



Het Nederlandse Donateurspanel

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



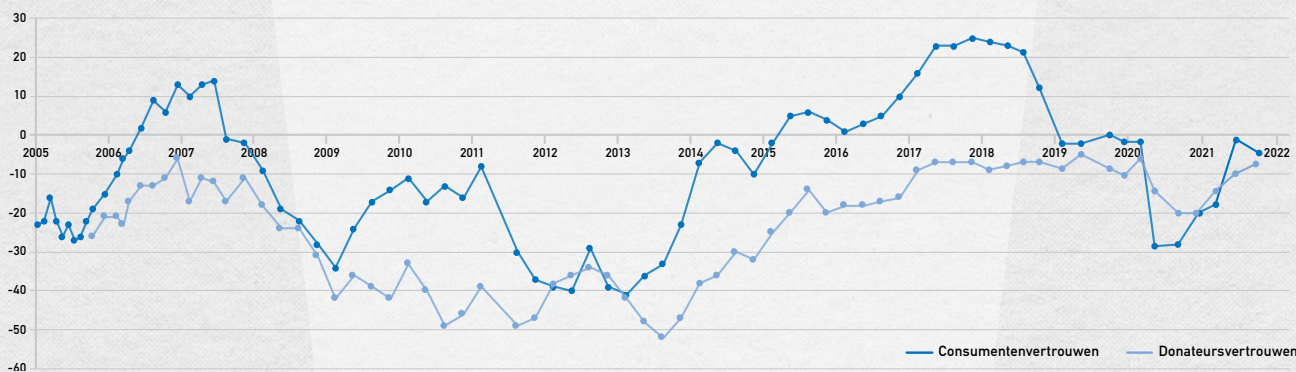
## METING SEPTEMBER 2021

Het donateursvertrouwen heeft in 2020 een flinke dip gehad. In het tweede kwartaal hebben we al gezien dat de dip voorbij is en we weer op het niveau zitten van begin 2017 (rond de -10). Hoe het vertrouwen zich sindsdien heeft ontwikkeld, leest u in dit rapport.

Naast de vraag naar het vertrouwen in goede doelen, stelden we de panelleden deze keer ook de vraag hoeveel vertrouwen ze hebben in instanties, en welke criteria belangrijk zijn bij de keuze voor een goed doel. Beide vragen vergelijken we met antwoorden uit het verleden. Tot slot vroegen we het panel wat ze terugverwachten na een gift van 10 en na een gift van 50 euro. Die verwachtingen vertonen interessante verschillen.

## DONATEURSVERTROUWEN STABIEL NA DIP

Het consumentenvertrouwen is in de maanden sinds juni behoorlijk stabiel. Het is van -3 in juni naar -5 in september gegaan. Het donateursvertrouwen is licht gestegen. In juni was het vertrouwen nog -10. Nu in september is dat **-8**. Hiermee kunnen we echt zeggen dat de dip waar het vertrouwen in zat voorbij is. Panelleden geven het vertrouwen dat ze hebben in goede doelen dit kwartaal een **7,1**. Dat is iets lager dan het vorige kwartaal (7,3).



Figuur 1: Ontwikkeling van donateurs- en consumentenvertrouwen 2005-2021

Een interessante vraag: is het vertrouwen **seizoensafhankelijk**? Als we kijken naar de indexcijfers van de afgelopen 10 jaar en die cijfers vergelijken met de jaargemiddelden zien we dat september de meest 'optimistische' maand is. Gemiddeld ligt in het 3e kwartaal het vertrouwen ruim een half punt hoger dan in de andere maanden. In december is het vertrouwen het laagst, gemiddeld zelfs een half procentpunt lager dan in de rest van het jaar. We hebben nog niet onderzocht waardoor dit komt. We kunnen ons voorstellen dat bijvoorbeeld een lagere mediadruk in de zomer een effect zou kunnen hebben. Wellicht zijn mensen in de zomer sowieso optimistischer dan aan het begin en eind van de winter.

