



Het Nederlandse Donateurspanel

Het Nederlandse Donateurspanel van WWAV (onderdeel van Happy Horizon) wordt mede mogelijk gemaakt door het CBF, Toezicht op goetdoen en is uitgevoerd door Kien.



METING SEPTEMBER 2022

Het donateursvertrouwen stond begin dit jaar historisch hoog (met een recordhoogte in maart), maar zakte in het tweede kwartaal al iets. Gezien het historisch lage consumentenvertrouwen, een recessie en meerdere crises (energiecrisis, klimaatcrisis, stikstofcrisis) was de vraag: hoe ontwikkelt het donateursvertrouwen zich in dit derde kwartaal van 2022?

Behalve naar hun vertrouwen vroegen we het panel ook naar hun mening over privacy: weten donateurs hoe het met hun persoonsgegevens zit? Verder vroegen we, zoals ieder jaar in september, naar het vertrouwen in instanties. En we onderzochten of mensen zich gewaardeerd voelen door de goede doelen die ze steunen.

DONATEURSVERTROUWEN ZAKT VERDER TERUG

Afgelopen juni was het **consumentenvertrouwen** op het laagste punt ooit: -50. Dat is dit kwartaal verder gedaald naar een nieuw laagste punt ooit: **-59**.

Het **donateursvertrouwen** volgt deze trend, al is het wel op een flinke afstand. In het tweede kwartaal was het vertrouwen gezakt naar -12. Nu is dat **-25**. Ook nu zien we dat het vertrouwen iedere maand iets zakt. Als je inzoomt op maandniveau wordt dat duidelijk: juli, -17, augustus -25 en september -30. Als we naar de subvragen van het donateursvertrouwen kijken, zien we dat het dalende cijfer vooral komt doordat 62% van de panelleden verwacht dat Nederlanders in de komende twaalf maanden minder aan goede doelen gaan geven, tegenover 7% die verwacht dat het meer zal zijn. Ook geeft 20% van de panelleden aan te verwachten zelf minder te gaan doneren, tegenover 5% die verwacht meer te geven.



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

GA JE DONEREN?

