

Geven in Nederland

MAATSCHAPPELIJKE BETROKKENHEID IN KAART GEBRACHT

2021 **2022** 2023

A
U
P

Onder redactie van **René Bekkers, Barbara
Gouwenberg, Stephanie Koolen-Maas en
Theo Schuyt**

GN

Geven in Nederland 2022

Onder redactie van **prof. dr. René Bekkers,**
drs. Barbara Gouwenberg, dr. Stephanie
Koolen-Maas en prof. dr. Theo Schuyt

Geven in Nederland

MAATSCHAPPELIJKE BETROKKENHEID IN KAART GEBRACHT

21 2022 2023

René Bekkers, Barbara Gouwenberg,
Stephanie Koolen-Maas en Theo Schuyt



Amsterdam
University
Press





De inhoud is gelicenseerd onder een Creative Commons Naamsvermelding Internationaal CC BY 4.0

De gebruiker mag: het werk kopiëren, verspreiden en doorgeven; remixen, veranderen en afgeleide werken maken voor alle doeleinden, inclusief commerciële doeleinden

Onder de volgende voorwaarden:

Naamsvermelding – De gebruiker dient de maker van het werk te vermelden, een link naar de licentie te plaatsen en aan te geven of het werk veranderd is. Je mag dat op redelijke wijze doen, maar niet zodanig dat de indruk gewekt wordt dat de licentiegever instemt met je werk of je gebruik van het werk.

Geen aanvullende restricties – Je mag geen juridische voorwaarden of technologische voorzieningen toepassen die anderen er juridisch in beperken om iets te doen wat de licentie toestaat.

© All authors / Amsterdam University Press B.V., Amsterdam 2022

Some rights reserved. Without limiting the rights under copyright reserved above, any part of this book may be reproduced, stored in or introduced into a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means (electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise).

Art direction en omslagontwerp: Hilje de Boer, Visual Logic

Opmaak en graphics binnenwerk: Hilje de Boer, Visual Logic; Lisa Kroes, Studio Insight Out; Yvon Schuurmans, Summum ontwerp

ISBN 978 94 6372 258 2

E-ISBN 978 90 4855 634 2

NUR 130

DOI 10.5117/9789463722582

www.aup.nl

Geven in Nederland 2022 is een uitgave van het Centrum voor Filantropische Studies van de Vrije Universiteit Amsterdam.

De complete uitgave is in te zien op: www.geveninnederland.nl

Aan de totstandkoming van deze uitgave is de uiterste zorg besteed. Voor informatie die nochtans onvolledig of onjuist is opgenomen, aanvaardt de auteur(s), redactie en uitgever geen aansprakelijkheid.

Voor eventuele verbeteringen van de opgenomen gegevens houden zij zich aanbevolen. Waar dit mogelijk was, is aan auteursrechtelijke verplichtingen voldaan. Wij verzoeken eenieder die meent aanspraken te kunnen ontlenen aan in dit boek opgenomen teksten en afbeeldingen zich in verbinding te stellen met de uitgever.

INHOUDSOPGAVE

Dankwoord	7
Voorwoord	9
Samenvatting	13
Filantropie: een overzicht van begrippen en de sector <i>René Bekkers</i>	25
Special Dynamiek in geefgedrag over de levensloop <i>René Bekkers, Claire van Teunenbroek</i>	31
SPECIAL Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen <i>Dick de Gilder, Stephanie Koolen-Maas</i>	61

DEEL A Bronnen van de bijdragen

1. Geven door huishoudens <i>Claire van Teunenbroek, René Bekkers</i>	81
2. Nalatenschappen <i>Stephanie Koolen-Maas, Claire van Teunenbroek</i>	119
3. Geven door fondsen <i>Stephanie Koolen-Maas, Barbara Gouwenberg, Arjen de Wit Pamala Wiepking, Petra van Aken, René Bekkers, Dick de Gilder, Annemijn Nijdam</i>	143
4. Geven door bedrijven <i>Stephanie Koolen-Maas, Dick de Gilder</i>	187
5. Geven door kansspelen <i>Barbara Gouwenberg, Claire van Teunenbroek</i>	215
6. Geven van tijd <i>Stephanie Koolen-Maas, Arjen de Wit</i>	231

DEEL B Doelen waaraan gegeven wordt

*Theo Schuyt, Stephanie Koolen-Maas, Barbara Gouwenberg, René Bekkers,
Claire van Teunenbroek, Arjen de Wit, Dick de Gilder, Annemijn Nijdam*

Inleiding	259
7. Kerk en levensbeschouwing	265
8. Gezondheid	270
9. Internationale hulp	274
10. Milieu, natuur en dieren	278
11. Onderwijs en onderzoek	282
12. Cultuur	285
13. Sport en recreatie	291
14. Maatschappelijke en sociale doelen	295

DEEL C

15. Methodologische verantwoording	299
---	------------

*René Bekkers, Claire van Teunenbroek, Stephanie Koolen-Maas,
Barbara Gouwenberg, Arjen de Wit, Dick de Gilder, Annemijn Nijdam*

Dank aan onze adviseurs, financiers en sponsors

Het onderzoek dat aan deze publicatie ten grondslag ligt, wordt uitgevoerd onder auspiciën van een wetenschappelijke begeleidingscommissie en een maatschappelijke klankbordgroep. Graag bedanken we de volgende personen en organisaties voor hun bijdragen.

Wetenschappelijke begeleidingscommissie

mr. Martina Braun, Ministerie van Justitie en Veiligheid, Directoraat-Generaal Straffen en Beschermen

prof. dr. Robert Dur, Erasmus Universiteit Rotterdam, Erasmus School of Economics

prof. dr. Mérove Gijsberts, Sociaal en Cultureel Planbureau en Universiteit Utrecht, Faculteit Sociale Wetenschappen

prof. dr. Sigrid Hemels, Erasmus Universiteit Rotterdam, School of Law en Lund University School of Economics and Management

prof. dr. Hans Schmeets, Centraal Bureau voor de Statistiek en Universiteit Maastricht, Faculteit der Cultuur- en Maatschappijwetenschappen

prof. dr. Marianne de Visser, Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid

Maatschappelijke klankbordgroep

Joost van Alkemade MSM, Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk (NOV)

mr. John Bakker en mr. Jaap Broekhuizen, Interkerkelijk Contact in Overheidszaken (CIO)

mr. Linda van Beek, VNO-NCW en MKB-Nederland: Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en SDG's

mr. Martina Braun, Ministerie van Justitie en Veiligheid, Directoraat-Generaal Straffen en Beschermen

mr. Margreet Plug, Goede Doelen Nederland

mr. Siep Wijsenbeek, Vereniging van Fondsen in Nederland (FIN)

Laura Santacreu MSc, Nationale Goede Doelen Loterijen

Financiers

Het onderzoek Geven in Nederland 2022 is mede mogelijk gemaakt door financiële steun van het Ministerie van Justitie en Veiligheid, leden van Goede Doelen Nederland, Prins Bernhard Cultuurfonds, VSBfonds, Rabo Foundation, ABN AMRO Foundation, Adessium Foundation, ING Nederland fonds en Stichting De Verre Bergen.

Sponsors en partners

Het CBF - Toezicht op Goeddoen heeft het onderzoek in materiële zin gesponsord door kosteloos een database met gegevens over inkomsten en bestedingen van goedbedoelen-organisaties beschikbaar te stellen.

We bedanken het CBS voor de mogelijkheid vragen over geefgedrag te stellen in *Sociale Samenhang en Welzijn*.

Contact

Centrum voor Filantropische Studies

Afdeling Sociologie

Faculteit Sociale Wetenschappen

Vrije Universiteit Amsterdam

Postadres: De Boelelaan 1081

1081 HV Amsterdam

E-mail: cfs@vu.nl

Website: www.geveninnederland.nl

Voorwoord Geven in Nederland 2022

Sinds het verschijnen van de vorige editie van Geven in Nederland heeft de wereldwijde gezondheids crisis COVID-19 letterlijk iedereen geraakt. De pandemie heeft de afgelopen twee jaar ons leven beheerst. Bij het ter perse gaan van deze inleiding zijn de vrijheidsbeperkende maatregelen in Nederland weer opgeheven, maar is de pandemie wereldwijd nog zeker niet voorbij. De kans blijft bestaan dat nieuwe varianten opduiken en zich verspreiden naar Nederland. Ook de oorlog door de Russische invasie van Oekraïne woedt nog in alle hevigheid. De nationale hulpactie door de Samenwerkende Hulporganisaties begin maart 2022 met een eindstand van € 161 miljoen liet zien dat Nederland solidair is met slachtoffers van geweld.

In deze editie van Geven in Nederland zien we de sporen van de coronacrisis terug. Sommige vormen van maatschappelijke betrokkenheid waren moeilijker te organiseren, zoals de huis-aan-huiscollecte, hulp aan kwetsbare groepen en fondsenwervingsevenementen. Aan de andere kant zagen we ook nieuwe vormen van betrokkenheid. Van informele hulp aan burens in quarantaine tot online vrijwilligerswerk, van crowdfundingacties voor getroffen ondernemers tot petitie voor steun aan de cultuursector, van bloeddonatie tot mantelzorg aan COVID-patiënten, en van giften aan gezondheidsorganisaties tot inkomsten uit nalatenschappen van te vroeg overleden donateurs. We hebben deze vormen van solidariteit zorgvuldig in kaart gebracht. De pandemie heeft niet alleen het geefgedrag in de afgelopen twee jaar beïnvloed, maar zal nog jarenlang een belangrijke factor zijn in de samenleving. Omdat de mogelijkheden voor 'offline' vrijwilligerswerk tijdens de lockdownperiodes beperkt waren, zijn betekenisvolle sociale interacties tijdelijk weggevallen. Het maatschappelijke besef van het belang van sociale netwerken voor toegang tot informele hulp en mantelzorg, de noodzaak van preventie voor het beperken van gezondheidsschade en de waarde van gezondheid als doel in de filantropie zijn gegroeid. De pandemie heeft ook de veerkracht van maatschappelijke organisaties op de proef gesteld.

Deze editie heeft dezelfde indeling als in voorgaande jaren. We beginnen met twee specials over twee thema's die we in overleg met de maatschappelijke klankbordgroep hebben vastgesteld. De klankbordgroep is voor de vorige editie van *Geven in Nederland* ingesteld om het onderzoek sterker aan te laten sluiten bij de vragen die in de praktijk van de filantropische sector leven. De klankbordgroep bestaat uit vertegenwoordigers van de belangrijkste koepelorganisaties in de sector: Goede Doelen Nederland, Vereniging van Fondsen in Nederland (FIN), het Interkerkelijk Contact in Overheidszaken (CIO), de Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk (NOV) en de Nationale Goede Doelen Loterijen. Ook VNO-NCW en het ministerie van Justitie en Veiligheid – namens de overheid – zijn vertegenwoordigd in de maatschappelijke klankbordgroep. Voor de huidige editie hebben we de klankbordgroep verschillende voorstellen gedaan voor verdiepende vraagstukken, die in de regel niet of zijdelings aan bod komen in het reguliere onderzoek. De klankbordgroep heeft haar voorkeur uitgesproken voor twee thema's: de dynamiek in het geefgedrag van huishoudens en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). (Een derde special over online crowdfunding en geefgedrag volgt in Nov-Dec 2022).

Het eerste hoofdstuk van dit boek doet verslag van een diepgaande analyse van de dynamiek in het geefgedrag van huishoudens. Daarvoor maken we gebruik van de longitudinale opzet van de Geven in Nederland Panel Studie. We analyseren de veranderingen in het geefgedrag van huishoudens over een zo lang mogelijke periode (2001–2018).

De tweede special over MVO door dr. Dick de Gilder en dr. Stephanie Koolen-Maas doet verslag van de maatschappelijke betrokkenheid van bedrijven in Nederland. Naast kwantitatieve gegevens die met de Geven in Nederland-enquête zijn verzameld onder bedrijven, zijn ook kwalitatieve data verzameld om een verdiepingsslag aan te brengen omtrent MVO en MVO-beleid.

Later dit jaar verschijnt als aparte publicatie de tweede verdiepende analyse over crowdfunding en online geefgedrag, door dr. Claire van Teunenbroek. Zij promoveerde in 2020 op dit onderwerp en onderzoekt in de special niet alleen het geefgedrag, maar ook de manier waarop goededoelenorganisaties online giften werven.

De combinatie van onderzoek naar zowel het aanbod als de vraag om giften is vruchtbaar gebleken in eerder onderzoek naar de sector cultuur. Afgelopen jaar verscheen een aparte publicatie met de titel Geven en werven in de culturele sector in Nederland, 2011-2020 (zie <https://osf.io/xjrks/>), mede mogelijk gemaakt door het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen. We zullen in de toekomst vaker en diepgaander onderzoek doen naar filantropische organisaties, onder meer in het project Transparency in the Netherlands' Nonprofit Sector (zie <https://osf.io/7s65w/>). In dit project werken we samen met het eScience Center en het cbf om gegevens uit jaarverslagen van filantropische organisaties beschikbaar te maken voor wetenschappelijk onderzoek.

Na de specials bespreken we in deel A van deze publicatie achtereenvolgens de bijdragen van huishoudens, uit nalatenschappen, van fondsen, bedrijven, goededoelenloterijen, en bijdragen van tijd in de vorm van vrijwilligerswerk.

In hoofdstuk 1 analyseren we het geefgedrag van huishoudens. Een verandering is dat we voor de cijfers over de bijdragen van huishoudens aan goede doelen hebben samengewerkt met het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). We bedanken het CBS en in het bijzonder prof. dr. Hans Schmeets voor de mogelijkheid om gegevens te verzamelen in het onderzoek Sociale Samenhang & Welzijn. Met deze gegevens konden we op basis van een aselechte steekproef van de Nederlandse bevolking meer robuuste uitspraken doen over het geefgedrag van vermogende Nederlanders en Nederlanders van niet-Nederlandse herkomst. Voorheen waren we afhankelijk van arbeidsintensieve extra dataverzamelingen onder deze groepen.

Naast analyses van de hoeveelheid geld en de waarde van goederen die huishoudens doneren aan verschillende doelen en de manieren waarop huishoudens geven bespreken we dit keer ook bloeddonatie en postmortale orgaandonatie. Voor deze analyses heeft prof. dr. Eva-Maria Merz, sinds 2022 hoogleraar Donorstudies in de Werkgroep Filantropie aan de Vrije Universiteit Amsterdam, haar medewerking verleend. De bloedvoorziening voor ziekenhuizen in Nederland is vrijwel geheel gebaseerd op donaties van vrijwillige bloeddonoren aan de bloedbank Sanquin. Ook medisch onderzoek heeft baat bij donaties van bloed en plasma. In de COVID-19-pandemie hebben metingen van Sanquin onder bloeddonoren belangrijke informatie opgeleverd over de aanwezigheid van antistoffen tegen het coronavirus. Oproepen aan ex-coronapatiënten om plasma te doneren hebben 35.000 nieuwe aanmeldingen van bloeddonoren opgeleverd. Dat is een flinke toename gezien het totaal van 331.000 donoren dat voorafgaand aan de pandemie geregeld bloed gaf.¹

¹ Deze cijfers komen uit het Jaarverslag over 2020 van Sanquin, https://www.sanquin.org/binaries/content/assets/nl/over-sanquin/jaarverslagen/sanquin_stichting_jaarverslag_2020.pdf

Orgaandonatie is een belangrijke vorm van filantropisch gedrag waarover we niet eerder hebben gerapporteerd. Dit keer doen we verslag van de keuzes omtrent orgaandonatie omdat de wet op de orgaandonatie per 1 juli 2020 is gewijzigd. Met de nieuwe wet komen de organen van een overledene van wie bij leven geen keus voor postmortale orgaandonatie is geregistreerd in aanmerking voor transplantatie. Voorheen was dat niet het geval. Met deze wetwijziging verwacht de overheid dat veel meer organen beschikbaar komen voor transplantatie dan voorheen.

In hoofdstuk 2 bespreken we de nalatenschappen aan goede doelen. In eerdere publicaties voorspelden we op basis van trends in de bevolkingsopbouw en de vermogensgroei een sterke toename van de inkomsten voor goededoelenorganisaties uit nalatenschappen. Het is wrang, maar de keerzijde van de oversterfte door de pandemie is dat goededoelenorganisaties in 2020 nog meer inkomsten ontvingen uit nalatenschappen dan voorspeld.

In hoofdstuk 3 staan de bijdragen van fondsen centraal. In 2020 zijn we begonnen met het in kaart brengen van de grootste vermogensfondsen in Nederland. In de huidige editie zetten we deze tijdreeks voort en hebben we ook fondsen onderzocht van grote bedrijven, *corporate foundations*. We besteden bijzondere aandacht aan de impact van de coronapandemie op vermogensfondsen, transparantie en vertrouwen in de samenwerking tussen fondsen en begunstigden, vrij besteedbare financiering, en de samenwerking tussen vermogensfondsen en andere partijen.

In hoofdstuk 4 rapporteren we de bijdragen van bedrijven in de vorm van geld en goederen als giften en sponsoring. In aanvullend kwalitatief onderzoek onder goededoelenorganisaties belichten we ook de nadelen van filantropie van bedrijven. Ondanks de coronacrisis hebben bedrijven in Nederland in 2020 opnieuw veel gegeven.

In hoofdstuk 5 bespreken we de bijdragen van goededoelenloterijen aan goede doelen. In 2019 is de leerstoel 'Maatschappelijke betekenis van goededoelenloterijen' aan de VU gevestigd. In het Center for Grantmaking Research heeft de leerstoelhouder prof. dr. Pamala Wiepking samen met haar team onderzocht welke betekenis de ongeoormerkte bijdragen hebben die goededoelenloterijen aan maatschappelijke organisaties doen.

Hoofdstuk 6 richt zich op de vrijwillige bijdragen van burgers aan maatschappelijke doelen in de vorm van vrijwilligerswerk. We besteden in dit hoofdstuk bijzondere aandacht aan online vrijwilligerswerk, informele hulp en actief burgerschap. Door de COVID-19-beperkingen is het vrijwilligerswerk deels online gegaan, maar ook afgenomen. Ondanks die afname blijft het percentage vrijwilligers in Nederland hoog.

In Deel B bespreken we achtereenvolgens de terreinen waarop maatschappelijke organisaties actief zijn: kerk en levensbeschouwing (hoofdstuk 7); gezondheid (hoofdstuk 8); internationale hulp (hoofdstuk 9); milieubehoud, natuurbescherming en dierenwelzijn (hoofdstuk 10); onderwijs en onderzoek (hoofdstuk 11); cultuur (hoofdstuk 12); sport en recreatie (hoofdstuk 13); en maatschappelijke en sociale doelen (hoofdstuk 14). De hoofd-auteur van deze hoofdstukken is prof. dr. Theo Schuyt, geestelijk vader van het Geven in Nederland-onderzoek. Afgelopen jaar verscheen zijn boek *Filantropie: Hoe maatschappelijke betrokkenheid ons helpt te overleven*. Ten grondslag aan dit boek en Deel B ligt de visie dat filantropie een universeel maatschappelijk arrangement is waarmee samenlevingen de zorg voor elkaar kunnen regelen, naast en in samenwerking met de familie, overheid en de markt.

In hoofdstuk 15 Methodologische verantwoording bespreken we de manier waarop we de gegevens hebben verzameld voor de rapportages in de eerdere hoofdstukken en welke methodologische keuzes we hebben gemaakt.

We bedanken Hilje de Boer van Visual Logic en Lisa Kroes van Studio Insight Out voor de vormgeving van deze uitgave en Floor Appelman van Amsterdam University Press voor de tekstredactie. Ten slotte spreken we onze dank en waardering uit voor het werk van de wetenschappelijke begeleidingscommissie, onder voorzitterschap van Martina Braun van het ministerie van Justitie en Veiligheid en de maatschappelijke klankbordgroep.

prof. dr. René Bekkers

Hoogleraar Filantropie, projectleider Geven in Nederland



SAMENVATTING |
GEVEN IN NEDERLAND
2022

“Geven in Nederland”

is het macro-economische overzicht van de filantropie door:

-  huishoudens,
-  nalatenschappen,
-  fondsen,
-  bedrijven en
-  goededoelen-
loterijen

Het Centrum voor Filantropische Studies aan de Vrije Universiteit te Amsterdam voert het onderzoek uit sinds 1995. Dit is de 13e editie, over het geefgedrag in het jaar 2020.

Geven in Nederland 2022

We gaven in totaal

5,6
miljard
euro

dat is

0,7%
van het BBP

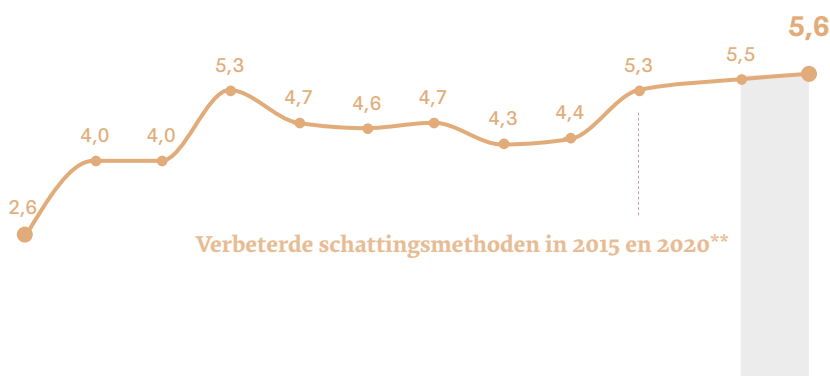
daarnaast deed

44%
van de Nederlanders
aan vrijwilligerswerk

Hoeveel geven we in Nederland?

Als percentage van het BBP gaven we in 2020 iets minder dan in 2018

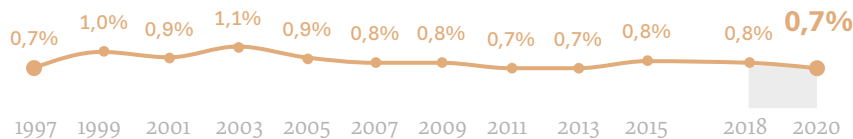
Giften in € miljarden, 1997-2020*



We gaven in totaal meer

In Nederland gaven we in 2020 in totaal ruim € 5,6 miljard aan goede doelen in de vorm van geld en goederen.

Giften/BBP (%), 1997-2020*



Afname als percentage van het BBP

We gaven 0,7% van het bruto binnenlands product. Dat is minder dan in 2018.

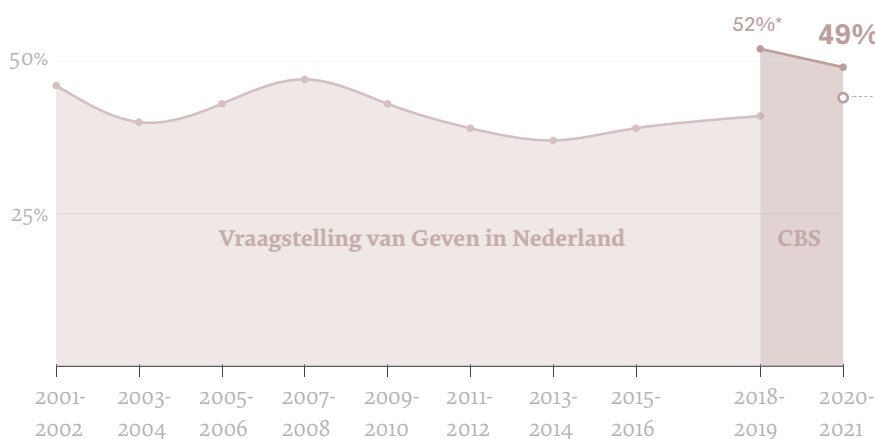
* Vanwege toegepaste correcties verschillen de cijfers van de cijfers in voorgaande edities.

** De schattingsmethode is in 2015 verbeterd, inclusief vermogende huishoudens. In 2020 is een verbeterde methode gehanteerd inclusief vermogende huishoudens en huishoudens van niet-Nederlandse herkomst.

Hoe vaak zijn we vrijwilliger?

44% van de volwassen Nederlandse bevolking doet vrijwilligerswerk

Vrijwilligerswerk (%), 2001-2021



Vrijwilligerswerk onder Nederlanders met een Nederlandse herkomst gedaald van 52% naar 49%.

44%* van de volwassen Nederlandse bevolking (inclusief Nederlanders met een niet-Nederlandse herkomst) doet vrijwilligerswerk.

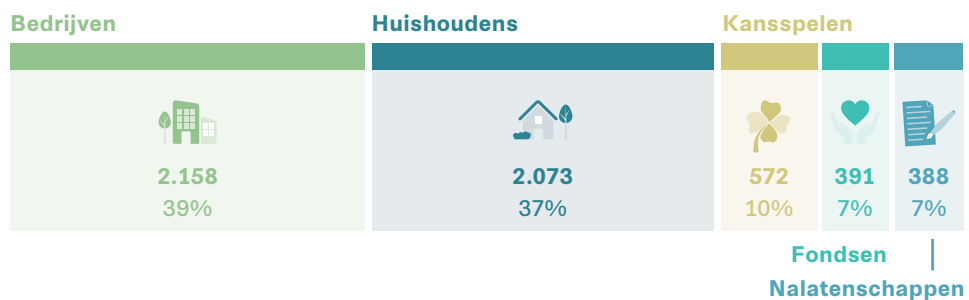
* Sinds 2018-2019 zijn we overgestapt naar de enquêtevraag over vrijwilligerswerk van het CBS. In 2018-2019 is de vraagstelling van het CBS enkel voorgelegd aan een deel van de steekproef exclusief Nederlanders met niet-Nederlandse herkomst. In 2020-2021 is de vraagstelling van het CBS voorgelegd aan beide steekproeven (Nederlanders met Nederlandse herkomst en Nederlanders met niet-Nederlandse herkomst).

Wie geven er in Nederland?

Bedrijven en huishoudens geven het meest

Bronnen van de bijdragen in 2020 in € miljoenen en % van het totaal

Bedrijven en huishoudens zijn samen verantwoordelijk voor bijna 80% van de giften.



Hoe hebben we de schattingen gemaakt?

De schattingen van de bijdragen aan goede doelen door huishoudens en bedrijven hebben we gebaseerd op steekproeven, die we gewogen hebben om een representatief beeld te krijgen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. De cijfers over bijdragen uit nalatenschappen en fondsen hebben we gebaseerd op registerdata, aangevuld met cijfers uit gerichte steekproeven. Helaas zijn deze bronnen niet volledig en kunnen we de gegevens daaruit door het ontbreken van een steekproefkader niet generaliseren. Daardoor zijn de cijfers over nalatenschappen en fondsen een minimum schatting van de totale bijdragen aan goede doelen. Voor een uitgebreide toelichting op de data en methoden verwijzen we naar de methodologische verantwoording.

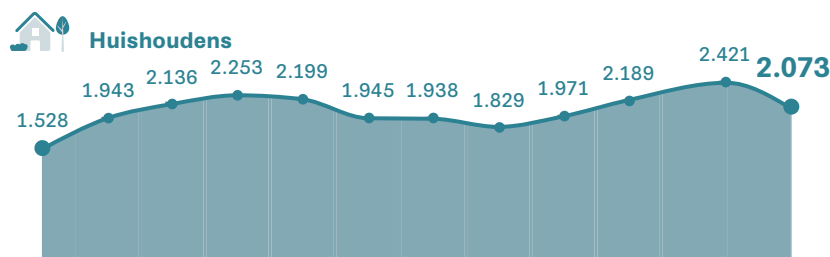
De cijfers over huishoudens hebben we gebaseerd op 4.283 enquêtes geworven via twee partijen: via Kantar Public (n = 1.214) en via het Centraal Bureau voor de Statistiek (n = 3.069). De cijfers over bedrijven zijn gebaseerd op een brede steekproef (n = 907) van bedrijven die geregistreerd zijn bij de Kamer van Koophandel. De cijfers over nalatenschappen zijn verkregen via het CBF, waaraan nationaal fondsenwervende instellingen informatie verstrekken over hun inkomsten inclusief nalatenschappen (n = 783). Omdat lang niet alle 45.000 ANBI's hun jaarverslag naar het CBF sturen geven de CBF-cijfers geen volledig beeld geven van

wat zij aan nalatenschappen ontvangen. Zo vallen kerken en congregaties, kleinschalige lokale fondsenwervende organisaties en non-profitorganisaties zoals fondsen van academische ziekenhuizen en culturele organisaties buiten de gegevens van het CBF. We hebben aanvullend onderzoek uitgevoerd onder fondsen van academische ziekenhuizen en universiteiten (n = 52) uitgevoerd om inzicht te verkrijgen in de inkomsten uit nalatenschappen onder academische ziekenhuizen en universiteiten. De cijfers over fondsen hebben we gebaseerd op gegevens van het CBF over fondsenwervende instellingen (n = 210) en op jaarverslagonderzoek van vermogensfondsen (n = 89). Het onderzoek onder vermogensfondsen is gericht op de grootste fondsen in Nederland. Om dubbel tellingen te voorkomen tellen we alleen de bestedingen van fondsen uit opbrengsten van het vermogen mee. De inkomsten die fondsenwervende instellingen en vermogensfondsen ontvangen van bedrijven, particulieren, andere fondsen en uit nalatenschappen tellen we niet mee omdat deze bijdragen al in de andere hoofdstukken zijn meegeteld. De cijfers over bijdragen van kansspelen aan goede doelen zijn volledig omdat deze markt alleen toegankelijk is voor vergunninghouders en zij de uitkeringen aan goede doelen in hun jaarverslagen vermelden. De gegevens zijn gebaseerd op zeven landelijke meerjarige kansspelvergunninghouders.

Trends per bron

Lichte daling in totale giften bij kansspelen en huishoudens

Bijdragen per bron in € miljoenen, 1997-2020*



De totale waarde in giften van huishoudens is gedaald. De daling kunnen we deels verklaren door de lockdown-maatregelen die de overheid de afgelopen twee jaar heeft ingevoerd tijdens de coronacrisis. Deze lockdown-maatregelen hebben het voor veel goeddoelenorganisaties moeilijker gemaakt om collectes te organiseren. Dit laat nogmaals zien hoe belangrijk werven is voor geven.

Nalatenschappen



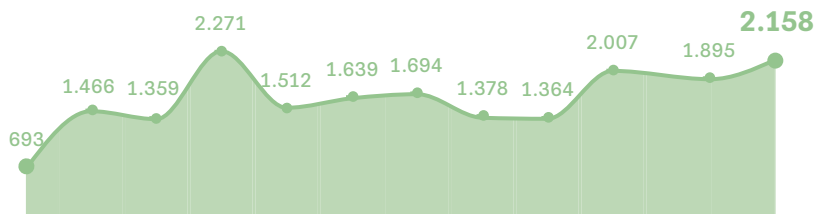
De inkomsten uit nalatenschappen stijgen door.

Fondsen



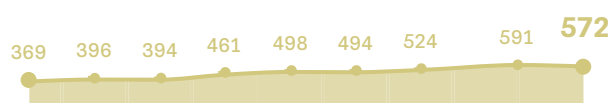
De cijfers zijn onderschattingen, maar door verbeteringen in de dataverzameling krijgen we de bijdragen van fondsen steeds beter in beeld.

Bedrijven



Bedrijfs giften en -sponsoring zijn in 2020 gestegen.

Kansspelen



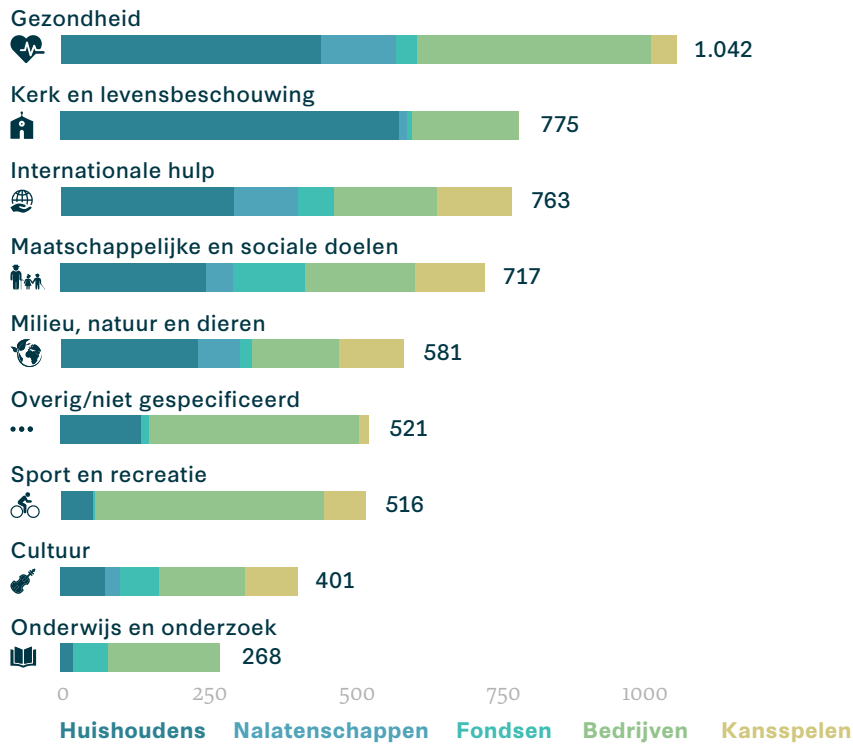
Sinds lange tijd is er sprake van een lichte daling in afdrachten door kansspelen.

* Vanwege toegepaste correcties verschillen de cijfers van de cijfers in voorgaande edities. De cijfers van huishoudens van 2015 en 2018 zijn volgens een verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens. De cijfers van 2020 zijn volgens een verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens van niet-Nederlandse herkomst.

Aan welke doelen geven we in Nederland?

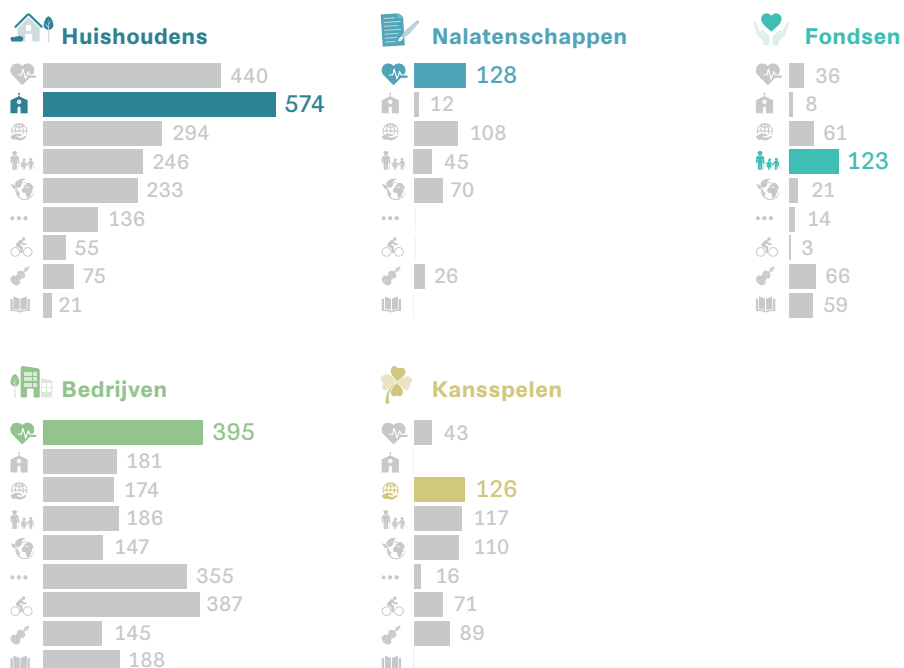
We gaven het meest aan gezondheid

Begunstigde doelen in 2020 in € miljoenen



Iedere bron heeft een favoriet doel

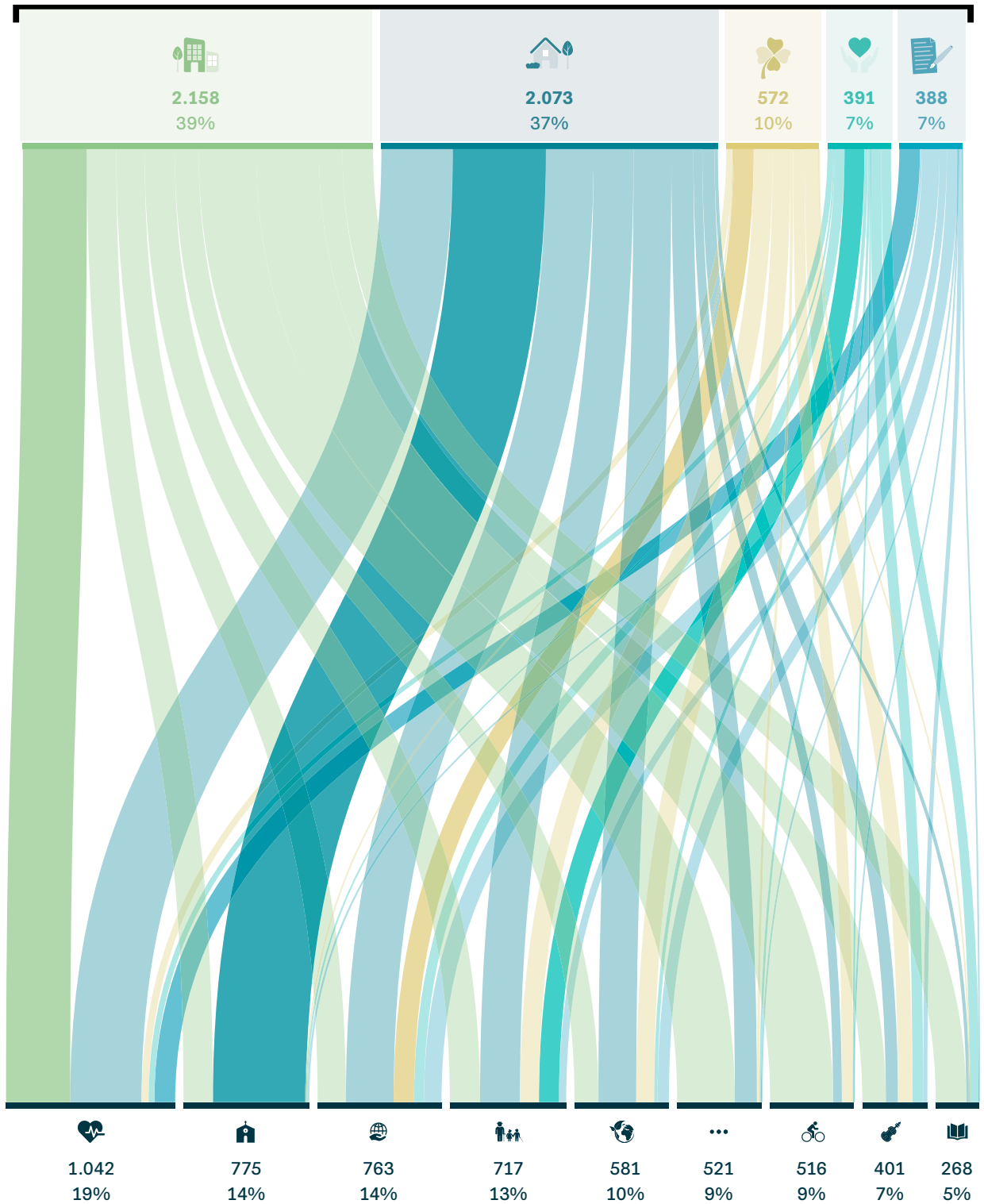
Begunstigde doelen per bron in 2020 in € miljoenen



Wie geeft aan wat?

Bijdragen per bron in € miljoenen, 1997-2020

In 2020 gaven we
€ 5,6 miljard dat is 0,7%
van ons BBP



Geefgedrag en de coronapandemie

De coronapandemie heeft veel mensen en organisaties geraakt. Niet alleen de gezondheidsschade door het coronavirus, maar ook de angst voor het virus en de coronamaatregelen hadden een grote invloed op het dagelijks leven. De pandemie heeft kwetsbare groepen extra hard getroffen. De crisis heeft filantropen, fondsen en maatschappelijke organisaties geconfronteerd met een toenemende hulpvraag, nieuwe noden, lockdowns en andere beperkende maatregelen. Hoe is het geefgedrag van huishoudens, fondsen, bedrijven en de vrijwillige inzet van Nederlanders in 2020 tijdens de coronacrisis veranderd?



Huishoudens

We schatten het totaalbedrag aan giften door huishoudens in 2020 op € 2,1 miljard. Dit bedrag ligt lager dan in 2018, toen het € 2,4 miljard was. De cijfers uit Geven in Nederland 2022 laten zien dat de meeste manieren van geven tijdens de coronapandemie afnamen. Kleding in een container doen en een vaste periodieke overschrijving waren hierop een uitzondering. De maatregelen die de overheid de afgelopen twee jaar heeft doorgevoerd in de coronacrisis hebben het voor veel goedbedoelenorganisaties moeilijker gemaakt om fondsen te werven. Vooral het organiseren van huis-aan-huiscollectes was tijdens de pandemie lastig. Deze collectes zijn voor huishoudens al jaren de populairste manier om giften in de vorm van geld te geven. Tijdens de pandemie nam het percentage van de huishoudens dat via een huis-aan-huiscollecte gaf duidelijk af. Online fondsenwerven is een alternatief voor de huis-aan-huiscollecte. Toch is de online collecte in 2020 niet populairder dan in 2018. Wel zijn donateurs die op deze manier gaven in 2020 hogere bedragen gaan geven.

Tijdens de pandemie zien we bij meerdere manieren van geven een daling

Manieren van geven (in %), 2013 - 2020.

	Percentages			
	2013	2015	2018	2020
Huis aan huis collecte	79	72	69	61
Collecte op straat	42	40	38	31
Iets kopen aan de deur	27	26	24	20
Vaste periodieke overschrijving	38	42	44	48
Kleding in container	76	76	67	79
Online collectebus	n.v.t.	n.v.t.	6	5
Crowdfunding	n.v.t.	n.v.t.	11	12

Ook tijdens de pandemie bleven huishoudens, die vaste donateur zijn, hun goede doelen veelal trouw.

De cijfers laten ook zien dat de bijdragen van huishoudens in de vorm van geld aan veel doelen lager waren in 2020 dan in 2018. Dit geldt vooral voor giften aan kerk en levensbeschouwing en in mindere mate voor gezondheid, milieu, en sport en recreatie. Bij internationale hulp, natuur, dieren, onderwijs en onderzoek, cultuur, en maatschappelijke en sociale doelen nam het percentage van de huishoudens dat gaf af, maar het bedrag onder de donateurs nam toe, zodat de totale giften aan deze doelen niet afnamen.

We zien in 2020 dat huishoudens wel vaker aan lokale goedbedoelenorganisaties gaven dan in 2018. Ook bedragen namen toe. Het vertrouwen in goedbedoelenorganisaties was tijdens de pandemie hoger dan voor de pandemie: bijna de helft van de respondenten gaf aan veel of erg veel vertrouwen te hebben in goedbedoelenorganisaties.

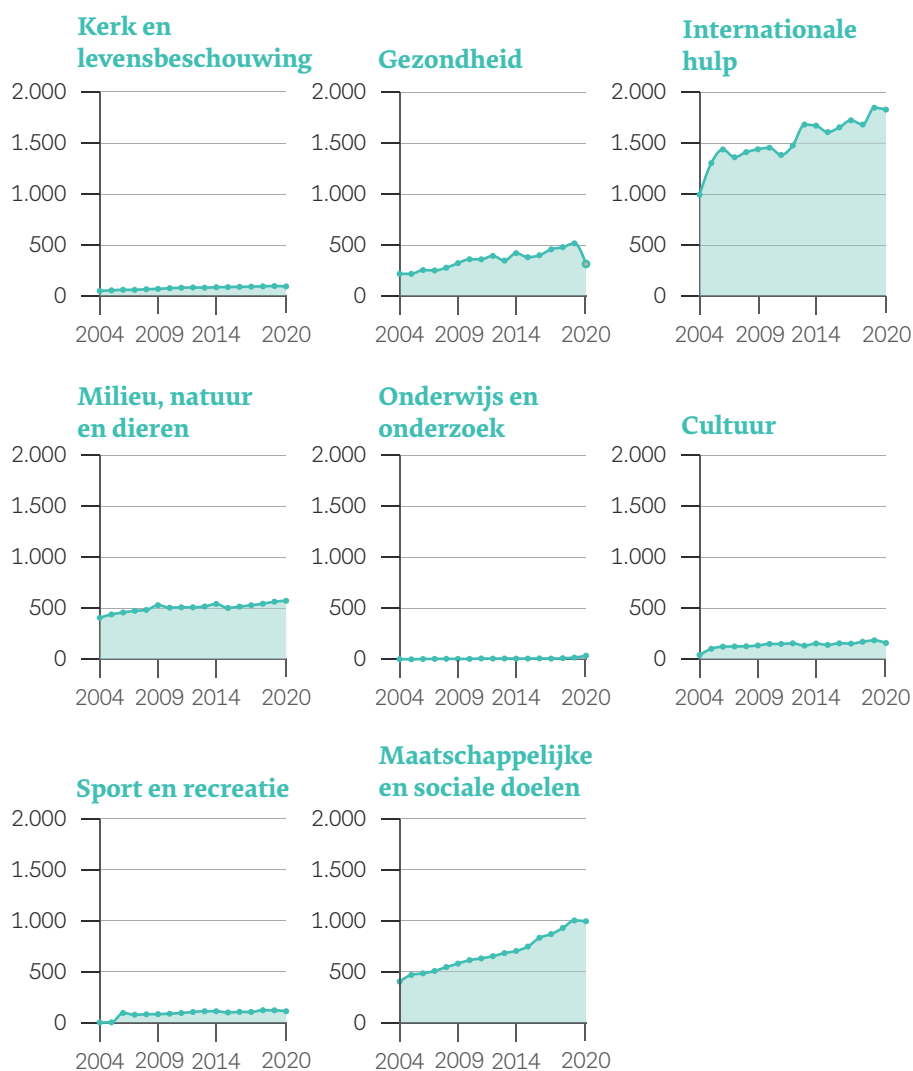


Vermogensfondsen

Verkennd enquête-onderzoek onder 69 vermogensfondsen onderzocht de impact van de coronacrisis. Het betreft fondsen die niet afhankelijk zijn van actieve geldwerving onder het publiek, zoals zuivere vermogensfondsen, familie fondsen en corporate foundations. Voor veel vermogensfondsen bleef het bestedingsbudget in 2020 onveranderd, ook bracht het merendeel van de vermogensfondsen geen wijzigingen of veranderingen door in de doelgroepen die zij ondersteunden. Wel wijzigden vermogensfondsen het financierings- en donatiebeleid om begunstigden meer flexibiliteit te verlenen door bijvoorbeeld afspraken op toegekende financiering te versoepelen of door additionele financiering te verstrekken. In mindere mate zagen fondsen af van gestelde rapportagetermijnen, het flexibiliseren van rapportage-eisen, of het versimpelen of versnellen van het proces voor financieringsaanvragen.

Bestedingen van gezondheidsfondsen sterk afgenomen in 2020

Bestedingen per doel van geldwervende fondsen, 2004-2020 (in € miljoenen)



De totale bestedingen van geldwervende fondsen zijn in 2020 gedaald. Deze daling wordt met name veroorzaakt door een daling in de bestedingen van gezondheidsfondsen tussen 2019 en 2020, van € 517 miljoen naar € 314 miljoen. De oorzaak lijkt voor een groot deel bij de coronapandemie te liggen.

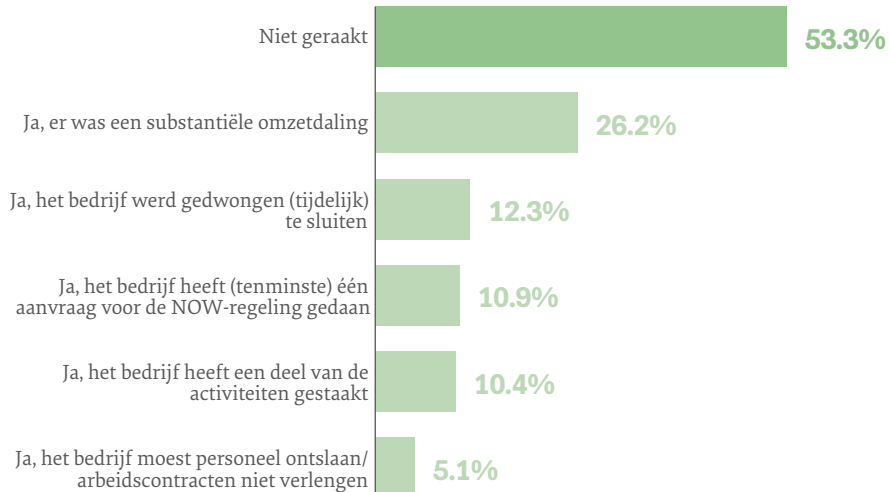
 **Bedrijven**

Naar schatting gaven bedrijven € 2,2 miljard in 2020 aan goede doelen, opgebracht door 61% van de Nederlandse bedrijven. Opvallend is dat bedrijven die aangeven getroffen te zijn door de coronapandemie (door bijvoorbeeld een omzetsdaling of tijdelijke bedrijfssluitingen) niet minder of minder vaak zijn gaan geven. Dit laat zien dat bedrijven ook gulle gevers blijven in moeilijke tijden. Maar liefst € 395 miljoen (18% van de geschatte bijdragen aan sponsoring en giften door bedrijven) komt ten goede aan de sector gezondheid. Dit maakt gezondheid in 2020 het populairste doel voor bedrijven.

Bijna de helft van de bedrijven heeft op een of andere manier gevolgen ondervonden van de coronapandemie

Verschillende manieren waarop bedrijven beïnvloed zijn door de coronapandemie (in %)

Bij iedere vraag die over corona is gesteld blijkt dat bedrijven die zijn getroffen door de coronapandemie ongeveer even vaak geven vergeleken met de bedrijven die aangeven niet te zijn getroffen door de coronapandemie.

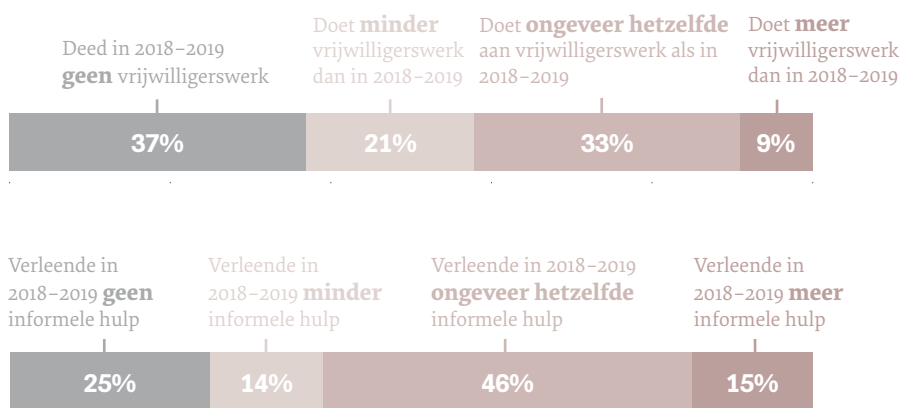


 **Vrijwilligerswerk**

De coronapandemie heeft een dubbel effect gehad op de vrijwillige inzet in Nederland. Enerzijds hebben de coronamaatregelen het verrichten van vrijwilligerswerk bemoeilijkt. Terwijl sommigen begonnen met vrijwilligerswerk als welkome afleiding, waren er meer vrijwilligers die (tijdelijk) moesten stoppen of minderen. We zien daardoor een afname in het aantal actieve vrijwilligers. Anderzijds is de vrijwillige inzet deels online voortgezet. Vrijwilligers hebben nieuwe manieren gevonden om vrijwilligerswerk te doen. De toename van online vrijwilligerswerk was echter kleiner dan de afname van het vrijwilligerswerk ter plekke.

Een op de vier vrijwilligers en informele hulpverleners is gestart met vrijwilligerswerk en informele hulp in 2020-2021

Veranderingen in vrijwilligerswerk en informele hulp in 2020-2021 t.o.v. 2018-2019 (in%)



We zien een lichte afname in het aandeel van de vrijwilligers dat actief is voor sportverenigingen, scholen, verzorging of verpleging, maar daarentegen hebben meer vrijwilligers zich ingezet voor wijk of buurt of voor organisaties op een ander gebied.

We zien ook veranderingen in het soort taken die vrijwilligers uitvoerden in 2020 en de maatschappelijke terreinen die zij ondersteunden. Zo was er onder andere een afname zichtbaar in het aantal vrijwilligers dat fondsen werft of collecteert, maar was er sprake van een toename in het aandeel vrijwilligers dat klust of informatie of advies geeft.

Al met al laten de cijfers zien dat het vrijwilligerswerk in Nederland een klap heeft gekregen door de pandemie en de beperkende maatregelen die daarop volgden. Minder Nederlanders zijn vrijwillig actief, ook als er gekeken wordt naar online participatie. Tegelijkertijd zijn er aanwijzingen voor de veerkracht van vrijwillige inzet, met mogelijke nieuwe aanwas en de bereidheid onder bestaande vrijwilligers om weer meer te gaan doen als de maatregelen het toelaten.

FILANTROPIE:

EEN OVERZICHT VAN BEGRIPPEN EN DE SECTOR

In dit hoofdstuk beschrijven we het kader van de filantropie in Nederland: het begrippenkader en het wettelijk kader dat ten grondslag ligt aan het onderzoek. Filantropie heeft twee betekenissen. Ten eerste gaat het bij filantropie om vrijwillige bijdragen aan algemeen nuttige doelen. Sinds de start van het onderzoek Geven in Nederland hanteren we een brede definitie van filantropie (Schuyt, 2001: 12) die in 2005 iets is aangepast (Schuyt, 2005: 21).

AUTEUR

René Bekkers

Definitie filantropie **Filantropie staat voor bijdragen in de vorm van geld, goederen, tijd en lichaamsmateriaal, vrijwillig ter beschikking gesteld door individuen en organisaties (fondsen, kerken, bedrijven en goededoelenloterijen), waarmee primair algemeen nuttige doelen worden gesteund.**

Ten tweede is de filantropie in Nederland ook een maatschappelijke sector van filantropische organisaties die samen werken aan het bereiken van algemeen nuttige doelen. De sector filantropie bestaat uit stichtingen, verenigingen, kerken en instellingen die het algemeen nut beogen en instellingen die daar toezicht op houden. Filantropische organisaties zijn de intermediaire organisaties in het midden van figuur 1. Zij vormen de schakel tussen de bronnen van bijdragen links in figuur 1 en de bestemming van die bijdragen, de doelen.

Figuur 1

DEEL A

Bronnen van bijdragen

-  **H1** Huishoudens
-  **H2** Nalatenschappen
-  **H3** Fondsen
-  **H4** Bedrijven
-  **H5** Kansspelen
-  **H6** Vrijwilligerswerk

Intermediaire organisaties

- Stichtingen
- Verenigingen
- Fondsen
- Kerken

DEEL B

Doelen van algemeen nut

- H7** Kerk en levensbeschouwing
- H8** Gezondheid
- H9** Internationale hulp
- H10** Milieu, natuur en dieren
- H11** Onderwijs en onderzoek
- H12** Cultuur
- H13** Sport en recreatie
- H14** Maatschappelijke en sociale doelen

Algemeen nut: 'goede doelen'

Het algemeen nut is in Nederland niet inhoudelijk gedefinieerd. In dit onderzoek onderscheiden we acht verschillende doelen van algemeen nut, in het dagelijks spraakgebruik ook wel 'goede doelen' genoemd. We hebben ze geordend naar hun omvang en bespreken ze in deel B van dit boek in aparte hoofdstukken:

1. Kerk en levensbeschouwing (hoofdstuk 7)
2. Gezondheid (hoofdstuk 8)
3. Internationale hulp (hoofdstuk 9)
4. Milieu, natuur en dieren (hoofdstuk 10)
5. Onderwijs en onderzoek (hoofdstuk 11)
6. Cultuur (hoofdstuk 12)
7. Sport en recreatie (hoofdstuk 13)
8. Maatschappelijke en sociale doelen (hoofdstuk 14)

Deze indeling sluit aan bij de categorieën van doelstellingen van organisaties die volgens de Algemene Wet op de Rijksbelastingen (AWR) als algemeen nut kunnen gelden.¹

Filantropisch gedrag

Filantropisch gedrag kan van algemeen nut zijn via het werk van instellingen, via netwerken van minder formeel georganiseerde maatschappelijke initiatieven of via initiatieven van individuele particulieren. Filantropische bijdragen kunnen bestaan uit geld, tijd en goederen (waaronder ook expertise, informatie, contacten en gegevens) en lichaamsmateriaal, zoals bloed, stamcellen en organen. De nadruk in Geven in Nederland ligt op de bijdragen van geld en goederen. In hoofdstuk 6 bespreken we bijdragen van tijd in de vorm van vrijwilligerswerk. Niet al het vrijwilligerswerk is filantropisch van aard. Het vrijwilligerswerk in de sport bijvoorbeeld komt meestal ten goede aan leden van sportverenigingen en is daarmee geen algemeen nut. We drukken de waarde van vrijwilligerswerk niet uit in euro's, omdat daar geen goede methode voor bestaat.

Prosociaal gedrag

Filantropisch gedrag is onderdeel van de algemenere categorie prosociaal gedrag dat ten koste gaat van de actor en een voordeel oplevert voor een ander of voor anderen (Bekkers, 2013). Andere vormen van prosociaal gedrag komen niet direct ten goede aan het algemeen nut of de samenleving, maar aan specifieke anderen. Boodschappen doen voor de buurvrouw die in quarantaine zit is prosociaal gedrag, maar geen filantropie. Giften in crowdfundingacties kunnen filantropie zijn als zij bijdragen aan een collectief goed. Donaties via een crowdfundingplatform voor een operatie van één specifiek persoon zijn voorbeelden van prosociaal gedrag, maar niet van filantropie. Donaties aan een gezondheidsfonds voor medisch onderzoek zijn wel voorbeelden van filantropie omdat zij bijdragen aan het welzijn van iedereen, bijvoorbeeld omdat op basis van onderzoek preventie of behandeling verbeterd kan worden.