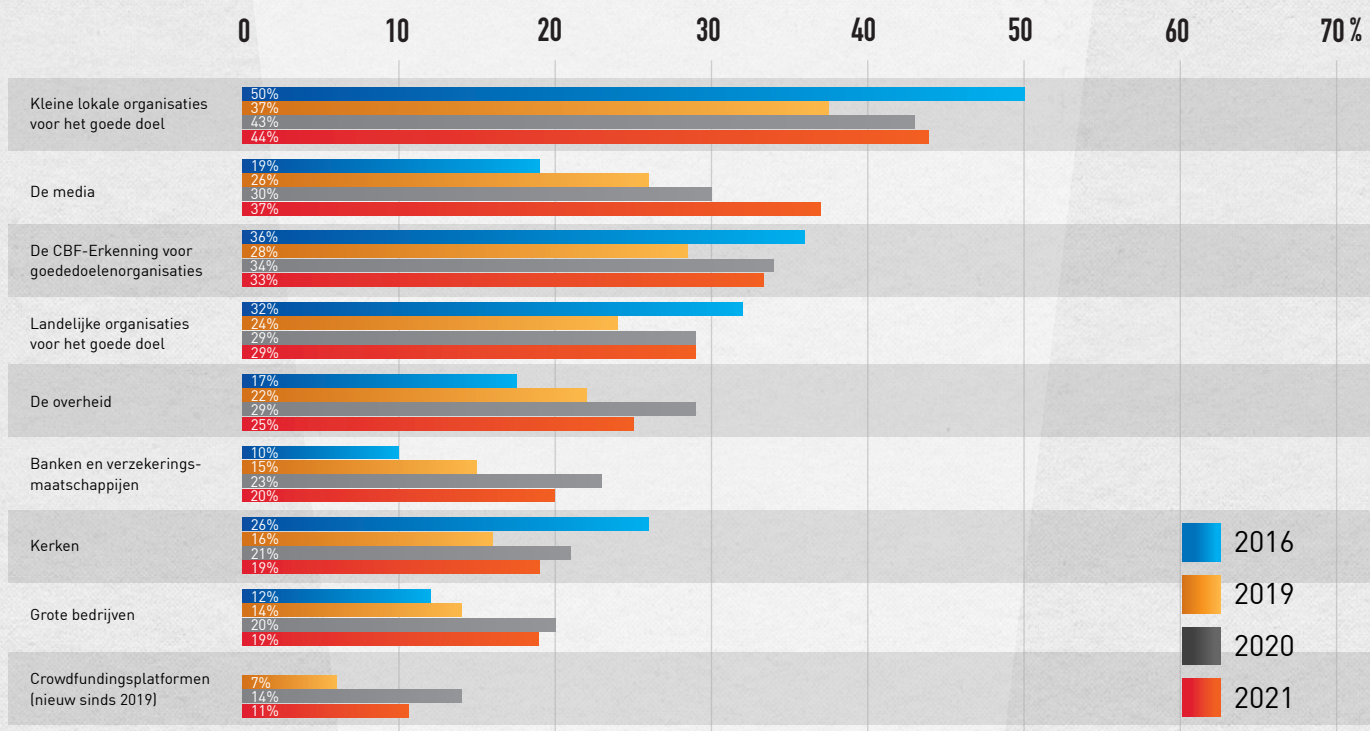
Maart	Juni	September	December
-0,43	0,17	0,57	-0,48

Figuur 2: Gemiddelde afwijking van jaargemiddelde donateursvertrouwen per kwartaal december 2011 – september 2021

## VERTROUWEN IN INSTANTIES

Elk jaar meten we naast het donateursvertrouwen ook het vertrouwen in bepaalde instanties, zoals kleine goede doelen, de media en grote bedrijven. Deze vraag werd voor het eerst in 2005 gesteld en daarna vrijwel elk jaar opnieuw. We leggen de resultaten naast elkaar.