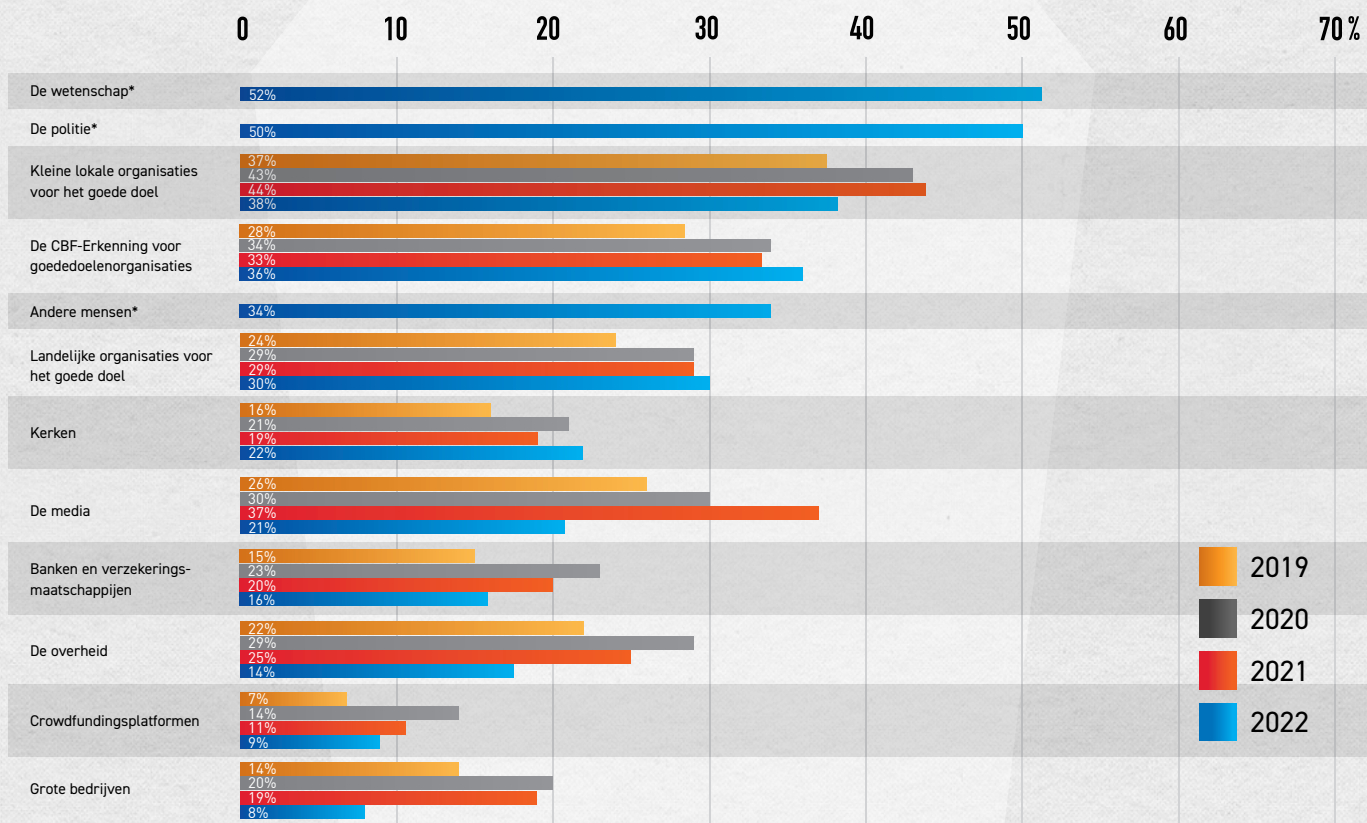
Ieder kwartaal vragen we mensen of ze verwachten aankomend jaar geld te gaan doneren aan een goed doel. Als we daar de antwoorden in drie categorieën indelen (onwaarschijnlijk, misschien en waarschijnlijk) zien we dat er afgelopen kwartaal positiever is geantwoord dan een kwartaal geleden.

	Onwaarschijnlijk (0-3)	Misschien (4-6)	Waarschijnlijk (7-10)	Gemiddeld
december 2021	19%	24%	58%	7,4
maart 2022	19%	23%	58%	7,4
juni 2022	22%	24%	54%	7,2
september 2022	21%	23%	56%	7,2

Figuur 2: Hoe waarschijnlijk is het dat u de komende 12 maanden aan goede doelen zult geven (0 = 'zeer onwaarschijnlijk' en 10 = 'zeer waarschijnlijk').

VERTROUWEN IN INSTANTIES

Bij de september-meting vragen we traditiegetrouw ook hoeveel vertrouwen men heeft in instanties. We hebben de resultaten van 2019 tot nu naast elkaar gelegd. We hebben drie nieuwe 'instanties' toegevoegd: de wetenschap, politie en andere mensen om zo een breder beeld te krijgen van het vertrouwen dat mensen hebben.



Figuur 3: Percentage ruim voldoende tot veel vertrouwen in instanties door de jaren heen (* nieuw sinds 2022)

WAT WE ZIEN

- Het vertrouwen in instanties in het algemeen is gedaald. In de negen instanties die we zowel dit jaar als vorig jaar noemden is het vertrouwen gemiddeld gedaald van ruim 26% naar krap 22%.
- Een aantal instanties gaan tegen deze trend in en staan op het hoogste punt van de afgelopen vier jaar. Dit zijn **CBF-Erkenning voor goede doelen** (8 procentpunt hoger dan 2019), **Landelijke goede doelen** (6 procentpunt hoger dan 2019) en **kerken** (4 procentpunt hoger dan 2019).
- **De media** zijn het hardst gedaald, van 37% vorig jaar naar 21% nu.
- De nieuw toegevoegde instanties scoren hoog op vertrouwen. Van alle instanties worden de **wetenschap en de politie** het meest vertrouwd.