We brengen verschillende vormen van prosociaal gedrag in kaart in ons onderzoek, waaronder enkele vormen die niet in de categorie filantropie vallen. Dit doen we omdat verschillende vormen van prosociaal gedrag vaker voorkomen onder dezelfde mensen. Vrijwilligers verlenen vaker dan niet-vrijwilligers ook informele hulp aan mensen buiten

¹ De AWR onderscheidt een aparte categorie voor jeugd- en ouderenzorg, die in Geven in Nederland onder 'Gezondheid' valt. De AWR onderscheidt de bevordering van de democratische rechtsorde en volkshuisvesting ook als aparte doelen die we in Geven in Nederland onder 'Overige doelen' classificeren.

het eigen huishouden, zoals familie, vrienden, buren en kennissen. Mensen die vaker geld geven aan goededoelenorganisaties lenen ook vaker geld uit aan familie en vrienden. Omdat de aantallen uren en euro's die mensen kunnen besteden aan anderen beperkt zijn, kunnen verschillende vormen van prosociaal gedrag ook ten koste van elkaar gaan. Dat geldt bijvoorbeeld voor vrijwilligerswerk en mantelzorg.

Filantropie als houding

Filantropie stamt uit het oud-Grieks (*φιλανθρωπία*) en betekent etymologisch liefde voor de mens of voor de mensheid. Met deze oorspronkelijke betekenis in het achterhoofd is duidelijk dat filantropie ook een houding is waarmee mensen in de wereld staan: het vertrouwen in de medemens en de welwillendheid van anderen, het belangrijk vinden om voor anderen te zorgen en bereid te zijn daar persoonlijke offers voor te brengen. Deze positieve houding ten opzichte van anderen en organisaties is een belangrijke bron van waaruit mensen bijdragen aan abstracte idealen en maatschappelijke doelen. Het tegendeel van filantropie is misantropie: een negatieve instelling ten opzichte van anderen, bijvoorbeeld achterdocht, argwaan, wrok of zelfs haat. Filantropische betrokkenheid is een bijzondere vorm van maatschappelijke betrokkenheid. De interesse in maatschappelijke vraagstukken, de wil om die op te lossen en de samenleving te verbeteren is niet altijd filantropisch van aard. Maatschappelijke betrokkenheid kan ook vanuit politieke motieven en opvattingen gemotiveerd zijn, met het doel bepaalde deelbelangen te bereiken.

Filantropisch gedrag komt niet altijd voort uit altruïsme: de wens om het welzijn van de ontvanger(s) te verbeteren. De mate en omstandigheden waarin altruïsme filantropisch gedrag beïnvloedt is al eeuwenlang een vraag die filosofen en wetenschappers bezighoudt. De consensus is dat puur altruïstisch gemotiveerde filantropie zeldzaam is omdat geven de gever vrijwel altijd iets oplevert (Bekkers & Wiepking, 2011; Van den Brink, 2017).

De infrastructuur van de sector filantropie

Landelijk fondsenwervende goededoelenorganisaties zoals KWF Kankerbestrijding, Artsen Zonder Grenzen en Unicef zijn het meest zichtbare deel van de sector filantropie in Nederland. Zij benaderen het publiek actief met campagnes om geld in te zamelen voor hun doelstellingen. Bij het CBF zijn zo'n 1.200 landelijk fondsenwervende goededoelenorganisaties bekend. Ongeveer 220 daarvan zijn lid van de branchevereniging Goede Doelen Nederland. Zie www.goededoelennederland.nl.

Het ledental van Goede Doelen Nederland is de afgelopen jaren gegroeid, onder andere omdat de koepelorganisatie voor kleinere en lokale fondsenwervende organisaties Nederland Filantropieland (NLFL) vanaf 2020 stapsgewijs in Goede Doelen Nederland is opgegaan. Binnen de sector internationale hulp zijn twee groepen organisaties verenigd in brancheverenigingen, Partos en Partin, met respectievelijk ongeveer 100 en 400 leden. Partos is de branchevereniging voor ontwikkelingssamenwerking. Zie www.partos.nl. Partin is de branchevereniging voor meestal kleinschalige particuliere initiatieven werkzaam binnen de ontwikkelingssamenwerking. Zie www.partin.nl. Binnen de sector cultuur verenigt de Federatie Cultuur acht koepelorganisaties met samen meer dan 1.100 aangesloten culturele instellingen. Zie federatiecultuur.nl.

Vermogensfondsen zoals Stichting Rooms Catholijk Oude Armen Kantoor (RCOAK), Droom en Daad en Rabo Foundation zijn een minder zichtbaar deel van de sector filantropie in Nederland, omdat zij niet actief fondsen werven bij het algemeen publiek. Vermogensfondsen financieren hun activiteiten uit het rendement van in het verleden opgebouwd vermogen (bijvoorbeeld het RCOAK), of door structurele giften van particulieren (bijvoorbeeld Droom en Daad) of bedrijven (bijvoorbeeld Rabo Foundation). Er zijn ook hybride fondsen, die fondsen werven, beheren en uitgeven. Het Prins Bernhard Cultuur-

fonds is een voorbeeld van een hybride fonds. Het fonds beheert niet alleen opgebouwde of nagelaten fondsen, bijvoorbeeld als CultuurFonds op Naam, maar zamelt ook actief geld in voor cultuur. Zo'n 360 vermogensfondsen hebben zich verenigd in de branchevereniging Fondsen in Nederland (FIN). Zie www.fondseninnederland.nl.

Kerken, religieuze instellingen en levensbeschouwelijke organisaties vormen getalsmatig het grootste deel van de sector filantropie in Nederland. Van de 44.500 algemeen nut beogende instellingen (ANBI's) die in december 2020 bij de Belastingdienst zijn geregistreerd zijn er naar schatting van het CBF (CBF, 2021) ongeveer 16.500 (38%) actief op het terrein van religie en levensbeschouwing, waarvan de meeste (15.258, 35%) bij een geloofsgemeenschap behoren. De Belastingdienst zelf stelt dat per 15 mei 2019 10.448 instellingen in de categorie 'Religie, levensbeschouwing en spiritualiteit' vielen (Tydeman-Yousef, 2022: 326). Dit aantal is zo hoog omdat alle parochies, kerkelijke gemeenten, religieuze congregaties en diaconieën afzonderlijk als ANBI geregistreerd zijn. 29 christelijke kerkgenootschappen en twee joodse gemeenschappen met in totaal ongeveer 3.500 lokale geloofsgemeenschappen hebben zich verenigd in het Interkerkelijk Contact in Overheidszaken (CIO). Zie www.cioweb.nl.

Goede Doelen Nederland, de FIN en het CIO zijn verenigd in een koepel van koepelorganisaties, de Samenwerkende Brancheorganisaties Filantropie (SBF). Het doel van SBF is het bevorderen van goede randvoorwaarden voor een optimaal functionerende filantropische sector. SBF overlegt met de overheid inzake voorgenomen beleid, weten, regelgeving en uitvoeringskwesties. Zie www.sbf-filantropie.nl.

Naast organisaties die fondsen werven, beheren en uitgeven telt Nederland vele duizenden vrijwilligersorganisaties. De Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk (NOV) is de belangenorganisatie van vrijwilligersorganisaties en heeft 361 leden, waaronder veel koepelorganisaties. De NOV vertegenwoordigt daarmee ongeveer 20.000 organisaties. Zie www.nov.nl.

Sanquin verzorgt de bloedvoorziening in Nederland door bloedproducten in te zamelen, te verwerken en uit te geven. Sanquin beheert 136 donatielocaties, waar jaarlijks 390.000 mensen bloed en plasma doneren voor transfusie aan patiënten en voor medisch onderzoek (Sanquin, 2021). Zie www.sanquin.nl.

De Nederlandse Transplantatie Stichting beheert de wachtlijst voor orgaantransplantatie en wijst organen en weefsels toe aan ontvangers. Zie www.transplantatiestichting.nl. In 2020 overleden er 317 orgaandonoren, van wie 857 organen beschikbaar kwamen voor transplantatie aan patiënten. Van 1.923 overleden donoren kwam weefsel beschikbaar. 375 mensen doneerden een nier bij leven (Nederlandse Transplantatie Stichting, z.j.).

Wettelijk kader en toezicht op de filantropie

Het toezicht op de filantropie is in Nederland een combinatie van overheidsregulering, zelfregulering en toezicht door een onafhankelijke private partij (het CBF). De overheidsregulering werkt via de Belastingdienst. Stichtingen en verenigingen moeten de ANBI-status aanvragen bij de Belastingdienst om fiscale voordelen te krijgen zoals vrijstelling van schenken en erfbelasting en de giftenaftrek voor donateurs. De Belastingdienst concentreert zich vooral op de aanvraag van de ANBI-status. De Belastingdienst houdt na de toekenning van de ANBI-status geen periodieke controles of gesprekken met organisaties, tenzij er klachten of meldingen komen. Dat gebeurt zelden. Wanneer de Belastingdienst onderzoek doet dan gaat dat meestal over het voldoen aan de formele eisen, bijvoorbeeld met betrekking tot de informatie die ANBI's op hun website moeten plaatsen, of over de mate waarin de activiteiten van de ANBI het algemeen nut dienen, dan wel de particuliere of zakelijke belangen van bestuursleden, oprichters, leden of hun familie.

Lang niet alle ANBI's behoren tot de sector filantropie. Gemeenten, provincies, waterschappen en de Staat der Nederlanden hebben de ANBI-status, maar ontvangen geen vrijwillige bijdragen. Hun inkomsten zijn afkomstig uit verplichte belastingen. Ook woningbouwcorporaties, zorginstellingen en andere non-profitorganisaties, zoals bibliotheken en scholen, hebben de ANBI-status, maar behoren niet tot de filantropie omdat hun inkomsten geheel of vrijwel geheel uit overheidssubsidie of vergoedingen voor dienstverlening afkomstig zijn. De scheidslijnen tussen overheid, de non-profitsector en de filantropie zijn historisch gegroeid, maar liggen niet vast. In de ANBI-registratie is te zien dat de afgelopen jaren steeds meer non-profitorganisaties zoals ziekenhuizen, universiteiten en culturele instellingen actief zijn geworden in het werven van vrijwillige particuliere bijdragen.

Nederland is een uitzonderlijk vrij land voor filantropische organisaties. In een wereldwijd onderzoek naar de vrijheden voor filantropische organisaties scoort Nederland al jaren in de top 10.² Het is in Nederland bijzonder eenvoudig om een goed doel op te richten en te voldoen aan de regels van de Belastingdienst. Ook hoeven filantropische organisaties niet elk jaar een bepaald percentage van hun vermogen aan activiteiten te besteden, zoals in de Verenigde Staten, waar fondsen elk jaar minimaal 5% van hun vermogen moeten uitgeven. De Belastingdienst stelt wel als voorwaarde voor de ANBI-status dat de instelling niet meer vermogen mag aanhouden dan noodzakelijk is voor de continuïteit van de werkzaamheden.

Een groot deel van de filantropische sector reguleert zichzelf via gedragscodes, intern overleg en onderlinge afspraken. Kerken en geloofsgemeenschappen verenigd in het CIO hebben in 2017 een convenant met de Belastingdienst gesloten, waarin zelfregulering is afgesproken (Belastingdienst/CIO, 2017). De Belastingdienst houdt 'toezicht op toezicht'. Vermogensfondsen hoeven net als kerken niet te rapporteren hoe groot hun reserves zijn. Vermogensfondsen aangesloten bij de FIN zijn gehouden aan de gedragscode Goed Bestuur. Leden van de NOV, Partos en het CIO zijn gebonden aan eigen gedragscodes. Er is in Nederland geen toezicht op crowdfundingplatforms als GoFundMe en WhyDonate die het mogelijk maken buiten organisaties om geld in te zamelen voor specifieke projecten.

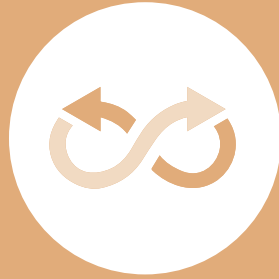
De onafhankelijke private partij die toezicht houdt op fondsenwervende organisaties is het CBF. Het CBF is geen onderdeel van de overheid. Organisaties die actief fondsen werven kunnen bij het CBF een Erkenning aanvragen. Om de Erkenning te krijgen moeten goededoelenorganisaties aan een uitgebreid pakket aan normen voldoen, die veel verder gaan dan de minimumeisen van de Belastingdienst. Er zijn vier categorieën. Hoe groter de organisatie, des te meer regels aan de Erkenning verbonden zijn. Het CBF toetst Erkende organisaties regelmatig opnieuw om te controleren of zij nog aan de normen voldoen. Ongeveer 660 organisaties hebben een Erkenning (CBF, z.j.). Van alle organisaties met een Erkenning is op de website van het CBF basisinformatie te vinden in een Erkenningspaspoort. Daarin staan onder andere de doelstelling, kernelementen uit het beleidsplan, de omvang van de jaarlijkse inkomsten, jaarlijkse uitgaven aan de doelstelling, werving en beheer en administratie, en de omvang van reserves en fondsen.

Het ministerie van Justitie en Veiligheid coördineert het overheidsbeleid op het terrein van filantropie, en is verantwoordelijk voor het kansspelbeleid, waar ook de goededoelenloterijen onder vallen. De Kansspelautoriteit (Ksa) verstrekt vergunningen aan aanbieders van kansspelen. Na uitgebreide discussie is het kansspelbeleid onlangs herzien, waardoor online kansspelen per 1 oktober 2021 toegang hebben gekregen tot de Nederlandse markt. Deze ontwikkeling kan tot grote veranderingen leiden in de toekomst.

² <https://globalindices.iupui.edu/environment-index/index.html>

Referenties

- Bekkers, R. (2013). *De maatschappelijke betekenis van filantropie*. Oratie Vrije Universiteit Amsterdam. https://renebekkers.files.wordpress.com/2013/04/bekkers_filantropie.pdf
- Bekkers, R., & Wiepking, P. (2011). A literature review of empirical studies of philanthropy: Eight mechanisms that drive charitable giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(5): 924-973.
- Belastingdienst/CIO (15 december 2017). *Samenwerkingsconvenant Interkerkelijk Contact in Overheidszaken (CIO) en Belastingdienst*. Utrecht: Belastingdienst. https://download.belastingdienst.nl/belastingdienst/docs/convenant_belastingdienst_cio_al12021z1ed.pdf
- Brink, G. van den (2017). *Moderne liefdadigheid*. Den Haag: Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid. <https://www.wrr.nl/binaries/wrr/documenten/working-papers/2017/04/20/moderne-liefdadigheid/WP025-Moderne-liefdadigheid.pdf>
- CBF (z.j.). Register goede doelen. <https://www.cbf.nl/register-goede-doelen>
- Nederlandse Transplantatie Stichting (z.j.). *Cijferoverzicht 2020: Donatie, wachtlijst en transplantatie van organen en weefsels in Nederland*. <https://www.transplantatiestichting.nl/files/Jaarverslag/nts-cijferoverzicht-2020-04.pdf?ec=9c53148e>
- Schuyt, T.N.M. (2001). *De Filantropische Sector en 'Philanthropic Studies' in Nederland: wetenschappelijke belangstelling voor een maatschappelijke sector in wording*. Inaugurele rede Vrije Universiteit Amsterdam. Houten: Bohn Stafleu van Loghum.
- Schuyt, T.N.M. (2005). Inleiding. In T.N.M. Schuyt & B.M. Gouwenberg, B.M. (red.), *Geven in Nederland 2005: Giften, Legaten, Sponsoring en Vrijwilligerswerk* (pp. 21-28). Den Haag: Reed Business Information.
- Stichting Sanquin Bloedvoorziening (2021). *Jaarverslag 2020: In Transitie!* Amsterdam: Sanquin. https://www.sanquin.nl/binaries/content/assets/sanquinnl/over-sanquin/pers--actueel/jaarverslagen/sanquin_stichting_jaarverslag_2020.pdf
- Tydemans-Yousef, M. (2022). *Op zoek naar de heilige graal: een juridisch en fiscaal onderzoek naar de ANBI-categorie religie, spiritualiteit en levensbeschouwing*. Proefschrift Erasmus Universiteit Rotterdam: Rotterdam.



**SPECIAL | DYNAMIEK IN
GEEFGEDRAG OVER DE
LEVENSLLOOP**



SAMENVATTING

Hoe trouw zijn Nederlandse huishoudens in het geven aan goede doelen? Hoe zijn de manieren waarop huishoudens geven veranderd in de periode 2001-2018? Hoe beïnvloeden fondsenwerving en levensgebeurtenissen het geefgedrag? We beantwoorden deze vragen met een longitudinale analyse van gegevens van 3.273 huishoudens die in de periode 2002-2019 meerdere keren Geven in Nederland-vragenlijsten hebben ingevuld.



86% van de huishoudens gaf in de periode 2001-2018 jaar in, jaar uit aan minstens één goed doel

Gezondheid en Kerk en levensbeschouwing hebben de meest trouwe donateurs

Percentage van de huishoudens dat jaar in, jaar uit geeft per doel

Gezondheid

72%

Kerk en levensbeschouwing

59%

Milieu, natuur en dieren

53%

Internationale hulp

39%

Maatschappelijke en sociale doelen

35%

Cultuur

14%

Sport en recreatie

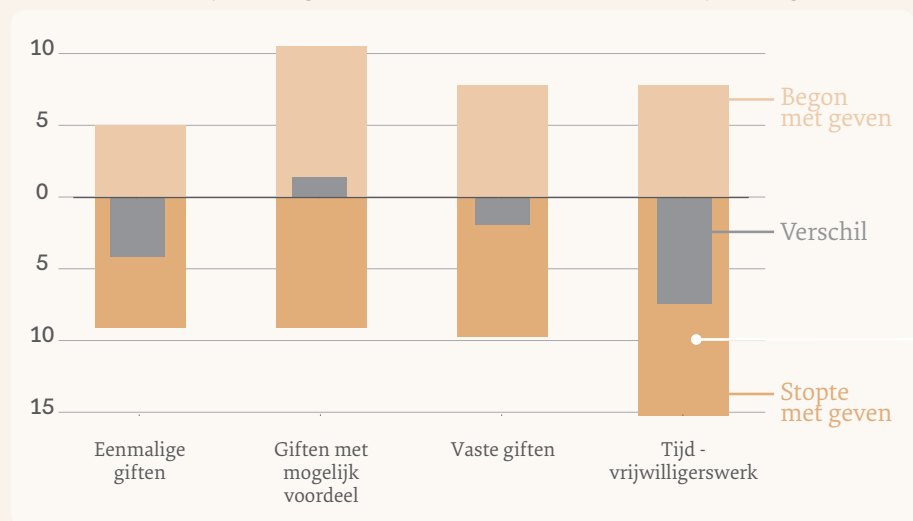
13%

Onderwijs en onderzoek

10%

Meer mensen stopten met geven dan andersom

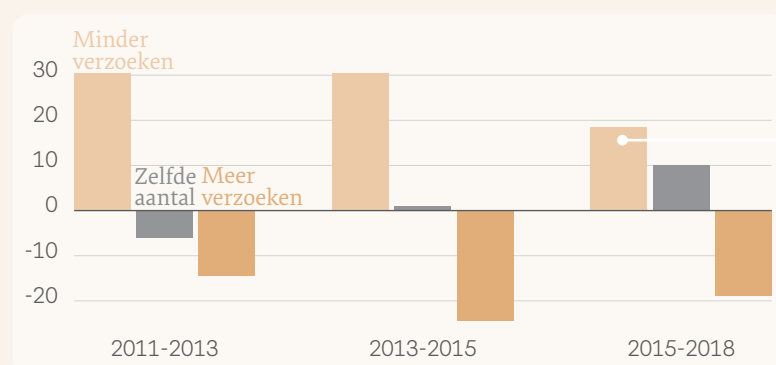
Verskil tussen het percentage van huishoudens dat startte en stopte met geven in de periode 2015-2018



Er stopten vooral veel huishoudens met het doen van vrijwilligerswerk

Geefgedrag is sterker toegenomen onder huishoudens die minder verzoeken om giften ontvingen

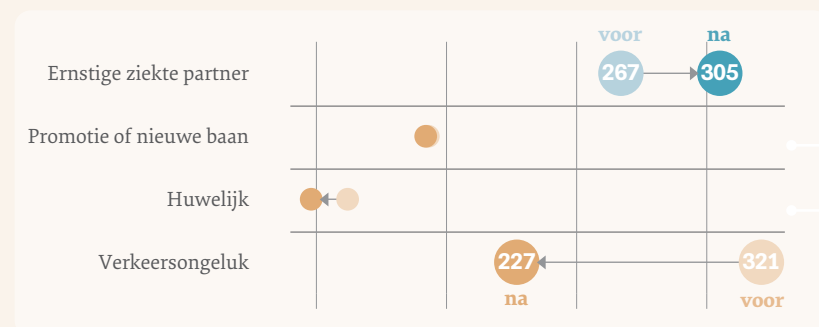
Totaalbedrag aan giften in € naar de verandering in het aantal verzoeken om giften in de jaren ervoor



Bij minder verzoeken neemt het geefgedrag juist toe.

Na een ernstige ziekte van de partner nemen de giften toe, na een verkeersongeluk nemen de giften af

Toename of afname in het totaalbedrag in € aan giften vóór en na het meemaken van levensgebeurtenissen in 2008



Na een promotie of een nieuwe baan of een huwelijk verandert het geefgedrag nauwelijks



SPECIAL

DYNAMIEK IN GEEFGEDRAG OVER DE LEVENSLLOOP

AUTEURS

René Bekkers

Claire van
Teunenbroek

Geven per doel

Vrijwel alle huishoudens geven geld aan goede doelen

In elke editie van Geven in Nederland komen we tot de conclusie dat de meeste huishoudens in Nederland aan goede doelen geven in de loop van een kalenderjaar. Als we het geefgedrag van huishoudens analyseren over de hele periode waarin ze aan ons onderzoek hebben meegedaan, zien we dat vrijwel alle huishoudens (97%) geven aan goede doelen. Dit betekent ook dat de groep huishoudens die helemaal nooit geeft in Nederland heel klein is. Er is in elk kalenderjaar een deel van de huishoudens dat niet geeft, maar in andere jaren geven zij vaak wel. Dat is goed nieuws voor goededoelenorganisaties: over meerdere jaren bezien is het percentage van de huishoudens dat op geen enkele manier bij goede doelen te betrekken valt maar klein (3%).

Drie manieren van geven aan goede doelen

In deze special gebruiken we drie begrippen voor verschillende manieren van geven aan goede doelen.

Giften met mogelijk voordeel zijn bijdragen aan goede doelen waarbij de gever iets terug krijgt voor de gift, of de kans krijgt om een voordeel te behalen. Deze categorie giften bevat de volgende manieren van geven: het kopen van loten in een loterij voor een goed doel, het kopen van goederen in een goededoelenwinkel, het betalen van entreegeld op een bijeenkomst, iets kopen op een vlooiemarkt, goederen kopen aan de deur, het verkopen van goederen waarvan de opbrengst voor een goed doel is.

Eenmalige giften zijn eenmalige bijdragen van huishoudens aan goede doelen die geen verplichting opleveren om vaker of langdurig te geven. Deze categorie giften bevat de volgende manieren van geven: een gift in een huis-aan-huiscollecte, in een collecte op straat, via een sponsorbijdrage, in een kerkdienst of religieuze bijeenkomst, op een bijeenkomst van een organisatie waar de respondent lid van is, in een winkel, via een collecte op het werk, in een televisie- of

radioactie, na een oproep op internet, na een oproep in een advertentie in geschreven pers, via direct mail of via een collecte op een evenement.

Vaste giften zijn structurele bijdragen van huishoudens aan goede doelen die voor een langere periode vastliggen: vaste overschrijvingen via bank of giro, vaste bijdragen aan kerken, vaste bijdragen via een inhouding op salaris door de werkgever, of periodieke giften.

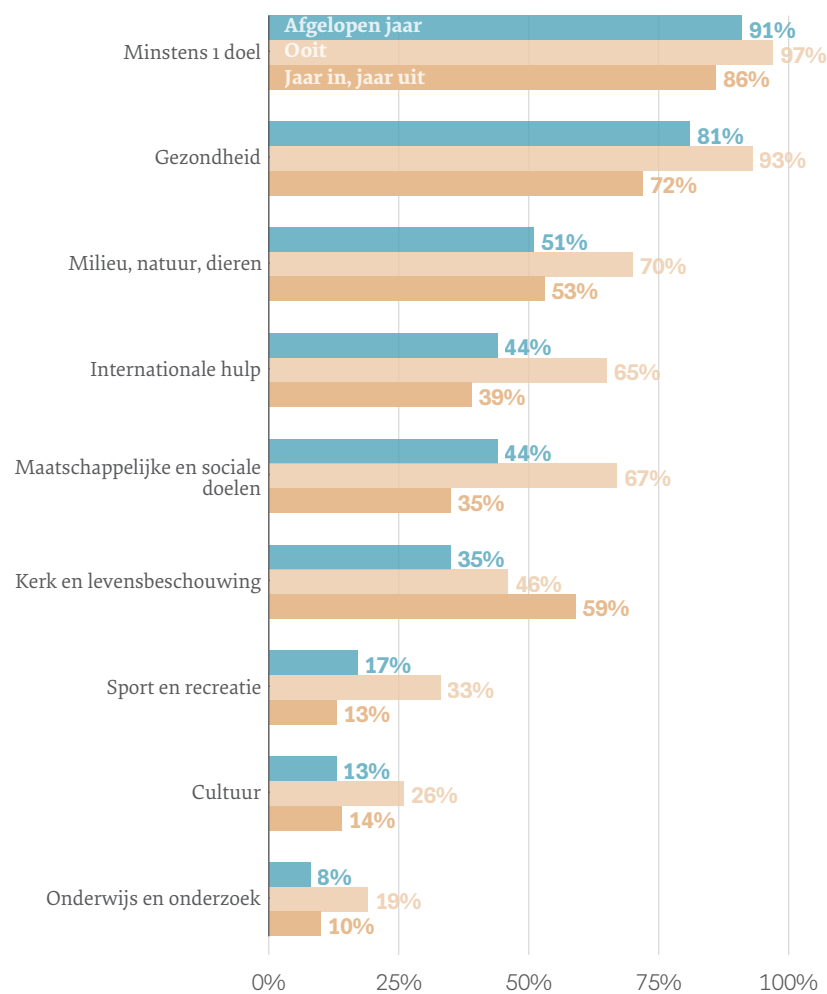
Twee patronen in het geefgedrag van huishoudens

Huishoudens die geven aan een doel en in elk van de vragenlijsten giften aan dat doel rapporteren noemen we **trouwe gevers**. We nemen aan dat deze huishoudens in de tussenliggende jaren waarin we geen meting hebben gedaan zijn blijven geven. Huishoudens die in sommige jaren wel maar in andere jaren geen giften doen noemen we **incidentele gevers**.

Meer informatie over de representativiteit van de onderzochte groep huishoudens en de meting van het geefgedrag staat aan het eind van dit hoofdstuk.

Figuur 1

Percentage van huishoudens dat gaf in het **afgelopen jaar**, **ooit**, en **jaar in, jaar uit**, gemiddelde over de periode 2001–2018



In figuur 1 staat per doel het percentage van de huishoudens dat meerdere malen aan ons onderzoek heeft deelgenomen en dat minstens één keer in het afgelopen jaar gegeven heeft aan dat doel. Voor giften in het afgelopen jaar zien we dat 8 op de 10 huishoudens doelen steunen op het gebied van gezondheid. Voor het doel milieu, natuur en dieren is het ongeveer de helft. Voor maatschappelijke en sociale doelen en voor internationale hulp en mensenrechten ligt het op 44%, en voor kerk en levensbeschouwing 35%. Doelen op het gebied van sport en recreatie (17%), cultuur (13%), en onderwijs en onderzoek (8%) ontvangen beduidend minder vaak giften.

De volgorde van deze doelen is grofweg hetzelfde als we kijken naar alle voorafgaande jaren waarin deze huishoudens aan ons onderzoek hebben deelgenomen. Voor alle doelen liggen de percentages voor de categorie die ooit aan dat doel hebben gegeven hoger dan voor afgelopen jaar. Dit betekent dat vrijwel alle huishoudens wel eens aan goede doelen geven, maar dat niet elk jaar doen. We zien bijvoorbeeld dat 93% van de huishoudens die meerdere malen aan ons onderzoek hebben deelgenomen minstens één keer heeft gegeven



aan doelen op het gebied van gezondheid. Het verschil met het percentage dat in een kalenderjaar geeft (81%) is nog relatief klein voor het doel gezondheid. Bij andere doelen is dit veel groter: voor doelen op het gebied van sport en recreatie, cultuur en onderwijs en onderzoek is het percentage dat minstens één keer gaf ongeveer het dubbele van het percentage dat in het afgelopen jaar gaf. Huishoudens die geld aan deze doelen geven doen dat minder trouw jaar in, jaar uit. Zij geven soms wel aan deze doelen, en soms niet.

Gezondheid en kerk en levensbeschouwing hebben de trouwste donateurs

Om na te gaan welke doelen de trouwste donateurs trekken, hebben we het percentage van de huishoudens berekend dat geeft aan een doel en dat in alle andere edities van het onderzoek waar ze aan mee hebben gedaan ook doen. Dat percentage staat in de oranje balk van figuur 1. We zien grote verschillen tussen doelen in hoe trouw huishoudens in ons onderzoek deze doelen steunen. Bij twee doelen is de trouw heel hoog: dat zijn gezondheid (72%) en kerk en levensbeschouwing (59%). De huishoudens die aan deze doelen geven doen dat zonder onderbreking elk jaar weer. We zien wat lagere mate van trouw bij milieu, natuur en dieren (53%), internationale hulp (39%) en maatschappelijke en sociale doelen (35%).

Aan de andere kant zijn er ook doelen met maar een klein percentage trouwe gevers. We zien bijvoorbeeld bij sport en recreatie (13%), cultuur (14%) en onderwijs en onderzoek (10%) dat het percentage van de huishoudens dat jaar in, jaar uit aan deze doelen geeft klein is. Deze doelen trekken voornamelijk incidentele gevers.

Het percentage incidentele gevers is redelijk stabiel in de loop van de tijd

In figuur 2 ziet u het percentage incidentele gevers per doel. Dat zijn huishoudens die minstens één keer aan dit doel hebben gegeven, maar dat doel niet jaar in, jaar uit hebben gesteund.

In de periode 2001–2018 is het percentage incidentele gevers voor de meeste doelen weinig veranderd. Er is één uitzondering: voor internationale hulp is er een piek in 2005. Dit was het jaar waarin een nationale actie van de Samenwerkende Hulporganisaties (SHO) voor slachtoffers van de tsunami ten tijde van kerstmis 2004 zeer succesvol was. Veel Nederlanders gaven toen incidenteel aan internationale hulp, terwijl ze dat in voorgaande of latere jaren niet deden. Van de huishoudens die meermalen aan ons onderzoek hebben meegedaan heeft 60% in 2005 aan internationale hulp gegeven, maar niet jaar in, jaar uit.

De volgorde van doelen in deze grafiek is totaal anders dan die in figuur 1. Bovenaan in de grafiek staan de doelen die zonet nog onderaan stonden: onderwijs en onderzoek, cultuur, en sport en recreatie. Deze doelen trekken de meeste incidentele gevers. Maatschappelijke en sociale doelen en internationale hulp trekken ook veel incidentele gevers; rond de helft van de huishoudens die meerdere malen aan ons onderzoek heeft meegedaan.

De drie doelen die de laagste percentages incidentele gevers hebben zijn milieu, natuur en dieren, kerk en levensbeschouwing en gezondheid. Kerk en levensbeschouwing vormen het enige doel waarbij het percentage incidentele gevers wat af lijkt te nemen, van 27% in 2001 naar 24% in 2018.

Figuur 2

Percentage incidentele gevers per doel in de periode 2001–2018



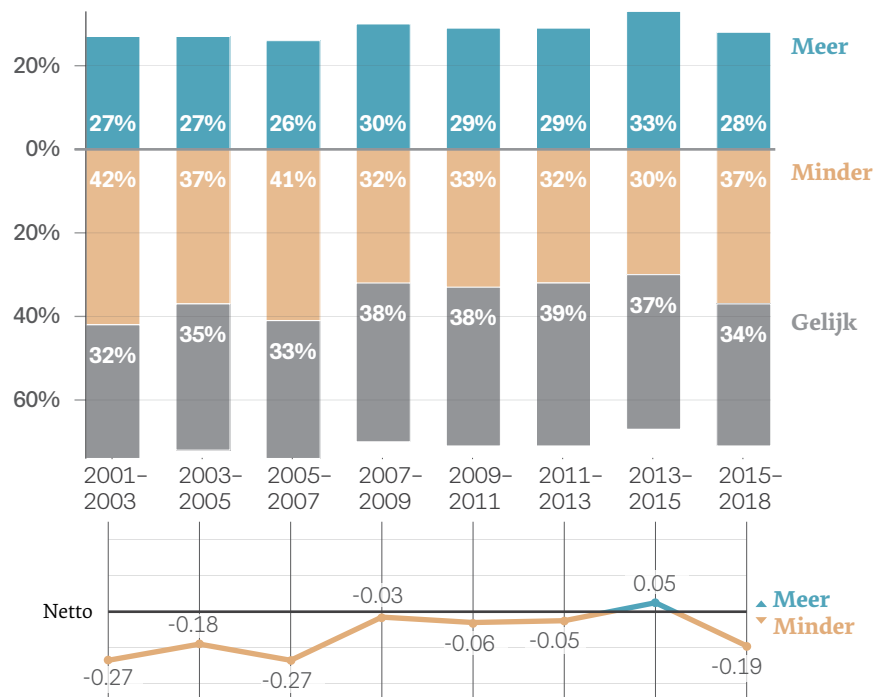


Huishoudens steunen een steeds kleiner aantal goede doelen

We zien in figuur 3 dat het aantal doelen dat huishoudens steunen in de loop van de tijd afneemt. Dat komt naar voren uit een vergelijking van antwoorden in opeenvolgende edities van het onderzoek.

Figuur 3

Meer, minder of gelijk aantal doelen dat huishoudens steunen in opeenvolgende edities van het onderzoek in de periode 2001-2018.



Percentages tellen niet op tot 100 omdat op hele procenten is afgerond

In de eerste balk is weergegeven dat het percentage van de huishoudens dat in 2003 minder doelen steunde dan in 2001 42% was. Daartegenover staat dat 27% in 2003 een groter aantal doelen steunde. Bij de resterende 32% was het aantal doelen in beide jaren gelijk. De lijn in de grafiek eronder laat zien dat het saldo negatief was: er zijn meer huishoudens die minder doelen zijn gaan steunen dan dat er huishoudens zijn die meer doelen zijn gaan steunen. Gemiddeld nam het aantal doelen dat huishoudens steunen met 0,27 af van 2001 tot 2003. Dit beeld zien we voor bijna alle jaren, behalve van 2013 tot 2015. In de andere jaren is het percentage huishoudens dat minder doelen is gaan steunen groter dan het percentage dat meer doelen is gaan steunen.

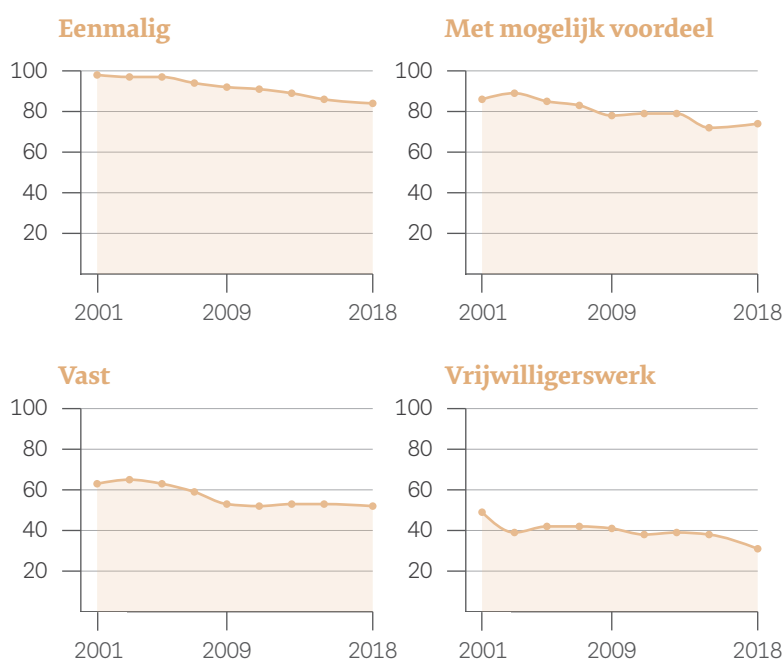
Manieren van geven

Huishoudens steunen goede doelen op een steeds kleiner aantal manieren

In figuur 4 zien we dat niet alleen het aantal doelen afneemt dat huishoudens steunen, maar dat huishoudens ook op steeds minder manieren geven.

Figuur 4

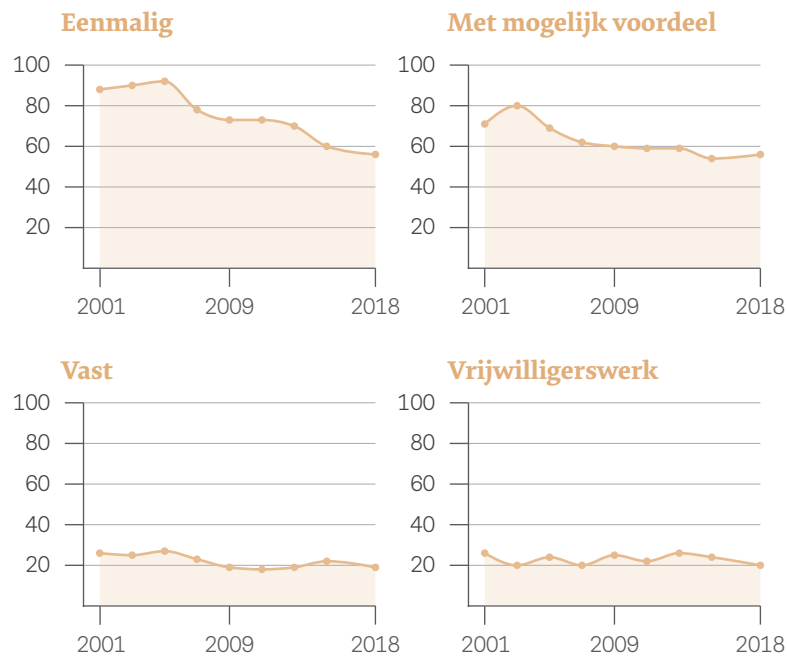
Percentage van de huishoudens dat op verschillende manieren gaf in de periode 2001-2018



In 2001 deden nog vrijwel alle huishoudens die meerdere malen aan ons onderzoek meededen eenmalige giften. In 2018 is dat percentage nog steeds hoog, maar wel gedaald naar 84%. Ook het geven met mogelijk voordeel, zoals door het kopen van producten, of het meespelen in een loterij voor goede doelen, is afgenomen van 86% in 2001 naar 74% in 2018. Het percentage dat vaste giften doet, zoals een vaste overschrijving, is wat minder sterk gedaald, en sinds 2009 gestabiliseerd op net boven de 50%. Het geven van tijd in de vorm van vrijwilligerswerk voor organisaties nam af van bijna 50% in 2001 naar net iets meer dan 30% in 2018.

**Figuur 5**

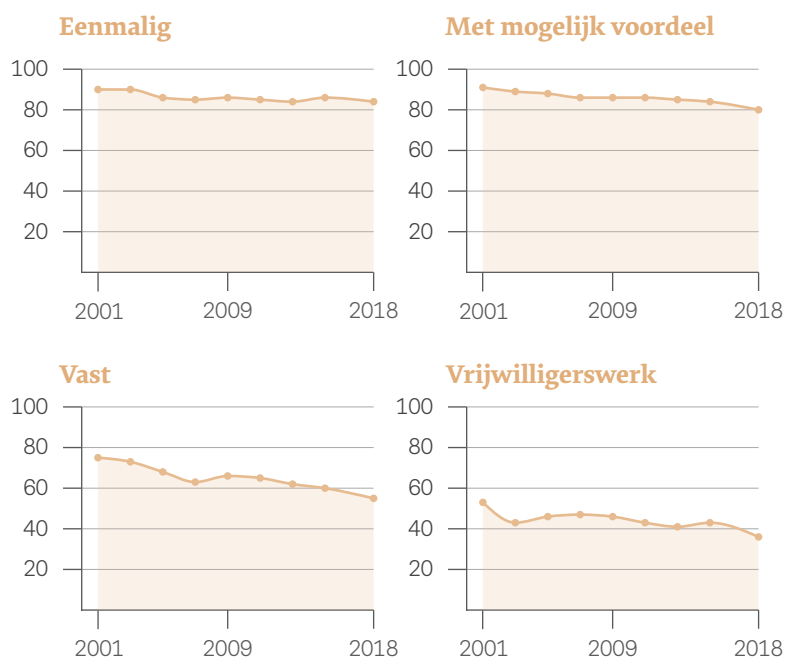
Percentage van de incidentele gevers dat gaf in de periode 2001-2018



In figuur 5 laten we dezelfde trends zien voor de groep huishoudens die incidenteel gaven aan minstens één doel. Een eerste opvallend verschil met figuur 4 is dat alle lijnen lager liggen. Het verschil is vooral groot voor vaste giften. Een tweede opvallend verschil is dat de afname van de populariteit van eenmalige giften en geven met mogelijk voordeel sterker zijn voor incidentele gevers. In 2001 gaf nog 88% van de huishoudens die af en toe goede doelen steunen via eenmalige giften. In 2018 was dat gedaald naar 56%. Ook het geven met mogelijk voordeel neemt flink af onder incidentele gevers: van 71% in 2001 naar 56% in 2018. Het percentage van de incidentele gevers dat vaste giften deed was met 26% al laag in 2001, en nam wat verder af naar 19% in 2018. Vrijwilligerswerk laat een vrijwel gelijke trend zien.

Figuur 6

Percentage van de trouwe gevers dat gaf in de periode 2001-2018



In figuur 6 laten we dezelfde trends nog een keer zien, maar nu voor de huishoudens die in elk van de jaren dat ze aan ons onderzoek meededen aan ten minste één doel hebben gegeven. We zouden deze groep als de 'harde kern' van filantropisch Nederland kunnen zien. De percentages huishoudens die eenmalig geven en geven met mogelijk voordeel liggen heel hoog en dicht bij elkaar, maar nemen toch af in de loop van de tijd. Opvallend is dat het percentage dat vaste giften doet ook afneemt onder de groep huishoudens die altijd geeft. Ook het percentage dat vrijwilligerswerk doet neemt af onder de huishoudens die in alle jaren geld geven aan goede doelen, van 53% in 2001 naar 36% in 2018. Deze percentages liggen wel een stuk hoger dan onder de incidentele gevers. Het geven van tijd en geld gaat bij deze groep hand in hand.

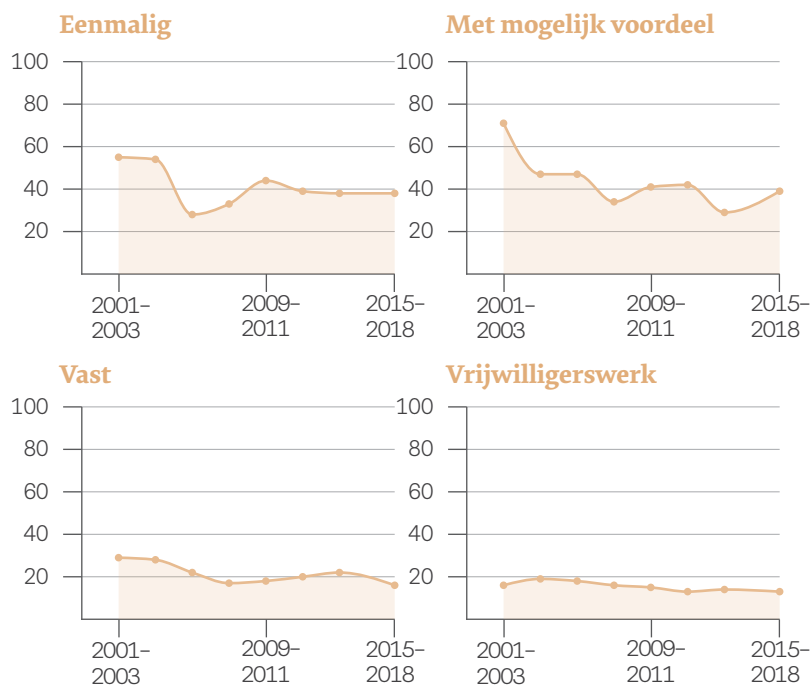


De instroom van nieuwe gevers neemt af

Onder de oppervlakte van de vrij geleidelijke trends die we in de voorgaande figuren hebben gezien zit een grote mate van turbulentie. We zien voor sommige van de manieren van geven die we in de voorgaande figuren hebben bekeken een flinke instroom van huishoudens die in het ene jaar niet op die manier gaven, maar later wel.

Figuur 7

Percentage van de huishoudens dat begon met geven in de periode 2001–2018



Een voorbeeld: van de huishoudens die in 2001 niet gaven met mogelijk voordeel deed in 2003 71% dat wel (zie figuur 7). Ook in de jaren 2003–2007 weten goededoelenorganisaties veel giften te werven bij huishoudens die voorheen niet gaven, al ligt het percentage wat lager (47%). Van 2007 naar 2009 nam het verder af naar 34%. Na wat fluctuatie lag het percentage in 2018 op 39%. In de loop van de jaren is de instroom afgenomen. Dit betekent dat het sinds 2001 moeilijker is geworden om mensen te overtuigen met mogelijk voordeel te geven.

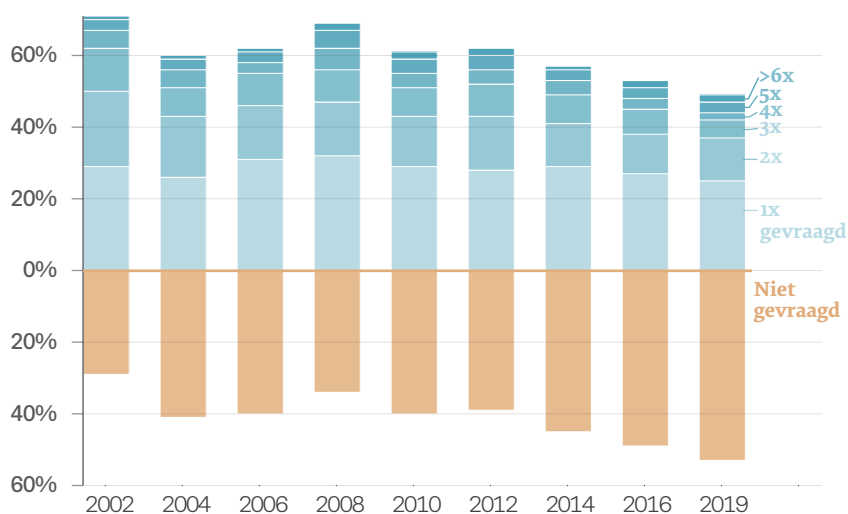
De instroom neemt voor eenmalige giften ook af. In 2003 gaf 55% van de huishoudens die in 2001 niet eenmalig gaf. Voor 2015–2018 ligt dat percentage lager, op 38%. Ook de trend in de instroom van vaste gevers is naar beneden gericht: van 29% in 2001–2003 naar 16% in 2015–2018. De instroom in vrijwilligerswerk tenslotte gaat aanvankelijk omhoog van 16% naar 19%, maar neemt vervolgens af.

Minder fondsenwerving, concentratie bij een kleine groep

Hoe kunnen we de daling van de instroom van nieuwe gevers verklaren? Een deel van de verklaring zit in het gedrag van goededoelenorganisaties. Uit eerder onderzoek weten we dat een groot deel van het geefgedrag van huishoudens gebeurt in reactie op verzoeken om giften (Bekkers, 2005). We zien nu ook een verband tussen de daling van de instroom en de afname van fondsenwervingsactiviteiten door goededoelenorganisaties.

Figuur 8

Percentage huishoudens en het aantal verzoeken om giften in de periode 2002-2019



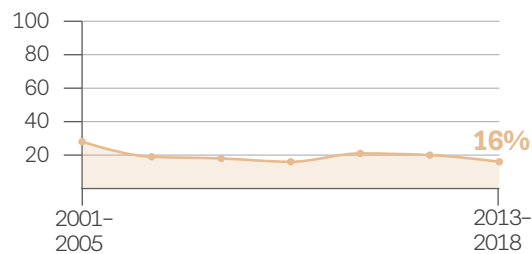
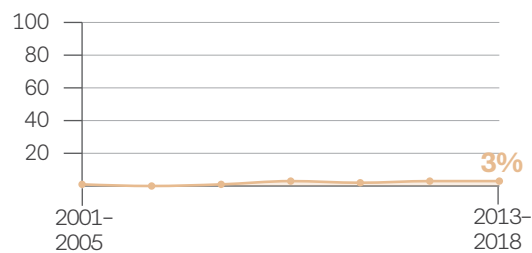
Van de huishoudens die de vragenlijst in 2002 invulden zei 29% in de twee weken voorafgaand aan het onderzoek op geen enkele manier benaderd te zijn om een gift te doen aan een goed doel (zie figuur 8). In de loop van de tijd is het percentage van de huishoudens dat op geen enkele manier bereikt is met een verzoek gestegen naar meer dan de helft, tot 53% van de huishoudens die in 2019 de vragenlijst invulden. Het percentage dat op 1 manier is benaderd daalde licht, van 29% in 2002 naar 25% in 2019. We zien grotere dalingen in het percentage dat op 2 manieren is gevraagd (van 21% naar 12%), op 3 manieren (van 12% naar 5%) en op 4 manieren (van 5% naar 2%). Alleen het percentage dat op 5 of meer manieren is gevraagd is redelijk constant gebleven op 3%.

**Een deel van de huishoudens is overgestapt van eenmalige op vaste giften**

Een andere verklaring voor de daling van de instroom begint bij de manier waarop goeddoelenorganisaties geprobeerd hebben om giften te werven. Veel organisaties hebben geïnvesteerd in het werven van vaste donateurs op straat en aan de deur. Dit is voor veel goeddoelenorganisaties heel succesvol geweest.

Figuur 9

Percentage van de huishoudens dat overstapte van eenmalige naar vaste giften en omgekeerd in de periode 2001–2018

Overgestapt van **eenmalig geven** naar **vast**Overgestapt van **vast geven** naar **eenmalig**

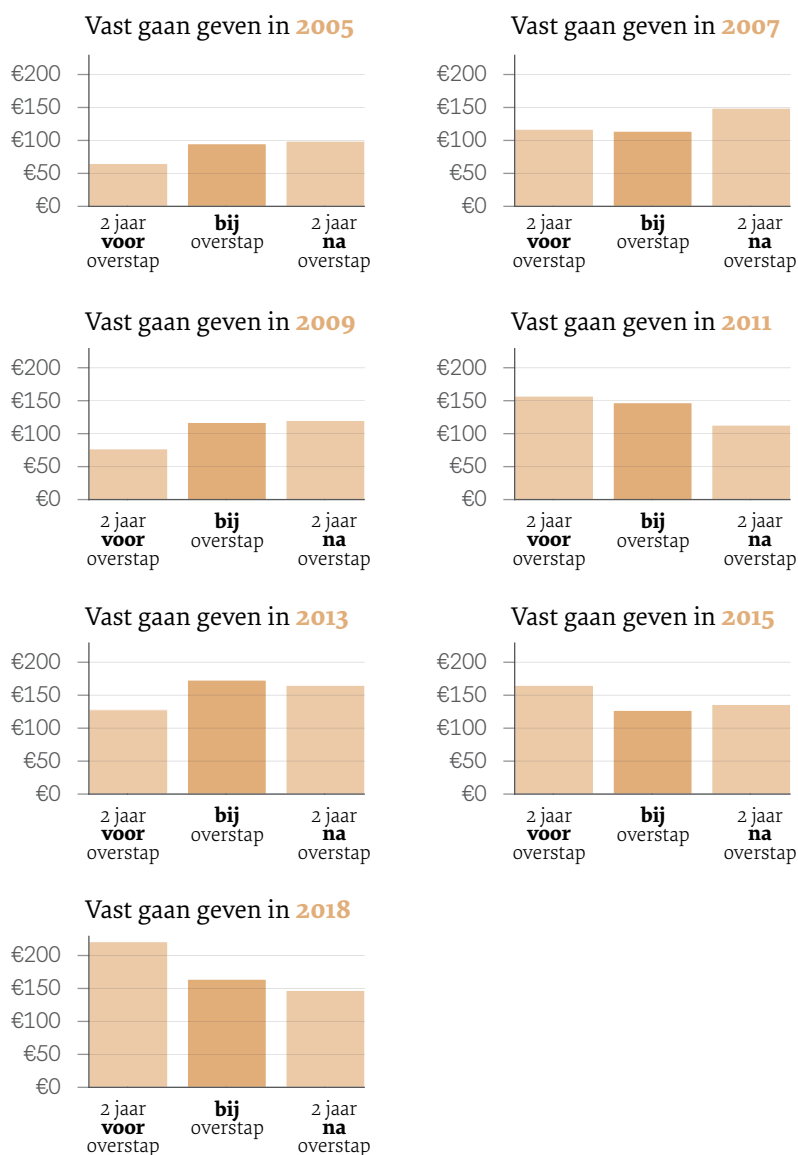
Van de huishoudens die in de jaren 2001 en 2003 nog niet vast gaven maar wel eenmalig, deed 28% in het jaar 2005 wél vaste giften. Ook in de jaren daarna stapte een aanzienlijk percentage van de huishoudens over van eenmalige giften op vaste giften. Het percentage is wel afgenomen, naar 16% over de jaren 2013–2018. De omgekeerde overstap – van vaste naar eenmalige giften – kwam nauwelijks voor. We zien binnen dezelfde huishoudens dus geen beweging van vast naar eenmalig geven.

Huishoudens die overstapten van eenmalige naar vaste giften zijn niet meer gaan geven

Huishoudens die vast geven doneren op jaarbasis hogere bedragen dan huishoudens die eenmalig geven. Het kan voor goeddoelenorganisaties voordelig uitpakken als zij meer huishoudens weten te overtuigen om op vaste manieren te gaan geven. Bij de huishoudens die overstapten van eenmalige naar vaste giften zien we dit echter niet.

Figuur 10

Totaalbedrag aan giften in € onder huishoudens die overstapten van eenmalige naar vaste giften in de periode 2001–2018



Figuur 10 laat zien wat huishoudens gaven in de jaren vóórdát ze overstapten van eenmalige op vaste giften, in het jaar van de overstap, en de jaren daarna. We zien geen toename van het totaalbedrag aan giften in het jaar dat huishoudens overstapten. Alleen voor huishoudens die tussen 2005 en 2007 overstapten van eenmalige op vaste giften blijkt het totaalbedrag aan giften in de jaren daarna gestegen te zijn. Voor overstappers in 2018 is het totaalbedrag aan giften in de jaren na hun overstap juist lager dan in de jaren dat ze alleen eenmalige giften deden. De overstap van eenmalig naar vast geven is bij de meeste huishoudens dus niet vergezeld gegaan van een toename in het totaalbedrag aan giften. Zo zijn de inkomsten voor goededoelenorganisaties die eenmalige giften omgezet hebben in vaste giften misschien niet gestegen, maar zijn zij zekerder geworden van een belangrijk deel van hun inkomsten.

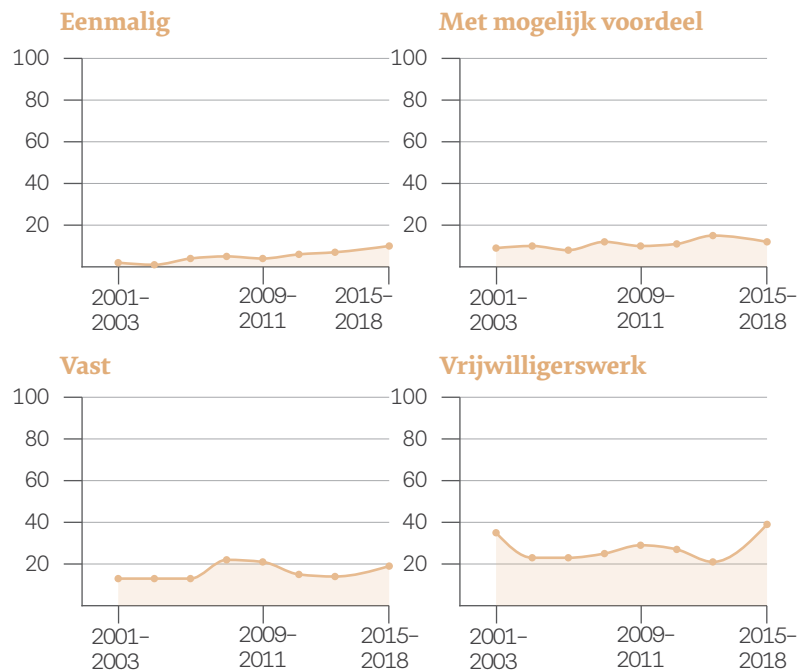


De uitstroom neemt toe

Tegenover de langzaam afnemende instroom van nieuwe gevers staat een langzaam aanzwellende uitstroom van huishoudens die stoppen met geven (zie figuur 11).

Figuur 11

Percentage van de huishoudens dat stopte met geven



Het percentage van de huishoudens dat stopt met geven met mogelijk voordeel neemt toe van 9% in 2001-2003 naar 12% in 2015-2018. Ook het percentage van de huishoudens dat stopt met eenmalige giften neemt toe. Dat lag met slechts 2% in 2001-2003 heel laag, maar is gestegen naar 12% in 2015-2018. Ook de uitstroom van vaste gevers neemt toe van 13% in 2001-2003 naar iets boven de 20% in de periode 2007-2011, en komt in 2015-2018 weer uit op hetzelfde niveau na een daling in de jaren daartussen. De uitstroom uit het vrijwilligerswerk laat een minder duidelijke trend zien.

