ze in maart positiever over het eigen geefgedrag.



Figuur 2: Samenstelling donateursvertrouwen, januari en februari 2022 (links in grijze cirkel) vs. maart 2022 (rechts in witte cirkel). De samenstelling van de cijfers in de rode rij is het gemiddelde van de twee bijbehorende blauwe vragen. Het donateursvertrouwen wordt berekend door het gemiddelde van de vijf blauwe vragen te nemen.

GOEDE DOELEN EN TWEE JAAR CORONA

Corona is precies twee jaar in Nederland en gelukkig op zijn retour als het gaat over IC-opnames en maatregelen. Hoe ervaart het panel de rol van goededoelenorganisaties in deze crisis? Was die rol groot? En zijn goede doelen wel essentieel? We legden het panel vijf stellingen voor en vergeleken de antwoorden met die van een jaar geleden, toen we dezelfde stellingen voorlegden.

WAT HET MEEST OPVALT

- Slechts **17%** vindt dat goede doelen een cruciale, positieve rol hebben gespeeld tijdens de pandemie. Dat percentage is hetzelfde als vorig jaar.
- Vorig jaar waren **veertigers** het minst positief (9%), maar dat is gegroeid naar 28%. Deze groep is daarmee de meest positieve leeftijdsgroep.
- Op de vraag of goede doelen voldoende zichtbaar zijn geweest, zijn de meningen nog steeds **sterk verdeeld**.
- **18%** van de panelleden vindt dat goede doelen niet genoeg erkenning krijgen voor hun rol tijdens de coronacrisis. Dit was vorig jaar 25%. Opvallend: **19%** van de mensen geeft aan dit niet te weten of heeft er geen mening over.
- **22%** van de mensen zegt door de coronacrisis meer te beseffen dat goede doelen essentieel zijn voor de samenleving. Vorig jaar was dit nog 26%. Bij **veertigers** is dit percentage het hoogst (27%) en bij **dertigers** het laagst (11%). **Laagopgeleiden** zijn hier veel positiever over dan **hoogopgeleiden** (28% vs. 15%).
- **16%** van de panelleden is bereid geld te doneren om corona in andere landen tegen te gaan wanneer de crisis in Nederland op zijn einde loopt. Vorig jaar was dat nog 21%. Jongeren tot 30 jaar staan daar minder voor open dan ouderen vanaf 60 jaar (12% vs. 21%).

		Niet mee eens	Neutraal	Mee eens	Weet niet / geen mening
Goede doelen hebben een cruciale positieve rol gespeeld tijdens de coronacrisis in Nederland	2021	30%	36%	17%	18%
	2022	32%	35%	17%	15%
Goede doelen zijn voldoende zichtbaar geweest tijdens de coronacrisis	2021	31%	31%	30%	9%
	2022	28%	32%	32%	8%
Goede doelen in Nederland krijgen voldoende erkenning voor hun rol in de coronacrisis	2021	25%	40%	18%	17%
	2022	18%	40%	22%	19%
Door de coronacrisis ben ik meer gaan beseffen dat goede doelen essentieel zijn in onze samenleving	2021	34%	34%	26%	6%
	2022	39%	33%	22%	6%
Nu de coronacrisis in Nederland op zijn einde loopt, ben ik bereid te doneren om corona en de gevolgen daarvan in andere landen tegen te gaan	2021	37%	33%	21%	9%
	2022	43%	34%	16%	7%

Figuur 3: Stellingen over goede doelen en hun rol tijdens de coronacrisis

VAKANTIEGELD

We vroegen ons af of mensen (een deel van) hun jaarlijkse vakantiegeld willen besteden aan het geven van een extra gift aan een goed doel. 13% van het panel gaf aan geen vakantiegeld te ontvangen. Deze mensen zijn niet meegenomen in onderstaande cijfers.

	Ja	Nee
Ik geef mijn vakantiegeld vooral uit aan vakantie	47%	53%
Ik geef mijn vakantiegeld vooral uit aan andere dingen dan vakantie	52%	48%
Het krijgen van vakantiegeld is voor mij aanleiding om (extra) te geven aan goede doelen	7%	93%
Ik geef vrijwel altijd een deel van mijn vakantiegeld aan goede doelen	6%	94%
Ik geef vrijwel nooit aan goede doelen	40%	60%

Figuur 4: In hoeverre gelden deze uitspraken over vakantiegeld wel of niet voor u?

WAT HET MEEST OPVALT

- **Mannen** krijgen vaker vakantiegeld dan vrouwen (15% vs. 11%).
- **Vrouwen** geven hun vakantiegeld vaker uit aan andere dingen dan vakantie dan mannen (55% vs. 49%). Ze geven aan ook vaker te doneren aan goede doelen (63% vs. 56%).
- **Gezinnen met thuiswonende kinderen** geven hun vakantiegeld vaker uit aan vakantie dan huishoudens zonder thuiswonende kinderen (56% vs. 44%).

Op de vragen of mensen extra doneren of altijd een deel van hun vakantiegeld geven aan goede doelen reageert zo'n 7% positief. Dit zou voor goede doelen reden kunnen zijn om deze vraag in mei of juni te stellen aan hun donateurs. Tussen de leeftijdsgroepen zien we grote verschillen. Van mensen vanaf 60 jaar geeft 8% aan vrijwel altijd een deel van het vakantiegeld te doneren. Bij jongeren tot 30 jaar is dit slechts 4%.