- **Mannen en vrouwen** verschillen flink als het gaat om vertrouwen. Bij iedere categorie scoren mannen hoger dan vrouwen en ze scoren gemiddeld 4 procentpunt per instantie hoger. Het grootste verschil is te zien bij het vertrouwen in de media: 28% van de mannen tegenover 15% van de vrouwen heeft daar vertrouwen in.
- Bij iedere leeftijdsgroep valt er iets op:
 - **De jongeren tot 30 jaar** hebben veel vertrouwen in het CBF-keurmerk. 51% van de jongeren heeft er vertrouwen in tegenover 36% gemiddeld. Ook in de wetenschap is bovengemiddeld veel vertrouwen (62% vs. 52% gemiddeld). In kerken is weinig vertrouwen (12% vs. 22% gemiddeld).
 - Bij de **dertigers** valt op dat ze beduidend minder vertrouwen hebben in landelijke goede doelen (20% vs. 30% gemiddeld).
 - **Veertigers** hebben bovengemiddeld veel vertrouwen in kerken (31% vs. 22% gemiddeld) en in kleine, lokale goede doelen (46% vs. 38% gemiddeld).
 - **Vijftigers** hebben minder vertrouwen in het CBF-keurmerk (29% vs. 36% gemiddeld).
 - **Ouderen vanaf 60 jaar** hebben opvallend weinig vertrouwen in de media (13% vs. 21% gemiddeld) en in de wetenschap (41% vs. 50% gemiddeld).
- **Hogeropgeleiden** hebben veel meer vertrouwen in andere mensen (46% vs. 24%) en de wetenschap (75% vs. 37%) dan lageropgeleiden. In het algemeen hebben hogeropgeleiden veel meer vertrouwen in instanties vergeleken met de andere twee groepen: 35% gemiddeld tegenover 25% bij de middelhoogopgeleiden en 23% bij de lageropgeleiden.

HOE BELEVEN DONATEURS HUN PRIVACY BIJ GOEDE DOELEN?

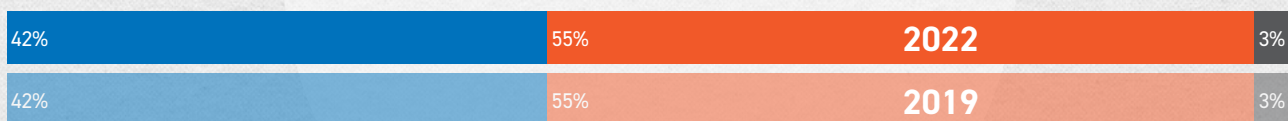
We legden het panel ook enkele stellingen voor over hun persoonsgegevens en privacy in relatie tot goede doelen die zij steunen en die zij niet steunen. Deze vraag stelden we ook drie jaar geleden, vlak na de invoering van de AVG. Wij vroegen ons af of de mening van het panel de afgelopen drie jaar is veranderd.

NB: Bij de genoemde percentages bij de stellingen waarbij gevraagd wordt naar een goed doel dat gesteund wordt, zijn de mensen die geen goed doel steunen uitgesloten.

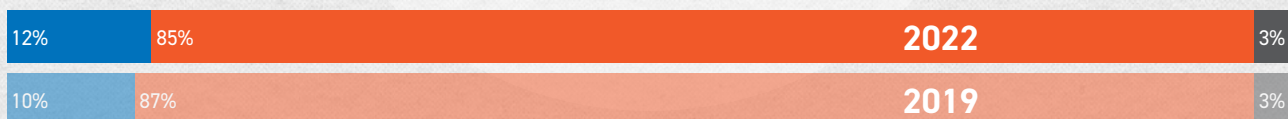
JA
NEE
WEET NIET / GEEN MENING

STELLING 1

Stel: een goed doel dat u steunt benadert u per post, e-mail of telefoon. Is het u duidelijk hoe zij aan uw gegevens komen?



Stel: een goed doel dat u *niet* steunt benadert u per post, e-mail of telefoon. Is het u duidelijk hoe zij aan uw gegevens komen?