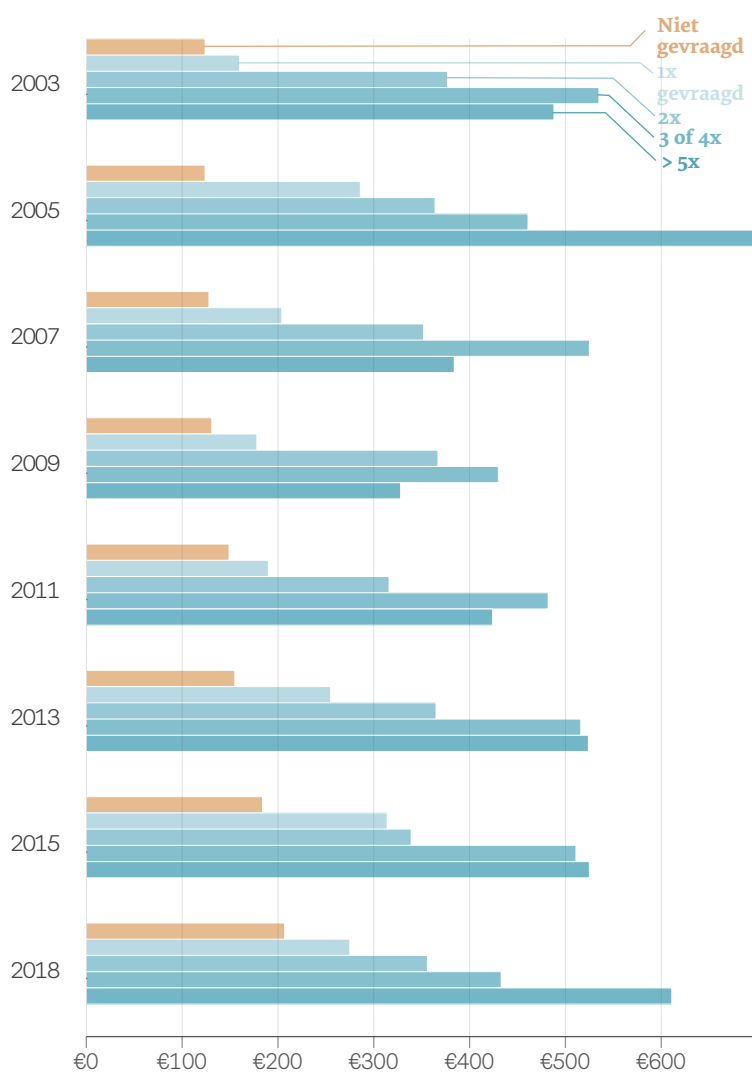
De combinatie van een toenemende uitstroom en een afname van de instroom verklaart waarom we van jaar op jaar het aantal huishoudens dat geeft zien afnemen: voor elk huishouden dat begint met geven zijn er net wat meer huishoudens die stoppen met geven.

Extra verzoeken leveren steeds minder op

Sinds jaar en dag is de ijzeren wet van fondsenwerving: wie niet vraagt, die niet krijgt (Bekkers, 2005; 2018). De meeste giften aan goede doelen komen pas in reactie op een verzoek om een gift.

Figuur 12

Totaalbedrag aan giften in € naar het aantal verzoeken om giften in het jaar ervoor



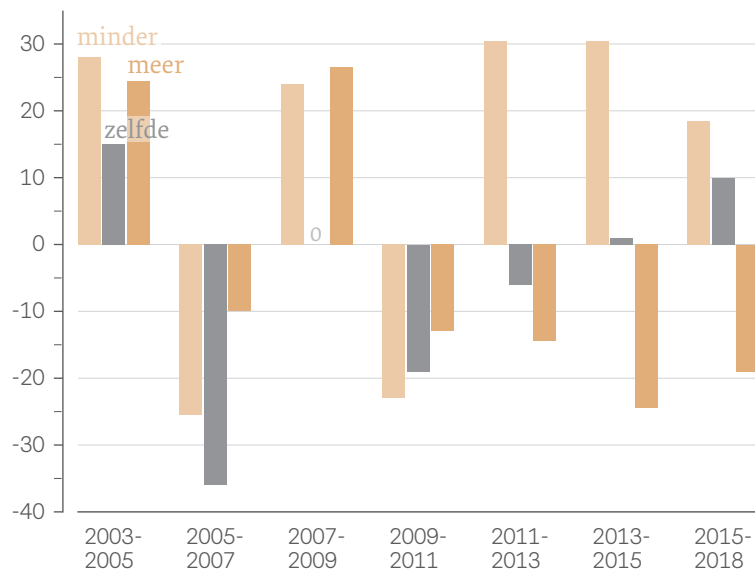
We zien in figuur 12 dat sinds 2003 de bedragen die huishoudens geven zijn gestegen. We zien ook dat de bedragen die huishoudens geven wanneer zij meer verzoeken om giften krijgen steeds dichterbij elkaar zijn komen te liggen. Dit is een aanwijzing dat extra verzoeken steeds minder opleveren. Huishoudens die in de vragenlijst van 2002 antwoordden dat ze in de twee weken voorafgaand aan het onderzoek geen enkel verzoek om een gift hadden gekregen gaven in 2003 gemiddeld € 124. Huishoudens die in 2002 vijf of meer verzoeken hadden gekregen gaven in 2003 ongeveer vier keer zoveel, € 488. De verhouding tussen deze bedragen is in de loop van de tijd afgenomen. In 2018 was het bedrag dat huis-



houdens gaven die in 2015 helemaal niet gevraagd waren € 207. De huishoudens die in 2015 vijf keer of meer gevraagd waren gaven grofweg drie keer zo veel, € 611. De bevinding dat de verhouding tussen de huishoudens die veel verzoeken krijgen en de huishoudens die geen verzoeken kregen afneemt betekent waarschijnlijk dat extra verzoeken steeds minder opleveren.

Figuur 13

Verandering in het totaalbedrag aan giften in € naar de verandering in het aantal verzoeken om giften in de jaren ervoor: *minder*, *meer* of *hetzelfde* aantal



We zien in figuur 13 dat veranderingen in het aantal verzoeken om giften lang niet altijd het verwachte effect opleveren. In de meeste jaren zien we dat juist onder huishoudens die minder verzoeken om giften ontvingen het totaalbedrag aan giften toenam. Het duidelijkst is dit te zien in de jaren 2011 tot en met 2015. In deze jaren nam het totaalbedrag aan giften niet toe onder huishoudens die meer verzoeken om giften ontvingen. In 2018 nam het totaalbedrag aan giften onder huishoudens die meer verzoeken om giften kregen zelfs af naar € 310, van € 383 in 2015. Onder huishoudens die eenzelfde aantal of juist minder verzoeken om giften kregen nam het totaalbedrag aan giften wel toe. We zien een zigzagpatroon van 2003 tot 2011. Tussen 2003 en 2005 en tussen 2007 tot 2009 namen de giften toe bij alle huishoudens, of ze nu meer of minder of hetzelfde aantal verzoeken hadden gekregen. Tussen 2005 en 2007 namen de giften onder alle groepen juist af. Vanaf 2011 lijken we dus een contraproductief effect te zien van fondsenwerving. Vooral huishoudens die minder verzoeken kregen om giften zijn meer gaan geven.

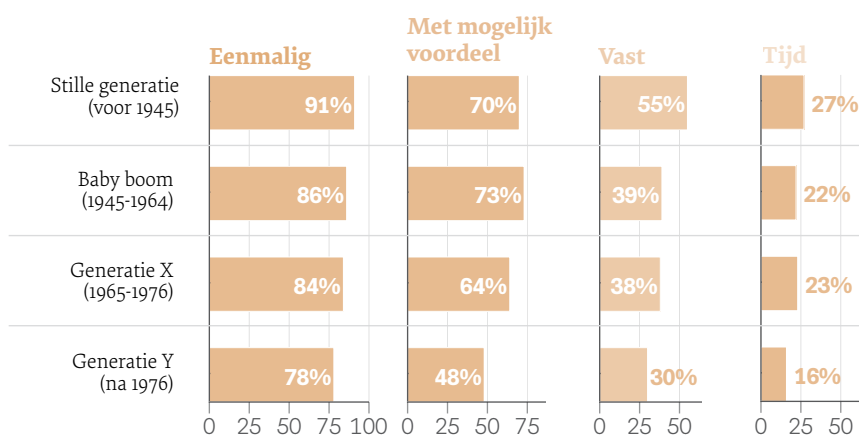
Generatieverschillen in geefgedrag

Jongere generaties geven minder vaak vast

In de vorige special hebben we generatieverschillen in geefgedrag onderzocht. We concluderen dat de stille generatie, geboren vóór 1945, sterker betrokken is bij goede doelen dan jongere generaties. De stille generatie steunt meer doelen, en besteedt een groter deel van het inkomen aan giften. Met name de generatie Y, geboren vanaf 1977, blijft achter.

Figuur 14

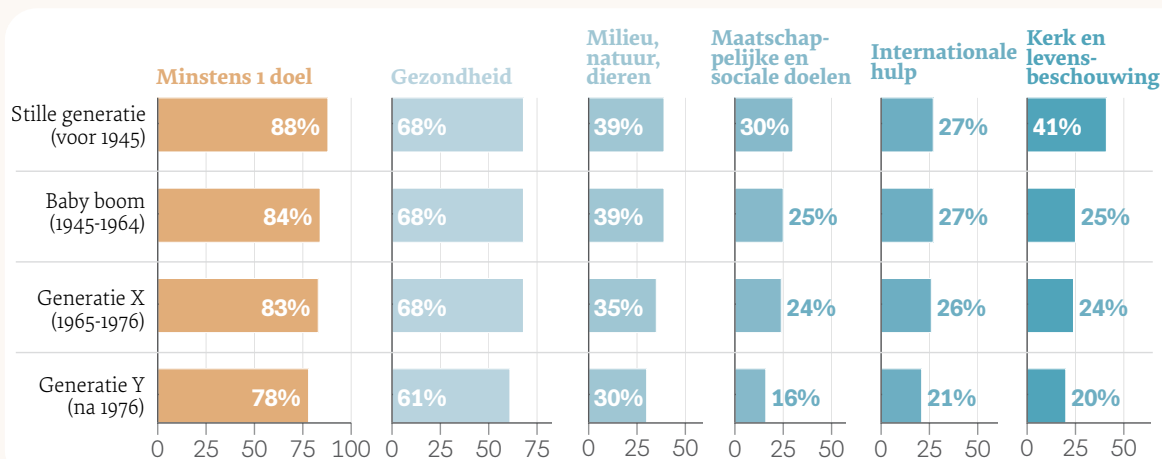
Het percentage van de huishoudens dat geeft op verschillende manieren naar generatie



We zien in figuur 14 dat er ook generatieverschillen zijn in de manier waarop huishoudens jaar in, jaar uit geven aan goede doelen. De stille generatie doet niet alleen vaker eenmalige giften, maar geeft ook vaker vast, en doet vaker vrijwilligerswerk. Alleen wat betreft geven met mogelijk voordeel zit de stille generatie iets lager dan de babyboomgeneratie, geboren tussen 1945 en 1964. De generatie Y steunt goededoelenorganisaties op alle manieren minder vaak dan oudere generaties. Met name het percentage dat vast geeft ligt een stuk lager onder de generatie Y (30%) dan onder de stille generatie (55%).

Figuur 15

Het percentage van de huishoudens dat jaar in, jaar uit geeft naar generatie per doel





Over meerdere jaren bezien blijkt dat de jongste generatie minder vaak jaar in, jaar uit geeft aan goede doelen dan oudere generaties, zo is te zien in figuur 15. Van de huishoudens uit de stille generatie die meerdere malen aan ons onderzoek meededen gaf 88% in alle jaren aan goede doelen. Van de huishoudens uit de generatie Y is dat 78%. Bij alle doelen zien we dat de generatie Y achterblijft bij de stille generatie. Voor gezondheid is het verschil het kleinst. Met name voor kerk en levensbeschouwing is het verschil groot: 41% van de stille generatie huishoudens geeft jaar in, jaar uit aan kerk en levensbeschouwing, terwijl dat in de generatie Y 20% is.

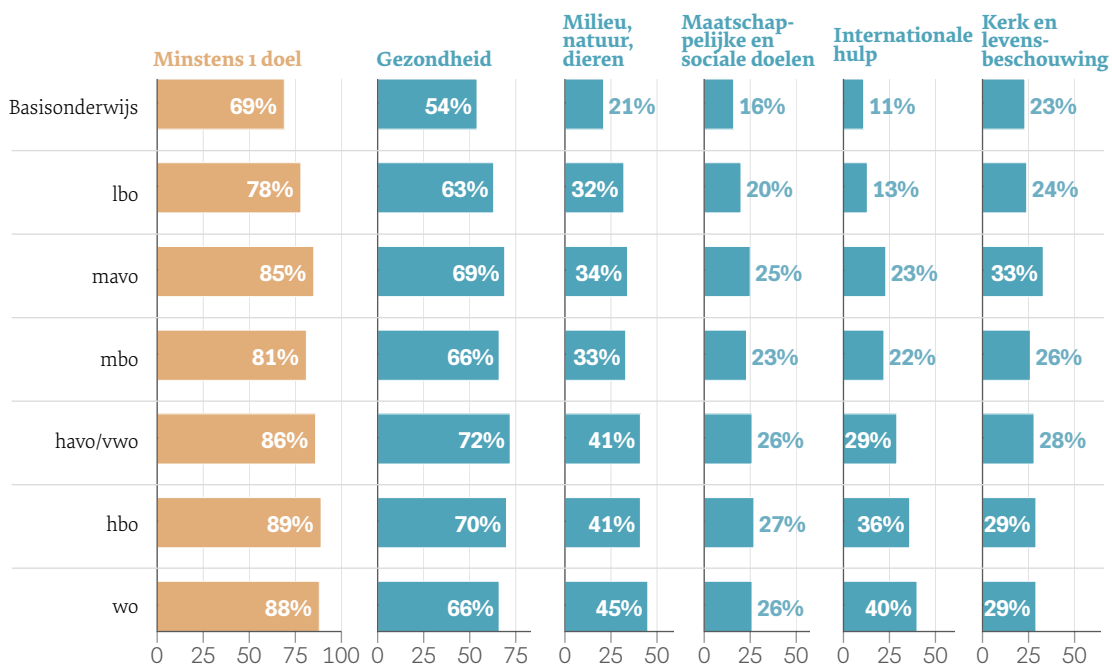
Geefgedrag per sociaal-demografische groep

Hoger opgeleiden geven vaker jaar in, jaar uit

We zien duidelijke verschillen in de mate waarin huishoudens met verschillende niveaus van opleiding jaar in, jaar uit geven aan goede doelen (zie figuur 16).

Figuur 16

Het percentage van de huishoudens dat jaar in, jaar uit geeft naar opleidingsniveau per doel



Respondenten met alleen basisonderwijs geven het minst vaak jaar in, jaar uit aan goede doelen (69%), respondenten met een universitair of hbo-diploma het vaakst (88-89%). Deze verschillen zijn niet gecorrigeerd voor het inkomen of andere kenmerken van huishoudens.

We zien deze volgorde bij sommige doelen sterker terug dan bij andere. Met name voor internationale hulp zijn de verschillen groot tussen de laagst opgeleiden (11%) en de hoogst

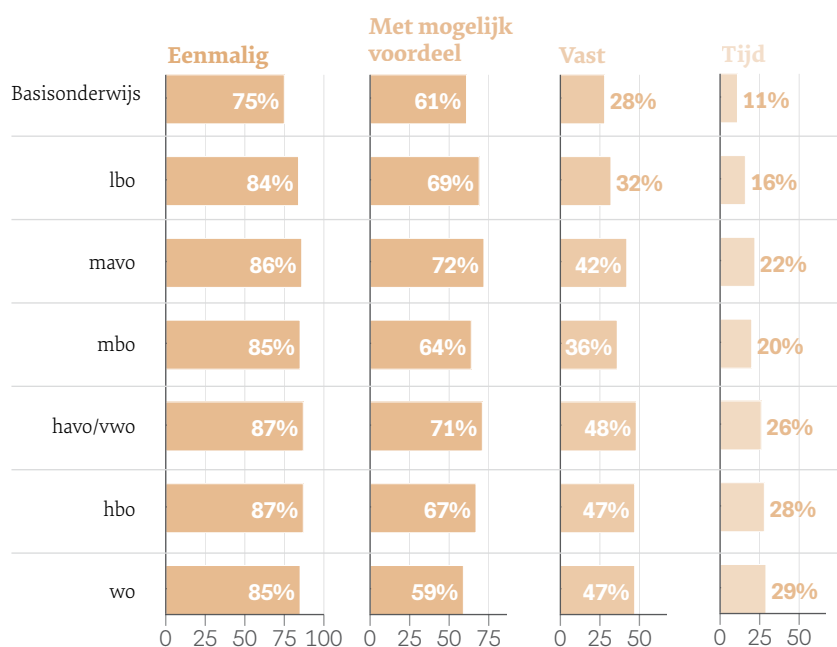
opgeleiden (40%), en ook voor milieu, natuur en dieren, van 21% tot 45%. De verschillen zijn kleiner voor kerk en levensbeschouwing en voor gezondheid.

Hoger opgeleiden geven vaker vast

De verschillen tussen huishoudens naar opleidingsniveau in de mate waarin zij jaar in, jaar uit dezelfde doelen steunen hangen samen met de mate waarin zij vast geven. Huishoudens met een opleidingsniveau hoger dan mbo geven vaker vast dan huishoudens met alleen basisonderwijs, een lbo-, mavo- of mbo-diploma (zie figuur 17).

Figuur 17

Het percentage van de huishoudens dat geeft op verschillende manieren naar opleidingsniveau



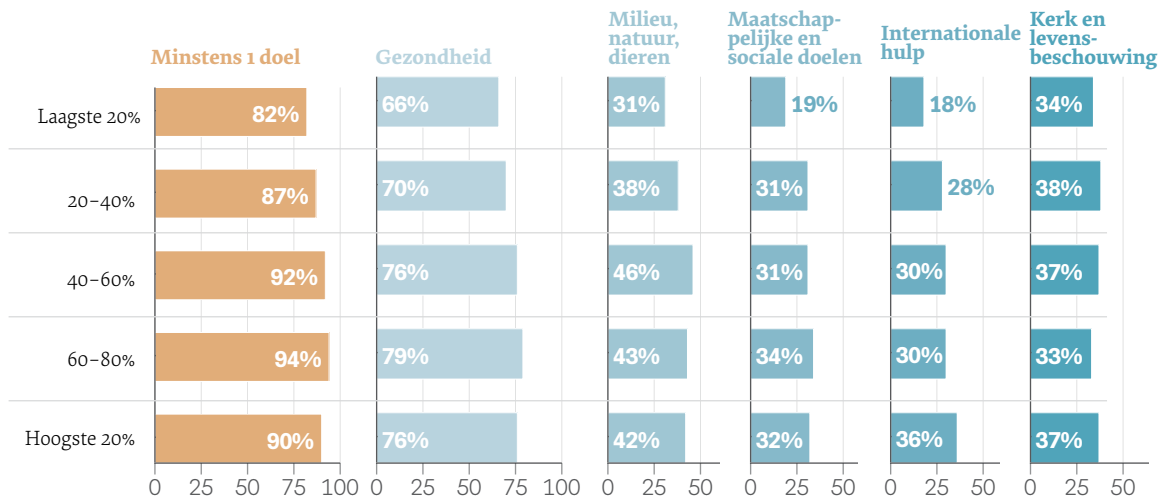
Tussen huishoudens met een havo/vwo-, hbo- of wo-diploma zijn geen verschillen. We zien weinig verschillen tussen opleidingscategorieën in eenmalige giften, behalve dan dat de laagst opgeleiden die minder vaak doen. In het geven met mogelijk voordeel blijven zowel de laagst als de hoogst opgeleiden achter. Het geven van tijd in de vorm van vrijwilligerswerk ligt hoger onder hoger opgeleiden.

Hogere inkomens geven vaker jaar in, jaar uit

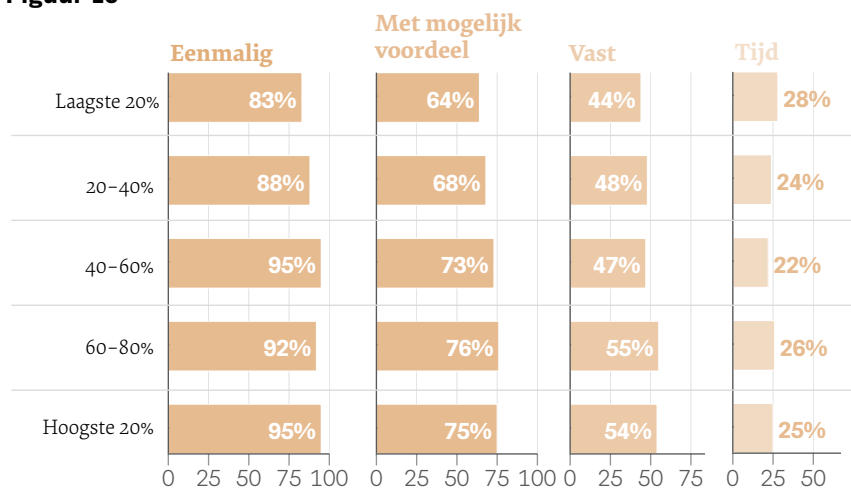
De verschillen tussen inkomensgroepen in de mate waarin huishoudens jaar in, jaar uit geven zijn wat minder groot dan tussen opleidingscategorieën. Voor deze vergelijking hebben we kwintielen gemaakt, inkomensgroepen van 20%.

**Figuur 18**

Het percentage van de huishoudens dat jaar in, jaar uit geeft naar inkomen per doel



Dat hogere inkomens vaker goede doelen steunen dan lagere inkomens is niet vreemd. Opvallend is eerder dat het percentage van de huishoudens dat jaar in, jaar uit goede doelen steunt in alle kwintielen relatief hoog is. Zelfs in het eerste kwintiel – dat zijn de huishoudens met de 20% laagste inkomens – ligt het percentage dat in elk van de vragenlijsten die zij hebben ingevuld minstens één doel steunt nog boven de 80% (zie figuur 18). Dat percentage ligt op 94% in het vierde inkomenskwintiel – huishoudens die in de op één na hoogste categorie van inkomens vallen. Opvallend: onder de 20% huishoudens met de hoogste inkomens ligt het percentage weer iets lager. We zien deze volgorde ook voor wat betreft giften aan gezondheid. De verschillen zijn niet heel groot. Voor kerk en levensbeschouwing zien we nauwelijks verschillen in de mate waarin huishoudens met meer of minder inkomen jaar in, jaar uit geven. Voor internationale hulp en maatschappelijke en sociale doelen zien we wat grotere verschillen.

Figuur 19

Ook in de manieren van geven zien we kleine verschillen tussen inkomensgroepen: de hogere inkomens geven wat vaker eenmalig, met mogelijk voordeel, en geven vaker vaste bijdragen, maar de verschillen zijn niet erg groot (zie figuur 19). Van de huishoudens in de laagste inkomensgroep geeft 44% vast; onder de hoogste inkomens is dit 54%. Deelname aan vrijwilligerswerk is het hoogst onder de laagste inkomensgroep (28%).

Veranderingen in geefgedrag na levensgebeurtenissen

In het laatste deel van deze special gaan we in op het verband tussen levensgebeurtenissen en het geefgedrag. Levensgebeurtenissen zijn interessant omdat ze veranderingen in het geefgedrag binnen huishoudens kunnen verklaren.

In de vorige special zagen we dat generatieverschillen in geefgedrag op zichzelf vrij stabiel zijn in de loop van de tijd: in elk jaar gaven huishoudens uit de stille generatie ongeveer anderhalf keer het bedrag dat huishoudens uit de baby boom generatie gaven. De generaties X (geboren tussen 1965 en 1977) en Y (geboren in 1977 of later) blijven achter. Zij gaven in 2001 minder dan de helft van het bedrag van de stille generatie. De verhoudingen tussen de generaties liggen in de meeste jaren in dezelfde orde van grootte. Onder huishoudens uit dezelfde generatie zien we weinig systematische ontwikkelingen in de loop van de tijd. Huishoudens die het ene jaar veel geven, doen dat het andere jaar meestal ook. Dit is een aanwijzing dat levensgebeurtenissen die mensen uit verschillende generaties meemaken waarschijnlijk een beperkte invloed hebben op het bedrag dat huishoudens geven.

Er zijn twee uitzonderingen in deze stabiliteit. Deze twee uitzonderingen waren de aanleiding voor de meer algemene vraag: hoe beïnvloeden levensgebeurtenissen het geefgedrag van huishoudens?

Ten eerste zien we in de generatie Y, geboren na 1977, het geefgedrag flink toenemen in de periode 2001–2005. In deze periode verdubbelt de waarde van giften uit deze generatie. De generatie Y is dan tussen de 18 en 29 jaar oud en maakt in die periode belangrijke levensgebeurtenissen mee zoals het afronden van een studie en het betreden van de arbeidsmarkt. Ook gaan zij relaties aan en krijgen zij kinderen. Misschien zorgt een duurzame relatie ervoor dat partners elkaar beïnvloeden om meer te geven. Het is ook mogelijk dat huwelijk of gezinsvorming de betrokkenheid bij het welzijn van kinderen in het algemeen vergroot.

Ten tweede zien we ook een opvallende ontwikkeling in het geefgedrag van de generatie X, geboren tussen 1965 en 1977, in de jaren 2007 tot 2018. De giften van huishoudens uit deze generatie namen in de periode dat zij tussen de 40 en 50 jaar oud waren langzaam toe van ongeveer € 150 naar € 200. Deze ontwikkeling is opvallend omdat de giften van de andere generatie ongeveer op hetzelfde niveau bleven in deze periode. Wat heeft deze toename veroorzaakt? Omdat in dezelfde periode het geefgedrag van de andere generaties niet bijzonder veranderde moet de toename veroorzaakt zijn door levensgebeurtenissen die mensen meemaakten in de periode dat ze tussen de 40 en 50 waren. Misschien zorgt een toename van het inkomen door promotie op het werk of een betere baan voor meer geefgedrag? We weten uit eerder onderzoek dat hogere inkomens meer geven (Wiepking & Bekkers, 2012). Het is ook mogelijk dat mensen door negatieve levensgebeurtenissen zich ineens bewust worden van het maatschappelijke nut van goededoelenorganisaties. We hebben dit eerder geconstateerd voor het doneren van bloed (Piersma et al., 2019), en het geven van geld aan de Hartstichting (Bekkers, 2008). Voor de generatie X is de periode waarin zij zelf tussen de 40 en 50 jaar oud waren ook de periode waarin hun ouders steeds



vaker zorg nodig hadden, niet meer zelfstandig konden wonen, of overleden. Het ligt voor de hand dat de betrokkenheid bij gezondheidsorganisaties na een ziekte of overlijden van familieleden toeneemt.

Om de invloed van levensgebeurtenissen te onderzoeken hebben we gegevens gebruikt van huishoudens die in 2008 de vragenlijst hebben ingevuld. We hebben toen vragen gesteld over een groot aantal levensgebeurtenissen, op het terrein van gezondheid, slachtofferschap, relatievorming en de carrière. We hebben voor deze huishoudens het gemiddelde geefgedrag over de jaren voorafgaand aan de levensgebeurtenissen, dus van 2001 tot en met 2007, vergeleken met het geefgedrag in alle jaren erna, dus van 2009 tot 2018. Een belangrijke kanttekening bij de resultaten is dat we niet gecorrigeerd hebben voor andere kenmerken van het huishouden. Een tweede kanttekening is dat de aantallen in de analyses klein kunnen zijn. In de technische bijlage (zie <https://osf.io/6meq9/>) bij deze special hebben we de onzekerheden bij de bevindingen uitgelegd.

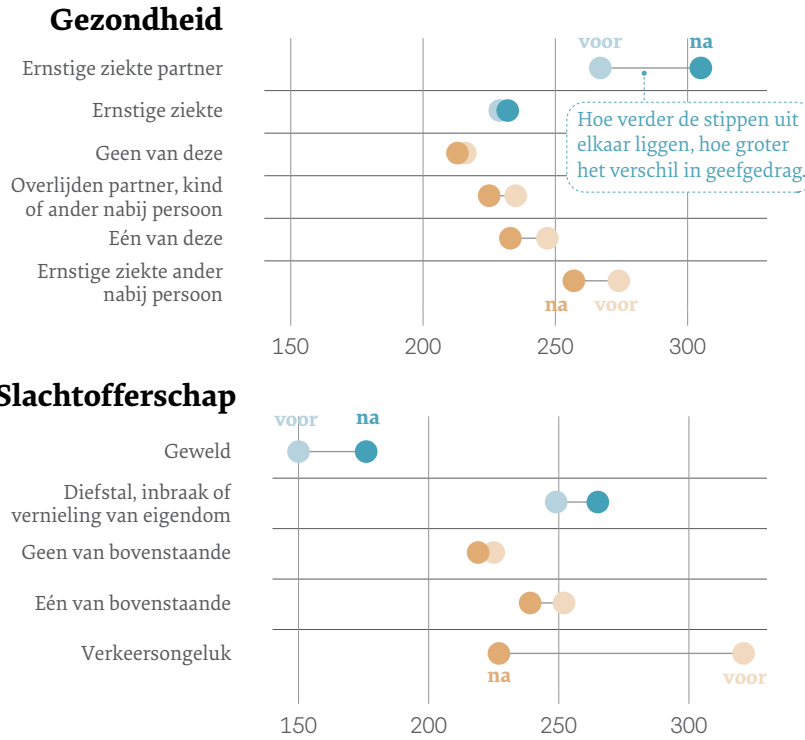
Kort samengevat zien we dat het totaalbedrag dat huishoudens besteden aan giften gemeten in euro's wat lager ligt na tegenspoed dan daarvoor. Dit geldt voor het meemaken van een ernstige ziekte of een overlijden in het huishouden of in de nabije omgeving, en voor het slachtoffer worden van criminaliteit. Het geefgedrag verandert niet of nauwelijks na voorspoedige levensgebeurtenissen zoals het afronden van een opleiding, een nieuwe baan, promotie op het werk of nieuwe relaties. Bij elkaar verklaren deze levensgebeurtenissen niet waarom de giften van de generatie X toenamen tussen hun 40^e en 50^e levensjaar, of waarom de generatie Y tussen het 18^e en 29^e levensjaar meer is gaan geven. De onderzochte levensgebeurtenissen kunnen ook niet verklaren waarom in de meeste generaties het geefgedrag stelselmatig afneemt. Daarvoor zullen we het antwoord in brede maatschappelijke trends moeten zoeken. We hebben ook het aandeel van gezondheid in het totaalbedrag van alle giften onderzocht. Dit aandeel blijkt toe te nemen na ziekte, overlijden, slachtofferschap van criminaliteit, en het afsluiten van de opleiding, een promotie of nieuwe baan, een nieuwe partner en de geboorte van een kind.

Giften nemen af na ziekte, overlijden of verkeersongeluk

Huishoudens die een ernstige ziekte of overlijden meemaakten of slachtoffer werden van een verkeersongeluk, gaven na deze levensgebeurtenissen in de regel een *lager* bedrag aan goede doelen dan daarvoor (zie figuur 20).

Figuur 20

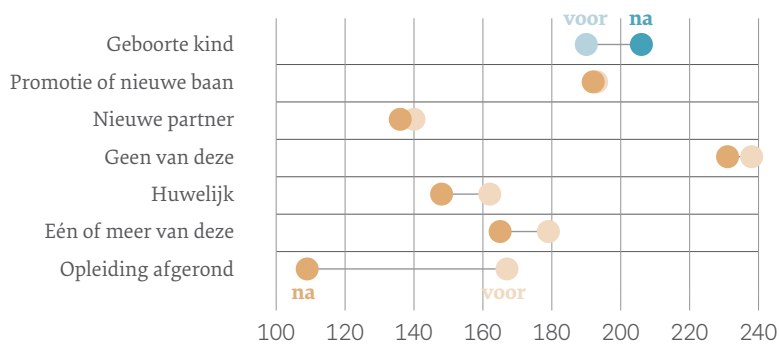
Toename / afname van het totaalbedrag in € aan giften vóór en na het meemaken van levensgebeurtenissen in de categorieën gezondheid en slachtofferschap in 2008



Bij huishoudens waarin de partner van de respondent een ernstige ziekte heeft meegeemaakt of waarin de respondent slachtoffer werd van diefstal, inbraak, vernieling of geweld nam het totaalbedrag aan giften licht toe. Het geefgedrag van huishoudens die geen ziekte of overlijden meemaakten of geen slachtoffer werden van de drie meest voorkomende vormen van criminaliteit veranderde niet. Deze resultaten bieden geen duidelijke verklaring voor de toename van het geefgedrag in de generatie X tussen 2007 en 2018. Sterker nog: huishoudens uit deze generatie die een ernstige ziekte of overlijden meemaakten of slachtoffer werden van een misdrijf zijn na deze gebeurtenissen juist wat minder gaan geven.

Figuur 21

Toename / afname van het totaalbedrag aan giften vóór en na het meemaken van levensgebeurtenissen in de categorieën carrière en relaties in 2008





Ook na de meeste levensgebeurtenissen in de sfeer van de beroeps carrière of relaties zien we geen toename in het totaalbedrag aan giften (zie figuur 21). Respondenten die hun opleiding afronden zijn minder gaan geven, en degenen die promotie maakten of een nieuwe baan kregen zijn niet meer gaan geven. Respondenten die een nieuwe partner kregen of zijn gaan trouwen zijn niet meer gaan geven. Huishoudens die een kind kregen zijn wat meer gaan geven, maar erg groot is dit verschil niet. Deze resultaten betekenen dat ook deze gebeurtenissen geen goede verklaring vormen voor de toename van het geefgedrag in de generatie Y tussen 2001 en 2005.

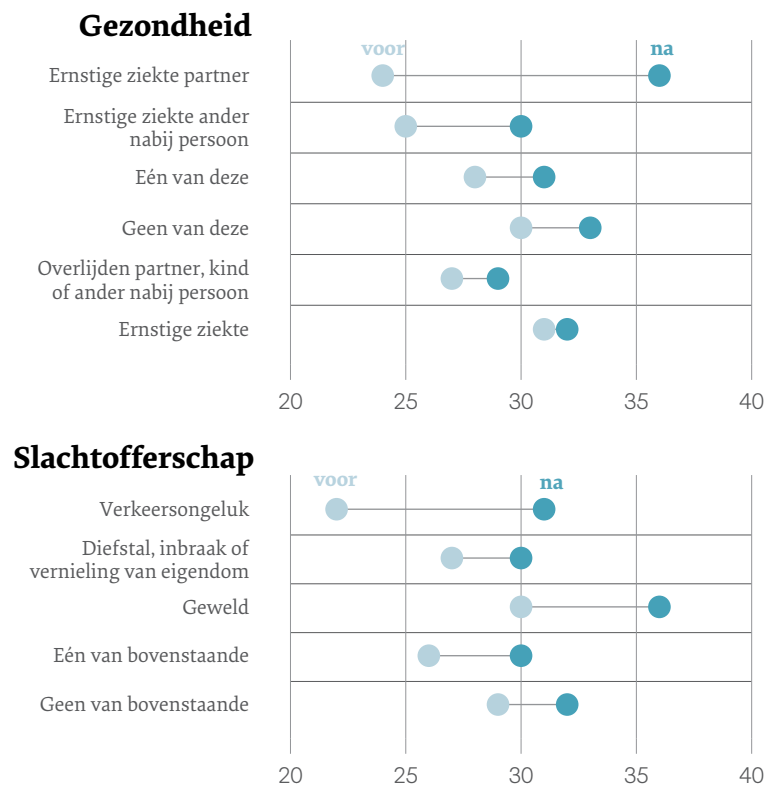
De bevindingen over levensgebeurtenissen betekenen dat we voor een verklaring van de toename in het geefgedrag over de levensloop specifiek in de generatie X tussen 2007 en 2018 in de generatie Y tussen 2001 en 2005 naar andere factoren moeten kijken dan die we hier onderzocht hebben.

Aandeel van gezondheid neemt toe na ziekte, overlijden of verkeersongeluk

De levensgebeurtenissen die we hebben onderzocht blijken een belangrijk verband te hebben met de mate waarin huishoudens doelen op het gebied van gezondheid steunen. Huishoudens besteedden gemiddeld over de periode 2001–2018 ongeveer 30% van alle giften aan gezondheid. Terwijl we zojuist zagen dat het totaalbedrag aan giften gemeten in euro's daalde na ziekte of slachtofferschap, zien we nu dat het aandeel van gezondheid in het totaalbedrag toenam na deze levensgebeurtenissen (zie figuur 22).

Figuur 22

Aandeel van gezondheid in het totaalbedrag aan giften vóór en na het meemaken van levensgebeurtenissen in de categorieën gezondheid en slachtofferschap in 2008



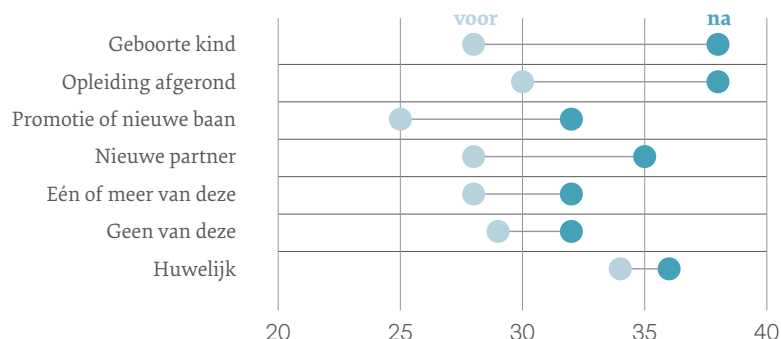
Met name wanneer de partner van de respondent een ernstige ziekte meemaakte zien we het aandeel van gezondheid toenemen, van 24% naar 36%. Ook bij een ernstige ziekte van een andere nabije persoon (vriend(in), familielid of anderszins) zien we een stijging, van 25% naar 30%. Een dergelijk patroon is ook in de Verenigde Staten gevonden (Black et al., 2021). Onder huishoudens die geen ernstige ziekte of overlijden meemaakten steeg het aandeel van gezondheid in alle giften ook, maar minder sterk, van 28% naar 31%.

Eenzelfde patroon zien we bij slachtofferschap. Huishoudens waarin de respondent een verkeersongeluk had in 2008 zijn een groter deel van hun giften gaan besteden aan doelen op het terrein aan gezondheid. Bij deze huishoudens nam het aandeel gezondheid toe van 22% naar 31%. Ook slachtoffers van geweld zijn een groter deel van hun giften gaan besteden aan gezondheid: van 30% naar 36%. Onder huishoudens die geen slachtoffer werden nam het aandeel van gezondheid minder sterk toe, van 29% naar 32%.

Bij huishoudens die stappen maakten in hun carrière of relatie nam het aandeel van gezondheid in de totale giften sterker toe dan bij huishoudens die geen levensgebeurtenissen meemaakten op deze terreinen (zie figuur 23). Met name na het afsluiten van de opleiding, een promotie of nieuwe baan, een nieuwe partner en de geboorte van een kind nam het aandeel van gezondheid in de totale giften van huishoudens toe.

Figuur 23

Aandeel van gezondheid in het totaalbedrag aan giften vóór en na het meemaken van levensgebeurtenissen in de categorieën carrière en relaties in 2008





Over de gegevens en de opzet van dit onderzoek

Een rijker beeld door longitudinale analyse van verandering binnen huishoudens

Voor het eerst bekijken we in deze special de ontwikkelingen in het geefgedrag van huishoudens vanuit het perspectief van de huishoudens zelf. Tot nu toe hebben we in Geven in Nederland vooral gekeken naar trends in het geefgedrag van huishoudens op het niveau van de samenleving. We zien de laatste jaren dat het bedrag dat huishoudens gemiddeld per jaar geven hoger wordt, terwijl het percentage van de huishoudens dat jaarlijks geeft langzaam afneemt. Ook zien we dat huishoudens aan een steeds kleiner aantal doelen en organisaties geven. Doelen als gezondheid kunnen op een onverminderd hoog percentage van donateurs rekenen, terwijl steeds minder huishoudens aan kerk en levensbeschouwing geven. Deze ontwikkelingen kunnen we voor een deel verklaren vanuit brede maatschappelijke trends, zoals de afname van de religiositeit in Nederland, en veranderingen in de samenstelling van de bevolking. Jongere generaties zijn minder betrokken bij goededoelenorganisaties dan oudere en ontvangen minder verzoeken om giften. Een uitgebreide analyse van verschillen tussen generaties leest u in onze vorige special (Bekkers & van Teunenbroek, 2020).

Hoe we dit onderzoek hebben uitgevoerd

Voor dit hoofdstuk hebben we alleen respondenten geselecteerd die meerdere keren de vragenlijst hebben ingevuld. We noemen hen ook wel longitudinale respondenten. Dat waren in de periode 2002–2019, waarin we het Geven in Nederland onderzoek negen maal hebben uitgevoerd, in totaal 3.273 verschillende respondenten. Tussen elke editie zit een jaar waarin we geen meting doen. Tussen 2016 en 2019 zat een extra jaar. In elke vragenlijst gaven de respondenten antwoorden op vragen over het geefgedrag binnen hun huishouden in het voorafgaande kalenderjaar. De analyses gaan dus over de jaren 2001 tot en met 2018.

De huishoudens waarover de respondenten hebben gerapporteerd vormen helaas geen goede afspiegeling van de gehele Nederlandse bevolking. Er zitten vrijwel geen huishoudens van niet-Nederlandse herkomst tussen. Ook jongeren en hoger opgeleiden zijn wat minder goed vertegenwoordigd in de longitudinale groep. Dit

betekent dat de resultaten niet noodzakelijkerwijs geldig zijn voor alle Nederlandse huishoudens. Het geefgedrag in de longitudinale groep die we hier analyseren ligt wat hoger dan dat van de gehele Nederlandse bevolking (zie bijvoorbeeld de percentages in figuur 1). Deze percentages zijn voor elk doel hoger dan in de afzonderlijke edities van Geven in Nederland. Huishoudens die trouw geven zullen waarschijnlijk vaker meedoen aan vragenlijstonderzoek en minder snel uitvallen uit het onderzoek. Daarom zal het geefgedrag in de gehele Nederlandse bevolking waarschijnlijk meer verandering vertonen dan in de groep huishoudens die meerdere malen aan ons onderzoek heeft meegedaan. Dit betekent dat het percentage trouwe gevers in de gehele bevolking waarschijnlijk lager is. We kunnen helaas niet nagaan hoe groot deze vertekening is. De vertekening is een onvermijdelijk gevolg van de opzet van de analyses: we kunnen geen verandering meten als we een huishouden maar één keer observeren.

Hoe we het geefgedrag hebben gemeten

De antwoorden van respondenten die de vragenlijsten over het geefgedrag aan goede doelen hebben ingevuld gaan over de giften van geld van het gehele huishouden. Bij de berekening van het geefgedrag tellen bijdragen in de vorm van goederen of mankracht niet mee. Bij de meting van giften aan internationale hulp hebben we giften aan nationale acties buiten beschouwing gelaten.

De vragen over het geefgedrag gaan over breed geformuleerde doelen die de leden van het huishouden hebben gesteund: gezondheid, kerk en levensbeschouwing, internationale hulp, milieu, natuur en dierenbescherming, maatschappelijke en sociale doelen, sport en recreatie, kunst en cultuur, en overige doelen. Huishoudens die hebben gegeven aan gezondheid kunnen dus aan meerdere specifieke goededoelenorganisaties hebben gegeven.

De vragen over het geefgedrag gaan over het afgelopen kalenderjaar. De vragen over verzoeken om giften gaan over de twee weken voorafgaand aan het invullen van de vragenlijst. Daarom zijn in figuur 8 en figuur 12 de jaartallen anders dan in andere figuren.

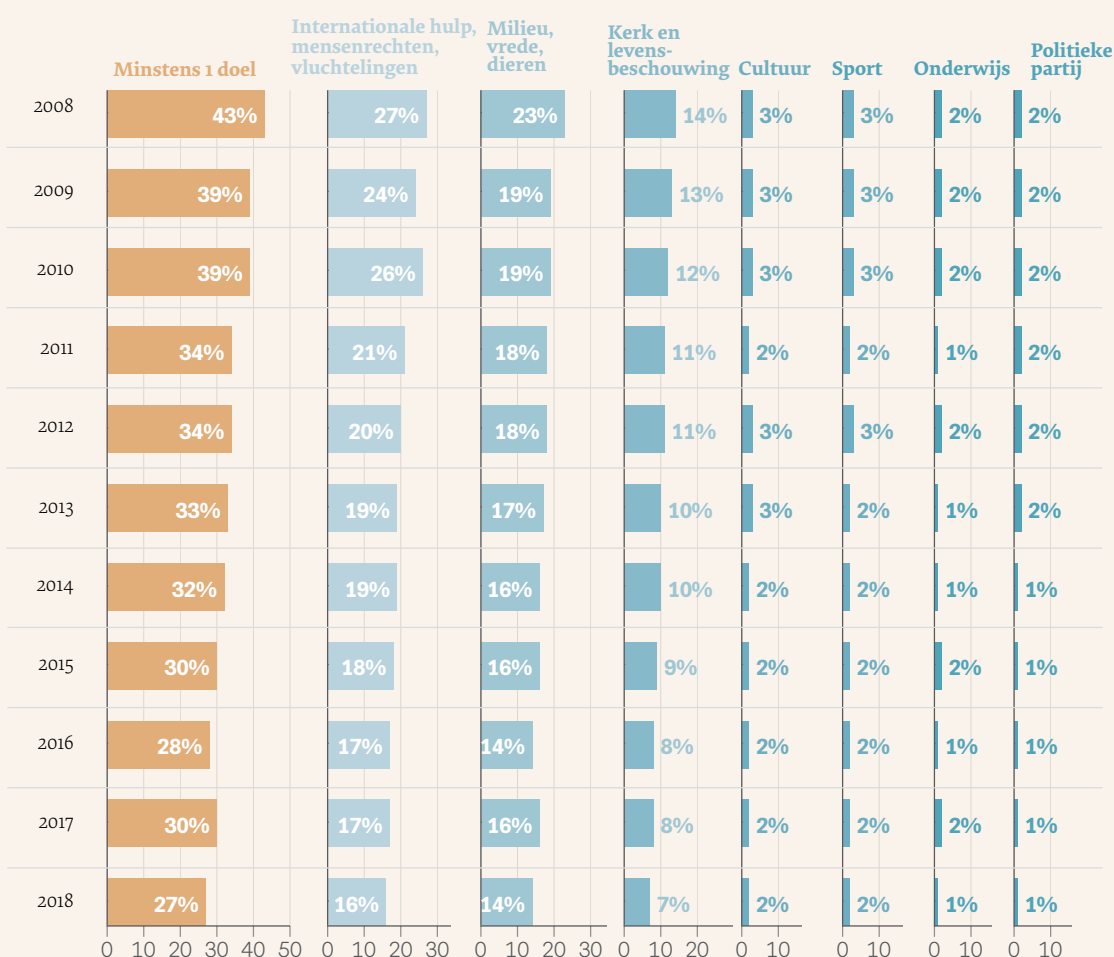
De daling in het percentage huishoudens dat geeft is ook zichtbaar in andere gegevens

Dat het percentage van de huishoudens in Nederland dat geeft aan goededoelenorganisaties daalt, komt ook in andere gegevens naar voren. Sinds 2008 beantwoorden tussen de 5.000 en 7.000 respondenten in de Longitudinal Internet Study of the Social Sciences (LISS) vragen over hun betrokkenheid bij maatschappelijke organisaties. De gegevens van het LISS-panel hebben drie belangrijke beperkingen. De respondenten hebben

alleen over hun eigen betrokkenheid geantwoord, en niet over die van andere leden van het huishouden. Bovendien hebben ze geen vragen beantwoord over giften aan het populairste doel in Nederland: gezondheid. Daardoor ligt het percentage dat gegeven heeft flink lager dan in de gegevens uit Geven in Nederland. Ook bevat de LISS-vragenlijst geen vragen over de bedragen die respondenten hebben gegeven. De neerwaartse trend in de steun voor goede doelen is onder de deelnemers aan het LISS-panel niettemin hetzelfde als onder de deelnemers aan Geven in Nederland.

Figuur 24

Het percentage van de respondenten in het LISS-panel dat geeft aan verschillende doelen





Referenties

- Bekkers, R. (2005). "Nee heb je, ja kun je krijgen": de effectiviteit van fondsenwervings- en rekruteringsstrategieën van maatschappelijke organisaties. p. 129-152 in: Völker, B. (red.). *Burgers in de buurt: Samenleven in school, wijk en vereniging*. Amsterdam: Amsterdam University Press. https://renebekkers.files.wordpress.com/2011/08/bekkers_mm_05.pdf
- Bekkers, R. (2008). Straight From the Heart. p. 197-221 in: S. Chambré and M. Goldner (red.). *Advances in Medical Sociology, Volume 10: Patients, Consumers and Civil Society: US and International Perspectives*. Emerald Group Publishing. https://renebekkers.files.wordpress.com/2011/08/bekkers_adv_medsoc_08.pdf
- Bekkers, R. (2019). *De waarde van filantropie*. Inaugurale rede Vrije Universiteit Amsterdam. <https://renebekkers.files.wordpress.com/2019/06/waarde-van-filantropie.pdf>
- Bekkers, R. & van Teunenbroek, C. (2020). Generatieverschillen in geefgedrag en vrijwilligerswerk. p. 22-48 in: Bekkers, R., Gouwenberg, B.M. & Schuyt, T.N.M. (2020, red.). *Geven in Nederland 2020*. Amsterdam: Lenthe. https://renebekkers.files.wordpress.com/2020/04/bekkers_vanteunenbroek_20_special.pdf
- Black, N., De Gruyter, E., Petrie, D., & Smith, S. (2021). Altruism born of suffering? The impact of an adverse health shock on pro-social behaviour. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 191, p. 902-915. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2021.09.038>
- Piersma, T.W., Bekkers, R., de Kort, W. & Merz, E-M. (2019). Blood Donation across the Life Course: The Influence of Life Events on Donor Lapse. *Journal of Health and Social Behavior*, 60 (2): 257-272. <https://osf.io/preprints/socarxiv/fg73x/>. <https://doi.org/10.1177/0022146519849893>
- Wiepking, P. & Bekkers, R. (2012). Who Gives? A Literature Review of Predictors of Charitable Giving. Part Two: Gender, Marital Status, Income, and Wealth. *Voluntary Sector Review*, 3(2): 217-245. https://renebekkers.files.wordpress.com/2011/08/wiepking_bekkers_12.pdf



SPECIAL |
MAATSCHAPPELIJK
VERANTWOORD
ONDERNEMEN



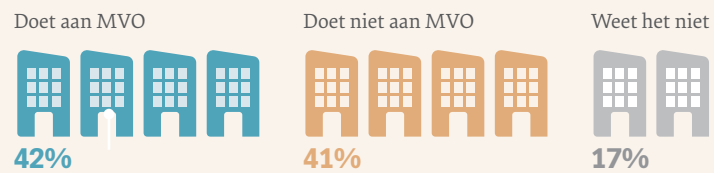
SAMENVATTING

Deze special besteedt aandacht aan de verschillende dimensies van MVO: de sociale, ecologische, ethische, stakeholder en economische dimensie. Een groot aantal bedrijven zet zich sterk in voor MVO, maar dat gaat regelmatig gepaard met dilemma's. Soms willen bedrijven (meer) MVO, maar blijkt dit niet altijd mogelijk te zijn vanwege beperkte middelen. De motieven om MVO-activiteiten te ontplooiën zijn zowel intrinsiek, extrinsiek en institutioneel onderlegd. Respondenten zijn ook grotendeels van mening dat MVO andere voordelen met zich meebrengt. Al met al vereist MVO de nodige inspanning.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO)

Deelname aan MVO is substantieel

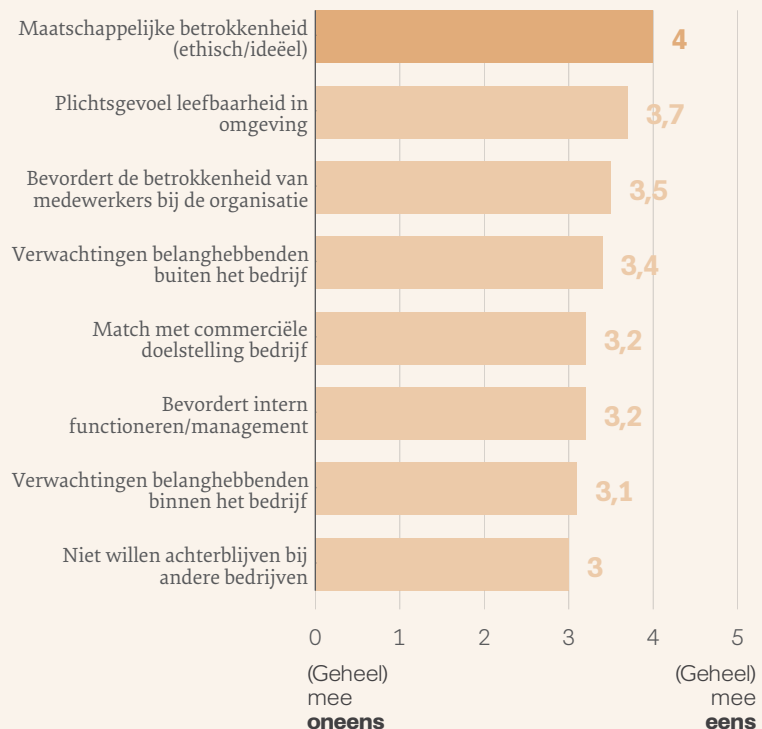
Percentage respondenten naar MVO-participatie, 2020 (in %)



Ondanks het feit dat vier op de tien bedrijven MVO-activiteiten ontplooit, geeft tegelijkertijd een flink aantal bedrijven aan niet aan MVO te doen. Veelal omdat MVO niet bij het product past dat bedrijven aanbieden, niet past binnen de branche, of omdat bedrijven niet weten hoe ze MVO-beleid kunnen ontplooiën. Maar liefst één op de drie bedrijven heeft een MVO-beleid.

Diverse motieven om aan MVO te doen

Opvattingen ten aanzien van motieven om MVO-activiteiten en MVO-beleid te ontplooiën (gemiddelde score op een 5 puntsschaal (geheel) mee oneens – (geheel) mee eens), 2020



Sustainable Development Goals zijn nog niet zo bekend onder Nederlandse bedrijven

De deelname aan verschillende MVO-activiteiten is groter dan de mate van activiteit ten behoeve van de Sustainable Development Goals. Wel zetten Nederlandse bedrijven zich het vaakst in voor SDG 3, 7, 8 en 4.



De term 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' (MVO) is bekend onder twee derde van de Nederlandse bedrijven.

Bekend met de term MVO:



Twee derde

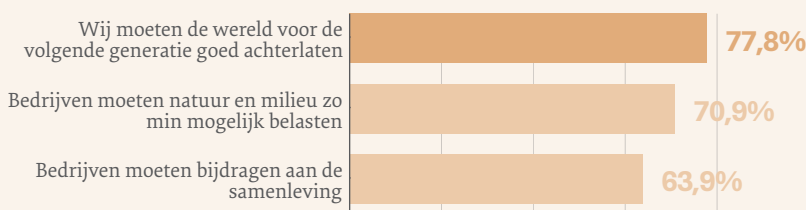


“Ik denk wel dat een bedrijf dat niks doet, dat heeft geen bestaansrecht meer over 10 jaar.”

- Interview citaat uit aanvullend kwalitatief onderzoek.

Positieve attitude ten opzichte van maatschappelijke verantwoordelijkheid

Belangrijkste opvattingen van bedrijven ten aanzien van MVO (in % (helemaal) mee eens)



Eén op de vijf bedrijven ontplooit initiatieven voor werknemersvrijwilligerswerk





SPECIAL

MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD Ondernemen

AUTEURS

Dick de Gilder

Stephanie Koolen-
Maas

Sinds 2009 is in het Geven in Nederland-onderzoek plaats ingeruimd voor vragen over maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). Sponsoring en giften zijn veelal onderdeel van MVO. Veel bedrijven die sponsoren en geven ontplooiën ook andere activiteiten onder de overkoepelende term: MVO. MVO-activiteiten laten zien dat een bedrijf actief is in de maatschappij, eventuele negatieve impact wil neutraliseren en een positieve bijdrage wil leveren aan de maatschappij. Wanneer bedrijven hun maatschappelijke activiteiten beschrijven, zoals bijvoorbeeld in jaarverslagen, zie je dat bedrijven een verscheidenheid aan activiteiten scharen onder de term MVO, inclusief sponsoring en giften. Vaak ligt de verantwoordelijkheid voor sponsoring, giften en MVO binnen bedrijven bij dezelfde werknemers. In het Geven in Nederland-onderzoek zijn respondenten die verantwoordelijk zijn voor sponsoring en giften in 86% van de gevallen ook verantwoordelijk voor het bredere MVO-beleid en/of de uitvoering hiervan.

De wijze van dataverzameling wijkt wel af van die bij sponsoring en giften, omdat het bij MVO niet altijd mogelijk is om de MVO-activiteiten in financiële bijdragen uit te drukken. Wellicht zou dat nog mogelijk geweest zijn bij echte investeringen, bijvoorbeeld op het gebied van milieu en/of energie, maar niet bij de ethisch geïnspireerde MVO-activiteiten als het streven naar diversiteit van het personeelsbeleid en ethisch zaken doen.

In deze editie van Geven in Nederland wijden we een special aan MVO, omdat we voor deze editie de mogelijkheid hadden om verschillende soorten gegevens te verzamelen. Naast de reguliere kwantitatieve gegevens die we middels de Geven in Nederland-enquête verzamelden, konden we deze gegevens aanvullen met kwalitatieve data aan de hand van interviews. De kwantitatieve gegevens in dit hoofdstuk zijn afkomstig van dezelfde 970 respondenten in het reguliere onderzoek onder bedrijven zoals beschreven in hoofdstuk 4 (zie hoofdstuk 15 Methodologische verantwoording). De gegevens verzameld door middel van interviews staan geheel los van de Geven in Nederland-enquête; het is vrijwel zeker dat geen van de respondenten aan het kwantitatieve onderzoek ook is bevroegd in de interviews. De kwalitatieve gegevens zijn gebaseerd op 35 interviews die bijna allemaal 30 tot 60 minuten duurden en volledig zijn uitgeschreven. Dit is een tijdsintensievere manier van gegevens verzamelen en leidt noodzakelijkerwijs tot een veel kleinere steekproef en dus minder generalisatiemogelijkheden, maar wel meer diepgang. Met deze additionele gegevens wordt 'het verhaal achter de getallen' verteld.

De kwalitatieve gegevens zijn verzameld binnen één sector: de voedselsector. Dit is een sector met vele uitdagingen op het gebied van MVO, zoals het streven naar milieuvriendelijke bedrijfsprocessen, voedselveiligheid en traceerbaarheid, tegengaan van voedselverspilling, keuzes op het gebied van energie en transport, enzovoorts. Deze opsomming laat tegelijk zien dat er grote verschillen zijn tussen sectoren als het gaat om de aandachtspunten en uitdagingen. In andere sectoren zullen de aandachtspunten binnen MVO zeker anders zijn. In deze special zal duidelijk worden dat veel van de algemene MVO-thema's die in de Geven in Nederland-enquête aan de orde komen ook binnen de voedselsector van belang zijn en de interviews een verdieping van de kwantitatieve gegevens mogelijk maken.