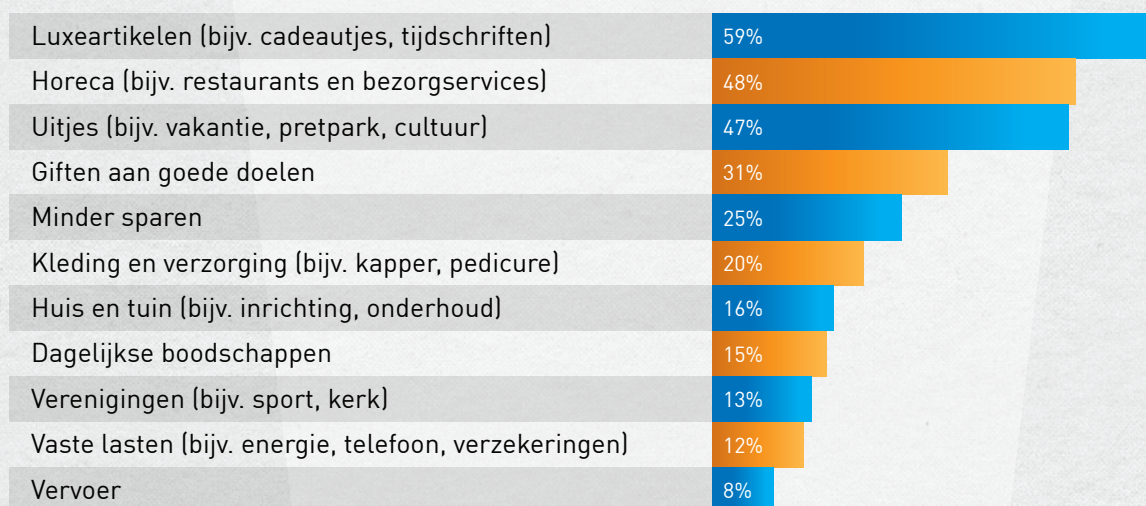
VERGELIJKING MET 2020

In vergelijking met 2020 is er een minimale verschuiving. Het grootste verschil is dat in 2020 nog 11% van de mensen aangeeft vrijwel altijd een deel van het vakantiegeld te doneren aan een goed doel, terwijl dat nu 6% is. Ook geven nu meer mensen aan nooit te doneren aan goede doelen (40% vs. 36%).

INFLATIE: WAAR GA JIJ OP BESPAREN?

De inflatie staat op het hoogste niveau sinds 1982. Vooral de energieprijzen schieten omhoog, maar ook voedselprijzen stijgen. Veel mensen willen of moeten besparen. Wij vroegen de panelleden wat hun top-3 van besparingen zou zijn als het echt moet, om zo te achterhalen in hoeverre men zou besparen op donaties.

Duidelijk is dat mensen niet als eerste willen besparen op vervoer. Slechts **8%** van de panelleden zet dit in de top-3. En hoewel er veel wordt geadverteerd met besparen op vaste lasten, zet maar 12% van de panelleden dit in hun top-3. Ook wil men liever niet op verenigingsleven besparen. Mensen geven aan het meest te gaan besparen op **luxeartikelen** als cadeautjes of tijdschriften. Deze categorie wordt ook het vaakst als eerste genoemd (21%), vooral door jongeren tot 30 jaar (26%).



*Figuur 5: De categorieën om op te besparen.
De cijfers representeren het aantal mensen dat de categorie in hun top-3 genoemd heeft.*

MEEST GENOEMD OP NUMMER 1

Als we alleen kijken naar wat mensen als eerste noemen, zien we de volgende top-5:

1. Luxeartikelen (bijv. cadeautjes, tijdschriften): 21%
2. Giften aan goede doelen: 18%
3. Horeca (bijv. restaurants en bezorgservices): 17%
4. Uitjes (bijv. vakantie, pretpark, cultuur): 13%
5. Minder sparen: 10%

MENSEN DIE DONEREN

We hebben ook gekeken specifiek bij mensen die aangeven weleens te doneren aan goede doelen. Daar is de situatie iets anders. We zien bijvoorbeeld dat **40%** van de giftgevers 'besparen op giften' in hun top-3 zet.

Als je alleen kijkt naar wat er als eerste wordt genoemd, staat geven aan goede doelen zelfs bovenaan. **26%** van de giftgevers zou als eerste hierop besparen.

Meest genoemd op nummer 1

1. Giften aan goede doelen: 26%
2. Luxeartikelen: 17%
3. Horeca: 15%
4. Uitjes: 13%
5. Minder sparen: 10%

Meest genoemd in top-3

1. Luxeartikelen: 53%
2. Uitjes: 46%
3. Horeca: 43%
4. Giften aan goede doelen: 40%
5. Minder sparen: 24%

WAT VERDER OPVALT

- **Jongeren tot 30 jaar** noemen veel minder vaak horeca als mogelijke besparingscategorie. 63% van hen zet dit niet in de top-3. Vanaf 60 jaar is dat 47%.
- 22% van de **dertigers** noemt de dagelijkse boodschappen als categorie in de top-3. Vanaf 60 jaar is dat 10%.
- Het verschil tussen **mannen en vrouwen** is niet groot. Maar bij de categorie Kleding en verzorging is het verschil het grootst: vrouwen kiezen deze categorie vaker (23% vs. 15%). Bij 'Minder sparen' is het andersom: mannen kiezen dit vaker dan vrouwen (28% vs. 22%).
- **Hogeropgeleiden** kiezen veel minder snel om te besparen op vervoer dan laagopgeleiden (4% vs. 11%).
- In **Zuid-Nederland** kiezen mensen er niet snel voor om te besparen op 'Dagelijkse boodschappen' (9%). Terwijl dit in Oost-Nederland 22% is.
- In **Noord-Nederland** kiest men minder vaak voor 'Minder sparen' dan in Zuid-Nederland (17% vs. 32%).

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 goededoelensector. De index van het donateursvertrouwen is qua methodiek afgeleid van het consumentenvertrouwen van het Centraal Bureau voor 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.