



Het Nederlandse Donateurspanel

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



METING DECEMBER 2020

Hoe ontwikkelt het donateursvertrouwen zich na de daling van de afgelopen twee metingen, onder invloed van de coronacrisis? Naast het donateursvertrouwen zijn we geïnteresseerd of en hoe het geefgedrag van het panel veranderd is en wat de panelleden belangrijk vinden voor 2021. Daarnaast zijn we benieuwd hoe het donateurspanel tegen goede doelen op social media aankijkt. Dat hebben we vergeleken met de antwoorden op dezelfde vraag uit 2015 en 2017.

DALING DONATEURSVERTROUWEN EINDIGT

Het donateursvertrouwen eindigt in december, net als afgelopen september, op -20. Daarmee lijkt de daling van het vertrouwen gestopt. Het consumentenvertrouwen is afgelopen maanden langzaam omhooggegaan en komt in december, net als het donateursvertrouwen, uit op -20.



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

Interessant is om te kijken naar het verschil tussen mannen en vrouwen. Bij de mannen valt het op dat ze in deze meting positiever zijn dan vrouwen. Het donateursvertrouwen bij mannen komt uit op -17 tegenover -23 bij vrouwen. In september was dit nog andersom (-21 vs. -19). Het grootste verschil tussen mannen en vrouwen in december is het antwoord op de vraag: "Denk je dat Nederlanders in de afgelopen 12 maanden meer of minder zijn gaan doneren?" Bij de mannen geeft 38% aan dat ze verwachten dat dit meer of hetzelfde zal zijn. Bij de vrouwen geeft 28% dit aan.

De verschillen tussen verschillende leeftijden zijn ook interessant. De leeftijdsgroep tot 30 jaar is altijd de meest positieve. In die groep is het verschil tussen de optimisten en pessimisten -7, een groot verschil met het gemiddelde van -20. De opvallendste verschuiving vindt plaats bij de

groep van veertigers. Het donateursvertrouwen daalt bij hen het hardst: van -9 in maart naar -30 nu. Zij zijn daarmee zelfs de meest pessimistische groep, waar in maart dat nog overduidelijk de zestigplussers waren.

	jonger dan 30 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar	60 en ouder	totaal
Maart 2020	10	-3	-9	-8	-17	-6
December 2020	-7	-19	-30	-21	-24	-20
Vershil	-17	-16	-21	-13	-7	-14

Figuur 2: Donateursvertrouwen bij verschillende leeftijdsgroepen maart vs. december 2020

2021: WAT MOET MEER AANDACHT KRIJGEN?

Aan het eind van ieder jaar vragen wij het panel welk onderwerp het jaar erna meer aandacht zou moeten krijgen. We vergelijken de antwoorden met voorgaande jaren.

Top-3 van onderwerpen die meer aandacht moeten krijgen

2021

1. Armoede in Nederland (34%)
2. Klimaatprobleem (30%)
3. De groter wordende kloof tussen arm en rijk (27%)

2020

1. Armoede in Nederland (33%)
2. Stijgende zorgkosten in Nederland (29%)
3. Ouderenzorg in Nederland (27%)

2019

1. Armoede in Nederland (32%)
2. Klimaatprobleem (29%)
3. Stijgende zorgkosten Nederland (24%)

Figuur 3: Top-3 onderwerpen die extra aandacht moeten krijgen in 2021, 2020 en 2019

De grootste stijger in de lijst met onderwerpen is het onderwerp **De groter wordende kloof tussen arm en rijk**. Dit onderwerp steeg van 19% naar 27%. Andere opvallende stijgers zijn Behandeling en genezing van (besmettelijke) ziektes (waaronder corona en aids) (van 2% naar 9%) en Klimaatprobleem (van 24% naar 30%).

De grootste daler in de lijst is **Ouderenzorg in Nederland**. Dit onderwerp daalt van 27% naar 14%. Hebben de panelleden afgelopen jaar het idee gekregen dat de ouderenzorg beter op orde is? Andere opvallende dalers zijn Behandeling en genezing van kanker, hart- en vaatziekten, nierziekten, reuma, etc. (van 20% naar 15%) en Jeugdzorg in Nederland (van 14% naar 11%).

Tussen verschillende leeftijdsgroepen zitten grote verschillen. Zeker als de oudste en de jongste groep vergeleken worden, zien we een groot verschil, zoals te zien is in figuur 4 op de volgende pagina.