De interviewgegevens zijn verder bijzonder omdat ze zijn verzameld bij het midden- en kleinbedrijf; verreweg de meeste respondenten werkten in bedrijven met 10–100 medewerkers. In de managementliteratuur is juist vaak aandacht voor MVO van grote bedrijven die veelvuldig belangstelling krijgen van diverse media. Dit terwijl het midden- en kleinbedrijf natuurlijk veel meer bedrijven omvat en ook eigen kenmerken blijkt te hebben als het gaat over MVO en MVO-beleid.

1. MVO gedefinieerd

Net als in de vorige editie van *Geven in Nederland* wordt de volgende definitie van MVO gehanteerd:

Maatschappelijk verantwoord ondernemen betreft — naast economisch gedrag — aandacht voor ethisch, sociaal en milieuvriendelijk gedrag dat naar belanghebbenden (stakeholders) wordt gelegitimeerd.

In deze definitie worden vijf dimensies van MVO onderscheiden: een sociale dimensie, een ecologische dimensie, een ethische dimensie, een stakeholderdimensie en een economische dimensie. De sociale dimensie komt bijvoorbeeld tot uiting in de aanwezigheid van een werknemersvrijwilligerswerkprogramma, het bewust kiezen voor het in dienst hebben van mensen uit groepen die een afstand tot de arbeidsmarkt hebben (zoals minderheden, gehandicapten en ouderen), zorg voor het welzijn van medewerkers (veiligheid, gezondheid, ontwingsketen van bedrijven (mensenrechten, kinderarbeid)). De ecologische dimensie betreft milieuaspecten van de bedrijfsvoering, zoals activiteiten gericht op energiebesparing en het maken van milieubewuste keuzes op het terrein van transport, mobiliteit en productie. De ethische dimensie en de stakeholderdimensies richten zich op de mate waarin bedrijven bewuste keuzes maken op het terrein van integriteit en in hoeverre zij rekening houden met effecten van het eigen handelen op anderen. Ook de verantwoordingsplicht of transparantie valt hieronder. Ten slotte wordt de economische dimensie onderscheiden, waarmee de financiële overwegingen bij het uitvoeren van MVO-activiteiten worden benadrukt.

In de managementliteratuur worden ook andere definities gehanteerd van MVO. Echter is er niet sprake van een enkele definitie die algemeen geaccepteerd is. Soms ligt de nadruk wat meer op de ecologische aspecten en soms wat meer op sociale aspecten. Het is duidelijk dat de diverse dimensies die worden genoemd heel verschillend zijn, gepaard gaan met grote verschillen in inspanningen die worden gedaan om MVO doelen te bereiken, en ook met heel uiteenlopende impact op de maatschappij en het milieu. Sommige doelen kunnen worden bereikt door financiële investeringen (bijvoorbeeld op milieutechnisch gebied), terwijl zaken als een keuze voor bepaalde toeleveranciers in de productieketen of het in dienst nemen van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt nauwelijks in financiële termen zijn uit te drukken. Dit is ook de belangrijkste reden waarom we geen macro-economische schatting (kunnen) maken voor de investeringen in MVO, waar we dat wel kunnen voor bedragen die worden gespendeerd aan sponsoring en giften.



2. Vele MVO-activiteiten door Nederlandse bedrijven

Grote bekendheid met de term 'maatschappelijk verantwoord ondernemen'

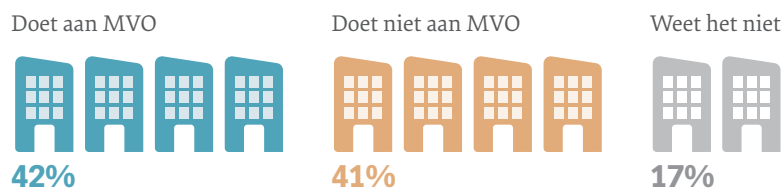
Aan alle bedrijven is gevraagd of ze bekend zijn met het begrip 'maatschappelijk verantwoord ondernemen'. Die bekendheid blijkt behoorlijk hoog. Ruim 68% geeft aan bekend te zijn met de term, evenveel als in de vorige editie van Geven in Nederland. De term MVO stamt af van de Engelse benaming 'Corporate Social Responsibility' (CSR). Het kan natuurlijk zijn dat bedrijven niet bekend zijn met de term MVO, maar wel bekend zijn met de internationaal bekende term CSR. Dit is echter niet gevraagd.

Net zoveel bedrijven die wel aan MVO doen als bedrijven die niet aan MVO doen

Als bedrijven bekend zijn met de term MVO betekent dat natuurlijk nog niet dat zij ook actief MVO-activiteiten ontplooiën. Ook is het mogelijk dat bedrijven feitelijk wel activiteiten ondernemen die eigenlijk MVO genoemd zouden kunnen worden, terwijl bedrijven zelf de term MVO niet gebruiken. Daarom is de omschrijving van MVO aan alle respondenten voorgelegd en is hun gevraagd of hun bedrijf aan MVO doet. Het percentage bedrijven dat aan MVO doet is ruim 42% (zie figuur 1); ruim 41% van de bedrijven doet niet aan MVO; de rest geeft geen antwoord of weet het niet.

Figuur 1: Ruim vier op de tien bedrijven doet aan MVO; hetzelfde aantal doet dit niet

Percentage respondenten naar MVO-participatie, 2020 (in %)



De Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen (Sustainable Development Goals)

In 2015 hebben de Verenigde Naties (VN) een aantal ambitieuze Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen vastgesteld voor de ontwikkeling van duurzame samenlevingen in de hele wereld. Deze Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen lopen tot 2030. Gezien het wereldwijde bereik dat de VN nastreven zijn deze doelen vooral bekend geworden onder de Engelstalige term 'Sustainable Development Goals' of, afgekort, de SDG's. De VN spraken in 2000 voor het eerst over ontwikkelingsdoelen; dit waren acht Millenniumdoelen die liepen tot 2015. De SDG's zijn de opvolgers van de Millenniumdoelen.

Achter de 17 doelen zitten maar liefst 169 targets die de doelen concreter maken. Iedereen, en zeker ook bedrijven, wordt aangemoedigd een bijdrage te leveren aan het behalen van de 17 SDG's. Bedrijven kunnen op die manier hun MVO-beleid vormgeven en hun maatschappelijke impact verder vergroten. Sinds de bekendmaking hebben deze doelen een grote bekendheid gekregen. Zij spelen mogelijk ook een rol bij de manier van opereren door het Nederlandse bedrijfsleven, al is het maar omdat grote(re) bedrijven vaak ook met de internationale markt te maken hebben. Daarom is een eerste bescheiden inventarisatie gemaakt van de activiteiten van een representatieve steekproef van Nederlandse bedrijven op het gebied van het nastreven van de SDG's.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



De 17 Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen van de Verenigde Naties

De SDG's hebben niet per se betrekking op ondernemen, maar kunnen wel als agenda of leidraad gebruikt worden door ondernemers. Er zijn veel meer belanghebbenden die worden aangesproken door de VN dan alleen bedrijven of ondernemingen, zoals ook overheden. Of bedrijven heel andere acties ondernemen als ze zich achter een van beide termen scharen is niet bekend. Het is denkbaar dat onze resultaten een onderschatting zijn van de aard en een aantal van de maatschappelijke activiteiten van bedrijven als bedrijven aangeven SDG's na te streven en niet aan MVO (zeggen te) doen, waardoor er in feite meer 'in de geest van' MVO wordt gedaan door bedrijven dan uitsluitend uit de antwoorden op de vragen over MVO zou kunnen blijken.

SDG's vinden minder weerklank dan MVO binnen het Nederlandse bedrijfsleven

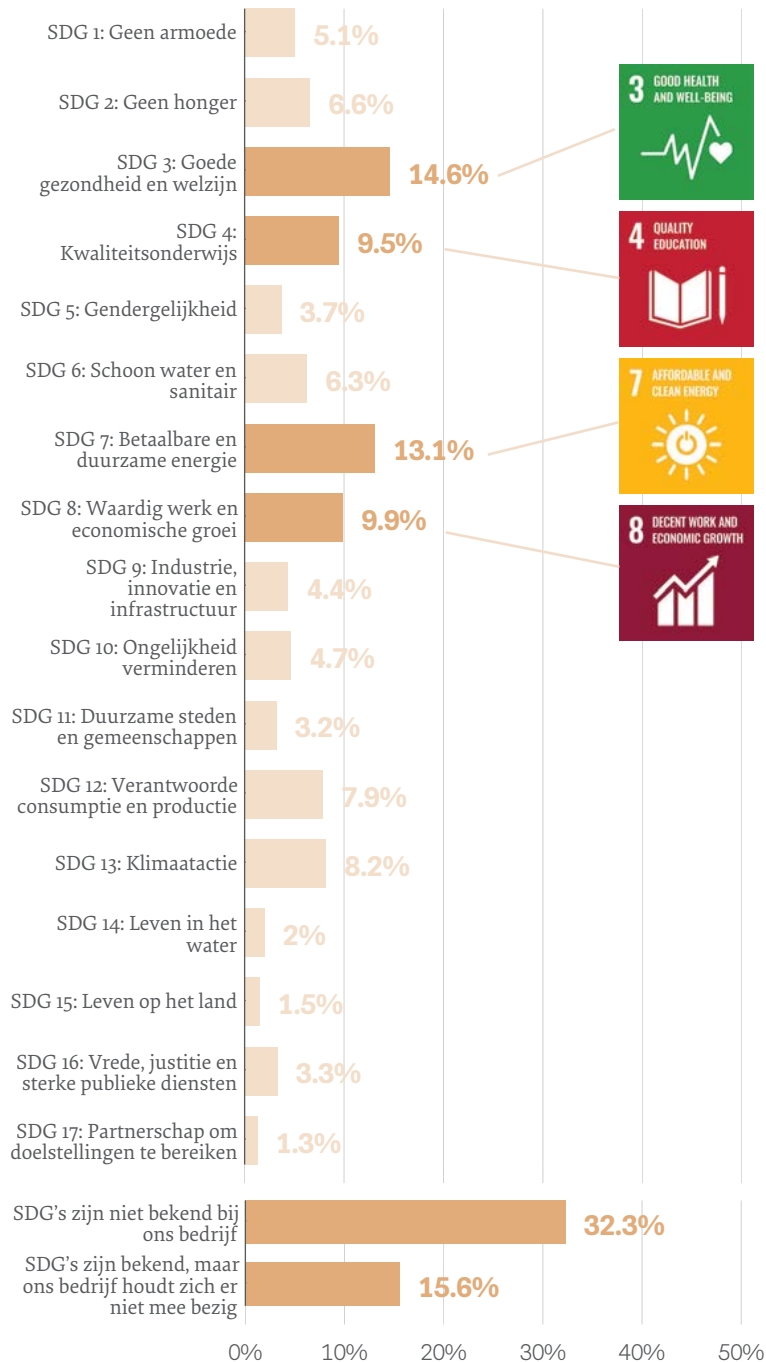
Vooralsnog blijkt dat de SDG's minder weerklank vinden onder Nederlandse bedrijven dan MVO. Wellicht omdat de doelen erg abstract zijn en verwijzen naar problemen waar bedrijven maar in beperkte mate kunnen bijdragen aan een oplossing. Desondanks is de bekendheid vergelijkbaar met die van MVO. Meer dan de helft van de respondenten is bekend met de SDG's (59%), 32% is onbekend met de SDG's, en bijna 9% weet niet of de SDG's bekend zijn binnen het bedrijf.

De SDG's waar in 2020 het meest aan wordt bijgedragen zijn goede gezondheid en welzijn (SDG3), betaalbare en duurzame energie (SDG7), waardig werk en economische groei (SDG8), en kwaliteitsonderwijs (SDG4) (zie figuur 2). Bedrijven lijken meer affiniteit met deze SDG's te hebben vergeleken met de andere SDG's. Deze vier SDG's linken vooral aan de sociale dimensie van MVO. Het kan ook zijn dat juist deze SDG's eenvoudiger na te streven zijn door bedrijven, wellicht omdat er makkelijker invulling gegeven kan worden aan deze SDG's of omdat deze SDG's dicht bij het bedrijf staan. Dit is echter niet gevraagd in het onderzoek. Het is mogelijk dat de coronapandemie een rol heeft gespeeld binnen de populariteit van SDG3: goede gezondheid en welzijn. De afgelopen twee bewogen jaren gaven bedrijven wellicht veel aanknopingspunten om juist op dit thema activiteiten te ontplooiën. Toekomstige metingen moeten uitwijzen of en hoe de aandacht voor de SDG's zich verder ontwikkelt binnen het Nederlandse bedrijfsleven.



Figuur 2: SDG 3, 7, 8 en 4 het populairst onder Nederlandse bedrijven

Aantal respondenten met activiteiten op het gebied van de SDG's, 2020 (in %)



Bedrijven hebben verscheidene redenen om niet aan MVO te doen

De bedrijven die geen invulling geven aan MVO dragen hiervoor verschillende redenen aan (zie figuur 3). De bedrijven konden in het onderzoek meer dan één reden geven voor het feit dat zij niet maatschappelijk verantwoord ondernemen. Net als in de vorige Geven in Nederland-editie vinden relatief veel bedrijven MVO niet passen bij het product dat ze leveren (31%). Bijna één op de vijf bedrijven heeft geen idee hoe ze MVO in hun bedrijfsvoering kunnen opnemen (18%). Een andere relatief vaak genoemde reden is dat het ongebruikelijk is om aan MVO te doen binnen de branche (16%). Het percentage bedrijven dat aangeeft dat de directie of eigenaar het niet nodig vindt om aan MVO te doen is nog geen 7%. Het percentage bedrijven dat zegt geen tijd te hebben om aan MVO te doen (7%) of dat aangeeft dat het ten koste van de winst gaat (7%) is ook laag. Ruim één op de tien bedrijven geeft andere redenen op waarom niet aan MVO wordt gedaan. Verreweg de meeste bedrijven in deze groep die een geschreven toelichting hebben toegevoegd geven aan dat ze te klein zijn om aan MVO te doen of dat MVO niet relevant is voor het bedrijf. Enkele bedrijven zijn ronduit kritisch over de term MVO en noemen het een 'hype', een 'marketingkreet' of ronduit 'onzin'. Er zijn ook enkele bedrijven die geen MVO-beleid hebben, maar voor wie ondernemen op een verantwoorde manier vanzelfsprekend is. Het laatste resultaat suggereert dat onze resultaten over de mate waarin er in Nederland maatschappelijk wordt ondernomen waarschijnlijk een lichte onderschatting laten zien van het ondernemen 'in de geest van' MVO.

Uit de interviews blijkt dat bedrijven vaak een ontwikkeling doormaken op het gebied van MVO en op een gegeven moment toch in actie komen. Bedrijven die eerst een reden hebben om niet aan MVO te doen of het op dat gebied heel rustig aan doen raken toch langzamerhand overtuigd van het belang ervan. Zo geeft een respondent aan:

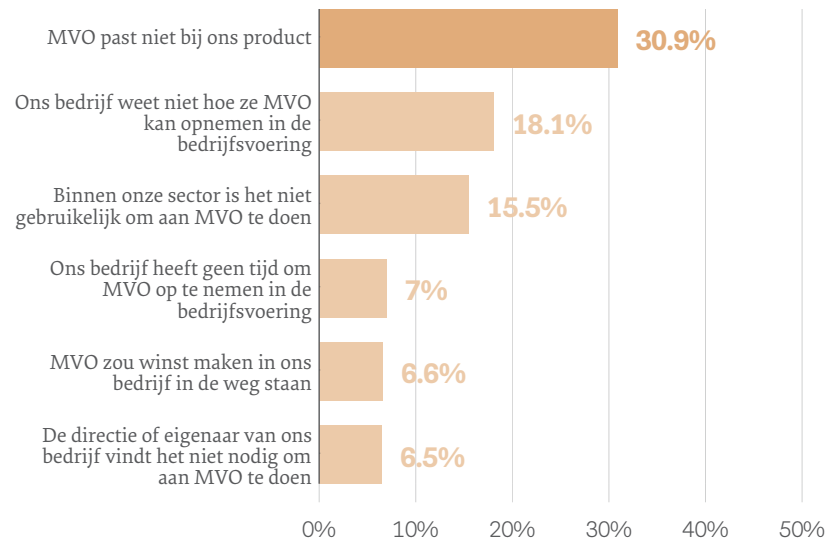
“Met regelmaat doe je dingen waarvan je een aantal jaren terug dacht, dit zou ik nooit gedaan hebben. Maar dat komt door voortschrijdende maatschappelijke ontwikkeling, je gaat anders tegen zaken aankijken, je beseft ook dat zaken nodig zijn maatschappelijk gezien.”

En een andere respondent zegt:

“Daar hadden we het een jaar geleden echt nog niet over hoor heel eerlijk gezegd. Maar doordat die ontwikkeling zo hard gegaan is zijn bij ons heel wat kwartjes gevallen en ook met de partners waarmee we in zee zijn gegaan.”

**Figuur 3: Voornaamste reden om niet aan MVO te doen: Past niet bij ons product**

Redenen om niet aan MVO te doen, 2020 (in %)

**Eén op de drie bedrijven heeft een MVO-beleid**

Het vervolg van de vragen over MVO is alleen aan bedrijven gevraagd met drie of meer medewerkers, omdat de resultaten van eerder onderzoek lieten zien dat kleine bedrijven zelden een MVO-beleid hebben. Hierdoor zijn de hierna gepresenteerde resultaten niet te vergelijken met de resultaten uit eerdere edities van Geven in Nederland. Van de bedrijven met drie of meer medewerkers geeft 33% aan een MVO-beleid te hebben.

3. De verschillende dimensies van MVO in de praktijk

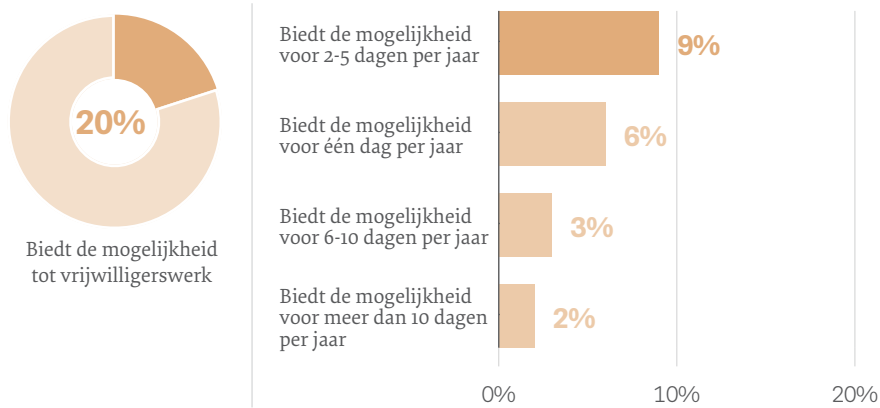
De sociale dimensie van MVO

Eén op de vijf bedrijven ontplooit initiatieven voor medewerkers-vrijwilligerswerk

Onderdeel van het nemen van de maatschappelijke verantwoordelijkheid door bedrijven is medewerkers de gelegenheid te geven tot het doen van vrijwilligerswerk. Bedrijven kunnen medewerkers faciliteren en stimuleren tot het doen van vrijwilligerswerk en in samenwerking met een maatschappelijke organisatie vrijwilligerswerk organiseren. Medewerkersvrijwilligerswerk kan deels of geheel onder werktijd plaatsvinden. Voorbeelden zijn het detacheren van medewerkers bij maatschappelijke organisaties, via bestuurswerk of door advisering, maar ook het ondersteunen van sociale activiteiten of het uitvoeren van klusactiviteiten bij maatschappelijke organisaties. Dergelijk vrijwilligerswerk kan plaatsvinden in door de bedrijven gespecificeerde projecten of organisaties, of door medewerkers in de gelegenheid te stellen vrijwilligerswerk van eigen keuze te verrichten. Figuur 4 laat zien in welke mate bedrijven medewerkers de gelegenheid geven om medewerkersvrijwilligerswerk te doen. Circa één op de vijf bedrijven biedt een mogelijkheid tot medewerkersvrijwilligerswerk. Het aanbieden van medewerkersvrijwilligerswerk voor twee tot vijf dagen per jaar is het populairst, bijna één op de tien bedrijven die medewerkersvrijwilligerswerk aanbieden aan haar medewerkers biedt deze optie aan.

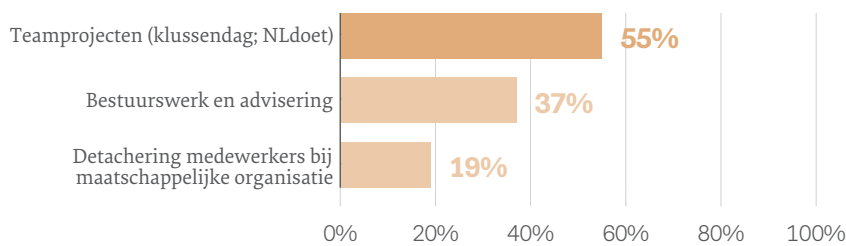
Figuur 4: Eén op de vijf bedrijven biedt de mogelijkheid tot medewerkersvrijwilligerswerk

Aanbod van medewerkersvrijwilligerswerk door bedrijven, 2020 (in %)



Figuur 5: Teamprojecten zijn het populairst als medewerkersvrijwilligerswerk

Frequentie van het aanbod van medewerkersvrijwilligerswerk door bedrijven, 2020 (in %)



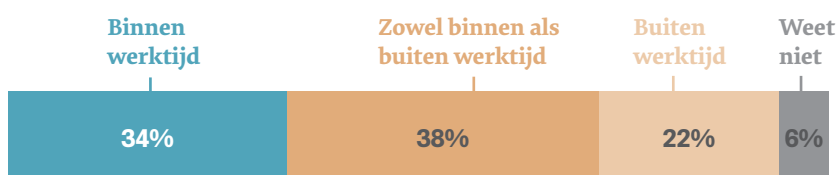
Vooral veel kortdurende projecten

Uit figuur 5 blijkt dat kortdurende teamprojecten het populairst zijn, maar dat ook andere vormen van medewerkersvrijwilligerswerk vaak worden ondersteund.

Overigens laat 34% van de bedrijven medewerkersvrijwilligerswerk doen tijdens werktijd, bij 22% moet dat buiten werktijd gebeuren en bij de grootste groep (38%), kan het allebei (zie figuur 6).

Figuur 6: Bij vier op de tien bedrijven is medewerkersvrijwilligerswerk zowel binnen als buiten de werktijd mogelijk

Percentage bedrijven dat werknemersvrijwilligerswerk aanbiedt binnen of buiten werktijd, 2020 (in %).





Ook veel online medewerkersvrijwilligerswerk

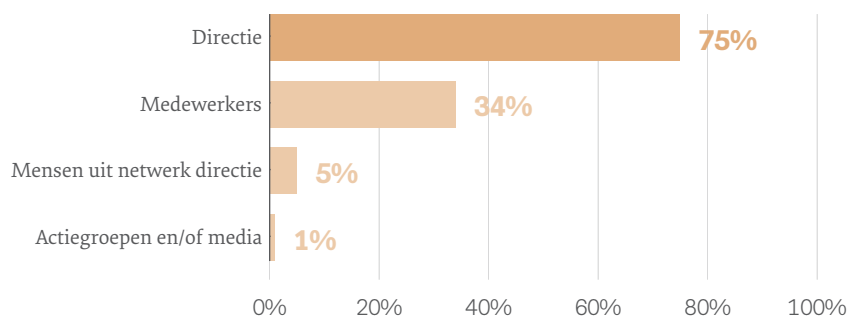
Net als met regulier vrijwilligerswerk, vindt medewerkersvrijwilligerswerk niet alleen ter plekke plaats. Medewerkers kunnen ook online medewerkersvrijwilligerswerk uitvoeren. Om online medewerkersvrijwilligerswerk te meten is er gevraagd op welke manier medewerkersvrijwilligerswerk voornamelijk werd uitgevoerd: ter plekke, online of beide. 39% van de respondenten geeft aan dat het medewerkersvrijwilligerswerk voornamelijk ter plekke werd uitgevoerd in 2020, 17% vooral online, en 29% allebei. In verband met de coronapandemie en de strenge lockdownmaatregelen, zou je wellicht een hoger percentage verwachten voor online medewerkersvrijwilligerswerk. Echter gegeven het aantal dagen dat wordt besteed aan medewerkersvrijwilligerswerk is het niet vreemd dat veel werk ter plekke heeft kunnen plaatsvinden. Bedrijven konden wellicht medewerkersvrijwilligerswerk ter plekke uitvoeren in tijden dat de coronamaatregelen minder streng waren.

Vooral het management neemt het initiatief voor medewerkersvrijwilligerswerk

Uit figuur 7 blijkt – net als in eerdere edities – dat het initiatief om medewerkersvrijwilligerswerk te ontplooiën vooral bij de directie ligt, maar dat medewerkers toch ook vaak initiatieven nemen.

Figuur 7: Initiatief voor medewerkersvrijwilligerswerk voornamelijk bij de directie

Initiatief voor medewerkersvrijwilligerswerk (in %)



Bewuste keuze voor in dienst nemen van groepen met afstand tot de arbeidsmarkt

Een ander aspect van de sociale dimensie van MVO is het bewust kiezen voor het in dienst nemen van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, zoals mensen met een migratieachtergrond, mensen met lichamelijke of geestelijke beperkingen en ouderen. Bedrijven proberen hiermee hun personeelsbestand een afspiegeling van de samenleving te laten zijn en mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt kansen op werk(ervaring) te geven.

De resultaten laten zien dat het bewust in dienst nemen van ouderen relatief vaak gebeurt (61%). Het bewust in dienst nemen van mensen met een migratieachtergrond (36%) en beperkingen (33%) wordt door een kleinere groep bedrijven gedaan. Bedrijven kunnen uiteraard mensen uit deze groepen in dienst hebben zonder dat nu heel duidelijk wordt of dat een bewuste keuze is. Verder is het natuurlijk zo dat er heel veel kleine bedrijven in de steekproef zitten die weinig personeel in dienst hebben en wellicht ook een heel stabiel personeelsbestand hebben. In 2020 is 35% van de bedrijven die aan MVO doen begonnen met (extra)

activiteiten op dit terrein. Bij deze kwestie blijken flinke verschillen te zijn tussen kleine bedrijven en grote(re): bij bedrijven met tien of meer personeelsleden geldt dat maar liefst 50% initiatieven heeft genomen om een divers personeelsbestand te bevorderen.

De interviews leveren ook resultaten op die relatief weinig worden beschreven in de MVO-literatuur. Naast medewerkers met een afstand tot de arbeidsmarkt is het verantwoord omgaan met het eigen personeel evenzeer belangrijk:

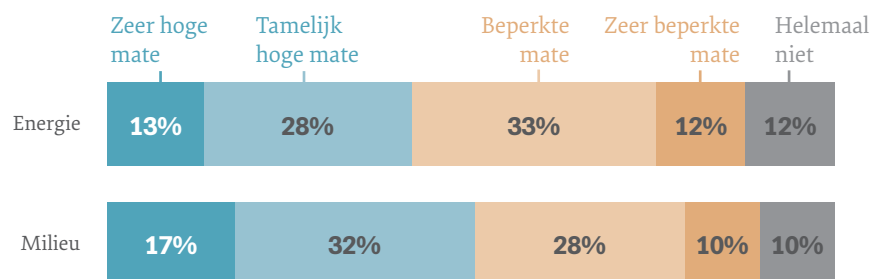
“Duurzame arbeid is bij ons een heel belangrijk ding, wij willen dat het lichter wordt om te werken. Dat je minder slijtage hebt van je mensen, dat vraagt ook wat van je mensen.”

De ecologische dimensie van MVO

Net als in de voorgaande Geven in Nederland-edities was bewust omgaan met het milieu verreweg de populairste MVO-activiteit onder Nederlandse bedrijven in 2020. Bijna alle Nederlandse bedrijven die invulling geven aan MVO rapporteren dat ze zich op een of andere manier bezighouden met het bewust omgaan met het milieu. Voorbeelden zijn energiebesparingen enerzijds en afvalscheiding, recycling en veranderingen in de bedrijfsvoering anderzijds. Tegelijk laat figuur 8 zien dat er een zeer grote variatie is voor wat betreft de mate waarin dat gebeurt. Overigens zijn in 2020 veel bedrijven begonnen met nieuwe activiteiten op het gebied van energiebesparing (56%) en milieu (47%).

Figuur 8: Bedrijven investeren in MVO-activiteiten t.b.v. energie en milieu

Mate van activiteit binnen de ecologische dimensie van MVO, 2020 (in %)



De interviewdata laten zien dat het voor bedrijven niet altijd eenvoudig is om MVO-activiteiten te ontplooiën. Bedrijven houden natuurlijk ook altijd het bedrijfseconomische aspect in de gaten dienen, waarbij de economische aspecten vaak verweven zijn met MVO. Zo zegt een respondent:

“Eén is lean dus gewoon efficiëntere werkprocessen... Niet twintig versies, nu moet je een bio versie, een glutenvrije versie, een vegan versie en nog meer varianten. Dat betekent allemaal verschillende ingrediënten. Dan heb je ook nog 26 smaakjes dan gaat het natuurlijk fout. Dan heb je meer afval, meer restjes, hetzij verpakkingen. Dus het is gewoon efficiënter werken, dat is het belangrijkste, dan heb je ook kortere looproutes, minder lijnen et cetera.”



Een andere respondent geeft aan:

“Je wilt het product maken met zo weinig mogelijk effort (inzet/moeite), dus zo efficiënt mogelijk, dat betekent je stelt je mensen zo effectief mogelijk in, je stelt je machines zo effectief mogelijk in. Dan zie je dat in je elektriciteitskosten die minder worden, je personeelskosten worden minder. Dat mag je ook zeker zien als een stukje maatschappelijk verantwoord ondernemen ja.”

Het komt ook voor dat bedrijven door het personeel worden gestimuleerd om MVO-activiteiten op ecologisch gebied te ontplooiën. De volgende respondent geeft hier een voorbeeld van:

“We hebben zelf ook een interne druk. Een heel groot onderdeel van ons personeel is zelf vegetarisch of veganistisch en bewust bezig met wat ze in hun lichaam stoppen, dus we hebben een interne druk. Maar ook een externe druk van onze klanten dat zeker ja.”

De ethische dimensie van MVO

Bij de ethische dimensie van MVO gaat het bijvoorbeeld om de vraag of het bedrijf rekening houdt met ethische aspecten bij financiële zaken als leningen, beleggingen of investeringen. Bijna één op de vier bedrijven doet dat (tamelijk tot zeer) veel, 30% in beperkte tot zeer beperkte mate, maar 29% doet dat helemaal niet. Uiteraard betekent dat laatste percentage niet dat bedrijven er geen belang aan hechten. Het kan zo zijn dat bedrijven in 2020 geen bijzondere activiteiten op financieel gebied hebben ondernomen.

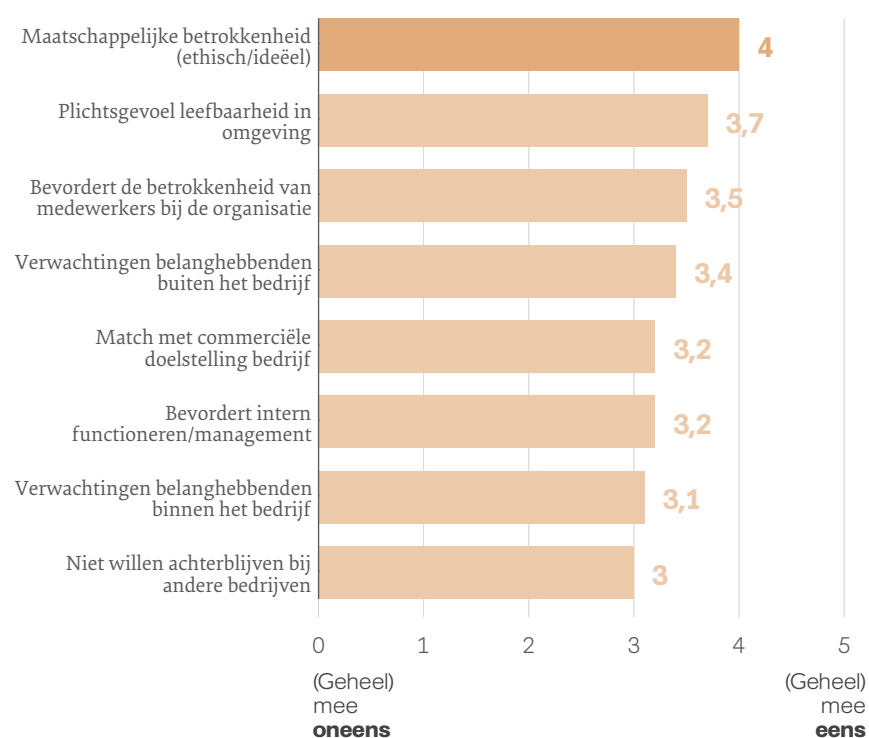
15% van de bedrijven is in 2020 met nieuwe activiteiten gestart op het gebied van ethisch financieel beheer. Verder heeft ongeveer 42% van de bedrijven een gedragscode of integriteitsbeleid, terwijl 48% dat niet heeft. Het percentage Nederlandse bedrijven dat eisen stelt aan hun leveranciers als het gaat om MVO is 41%; 51% doet dat helemaal niet; 22% is in 2020 wel begonnen om leveranciers daartoe aan te sporen.

4. Motieven om maatschappelijk verantwoord te ondernemen

We hebben respondenten gevraagd naar de motieven van het bedrijf om MVO-activiteiten en MVO-beleid te ontplooien. Deze motieven zijn bij bedrijven op dezelfde wijze bevroegd als bij sponsoring en giften. Ook deze vragen zijn met een vijfpuntschaal bevroegd, waarbij een vijf betekent dat de respondent het geheel met de stelling eens is en een één dat de respondent het geheel oneens is met de stelling (zie figuur 9).

Figuur 9: Maatschappelijke betrokkenheid blijkt belangrijkste motief ten aanzien van MVO

Opvattingen ten aanzien van motieven om MVO-activiteiten en MVO-beleid te ontplooien (gemiddelde score op een 5 puntsschaal (geheel) mee oneens – (geheel) mee eens), 2020



De leefbaarheid en de betrokkenheid van medewerkers zijn bij MVO belangrijk. Dat is niet zo vreemd, omdat veel van de MVO-activiteiten rechtstreeks met het bedrijf en het personeel zelf te maken hebben (energiebesparing, medewerkersvrijwilligerswerk, representatief personeelsbestand) en er ook veel initiatieven door het personeel worden genomen om als bedrijf aan MVO te doen. Dat maakt het relatief grote belang van het motief 'betrokkenheid van de medewerkers' begrijpelijk. Net als bij sponsoring en giften



is ook bij MVO voor het eerst gevraagd naar enkele institutionele motieven. Institutionele motieven verstrekken legitimiteit aan bedrijven. Bedrijven kunnen door hun omgeving aangezet worden tot het ontplooiën van MVO-activiteiten, bijvoorbeeld door externe druk zoals wet- en regelgeving, normen en waarden, maar ook de druk vanuit andere bedrijven. In het laatste geval wordt ervan uitgegaan dat bedrijven andere (soortgelijke) bedrijven nadoen om te overleven. Ook deze institutionele motieven en extrinsieke motieven blijken voor een groot aantal bedrijven belangrijk te zijn. Hoewel de gemiddelden wellicht een neutrale houding suggereren, betekenen ze feitelijk dat telkens voor een significante groep bedrijven (38%-53%) het motief (zeer) belangrijk is.

5. Opvattingen over MVO

Respondenten vinden dat MVO impact heeft op het bedrijf

In de literatuur rond MVO is het uitgangspunt dat er, naast de ethische motieven, ook een economisch belang aan MVO-activiteiten verbonden is. Ook hier geldt weer dat er gemiddeld een vrij neutrale uitkomst is, maar dat een groot aantal bedrijven het economische motief dus wel degelijk belangrijk vindt. In onze steekproef wordt door een beperkt aantal bedrijven aangegeven dat MVO goed is voor de productiviteit van een bedrijf (12%), terwijl 11% denkt dat klanten bereid zijn een hogere prijs te betalen als ze weten dat ze iets kopen van een bedrijf dat maatschappelijk verantwoord onderneemt. Ongeveer één op de vijf denkt dat het de loyaliteit van de klanten bevordert; maar liefst een derde van de bedrijven denkt dat MVO de betrokkenheid van de eigen medewerkers vergroot. Ook denkt bijna 31% dat bedrijven die aan MVO doen aantrekkelijker zijn voor sollicitanten. 40% denkt dat MVO-bedrijven vaker positieve publiciteit krijgen, 41% denkt dat dergelijke bedrijven goodwill kweken bij beleidsinstanties en 44% is van mening dat MVO goed is voor de reputatie. De percentages zijn vergelijkbaar met de resultaten uit 2018.

De respondenten uit de interviews geven ook aan dat economische motieven een rol spelen. Zo zegt één van de respondenten:

“Het is ook een stukje marketing dat je doet naar je klant, naar je leverancier... als je dingen proactief gaat delen in die markt dan ga je misschien ook wel klanten aantrekken die wellicht anders ergens anders heenegaan zouden zijn. Ik zie het toch als een stukje meerwaarde in het bedrijf.”

Een ander geeft aan dat dit ook weleens met dilemma's gepaard gaat:

“Want elk bedrijf moet uiteindelijk wel ook sustainable (duurzaam) kunnen groeien, maar je moet eerst geld verdienen om iets te kunnen doen aan je duurzame bedrijfsvoering. Dit is een lastige paradox, want het voelt soms ook niet goed om er te veel geld aan te verdienen maar ja dat is wel hoe het werkt.”

Het is ook niet altijd zo dat er opbrengsten van MVO gepland zijn, of dat die heel strategisch worden gepland. Zo rapporteert een respondent een 'toevallige' opbrengst:

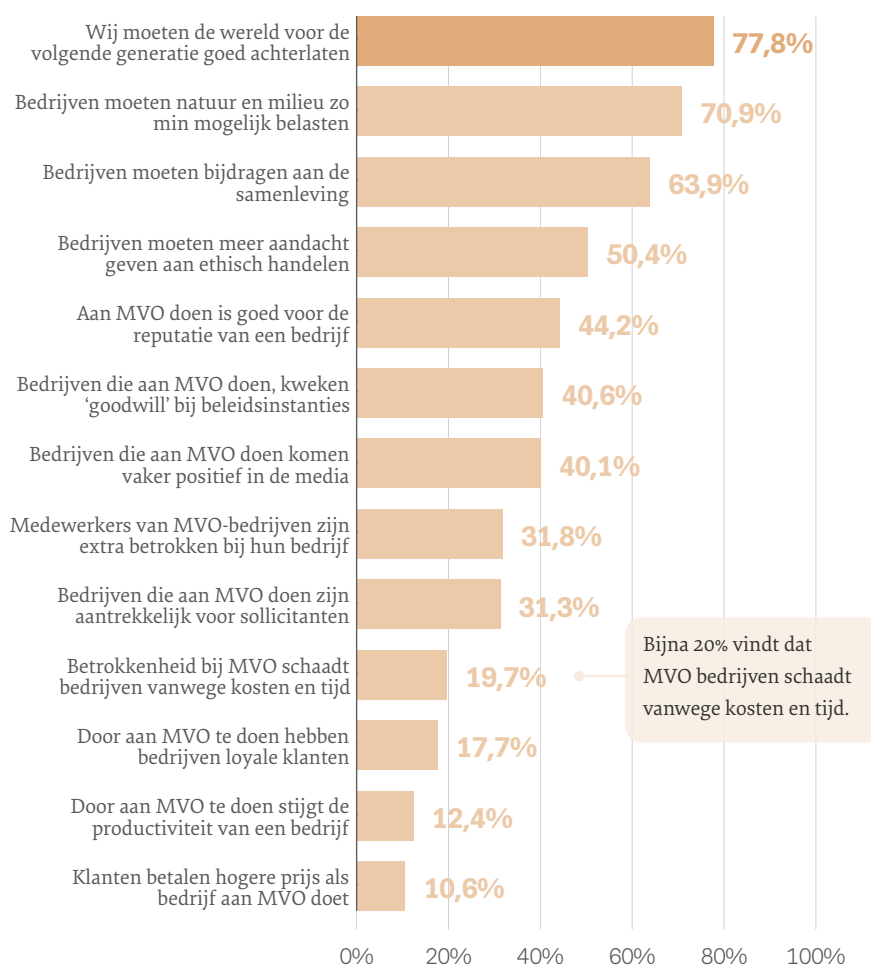
“Het komt gewoon vanuit jezelf, vanuit je onderneming wil je iets doen en dan komt het bij de klant en de mensen die daar zijn. Het is natuurlijk niet dat wij ermee willen schreeuwen dat we Kika steunen, het is gewoon omdat wij dat graag willen... Maar ja je krijgt toch visibility (zichtbaarheid) met je merk, mensen krijgen er een goed gevoel bij, wij ook. Zo maak je het plaatje rond en is iedereen tevreden, dat is toch het mooiste wat er is. Dus eigenlijk twee vliegen in één klap.”

Attitude ten opzichte van maatschappelijke taken van bedrijven is grotendeels positief

De attitudes ten opzichte van MVO in 2020 zijn te vinden in figuur 10. Deze zijn grotendeels positief: een groot deel van de bedrijven is het eens met de positief geformuleerde stellingen. Tegelijk is één op de vijf respondenten helemaal niet zo positief over MVO: die is het eens met de stelling dat deelname aan MVO bedrijven beschadigt, doordat geld en tijd aan het primaire bedrijfsdoel wordt onttrokken.

Figuur 10: Ideële opvattingen belangrijkste voor MVO

Opvattingen ten aanzien van MVO en de economische opbrengsten van MVO, 2020 (in % (helemaal mee eens)*)



* Sommige stellingen zijn enigszins ingekort ten behoeve van de overzichtelijkheid



Grote gedrevenheid om aan MVO te doen

Voor een groot aantal bedrijven is MVO bijzonder belangrijk: 44% van de bedrijven die MVO-activiteiten ontplooiën geeft aan dat MVO de basis is van het bedrijf en dat het opgenomen is in de visie en missie, zich uit in de bedrijfsstrategie en beleid, en naar voren komt in producten of diensten. Ongeveer vier op de tien bedrijven die aan MVO doen wil tot de koplopers behoren op MVO-gebied binnen hun branche (39%).

Het lijkt er overigens op dat het sterk afhangt van individuen binnen het bedrijf of MVO belangrijk wordt gevonden. Een vijfde van de respondenten zegt dat het MVO-beleid waarschijnlijk sterk zou veranderen wanneer er nieuwe topmanagers aangesteld zouden worden.

Van de bedrijven claimt bijna een derde (32%) dat de eigen MVO-activiteiten invloed hebben op de branche waarin ze actief zijn. 19% geeft aan dat het MVO-beleid vooral gericht is op de professionele en persoonlijke ontwikkeling van het personeel. 45% zegt veel aandacht te besteden aan het verantwoorden van het MVO-beleid richting hun personeel. Van de bedrijven geeft maar liefst driekwart aan dat het personeel het MVO-beleid ondersteunt. 59% claimt dat hun MVO-beleid bekend is bij hun klanten.

Ook een aantal respondenten in de interviews geeft aan dat MVO een prioriteit is:

“Wat wij echt in ons DNA hebben zitten is eigenlijk een eerlijk product aan de consument aanbieden. We willen een goed topproduct aanbieden met enkel de ingrediënten die nodig zijn om een topproduct te leveren. Vandaaruit, dat is heel lang onze filosofie geweest... Je wilt de wereld besparen van al de vleesconsumptie, al de uitlaatgassen, methaangassen van de koeien. Dus eigenlijk zit het krijgen van een mooie wereld in onze filosofie.”

Een andere respondent die overtuigd is van de noodzaak van MVO zegt het volgende:

“Ik denk wel dat een bedrijf dat niks doet, dat heeft geen bestaansrecht meer over 10 jaar. Uiteindelijk zal het naar mijn mening zo zijn dat de consument echt de keuze gaat maken voor bedrijven die op een goede manier omgaan met de natuur, milieu en klimaat; uiteindelijk gaat dat zichzelf selecteren.”

Externe overwegingen spelen ook een rol

Net als in voorgaande edities zijn er praktische, extern gedreven redenen om aan MVO te doen: 28% van de bedrijven zegt MVO-activiteiten te ontplooiën omdat het anders op termijn wordt afgedwongen door wetgeving. Ongeveer 21% is het eens met de stelling dat deelname aan MVO een positieve invloed heeft op het bedrijfsresultaat, al denkt ook bijna 9% dat het juist een negatieve invloed heeft. Bedrijven denken dat hun klanten het belangrijk vinden dat het bedrijf aan MVO doet (55%), terwijl 43% denkt dat de eigen medewerkers dit belangrijk vinden. Leveranciers (17%) en banken (4%) vinden dat volgens de respondenten veel minder belangrijk. Een aantal bedrijven is van mening dat de aandacht voor MVO bij klanten afneemt (12%) maar een groter percentage vindt juist dat het toeneemt (ruim 20%).

Ook de resultaten van de interviews laten zien dat bedrijven zich soms ook onder druk voelen staan om aan MVO te doen, maar zijn daar niet per se negatief over:

“Eigenlijk meer dat de maatschappij steeds meer wil weten waar producten vandaan komen en hoe ze geproduceerd zijn en dat ze op een verantwoorde manier geproduceerd zijn en op een diervriendelijke manier geproduceerd zijn en daar proberen wij invulling aan te geven, dus het is echt de vraag van de maatschappij tegenwoordig.”

Een andere respondent geeft aan:

“Vanuit Wakkerdier en dat soort organisaties komt de laatste jaren een toenemend kritisch geluid over hoe zuivel geproduceerd wordt. Bijvoorbeeld over hoe er met kalfjes omgegaan wordt, ook daar probeer je op een goede manier mee om te gaan zodat het wel past binnen ons bedrijf en dat we van de andere kant ook zoveel mogelijk tegemoetkomt aan eisen van dat soort organisaties.”

Een zekere ervaren druk kan ook inspiratie geven:

“Het is de manier waarop wij het willen. Ik geloof in het doel van het bedrijf, het is ook gewoon bedrijvigheid, je geeft mensen een baan zodat ze families kunnen onderhouden en zodat je belasting kan betalen en kan zorgen dat het land mooier wordt en daarbij hoort wat ons betreft ook dat je dat doet op een manier die niet alleen goed is voor jezelf maar ook voor de planeet en voor de mensen waar je mee werkt. Dat is de gedachte die erachter zit en dat is natuurlijk ook de manier waarop tegenwoordig men dingen doet. Het is ook gewoon een grote stroom nu, dus je wordt ook geïnspireerd door andere bedrijven die dat zo doen.”

Soms willen bedrijven (meer) MVO maar is dat niet mogelijk

Bedrijven zijn lang niet altijd in staat geheel zelfstandig MVO-beleid te maken en uit te voeren. Ze hebben vaak geldschietters, die natuurlijk ook – waarschijnlijk zelfs voornamelijk – naar het economische aspect van de bedrijfsvoering kijken:

“Dan werken wij het als personeel eerst uit, uiteindelijk moeten wij de aandeelhouders overtuigen van het idee dat wij hebben als personeel. Het idee is om het dan verder uit te werken. De aandeelhouders gaan vooral over de eindbeslissingen.”

Een andere respondent zegt iets vergelijkbaars:

“Daarnaast is er natuurlijk een andere verantwoordelijkheid en dat is namelijk aandeelhouders die hebben ook een verwachting, die investeren net als ik in het bedrijf om er een bepaalde return op te hebben, al die aandeelhouders hebben een eigen agenda en de rol van een CEO is dat die agenda aligned is en dat er geen verrassingen zijn en dat je zowel je economische als je maatschappelijk en milieubelangen kunt invullen. Maar daar gaat veel tijd in zitten, want die belangen zijn vaak contradictorisch, ik zeg altijd ‘we manage constantly contradictions’ (Wij managen constant tegenstrijdigheden).”

Bedrijven hebben ook vaak beperkte middelen tot hun beschikking, qua tijd en geld. Dit zorgt ervoor dat bedrijven vaak focus moeten toepassen op bepaalde aspecten van MVO:

“Ik kan maar één gevecht aan en dat is het gevecht tegen palmolie. Als ik ook nog eens allerlei randgevechten moet gaan voeren, over verpakking en weet ik het wat, dan wordt het onbetaalbaar dat kan ik me niet permitteren, ik kan één battle goed doen maar niet zes battles.”



De geringe grootte van veel bedrijven heeft ook gevolgen voor de mogelijkheden om MVO volgens het eigen ideaalbeeld te benaderen:

“Dus daar zijn we mee bezig, wat we natuurlijk wel moeten onthouden, wij zijn natuurlijk geen Albert Heijn, geen Heinz. Wij kopen wel heel veel glas in, maar als wij tegen een leverancier zeggen van jij moet het zo en zo aanleveren. Dan zegt die leverancier zo van wie zijn jullie? Jullie zijn misschien 1% van mijn omzet dat ga ik niet doen. Dus je hebt niet dezelfde onderhandelingskracht die een Albert Heijn heeft. Dat merken we wel.”

En een ander geeft aan:

“Nou wat lastig is, is dat wij een relatief kleine klant zijn voor veel leveranciers. Dat is best lastig want wij zijn bij alle leveranciers eigenlijk maar een hele kleine partij die weinig afneemt. Dan is het moeilijk om daar druk op uit te oefenen... Wij kunnen wel zeggen van dit is de enige manier waarop we dit willen. Maar dan zeggen zij wellicht van joh maar dan voor jou een aantal andere klanten en zoek maar verder dus dat is wel lastig.”

Dit zijn resultaten die aangeven dat het midden- en kleinbedrijf voor bijzondere uitdagingen staat als het aan MVO wil doen.

MVO vereist de nodige inspanning

Veel bedrijven zijn sterk gemotiveerd om aan MVO te doen om meerdere redenen. Dit komt naar voren in zowel de kwantitatieve als kwalitatieve verzamelde gegevens. Deze bevinding is niet verwonderlijk, omdat bedrijven te maken hebben met een groot aantal belanghebbenden dat meerdere eisen aan het bedrijf stelt. Deze belanghebbenden stellen in de eerste plaats dat het doel is om het bedrijf te laten voortbestaan. Bedrijven proberen de verschillende belanghebbenden ook tegemoet te komen en zullen hierdoor altijd meerdere overwegingen betrekken bij MVO-beslissingen. Het eerdere citaat waarin aangegeven wordt dat een bedrijf constant bezig is met het managen van tegenstrijdigheden is waarschijnlijk van toepassing op vele bedrijven. Er is een stevige inspanning nodig om een MVO-beleid te ontwikkelen en te implementeren, niet naast gebruikelijke bedrijfsprocessen, maar als onlosmakelijk onderdeel van de bedrijfsprocessen. Dat zoveel bedrijven bereid zijn om die inspanningen te leveren is een hoopgevend resultaat.



1. | GEVEN DOOR
HUISHOUDENS



SAMENVATTING

De totale waarde van giften door huishoudens in 2020 bedraagt € 2,1 miljard. Dit bedrag ligt lager dan de schatting over 2018 (€ 2,4 miljard). In 2020 gaf 73% van de huishoudens geld of goederen, ter waarde van gemiddeld € 360. De lockdown-maatregelen die de overheid de afgelopen twee jaar heeft ingevoerd in de coronacrisis hebben het voor veel goededoelenorganisaties moeilijker gemaakt om fondsen te werven.

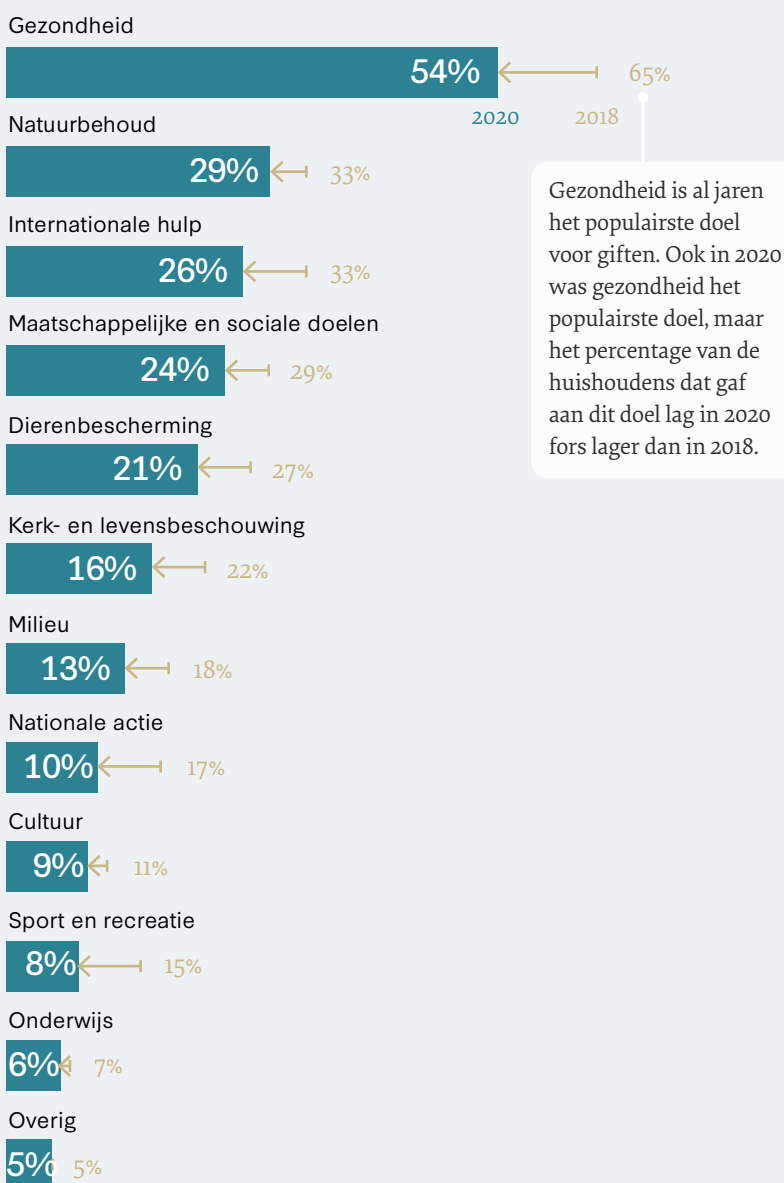
Huishoudens geven

€ 2,1 miljard

aan goede doelen

Gezondheid blijft populair, maar verliest terrein

Percentage van de huishoudens dat giften van geld geeft per doel, in 2018 en 2020



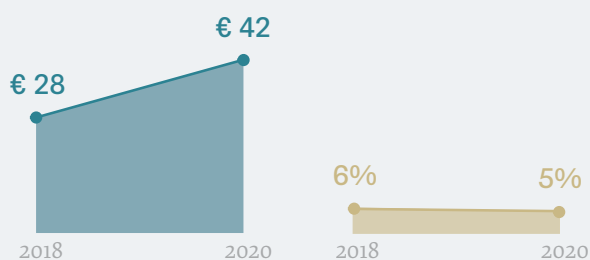
37% van de totale giften in 2020



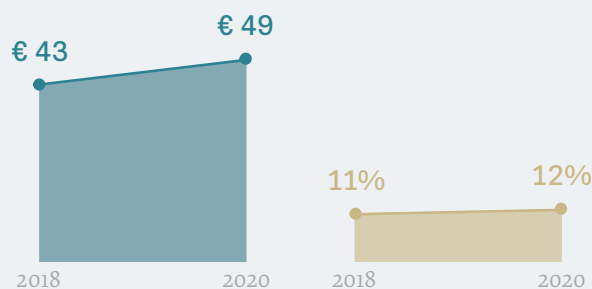
Online geven is in 2020 in waarde toegenomen, maar niet populairder geworden

De online gegeven bedragen en het percentage dat online geeft, 2018 - 2020

De online collectant/digitale collectebus



Een crowdfundingproject



Het gebruik van de giftenaftrek onder vermogende huishoudens neemt af

Percentage huishoudens dat de giftenaftrek gebruikt naar vermogen, voor 2018-2020



Huishoudens met een vermogen van één miljoen of meer geven gemiddeld **€ 1.274** per jaar aan goede doelen.



1. GEVEN DOOR HUISHOUDENS

AUTEURS

Claire van
Teunenbroek
René Bekkers

In dit hoofdstuk bespreken we het geven van geld en goederen door huishoudens in Nederland. Huishoudens zijn verantwoordelijk voor het grootste gedeelte van de bijdragen aan goede doelen. De lockdownmaatregelen die de overheid de afgelopen twee jaar heeft ingevoerd in de coronacrisis hebben het voor veel goededoelenorganisaties moeilijker gemaakt om te werven. Hoe heeft het geefgedrag zich ontwikkeld in de periode 2018–2020? Hoeveel huishoudens geven aan goede doelen en wat waren de bedragen? Zijn huishoudens tijdens de pandemie meer aan lokale goededoelenorganisaties gaan geven? In de afgelopen decennia hebben nieuwe online vormen van geven hun intrede gedaan. Deze nieuwe vormen kunnen traditionele vormen van geven ondersteunen. In hoeverre is dit tijdens de coronapandemie ook daadwerkelijk gebeurd? Huishoudens kunnen hun filantropische bijdrage leveren in de vorm van geld, maar ook in de vorm bloed, bloedplasma en organen. Is het aantal geregistreerde donors in de afgelopen jaren toegenomen?

Verbeterde methode voor het schatten van giften

De schattingen van bijdragen aan goede doelen door huishoudens zijn gebaseerd op twee steekproeven. Net als in eerdere edities gebruiken we een steekproef verkregen via Kantar Public. Omdat deze steekproef nauwelijks huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst bevat hebben we dit keer aanvullende gegevens verkregen door samenwerking met het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). Het CBS heeft vragen over het geefgedrag van huishoudens opgenomen in de vragenlijst voor het onderzoek *Sociale Samenhang en Welzijn in Nederland (SSW)*.

We gebruiken de gegevens die met deze vragenlijst zijn verkregen onder huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst om de schatting van het geefgedrag door huishoudens completer te maken. Met de nieuwe methode is de schatting beter, maar ontstaat ook een trendbreuk, die in de figuren is aangegeven. In figuren en tabellen over huishoudens met een Nederlandse herkomst zit geen trendbreuk. U kunt hier meer over lezen in de methodologische verantwoording (hoofdstuk 15).

Giften van geld en goederen gegeven in 2020

De totale waarde van giften door huishoudens in 2020 was naar schatting € 2,1 miljard. Dit bedrag ligt lager dan in 2018, toen het € 2,4 miljard was. Het bedrag over 2020 ligt op het niveau van 2015. De schatting over 2020 is lager dan over 2018 omdat in 2020 het bedrag dat huishoudens aan geld en aan goederen geven lager ligt dan in 2018, en omdat het percentage van de huishoudens dat geeft lager ligt. In 2018 was dit nog 83%, met een gemiddelde gift van € 373. In 2020 gaf 73% geld of goederen, met een gemiddelde gift van € 360.