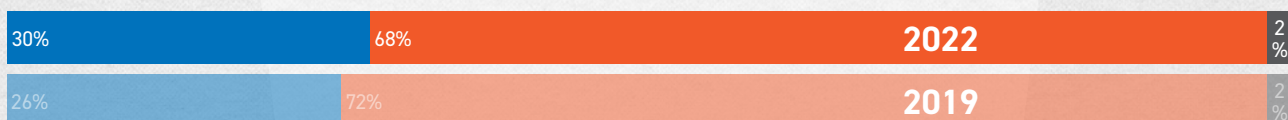


Voor iets meer dan de helft van de respondenten is het niet duidelijk hoe een goed doel dat zij steunen aan hun gegevens komt (55%). Dit is gelijk aan 2019. Het is een opvallend hoog cijfer aangezien mensen op een bepaald moment bij het steunen hun adresgegevens hebben achtergelaten.

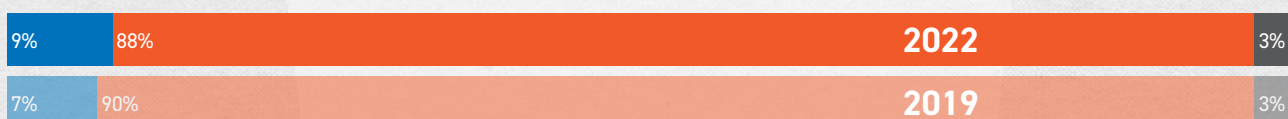
Bij een goed doel dat zij niet steunen, is dit voor een grote meerderheid van de respondenten onduidelijk (85%). Dit is iets lager dan in 2019 (87%). Ook dit percentage is opmerkelijk hoog. Want sinds de AVG van kracht is, zijn goede doelen bij 'koude' benadering verplicht om te melden waarom een persoon wordt benaderd en waar de gegevens vandaan komen.

STELLING 2

Stel dat een goed doel dat u steunt u benadert per post, e-mail of telefoon, weet u dan welke persoonsgegevens er van u bekend zijn bij het goede doel?



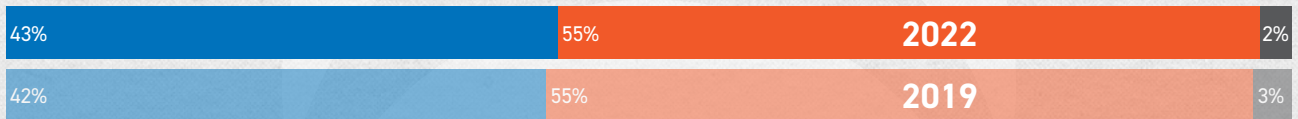
Stel dat een goed doel dat u *niet* steunt u benadert per post, e-mail of telefoon, weet u dan welke persoonsgegevens er van u bekend zijn bij het goede doel?



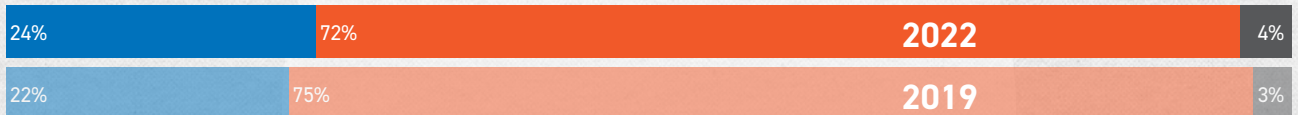
68% van de panelleden weet niet over welke persoonsgegevens een goed doel dat zij steunen beschikt. Met het recht van inzage in persoonsgegevens (onderdeel van de AVG) in het achterhoofd is dit een hoog percentage. Het is wel iets lager dan in 2019 (72%). Bij 'koude' benadering (door een goed doel dat zij dus niet steunen) geldt dit zelfs voor 88% van de respondenten. In 2019 was dit 90%.

STELLING 3

Stel dat een goed doel dat u steunt u benadert per post, e-mail of telefoon, is het u dan duidelijk hoe u zich kunt uitschrijven/uw persoonsgegevens kunt laten verwijderen?