We stellen het panel de vraag hoeveel vertrouwen zij hebben in de verschillende instanties. In onderstaande grafiek is per jaar weergegeven hoe groot het percentage is dat ruim voldoende tot veel vertrouwen heeft in instanties.



Figuur 3: Percentage voldoende tot veel vertrouwen in instanties door de jaren heen

## WAT WE ZIEN

- In vergelijking met vorig jaar is over de hele linie geen sprake van een grote verschuiving. Wel is het vertrouwen in de **media** opvallend gestegen: het percentage mensen dat aangeeft voldoende tot veel vertrouwen te hebben is gestegen van 30% naar 37%.
- In 2020 hadden **vrouwen** over het algemeen meer vertrouwen in instanties. In 2021 is dat niet zo en hebben mannen meer vertrouwen. Gemiddeld zijn per instantie 28% van de mannen positief, tegenover 26% van de vrouwen. Daar staat tegenover dat mannen net iets vaker uitgesproken geen vertrouwen hebben in instanties (11,5 vs. 10,8%).
- Vertrouwen neemt af met de **leeftijd**. Van de jongeren tot 30 is gemiddeld 33% van de panelleden positief over een instantie. Bij ouderen vanaf 60 is dit percentage 24%.
- Vertrouwen neemt toe wanneer mensen **hoger opgeleid** zijn. Daar is het gemiddelde vertrouwen 33%. Bij middelhoogopgeleide panelleden is dat 27%. Bij laagopgeleiden is dat 21%.

## VERTROUWEN PER INSTANTIE

Als we kijken naar de instanties waar mensen geen vertrouwen te hebben, komen we tot de volgende top-5. Mensen hebben geen vertrouwen in:

1. Kerken: 29%
2. Crowdfundingsplatformen: 16%
3. Overheid: 16%
4. Banken en verzekeringsmaatschappijen: 10%
5. Grote bedrijven: 9%

De **kerken** steken hier dus flink bovenuit. Mannen zijn hierin nog iets negatiever dan vrouwen (31 vs. 27%). Dertigers zijn het meest negatief (33%), 60-plussers het minst (27%). Laagopgeleiden zijn veel negatiever dan hoogopgeleiden (32 vs. 23%).

Rond **Prinsjesdag** publiceerde I&O Research een onderzoek<sup>1</sup> naar het vertrouwen in de overheid. Uit deze meting kwam dat 42% heel veel tot tamelijk veel vertrouwen en 15% geen vertrouwen heeft in de overheid. In ons onderzoek is het percentage vertrouwen met 25% nog een stuk lager. Onze 16% geen vertrouwen komt goed overeen met I&O Research.

Als we kijken naar de subgroepen binnen het **vertrouwen in de overheid** valt op dat vijftigers het minst vertrouwen hebben: 22% geeft aan geen vertrouwen te hebben. Jongeren tot 30 en ouderen vanaf 60 zijn veel milder (resp. 12% en 13%). Een nog groter verschil zien we bij hoog- en laagopgeleiden: 9% vs. 22%.

<sup>1</sup> <https://www.ioresearch.nl/actueel/vertrouwen-in-kabinet-en-overheid-en-kaag-afgenomen/>

# CRITERIA BIJ HET KIEZEN VAN EEN GOED DOEL

We vroegen aan het panel op basis van welke overwegingen ze een donatie doen aan een goed doel. Dit was een open vraag. De antwoorden zijn gecategoriseerd om een overzicht te krijgen.