Tabel 1.1. Giften van huishoudens in 2020

Percentages en gemiddelde gegeven bedragen aan geld en goederen, 2020

	%	€ Gemiddeld onder gevers	€ Gemiddeld onder allen	€ Totaal x miljoen
Geld of goederen	73	360	263	2.073

Inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst.

Gemiddelde gegeven bedragen aan geld en goederen van huishoudens naar herkomst, 2020

	Aantal huishoudens	€ Gemiddeld onder allen	€ Totaal x miljoen
Nederlandse herkomst	6.059.100	265	1.608
Niet-Nederlandse herkomst	1.833.300	253	464
Alle huishoudens	7.892.400	263	2.073

Aantallen particuliere huishoudens met een bekend inkomen en vermogen per 1/1/2020 gebaseerd op <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2022/10/particuliere-huishoudens-naar-vermogensklassen-2020>

Giften huishoudens met een Nederlandse herkomst op basis van GIN2020, lange vragenlijst

Giften van huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst op basis van SSW, korte vragenlijst

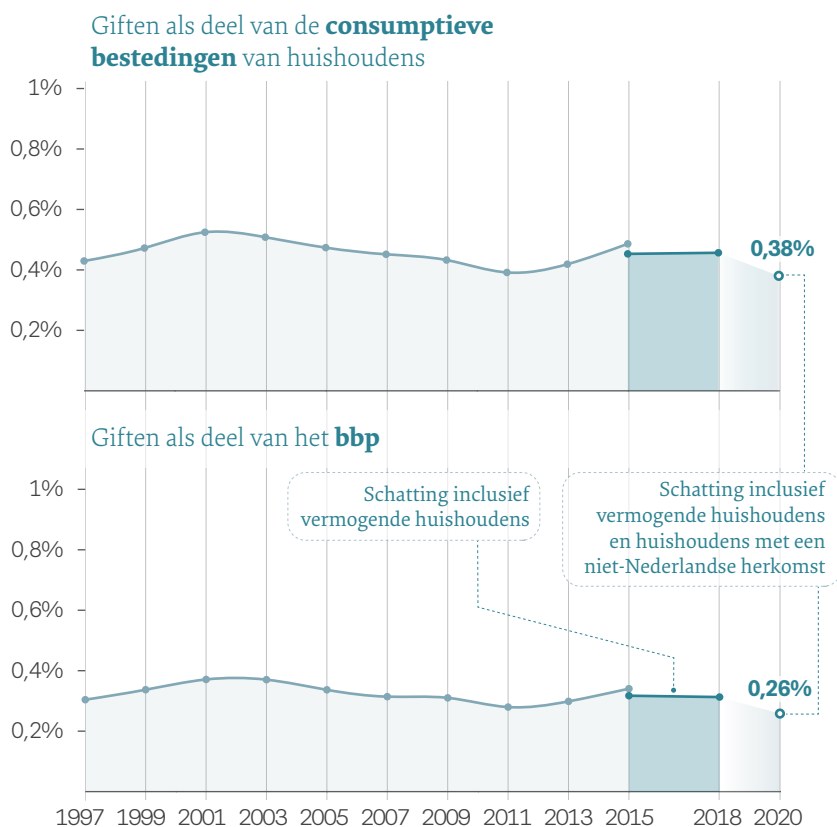


De waarde van giften van geld en goederen als aandeel van het bbp

De waarde van giften als deel van het bruto binnenlands product (bbp) ligt in 2020 op 0,26%. Als deel van de consumptieve bestedingen van huishoudens is de waarde van giften door huishoudens 0,38%. Beide cijfers zijn een daling omdat het bbp en de bestedingen zijn gestegen, terwijl de waarde van giften is gedaald.

Figuur 1.1: Giften door huishoudens zijn een kleiner deel van de economie geworden

Waarde van giften in geld en goederen door Nederlandse huishoudens als deel van het bruto binnenlands product en de consumptieve bestedingen van huishoudens, 1997-2020

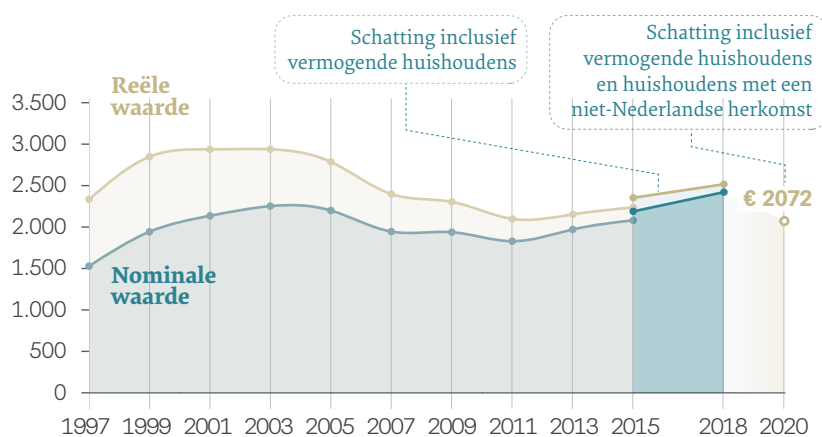


Trends in giften gecorrigeerd voor inflatie

De langetermijntrend in de nominale waarde van het geefgedrag van huishoudens in euro's moeten we interpreteren in het licht van de inflatie. Omdat een euro in 2020 minder waard is dan een euro in eerdere jaren ligt de reële waarde van giften door huishoudens in het verleden hoger dan de nominale waarde. De grafiek laat zien dat de reële waarde van giften door huishoudens in 2020 op het laagste peil ooit gemeten ligt.

Figuur 1.2: De reële waarde van giften door huishoudens is gedaald naar het laagste niveau ooit gemeten

Waarde van geld en goederen in € miljoenen door Nederlandse huishoudens, 1997–2020 (reële waarde, gecorrigeerd voor inflatie ten opzichte van prijspeil 2020)



Inflatiecorrectie op basis van een tabel van het CBS, omgerekend naar prijspeil 2020 = 100. <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/83131NED/table?ts=1650586180678>

Trends in het percentage van de huishoudens dat geeft

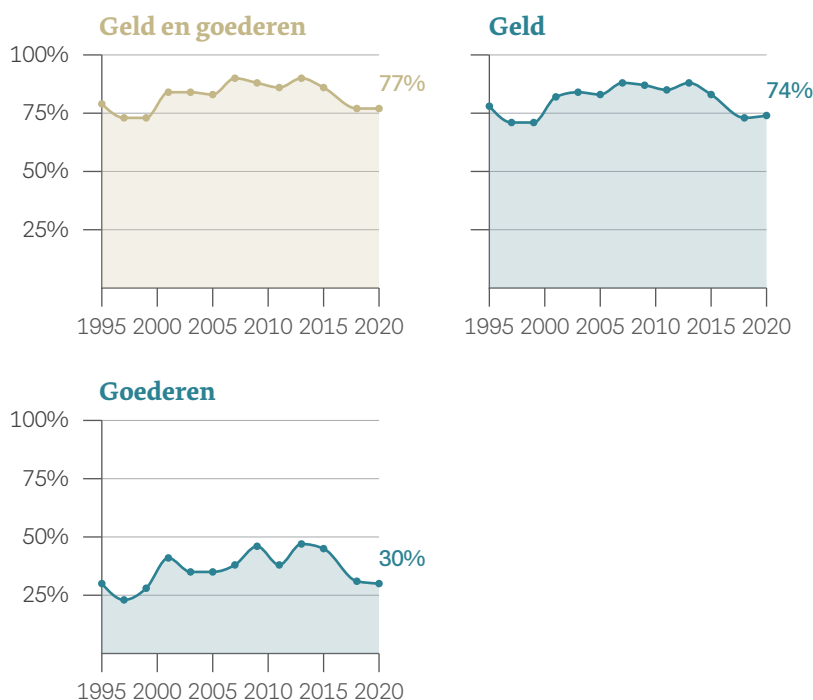
Figuur 1.3 laat de langetermijntrend zien in het percentage van de huishoudens van Nederlandse herkomst dat geeft aan goede doelen. Sinds 2007 zien we een daling in het percentage van deze huishoudens dat geld en/of goederen aan goededoelenorganisaties geeft, met een piek in 2007 en 2013. Het percentage van de huishoudens van Nederlandse herkomst dat geeft in 2020 is hetzelfde als in 2018, zowel voor geld als goederen. In 2020 gaf 74% geld, 30% goederen, en 77% gaf geld of goederen.

Sinds 2013 zagen we een daling in het percentage van huishoudens dat goederen aan goededoelenorganisaties geeft. Deze daling zet zich niet door in 2020. Mogelijk heeft dit te maken met de pandemie: mensen moesten thuis blijven. Een lockdown leent zich bij uitstek om de zolder en de schuur eens grondig op te ruimen. Branchevereniging Kringloopbedrijven Nederland geeft aan dat er in 2020 uiteindelijk net zo veel spullen werden ingezameld als in 2019, ondanks het feit dat kringloopwinkels enkele weken gedwongen gesloten waren (Van Velzen, 2021). De werkzaamheden in en om huis hadden ook gevolgen voor de hoeveelheid afval dat de milieustraten verwerkten. In 2020 was er de grootste toename in huishoudelijk afval in bijna 25 jaar (CBS, 2021).



Figuur 1.3: De daling in het percentage dat geeft aan goede doelen is gestopt

Percentage huishoudens dat geeft aan goede doelen, 1995–2020



Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

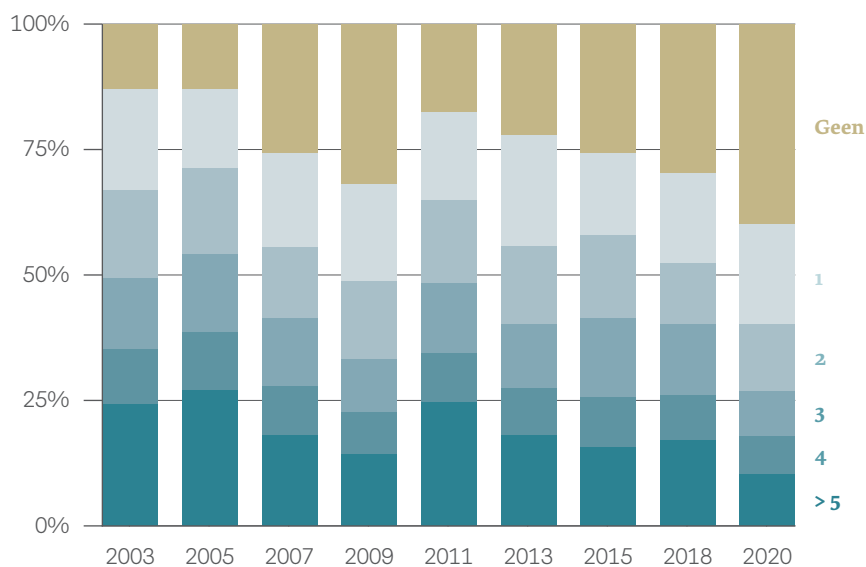
Het aantal goededoelenorganisaties dat huishoudens financieel steunen neemt af

We vragen in Geven in Nederland naar giften aan 14 specifieke goededoelenorganisaties: Alzheimer Nederland, Amnesty International, Artsen Zonder Grenzen, het Diabetesfonds, Dierenbescherming Nederland, Greenpeace, KWF Kankerbestrijding, Kerkinactie, Leger des Heils, Natuurmonumenten, het Nederlandse Rode Kruis, Unicef, het Wereld Natuur Fonds en de Zonnebloem.

Figuur 1.4 laat zien dat het aantal organisaties uit deze lijst dat huishoudens steunen sinds 2003 is afgenomen. Deze trend heeft zich versterkt tijdens de pandemie. We zien een toename in het percentage van de huishoudens dat geen van de doelen steunt: van 13% in 2003 naar 40% in 2020. Het percentage dat drie of meer van deze organisaties steunt was stabiel in de periode 2013 tot 2018. In 2020 zien we dat het percentage dat drie of meer organisaties steunt een stuk lager ligt.

Figuur 1.4: Het aantal organisaties dat huishoudens steunen neemt af

Aantal goededoelenorganisaties (0-14) waar huishoudens geld aan geven, 2003-2020



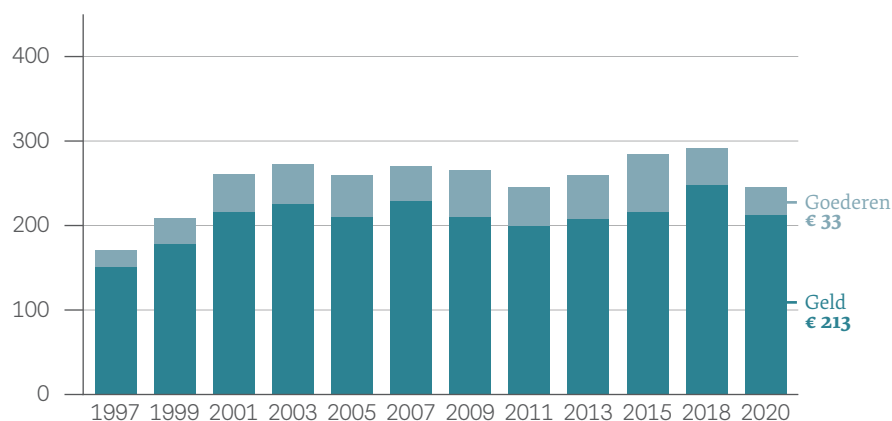
Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Trends in geefgedrag in geld en goederen

In figuur 1.5 zien we de langetermijntrends in het gemiddelde bedrag in de vorm van giften van geld en goederen dat huishoudens geven. In deze figuur zijn ook huishoudens die niet geven meegenomen. De giften van geld stijgen sinds 2011, maar deze stijging zette zich niet door in 2020. De waarde van giften in de vorm van geld en goederen was in 2020 lager dan in 2018. De waarde van giften van geld ligt in 2020 op hetzelfde niveau als in 2015. Het totaalbedrag aan giften van geld en goederen ligt lager omdat de waarde van goederen is gedaald.

Figuur 1.5: In 2020 nam de waarde van giften van geld en goederen af

Gemiddelde giften van geld en goederen in € onder alle huishoudens, 1997-2020 (nominale waarde, niet gecorrigeerd voor inflatie)

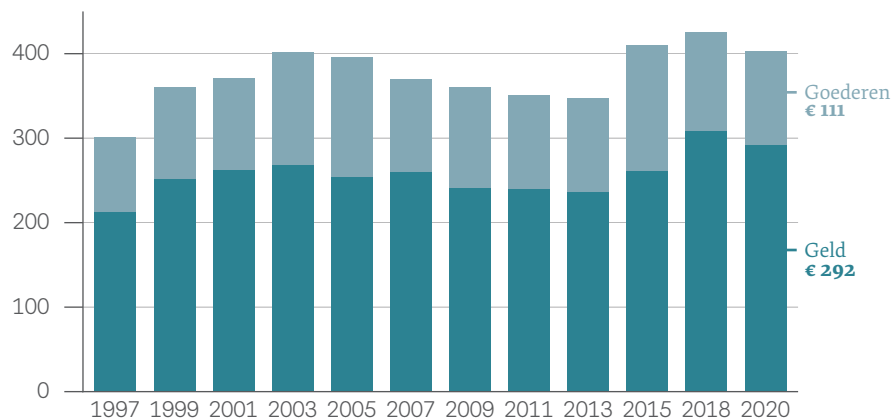


Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst



Figuur 1.6: Onder huishoudens die geven zijn giften vergelijkbaar met 2018

Gemiddelde giften van geld en goederen in € onder huishoudens die geven, 1997–2020 (nominale waarde, niet gecorrigeerd voor inflatie)



Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

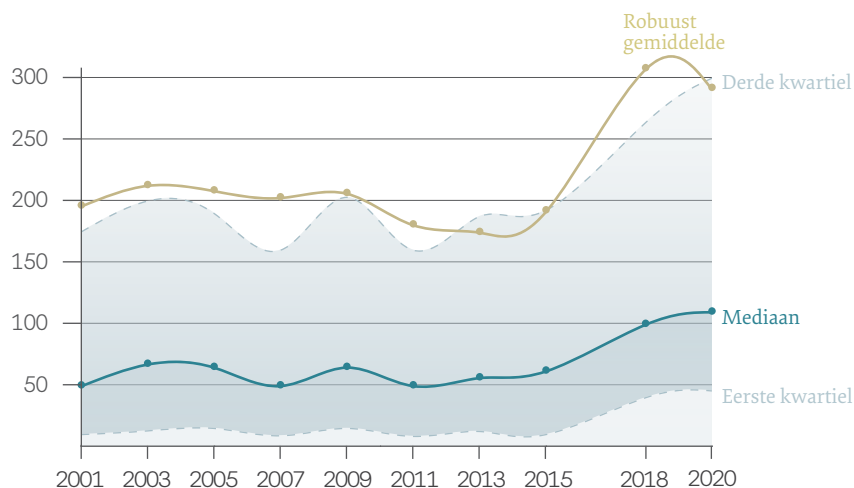
Wanneer we in figuur 1.6 naar het gemiddelde kijken onder alleen de huishoudens die geven aan goede doelen, dan zien we dat de gemiddelde bedragen in 2020 lager zijn dan in 2018. Giften van geld onder huishoudens die geven liggen in 2020 5% lager dan in 2018: het gemiddelde bedrag daalde van € 308 naar € 292. De waarde van gedoneerde goederen onder huishoudens die goederen doneren is voor 2020 (€ 111) vergelijkbaar met 2018 (€ 117).

Trends in robuuste statistieken

Omdat gemiddelden sterk kunnen worden beïnvloed door enkele uitschieters hebben we robuuste statistieken berekend. In de methodologische verantwoording lichten we deze procedure nader toe. We laten in figuur 1.7 de ontwikkeling zien in drie robuuste cijfers over huishoudens die geven aan goede doelen: 1 de mediaan – het bedrag dat precies op de helft ligt van de verdeling van het geefgedrag onder de huishoudens die geven; 2 het eerste kwartiel – het bedrag dat op een kwart ligt; 3 het derde kwartiel – het bedrag dat op 75% ligt. In al deze statistieken zien we nauwelijks verandering tot 2015. Tussen 2015 en 2018 zien we een toename.

Figuur 1.7: Vanaf 2015 is het geefgedrag toegenomen onder grote gevers

Robuuste beschrijvende statistieken van geldgiften in €, 2001–2020



Giften in geld onder huishoudens die geven, exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

We zien een stijging in het eerste kwartiel: in 2015 gaven de 25% minst gevende huishoudens maximaal € 10. In 2018 ligt dit bedrag flink hoger, op € 40. In 2020 steeg het verder met 15% naar € 46. De mediaan is aan het stijgen sinds 2015. De helft van de huishoudens die giften deden gaf in 2015 minder dan € 62. In 2018 is het bedrag dat de helft van de gevende huishoudens minimaal geeft sterk gestegen naar € 100. In 2020 is de mediaan met 10% doorgestegen naar € 110. Het meest opvallend is de stijging van het derde kwartiel. De 25% meest gevende huishoudens gaven in 2015 minimaal € 192. In 2018 is dat bedrag flink gestegen naar minimaal € 264. In 2020 is dat bedrag verder gestegen met 14% naar € 300. Het zijn dus met name de grote gevers die in de periode 2015–2018 voor een stijging van het totaalbedrag aan giften hebben gezorgd. In 2020 zijn de giften van de allergrootste gevers juist weer wat gedaald. We zien dit terug in de bruine lijn, die het gemiddelde weergeeft waarin de 1% grootste gevers buiten beschouwing zijn gelaten. Het robuuste gemiddelde is gedaald van € 308 in 2018 naar € 292 in 2020.



Giften in de vorm van geld per doel in 2020

Gegevens van het CBF over de inkomsten van 641 goededoelenorganisaties in verschillende sectoren voor de periode 2018–2019 en 2020 (Schulpen, van Kempen, Kinsbergen & van Uden, 2021) laten over het algemeen een daling zien. In de cijfers van het CBF zijn alle inkomsten uit giften van huishoudens, bedrijven en andere bronnen bij elkaar opgeteld. Bijna acht op de tien organisaties geeft aan dat de daling in het inkomen (deels) te verklaren is door een teruggang in giften van huishoudens (Schulpen, van Kempen & Kinsbergen, 2020).

Tabel 1.2 laat zien dat de afname die de ontvangende organisaties rapporteren vooral veroorzaakt wordt door een daling van het percentage van de huishoudens dat geeft aan goede doelen. We zien bij alle doelen een afname. Gezondheid blijft het populairste doel, maar het percentage van de huishoudens dat gaf aan dit doel lag in 2020 (54%) fors lager dan in 2018 (65%). Het percentage van de huishoudens dat gaf aan sport en recreatie halveerde bijna: van 15% naar 8%. Onderwijs en onderzoek, cultuur en overige doelen bleven ongeveer even populair.

Tegelijkertijd laat de tabel zien dat de gemiddelde giften onder de huishoudens die geven bij bijna alle doelen juist zijn gestegen. We zien alleen een afname voor kerk en levensbeschouwing. Bij alle andere doelen is de daling van het percentage van de huishoudens dat geeft gecompenseerd door een stijging van de bedragen onder de huishoudens die geven.

Tabel 1.2: Gezondheid blijft een populair doel voor giften van geld, maar verliest terrein

Percentage van de huishoudens dat geld geeft en de gemiddelde waarde van giften van geld onder de huishoudens die geven, in 2018 en 2020

	Percentage dat geeft		Gemiddeld bedrag in € ^a	
	2018	2020	2018	2020
Kerk en levensbeschouwing	22	16	425	399
Gezondheid	65	54	89	98
Internationale hulp	33	26	73	95
Milieu	18	13	39	40
Natuurbehoud	33	29	36	40
Dierenbescherming	27	21	36	56
Onderwijs en onderzoek	7	6	35	46
Cultuur	11	9	44	63
Sport en recreatie	15	8	39	52
Maatschappelijke en sociale doelen	29	24	51	60
Overig	5	5	112	103
Nationale actie ^b	17	10	33	32
Alle doelen	82	73	308	292

^a Alleen onder huishoudens die geven

^b In 2018 betrof de nationale actie een campagne voor Sulawesi, in 2020 ging het om een campagne voor Beiroet.

Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Wat giften van goederen betreft zijn maatschappelijke doelen net als in voorgaande jaren de populairste categorie: 15% van de Nederlanders geeft gemiddeld € 110. Mensen die schoenen, kleding of andere spullen weggeven in een container of aan een kringloopwinkel weten soms de precieze bestemming niet, waardoor de omvang van giften aan overige doelen relatief groot is (€ 127).

Tabel 1.3: Maatschappelijke doelen blijven een populair doel voor giften van goederen

Percentage van de huishoudens dat goederen geeft en de gemiddelde waarde van giften van goederen onder de huishoudens die geven, in 2018 en 2020

	Percentage dat geeft		Gemiddeld bedrag in € ^a	
	2018	2020	2018	2020
Kerk en levensbeschouwing	8	5	48	62
Gezondheid	2	3	b	b
Internationale hulp	11	8	91	68
Milieu	2	1	b	b
Natuurbehoud	1	1	b	b
Dierenbescherming	3	2	b	b
Onderwijs en onderzoek	7	6	14	52
Cultuur	1	1	b	b
Sport en recreatie	1	1	b	b
Maatschappelijke en sociale doelen	17	15	95	110
Overig	3	3	b	b
Alle doelen	31	30	117	111

^a Alleen onder huishoudens die geven

^b Te weinig respondenten

Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

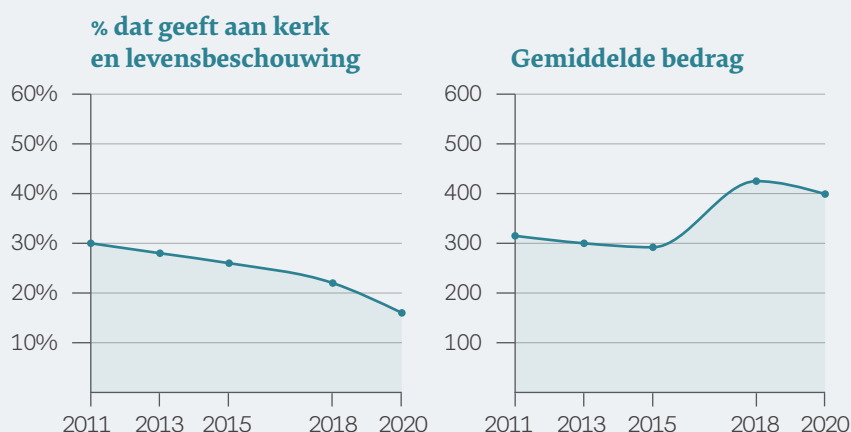


Een kleiner deel van de huishoudens is verantwoordelijk voor giften aan kerk en levensbeschouwing

In Nederland neemt de kerkelijkheid en levensbeschouwing al sinds de jaren zestig af. Intussen zijn religieuze groepen minderheden geworden (de Hart, van Houwelingen & Huijnk, 2022). Naar verwachting heeft de ontkerkelijking gevolgen voor de verhoudingen binnen de samenleving. Dit zal ook gevolgen hebben voor de filantropie: religie was altijd nauw verbonden met het geefgedrag van huishoudens. In 2020 was 'kerk en levensbeschouwing' goed voor ongeveer een derde van het totaal van giften van geld. Hoewel dit nog steeds een aanzienlijk aandeel is, is het sterk gedaald in vergelijking met eerdere jaren: in 2010 ging 47% van de geldgiften van de Nederlandse huishoudens naar 'kerk en levensbeschouwing'. Het percentage van de huishoudens dat geld aan 'kerk en levensbeschouwing' geeft is in de afgelopen tien jaar gehalveerd: van 30% in 2011 naar 16% in 2020. Het gemiddelde bedrag is wel gestegen: van € 315 in 2011 naar € 399 in 2020.

Figuur 1.8: Het percentage dat aan kerk en levensbeschouwing geeft neemt af

Percentage van de huishoudens dat aan kerk en levensbeschouwing geeft en de gegeven bedragen onder gevers, voor 2011–2020



Voetnoot: Het gemiddeld bedrag in € is alleen onder huishoudens die geven

Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Giften aan lokale goededoelenorganisaties in 2020

Sinds 2007 zagen we een daling in het percentage van de huishoudens dat aan lokale goededoelenorganisaties geeft, maar deze daling zet zich niet door in 2020. Integendeel: in 2020 gaven huishoudens vaker aan lokale goededoelenorganisaties dan in 2018. Deze stijging was waarneembaar bij de meeste lokale goededoelenorganisaties. Tabel 1.4 laat zien dat met name het percentage van de huishoudens dat geeft aan een lokale culturele instelling of een buurtvereniging in 2020 hoger ligt dan in voorgaande jaren. Sportverenigingen zijn in 2020 nog steeds het populairste lokale doel, maar stegen niet in populariteit.

Tabel 1.4: De daling in het percentage van de huishoudens dat aan lokale goededoelenorganisaties geeft zet zich niet door in 2020

Percentage van huishoudens dat geeft aan lokale goededoelenorganisaties, 2007–2020

	Percentages						
	2007	2009	2011	2013	2015	2018	2020
Een lokale sportvereniging	14	13	12	12	16	11	12
Een kleinschalig goed doel op het gebied van ontwikkelingssamenwerking	10	7	8	7	7	4	6
Een lokale onderwijsinstelling	6	5	6	5	5	3	3
Een buurtvereniging	6	6	6	5	6	4	8
Een lokale culturele instelling	3	2	3	2	2	1	5
Een lokale zorginstelling	2	2	3	2	1	1	2
Een lokale gezondheidszorginstelling	1	1	1	1	1	^a	1
Overige lokale doelen	2	3	3	2	4	^a	^a
Minstens één lokaal doel	30	29	28	28	30	20	23

^a Te weinig respondenten om percentages of gemiddelden te geven

Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Tabel 1.5 laat zien dat de mediaan van gegeven bedragen onder de donateurs van lokale goededoelenorganisaties gestegen is. Dit geldt voor ontwikkelingssamenwerking, onderwijs, buurtorganisaties en zorginstellingen. Bij lokale culturele instellingen zien we na een daling tussen 2007 en 2011 vanaf 2015 we een duidelijke stijging. Ook bij andere lokale doelen lagen de mediane gegeven bedragen in 2020 hoger dan in 2018, met uitzondering van lokale sportverenigingen.

Tabel 1.5: Giften aan lokale goededoelenorganisaties zijn licht gestegen

Mediaan van het gedoneerde bedrag aan lokale goededoelenorganisaties onder huishoudens die hebben gegeven, 2007–2020 (in €)

	Mediaan bedrag ^a						
	2007	2009	2011	2013	2015	2018	2020
Een lokale sportvereniging	10	10	10	10	10	10	10
Een kleinschalig goed doel op het gebied van ontwikkelingssamenwerking	25	25	25	20	25	20	25
Een lokale onderwijsinstelling	25	30	30	50	40	26	38
Een buurtvereniging	10	10	10	10	10	10	15
Een lokale culturele instelling	20	15	15	10	15	18	25
Een lokale zorginstelling	10	10	15	12	27	20	10
Een lokale gezondheidszorginstelling	12	15	13	13	10	^b	20
Overige lokale doelen	25	25	17	50	18	^b	^b

^a Alleen onder huishoudens die hebben gegeven

^b Te weinig respondenten om percentages of gemiddelden te geven

Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst



Manieren van geven in 2020

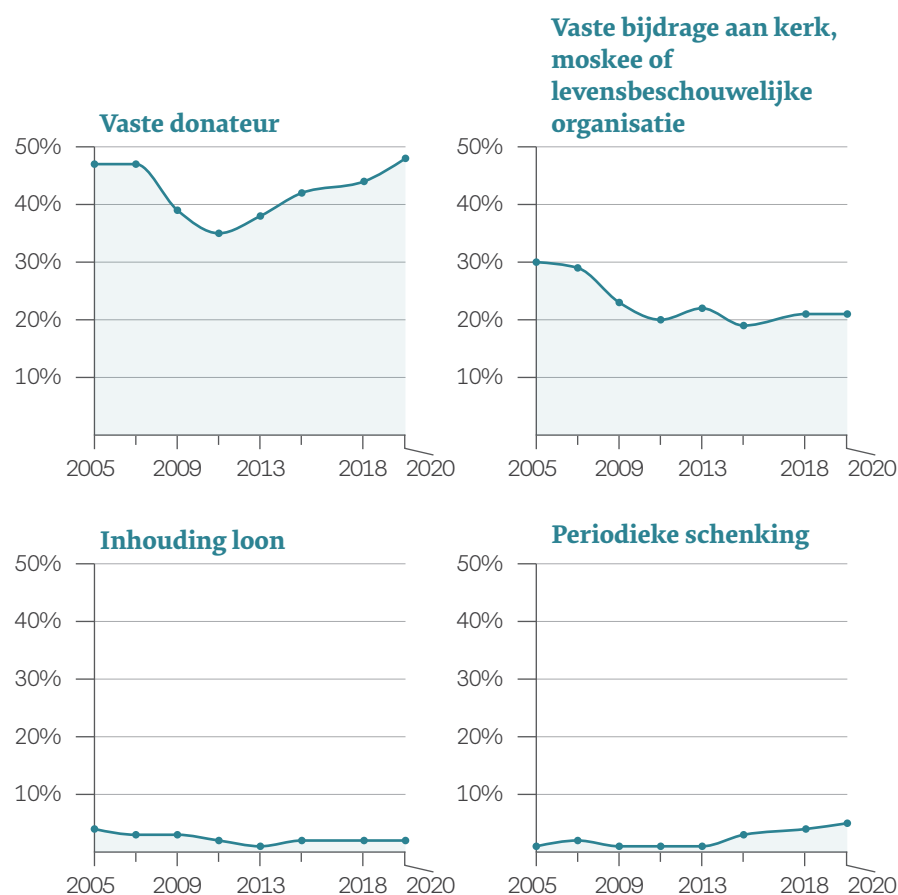
Er is een breed scala aan manieren om aan goededoelenorganisaties te geven, maar niet alle manieren zijn even populair. Hieronder beschrijven we hoe Nederlanders in de loop van het kalenderjaar 2020 hebben gegeven. We maken onderscheid tussen (1) gepland geven, (2) incidenteel geven, (3) via collectes, (4) geven met profijt/kopen en (5) online geven..

Vast donateurschap neemt verder toe

Het doneren via een vast donateurschap neemt sinds 2011 toe. In de special over dynamiek in geefgedrag hebben we deze trend nader geanalyseerd. Figuur 1.9 laat zien dat de stijging van het percentage huishoudens dat vast donateur is ook in 2020 heeft doorgezet. Ongeveer de helft (48%) van de huishoudens geeft via een vast donateurschap. Ook tijdens de pandemie bleven huishoudens die vaste donateur zijn hun goede doelen veelal trouw, zo blijkt ook uit cijfers van het CBF (Schulpen, van Kempen, Kinsbergen & van Uden, 2021). Daarnaast geeft 8% aan in 2020 een vast donateurschap te hebben afgesloten na een verzoek aan de deur. We zien een toename in het percentage van de huishoudens dat via een periodieke schenking geeft, maar de groep blijft klein (5%). Het doneren via een vaste bijdrage aan een kerk, moskee of levensbeschouwelijke organisatie neemt af, van 30% in 2005 naar 21% in 2020.

Figuur 1.9: Geven via een vaste periodieke overschrijving neemt toe

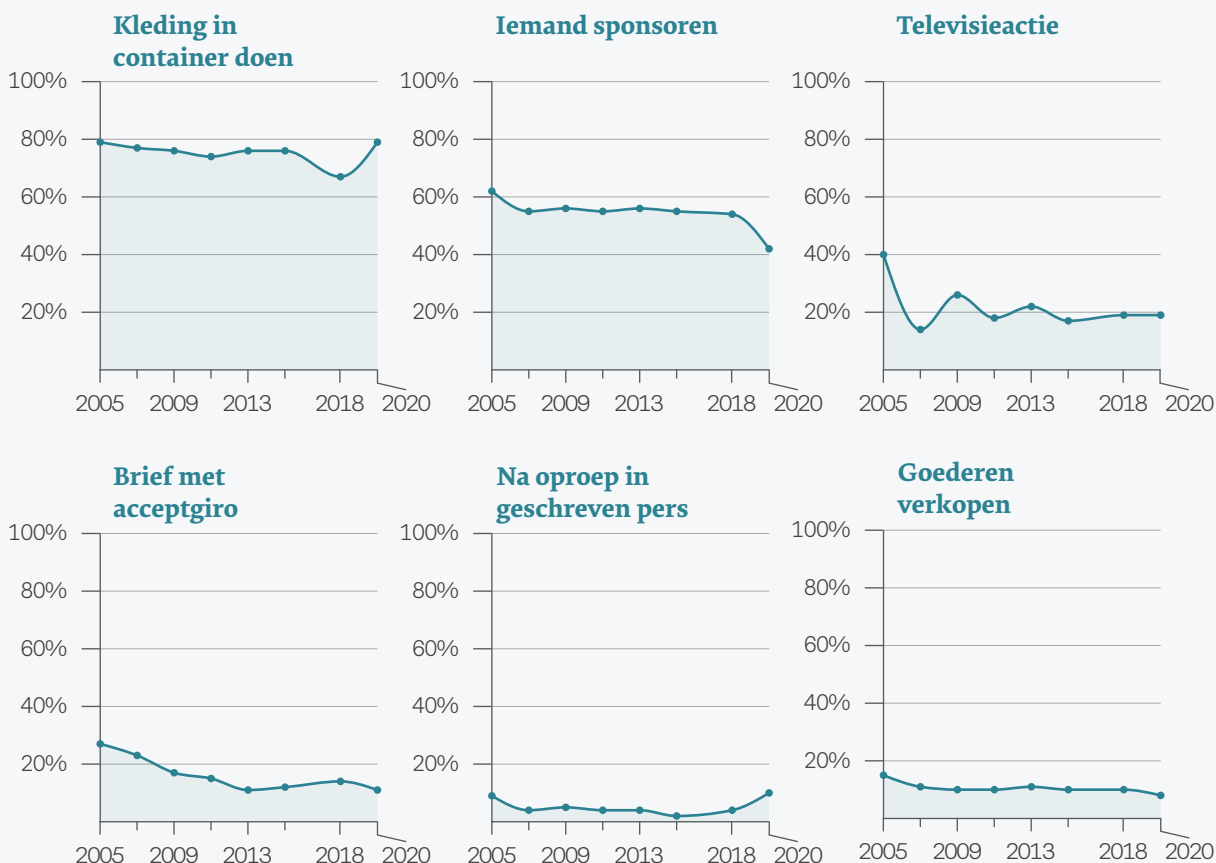
Manieren van gepland geven door huishoudens (in %), 2005-2020



Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Figuur 1.10: Kleding doneren blijft populair, iemand sponsoren was lastig tijdens de pandemie

Manieren waarop huishoudens incidenteel geven (in %), 2005–2020



Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Incidenteel geven blijft stabiel en populair

Het doneren van kleding in een container blijft onverminderd populair: 79% in 2005 en 79% in 2020. Iemand sponsoren is ook al jaren populair, maar gedaald naar 42% in 2020. Tijdens de pandemie gingen meerdere evenementen niet door, waardoor er minder kansen waren om iemand te sponsoren. Sinds 2015 zien we een stijging in het percentage dat geeft na een oproep in geschreven pers, van 2% in 2015 naar 10% in 2020. Doneren via een acceptgiro bijgesloten in een brief neemt verder af, van 27% in 2005 naar 11% in 2020.

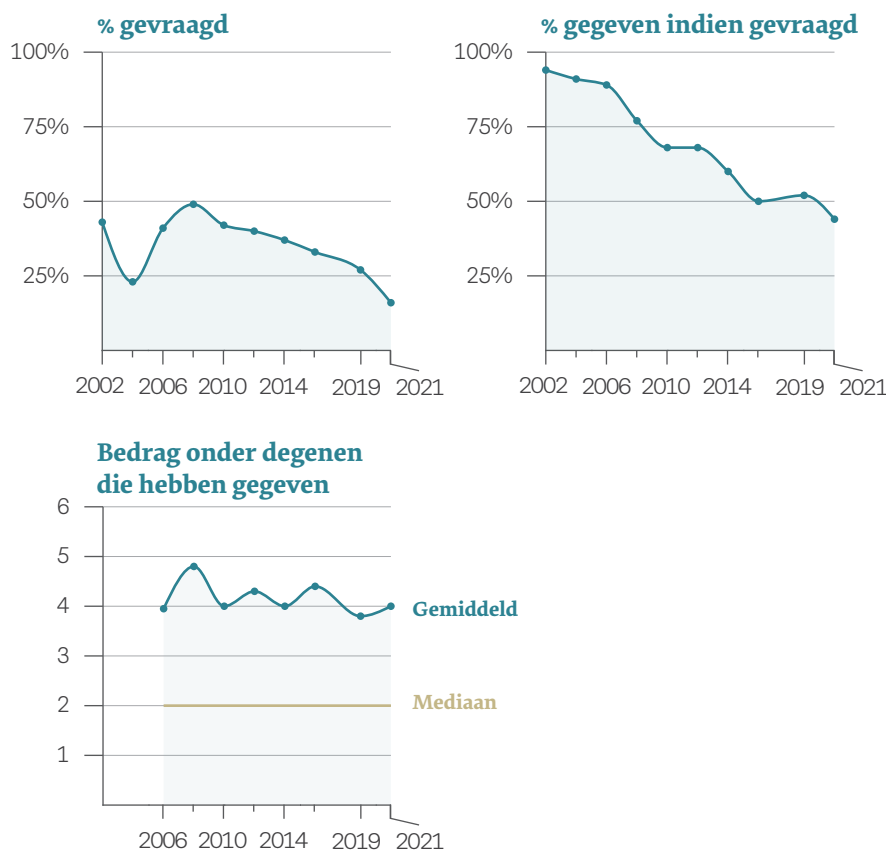
Het bereik van huis-aan-huiscollectes en de geefbereidheid nemen af

In 2020 is de huis-aan-huiscollecte nog steeds de meest populaire vorm van geld geven aan goede doelen. Desondanks neemt de populariteit van de collecte verder af: van 90% in 2001 naar 60% in 2020. De daling werd versterkt door de pandemie. De anderhalvemetermaatregelen die de overheid heeft genomen in de coronacrisis hebben het voor veel goededoelenorganisaties moeilijk gemaakt om de collecte te organiseren. De afname in het percentage van de huishoudens dat gaf via de huis-aan-huiscollecte is niet gecompenseerd door een stijging in het gegeven bedrag onder de huishoudens die gaven: het mediaan gegeven bedrag ligt al jaren stabiel op € 2.



Figuur 1.11: De kans op een gift in huis-aan-huiscollectes neemt af, maar het gegeven bedrag blijft stabiel

Het percentage van de respondenten dat in de twee weken voorafgaand aan het onderzoek gevraagd is om te geven, heeft gegeven en het bedrag onder degenen die hebben gegeven



Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

We vragen pas sinds 2005 naar de donatiebedragen die respondenten geven. De weergegeven bedragen zijn op basis van respondenten die geven

Al voordat de pandemie uitbrak nam de populariteit van de collecte af. De daling kan deels worden verklaard doordat de collecte steeds minder mensen bereikt. De grafiek linksboven in figuur 1.11 laat het percentage van respondenten zien dat aangeeft gevraagd te zijn via een huis-aan-huiscollecte en rechtsboven het percentage van respondenten die gegeven hebben nadat ze waren gevraagd. We zien een daling in het percentage van respondenten die in de twee weken voorafgaand aan de enquête zijn gevraagd om te geven, van 43% in 2002 naar 27% in 2019 (voor de pandemie) en 16% in 2021 (tijdens de pandemie). We zien tussen 2003 en 2007 eerst een toename in het percentage dat gevraagd is om te geven. Na 2007 zet een daling in, over de hele periode tot 2021. Dit betekent dat het bereik van de huis-aan-huiscollecte de afgelopen dertien jaar is afgenomen.

Verder zien we dat de geefbereidheid daalt. In 2001 zei nog vrijwel iedereen die een collectant aan de deur kreeg ook gegeven te hebben (94%). In 2021 was dit minder dan de helft (44%).

De onderste grafiek in figuur 1.11 laat het bedrag zien dat respondenten hebben gegeven via een huis-aan-huiscollecte. In de afgelopen twintig jaar geven respondenten die zijn gevraagd om te geven rond de € 4. We geven ook de mediaan weer: het bedrag dat wordt gegeven door de helft van de huishoudens. De mediaan wordt minder beïnvloed door uitschieters (hele hoge bedragen). De mediaan laat zien dat de helft van de huishoudens in een huis-aan-huiscollecte een gift doet van € 2. Dit bedrag is in de afgelopen twintig jaar niet veranderd. Dit komt waarschijnlijk omdat mensen een vast bedrag in hun hoofd hebben als ze denken aan de huis-aan-huiscollecte (Wiepking & Heijnen, 2011). Giften in collectes groeien daardoor niet mee met de economie. De dalende geefbereidheid is niet opgevangen door een toename van de gedoneerde bedragen.

Alles bij elkaar komt uit figuur 1.11 een sterke daling naar voren. Sinds 2007 is zowel de vraag om een donatie via een huis-aan-huiscollecte als de geefbereidheid duidelijk afgenomen. Ondanks het feit dat de financiële waarde van de huis-aan-huiscollecte afneemt, doet nog steeds de meerderheid van de huishoudens die een collectant aan de deur krijgt wel een gift. Nader onderzoek heeft uitgewezen dat het contact met collectanten – hoe vluchtig ook – waardevol is voor het behoud van vertrouwen in goededoelenorganisaties. Met name in gemeenten waarin minder huishoudens bereikt zijn met een verzoek om een gift door een collectant is het vertrouwen in goededoelenorganisaties de afgelopen 15 jaar gedaald. Daarmee heeft collecteren ook een belangrijke niet-financiële waarde (van Teunenbroek & Bekkers, 2021).

De maatschappelijke waarde van geven

Hoe problematisch is de afname van het percentage van de huishoudens dat geeft? Als we deze vraag willen beantwoorden is het belangrijk om niet alleen naar de kosten voor de ontvangende kant te kijken, maar ook naar de gevende partij. Wanneer het geefgedrag afneemt als gevolg van de pandemie is dit niet alleen nadelig voor de inkomsten van goede doelen. Het verkleint ook de kans voor de bevolking om maatschappelijke betrokkenheid te kunnen uiten, wat juist tijdens een pandemie van belang kan zijn. Sinds het begin van de pandemie hebben verschillende experts hun zorgen geuit over de mentale gezondheid van de samenleving (Bosmans et al., 2022). Geven heeft ook

waarde voor de gever: het kan de gemoedstoestand van gevers positief beïnvloeden (van Teunenbroek, Bekkers & Beersma, 2021). Ook het geven van tijd (dat wil zeggen: vrijwilligerswerk) is van belang voor de gever; het kan zorgen voor een gevoel van verbondenheid (Russell, Nyame-Mensah, de Wit & Handy, 2019) en de gezondheid op peil houden (de Wit, Bekkers & Qu, 2022). Voor Nederlanders zonder groot sociaal netwerk kan vrijwilligerswerk een belangrijke sociale functie hebben, en juist die functie is weggefallen tijdens de pandemie. De maatschappelijke waarde van geven reikt verder dan het genereren van inkomsten voor goede doelen.

Ook een dalende trend bij andere vormen van collecteren

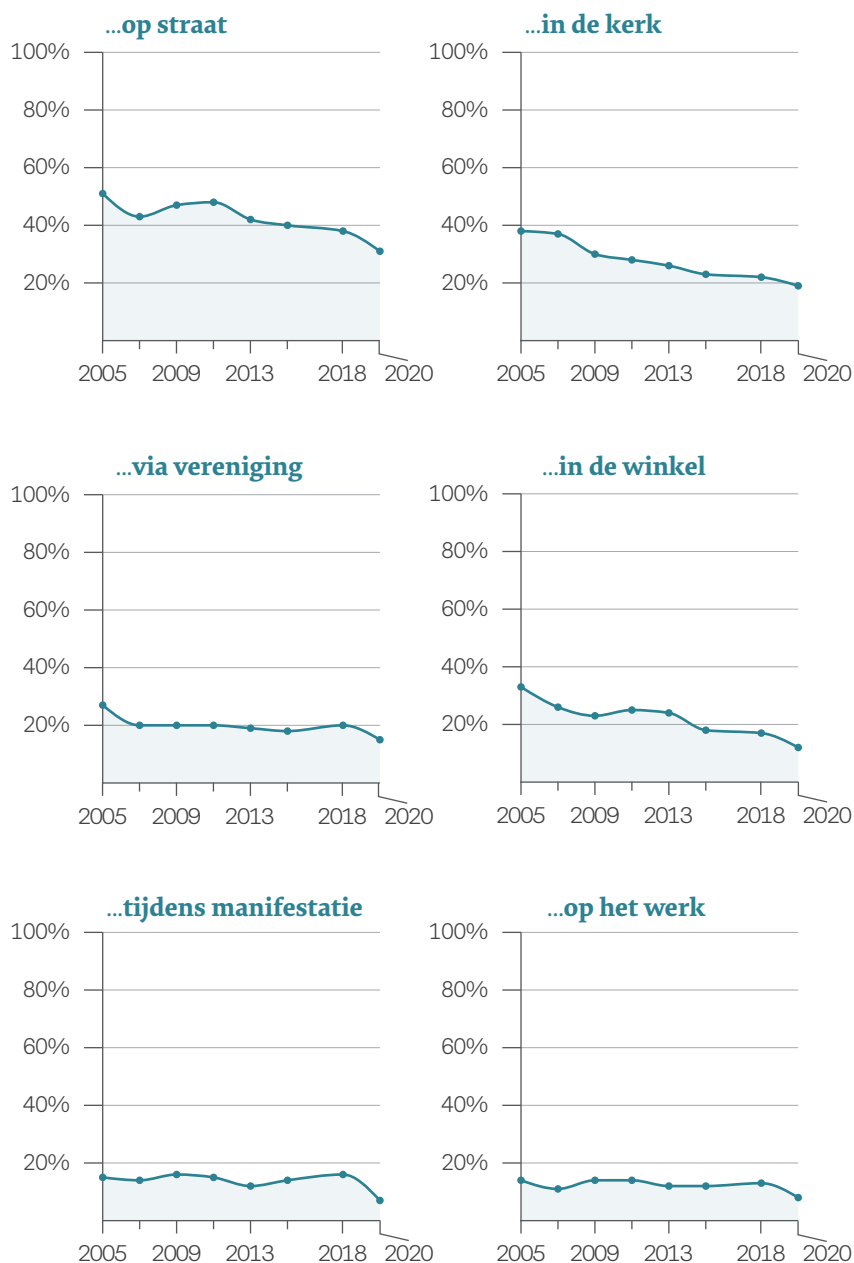
Collectes bestaan al sinds de zeventiende eeuw, veelal via religieuze instellingen. Figuur 1.12 laat zien dat het percentage van de huishoudens dat in 2020 via een collecte gaf lager lag dan in 2018. Tijdens de COVID-19-pandemie heeft de dalende trend, zichtbaar sinds 2011, zich verder doorgezet. De langetermijntrends zijn tijdens de pandemie versterkt door de anderhalvemetermaatregelen. Dit geldt niet alleen voor collectes aan de deur, maar ook op straat (van 51% in 2005 naar 31% in 2020), collectes in de kerk (van 38% in 2005 naar 19% in 2020) en collectes in winkels (van 33% in 2005 naar 12% in 2020). Ook collectes tijdens manifestaties zijn verder afgenomen.



Figuur 1.12: Dalende trends in de kans op giften in collectes versterkt in 2020

Manieren van geven via collectes door huishoudens (in %), 2005-2020

Collecte...



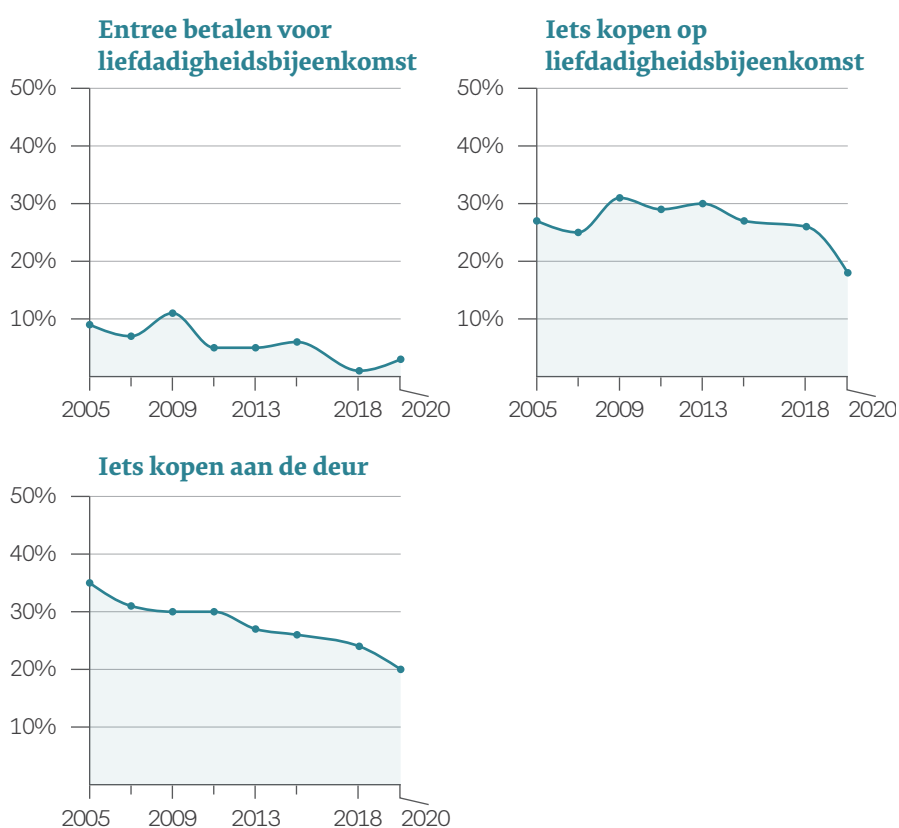
Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Geven met mogelijk voordeel nam verder af

Naast vaste en incidentele giften waarbij mensen zelf geen voordeel hebben onderscheiden we giften met mogelijk voordeel. Dit type giften neemt al enige tijd af. In 2020 is deze trend versterkt (zie figuur 1.13). De coronamaatregelen hebben het uitvoeren en organiseren van liefdadigheidsbijeenkomsten moeilijker of zelfs onmogelijk gemaakt.

Figuur 1.13: Geven met mogelijk voordeel is steeds minder populair

Manieren van geven met mogelijk voordeel, 2005–2020



Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Online geven is in 2020 in waarde toegenomen, maar niet populairder geworden

Dit jaar hebben we opnieuw uitgebreid gevraagd naar online geven. Een steeds groter deel van ons leven speelt zich digitaal af. Door de restricties in het sociale leven die de pandemie met zich meebracht is deze trend versterkt (Arends et al., 2021). Heeft de pandemie ook het online geven in Nederland gestimuleerd?



Een vernieuwingsslag en nieuwe vormen van geven

In de afgelopen decennia hebben nieuwe online vormen van geven hun intrede gedaan. Deze nieuwe vormen kunnen mogelijk traditionele vormen van geven ondersteunen. We bespreken twee vormen: de online collectebus en crowdfunding.

Bij de **online collectebus** werft een vrijwilliger geld voor een goed doel via een online collectebuspagina. Deze pagina is opgezet door een collectant via de website van een goed doel of platform. Een voorbeeld van een dergelijk platform is Digicollect. Sommige goede doelen koppelen een online collectebus aan hun eigen site, zoals bijvoorbeeld de Hartstichting, het Diabetesfonds en Amnesty International. Het werven en geven vindt hoofdzakelijk plaats in een online context. Een andere

online donatiemethode is crowdfunding; ook hier verloopt het werven en geven via een online pagina. Een **crowdfundingactie** gaat altijd over een specifiek en doelgericht project, terwijl dat bij een (online) collecte meestal niet zo is (van Teunenbroek & Bekkers, 2021). We beperken ons hier tot filantropische crowdfunding (zie van Teunenbroek, 2016): soms ontvangt de gever een kleine tegenprestatie voor een gift (reward-based crowdfunding), maar soms ook niet (donation-based crowdfunding). Het betreft ook een online geldinzamelactie, bijvoorbeeld via een actieplatform of fundraising events met online sponsoring.

Slechts een kwart wordt online benaderd

Ongeveer één op de vier huishoudens (26%) is in de loop van 2020 gevraagd om online te geven. Huishoudens worden vaker benaderd om te geven via crowdfunding (20%) dan via de online collectebus (13%). De geefbereidheid – het percentage dat geeft na een verzoek om een gift – is relatief hoog: 45% bij crowdfunding en 37% bij de online collectebus. Dit is vergelijkbaar met de geefbereidheid bij de huis-aan-huiscollecte (44%).

Online geven via de online collectebus is tijdens de pandemie toegenomen

Ongeveer twee op de tien huishoudens (18%) geeft aan in 2020 online gedoneerd te hebben. Dit is vergelijkbaar met 2018: toen gaf 16% aan online gegeven te hebben.

Het percentage van de huishoudens dat geeft via een online collectebus is tijdens de pandemie gelijk gebleven (6%-5%), maar het gegeven bedrag is wel toegenomen. In 2018 gaven donateurs gemiddeld € 28 per jaar, in 2020 € 42. Een stijging in het totaal gegeven via de online collectebus komt daardoor door een toename in het gegeven bedrag. Het is niet gelukt om een grote doelgroep te bereiken via deze methode.

Het online geven van geld in de vorm van crowdfunding is tijdens de pandemie ongeveer even populair gebleven (11%-12%), maar de gegeven bedragen zijn gestegen: van € 43 in 2018 naar € 49 in 2020. De afwezigheid van een stijging in het percentage huishoudens dat online geeft kan deels verklaard worden door het niet doorgaan van verschillende evenementen (zoals het rennen van een marathon) en het sluiten van de cultuursector. Bij crowdfunding is cultuur het belangrijkste doel. Het sluiten van musea, galerieën, bioscopen en theaters heeft mogelijk een negatief effect gehad op het aantrekken van donateurs, omdat tegenprestaties op locatie niet mogelijk waren.

Tabel 1.6: Online geven is niet populairder geworden, maar de bedragen zijn wel gestegen

Het percentage dat online geeft en de gegeven bedragen, 2018 en 2020

	Gegeven		Bedrag (gemiddelde) onder gevers	
	2018	2020	2018	2020
De online collectant/ digitale collectebus	6%	5%	€ 28	€ 42
Een crowdfundingproject	11%	12%	€ 43	€ 49

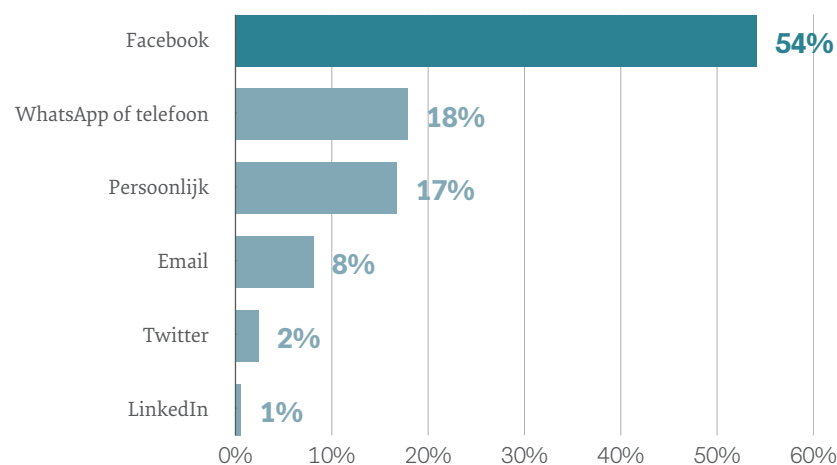
Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Bij crowdfunding gaat het voornamelijk om informele giften

Crowdfundingacties kunnen zowel privépersonen als goededoelenorganisaties begunstigen. Potentiële donateurs worden vaak benaderd via sociale media, waarbij Facebook (54%) veruit het populairste kanaal is. Figuur 1.14 laat zien dat 17% van de respondenten persoonlijk werd benaderd om te geven. Dit geeft aan dat zelfs bij een online donatiemethode persoonlijk (offline) contact van belang is in de werving.