Stel dat een goed doel dat u *niet* steunt u benadert per post, e-mail of telefoon, is het u dan duidelijk hoe u zich kunt uitschrijven/uw persoonsgegevens kunt laten verwijderen?



55% van de respondenten weet niet hoe zij zich moeten uitschrijven bij een goed doel dat zij steunen. Dit is wel lager dan in 2019 (58%). Opvallend is dat wanneer gezocht wordt naar een specifiek goed doel op Google, er bij veel goede doelen in de automatische zoeksuggesties de optie opzeggen verschijnt, zoals hier bij Artsen zonder Grenzen:

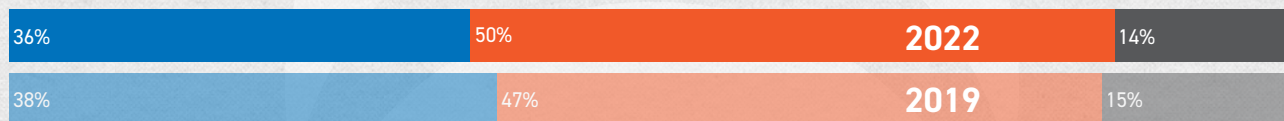


Figuur 4: voorbeeld van automatische zoeksuggesties van Artsen zonder Grenzen (als willekeurig voorbeeld van een goed doel waarbij geldt dat 'opzeggen' als eerst wordt getoond)

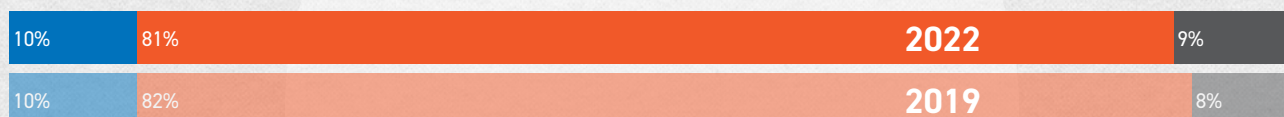
Bij goede doelen die de panelleden niet steunen is het zelfs voor 72% van de respondenten onduidelijk hoe zij zich kunnen beroepen op het recht van verzet. Dankzij dit recht kan een consument voorkomen dat een bedrijf nogmaals contact zoekt en moet het bedrijf ook de gegevens uit hun bestand verwijderen.

STELLING 4

Stel dat een goed doel dat u steunt u benadert per post, e-mail of telefoon, heeft u dan het gevoel dat het goede doel zorgvuldig omgaat met uw privacy?



Stel dat een goed doel dat u *niet* steunt u benadert per post, e-mail of telefoon, heeft u dan het gevoel dat het goede doel zorgvuldig omgaat met uw privacy?



36% van de panelleden heeft het gevoel dat er zorgvuldig met hun privacy wordt omgegaan als zij worden benaderd door een goed doel dat zij steunen. 50% van de panelleden heeft dat gevoel niet. Hier is voor goede doelen wellicht werk aan de winkel. Een opvallend hoog percentage van 14% van de panelleden geeft aan het antwoord niet te weten, een stuk hoger dan bij de eerste drie stellingen.

Bij goede doelen die de panelleden **niet** steunen is dit percentage nog een stuk lager. Slecht 1 op de 10 panelleden heeft vertrouwen dat dit goede doel goed is omgegaan met hun privacy.

WAT VERDER OPVALT

- Over de vier stellingen genomen hebben **mannen** iets meer vertrouwen in goede doelen wat betreft privacy dan vrouwen.
- De verschillen per leeftijdscategorie zijn opvallend klein. Een uitzondering is dat het voor **jongeren tot 30 jaar** veel duidelijker is hoe zij zich uit moeten schrijven bij een goed doel dat zij steunen (57% weet hoe dit moet) dan voor veertigers (36%) of ouderen vanaf 60 jaar (38%).
- De verschillen tussen de verschillende opleidingsniveaus zijn ook klein bij de eerste drie stellingen. Bij de laatste stelling over hoe goede doelen die zij steunen omgaan met hun privacy is er veel meer vertrouwen bij **hogeropgeleiden** dan bij lageropgeleiden (43% vs. 30%).

