

PERSBERICHT

Woerden, juni 2009

Donateursvertrouwen klimt uit dal

Voor het eerst sinds september 2007 is er weer een stijgende lijn te zien in het donateursvertrouwen. De eigen geefbereidheid voor het komende jaar neemt toe, en men verwacht ook dat het geefklimaat onder de Nederlandse bevolking weer wat positiever is. Nog meer goed nieuws? Ja, het beeld dat men heeft van goede doelen is minder negatief.

Zowel het consumentenvertrouwen als het donateursvertrouwen zitten weer in de lift. Met name afgelopen maart was de bevolking somber, zowel over eigen geefgedrag als over dat van de Nederlandse bevolking. Die somberheid is nu omgezet naar gematigd positief. Dat beeld zien we nog niet terug in de waardering voor de manier waarop goede doelen het publiek informeren: al een jaar vindt meer dan helft dat onvoldoende.

De positievere stemming over goede doelen weerspiegelt ook het gevoel bij de crisis: circa 70% maakt zich (een beetje tot ernstige) zorgen over de crisis, nog steeds veel mensen dus, maar wel 10% minder dan in maart van dit jaar. De grootste zorg zit in de oplopende werkloosheid en de effecten voor arme mensen. Maar minder mensen dan in maart verwachten enorme maatschappelijke onrust of hoge inflatie.

Als men dan toch zou moeten besparen, staan de uitstapjes buitenshuis en de grote uitgaven van bijvoorbeeld huishoudelijk apparatuur nog steeds ver bovenaan. Opvallende verandering bij deze meting is dat mensen weer meer gaan bezuinigen op kleine extraatjes zoals iets lekkers bij de koffie of thee en mensen toch liever wat meer gaan sparen. Bezuinigen op goede doelen blijft stabiel op ongeveer 30%.

Men lijkt zich nog bewuster van het belang van het werk van goede doelen: de strijd tegen ernstige ziektes moet doorgaan, vindt weer 10% meer dan vorige keer, nu bijna 2/3 van de bevolking. En crisis of geen crisis, meer dan een kwart van de mensen (5% meer dan de vorige metingen) vindt dat het werk van goede doelen door moet gaan en blijven daarvoor geven. Juist in tijden van crisis vindt een vijfde van de mensen het werk van goede doelen belangrijk, ook dat is hoger dan in maart.

In dit rapport weer een uniek onderdeel in samenwerking met René Bekkers. Dit keer een analyse naar of Nederlanders goede doelen selecteren op hun persoonlijkheid! Dat blijkt inderdaad het geval te zijn. Aan doelen die lijken op de eigen persoonlijkheid, geeft men vaker steun. Het percentage dat een goed doel steunt, is hoger als het persoonlijkheidsprofiel van die organisatie lijkt op de eigen persoonlijkheid. Dat geldt met name voor de kenmerken vriendelijkheid en netheid. En ook goede doelen die dicht in de buurt komen van de ideale eigenschappen die mensen graag zouden willen hebben, worden vaker gesteund. Op de website van WWAV staat van bijna 40 goede doelen welke eigenschappen mensen toekennen aan die organisaties.

U leest meer over de crisis, het vertrouwen van de donateurs en de analyse van René in het rapport, dat te downloaden is op de website van WWAV via www.wwav.nl en van WDM via www.wdm.nl.

Achtergrond

Het Nederlandse Donateurspanel dat onder andere de index voor het donateursvertrouwen meet is een initiatief van WWAV, WDM Nederland en NetQuestionnaires.

Het Nederlandse Donateurspanel meet elk kwartaal de index voor het donateursvertrouwen in goede doelen. De index voor het donateursvertrouwen geeft aan in hoeverre het beter of slechter gaat met het vertrouwen in goede doelen. De index wordt samengesteld op basis van drie factoren; het geefklimaat, de geefbereidheid en de ontwikkeling van het imago van goede doelen. De conclusies van deze 19e meting zijn gebaseerd op de online reacties van 2.117 respondenten uit een representatieve steekproef van 60.000 personen die door Het Nederlandse Donateurspanel zijn benaderd. Socioloog René Bekkers, verbonden aan de Universiteit Utrecht en de Vrije Universiteit Amsterdam is betrokken bij vraagstelling binnen dit periodieke onderzoek. De index voor donateursvertrouwen werd in december 2005 geïntroduceerd en wordt vastgesteld met een methodiek die is afgeleid van de maandelijkse index voor het consumentenvertrouwen door het CBS.

De rapportage van deze online meting kan opgevraagd worden via www.wwav.nl en www.wdm.nl.