Figuur 1.14: Ook bij crowdfunding is persoonlijk werven van belang

Manieren waarop mensen gevraagd zijn om te geven aan een crowdfundingactie, 2020



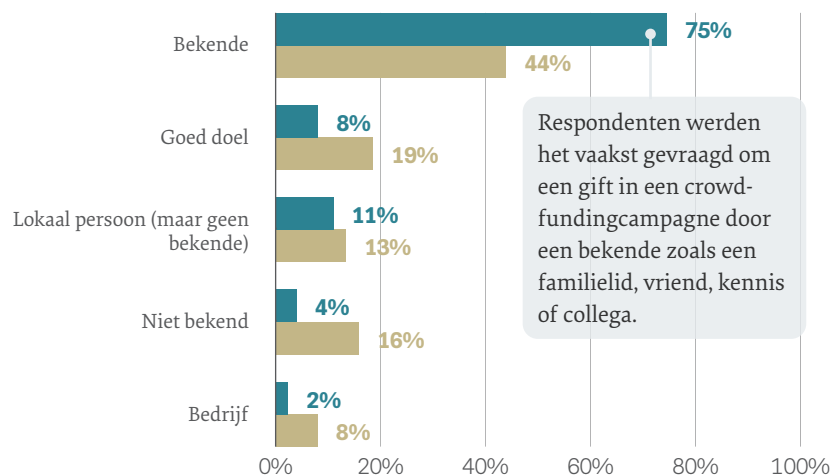
Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Dat persoonlijke contacten belangrijk zijn zien we ook in de antwoorden op de vraag wie er om een gift vroeg. Respondenten werden het vaakst gevraagd om een gift in een crowdfundingcampagne door een bekende (75%), zoals een familielid, vriend, kennis of collega (zie figuur 1.15). In slechts 8% van de gevallen ging het om iemand die formeel verbonden was aan een goed doel. Als we kijken naar de ontvanger van het bedrag is dit in 60% van de gevallen dezelfde persoon of groep als degene die om de gift vroeg. De ontvanger is een persoon of groep die het opgehaalde bedrag zal ontvangen en gaat gebruiken voor het vooraf beschreven doel. De ontvanger is in 44% van de gevallen een bekende: een vriend, een familielid of een collega. In 19% van de gevallen is een goededoelenorganisatie de ontvanger van het bedrag. Dit betekent dat een deel van de vragers informeel werven voor goededoelenorganisaties.



Figuur 1.15: Bij crowdfunding gaat het vooral om informele giften aan bekenden

De relatie tussen *de gevende partij* en *de ontvangende partij*



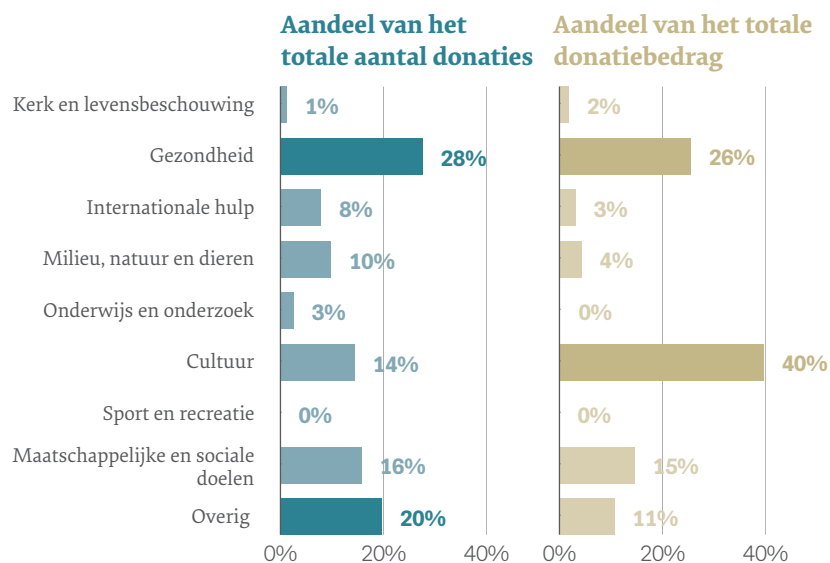
Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Cultuur en gezondheid zijn populaire doelen in crowdfundingacties

In 2020 waren gezondheidgerelateerde projecten het populairst in crowdfundingacties. 28% van het totaal aantal donaties ging naar gezondheidgerelateerde projecten (zie linker grafiek in figuur 1.16). De categorie 'Overig' was ook populair, wat overeenkomt met categorieën die meerdere categorieën ondersteunen, bijvoorbeeld gezondheidgerelateerde projecten buiten Nederland (dat wil zeggen, gezondheid en internationale hulp).

Figuur 1.16: Cultuur en gezondheid zijn populaire doelen bij crowdfunding

Het aandeel van het totale aantal donaties en het aandeel van het totale donatiebedrag per doel, via crowdfunding



Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Ook bij online geven zijn persoonlijk werven en contact met goede doelen van belang

Maatschappelijke organisaties werden gedwongen om nieuwe wervingsstrategieën en vormen van vrijwilligerswerk mogelijk te maken, omdat traditionele kanalen niet of minder konden worden ingezet tijdens de pandemie. Desondanks is het percentage dat online gaf niet toegenomen tijdens de pandemie. Ook bij online werven is persoonlijk werven van belang: het introduceren van nieuwe manieren van geven is niet genoeg om mensen te stimuleren om op deze manier te geven. We bespreken twee belangrijke aspecten die het implementeren van online geven verder kunnen stimuleren: samenbrengen en ondersteunen.

Samenbrengen. Maatschappelijke betrokkenheid in Nederland blijft hoog, maar blijft ook sterk afhankelijk van werving, platforms en fysieke locaties. Met het wegvallen van evenementen, waar online campagnes veelal aan zijn verbonden, nam ook de kans af om benaderd te worden voor een online gift. Tijdens de pandemie ontmoedigde de overheid sociale contacten om de verspreiding van het coronavirus in te dammen. Het hoofddoel is het opnieuw samenbrengen van gelijkgestemden en het ondersteunen van de saamhorigheid. In het begin van de pandemie was er een beperkt aantal goede doelen met een online platform. Na het uitbreken van de pandemie in Nederland zagen verschillende goede doelen de kans om online te gaan werven. Het organiseren van centrale plekken verbonden aan formele organisaties kan het samenbrengen van vragers en gevers ondersteunen in online geven.

Ondersteunen. Het bieden van een platform is een belangrijk begin, maar onvoldoende om veel mensen effectief gebruik te laten maken van de online omgeving. We observeren dat ondanks het feit dat veel mensen tegenwoordig dagelijks online actief zijn (Arends et al., 2021), online geven en om hulp vragen minder vanzelfsprekend is. Dit zien we terug in lage percentages huishoudens die geven

via crowdfunding: slechts één van de tien bezoekers op een crowdfundingplatform besluit om te doneren.

De online geefcontext verschilt mogelijk te veel van de offline context en het is onrealistisch om te verwachten dat grote aantallen donateurs en hulpvragers deze omgeving zelf gaan onderzoeken en gebruiken, zeker in het geval van generieke platforms waar allerlei vragen en aanbod samenkomen. Er is meer nodig voor een persoonlijke binding met zo'n online omgeving: vertrouwen is van belang bij geven (Bekkers, 2003). Hoe kunnen we de sociale component die zo belangrijk is voor geven versterken bij een online donatiemethode? Het kan helpen om de nadruk te leggen op de overeenkomsten met traditionele manieren van geven. Een belangrijke component van huis-aan-huiscollectes is persoonlijk contact met een goed doel, dat van belang is voor het vertrouwen van donateurs in goede doelen en het onderhouden van geefnormen (van Teunenbroek & Bekkers, 2021).

Een voorbeeld is het organiseren van online evenementen waar potentiële donateurs en maatschappelijke organisaties met elkaar in contact komen. Een ander idee is om mensen verbonden aan maatschappelijke organisaties via sociale media te verbinden aan potentiële donateurs: zorg dat het contact tussen goede doelen en donateurs persoonlijk blijft. Sommige mensen doneren online om in contact te komen met gelijkgestemden, om zo met elkaar in gesprek te kunnen gaan (Lacan & Desmet, 2017). Sociale media zijn een belangrijk onderdeel bij online werven, maar worden nu vaak nog te abstract ingezet: het gaat veelal om het delen van informatie (zenden) en minder om het starten van een gesprek (verbinden). Een geefplatform functioneert niet alleen als een middel om te geven, maar ook als communicatieplatform (Skirnevskiy, Bendig & Brettel, 2017). Laat de online context het persoonlijke contact tussen gevers en goede doelen niet vergeten.

Als we kijken naar het gemiddelde donatiebedrag per categorie zien we dat cultuur en kunstgerelateerde projecten het grootste deel van de crowdfundinggiften ontvangen. Zij zijn goed voor 40% van het totale bedrag aan crowdfundingdonaties (zie de rechter grafiek van figuur 1.16). Het platform Voordekunst.nl, dat inmiddels tien jaar bestaat, is de drijvende kracht achter het succes van crowdfunding in de culturele sector. Gezondheidsgerelateerde projecten kwamen op de tweede plaats, goed voor 26% van het totaal.



Special over het online geven van geld en tijd

In het verleden werd crowdfunding voornamelijk ingezet door particulieren en musea en in mindere mate door fondsenwervende goededoelenorganisaties. We zien echter een stijging in het aantal organisaties dat werft via crowdfunding. Goededoelenorganisaties ontwikkelen daarvoor soms een eigen platform, zoals

de Nierstichting, Warchild, Proefdiervrij en Orange Babies. Later dit jaar komt er een special uit over het online geven van geld en tijd. Hierin bespreken we naast het geefgedrag van huishoudens in Nederland ook de perceptie en ervaringen van goede doelen met crowdfunding.

Manieren waarop huishoudens geven en gevraagd zijn

Van de respondenten geeft ongeveer twee derde (63%) aan in de twee weken voorafgaand aan het onderzoek niet benaderd te zijn door goededoelenorganisaties. Dit was 58% in 2018. Goededoelenorganisaties bereiken dus steeds minder huishoudens met een verzoek om een gift. Verschillende manieren van vragen komen steeds minder voor. In 2007 werd nog 18% gevraagd via een brief, in 2020 was dat 10%. In 2007 werd 14% gevraagd om mee te spelen met de loterij, in 2020 was dit 6%.

Tabel 1.7 laat zien dat wanneer respondenten wel benaderd zijn, dit ondanks de pandemie in de meeste gevallen gebeurt via een huis-aan-huiscollecte (16%) of een collecte op straat (7%). Beide kanalen bereiken wel minder mensen. In 2018 kreeg nog 22% een verzoek om te geven via een huis-aan-huiscollecte en 9% via een collecte op straat in de twee weken voorafgaand aan het onderzoek. Een collecte op het werk of via een vereniging kwamen nagenoeg niet voor, beide liggen rond de 1% in de afgelopen vijftien jaar. Tabel 1.7 geeft ook het percentage weer van Nederlanders dat geeft als ze zijn gevraagd: de geefbereidheid. De hoogste geefbereidheid vinden we in de kerk, moskee, tempel of synagoge (71%). Voor de overige manieren van vragen zijn verzoeken vaker niet dan wel succesvol.

Tabel 1.7: Online geven mensen hogere bedragen dan offline

Manieren waarop Nederlanders geven en gevraagd zijn te geven

	Gevraagd afgelopen twee weken (in %)	Geven indien gevraagd (in %)	Bedrag gegeven afgelopen twee weken (in €) ^b	
			Mediaan	Gemiddelde
Huis-aan-huiscollecte	16	44	2	4
Collecte op straat	7	21	7	6
Iemand sponsoren	5	0	^a	^a
Collecte in de kerk, moskee, tempel of synagoge	5	71	7	7
Radio- of televisieactie	4	28	^a	^a
Brief	9	30	14	35
Via internet, e-mail of sociale media	5	26	13	28
Meespelen in loterij	6	19	20	26
Iets kopen aan de deur	2	17	^a	^a

^a Te weinig respondenten om percentages te geven^b Alleen onder respondenten die zijn gevraagd om te geven

Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Als we kijken naar de mediaan — het bedrag dat precies op de helft ligt van wat huishoudens geven — zien we dat de bedragen via het internet, e-mail of sociale media (€ 13) hoger liggen dan via meer traditionele manieren van geven, zoals collectes. De helft van de respondenten die via internet, e-mail of sociale media geeft doneert meer dan € 13. De laagste bedragen zien we bij de twee methodes die het vaakst worden ingezet door goededoelenorganisaties om Nederlanders te benaderen, namelijk de huis-aan-huiscollecte en de collecte op straat. De helft van de respondenten doneert minder dan € 2 bij een huis-aan-huiscollecte en € 7 bij een collecte op straat.

Profiel van huishoudens die geven aan goede doelen

Hoe ziet het geefgedrag van de verschillende demografische groepen in Nederland eruit? In tabel 1.8 staan de resultaten weergegeven van analyses die deze vraag beantwoorden. We bekijken zowel de kans dat huishoudens uit verschillende groepen geven als het gemiddelde bedrag dat zij per jaar geven. De resultaten laten zien dat het geven aan goede doelen in Nederland wijdverspreid is onder zeer uiteenlopende bevolkingsgroepen. De meerderheid van de huishoudens geeft aan goede doelen.

Voor de kans dat huishoudens geven zien we dat de volgende kenmerken van belang zijn: getrouwd zijn, het bezitten van een eigen huis en het opleidingsniveau. Huishoudens die een eigen huis bezitten en hoger zijn opgeleid geven vaker aan goede doelen. De samenhang van leeftijd, huishoudinkomen, werk en religie met de kans op giften vermindert sterk als we rekening houden met andere kenmerken van huishoudens. Verschillen tussen inkomensgroepen blijken vooral te komen door het opleidingsniveau en niet zozeer door het inkomen.



Voor het bedrag dat huishoudens geven zien we dat de volgende kenmerken van belang zijn: geslacht, huishoudinkomen, opleiding, religie en het bezoeken van een gebedshuis. Mannen, respondenten in huishoudens met hogere inkomens, hogeropgeleiden, christelijke en met name protestante huishoudens en respondenten die vaker naar een gebedshuis gaan geven hogere bedragen. De bedragen die huishoudens doneren lopen sterk uiteen.

Samenvattend: we zien de vrijgevigheid van Nederlanders terug onder zeer uiteenlopende bevolkingsgroepen. De kans op een gift is minder afhankelijk van kenmerken van huishoudens dan de gegeven bedragen.

Giften van vermogende huishoudens

Een groot deel van de giften aan goeddoelenorganisaties komt van vermogende huishoudens. Door het ontbreken van representatieve gegevens over vermogende huishoudens konden we tot nu toe geen goede schatting maken van hun geefgedrag. Door samenwerking met het CBS kunnen we dit jaar voor het eerst wél een schatting maken. Nieuwe gegevens van het CBS (2022) over de vermogens van Nederlandse huishoudens laten zien dat 3,5% van de huishoudens over een vermogen beschikt van meer dan € 1 miljoen. Gegevens uit het CBS-onderzoek *Sociale samenhang en Welzijn* over het geefgedrag van deze huishoudens laten zien dat zij gemiddeld € 1.274 per jaar geven aan goede doelen. Dit bedrag ligt een stuk lager dan schattingen uit eerdere onderzoeken, die tot stand kwamen op basis van bijzondere steekproeven, zoals onder klanten van ABN/AMRO-MeesPierson (Smeets, 2016) en adreslijsten die we in eerdere edities van *Geven in Nederland* gebruikten. Huishoudens met een vermogen van meer dan € 1 miljoen zijn verantwoordelijk voor ongeveer 15% van de totale waarde van het geefgedrag van huishoudens.

Gegevens over het gebruik van de giftenaftrek suggereren dat het geefgedrag door vermogende Nederlanders sinds 2018 is gedaald. In 2018 gebruikte 15,6% van de huishoudens met een vermogen van meer dan € 1 miljoen de giftenaftrek. In 2020 is dat percentage gedaald naar 14,6%. Figuur 1.17 laat zien dat het gebruik van de giftenaftrek in alle vermogensgroepen in 2020 is gedaald. Voor de huishoudens met een vermogen van € 5 miljoen of meer is de daling in het gebruik van de giftenaftrek in 2020 een trendbreuk. Vanaf 2011 nam het gebruik van de giftenaftrek in deze vermogensgroepen steeds toe. De totale waarde van de giftenaftrek door huishoudens met een vermogen van meer dan € 1 miljoen was in 2020 € 272 miljoen, ofwel 31% van alle giften die Nederlandse huishoudens van de inkomstenbelasting aftrokken.

Om uitspraken te doen over de verschillen tussen groepen hebben we de gegevens geanalyseerd in multipale regressies. Voor elke variabele hebben we de eerste categorie als referentiegroep genomen (weergegeven met een /), waarmee we de andere groepen vergelijken. Wanneer een verschil met deze groep statistisch significant is, geven we dat weer met een + als het hoger is en een - als het lager is. Als het verschil significant was, maar het verband verdween als rekening gehouden werd met andere kenmerken van huishoudens, is dit weergegeven met een () om de + of -.

Tabel 1.8: Geven aan goede doelen is in Nederland wijdverspreid onder zeer uiteenlopende bevolkingsgroepen*Achtergrondkenmerken van huishoudens die (meer) geven, 2020*

	Percentage	Kans	Bedrag (in €) onder gevers	Bedrag
Vrouw	78	/	263	/
Man	77	0	381	+
Leeftijd: 35 jaar of jonger	83	/	373	/
Leeftijd: 36-55 jaar	78	0	540	0
Leeftijd: 56 jaar of ouder	75	(-)	519	0
Niet getrouwd	69	/	365	/
Getrouwd	83	+	565	(+)
Geen kinderen in huishouden	75	/	452	/
Kinderen in huishouden	78	0	536	0
Huishoudinkomen: 1e kwintiel ^a	72	/	226	/
Huishoudinkomen: 2e kwintiel ^a	76	0	197	0
Huishoudinkomen: 3e kwintiel ^a	82	0	272	0
Huishoudinkomen: 4e kwintiel ^a	77	0	379	0
Huishoudinkomen: 5e kwintiel ^a	90	(+)	541	+
Geen betaald werk	74	/	428	/
Betaald werk	81	(+)	578	0
Gepensioneerd	51	(-)	154	0
Geen eigen huis	69	/	252	/
Eigen huis	85	+	370	0
Opleiding: mavo of lager	69	/	239	/
Opleiding: mbo/havo/vwo	78	+	283	0
Opleiding: hbo/wo	84	+	401	+
Niet gelovig	80	/	317	/
Rooms-katholiek	82	0	494	+
Protestant	86	(+)	888	+
Moslim	84	0	344	0
Bezoek gebedshuis: nooit of zelden	77	/	289	/
Bezoek gebedshuis: een of enkele malen per maand	80	0	904	+
Bezoek gebedshuis: vaker	94	0	921	+
Sociale media elke dag: nee ^b	78	/	324	/
Sociale media elke dag: ja ^b	76	0	316	0

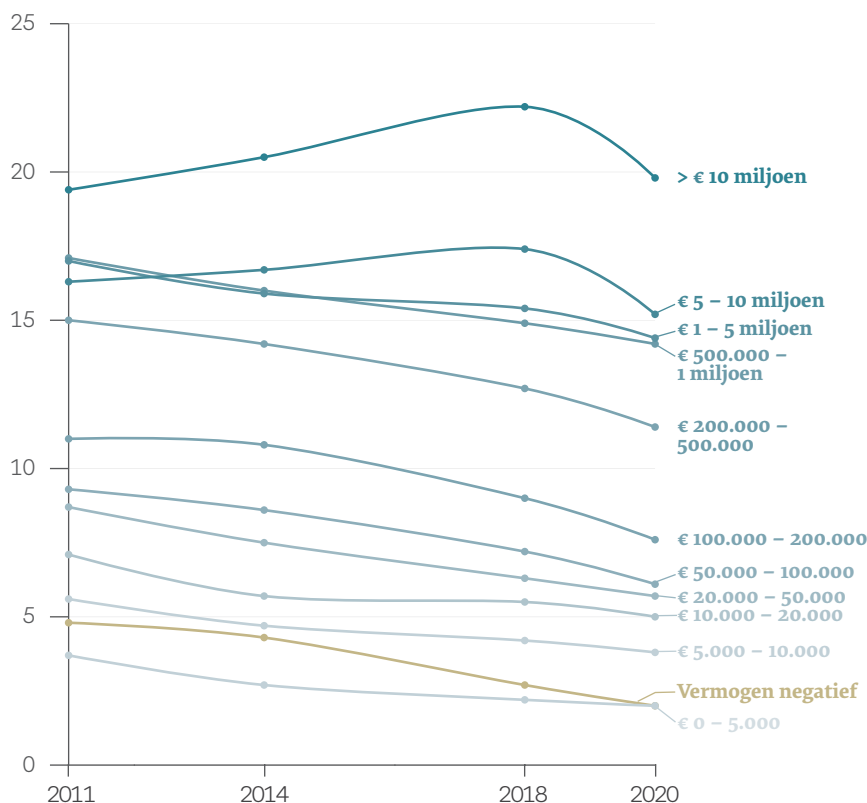
^a Onder respondenten met een positief huishoudinkomen^b Informatie over socialemediagebruik is niet beschikbaar voor de extra steekproeven onder huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens



Figuur 1.17: Het gebruik van de giftenaftrek onder vermogende huishoudens neemt af

Percentage van de vermogende huishoudens dat de giftenaftrek gebruikt, 2011-2020



Bron: CBS, maatwerk

Filantropie en filantropen in de media

In de publieke beeldvorming zijn filantropie en filantropen verbonden met rijkdom. Vermogende personen die zich met een eigen stichting inzetten voor maatschappelijke kwesties of rijke families die via een vermogensfonds musea en andere organisaties financieren trekken aandacht van journalistieke media. De sterke toename van de rijkdom van de rijkste Amerikanen in de afgelopen decennia heeft internationaal veel aandacht getrokken. De situatie in Nederland is heel anders. Volgens de World Inequality Database bezitten de 10% meest vermogende inwoners van Nederland samen ongeveer

50% van al het vermogen. In de Verenigde Staten is dat ongeveer 70%. De rijkste 1% bezit in Nederland 17% van al het vermogen, in de Verenigde Staten 35%. In Nederland zijn de meest vermogende particulieren een stuk minder vermogend dan in de VS. Ook zijn vermogenden in Nederland op een minder zichtbare manier filantropisch actief dan in de VS. In Nederland gaat het meestal om familiefondsen, die niet de naam hebben van de familie. De grootste vermogensfondsen van Nederland geven in de regel geen openheid over de hoogte van hun vermogen.

Een moreel appel stimuleert niet iedereen om meer te geven

Geven mensen meer als ze eerst worden herinnerd aan de sociale norm om te geven? Verschillende experimenten onder studenten laten zien dat expliciete herinneringen met teksten als ‘Do the right thing’ tot meer samenwerking in sociale dilemma’s leidt (Dal Bó & Dal Bó, 2014; Capraro & Vanzo, 2019). Er zijn ook aanwijzingen dat morele normen in crowdfundingcampagnes tot meer geefgedrag kunnen leiden (Capraro & Vanzo, 2019).

Aan het einde van de vragenlijst van Geven in Nederland kunnen deelnemers hun beloning voor het invullen van de vragenlijst aan een goed doel doneren. Ze kunnen kiezen voor een donatie aan het Aidsfonds, KWF Kankerbestrijding, de Hartstichting, of het Rode Kruis. Respondenten kunnen de beloning ook ontvangen in de vorm van een tegoedbon. De helft van de respondenten kreeg de tekst voorgelegd: ‘Wist u dat 63% van de Nederlanders vindt dat iedereen de verantwoordelijkheid heeft anderen te helpen als zij het nodig hebben?’ De andere helft van de respondenten kreeg deze tekst niet voorgelegd. Het doel van het experiment was om te testen of een moreel appel het geefgedrag zou beïnvloeden.

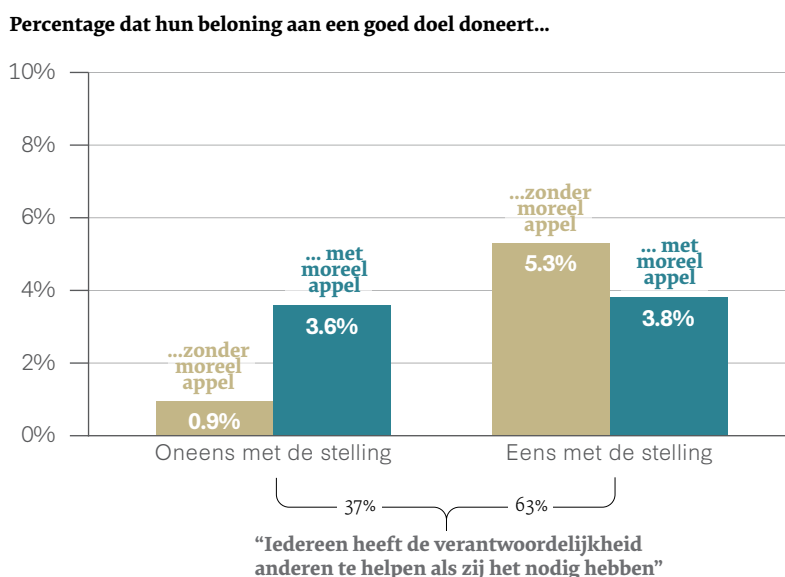
Slechts een klein deel van de deelnemers (3,8%) geeft hun punten weg aan een goed doel. We zien geen verschil in het geefgedrag tussen de groep die de tekst wel te zien kreeg (3,7% doneerde aan het goede doel) versus de groep die de tekst niet te zien kreeg (3,8%). Deze bevinding lijkt erop te wijzen dat de tekst geen effect had. Maar het ligt wat gecompliceerder.

Het effect van een moreel appel hangt samen met een verantwoordelijkheidsgevoel voor helpen

Elke editie vragen we in hoeverre deelnemers het eens zijn met de stelling ‘Iedereen heeft de verantwoordelijkheid anderen te helpen als zij het nodig hebben.’ Deze vraag stellen we altijd aan het begin van de vragenlijst, voordat deelnemers de punten kunnen verdelen. Zo weten we dat 63% van de respondenten het ‘eens’ of ‘helemaal eens’ is met de stelling.

Figuur 1.18: Het effect van een moreel appel hangt af van de verantwoordelijkheid die mensen voelen om anderen te helpen.

Het percentage dat hun beloning aan een goed doel doneert als ze **wel** of **geen** moreel appel te zien kregen, voor twee groepen die het wel of niet eens zijn met onderstaande stelling





Nu de plottwist: wanneer we een moreel appel doen op de deelnemers om te geven door hen te herinneren aan de norm zien we dat het geefgedrag van degenen die het zelf niet eens zijn met de norm flink omhooggaat. Dit zien we terug in figuur 1.18. Zonder een moreel appel gaf vrijwel niemand uit de groep deelnemers die de norm om te geven zelf niet onderschrijven (1%). Maar mét een moreel appel ligt het percentage van de respondenten die de beloning weggeven onder deze groep meer dan drie keer zo hoog (3,6%).

De groep deelnemers die het wel eens is met de norm om anderen te helpen lijkt juist wat minder vrijgevig te worden van het morele appel: onder deze deelnemers gaf 3,8% de beloning weg na het appel, terwijl dat nog 5,3% was zonder herinnering aan de norm. Misschien viel de informatie dat 63% het eens is met de stelling hen tegen – dat betekent dat 37% het niet (helemaal) eens is met de stelling.

Het positieve effect van de herinnering aan de norm voor de groep die het *niet* eens was met de stelling werd tenietgedaan door het negatieve effect voor de groep die het *wel* eens was met de stelling. Dit geeft aan dat een moreel appel niet voor iedereen positief werkt.

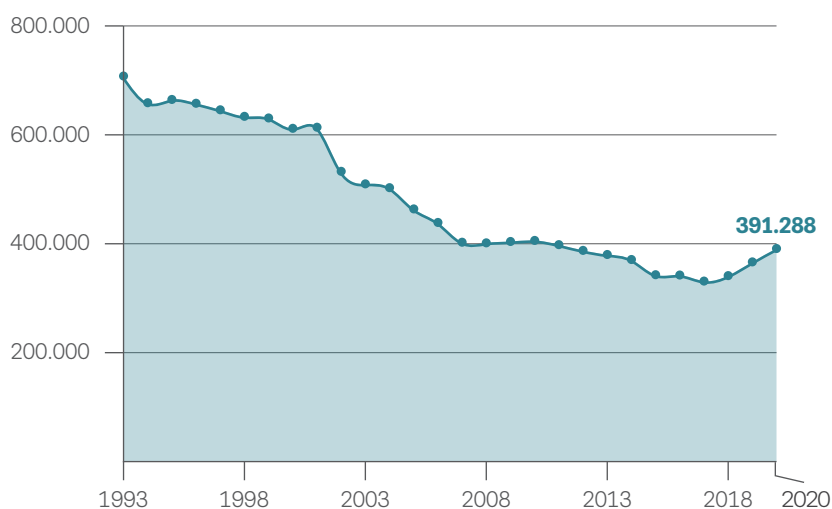
Het geven van bloed, bloedplasma en organen

Jaarlijks worden er in Europa vier miljoen patiënten behandeld met bloedproducten, bijvoorbeeld bij levensreddende operaties na trauma, maar ook bij de behandeling van kanker, hemofilie en auto-immuunziektes (Sanquin, 2019). Bloeddonorschap heeft daarom een grote maatschappelijke waarde. Om de bloedvoorraad op peil te houden zijn ziekenhuizen sterk afhankelijk van donoren die op vrijwillige basis bloed doneren om anderen te helpen. In Nederland doneerden bijna 400.000 donoren per jaar bloed of bloedplasma bij Sanquin.

Figuur 1.19 laat zien dat het aantal bloed- en plasmadonors in Nederland na jarenlange daling de laatste jaren weer is gestegen. In 2020 nam het aantal donors extra toe door een campagne in opdracht van het ministerie van VWS onder ex-coronapatiënten met het doel om een behandeling tegen COVID-19 te ontwikkelen.

Figuur 1.19: Het aantal geregistreerde donors neemt sinds 2017 toe

Het aantal bij Sanquin geregistreerde donors, 1993–2020



Bronnen: CBS, https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/7110_96/table?ts=1649020552395 en jaarverslagen Sanquin

Het doneren van organen en de wet Actieve Donor Registratie

Op 1 juli 2020 is de nieuwe donorwet ingegaan: de wet Actieve Donor Registratie (ADR). Iedereen vanaf 18 jaar die ingeschreven is in een Nederlandse gemeente staat in het Donorregister. Wie geen keuze doorgeeft staat geregistreerd met 'geen bezwaar' tegen donatie van organen of weefsels. Zij geven zo toestemming om hun organen en weefsels na overlijden aan een patiënt te doneren. Vanaf de zomer in 2021 ontvangen jongeren die 18 jaar worden rond de maand dat zij jarig zijn een brief waarin gevraagd wordt een keuze in te vullen in het Donorregister.

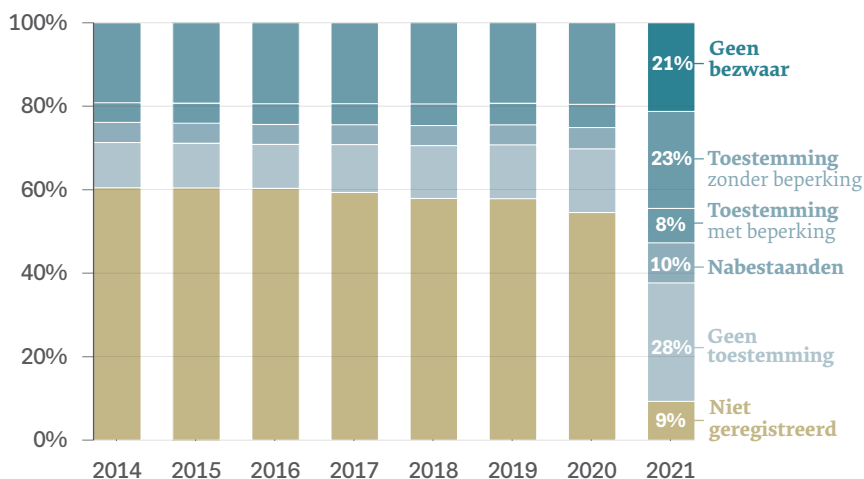
Wie besluit organen beschikbaar te stellen, kan aangeven alle organen of een deel van de organen beschikbaar te stellen. Een andere optie is om de keuze aan de partner (getrouwd, geregistreerd partnerschap of samenwonend met) of een familielid (eerste en tweede graad) over te laten. Deze persoon beslist dan na het overlijden.

Het percentage mensen dat organen beschikbaar stelt nam toe

In 2021 heeft 91% van de bevolking van 12 jaar en ouder een beslissing over orgaandonatie geregistreerd bij het Donorregister van het ministerie van Volksgezondheid. Figuur 1.20 laat zien dat dit hoger ligt dan in voorgaande jaren. Dit is waarschijnlijk het gevolg van de wet Actieve Donor Registratie (ADR) die in 2020 inging.

Figuur 1.20: Meer mensen hebben geregistreerd dat ze hun organen beschikbaar stellen na overlijden

Registratie van orgaandonatie, 2014-2021



Bron: CBS, <https://opendata.cbs.nl/statline#/CBS/nl/dataset/82814NED/table?ts=1649021766221>

In 2020 had nog maar 45% een keuze geregistreerd. Van de nieuwe registraties is ongeveer de helft 'geen bezwaar'. De andere helft van de groep die in 2020 nog geen keuze had geregistreerd is verspreid over de keuzes toestemming zonder beperkingen (+4%), toestemming met beperkingen (+3%), geen toestemming (+13%) en nabestaanden of een aangewezen persoon beslist (+4%).



Opvattingen over goededoelenorganisaties

Naast het feitelijke geefgedrag brengen we in Geven in Nederland ook de opvattingen over geefgedrag en over goededoelenorganisaties in kaart. Het gaat hier om de percepties van de respondenten, die soms onjuist zijn.

Het vertrouwen in goededoelenorganisaties is verder gestegen

In 2021 is het vertrouwen in goededoelenorganisaties verder gestegen en terug op het niveau gerapporteerd in 2006: 45% van de respondenten geeft aan veel of erg veel vertrouwen te hebben in goededoelenorganisaties. Het vertrouwen in de overheid was in 2021 vergelijkbaar met 2019: 33% van de respondenten geeft aan veel of erg veel vertrouwen te hebben in de overheid. Het gaat hier om een momentopname in de zomer van 2021. Andere gegevens laten zien dat het vertrouwen in de overheid na de zomer is gedaald (Engbersen et al., 2021).

Tabel 1.9: Het vertrouwen in goededoelenorganisaties lag tijdens de pandemie hoger dan voor de pandemie

Vertrouwen in goededoelenorganisaties en de overheid, 2004-2021

		2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2019	2021
Goededoelen-organisaties	Geen/weinig vertrouwen	22	20	21	24	28	28	28	26	20
	Veel/erg veel vertrouwen	29	42	35	33	30	29	28	35	45
Overheid	Geen/weinig vertrouwen					39		28	32	27
	Veel/erg veel vertrouwen					22		29	34	33

In het jaar waarin de gegevens verzameld zijn.

Exclusief de extra steekproeven onder vermogende huishoudens.

Hoewel huishoudens rapporteren dat het vertrouwen in goede doelen hoger was in 2020 dan in 2018, zien we geen verschil in de opvatting over het belang van goede doelen (59% in 2019 en 57% in 2021). Wel zien we een daling in de opvatting dat geld dat naar goede doelen gaat wordt verspild (55% in 2019 en 48% in 2021), evenals een daling in de opvatting dat veel goede doelen slecht werk leveren (25% in 2019 en 18% in 2021).

Tabel 1.10: De opvattingen over goededoelenorganisaties zijn positiever tijdens dan voor de pandemie

Opvattingen over de goededoelenorganisaties, percentage dat het eens of helemaal met de uitspraak eens is, 2010–2021

	2010	2012	2014	2016	2019	2021
Goede doelen vervullen een belangrijke functie in de maatschappij				56	59	57
Veel van het geld dat naar goede doelen gaat wordt verspild				55	55	48
Veel goede doelen leveren slecht werk	23	25	20	20	25	18
Geld geven aan goede doelen heeft geen zin				15	16	14
Goede doelen leveren een effectieve bijdrage aan de oplossing van problemen in de wereld	28	30	29	33	38	36

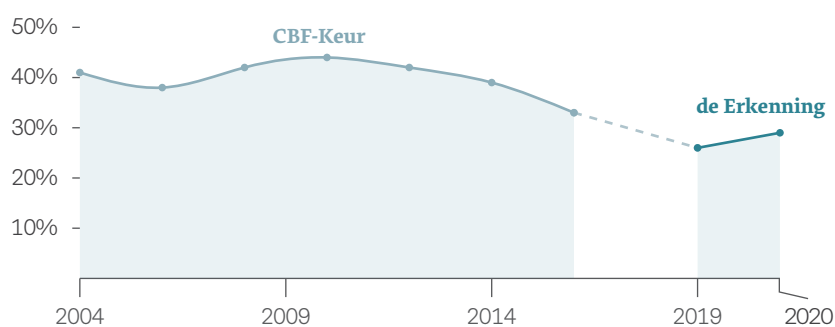
Exclusief de extra steekproeven onder respondenten met een niet-Nederlandse herkomst en vermogende huishoudens.

Weinig Nederlanders kennen de Erkenning voor goededoelenorganisaties van het CBF

Vanaf 2016 is het CBF-Keur voor goede doelen vervangen door de CBF-Erkenning. Eerder zagen we dat de kennis van het CBF-keurmerk daalde, van 44% in 2010 naar 33% in 2016. Het nieuwe systeem is nog bij weinig mensen bekend. In 2021 geven drie van de tien respondenten aan het keurmerk Erkend Goed Doel van het CBF te kennen.

Figuur 1.21: Ongeveer één op de drie huishoudens kent de Erkenning

Percentage van respondenten die aangeven de Erkenning te kennen, 2004–2020



In het jaar waarin de gegevens verzameld zijn.

Exclusief de extra steekproeven onder respondenten met een niet-Nederlandse herkomst en vermogende huishoudens.



Conclusie

In 2020 gaf 73% van huishoudens in Nederland geld of goederen aan een goed doel, met een gemiddelde van € 360. De totale waarde van giften door huishoudens in 2020 (€ 2,1 miljard) was lager dan in 2018 (€ 2,4 miljard). Zowel het bedrag dat huishoudens aan geld en aan goederen geven als het percentage van de huishoudens dat geeft ligt lager in 2020 dan in 2018. Verder zien we dat huishoudens een kleiner aantal goede doelen ondersteunen. Gezondheid blijft het populairste doel, maar het percentage van de huishoudens dat gaf aan dit doel lag in 2020 (54%) fors lager dan in 2018 (65%). Het percentage van de huishoudens dat gaf aan sport en recreatie halveerde bijna: van 15% naar 8%. Onderwijs en onderzoek, cultuur en overige doelen bleven ongeveer even populair. De gemiddelde giften onder de huishoudens die geven zijn bij bijna alle doelen juist gestegen. Over het algemeen zien we dat een kleiner deel van de Nederlandse bevolking verantwoordelijk is voor de giften aan goededoelenorganisaties.

Een deel van de daling in de totale waarde van giften kunnen we verklaren door de lockdownmaatregelen die de overheid de afgelopen twee jaar heeft ingevoerd in de coronacrisis. Die hebben het voor veel goededoelenorganisaties moeilijker gemaakt om fondsen te werven. Er zijn ook lichtpuntjes. Een vast donateurschap nam in 2020 verder toe. Ongeveer de helft (48%) van de huishoudens geeft via een vast donateurschap. Ook tijdens de pandemie bleven huishoudens die vaste donateur zijn hun goede doelen veelal trouw. De daling in het percentage van de huishoudens dat aan lokale goededoelenorganisaties geeft zet zich niet door in 2020 en giften aan lokale goededoelenorganisaties zijn licht gestegen. Ook zijn de opvattingen over goededoelenorganisaties duidelijk positiever tijdens dan voor de pandemie.

Online geven, via een online collectebus of crowdfunding, is in 2020 in waarde toegenomen, maar niet populairder geworden. Dit kan deels komen doordat slechts een kwart van de huishoudens online wordt benaderd om te geven. Met het wegvallen van evenementen, waar online campagnes veelal aan zijn verbonden, nam ook de kans af om benaderd te worden voor een online gift. Online werven heeft potentie, omdat mensen online gemiddeld hogere bedragen doneren. Wel zien we dat het bij crowdfunding voornamelijk om informele giften gaat: aan privépersonen in plaats van aan goededoelenorganisaties. Dit betekent dat goede doelen in een crowdfundingcontext de competitie met privépersonen moeten aangaan. Bij een online collectebus is dit minder van toepassing.

Huishoudens met een vermogen van meer dan € 1 miljoen zijn verantwoordelijk voor ongeveer 15% van de totale waarde van het geefgedrag van huishoudens. Gegevens over het gebruik van de giftenaftrek suggereren dat het geefgedrag door vermogende Nederlanders sinds 2018 is gedaald. In 2018 gebruikte 15,6% van de huishoudens met een vermogen van meer dan € 1 miljoen de giftenaftrek. In 2020 is dat percentage gedaald naar 14,6%.

Onduidelijk is nog hoe de sector zich na de pandemie gaat herstellen: in hoeverre gaat de daling in het percentage dat geeft zich doorzetten? Kan de stijging van de online giften de daling in de giften via huis-aan-huiscollectes in balans houden? Toekomstige metingen moeten dit uitwijzen.

Referenties

- Arends, J., de Heij, R., Kleingeld, R., van Roekel, R., Theissen, J., Wielenga-van der Pijl, L. & Zweerink, J. (2021). ICT, kennis en economie 2021. *Centraal Bureau voor de Statistiek*. <https://www.cbs.nl/-/media/pdf/2021/41/ict-kennis-en-economie-2021.pdf>
- Bekkers, R. (2003). Trust, accreditation, and philanthropy in the Netherlands. *Nonprofit & Voluntary Sector Quarterly*, 32(4): 596-615. https://renebekkers.files.wordpress.com/2011/08/bekkers_nvsq_03.pdf
- Bosmans, M., Marra, E., Alblas, E., Baliatsas, C., de Vetten, M., van Gameren, R., Schulpen, S., Moleman, Y., Bhattathiri, G., Gerbecks, J., Ditchew, L., Dückers, M. (2022). De gevolgen van de coronapandemie voor de gezondheid en het welzijn van de jeugd. Een systematische literatuurstudie. Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu. <https://doi.org/10.21945/RIVM-2022-0019>
- Capraro, V., & Vanzo, A. (2019). The power of moral words: Loaded language generates framing effects in the extreme dictator game. *Judgment and Decision Making*, 14: 309-317. <https://www.sas.upenn.edu/~baron/journal/19/190107/jdm190107.html>
- CBS (2021). Grootste toename in huishoudelijk afval in 25 jaar. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2021/27/grootste-toename-huishoudelijk-afval-in-bijna-25-jaar>
- CBS (2022). Particuliere huishoudens naar vermogensklassen, 2020. <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2022/10/particuliere-huishoudens-naar-vermogensklassen-2020>
- Dal Bó, E., & Dal Bó, P. (2014). “Do the right thing”: The effects of moral suasion on cooperation. *Journal of Public Economics*, 117: 28-38. <https://www.nber.org/papers/w15559>
- de Hart, J., van Houwelingen, P., & Huijnk, W. (2022). *Religie in een pluriforme samenleving: Diversiteit en verandering in beeld*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- de Wit, A., Bekkers, R. & Qu, H. (2022). The Health advantage of volunteering is larger for older and less healthy volunteers in Europe: A mega-analysis. *European Journal of Aging*, <https://doi.org/10.1007/s10433-022-00691-5>.
- Engbersen, G., van Bochove, M., de Boom, J., Bussemaker, J., El Farisi, B., Krouwel, A., van Lindert, J., Rusinovic, K., Snel, E., van Heck, L., van der Veen, H. & van Wensveen, P. (2021). *De laagvertrouwensamenleving: De maatschappelijke impact van COVID-19 in Amsterdam, Den Haag, Rotterdam & Nederland. Vijfde meting*. Rotterdam: Erasmus School of Social and Behavioural Sciences & Kenniswerkplaats. https://vng.nl/sites/default/files/2021-11/rapport_laagvertrouwensamenleving.pdf
- Lacan, C., & Desmet, P. (2017). Does the crowdfunding platform matter? Risks of negative attitudes in two-sided markets. *Journal of Consumer Marketing*, 34(6): 472-479. <https://doi.org/10.1108/JCM-03-2017-2126>
- Russell, A.R., Nyame-Mensah, A., de Wit, A., & Handy, F. (2019). Volunteering and wellbeing among ageing adults: A longitudinal analysis. *Voluntas*, 30(1): 115-128. <https://doi.org/10.1007/s11266-018-0041-8>
- Sanquin (2019). Sanquin annual report 2018. <https://jaarverslagsanquin.nl/>
- Schulpen, L., van Kempen, L. & Kinsbergen, S. (2020). *COVID-19: De veerkracht van de goededoelensector*. Nijmegen: Radboud Universiteit. https://www.ru.nl/publish/pages/988831/201015_-_highlights_covid-19_onderzoek_radboudcbf.pdf
- Schulpen, L., van Kempen, L., Kinsbergen, S. & van Uden, D. (2021). *Collectief vooruit, individueel achteruit: De impact van COVID-19 op Erkende Goede Doelen*. Nijmegen: Radboud Universiteit. https://www.ru.nl/publish/pages/1011320/210416_-_highlights_covid19_onderzoek_002_1.pdf
- Skirnevskiy, V., Bendig, D., & Brettel, M. (2017). The influence of internal social capital on serial creators' success in crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(2): 209-236. <https://doi.org/10.1111%2Fetap.12272>



van Teunenbroek, C., & Bekkers, R. (2021). *Hoe kan de huis-aan-huiscollecte overleven? Het bereik en de toekomst van Nederlands meest herkenbare vorm van contact met goededoelenorganisaties*. Amsterdam: Centrum voor Filantropische Studies, Vrije Universiteit Amsterdam. <https://osf.io/fh2ae/>

van Teunenbroek, C., Bekkers, R., & Beersma, B. (2021). They ought to do it too: Understanding effects of social information on donation behavior and mood. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 18(2): 229–253. <https://doi.org/10.1007/s12208-020-00270-3>

van Velzen, J. (2021). Kringloopwinkels putten moed uit onstuimig jaar. *Trouw*, 14 september. <https://www.trouw.nl/economie/kringloopwinkels-putten-moed-uit-onstuimig-jaar~b9e91add/>

Wiepking, P., & Heijnen, M. (2011). The giving standard: Conditional cooperation in the case of charitable giving. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 16(1): 13–22. <https://doi.org/10.1002/nvsm.391>



2. | NALATENSCHAPPEN



SAMENVATTING

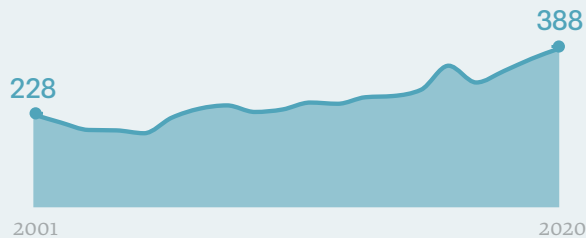
Goededoelenorganisaties halen de laatste jaren een groter deel van hun particuliere inkomsten uit nalatenschappen. Nalatenschappen vormen daarmee een belangrijke inkomstenbron voor goededoelenorganisaties. Goededoelenorganisaties ontvingen ten minste € 391 miljoen aan inkomsten uit nalatenschappen in 2020. Volgens cijfers van het CBF ontvingen de sectoren gezondheid, internationale hulp en milieu, natuur en dieren de meeste inkomsten uit nalatenschappen in 2020. 12% van de Nederlanders met een testament laat geld en/of goederen na aan een goed doel.

Nalatenschappen aan goede doelen ten minste*

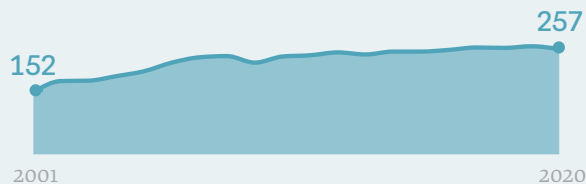
€ 391 miljoen

Inkomsten uit nalatenschappen stijgen door

Totale inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF** (in € miljoenen)



Aantal goededoelenorganisaties bekend bij het CBF met minstens één nalatenschap



Het aantal goededoelenorganisaties met inkomsten uit nalatenschappen stijgt minder hard dan de totale inkomsten uit nalatenschappen. De gemiddelde inkomsten uit nalatenschappen per goed doel nemen toe.

Eén op de tien testateurs laat na aan een goed doel

Percentage respondenten met testament en nalatenschap aan een goed doel



34% van de respondenten heeft een testament.

12% van de testateurs laat geld en/of goederen na aan een goed doel.

* Het totaalbedrag aan nalatenschappen is een optelsom van de inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF (€ 380 miljoen) (februari 2022), Cordaid (€ 8 miljoen) en uit aanvullend onderzoek onder fondsen van universiteiten en academische ziekenhuizen (€ 2,4 miljoen). Deze inkomsten vormen een absolute ondergrens, omdat niet alle goededoelenorganisaties rapporteren aan het CBF.

7% van de totale giften in 2020



De sector gezondheid ontvangt de meeste inkomsten uit nalatenschappen

Inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF naar sector (in € miljoenen)

Gezondheid

Een klein aantal goededoelenorganisaties op het terrein van gezondheid ontvangt relatief hoge inkomsten uit nalatenschappen.

128

Internationale hulp

108

Milieu, natuur en dieren

70

Maatschappelijke en sociale doelen

45

Cultuur

26

De stijging in nalatenschappen aan cultuur is toe te schrijven aan een enkele organisatie.

Kerk en levensbeschouwing

12

Onderwijs en onderzoek

0,2

De fluctuaties in het totaal van inkomsten aan nalatenschappen in de sectoren passen bij de grilligheid van de inkomsten uit nalatenschappen.

De stijging in internationale hulp wordt deels verklaard door een toenemend aantal goededoelenorganisaties met inkomsten uit nalatenschappen.

** Het totaalbedrag aan inkomsten uit nalatenschappen in 2020 in de trendlijn (€ 388 miljoen) is een optelsom van de inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF (€ 380 miljoen) (februari 2022) en de inkomsten uit nalatenschappen van Cordaid (€ 8 miljoen).



2. NALATENSCHAPPEN

AUTEURS

Stephanie Koolen-
Maas

Claire van
Teunenbroek

Vrijgevigheid aan goededoelenorganisaties vindt niet alleen plaats bij leven, Nederlanders kunnen ook besluiten (een deel van) hun nalatenschap of erfenis te schenken aan een goed doel. Bijvoorbeeld omdat zij het belangrijk vinden dat er ook na hun overlijden wordt doorgewerkt aan het ideaal waar ze om geven. In dit hoofdstuk schetsen we een beeld van de nalatenschappen in Nederland: hoeveel inkomsten uit nalatenschappen ontvangen goededoelenorganisaties? Hoeveel Nederlanders laten na aan een goed doel? Hoeveel geven zij en aan welke maatschappelijke terreinen? Ook beschrijven we de achtergrondkenmerken van de Nederlanders die een goed doel in hun testament hebben opgenomen.

In dit hoofdstuk beschrijven we op basis van verschillende informatiebronnen de trends in nalatenschappen. De belangrijkste informatiebron zijn gegevens van het CBF: Toezicht op goedgevoelen. Daarnaast maken we gebruik van aanvullend onderzoek onder fondsen van universiteiten en academische ziekenhuizen. Ook gebruiken we data uit het Geven in Nederland-onderzoek om inzicht te krijgen in de Nederlanders die nalaten aan een goed doel. Zie de methodologische verantwoording.

2.1 Waarde nalatenschappen in 2020 ten minste € 391 miljoen

In dit hoofdstuk brengen we de inkomsten uit nalatenschappen die goededoelenorganisaties ontvangen in kaart. Om inzicht te krijgen in de totale omvang van nalatenschappen aan goede doelen, maken we gebruik van verschillende informatiebronnen. De belangrijkste en meest complete bron van informatie zijn gegevens van het CBF¹. Het CBF verzamelt onder andere gedetailleerde gegevens van de baten (inclusief particuliere inkomsten uit nalatenschappen) en lasten van goededoelenorganisaties. De financiële gegevens komen uit de aangeleverde jaarverslaggeving van deze goededoelenorganisaties. Ondanks dat deze cijfers de meest complete bron van informatie zijn, geven deze cijfers geen volledig beeld van de waarde aan nalatenschappen. Niet alle goededoelenorganisaties sturen hun jaarverslag aan het CBF. In 2020 zijn er circa 44.000 actieve ANBI's in Nederland. Het CBF ontving de financiële gegevens van 783 goededoelenorganisaties over 2020. Hiervan zijn 634 goededoelenorganisaties erkend door het CBF als goed doel. De cijfers van het CBF brengen slechts een deel van de goededoelenorganisaties in kaart. Zo ontbreken vooral cijfers van religieuze instellingen zoals kerken en congregaties, en goede doelen actief op het terrein van sport en recreatie. Ook vallen kleinschalige lokale fondsenwervende organisaties en non-profitinstellingen zoals culturele instellingen, vermogensfondsen, onderwijsinstellingen en academische ziekenhuizen veelal buiten de dataverzameling van het CBF. Het is onbekend hoe de 783 goededoelenorganisaties zich verhouden tot de totale groep ANBI's in Nederland. Naar alle waarschijnlijk zijn de cijfers niet representatief voor de gehele non-profitsector omdat niet alle sectoren evenredig in

¹ Voor nalatenschappen hanteert het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) de gegevens van de Belastingdienst als bron. Voor de nalatenschappen aan ANBI's levert dit een incompleet beeld op, aangezien ANBI's zijn vrijgesteld van erfbelasting en daarom geen aangifte hoeven te doen van ontvangen nalatenschappen. We hebben daarom wederom besloten om ook in deze editie van Geven in Nederland geen gegevens voor nalatenschappen van het CBS op te nemen.

de cijfers van het CBF worden gerepresenteerd. De cijfers van het CBF over nalatenschappen aan de sectoren cultuur, kerk en levensbeschouwing, onderwijs en onderzoek, sport en recreatie zijn naar alle waarschijnlijkheid niet representatief voor deze sectoren. De inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF vormen een absolute ondergrens van de waarde van nalatenschappen in Nederland. In het vervolg van dit hoofdstuk spreken we over de inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF.

Nalatenschappen zijn een belangrijke inkomstenbron voor goededoelenorganisaties

Van de 783 goededoelenorganisaties in de cijfers van het CBF ontvingen 744 goededoelenorganisaties particuliere inkomsten; 256 goededoelenorganisaties ontvingen ten minste één nalatenschap (34%). Nalatenschappen vormen een belangrijke inkomstenbron voor goededoelenorganisaties. Sommige goededoelenorganisaties hebben speciale adviseurs in dienst om toekomstige erflaters te begeleiden. In 2020 ontvingen goededoelenorganisaties met inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF gemiddeld 27% van de totale particuliere inkomsten uit nalatenschappen. Andere particuliere inkomsten zijn collectes, mailingacties, contributies en andere particuliere giften en donaties. Nalatenschappen zijn goed voor 15% van de totale baten van goededoelenorganisaties met ten minste één nalatenschap².

Nalatenschappen zijn belangrijker geworden als particuliere inkomstenbron

Figuur 2.1 laat het aandeel van de inkomsten uit nalatenschappen zien in de totale particuliere inkomsten en in de totale baten van de goededoelenorganisaties die aan het CBF rapporteren. We kijken hierbij alleen naar de goededoelenorganisaties met minstens één nalatenschap. Het aandeel van de inkomsten uit nalatenschappen op de totale baten blijft relatief stabiel over de periode 2001–2020. Wanneer een goed doel nalatenschappen ontvangt, vormen de inkomsten uit nalatenschappen zo'n 15% van de totale baten.

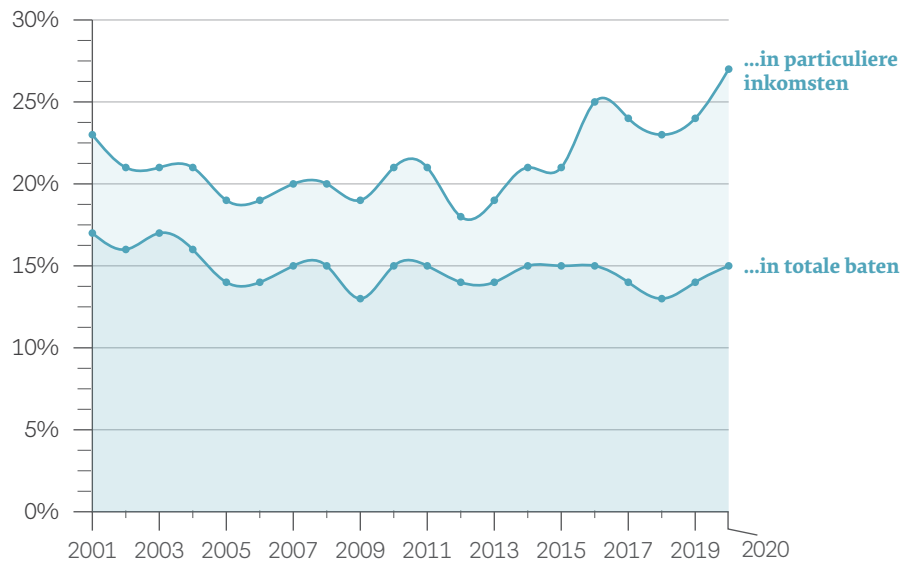
Het aandeel van de inkomsten uit nalatenschappen in de particuliere inkomsten neemt de laatste jaren toe. Goededoelenorganisaties met inkomsten uit nalatenschappen halen de laatste jaren een groter deel van de totale particuliere inkomsten uit nalatenschappen. Goededoelenorganisaties met inkomsten uit nalatenschappen haalden in de periode van 2011 tot 2015 circa één vijfde van de totale particuliere inkomsten uit nalatenschappen. Volgens de cijfers van het CBF ontvingen goededoelenorganisaties met inkomsten uit nalatenschappen gemiddeld 27% van hun particuliere inkomsten uit nalatenschappen in 2020.

² In de cijfers van het CBF bestaan de totale baten van goededoelenorganisaties uit een optelsom van de inkomsten van particulieren, bedrijven, kansspelen en subsidies van overheden.