	Totaal 2020	Totaal 2021
<b>Bestedingsdoel</b> (waar vraagt men geld voor?)	67%	67%
<b>Overheadkosten</b> (directeurssalaris, reclame, huisvesting etc.)	35%	32%
<b>Transparantie</b> (is het goede doel eerlijk en deelt het de resultaten?)	19%	32%
<b>Betrouwbaarheid</b> (kan ik het goede doel vertrouwen? Heeft het een CBF-Erkenning?)	22%	30%
<b>Impact</b> (heeft een donatie effect / wordt het goed besteed?)	29%	23%
<b>Merk</b> (voorkeur voor een specifiek goed doel of de meerwaarde van een bekende organisatie)	26%	17%
<b>Betaling</b> (hoe makkelijk is het om te doneren, is het eenmalig en zit ik nergens aan vast?)	7%	12%
<b>Nederland / lokaal</b> (voorkeur voor goede doelen met doelbesteding in Nederland of in de buurt)	9%	10%
<b>Persoonlijk</b> (heb ik iets met het onderwerp of het doel?)	8%	9%
<b>Organisatie-eigenschappen</b> (is het doel echt, sympathiek, innovatief etc.?)	8%	8%
<b>Noodzaak</b> (is het doel wel urgent?)	9%	5%
<b>Grootte</b> (voorkeur voor kleine organisaties)	2%	5%
<b>Duurzaamheid</b> (let het goede doel op het langdurige, duurzame effect?)	2%	3%
<b>Grondslag</b> (is het doel bv. christelijk of humanistisch?)	3%	3%
<b>Algemeen belang</b> (dient de organisatie een breed genoeg doel?)	4%	2%
<b>Gevoel</b> (voelt het goed om te doneren?)	4%	1%
<b>Land</b> (voorkeur voor een specifiek land buiten NL)	2%	1%
<b>Werkwijze</b> (voorkeur voor een specifieke werkwijze)	1%	1%
<b>Overig</b> (antwoorden zijn niet te categoriseren)	13%	10%

*Figuur 4: Stel, u zou overwegen om een donatie te doen aan een goed doel. Welke drie dingen vindt u dan het belangrijkste? (open vraag)*

**67%** van de respondenten geeft (uiteraard) het **bestedingsdoel** als criterium: wat of wie help ik met mijn gift? Hierin zitten ook de antwoorden van mensen die een specifiek onderwerp als antwoord geven, zoals kinderen, kankerbestrijding of armoede.

De vorige keer stond **overheadkosten** nog op de tweede plaats, nu staat daar **transparantie**. De vorige keer was overheadkosten voor 19% van de panelleden nog belangrijk bij hun keuze, nu is dat **32%**. Antwoorden in deze categorieën zijn 'Open en inzichtelijk zijn', 'Dat je kan zien waar het heen gaat' en 'Eerlijk en open'.

Dat neemt niet weg dat **overheadkosten** door het panel nog steeds erg belangrijk gevonden wordt. **32%** van de leden geeft dit als één van de onderwerpen. Woorden als strijkstok en bonus worden hier gebruikt.

Na de top-3 komt **betrouwbaar** met 30%. Dit wordt door het panel ook omschreven als vertrouwen, eerlijk of integer. Ook geeft een deel van het panel in deze categorie aan de CBF-Erkenning of de ANBI-status belangrijk te vinden.

Als vijfde vindt het panel **impact** belangrijk. Is de donatie effectief en helpt het daar waar het nodig is?