Top-3 van onderwerpen die meer aandacht moeten krijgen

< 30 jaar

1. Klimaatprobleem 40%
2. Huiselijk geweld 20%
3. Armoede in Nederland 19%

> 60 jaar

1. Armoede in Nederland 40%
2. De groter wordende kloof tussen arm en rijk 30%
3. Toenemende kosten voor gezondheidszorg in Nederland 29%

Figuur 4: Top-3 onderwerpen die extra aandacht moeten krijgen in 2021 volgens jongeren en ouderen

MANNEN VS. VROUWEN

Onderwerpen die mannen vaker noemen dan vrouwen zijn **Overbevolking** (19% vs. 11%), **De vluchtelingenstroom richting Europa** (19% vs. 12%) en **De groter wordende kloof tussen arm en rijk** (30% vs. 24%). Onderwerpen die vrouwen vaker noemen dan mannen zijn **Huiselijk geweld** (13% vs. 8%), **Toenemende kosten voor gezondheidszorg in Nederland** (30% vs. 25%) en **Jeugdzorg in Nederland** (13% vs. 8%).

PER REGIO

Een opvallende conclusie kunnen we ook trekken als het gaat over de verschillende regio's. Ieder van de vier regio's heeft namelijk een eigen onderwerp dat op de eerste plaats staat:

- Noord-Nederland: De groter wordende kloof tussen arm en rijk
- Oost-Nederland: Klimaatprobleem
- Zuid-Nederland: Toenemende kosten voor gezondheidszorg in Nederland
- West-Nederland: Armoede in Nederland

GEEFGEDRAG 2020

We willen graag van het panel weten of het geefgedrag afgelopen coronajaar veranderd is in het type onderwerp dat men steunt. Zijn mensen anders gaan geven?

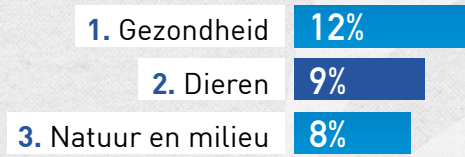
Het panel kon op acht onderwerpen aangeven of ze het afgelopen jaar meer, minder of evenveel hebben gegeven. Panellleden konden ook aangeven dat ze nooit op een onderwerp geven.

Het onderwerp waarbij de meeste mensen aangeven dat ze evenveel (53%) of meer (12%) zijn gaan geven is het onderwerp **Gezondheid**. De stijging is vooral terug te zien bij mensen onder de 40. Daarvan geeft 18% aan dat ze meer zijn gaan geven op dit onderwerp.

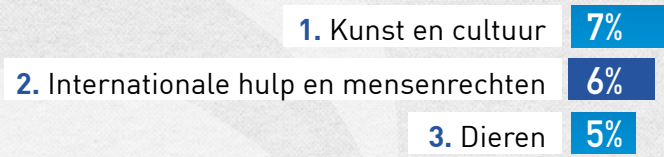
Het onderwerp waarbij de meeste mensen aangeven dat ze minder zijn gaan geven (6,5%) is het onderwerp **Kunst en Cultuur**. Bij hogeropgeleiden is dit het hoogste percentage (10%).

Overigens is het onderwerp **Gezondheid** het onderwerp waarbij de minste mensen aangeven hier nooit voor te geven (31%). Het onderwerp **Religie en levensbeschouwing** is het onderwerp waarbij de meeste mensen aangeven hier nooit voor te geven (68%).

Mensen geven aan afgelopen jaar **MEER** te zijn gaan geven op het onderwerp:



Mensen geven aan afgelopen jaar **MINDER** te zijn gaan geven op het onderwerp:



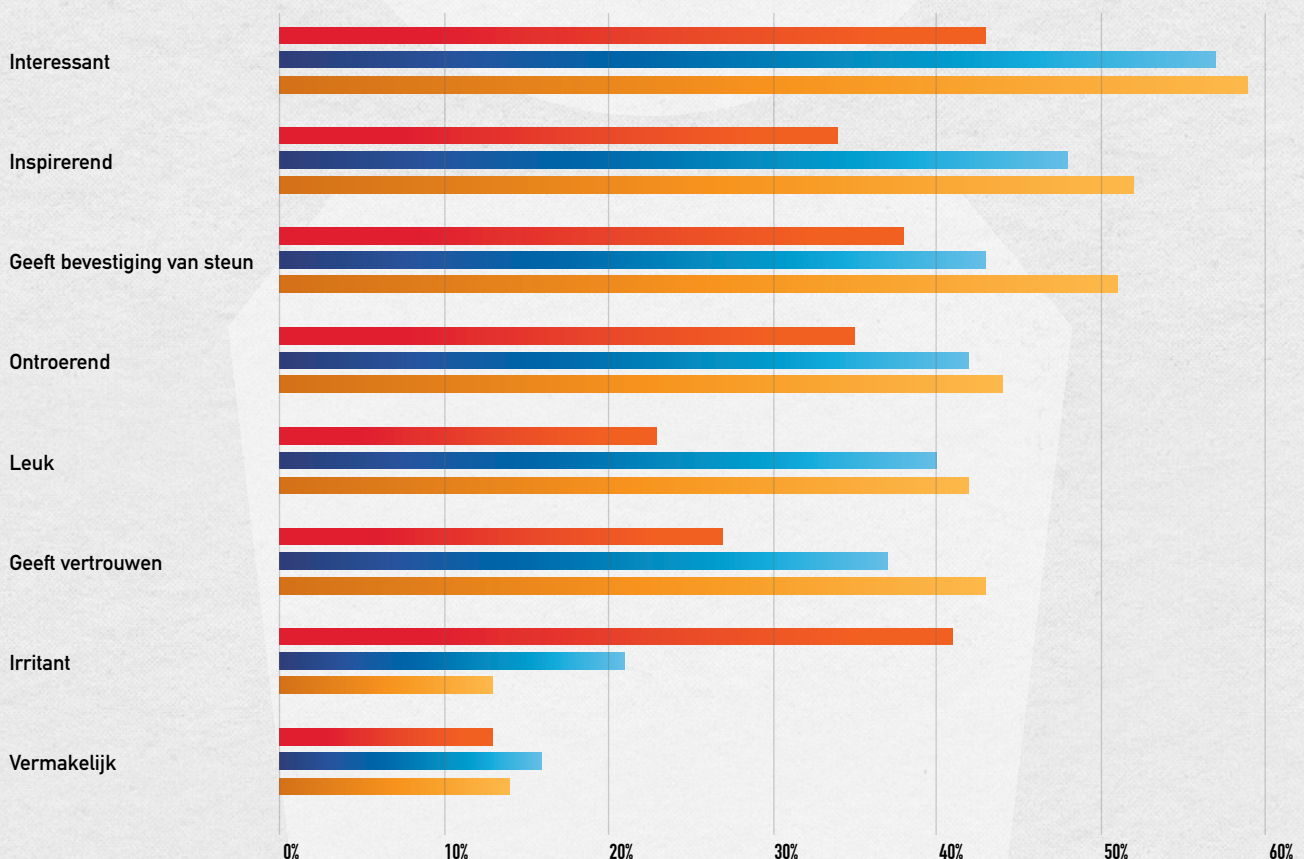
Figuur 5: Percentage mensen dat aangeeft meer of minder te zijn gaan geven op een bepaald onderwerp in 2020.

GOEDE DOELEN OP SOCIAL MEDIA

Zowel in 2015 als in 2017 vroegen we de mening van ons panel over de goede doelen die ze volgen op social media. 34% van het panel gaf aan geen enkel goed doel te volgen op social media. Alleen de overige 66% namen we mee in onderstaande cijfers.

De informatie die goede doelen delen via social media vind ik:

2020 2017 2015



Figuur 6: Wat vindt men van de informatie die goede doelen delen via social media? De percentages verwijzen naar respondenten die het hier in enige of sterke mate mee eens zijn.

Men omschrijft de informatie die gedeeld wordt vooral als **Interessant**, **Irritant** en **Geeft bevestiging**. Maar we zien geen positief beeld ontstaan in de trend van de afgelopen jaren. Op alle vragen is een somberder beeld ontstaan vergeleken met 2017. Zo halveerde bijna het aantal mensen dat de informatie van goede doelen op social media als leuk bestempelt (40% vs. 23%).

Het aantal mensen dat de informatie irritant vindt, verdubbelde van 21% naar 42%. Het lijkt met deze vraag in het achterhoofd zaak voor goede doelen om nog eens scherp na te denken over welke informatie verspreid wordt via social media en wat het doet met de beleving van de volgers.

Andere opvallende zaken:

- **Mannen** vinden de informatie van goede doelen **vaker irritant dan vrouwen** (43% vs. 39%)
- **Zestigplussers** vinden het **vaker irritant dan vijftigers** (48% vs. 29%).
- **Zestigplussers** reageren op de meeste vragen **negatiever vergeleken met de andere leeftijdsgroepen**. Zo reageert slechts 6% van deze leeftijdsgroep positief op **Vermakelijk**, vergeleken met 13% gemiddeld.

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.