Figuur 2.1: Nalatenschappen zijn een belangrijke inkomstenbron voor goededoelenorganisaties ^{a b}

Aandeel inkomsten uit nalatenschappen in de particuliere inkomsten en de totale baten (in %), 2001–2020



Bron: CBF (februari 2022)

^a Het procentuele aandeel is berekend voor de goededoelenorganisaties met ten minste één nalatenschap; goededoelenorganisaties zonder inkomsten uit nalatenschappen zijn buiten beschouwing gelaten.

^b In zowel 2004 en in 2009 is een enkele organisatie uit de cijfers van het CBF niet meegenomen, omdat een negatieve nalatenschap resulteerde in een relatief groot negatief aandeel van nalatenschappen in de particuliere inkomsten en in de totale baten. Deze twee organisaties vertekenden het beeld voor deze twee jaren.

Waarde nalatenschappen in 2020 ten minste € 391 miljoen

Volgens de gegevens van het CBF werd in 2020 € 380 miljoen aan goededoelenorganisaties nagelaten. In de cijfers van het CBF (februari 2022) ontbreekt Cordaid als goed doel met CBF-Erkenning vanwege het ontbreken van het jaarverslag over 2020. Navraag bij Cordaid wijst uit dat Cordaid € 8 miljoen aan inkomsten uit nalatenschappen ontving in 2020. Samen resulteert dit in een waarde van € 388 miljoen euro aan nalatenschappen.

Net als bij eerdere edities van Geven in Nederland hebben we aanvullend onderzoek uitgevoerd onder fondsen van universiteiten en academische ziekenhuizen die buiten de cijfers van het CBF vallen (zie de methodologische verantwoording voor een gedetailleerde beschrijving). Aan hen is gevraagd hoeveel zij in 2020 aan nalatenschappen ontvingen. 13 Academische ziekenhuis- en universiteitsfondsen, die buiten de cijfers van het CBF vallen maar wel inkomsten uit nalatenschappen ontvingen, rapporteren een bedrag van € 2,4 miljoen aan inkomsten uit nalatenschappen in 2020. Wanneer we de gegevens van het CBF, Cordaid en het aanvullend onderzoek onder fondsen van universiteiten en academische ziekenhuizen bij elkaar optellen, hebben goededoelenorganisaties in 2020 voor ten minste € 391 miljoen aan nalatenschappen ontvangen. Dit is slechts een ondergrens, omdat slechts een deel van alle goededoelenorganisaties en hun inkomsten uit nalatenschappen bekend zijn bij het CBF.

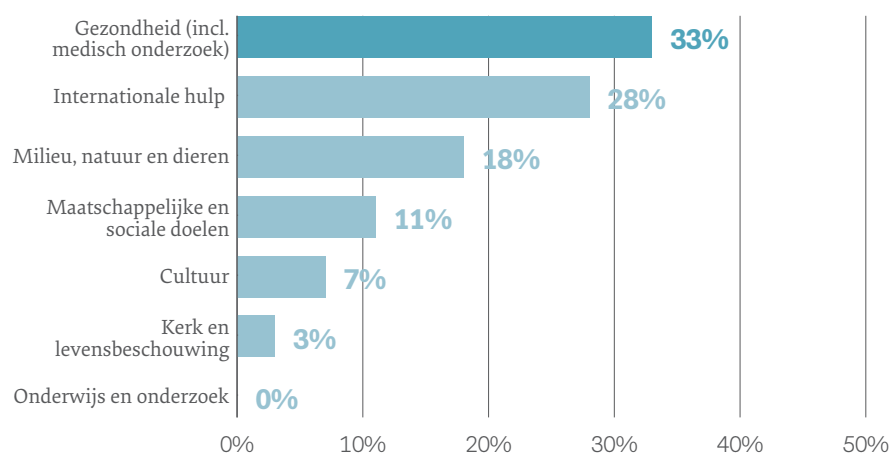
Gezondheid ontving de meeste inkomsten uit nalatenschappen in 2020

Figuur 2.2 geeft de inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF weer in het percentage van het totaal aan inkomsten uit nalatenschappen voor zeven van de acht onderscheiden sectoren in 2020. In dit overzicht ontbreekt de sector sport en recreatie. De cijfers van het CBF bevatten slechts een klein aantal goededoelenorganisaties actief op het terrein van sport en recreatie. Doordat weinig goededoelenorganisaties in deze sectoren rapporteren aan het CBF zijn eventuele nalatenschappen aan deze sector niet zichtbaar.

Net als eerdere jaren ontvingen goededoelenorganisaties actief op het terrein van gezondheid in 2020 het grootste bedrag aan nalatenschappen bekend bij het CBF (€ 128 miljoen) (zie figuur 2.2). Dit wordt gevolgd door internationale hulp (€ 108 miljoen) en milieu, natuur en dieren (€ 70 miljoen). De waarde van nalatenschappen op het terrein van kerk en levensbeschouwing, en onderwijs en onderzoek blijven achter. Religieuze organisaties rapporteerden bij het CBF € 12 miljoen aan inkomsten uit nalatenschappen. Goededoelenorganisaties actief op het terrein van onderwijs en onderzoek bekend bij het CBF ontvingen € 0,2 miljoen aan nalatenschappen (0%). De sector onderwijs en onderzoek is exclusief goededoelenorganisaties actief op het terrein van medisch onderzoek. Goededoelenorganisaties op het terrein van medisch onderzoek vallen binnen de sector gezondheid.

Figuur 2.2: Gezondheid ontving de meeste inkomsten uit nalatenschappen in 2020

Inkomsten uit nalatenschappen (in % van het totaal ^a), 2020



^a Het totaalbedrag is een optelsom van de inkomsten uit nalatenschappen van goededoelenorganisaties bekend bij het CBF (februari 2022) (€ 380 miljoen) en Cordaid (€ 8 miljoen).

De 10 goededoelenorganisaties met de meeste inkomsten uit nalatenschappen representeren bijna de helft van alle inkomsten uit nalatenschappen

Tabel 2.1 geeft de tien goededoelenorganisaties met CBF-Erkenning weer met de meeste inkomsten uit nalatenschappen in 2020. Samen ontvingen deze goededoelenorganisaties met CBF-Erkenning maar liefst € 185 miljoen aan inkomsten uit nalatenschappen. Samen zijn zij goed voor bijna de helft van de totale waarde aan nalatenschappen aan goededoelenorganisaties bekend bij het CBF (48%). In 2020 staat KWF kankerbestrijding met € 54,8 miljoen aan inkomsten uit nalatenschappen bovenaan in de top 10. KWF Kankerbestrijding is verantwoordelijk voor 14% van de totale nalatenschappen bekend bij het CBF.



2. | NALATENSCHAPPEN

Tabel 2.1: De 10 goededoelenorganisaties met de meeste inkomsten uit nalatenschappen zijn goed voor bijna de helft van alle inkomsten uit nalatenschappen

Top 10 van goededoelenorganisaties met de meeste inkomsten uit nalatenschappen in 2020

		Inkomsten uit nalatenschappen (in € miljoenen)	Deel van het totaal ^a (% van € 388 miljoen)
1	KWF Kankerbestrijding	54,8	14
2	Rode Kruis	23,2	6
3	Hartstichting	19,5	5
4	Prins Bernhard Cultuurfonds	18,4	5
5	Leger des Heils Fondsenwerving	15,1	4
6	Artsen zonder Grenzen	13,4	3
7	Dierenbescherming	12,7	3
8	Natuurmonumenten	10,9	3
9	Nierstichting	8,9	2
10	Alzheimer Nederland	8,3	2
	Totaal	185,2	48

Bron: CBF (februari 2022)

^a Het totaalbedrag is een optelsom van de inkomsten uit nalatenschappen van goededoelenorganisaties bekend bij het CBF (februari 2022) (€ 380 miljoen) en Cordaid (€ 8 miljoen).

Nalatenschappen zijn voor de middellange of lange termijn

Nalatenschappen genereren fondsen op de middellange of lange termijn voor goededoelenorganisaties. Na het opstellen van een testament kan het tientallen jaren duren voordat een nalatenschap aan een goed doel wordt nagelaten. Een nalatenschap wordt namelijk pas ontvangen na overlijden

van de erflater. Daar waar andere manieren van fondsenwerving vrijwel direct leiden tot inkomsten voor het goede doel, leidt een nalatenschap pas op de middellange of lange termijn tot inkomsten. Daarnaast kunnen testateurs een goed doel op ieder moment weer uit het testament halen.

2.2 Trends in nalatenschappen

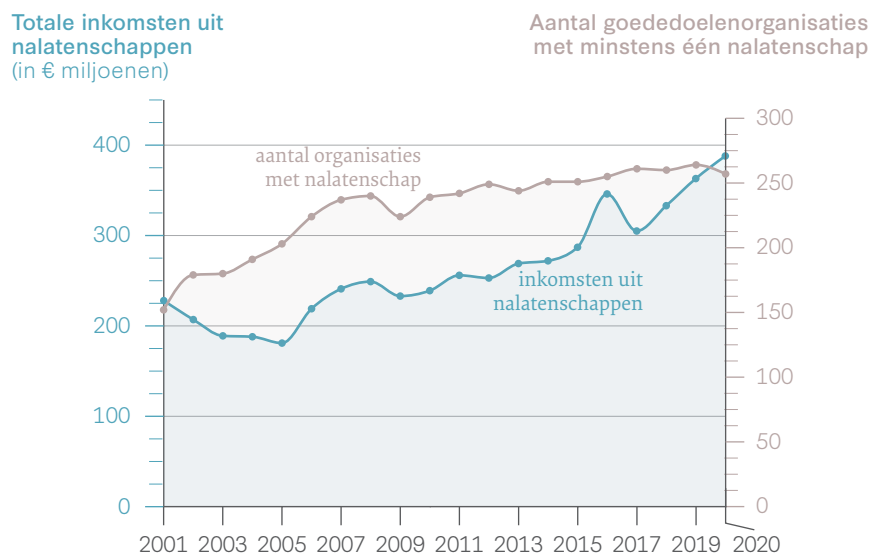
Inkomsten uit nalatenschappen stijgen door

Figuur 2.3 geeft de totale inkomsten uit nalatenschappen weer en het aantal goededoelenorganisaties met inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF. Tussen 2001 en 2005 namen de inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF geleidelijk af van € 228 miljoen in 2001 naar € 181 miljoen in 2005. Sinds 2005 stijgen de gerapporteerde inkomsten uit nalatenschappen weer met een kleine afname in 2017. De inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF zijn in 2019 en 2020 opgelopen tot € 363 en € 388 miljoen³. De totale inkomsten uit nalatenschappen kent pieken en dalen; dit past bij de grilligheid van nalatenschappen omdat de omvang van een nalatenschap zeer kan verschillen. Volgens de Graaf (2022) wordt de groei van de inkomsten in nalatenschappen veroorzaakt door drie factoren: stijging van het aantal mensen dat overlijdt, stijging van het aantal mensen zonder kinderen en stijging van het vermogen van mensen (specifiek onder de groep 70 – 80 jaar).

³ De totale waarde van de inkomsten uit nalatenschappen in 2020 is een optelsom van de inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF (€ 380 miljoen) en de inkomsten uit nalatenschappen van Cordaid (€ 8 miljoen).

Figuur 2.3: Inkomsten uit nalatenschappen stijgen door in 2020^{a,b}

Totale inkomsten uit nalatenschappen (in € miljoenen) en aantal goededoelenorganisaties met minstens één nalatenschap, 2001-2020



Bron: CBF (februari 2022)

^a Voor alle jaren wordt gewerkt met zo recent mogelijke cijfers van het CBF. Hierdoor kunnen afwijkingen optreden ten opzichte van de gepubliceerde gegevens in eerdere edities van Geven in Nederland.

^b In 2020 is het totaalbedrag een optelsom van de inkomsten uit nalatenschappen van goededoelenorganisaties bekend bij het CBF (februari 2022) (€ 380 miljoen) en Cordaid (€ 8 miljoen).

In de afgelopen twee jaar stijgen de inkomsten uit nalatenschappen mede door een toename in het aantal sterfgevallen

We beschikken niet over cijfers over het aantal overledenen met een nalatenschap aan een goed doel. We kijken daarom naar de sterftcijfers in Nederland. Op basis van data van het CBS zien we dat het aantal sterfgevallen tussen 2001 en 2020 langzaam stijgt. In 2001 stierven circa 72.000 mensen; in 2020 waren dit er 84.000. Het aantal sterfgevallen heeft invloed op de inkomsten uit nalatenschappen van goededoelenorganisaties. Figuur 2.4 laat zien hoe de inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF per goed doel met minstens één nalatenschap zich verhouden tot het aantal sterfgevallen in Nederland.

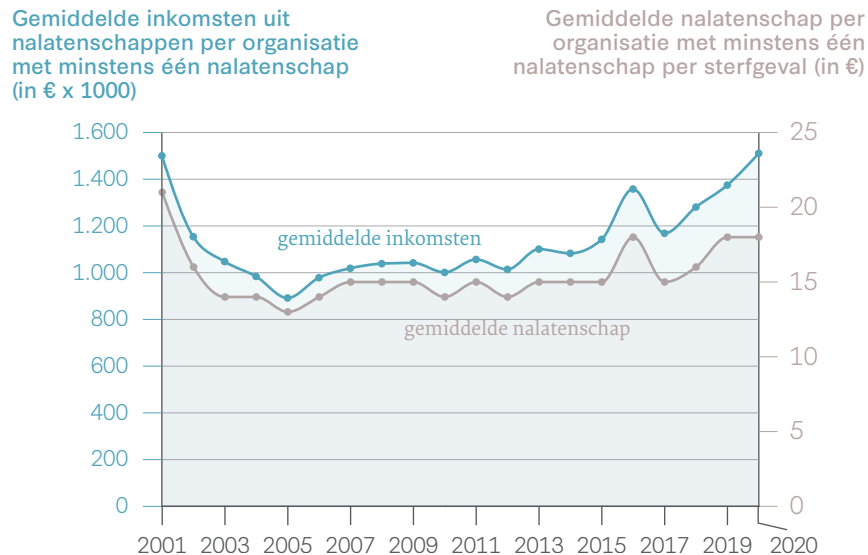
We zien dat ondanks de stijgende sterftcijfers het gemiddelde bedrag aan inkomsten uit nalatenschappen per sterfgeval daalt met enige fluctuatie. In 2001 bedraagt de gemiddelde nalatenschap per goed doel per overledene ongeveer € 21 in 2020 is dit € 18. Het gaat hierbij om de gemiddelde nalatenschap in € per sterfgeval per goed doel met ten minste één nalatenschap bekend bij het CBF. Het gaat niet om de gemiddelde nalatenschap in € per erfplater per goed doel met ten minste één nalatenschap bekend bij het CBF.

De algemene trend is dat de variatie in de gemiddelde inkomsten uit nalatenschappen per goed doel niet verklaard wordt door een toe- of afname in het aantal sterfgevallen. In de laatste twee jaar stijgen de gemiddelde inkomsten uit nalatenschappen per goed doel, maar zwakken de gemiddelde inkomsten uit nalatenschappen per goed doel per sterfgeval af. Dit betekent dat in de laatste twee jaar de stijging in de inkomsten uit nalatenschappen mede bepaald wordt door een toename in het aantal sterfgevallen. Dit komt overeen met de Graaf (2022) die stelt dat de inkomsten uit nalatenschappen toenemen door een stijging in het aantal mensen dat overlijdt.



Figuur 2.4: In de laatste twee jaar wordt de stijging in gemiddelde inkomsten uit nalatenschappen per goed doel mede bepaald door een stijging in het aantal sterfgevallen ^a

Gemiddelde inkomsten uit nalatenschappen per organisatie met minstens één nalatenschap (in €) en gemiddelde nalatenschap per organisatie met minstens één nalatenschap per sterfgeval (in €), 2001–2020



Bron: CBF (februari 2022); CBS, Statline (Overledenen kerncijfers, september 2021)

^a Het gaat om de gemiddelde nalatenschap per goed doel met minstens één nalatenschap per sterfgeval (in €) en niet om de gemiddelde nalatenschap per goed doel met minstens één nalatenschap per erflater.

Begrippenkader

Voor een goed begrip van de in dit hoofdstuk opgenomen cijfers maken we gebruik van het begrippenkader en de definities zoals deze in de vorige editie van Geven in Nederland uiteengezet zijn (Schuyt, Mariani & Felix, 2017). Een *nalatenschap* of *erfenis* is het geheel van bezittingen en schulden dat een overleden persoon achterlaat. In een uiterste wil kan worden vastgelegd wie op de nalatenschap aanspraak kunnen maken. De meest gangbare vorm van een uiterste wil is het testament, vastgelegd in een notariële akte. Nalaten aan een goed doel kan alleen via een testament. Een codicil (een eigen, handgeschreven verklaring) is niet voldoende.

Er zijn twee vormen van nalatenschappen: een *erfstelling* of een *legaat*. In een erfstelling wordt het goede doel als *erfgenaam* opgenomen in een testament. Een *erfgenaam* krijgt van rechtswege de gehele erfenis of een evenredig deel daarvan. Van rechtswege wil zeggen 'automatisch', zonder dat diegene er iets voor hoeft te doen. De erfgenaam kan ervoor kiezen de erfenis *beneficiair* te aanvaar-

den. Deze manier van aanvaarden voorkomt dat hij, wanneer de erfenis meer lasten dan baten bevat, schulden uit zijn eigen vermogen moet voldoen. Zijn er nog bezittingen over nadat de schulden zijn voldaan, dan ontvangt de erfgenaam die. Een *legaat* wijst bepaalde goederen of een bepaald geldbedrag aan een *legataris* toe. De legataris krijgt het aan hem vermaakte niet van rechtswege, maar heeft een vordering die de legataris kan opeisen. De posities van beide begunstigden verschillen wezenlijk. Een legataris krijgt iets (eventueel onder voorwaarden). Erfgenaam zijn gaat veel verder: de erfgenaam krijgt ook de schulden en de vorderingen van de overledene.

Voordat een goed doel een nalatenschap ontvangt moeten er een aantal beslissingen worden genomen. Figuur 2.5 geeft deze schematisch weer. Wanneer iemand het goede doel wil laten delen in zijn of haar nalatenschap dan is daarvoor tijdige actie vereist. Wie geen stappen onderneemt tot het opmaken van een testament laat het vermogen na overlijden volgens de wet vererven naar

2.3 Trends in nalatenschappen per sector

Gezondheid en internationale hulp populairste doelen voor nalatenschappen

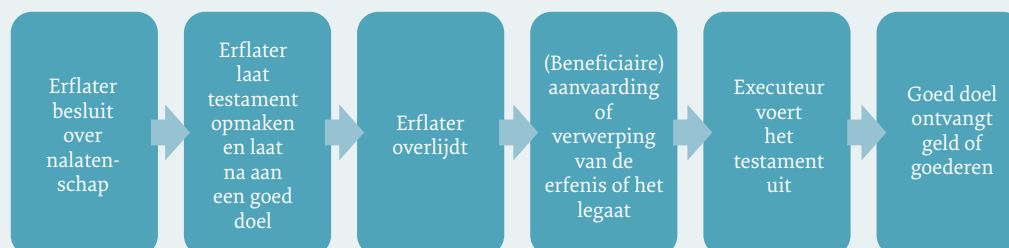
Figuur 2.6 geeft de trends weer voor zeven van de acht onderscheiden sectoren over de periode 2001–2020. In dit overzicht ontbreekt wederom de sector sport en recreatie. De doelen zijn geordend naar de totale waarde van de nalatenschappen bekend bij het CBF over de onderzochte periode.

In absolute waarde ontvangen goededoelenorganisaties actief op het terrein van gezondheid en internationale hulp de meeste inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF. De cijfers van het CBF bevatten relatief veel goededoelenorganisaties actief op het terrein van internationale hulp (zie methodologische verantwoording), wat de hoogte van de totale inkomsten uit nalatenschappen mede kan verklaren. Goededoelenorganisaties in de sector gezondheid ontvangen de meeste inkomsten uit nalatenschappen. Dit is een trend die sinds 2014 is ingezet. Het totaal aan inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF aan goededoelenorganisaties actief op het terrein van maatschappelijke en sociale doelen, milieu, natuur en dieren is relatief constant met een lichte toename over de gehele periode. Op het terrein van maatschappelijke en sociale doelen valt een opvallende piek te zien in 2013. Deze piek wordt veroorzaakt door uitschieters in nalatenschappen bij de Zonnebloem en het Leger des Heils. De tijdelijke pieken en dalen passen bij de grilligheid van de inkomsten uit nalatenschappen.

familie of, in het uiterste geval wanneer er niemand anders is die kan of wil erven, naar de staat. Wanneer er een testament is, contacteert de notaris de erfgenamen en legatarissen. De erfgenamen en legatarissen worden op de hoogte gebracht van de inhoud van het testament. Het goede doel kan de nalatenschap of het legaat

aanvaarden of verwerpen. Op grond van de statuten zijn goede doelen veelal gehouden een erfenis beneficiair te aanvaarden. De executeur wikkelt vervolgens de erfenis af. Goededoelenorganisaties met een ANBI-status hoeven geen erfbelasting te betalen over een erfdeel of een legaat.

Figuur 2.5: Schematische weergave van een nalatenschap aan een goed doel





Figuur 2.6: Gezondheid en internationale hulp populairste doelen voor nalatenschappen

Totale inkomsten uit nalatenschappen naar sector (in € miljoenen), 2001–2020



Bron: CBF (februari 2022)

Stijging in nalatenschappen aan cultuur toe te schrijven aan een enkele organisatie

Sinds 2015 is er een opvallende stijging te zien in de inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF in de sector cultuur. Deze stijging in de inkomsten uit nalatenschappen aan cultuur wordt grotendeels veroorzaakt door nalatenschappen aan het Prins Bernhard Cultuurfonds. Het Prins Bernhard Cultuurfonds ontving circa € 0,4 miljoen euro aan nalatenschappen in 2014. Dit steeg naar € 3 miljoen in 2015, € 17 miljoen in 2016, € 10 miljoen in 2017, € 22 miljoen in 2018 en € 18 miljoen in 2020. In 2020 ontvingen volgens de cijfers van het CBF 14 goededoelenorganisaties op het terrein van cultuur minstens één nalatenschap⁴. Het Prins Bernhard Cultuurfonds is verantwoordelijk voor 71% van de nalatenschappen bekend bij het CBF aan cultuur in 2020. Het fonds staat op nummer vier in de top 10 van goededoelenorganisaties met de meeste inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF (zie tabel 2.1). Het Prins Bernhard Cultuurfonds is het enige goede doel uit de sector cultuur in de top 10.

Het Prins Bernhard Cultuurfonds biedt mensen al tientallen jaren de mogelijkheid om na te laten aan het fonds. Dit kan in de vorm van een financiële schenking, maar ook in de vorm van (on)roerend goed, grond, schilderijen of een collectie. Het Cultuurfonds beheert echter geen spullen, maar zorgt voor de verkoop ervan. De opbrengsten daarvan gebruikt het Cultuurfonds voor de bestemming zoals de erflater deze in het testament heeft vastgelegd.

⁴ Relatief weinig culturele instellingen rapporteren aan het CBF. Hierdoor zijn de nalatenschappen bekend bij het CBF de absolute ondergrens van nalatenschappen aan deze sector.

Nalatenschappen kunnen verschillende vormen aannemen, zoals een vrij besteedbare schenking (een schenking zonder specifieke bestemming), een schenking met specifieke bestemming, of met een 'CultuurFonds op Naam'. Dit kan via een bestaand CultuurFonds op Naam, maar erflaters kunnen ook hun eigen CultuurFonds op Naam instellen (vanaf een schenking van € 50.000). De ontvangen nalatenschappen bij het Prins Bernhard Cultuurfonds bestaan voornamelijk uit erfstellingen waarbij het Prins Bernhard Cultuurfonds benoemd wordt tot erfgenaam (zie begrippenkader). Het Prins Bernhard Cultuurfonds ontvangt dan van rechtswege de gehele erfenis of een evenredig deel daarvan. De relatief hoge inkomsten uit nalatenschappen komen voort uit een relatief klein aantal erfstellingen met substantiële nalatenschappen. Erfstellingen van substantiële waarde veroorzaken de toename in de inkomsten uit nalatenschappen bij het fonds sinds 2015.

Inkomsten uit nalatenschappen aan kerk en levensbeschouwing en onderwijs en onderzoek blijven achter

Goededoelenorganisaties actief op het terrein van kerk en levensbeschouwing en onderwijs en onderzoek blijven achter wat betreft de absolute waarde van de ontvangen inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF (zie figuur 2.6). Goededoelenorganisaties actief op het terrein van kerk- en levensbeschouwing ontvingen € 12 miljoen euro in 2020; goededoelenorganisaties in de sector onderwijs en onderzoek ontvingen € 0,2 miljoen euro aan nalatenschappen. Zoals eerder vermeld geven de cijfers van het CBF geen volledig beeld van de waarde aan nalatenschappen in deze twee sectoren. De cijfers bevatten relatief weinig religieuze instellingen en onderwijsinstellingen (zie methodologische verantwoording). Naar alle waarschijnlijkheid vormen de inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF binnen deze sectoren de absolute ondergrens van de inkomsten uit nalatenschappen.

Goededoelenorganisaties in de sector gezondheid ontvangen gemiddeld de hoogste inkomsten uit nalatenschappen

Figuur 2.7 houdt rekening met de omvang en samenstelling van de cijfers van het CBF en geeft de gemiddelde inkomsten uit nalatenschappen weer per goed doel met minstens één nalatenschap. Figuur 2.7 geeft de trends voor zes van de acht onderscheiden sectoren weer over de periode 2001–2020. In dit overzicht ontbreekt de sector sport en recreatie en de sector onderwijs en onderzoek omdat de inkomsten uit nalatenschappen en het aantal goededoelenorganisaties met tenminste één nalatenschap bekend bij het CBF in deze sectoren beperkt is.

Ook het aantal culturele instellingen met minstens één nalatenschap bekend bij het CBF is beperkt (<14). We zien dit terug in de sterke pieken en dalen in figuur 2.7. In 2002 ontvingen goededoelenorganisaties in de sector cultuur met minstens één nalatenschap gemiddeld € 550.000, in 2020 is dit gemiddelde bedrag opgelopen tot € 1,9 miljoen. Wederom zien we dat de gemiddelde inkomsten uit nalatenschappen per culturele instelling met minstens één nalatenschap sterk zijn toegenomen sinds 2015. De inkomsten uit nalatenschappen aan het Prins Bernhard Cultuurfonds verklaren deze toename.

De gemiddelde inkomsten uit nalatenschappen aan goededoelenorganisaties actief op het terrein van gezondheid met minstens één nalatenschap zijn het hoogst van alle sectoren (zie figuur 2.7). In 2020 ontving een goed doel in de sector gezondheid met minstens één nalatenschap gemiddeld € 3,2 miljoen aan nalatenschappen. Binnen deze sector is er sinds 2009 een stijgende trend ingezet met enige fluctuatie. Op basis van de cijfers van het CBF kenmerkt deze sector zich door een relatief klein aantal goededoelenorganisaties met hoge inkomsten uit nalatenschappen. Zo ontvingen 40 goededoelenorganisaties in de sector gezondheid gezamenlijk € 128 miljoen in 2020. In tabel 2.1 (eerder in dit hoofdstuk) zien we dat vier goededoelenorganisaties met CBF-Erkenning uit de sector gezondheid in de top 10 vallen met de meeste inkomsten uit nalatenschappen in 2020: KWF Kankerbestrijding,



2. | NALATENSCHAPPEN

Hartstichting, Nierstichting en Alzheimer Nederland. Sinds 2018 nemen de gemiddelde inkomsten uit nalatenschappen toe. Toekomstige metingen moeten uitwijzen hoe nalatenschappen aan goededoelenorganisaties in de sector gezondheid zich verder ontwikkelen en of deze toename doorzet.

De gemiddelde inkomsten uit nalatenschappen nemen nauwelijks toe voor goededoelenorganisaties in de sectoren internationale hulp, milieu, natuur en dieren, maatschappelijke en sociale doelen, en kerk en levensbeschouwing

De gemiddelde inkomsten uit nalatenschappen per goed doel met minstens één nalatenschap in de sectoren internationale hulp, milieu, natuur en dieren, maatschappelijke en sociale doelen, en kerk en levensbeschouwing zijn relatief stabiel over de onderzochte periode. Uit figuur 2.6 bleek eerder dat goededoelenorganisaties in de sector internationale hulp in absolute waarde, na gezondheid, de meeste inkomsten uit nalatenschappen ontvangen. Uit figuur 2.7 blijkt dat de totale inkomsten uit nalatenschappen binnen deze sector tot stand komt door een groot aantal goededoelenorganisaties dat inkomsten uit nalatenschappen rapporteert. Volgens de cijfers van het CBF ontvingen 81 goededoelenorganisaties uit deze sector minstens één nalatenschap in 2020. De waarde aan nalatenschappen per organisatie in de sector internationale hulp neemt nauwelijks toe sinds 2001. Waar de absolute waarde aan nalatenschappen in deze sector wel stijgt (zie figuur 2.6), blijken de gemiddelde inkomsten per goed doel niet toe te nemen.

Figuur 2.7: Goededoelenorganisaties in de sector gezondheid ontvangen gemiddeld de hoogste inkomsten uit nalatenschappen

Inkomsten uit nalatenschappen per goed doel met minstens één nalatenschap naar sector (in € miljoenen), 2001-2020



Bron: CBF (februari 2022)

Ditzelfde geldt voor goededoelenorganisaties actief op het terrein van natuur, milieu en dieren. In figuur 2.6 zien we sinds 2014 een stijgende trend in de totale inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF aan goededoelenorganisaties in deze sector. In figuur 2.7 zien we echter dat de gemiddelde inkomsten uit nalatenschappen per goed doel met minstens één nalatenschap niet sterk toenemen.

Goededoelenorganisaties met minstens één nalatenschap in de sector kerk en levensbeschouwing ontvangen gemiddeld minder inkomsten uit nalatenschappen vergeleken met alle andere sectoren. De gemiddelde inkomsten uit nalatenschappen aan deze sector nemen niet toe over de onderzochte periode. Een religieuze instelling ontving gemiddeld € 495.000 aan nalatenschappen in 2001, in 2020 was dit € 483.000. Zoals eerder vermeld geven de cijfers van het CBF geen volledig beeld van de waarde aan nalatenschappen in de sector kerk en levensbeschouwing.

2.4 Wie laat na aan een goed doel?

In tegenstelling tot eerdere edities van Geven in Nederland rapporteren we in dit deel van het hoofdstuk enkel over de steekproef onder Nederlanders met Nederlandse herkomst (zie methodologische verantwoording). We hebben geen additionele gegevens over nalatenschappen onder vermogende Nederlanders en Nederlanders met een niet-Nederlandse herkomst. Omdat vermogende Nederlanders vaker nalaten aan een goed doel, zijn de gegevens in dit hoofdstuk minder representatief en niet direct te vergelijken met de gegevens gerapporteerd in eerdere edities van Geven in Nederland.

Eén op de drie respondenten heeft een testament, één op de tien daarvan laat na aan een goed doel

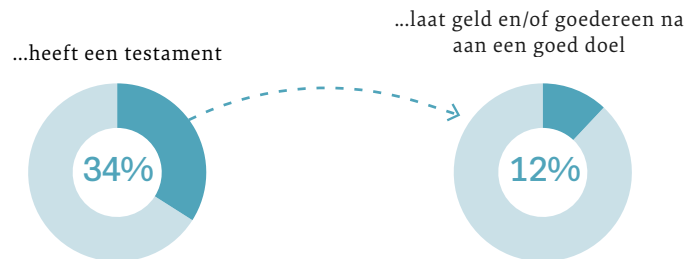
Voor dit hoofdstuk is aan de steekproef onder Nederlanders met Nederlandse herkomst gevraagd in het Geven in Nederland-onderzoek of zij een testament hebben. Aan de respondenten met een testament hebben we vervolgens gevraagd of zij nalaten aan een goed doel. In figuur 2.8 zien we dat één op de drie respondenten een testament heeft (34%). In de vorige editie van Geven in Nederland was dit 33%. Van deze testateurs laat minstens één op de tien geld en/of goederen na aan een goed doel of aan een eigen of door een familielid opgerichte (of bij overlijden op te richten) stichting. Op het eerste gezicht lijkt het aandeel testateurs met nalatenschap aan een goed doel klein. Eerder zagen we dat er in 2020 circa 84.000 mensen zijn overleden. Wanneer 34% daarvan een testament had en circa 12% daarvan naliet aan een goed doel, dan was er sprake van circa 28.500 testateurs en 3.420 testateurs met nalatenschap aan een goed doel.

Onder de testateurs zonder nalatenschap aan een goed doel is gevraagd of zij dit ooit overwogen hebben. 7% heeft wel ooit overwogen om geld en/of goederen na te laten aan een goed doel. Het gemiddelde percentage van de nalatenschap dat naar een goed doel gaat is 51%. De mediaan ligt op 50. Dit betekent dat de helft van de testateurs met nalatenschap aan een goed doel meer dan 50% van de nalatenschap nalaat aan een goed doel, de andere helft laat minder dan 50% van de nalatenschap na aan een goed doel.



Figuur 2.8: Eén op de drie respondenten heeft een testament, één op de tien laat na aan een goed doel

Percentage respondenten met testament en nalatenschap aan een goed doel, 2021 (in %)



Onder 55-plussers heeft 45% een testament en laat 12% na aan een goed doel

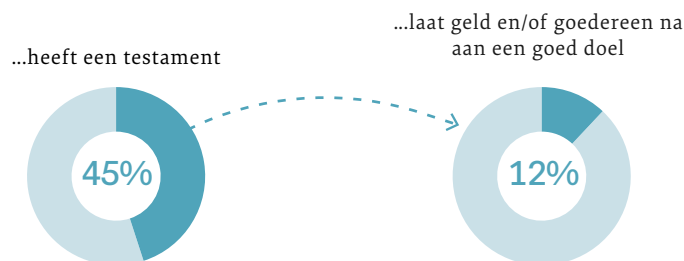
Omdat mensen veelal pas na gaan denken over een testament op latere leeftijd, kijken we ook specifiek naar enkel de groep respondenten van 55 jaar of ouder. In figuur 2.9 zien we dat onder de 55-plussers 45% een testament heeft.

Hiervan laat 12% na aan een goed doel. 8% van de 55-plussers heeft wel ooit overwogen om geld en/of goederen na te laten aan een goed doel. Het gemiddelde percentage van de testateurs met nalatenschap onder 55-plussers dat naar een goed doel gaat is 53%. De mediaan is vergelijkbaar en ligt op 50%. Dit betekent dat de helft van de testateurs met nalatenschap aan een goed doel van 55 jaar of ouder meer dan 50% van de nalatenschap nalaaat aan een goed doel, de andere helft laat minder dan 50% van de nalatenschap na aan een goed doel.

Vergeleken met de resultaten onder de gehele populatie hebben 55-plussers vaker een testament (45% tegenover 34%). Er is geen verschil in het percentage respondenten met testament en nalatenschap aan een goed doel onder alle leeftijdscategorieën samen en specifiek de 55-plussers. Onder beide groepen is dit 12%. Omdat 55-plussers vaker een testament hebben, resulteert de 12% wel in meer nalatenschappen in absolute aantallen.

Figuur 2.9: Onder 55-plussers heeft 45% een testament en laat 12% na aan een goed doel

Percentage respondenten 55+ met testament en nalatenschap aan een goed doel, 2021 (in %)

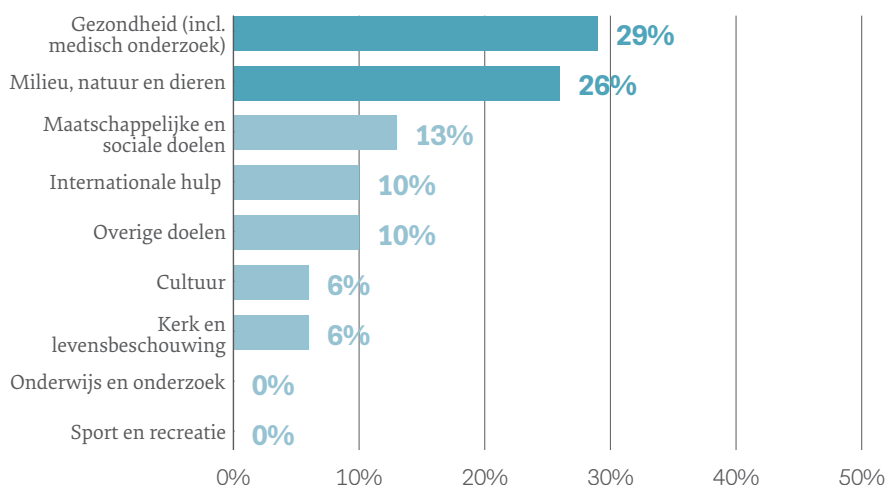


Gezondheid en milieu, natuur en dieren populairste doelen onder respondenten met testament en nalatenschap

De respondenten met testament en een nalatenschap aan het goede doel laten het vaakst een nalatenschap na aan de sector gezondheid (29%), gevolgd door de sector milieu, natuur en dier (26%) (zie figuur 2.10). Testateurs laten minder vaak na aan kerk en levensovertuiging (6%) en cultuur (6%). Geen van de respondenten geeft aan na te laten aan goededoelenorganisaties op het terrein van sport en recreatie en aan de sector onderwijs en onderzoek. Dit lijkt grotendeels overeen te komen met eerdere bevindingen in dit hoofdstuk op basis van de cijfers van het CBF (zie figuur 2.2). Op basis van de cijfers van het CBF over de ontvangen inkomsten uit nalatenschappen, komt de sector internationale hulp duidelijker naar voren als mogelijke ontvanger voor nalatenschappen vergeleken met de steekproef van Geven in Nederland.

Figuur 2.10: Gezondheid en milieu, natuur en dieren populairste goede doelen onder respondenten met testament en nalatenschap

Aandeel respondenten met nalatenschappen per sector, 2021 (in %)



Testateurs zijn vaak ouder en hebben vaker een partner

Om meer inzicht te krijgen in de achtergrondkenmerken van de respondenten met testament en de testateurs die vervolgens nalaten aan een goed doel, vergelijken we deze respondenten op verschillende achtergrondkenmerken.

In tabel 2.2 brengen we verschillende demografische achtergrondkenmerken van respondenten met en zonder testament en nalatenschap in kaart. Testateurs zijn gemiddeld ouder (62 jaar) dan de respondenten die geen testament hebben opgesteld (51 jaar). Geslacht lijkt niet samen te hangen met het hebben van een testament, omdat het aandeel vrouwen en mannen met een testament niet veel verschilt van het aandeel van de respondenten zonder testament. Gezinsamenstelling lijkt wel samen te hangen met het hebben van een testament. Testateurs hebben vaker een partner (79%) dan respondenten zonder testament (54%). Het hebben van kinderen lijkt niet van invloed te zijn op het hebben van een testament, maar mensen met kinderen hebben iets vaker geen testament (25%) vergeleken met de respondenten zonder testament (20%). Er zijn geen grote verschillen zichtbaar in opleidingsniveau en religieuze participatie onder respondenten met testament en zonder testament. Hierdoor lijken opleiding en religie geen samenhang te hebben met het hebben van een testament.



Tabel 2.2: Testateurs zijn vaak ouder en hebben vaker een partner en testateurs met nalatenschap aan een goed doel zijn vaker alleenstaand en hebben vaker geen kinderen

Achtergrondkenmerken van respondenten met en zonder testament en nalatenschap aan een goed doel, 2021 (in %)

	Heeft testament		Heeft testament met nalatenschap aan goed doel	
	Niet	Wel	Niet	Wel
%	66	34	88	12
<i>Demografische kenmerken</i>				
Man	48	52	53	49
Vrouw	52	48	47	52
Gemiddelde leeftijd ^a	51	62	61	61
Partner	54	79	81	64
Kinderen	25	20	21	12
Lager opgeleid	14	14	14	15
Hoger opgeleid	43	47	49	42
Gelovig	25	25	23	27

^a Gemiddelde leeftijd in jaren

Testateurs met nalatenschap aan een goed doel zijn vaker alleenstaand en hebben vaker geen kinderen

Van de respondenten die kenbaar maakten een testament te hebben (34%), hebben we dezelfde demografische achtergrondkenmerken vergeleken onder de respondenten die wel en niet nalaten aan een goed doel (zie tabel 2.2). We zien geen verschil in de gemiddelde leeftijd onder respondenten die wel of geen nalatenschap aan een goed doel hebben opgenomen in het testament. Het aandeel vrouwen onder testateurs met nalatenschap aan een goed doel is iets hoger (52%) vergeleken met het aandeel vrouwen onder de testateurs zonder nalatenschap aan een goed doel (47%).

De respondenten met een testament zonder nalatenschap aan een goed doel hebben vaker een partner (81%) dan de respondenten met testament die wel nalaten aan een goed doel (64%). Uit eerdere literatuur blijkt dat één van de belangrijkste factoren voor het nalaten aan een goed doel de gezinssamenstelling is. Dit is met name het niet hebben van kinderen (Routley, Sargeant & Day, 2018; Wiepking, Madden & McDonald, 2010; Wiepking, Scaife & McDonald, 2012). Het hebben van kinderen zou de kans op een nalatenschap aan een goed doel verlagen (Routley, Sargeant & Day, 2018). We zien dat testateurs met nalatenschap aan een goed doel minder vaak kinderen hebben (12%). Daarmee hangt het niet hebben van kinderen inderdaad samen met het nalaten aan een goed doel.

Ook onder respondenten met een testament lijken opleidingsniveau en religiositeit geen sterke samenhang te hebben met een nalatenschap aan een goed doel. Testateurs met nalatenschap aan een goed doel zijn iets vaker gelovig (27%) dan testateurs zonder nalatenschap aan een goed doel (23%).

Testateurs hebben een hoger vermogen maar testateurs met nalatenschap aan een goed doel hebben een lager jaarlijks inkome

Naast demografische achtergrondkenmerken, bekijken we ook de financiële achtergrond van respondenten met en zonder testament en nalatenschap aan een goed doel (zie tabel 2.3). Het totale vermogen (exclusief de WOZ-waarde van een woning) en het jaarlijks inkomen verschillen sterk tussen respondenten met en zonder testament en nalatenschap aan een goed doel. Testateurs hebben met name een groter vermogen en jaarlijks inkomen dan respondenten zonder testament. 50% van de respondenten met testament heeft een vermogen (exclusief WOZ-waarde van een woning) van € 37.500 of meer, dit is € 17.500 voor de respondenten zonder testament.

Onder de testateurs is er een verschil te zien omtrent het jaarlijks inkomen tussen de groep die nalaat aan een goed doel en de groep die dit niet doet. Opvallend is dat testateurs met nalatenschap aan een goed doel een lager inkomen hebben. Dit kan samenhangen met het gegeven dat we geen aanvullende informatie hebben onder vermogende Nederlanders over nalatenschappen. Over het algemeen laten vermogenden vaker na aan goededoelenorganisaties. Van de testateurs met nalatenschap aan een goed doel heeft 50% een jaarlijks inkomen van € 25.200 of meer (de mediaan). Dit is € 39.130 of meer voor de testateurs die niet nalaten aan een goed doel. De hoogte van het inkomen hangt in zekere mate samen met andere achtergrondkenmerken. Zo zien we dat mannen en hoger opgeleiden vaker een testament hebben, maar minder vaak nalaten aan een goed doel. Mannen en hoger opgeleiden hebben over het algemeen een hoger inkomen.

In het Geven in Nederland-onderzoek vroegen we ook of iemands vermogen in de afgelopen 12 maanden was gedaald, gelijk gebleven of gestegen. Tabel 2.3 laat zien dat respondenten zonder testament vaker aangeven dat het vermogen gelijk is gebleven. Daarentegen geven testateurs onafhankelijk van het wel of niet nalaten aan een goed doel, vaker aan dat het vermogen is gestegen in de afgelopen 12 maanden voorafgaand aan het onderzoek.

Respondenten zonder testament hebben vaker betaald werk (60%) vergeleken met de groep met testament (50%). Daarnaast hebben testateurs met nalatenschap aan een goed doel vaker betaald werk (55%) dan de testateurs zonder nalatenschap aan een goed doel (50%). Het hebben van betaald werk hangt over het algemeen samen met leeftijd. Zo zien we dat mensen zonder testament over het algemeen jonger zijn en vaker betaald werk verrichten, vergeleken met mensen zonder testament. Deze respondenten zijn over het algemeen ouder en hebben minder vaak betaald werk. Zelfstandige ondernemers laten vaker na aan een goed doel (33%) dan respondenten die aangeven in loondienst te zijn (of werkzaam voor de overheid).

Niet alleen het daadwerkelijke vermogen en jaarlijks inkomen kan van belang zijn, de perceptie rondom financiële zekerheid kan ook een rol spelen in de keuzes rondom geven. In het Geven in Nederland-onderzoek vroegen we ook naar het gevoel van financiële zekerheid onder respondenten: "Hoe financieel zeker was de positie van uw huishouden in het afgelopen jaar op een schaal van 1 tot 10?". De financiële zekerheid verschilt nauwelijks tussen respondenten met en zonder testament en nalatenschap aan een goed doel. Testateurs zonder nalatenschap voelen zich financieel zekerder dan mensen zonder testament of testateurs met nalatenschap aan een goed doel. De verschillen zijn echter klein.



2. | NALATENSCHAPPEN

Tabel 2.3: Testateurs hebben een groter vermogen en testateurs met nalatenschap aan een goed doel hebben een lager jaarlijks inkomen

Financiële achtergrondkenmerken van respondenten met en zonder testament en nalatenschap aan goed doel, 2021 (in %)

	Heeft testament		Heeft testament met nalatenschap aan goed doel	
	Niet	Wel	Niet	Wel
%	66	34	88	12
<i>Financiële achtergrond</i>				
Mediaan inkomen (in €) ^a	27.600	37.907	39.130	25.200
Mediaan vermogen (in €) ^b	17.500	37.500	37.500	37.500
Vermogen gedaald ^c	23	23	23	27
Vermogen gelijk gebleven ^c	44	35	35	27
Vermogen gestegen ^c	33	41	42	46
Betaald werk	60	50	50	55
Zelfstandig ondernemer	16	18	16	33
Gevoel van financiële zekerheid afgelopen jaar ^d	7.8	8.0	8.1	7.8

^a Op basis van het gerapporteerde netto jaarinkomen van het huishouden

^b Exclusief de WOZ-waarde van een woning

^c In het afgelopen jaar, zelfrapportage

^d Perceptie van de respondent op een schaal van (1) financieel onzeker tot (1) financieel zeker

Testateurs met nalatenschap aan een goed doel zijn minder vrijgevig tijdens het leven

Zijn testateurs met nalatenschap aan een goed doel ook grotere gevers bij leven? Om deze vraag te beantwoorden hebben we verschillende vormen van geefgedrag onder testateurs met nalatenschap aan een goed doel vergeleken met de testateurs zonder nalatenschap. In tabel 2.4 is te zien dat testateurs met nalatenschap aan een goed doel minder vrijgevig zijn tijdens het leven. Testateurs zonder nalatenschap aan een goed doel geven vaker geld bij leven (79%), dan de testateurs met nalatenschap aan een goed doel (70%). Ook geven testateurs die niet nalaten aan een goed doel vaker via huis-aan-huiscollectes (70%). De hoogte van een financiële gift en de waarde van de gedoneerde goederen zijn ook hoger onder de testateurs zonder nalatenschap vergeleken met de waarde van de donatie onder testateurs met nalatenschap aan een goed doel. Ook hier hangen enkele kenmerken samen. Testateurs zonder nalatenschap zijn vrijgeviger, maar hebben ook vaker een hoger inkomen. Mensen met een hoger inkomen geven over het algemeen vaker en meer aan goede doelen. Ondanks dat testateurs met nalatenschap minder vrijgevig zijn bij leven, rapporteren testateurs met nalatenschap aan een goed doel wel een hoger bedrag in de giftenaftrek dan testateurs die niet nalaten aan een goed doel. Het verschil is relatief klein. Van de testateurs met nalatenschap aan een goed doel heeft 50% een giftenaftrek van € 900 of meer. Dit is € 887 of meer onder de testateurs die niet nalaten aan een goed doel.

Ook wanneer we kijken naar vrijwilligerswerk, zien we in tabel 2.4 dat meer testateurs zonder nalatenschap aan een goed doel vrijwilligerswerk verrichten (52%) vergeleken met testateurs met nalatenschap aan een goed doel (42%). De testateurs met nalatenschap aan een goed doel geven gemiddeld wel meer uren als vrijwilliger.

Tabel 2.4: Testateurs met nalatenschap aan een goed doel zijn minder vrijgevig bij leven

Kenmerken omtrent vrijgevigheid van respondenten met en zonder nalatenschap aan een goed doel, 2021 (in %)

	Testament met/zonder nalatenschap aan goed doel	
	Niet	Wel
%	88	12
<i>Geven bij leven</i>		
Geeft geld aan goede doelen	79	70
Mediane gift (in €) ^a	200	192
Hoogte giftenaftrek (in €)	887	900
Geeft via huis-aan-huiscollectes	70	55
Geeft goederen aan goede doelen	32	30
Mediane gift goederen (in €) ^a	100	76
Doet aan formeel vrijwilligerswerk	52	42
Uren per maand	17,4	21,3
Bloeddonatie afgelopen twee jaar	9	6
Stelt organen beschikbaar	68	67

^a Op jaarbasis, onder donateurs



Opvallende verschillen in percepties en vertrouwen ten opzichte van goededoelenorganisaties onder mensen met en zonder testament en nalatenschap aan een goed doel

We kijken ook naar percepties ten aanzien van en het vertrouwen van respondenten in goededoelenorganisaties en de overheid. In het onderzoek zijn twee vragen voorgelegd aan respondenten die het vertrouwen meten in goededoelenorganisaties en de overheid. Een voorbeeldvraag is “Hoeveel vertrouwen heeft u in de goede doelen in Nederland?”. De vragen werden beantwoord op een 5-puntsschaal variërend van (1) helemaal geen tot (5) erg veel. Uit de resultaten blijkt dat testateurs met nalatenschap aan een goed doel meer vertrouwen hebben in de overheid (zie tabel 2.5). Testateurs die niet nalaten aan een goed doel hebben minder vaak vertrouwen in goededoelenorganisaties (32%) dan respondenten zonder testament (43%) of testateurs met nalatenschap aan een goed doel (39%).

In het onderzoek legden we respondenten ook een aantal stellingen voor over goededoelenorganisaties (zie tabel 2.5). Testateurs met nalatenschap aan een goed doel vinden vaker dat goede doelen belangrijk zijn voor de maatschappij (57%) dan testateurs zonder nalatenschap aan een goed doel (52%). Respondenten zonder testament blijken echter het vaakst vertrouwen in goededoelenorganisaties te hebben (60%). Opvallend is dat ruim twee derde van de testateurs met nalatenschap aan een goed doel vindt dat goede doelen hun inkomsten verspillen (67%). Deze percentages zijn lager onder de andere respondenten.

Tabel 2.5: Opvallende verschillen in percepties en vertrouwen ten opzichte van goededoelenorganisaties onder mensen met en zonder testament en nalatenschap aan een goed doel

Perceptie ten aanzien van en vertrouwen in goededoelenorganisaties en de overheid van respondenten met en zonder testament en nalatenschap aan goed doel, 2021 (in %)

	Heeft testament		Heeft testament met nalatenschap aan goed doel	
	Niet	Wel	Niet	Wel
%	66	34	88	12
<i>Perceptie en vertrouwen</i>				
Heeft vertrouwen in goede doelen	43	45	32	39
Heeft vertrouwen in overheid	34	32	38	50
Vindt goede doelen belangrijk voor maatschappij	60	52	52	57
Goede doelen verspillen hun inkomsten	47	52	51	67

Conclusie

Nalatenschappen vormen een belangrijke inkomstenbron voor goededoelenorganisaties. Op basis van cijfers van het CBF vormen nalatenschappen zo'n 15% van de totale inkomsten van goededoelenorganisaties indien een goed doel inkomsten uit nalatenschappen ontvangt. Goededoelenorganisaties met inkomsten uit nalatenschappen halen de laatste jaren een groter deel van hun particuliere inkomsten uit nalatenschappen.

De waarde van nalatenschappen aan goededoelenorganisaties was ten minste € 391 miljoen in 2020. Dit bedrag is een absolute ondergrens, omdat niet alle goededoelenorganisaties met inkomsten uit nalatenschappen bekend zijn bij het CBF. Op basis van de cijfers van het CBF ontvingen goededoelenorganisaties actief op het terrein van gezondheid het grootste bedrag aan nalatenschappen in 2020. Dit wordt gevolgd door internationale hulp, milieu, natuur en dieren, en maatschappelijke en sociale doelen. De waarde aan nalatenschappen op het terrein van cultuur, kerk en levensbeschouwing, en onderwijs en onderzoek zijn relatief klein. De cijfers van het CBF bevatten echter relatief weinig culturele, religieuze en onderwijsinstellingen.

Steeds meer mensen laten vaker of meer na aan een goed doel. Vooral het aantal kinderloze en vermogende ouderen dat nalaat aan goededoelenorganisaties neemt toe (Bekkers, 2013). De verwachting is dat dit aantal alleen maar zal stijgen in de komende jaren door verschillende demografische ontwikkelingen. Zo is er sprake van toenemende vergrijzing, zijn er meer alleenstaanden en mensen zonder kinderen, en neemt de gemiddelde levensverwachting toe. Hierdoor is de voorspelling dat meer mensen komen te overlijden en dat de gemiddelde waarde aan nalatenschappen toe neemt.

Uit het Geven in Nederland-onderzoek blijkt dat één op de drie Nederlanders (met Nederlandse herkomst) een testament heeft waarin zij hebben vastgelegd aan wie zij nalaten. 12% van de mensen met een testament laat na aan een goed doel. Testateurs met nalatenschap aan een goed doel zijn over het algemeen vaker alleenstaand en hebben vaker geen kinderen. Gezien de demografische ontwikkelingen – meer alleenstaanden en meer mensen zonder kinderen – is de voorspelling dat meer mensen nalaten aan een goed doel. Opvallend is dat testateurs met nalatenschap aan een goed doel een lager inkomen hebben en minder vrijgevig zijn tijdens het leven. Dit kan samenhangen met het gegeven dat we geen aanvullende informatie hebben onder vermogende Nederlanders over nalatenschappen. Over het algemeen laten vermogenden vaker na aan goededoelenorganisaties.

Hoe de inkomsten uit nalatenschappen zich de komende jaren ontwikkelen hangt niet alleen af van demografische ontwikkelingen, maar ook van de vermogenspositie van Nederlandse particulieren, de sterftecijfers en de opname van goededoelenorganisaties in testamenten. Desalniettemin is de algehele prognose dat de nalatenschappen aan goededoelenorganisaties zullen blijven groeien.



Referenties

- Bekkers, R. (2013). De maatschappelijke betekenis van filantropie. Oratie Vrije Universiteit Amsterdam. https://renebekkers.files.wordpress.com/2013/04/bekkers_filantropie.pdf
- de Graaf, H. (2022). 2020: Een goed jaar voor nalatenschappen. *Vakblad Fondsenwerving*, 24 (1), 26–27.
- Routley, C., Sargeant, A., & Day, H. (2018). *Everything research can tell us about legacy giving in 2018*. University of Plymouth: Hartsook Centre for Sustainable Philanthropy.
- Schuyt, T.N.M., Mariani, E., & Felix, S. (2017). Nalatenschappen. In: Bekkers, R. Schuyt, T.N.M., & Gouwenberg, B.M. (red.). *Geven in Nederland 2017: Giften, Sponsoring, Legaten en Vrijwilligerswerk* (17–134). Amsterdam: Lenthe.
- Wiepking, P., Madden, K., & McDonald, K. (2010). Leaving a legacy: Bequest giving in Australia. *Australasian Marketing Journal*, 18 (1), 15–22.
- Wiepking, P., Scaife, W., & McDonald, K. (2012). Motives and barriers to bequest giving. *Journal of Consumer Behaviour*, 11 (1), 56–66.



3. | GEVEN DOOR
FONDSSEN



SAMENVATTING

Er is grote variëteit in fondsen in Nederland. We maken onderscheid tussen geldwervende fondsen, vermogensfondsen en hybride fondsen. We kijken naar de doelbestedingen van deze fondsen in 2020 en doen verslag van een verkennend onderzoek naar vermogensfondsen. Speciale aandacht wordt besteed aan de impact van de coronapandemie op vermogensfondsen, transparantie en vertrouwen in de samenwerking tussen vermogensfondsen en begunstigers, vrij besteedbare financiering en samenwerking tussen vermogensfondsen en andere partijen.

Fondsen gaven uit de opbrengst van het vermogen

€ 391 miljoen

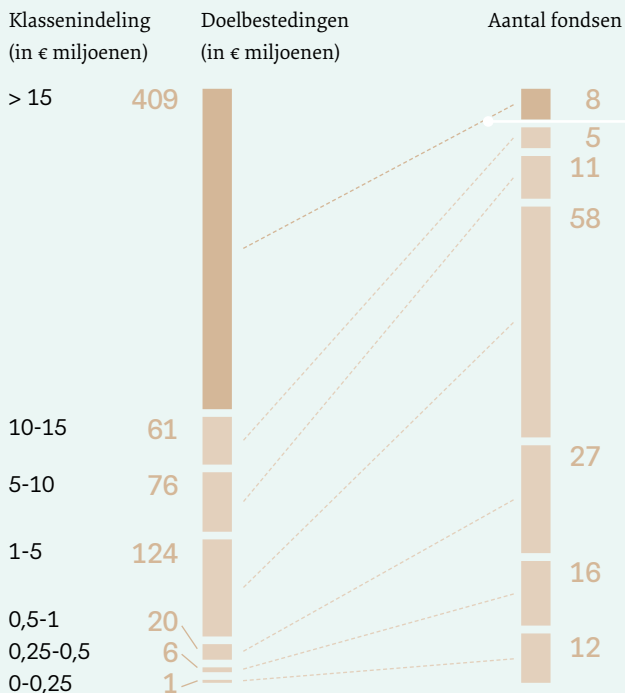
Geldwervende fondsen gaven in 2020 € 4,1 miljard

Doelbestedingen van 763 **geldwervende** (inclusief hybride) **fondsen** (in € miljard)



Vermogensfondsen gaven in 2020 € 697 miljoen

Doelbestedingen van 137 **vermogensfondsen*** per klasse in 2020



Pareto-principe: Een klein deel van de fondsen (n=8) is verantwoordelijk voor het grootste deel (59%) van de doelbestedingen. IKEA Foundation is met € 193 miljoen het grootste fonds.