## VERSCHUIVINGEN

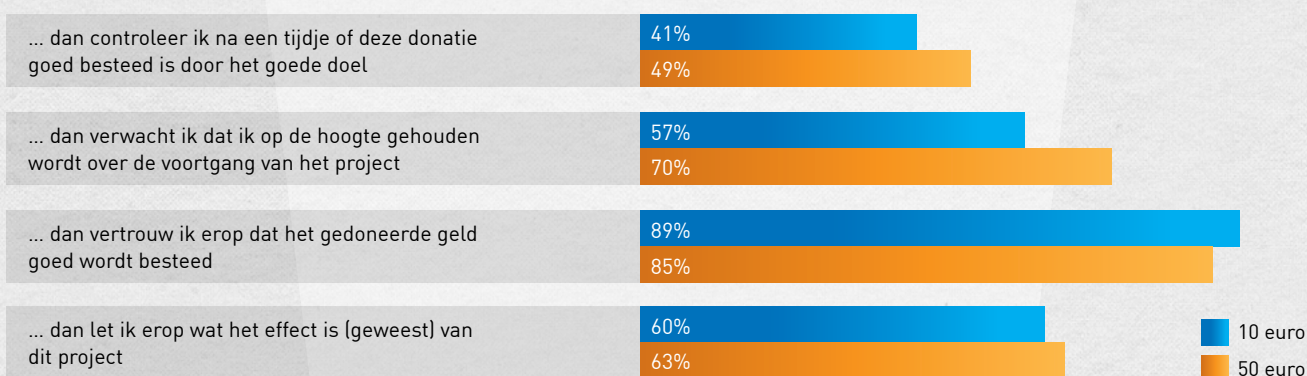
Als we deze meting vergelijken met vorig jaar valt op:

- **Transparantie** wordt veel vaker genoemd dan vorig jaar. Daarna is **betrouwbaar** de grootste groeier: van 22 naar 30%.
- Panelleden noemen veel minder vaak het **merk** als criterium. Waar vorig jaar nog 26% van de panelleden zegt dit belangrijk te vinden, is dat nu nog **17%**.

## TERUGKOPPELING

We hebben aan het panel gevraagd in hoeverre zij iets verwachten van het goede doel bij een donatie. Het panel is in tweeën gesplitst: de helft kreeg de vraag of ze zich wilden voorstellen 10 euro te geven, de andere helft 50 euro. Zit er verschil in verwachting bij een laag of een hoger giftbedrag?

### Als ik een donatie heb gedaan aan een specifiek project van een goed doel ...



Figuur 5: Stelt u zich voor dat u een donatie van 10 / 50 euro doet aan een specifiek project van een goed doel. In hoeverre gelden onderstaande uitspraken over het doen van deze donatie dan voor u?

Er is duidelijk een relatie tussen de verwachtingen rond de terugkoppeling en de gifthoogte. Mensen die een lager bedrag geven (in dit geval 10 euro) doen dat makkelijker en verwachten er minder voor terug. Bij een bedrag van 50 euro willen meer mensen terugkoppeling en controleren ze vaker of de gift effect heeft gehad.

- Bijna de helft van de mensen zegt te controleren of de donatie goed besteed is door het goede doel. Dan is het ook belangrijk dat die mogelijkheid gegeven wordt door het goede doel op de website of in een terugkoppeling. Bij een hoger bedrag hebben nog iets meer mensen die behoefte.
- Bij de vraag over terugkoppeling van het goede doel zelf zien we het grootste verschil tussen de twee groepen. Bij 10 euro verwacht 57% van de mensen op de hoogte gehouden te worden, bij 50 euro is dat 70%.
- Er is best veel vertrouwen dat een gegeven donatie goed wordt besteed. 87% van de panelleden geeft dit aan. Op die specifieke vraag is het verschil tussen 10 en 50 niet groot.
- Ook bij de vraag of mensen opletten wat het effect is van het project zit weinig verschil tussen de twee groepen. 6 op de 10 mensen geeft aan hier op te letten.

## VERDER VALT OP

- **Mannen** zijn kritischer dan vrouwen. 48% van de mannen (van de twee groepen 10 en 50 euro samen) geeft aan te controleren of de donatie goed besteed wordt tegenover 42% van de vrouwen.
- Een nog groter verschil zien we bij de verschillende leeftijden. Van de **jongeren tot 30 jaar** geeft 49% aan het effect te controleren. De **dertigers** controleren dat het minst: 32%.
- Bij opleidingsniveau zit ook een groot verschil. Van de **middelhoog opgeleide panelleden** verwacht 57% op de hoogte te worden gehouden over het resultaat hun gift. Van **laagopgeleiden** is dat 69%.

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 goedbedoelensector. 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](http://www.wwav.nl/ndp).**