WAARDERING VAN GOEDE DOELEN

Voelen donateurs zich gewaardeerd door de goede doelen die ze steunen? We legden het donateurspanel vijf stellingen voor. Belangrijk om te vermelden is dat deze vraag alleen gesteld is aan mensen die aangeven wel eens te doneren.

EENS

ONEENS

NEUTRAAL /
GEEN MENING

STELLING 1

Ik voel mij gewaardeerd door de goede doelen die ik steun



Het meest opvallende is dat de helft van de donateurs niet kan aangeven of ze zich gewaardeerd voelen. Het is niet onderzocht waarom, maar het kan ermee te maken hebben dat mensen het lastig vinden omdat het voor hen verschilt per goed doel. Misschien hebben veel panelleden er nog nooit over nagedacht of vinden ze waardering door goede doelen niet zo belangrijk.

Van de mensen die wel een mening hebben vormen degenen die zich gewaardeerd voelen een meerderheid t.o.v. mensen die zich niet gewaardeerd voelen (36% vs. 14%).

We zien verschillen bij leeftijdsgroepen: **jongeren tot 30 jaar** geven vaker aan dat ze zich niet gewaardeerd dan ouderen vanaf 60 jaar (20% vs. 10%). **Hoger opgeleide** panelleden voelen zich meer gewaardeerd dan lager opgeleide (39% vs. 28%).

STELLING 2

Wanneer ik een klein bedrag geef aan een goed doel dan voel ik mij net zo gewaardeerd als wanneer ik een groot bedrag zou geven



De meerderheid van de mensen geeft aan dat de hoogte van hun gift geen invloed heeft op de gevoelde waardering. 1 op de 8 panelleden ervaart dat anders en vindt dat er meer waardering is wanneer er een groter bedrag wordt gegeven.

Ouderen vanaf 60 jaar voelen zich onafhankelijk van de gifhoogte het meest gewaardeerd, jongeren tot 30 jaar het minst (65% vs. 38%). **Middelhoog opgeleide** panelleden voelen zich ook bij een kleine gift meer gewaardeerd dan hogeropgeleide panelleden (60% vs. 48%).

STELLING 3

Ik word regelmatig bedankt door de goede doelen die ik steun



Op deze stelling verschillen de meningen sterk. Een ruim kwart van de mensen wordt niet regelmatig bedankt door de goede doelen die ze steunen. Ongeveer 1 op de 3 panelleden heeft het idee dat ze wel regelmatig worden bedankt. Ook hier antwoordt een groot deel van het panel neutraal of geen mening.

Mensen in **West-Nederland** hebben meer het idee bedankt te worden door goede doelen dan mensen in Zuid-Nederland (35% vs. 23%).

STELLING 4

De communicatie die ik krijg van goede doelen die ik steun, zorgt ervoor dat ik mij meer betrokken voel bij het goede doel



1 op de 5 donateurs geeft aan dat de communicatie van goede doelen er niet voor zorgt dat zij zich meer betrokken voelen bij het goede doel. Bij 1 op de 3 donateurs is dat wél het geval. Ook bij deze stelling kiest een groot deel van het panel 'neutraal' of 'geen mening'.

Ouderen vanaf 60 jaar zijn het veel meer eens met deze stelling dan vijftigers (39% vs. 27%).

STELLING 5

Goede doelen maken mij duidelijk dat ze niet zonder de steun van donateurs zouden kunnen bestaan



Veel panelleden zijn het eens met de stelling. Blijkbaar zijn goede doelen goed in staat om de noodzaak van donaties duidelijk te maken. 1 op de 11 donateurs geeft aan dat dit niet duidelijk gemaakt wordt.

Ouderen vanaf 60 jaar ervaren meer dat goede doelen niet zonder steun van donateurs kan dan jongeren tot 30 jaar (67% vs. 52%).

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.