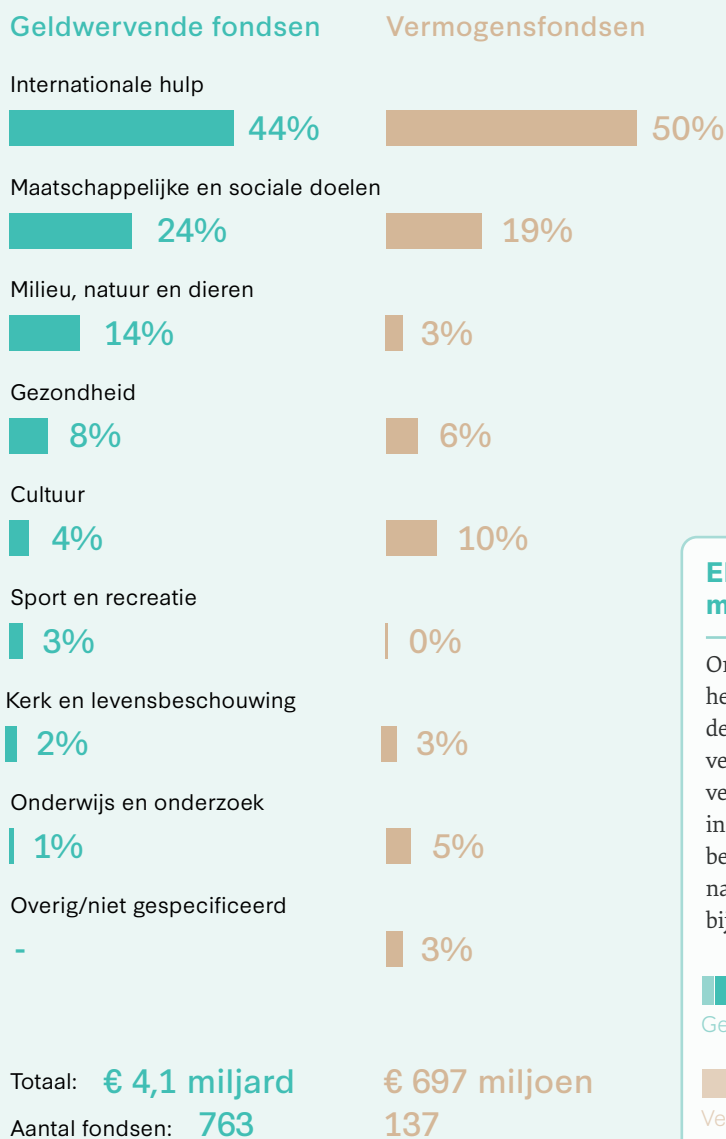
* Het onderzoek onder vermogensfondsen heeft zich geconcentreerd op de grootste fondsen in Nederland. Het betreft fondsen die niet afhankelijk zijn van actieve geldwerving onder het publiek, zoals zuivere vermogensfondsen, familiefondsen en corporate foundations.

7% van de totale giften in 2020



Ca. de helft van de doelbestedingen gaat naar internationale hulp

Percentage doelbestedingen van geldwervende fondsen en vermogensfondsen per sector in 2020



Elke euro voor het goede doel telt maar één keer mee

Om dubbeltellingen te voorkomen tellen we voor het macro-overzicht van Geven in Nederland alleen de doelbestedingen van geldwervende fondsen en vermogensfondsen mee uit de opbrengst van het vermogen. De inkomsten die fondsenwervende instellingen en vermogensfondsen ontvangen van bedrijven, particulieren, andere fondsen, en uit nalatenschappen tellen we niet mee omdat deze bijdragen al in andere hoofdstukken zijn meegeteld.

Geldwervende fondsen: **116 miljoen** van 4,1 miljard

Vermogensfondsen: **275 miljoen** van 697 miljoen



3. GEVEN DOOR FONDSEN

AUTEURS

Stephanie Koolen-
Maas

Barbara Gouwenberg

Arjen de Wit

Pamala Wiepking

Petra van Aken

René Bekkers

Dick de Gilder

Annemijn Nijdam

Er is grote variëteit aan fondsen in Nederland. In dit hoofdstuk maken we onderscheid tussen geldwervende fondsen, vermogensfondsen en hybride fondsen. Allereerst besteden we aandacht aan de inkomsten en doelbestedingen van fondsen in 2020. Hoeveel inkomsten genereerden fondsen in 2020? Hoeveel besteedden zij aan hun doelbesteding en aan welke maatschappelijke terreinen gaven zij?

Ook doen we verslag van een verkennend onderzoek onder vermogensfondsen. Hierin delen we vermogensfondsen op in 'zuivere' vermogensfondsen, familiefondsen en corporate foundations. In dit verkennende onderzoek onderzochten wij de impact van de coronapandemie op vermogensfondsen, de relatie tussen vermogensfondsen en begunstigden, vrij besteedbare financiering en de samenwerking tussen vermogensfondsen en andere partijen. Hoe heeft de coronapandemie invloed gehad op het bestedingsbudget, doelgroepen en het financierings- of donatiebeleid van fondsen in 2020? Hoeveel vertrouwen hebben vermogensfondsen in begunstigden en waar hangt dit vertrouwen mee samen? Op welke manier verlenen vermogensfondsen financiering, welke voorwaarden worden daaraan gesteld en hoe houden vermogensfondsen contact met de begunstigde doelen of projecten? In welke mate, met welke partijen en met welk doel werken vermogensfondsen samen?

3.1 Typen fondsen in Nederland

Er is een grote variëteit in typen fondsen in Nederland

In Geven in Nederland onderscheiden we geldwervende fondsen, vermogensfondsen en hybride fondsen.

Geldwervende fondsen (ook wel fondsenwervende organisaties genoemd) zamelen onder het publiek geld in ter realisatie van hun doelstellingen. Zo verkrijgen KWF Kankerbestrijding, de Nierstichting, het Rode Kruis, Amnesty International, Greenpeace en Human Rights Watch – om enkele voorbeelden te noemen – hun middelen primair via geldwerving. Geldwervende fondsen ontvangen inkomsten uit een verscheidenheid van bronnen, zoals donaties en giften van het Nederlandse publiek en het bedrijfsleven, acties van derden (loterijen), nalatenschappen en subsidies van de overheid.

Onder *vermogensfondsen* verstaan we een brede groep fondsen. Het gaat om onafhankelijke, particuliere non-profitorganisaties met een vermogen en/of structurele inkomstenbron, die ze voor het algemeen nut aanwenden om steun te bieden aan individuen, projecten en organisaties. Voorbeelden zijn de Van Leer Group Foundation, VSBfonds en Start Foundation. Vermogensfondsen die uitsluitend uit het vermogen (en de opbrengsten daarvan)

hun bijdrage aan de maatschappij leveren – en geen andere inkomsten krijgen of daarvan afhankelijk zijn – noemen wij *zuivere vermogensfondsen*. Daarnaast zijn er fondsen die jaarlijks gevoed worden door één structurele inkomstenbron afkomstig van een familie of bedrijf, de zogenaamde familiefondsen of corporate foundations. Er is dan niet altijd sprake van een vermogen, of het rendement van het vermogen maakt maar beperkt deel uit van het budget dat beschikbaar is ten behoeve van het algemeen nut. Een voorbeeld hiervan is de VandenEnde Foundation, die jaarlijks donaties ontvangt van het echtpaar Joop en Janine van den Ende. Een ander voorbeeld is het KPN Mooiste Contact Fonds, dat een jaarlijkse bijdrage van KPN ontvangt. Belangrijk aan alle bovengenoemde typen fondsen is dat zij in de regel niet aan actieve fondsenwerving doen. Zij hoeven zich niet tot het publiek te wenden voor het verkrijgen van financiële middelen. In dit hoofdstuk wordt gesproken over ‘vermogensfondsen’, waarmee wij – tenzij anders aangegeven – bovenstaande brede typering van deze fondsen bedoelen.

Naast vermogensfondsen en geldwervende fondsen telt Nederland verschillende *hybride fondsen*. Dit zijn fondsen die enerzijds baten ontvangen uit de beleggingsresultaten van een vermogen en anderzijds uit fondsenwerving. Voorbeelden zijn het Oranje Fonds, het Prins Bernhard Cultuurfonds, het Kansfonds en universiteitsfondsen zoals het Leids Universiteits Fonds.

Natuurlijk is de bovenstaande typologie slechts een vereenvoudiging van de werkelijkheid. Tussen zuivere vermogensfondsen aan de ene kant van het spectrum en primair geldwervende fondsen aan de andere kant bevinden zich allerlei verschillende variaties en mengvormen van fondsen.

3.2 Geldwervende fondsen

De onderzochte groep

Over een deel van de geldwervende fondsen en hybride fondsen in Nederland zijn gegevens bekend via de CBF-database. Jaarlijks leveren tussen de 800 en 1.000 geldwervende fondsen hun jaarverslag in bij het CBF. Het CBF verwerkt informatie uit het jaarverslag over onder andere de baten en lasten van het fonds in een database. De cijfers van het CBF zijn gebruikt om inzicht te krijgen in de bestedingen van geldwervende fondsen en een groot aantal hybride fondsen in Nederland. Er is gebruik gemaakt van een CBF-database (februari 2022) met de financiële gegevens van 784 fondsen over het jaar 2020. De cijfers van het CBF worden echter continu aangevuld met fondsen die alsnog hun jaarverslag over 2020 aanleveren. Het CBF geeft aan dat dit met name kleine geldwervende fondsen betreft en dat dit naar alle waarschijnlijkheid geen grote invloed meer heeft op het totaalbedrag van de doelbestedingen en inkomsten van fondsen over het jaar 2020.

Geldwervende en hybride fondsen besteedden in 2020 € 4,1 miljard aan hun doelstellingen en verwierven € 4,8 miljard aan inkomsten

In totaal werd in 2020 door 763 geldwervende en hybride fondsen € 4,1 miljard besteed aan hun doelstellingen. Het totaal aan inkomsten voor 2020 bedroeg bijna € 4,8 miljard. Belangrijk om hierbij te vermelden is dat 38% van deze inkomsten afkomstig is van overheidssubsidies (ca. € 1,8 miljard). Die overheidssubsidies vinden met name hun weg naar organisaties zoals het Leger des Heils, Cordaid, Oxfam Novib, VluchtelingenWerk Nederland en Natuurmonumenten.



Geldwervende fondsen dragen het meeste bij aan internationale hulp en aan maatschappelijke en sociale doelen

Tabel 3.1 geeft de inkomsten en bestedingen weer van geldwervende fondsen naar de acht maatschappelijke doelen die onderscheiden worden binnen Geven in Nederland. In 2020 hebben geldwervende fondsen het meest bijgedragen aan doelen op het terrein van internationale hulp en aan maatschappelijke en sociale doelen. Als we de inkomsten van geldwervende fondsen uit overheidssubsidies buiten beschouwing laten en alleen kijken naar de inkomsten uit particuliere bronnen, dan zien we dat organisaties op het terrein van internationale hulp ook van particulieren het meeste geld ontvangen.

Tabel 3.1: Geldwervende fondsen dragen het meeste bij aan internationale hulp en aan maatschappelijke en sociale doelen^a

Inkomsten en bestedingen van geldwervende fondsen, 2020 (in € miljoenen)

	Totaal besteed aan doelstelling	Totale inkomsten (inclusief overheidssubsidies)	Totale inkomsten (exclusief overheidssubsidies)
	(n = 763) ^a	(n = 784) ^a	(n = 500)
Kerk en levensbeschouwing	94	117	117
Gezondheid	314	478	456
Internationale hulp	1.828	2.078	1.236
Milieu, natuur en dieren	575	697	494
Onderwijs en onderzoek	37	16	15
Cultuur	161	211	148
Sport en recreatie ^b	113	134	77
Maatschappelijke en sociale doelen	995	1102	464
Totaal^c	4.117	4.833	3.007

Bron: CBF-database (februari 2022)

^a Er zijn fondsen die wel inkomsten hadden in 2020, maar geen doelbestedingen.

^b De categorie sport en recreatie valt in de CBF-database onder welzijn. Ten behoeve van de Geven in Nederland-indeling in sectoren is de categorie welzijn van de CBF-database uitgesplitst naar de sector sport en recreatie en de sector maatschappelijke en sociale doelen.

^c In verband met afrondingen tellen de waarden per doel niet altijd op tot de gepresenteerde totaalcijfers.

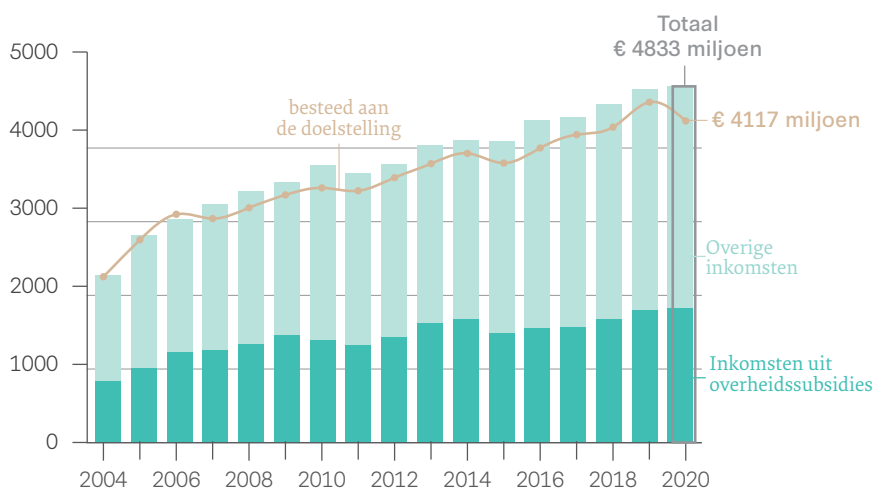
Totale bestedingen van geldwervende fondsen in 2020 gedaald en totale inkomsten licht gestegen

Figuur 3.1 geeft de totale bestedingen van geldwervende fondsen tussen 2004 en 2020 weer. Over de gehele periode zien we een stijgende lijn. Tussen 2019 en 2020 zijn de totale bestedingen echter gedaald van € 4,4 miljard naar € 4,1 miljard. Zoals we later bij de trend per doel zullen zien, heeft deze daling met name te maken met een daling in de bestedingen aan doelen op het terrein van gezondheid.

Ook de totale inkomsten vertonen een stijgende lijn over de gehele periode. We zien echter een stabilisatie in de inkomsten tussen 2019 en 2020, zowel bij de inkomsten uit particuliere bronnen als bij de inkomsten uit overheidssubsidies. Toekomstige cijfers moeten uitwijzen hoe de inkomsten en bestedingen zich verder zullen ontwikkelen.

Figuur 3.1: Totale bestedingen van geldwervende fondsen in 2020 gedaald en totale inkomsten licht gestegen

Inkomsten en bestedingen van geldwervende fondsen, 2004–2020 (in € miljoenen)



Bron: CBF-database (februari 2022)

Totale bestedingen van gezondheidsfondsen sterk afgenomen in 2020

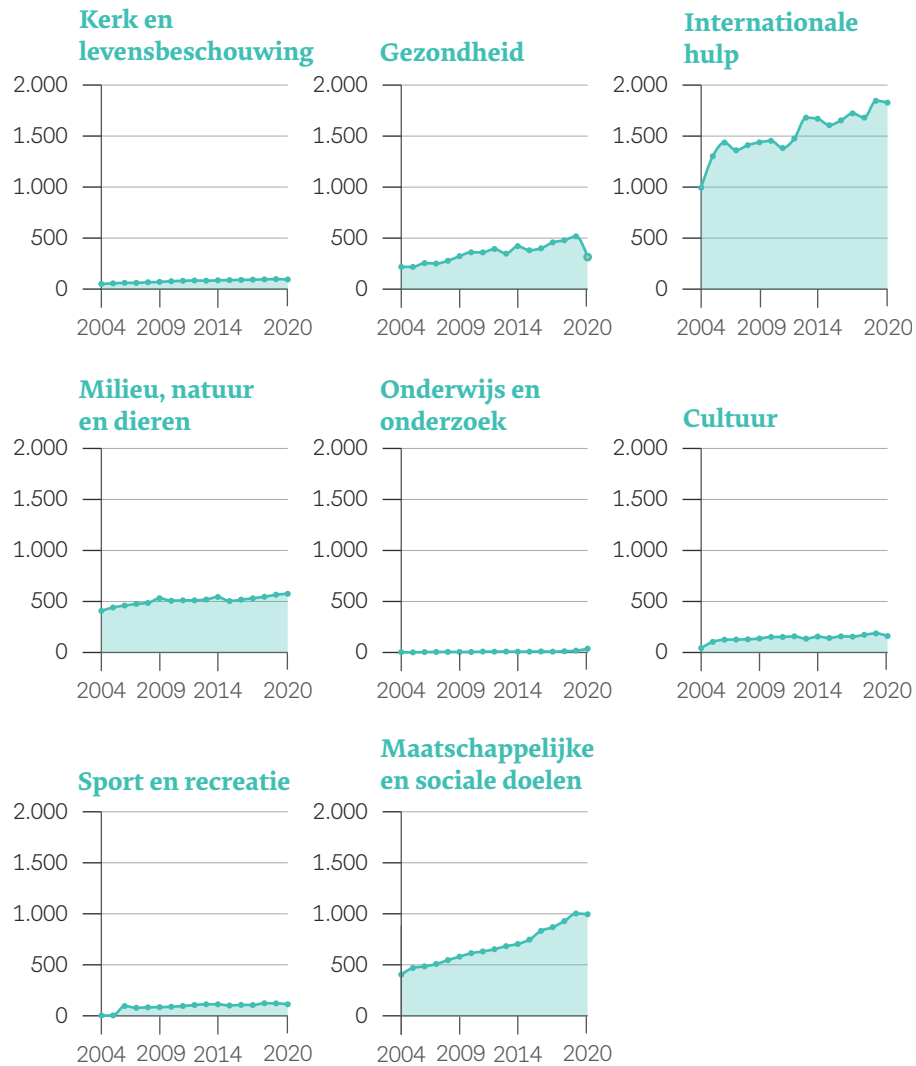
Al jaren komt het grootste deel van de doelbestedingen van geldwervende fondsen terecht bij doelen die actief zijn op het terrein van internationale hulp (zie figuur 3.2). We zien vanaf 1994 een stijgende lijn met enkele tussentijdse pieken die gerelateerd lijken te zijn aan specifieke hulpacties voor de slachtoffers van rampen. De sector internationale hulp wordt gevolgd door goededoelenorganisaties die actief zijn op het terrein van maatschappelijke en sociale doelen, op het terrein van milieu, natuur en dieren en op het terrein van gezondheid.

Met name de bestedingen aan maatschappelijke en sociale doelen en internationale hulp vertonen een stijgende lijn over de gehele periode. Opvallend is verder een daling in de bestedingen van gezondheidsfondsen tussen 2019 en 2020, van € 517 miljoen naar € 314 miljoen. De oorzaak lijkt voor een groot deel bij de coronapandemie te liggen. Het KWF schrijft bijvoorbeeld in haar jaarverslag (2020: 31): 'In 2020 is er € 72,2 miljoen aan doelbesteding uitgegeven. Dit is € 44 miljoen minder dan begroot en wordt voornamelijk veroorzaakt door het vanwege de pandemie uitstellen van onderzoekscall 2020-I in verband met het ontbreken van absorptiecapaciteit in het onderzoeksveld.' Stichting ALS Nederland merkt in haar jaarverslag (2020: 46) op: 'In 2020 is totaal circa € 2,6 mln. besteed conform de doelstellingen van Stichting ALS Nederland, waar bijna € 5,3 mln. was begroot. Dit is onder andere het gevolg van het feit dat er in 2020 minder aanvragen ingediend zijn door de diverse onderzoekscentra en er als gevolg van de COVID-19-crisis een zeer conservatief uitgavenbeleid is gevoerd.'



Figuur 3.2: Bestedingen van gezondheidsfondsen sterk afgenomen in 2020

Bestedingen per doel van geldwervende fondsen, 2004–2020 (in € miljoenen)



Bron: CBF-database (februari 2022)

Als we verder kijken naar de inkomstenkant van gezondheidsfondsen dan valt op dat de particuliere inkomsten gedaald zijn van € 365 miljoen naar € 351 miljoen. Het betreft dan met name een daling in de inkomsten uit collectes en donaties/giften. Een mogelijke verklaring is de coronapandemie, waarin vooral collecties bemoeilijkt werden. Door de beperkende coronamaatregelen konden fondsen niet altijd fysiek langs de deuren, waardoor veel huis-aan-huiscollectes niet mogelijk waren. Ook zien we een daling in de inkomsten uit overheidssubsidies van € 68 naar € 21 miljoen bij gezondheidsfondsen. Het lijkt aannemelijk dat de verminderde inkomsten bij sommige gezondheidsfondsen hebben geleid tot een daling in de bestedingen van deze fondsen.

3.3 Vermogensfondsen

De onderzochte groep

In Nederland is er geen centrale database met gegevens over de inkomsten en giften van vermogensfondsen en hybride fondsen die hun jaarverslag niet naar het CBF sturen. Vanwege gebrekkige gegevensbronnen en een onvolledig steekproefkader is het tot op heden niet mogelijk geweest een totaalschatting te maken van de bijdragen van al deze fondsen in Nederland. Zolang er geen centrale database beschikbaar is met gegevens over alle vermogensfondsen in Nederland, zijn we binnen Geven in Nederland aangewezen op andere methoden om inzicht in hun geefgedrag te krijgen. Sinds januari 2021 zijn fondsen met uitgaven vanaf € 100.000 verplicht een standaardformulier voor de ANBI-publicatieplicht te gebruiken. Dat kan op termijn een waardevolle database worden; met name als deze formulieren op een centrale plek worden gepubliceerd. Nu staan de formulieren op de eigen websites van fondsen.

Voor het macro-economische overzicht van Geven in Nederland 2022 heeft het onderzoek onder vermogensfondsen zich geconcentreerd op de grootste vermogensfondsen – met een geschat doelbestedingsbudget van meer dan € 500.000 – in Nederland. Veronderstelling hierbij is dat een klein deel van de vermogensfondsen verantwoordelijk is voor het grootste deel van de uitgaven. Dit principe, ook wel Pareto-principe genoemd, zien we eveneens terug bij geven door huishoudens, waar een relatief klein deel van de gevers verantwoordelijk is voor het grootste deel van de giften. Hetzelfde principe zien we ook terug bij het Europese onderzoek naar de bijdragen van verschillende typen fondsen op het terrein van onderzoek en innovatie (Gouwenberg et al., 2015).

Voor het onderzoek van Geven in Nederland 2020 (over 2018) is met behulp van beschikbare gegevensbronnen en het inschakelen van experts een basislijst samengesteld van 122 vermogensfondsen in Nederland met een geschat bestedingsbudget van meer dan € 500.000. De lijst is echter niet statisch; er komen fondsen bij en er vallen fondsen af. Bovendien zijn er fondsen die het ene jaar minder dan € 500.000 geven en het andere jaar meer. De grens van € 500.000 is geen harde grens. Voor deze editie hebben we informatie over bestedingen verzameld van 137 vermogensfondsen. Er is een aantal fondsen in het onderzoek terechtgekomen dat in 2020 een lager doelbestedingsbudget blijkt te hebben. Om de beschikbare informatie te benutten, is er besloten deze fondsen mee te nemen in de resultaten. Hybride fondsen die hun jaarverslag bij het CBF hebben aangeleverd, zoals het Prins Bernhard Cultuurfonds, het Oranje Fonds en het Ubbo Emmius Fonds vallen buiten de groep. Deze fondsen hebben hun jaarverslag bij het CBF ingediend en zijn op die wijze al in het onderzoek meegenomen.

In 2020 droegen 137 vermogensfondsen € 697 miljoen bij aan goede doelen

In 2020 hebben de onderzochte 137 vermogensfondsen € 697 miljoen bijgedragen aan goede doelen. Door in het onderzoek de nadruk op de grootste vermogensfondsen te leggen, krijgen we een beter zicht op het volume van de bestedingen van vermogensfondsen. In tabel 3.2 wordt duidelijk dat ook binnen de groep grote vermogensfondsen het Pareto-principe van toepassing is. Een klein deel (n = 8) is verantwoordelijk voor het grootste deel (59%) van de doelbestedingen. Daarbij geldt dat van de € 409 miljoen die deze acht fondsen hebben gegeven € 193 miljoen afkomstig is van de IKEA Foundation.

**Tabel 3.2: In 2020 droegen 137 vermogensfondsen € 697 miljoen bij aan goede doelen**

Totale doelbestedingen van vermogensfondsen in 2020 (in € miljoenen) en aantal fondsen per klassenindeling^a

	Totale doelbestedingen	In %	Aantal fondsen
> € 15 miljoen	409	59	8
€ 10-15 miljoen	61	9	5
€ 5-10 miljoen	76	11	11
€ 1-5 miljoen	124	18	58
€ 500.000-€ 1 miljoen	20	3	27
€ 250.000-€ 500.000	6	1	16
€ 0-€ 250.000	1	0	12
Totaal^b	697	100	137

^a De vermogensfondsen in dit onderzoek zijn in beginsel geselecteerd op een geschat doelbestedingsbudget > € 500.000. Er is echter een aantal fondsen in het onderzoek terechtgekomen dat in 2020 een lager doelbestedingsbudget heeft. Om de beschikbare informatie te benutten, is besloten deze fondsen mee te nemen in de resultaten.

^b In verband met afrondingen tellen de percentages niet op tot 100%.

Helft van de doelbestedingen van de onderzochte vermogensfondsen gaat naar internationale hulp

Een aanzienlijk deel van de bestedingen van de onderzochte vermogensfondsen is in 2020 terechtgekomen bij doelen op het terrein van internationale hulp (€ 349 miljoen). Belangrijk om hierbij te vermelden is dat € 193 miljoen afkomstig is van het grootste fonds uit de steekproef dat actief is op dit terrein (IKEA Foundation). Maatschappelijke en sociale doelen en organisaties op het terrein van cultuur konden op respectievelijk € 133 en € 70 miljoen rekenen.

Tabel 3.3: De helft van de doelbestedingen van de onderzochte vermogensfondsen gaat naar internationale hulp

Doelbestedingen van vermogensfondsen per sector in 2020 (in € miljoenen) (n = 137)

	Totale doelbestedingen	In %
Kerk en levensbeschouwing	22	3
Gezondheid	44	6
Internationale hulp	349	50
Milieu, natuur en dieren	24	3
Onderwijs en onderzoek	34	5
Cultuur	70	10
Sport en recreatie	3	0
Maatschappelijke en sociale doelen	133	19
Overig/niet gespecificeerd	23	3
Totaal^a	702	100

^a In verband met afrondingen tellen de bedragen per doel niet op tot € 702 miljoen. Het verschil met het bedrag aan totale bestedingen in tabel 3.2 (€ 697 miljoen) wordt veroorzaakt doordat bij sommige fondsen de verdeling per doel niet altijd precies optelt tot het totale bedrag aan bestedingen.

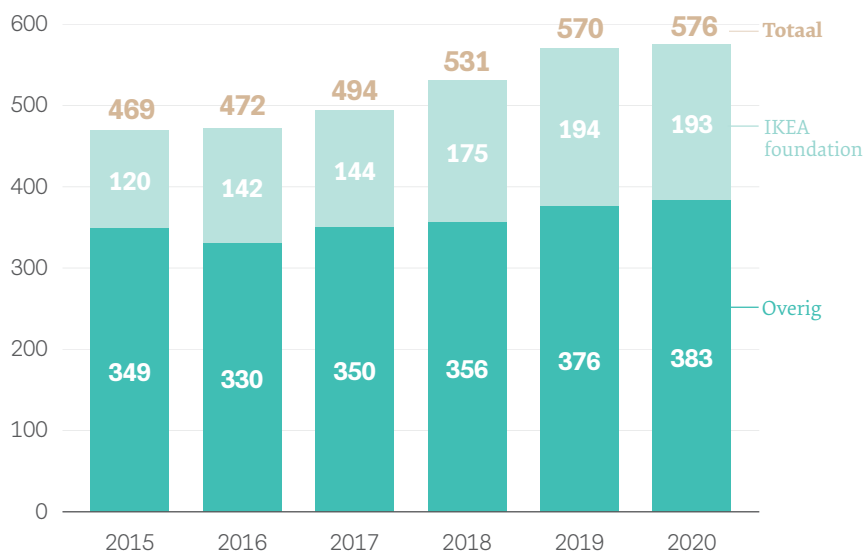
Trend bij de longitudinale groep vermogensfondsen

Van een groep van 84 vermogensfondsen hebben we gegevens over de doelbestedingen in de jaren 2015–2020 verzameld. We kunnen de doelbestedingen van deze vermogensfondsen dus volgen over de tijd. Deze groep noemen we de longitudinale groep. Figuur 3.3 laat zien op welke wijze de doelbestedingen zich hebben ontwikkeld bij deze groep vermogensfondsen. De doelbestedingen zijn gestegen van €469 miljoen in 2015 tot €576 miljoen in 2020. Tussen 2019 en 2020 lijkt de stijgende trend enigszins te stabiliseren. Als we het grootste fonds in de groep (IKEA Foundation) buiten de trend houden, zien we hetzelfde patroon. De doelbestedingen van IKEA Foundation zijn na een periode van stijging gestabiliseerd in 2020. In hoeverre de coronacrisis van invloed is geweest op de doelbestedingen van deze groep fondsen in 2020 zal de toekomst moeten uitwijzen.

Het is niet mogelijk om de doelbestedingen van deze fondsen voor deze jaren onder te verdelen naar de acht sectoren van Geven in Nederland, omdat deze informatie niet altijd terug is te vinden in de jaarverslagen en omdat de jaarverslagen van voorgaande jaren niet altijd meer online beschikbaar zijn.

Figuur 3.3: Doelbestedingen bij de longitudinale groep vermogensfondsen na periode van stijging gestabiliseerd

Doelbestedingen longitudinale groep vermogensfondsen in 2015–2020 (in € miljoenen) (n = 84)



3.4 Wat tellen we mee voor het macro-overzicht van Geven in Nederland?

Doelbestedingen uit de opbrengst van het vermogen van geldwervende fondsen en vermogensfondsen ten minste € 391 miljoen in 2020

Volgens de logica van dit onderzoek telt elke euro voor het goede doel maar één keer mee. Om dubbel tellingen te voorkomen tellen we voor het macro-overzicht van Geven in Nederland alleen de doelbestedingen van geldwervende fondsen en vermogensfondsen mee uit de opbrengst van het vermogen. Voor geldwervende fondsen en hybride fondsen betekent dit dat alleen nog de financiële baten (rentebaten/baten uit beleggingen)



3. | GEVEN DOOR FONDSSEN

worden meegerekend. De baten uit eigen fondsenwerving zijn opgenomen bij de 'gevers' (zie hoofdstuk 1 en 4), de inkomsten uit nalatenschappen zijn opgenomen in hoofdstuk 2 en de inkomsten uit de kansspelen in hoofdstuk 5. Voor fondsen die niet aan actieve geldwerving doen, zoals vermogensfondsen, geldt hetzelfde principe. De inkomsten die vermogensfondsen incidenteel uit giften ontvangen of de jaarlijkse giften die afkomstig zijn van een familie of bedrijf (in het geval van familiefonds of corporate foundation) worden niet meegerekend omdat deze bedragen al bij de andere hoofdstukken (hoofdstuk 1 en 4) zijn meegeteld.

Tabel 3.4: Totale bestedingen uit de opbrengst van het vermogen van GWF en VF samen € 391 miljoen

Bestedingen uit de opbrengsten van het vermogen van geldwervende fondsen en vermogensfondsen in 2020 (minimumwaarde) (in € miljoenen)

	GWF ^a		VF ^a		GWF en VF ^a
	Totaal besteed aan doelstelling (n = 763)	Bestedingen uit (de opbrengst van) het vermogen (n = 210)	Totaal besteed aan de doelstelling (n = 137)	Bestedingen uit (de opbrengst van) het vermogen (n = 89)	Totale bestedingen uit de opbrengst van het vermogen (n = 299)
Kerk en levensbeschouwing	94	1	22	7	8
Gezondheid	314	7	44	29	36
Internationale hulp	1.828	7	349	54	61
Milieu, natuur en dieren	575	11	24	10	21
Onderwijs en onderzoek	37	37	34	22	59
Cultuur	161	26	70	40	66
Sport en recreatie	113	-	3	3	3
Maatschappelijke en sociale doelen	995	27	133	96	123
Overig/niet gespecificeerd	-	-	23	14	14
Totaal^b	4.117	116	702	275	391

^a GWF= geldwervende fondsen, VF= vermogensfondsen

^b In verband met afrondingen tellen de waarden per doel niet altijd op tot de gepresenteerde totaalcijfers. Het verschil met het bedrag aan totale bestedingen van vermogensfondsen in tabel 3.2 (€ 697 miljoen) wordt veroorzaakt doordat bij sommige fondsen de verdeling per doel niet altijd precies optelt tot het totale bedrag aan bestedingen.

De doelbestedingen uit de opbrengst van het vermogen van geldwervende fondsen (€ 116 miljoen) en vermogensfondsen (€ 275 miljoen) tellen op tot € 391 miljoen in 2020 (zie tabel 3.4). Het merendeel van de opbrengsten uit het vermogen van geldwervende fondsen is terechtgekomen bij doelen op het terrein van onderwijs en onderzoek. Belangrijk om te vermelden is dat het hier één groot universiteitsfonds betreft, het Ubbo Emmius Fonds. Vermogensfondsen gaven in 2020 uit de opbrengst van het vermogen met name aan maatschappelijke en sociale doelen (€ 96 miljoen), internationale hulp (€ 54 miljoen) en cultuur (€ 40 miljoen). Het is niet mogelijk om uitspraken te doen over de trends per doel.

De gegevens van de verschillende onderzoeken bij vermogensfondsen zijn moeilijk met elkaar te vergelijken omdat het aantal aan het onderzoek meewerkende fondsen per editie verschilt en geen representatieve afspiegeling vormt van de totale groep vermogensfondsen.

3.5 Verkennend onderzoek onder vermogensfondsen

Naast het onderzoek naar de doelbestedingen van geldwervende en vermogensfondsen¹ is er verkennend enquête-onderzoek uitgevoerd onder vermogensfondsen in Nederland. In dit aanvullende onderzoek zijn een viertal thema's onderzocht:

- Impact van de coronapandemie op vermogensfondsen
- Transparantie en vertrouwen in de samenwerking tussen fondsen en begunstigden
- Vrij besteedbare financiering
- Samenwerking tussen vermogensfondsen en andere partijen

We hebben 116 vermogensfondsen (zuivere vermogensfondsen, familiefondsen en corporate foundations) met een geschat bestedingsbudget van meer dan € 500.000 geselecteerd en uitgenodigd om een enquête in te vullen. Om meer inzicht te krijgen in corporate foundations, een opkomende subsector binnen het filantropische domein, hebben we daarnaast 57 corporate foundations uitgenodigd met een geschat bestedingsbudget van minder dan € 500.000. 79 van de 173 uitgenodigde fondsen hebben de vragenlijst geheel of gedeeltelijk ingevuld (46%). De resultaten van het verkennend onderzoek bespreken we aan de hand van twee groepen respondenten (zie hoofdstuk 15 Methodologische verantwoording):

1. *Relatief grote vermogensfondsen*: De vermogensfondsen in het verkennende onderzoek zijn in beginsel geselecteerd op een geschat bestedingsbudget van € 500.000 en hoger. Er is echter een aantal vermogensfondsen in het onderzoek dat in 2020 een lager doelbestedingsbudget blijkt te hebben. Om de beschikbare informatie te benutten, zijn de onderzoeksresultaten van vermogensfondsen met een bestedingsbudget van tenminste € 235.000 ook meegenomen in het onderzoek. Dit resulteert in 35 zuivere vermogensfondsen, 18 corporate foundations, 10 familiefondsen, 4 hybride fondsen en 2 fondsen die zich classificeren als 'Anders'. Samen is dit een groep van 69 vermogensfondsen.
2. *Corporate foundations*: de onderzoeksresultaten van het verkennend onderzoek naar corporate foundations beschrijven we in dit hoofdstuk in aparte tekstkaders. De groep waarover we rapporteren bestaat uit 26 corporate foundations, waarvan 18 corporate foundations uit het onderzoek naar relatief grote vermogensfondsen en nog 8 corporate foundations met een bestedingsbudget lager dan € 235.000 of een onbekend bestedingsbudget.

¹ Net als in het eerste deel van het hoofdstuk wordt in dit deel gesproken van 'vermogensfondsen', waarmee wij – tenzij anders aangegeven – een brede typering van fondsen bedoelen: zuivere vermogensfondsen, familiefondsen en corporate foundations. Dit zijn fondsen die in de regel niet aan actieve fondsenwerving doen.

² Van de 116 vermogensfondsen (zuivere vermogensfondsen, familiefondsen en corporate foundations) met een geschat bestedingsbudget van meer dan € 500.000 hebben 58 fondsen de vragenlijst geheel of gedeeltelijk ingevuld (50%). Van de 57 additionele corporate foundations met een geschat bestedingsbudget van minder dan € 500.000 hebben 21 fondsen de vragenlijst geheel of gedeeltelijk ingevuld (37%).



3. | GEVEN DOOR FONDSSEN

Tabel 3.5 geeft meer inzicht in de doelbestedingen van de vermogensfondsen in het verkennend enquête-onderzoek binnen de totale groep vermogensfondsen, zoals eerder besproken in dit hoofdstuk. De vermogensfondsen in het verkennend enquête-onderzoek hebben in 2020 gezamenlijk € 527 miljoen besteed aan hun doelstelling, dat is 76% van de doelbestedingen in de totale groep vermogensfondsen. Hiermee hebben we binnen het verkennende enquête-onderzoek 69 vermogensfondsen in beeld die verantwoordelijk zijn voor driekwart van de totale bestedingen. Van de € 367 miljoen die de grootste zes fondsen hebben gegeven is € 193 miljoen afkomstig van de IKEA Foundation.

Tabel 3.5

Totale doelbestedingen van totale groep vermogensfondsen en grote vermogensfondsen in verkennend onderzoek in 2020 (in € miljoenen) en aantal vermogensfondsen per klassenindeling^a

	Totale groep vermogensfondsen			Grote vermogensfondsen in verkennend onderzoek			
	Totale doelbestedingen	In %	Aantal fondsen	Totale doelbestedingen	In % van de totale groep vermogensfondsen (n = 137)	In % van grote vermogensfondsen in verkennend onderzoek (n = 69)	Aantal fondsen
> € 15 miljoen	409	59	8	367	53	70	6
€ 10–15 miljoen	61	9	5	34	5	6	3
€ 5–10 miljoen	76	11	11	42	6	8	6
€ 1–5 miljoen	124	18	58	71	10	13	32
€ 500.000–€ 1 miljoen	20	3	27	10	1	2	13
€ 250.000–€ 500.000	6	1	16	3	0	1	8
€ 0–€ 250.000	1	0	12	0	0	0	1
Totaal^b	697	100	137	528	76	100	69

^a De vermogensfondsen in dit onderzoek zijn in beginsel geselecteerd op een geschat doelbestedingsbudget > € 500.000. Er is echter een aantal fondsen in het onderzoek terechtgekomen dat in 2020 een lager doelbestedingsbudget heeft. Om de beschikbare informatie te benutten, is er besloten deze fondsen mee te nemen in de resultaten.

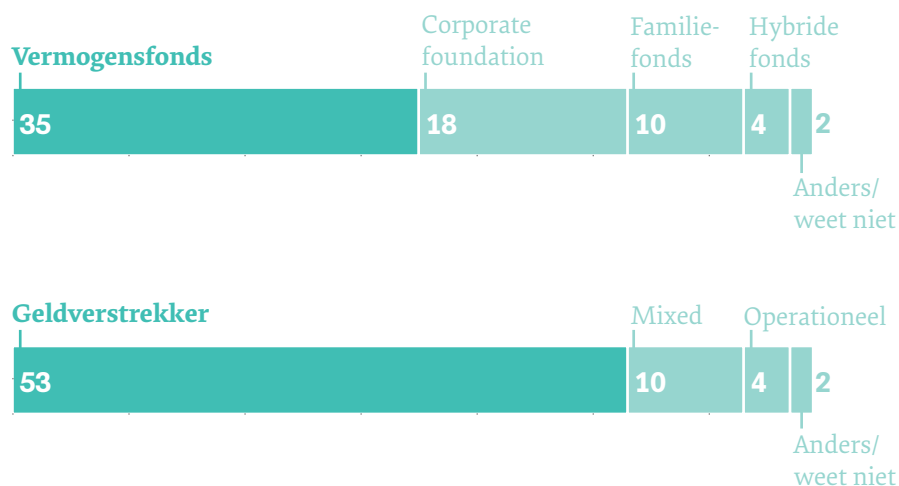
^b In verband met afrondingen tellen de waarden niet altijd op tot de gepresenteerde totaalcijfers.

De onderzochte groep

We hebben de fondsen in het verkennende onderzoek gevraagd met welk type fonds zij zich het meest identificeren: een zuiver vermogensfonds, een familiefonds, een corporate foundation, een hybride fonds of een ander type fonds (zie figuur 3.4). De helft van de respondenten bestaat uit zuivere vermogensfondsen, circa een vierde uit corporate foundations (26%), gevolgd door familiefondsen (14%) en hybride fondsen (6%).

Figuur 3.4:

Samenstelling respondenten verkennend onderzoek naar type fonds (n = 69)



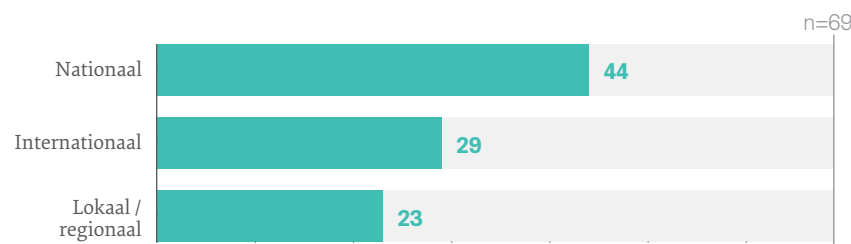
Vermogensfondsen kunnen daarnaast ook onderverdeeld worden op basis van hun activiteiten. We maken daarin onderscheid tussen geldverstrekende fondsen die alleen giften verstrekken aan maatschappelijke organisaties; operationele fondsen die eigen programma's en activiteiten uitvoeren en fondsen die zowel geldverstrekend als operationeel zijn ('mixed'). Van de 69 vermogensfondsen is meer dan driekwart (77%) een geldverstrekend fonds (zie figuur 3.4). 6% van de fondsen is enkel operationeel en één op de tien doet beide.

Het gemiddelde bestedingsbudget van de 69 vermogensfondsen in het verkennend onderzoek is € 7,7 miljoen. Een robuustere maat om te bekijken is de mediaan: die ligt op € 1,7 miljoen. Dit betekent dat de helft van de vermogensfondsen in het verkennend onderzoek meer dan € 1,7 miljoen besteedt.

Vermogensfondsen kunnen lokaal of regionaal, in Nederland en/of in het buitenland opereren (zie figuur 3.5). Merendeel van de fondsen is nationaal actief. Bijna de helft van de fondsen geeft aan internationaal te opereren. 23 fondsen geven aan lokaal of regionaal te opereren. Van de vermogensfondsen die internationaal actief zijn, richten de meeste zich op Europa en Afrika, gevolgd door Azië-Pacific (onder andere Zuid-Azië, Oost-Azië en Oceanië).

Figuur 3.5: Bijna de helft van de vermogensfondsen opereert internationaal

Fondsen naar geografische werkteerijnen (meerdere antwoorden mogelijk) (n = 69)



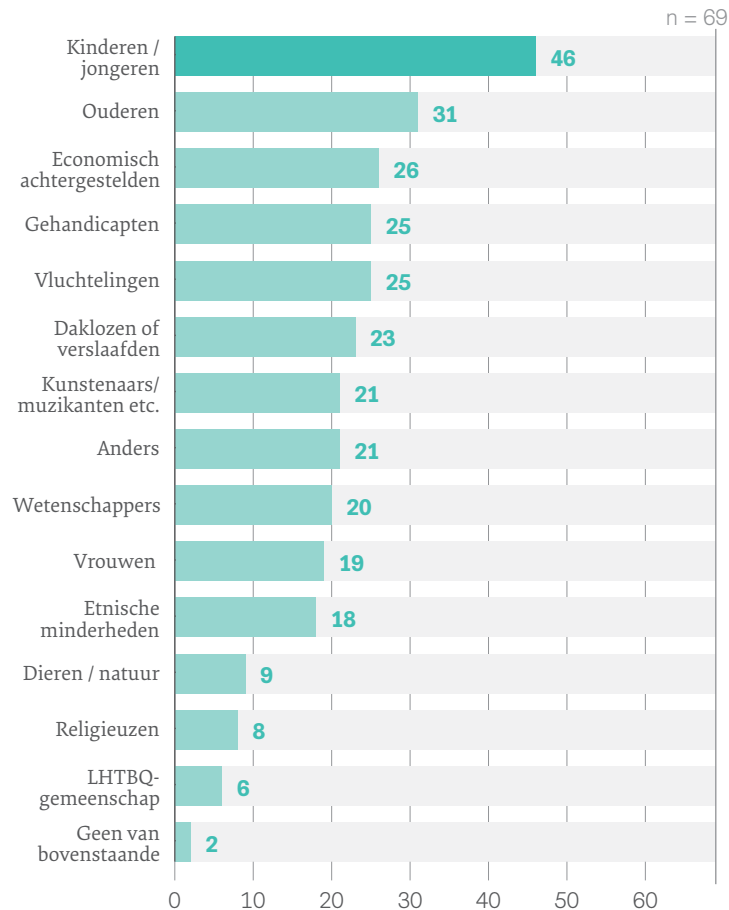
De vermogensfondsen uit het verkennend onderzoek zijn actief voor een breed scala aan doelgroepen (zie figuur 3.6). Kinderen/jongeren, ouderen, economisch achtergestelden, vluchtelingen en gehandicapten worden het vaakst genoemd.



3. | GEVEN DOOR FONDSSEN

Figuur 3.6: Kinderen en jongeren vaakst genoemde doelgroep onder vermogensfondsen

Doelgroepen waarop fondsen zich richten (meerdere antwoorden mogelijk) (n = 69)

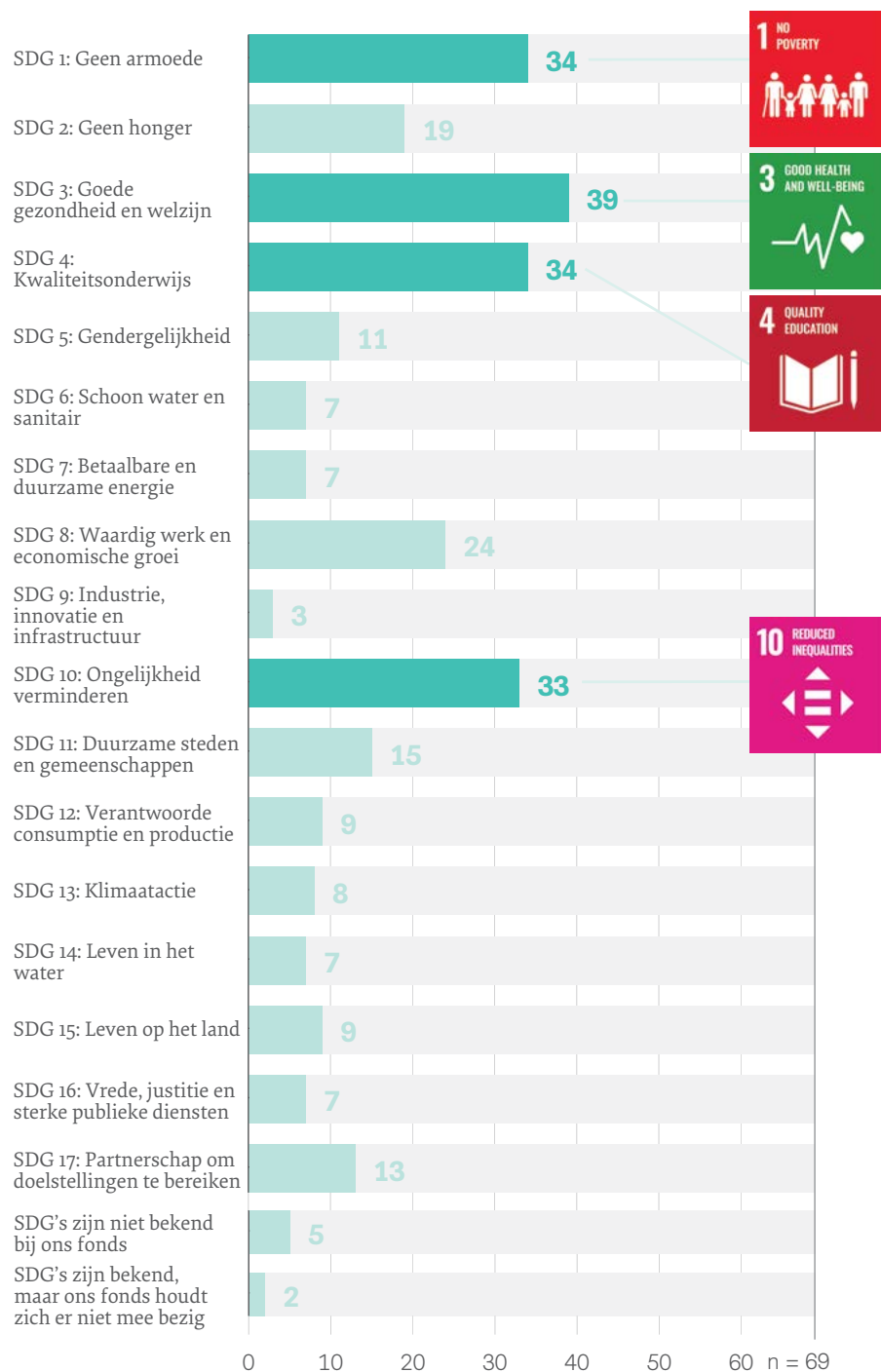


De Duurzame ontwikkelingsdoelstellingen (ook wel 'Sustainable Development Goals' of afgekort de SDG's) zijn opgesteld door de Verenigde Naties. Ze bevatten een aantal wereldwijde streefdoelen voor duurzame ontwikkeling. De 17 opgestelde doelen kunnen niet los van elkaar gezien worden; het succes van één doel hangt nauw samen met het behalen van de andere doelen. De doelen zijn breed en ambitieus en bestaan uit 169 subdoelen en maar liefst 232 targets. De SDG's beslaan sociale, economische en ecologische aspecten. Sociale aspecten bevinden zich in de streefdoelen omtrent mensen, economische aspecten in de streefdoelen voor welvaart en ecologische aspecten in de streefdoelen omtrent de planeet. De SDG's vervangen de millenniumdoelstellingen (Millennium Development Goals), die tussen 2000 en 2015 door de Verenigde Naties waren gesteld.

De vermogensfondsen geven aan dat zij zich vooral richten op SDG3 (Goede gezondheid en welzijn), SDG1 (Geen armoede), SDG5 (Gendergelijkheid) en SDG10 (Ongelijkheid verminderen) (zie figuur 3.7). Deze vermogensfondsen lijken zich daarmee vooral te richten op de sociale (mensen) en economische (welvaart) aspecten binnen de SDG's. Ze zijn in mindere mate actief op het ecologische aspect van de SDG's (gericht op de planeet).

Figuur 3.8: Vermogensfondsen richten zich voornamelijk op de sociale en economische aspecten van de SDG's

SDG's waarop fondsen zich richten (meerdere antwoorden mogelijk) (n = 69)





Verkenkend onderzoek onder corporate foundations

Corporate foundations kunnen als een belangrijke verbindende kracht gezien worden tussen bedrijven en de maatschappij. Corporate foundations zijn onafhankelijke juridische entiteiten met een maatschappelijke missie, opgericht door en met structurele betrokkenheid van een bedrijf (Roza, Bethman, Meijs & von Schnurbein, 2019).

Het aantal corporate foundations is de laatste jaren wereldwijd flink gestegen (Anheier, 2003; Herlin & Pedersen, 2013), waarbij zij een steeds belangrijkere en zichtbaardere rol zijn gaan spelen (Bethmann & von Schnurbein, 2019; Rey-Garcia, Martin-Cavanna, & Alvarez-Gonzalez, 2012). Alhoewel exacte cijfers ontbreken, zien we deze stijging ook terug in Nederland. Experts in de sector geven aan dat het aantal corporate foundations de afgelopen jaren is toegenomen. Het aantal wordt geschat op zo'n 75 à 100 in 2016 (Roza, 2016). Nederland kent geen centrale database met gegevens over alle corporate foundations in Nederland. In Geven in Nederland 2020 (Gouwenberg, Koolen-Maas & van Teunenbroek, 2020) is voor het eerst enquête-onderzoek uitgevoerd naar corporate foundations in Nederland.

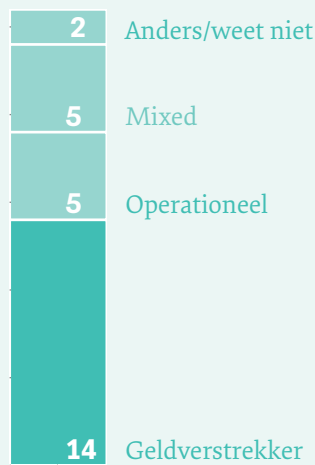
Dit verkennende onderzoek onder corporate foundations bevat gegevens over 26 corporate foundations. 18 corporate foundations hebben een bestedingsbudget van € 235.000 of meer. Van de andere acht corporate foundations is het bestedingsbudget minder dan € 235.000 (2) of is het bestedingsbudget onbekend (6). Ondanks het geringe aantal corporate foundations waarover we gegevens hebben, kunnen we met dit verkennende onderzoek meer inzicht verkrijgen in corporate foundations in Nederland als apart subdomein binnen de sector filantropie.

Van de 26 corporate foundations in het verkennend onderzoek zijn 14 corporate foundations geldverstrekkend (54%). Vijf corporate foundations voeren eigen programma's en activiteiten uit (19%); vijf corporate foundations doen dit in combinatie met het verstrekken van financiële giften (19%) (zie figuur 3.8).

Figuur 3.9 laat zien dat de meeste corporate foundations nationaal of internationaal actief zijn. Van de corporate foundations die internationaal actief zijn, opereren de meeste in Europa en Azië-Pacific, gevolgd door Afrika.

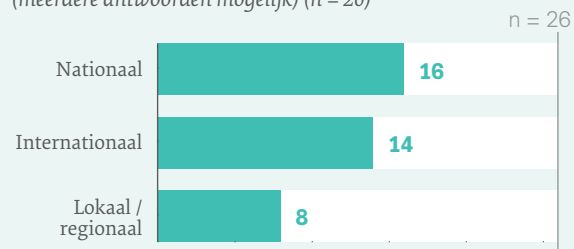
Figuur 3.8: Ca. de helft van de corporate foundations is geldverstrekkend

Samenstelling corporate foundations naar type fonds (n = 26)



Figuur 3.9: Meeste corporate foundations nationaal of internationaal actief

Corporate foundations naar geografische werkterreinen (meerdere antwoorden mogelijk) (n = 26)



Doelgroepen waar de corporate foundations uit het verkennend onderzoek zich het vaakst voor inzetten zijn: kinderen/jongeren, economisch achtergestelden, gehandicapten, ouderen of andere doelgroepen (onder andere culturele organisaties, boeren en ondernemers) (zie figuur 3.10).

Wanneer we kijken naar de 17 Duurzame ontwikkelingsdoelen of de Sustainable Development Goals (SDG's) opgesteld door de Verenigde Naties (figuur 3.11), dan richten corporate foundations zich het vaakst op SDG10 (Ongelijkheid verminderen), SDG8 (Waardig werk en economische groei), gevolgd door SDG1 (Geen armoede), SDG3 (Goede gezondheid en welzijn) en SDG17 (Partnerschappen om de SDG's te bereiken). De corporate foundations richten zich met name op de sociale (mensen) en economische (welvaart) aspecten van de SDG's.

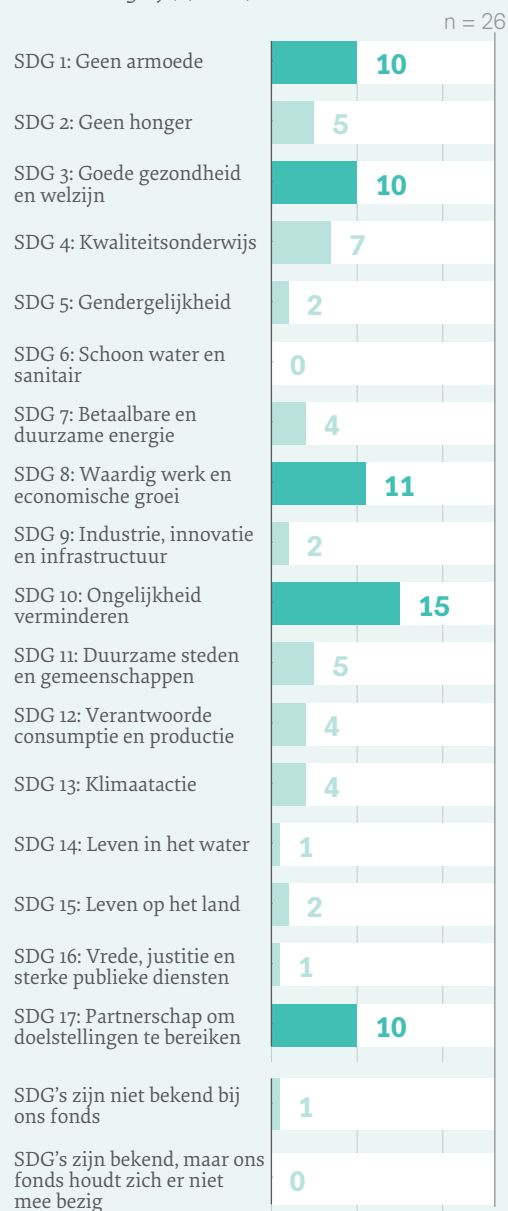
Figuur 3.10: Corporate foundations richten zich het vaakst op kinderen en jongeren

Doelgroepen waarop corporate foundations zich richten (meerdere antwoorden mogelijk) (n = 26)



Figuur 3.11: Corporate foundations richten zich met name op de sociale en economische aspecten binnen de SDG's

SDG's waarop corporate foundations zich richten (meerdere antwoorden mogelijk) (n = 26)





3.6 De impact van COVID-19 op vermogensfondsen in Nederland

De coronapandemie heeft veel mensen en organisaties geraakt. De crisis trof kwetsbare groepen extra hard en leidde tot een toename aan kwetsbaren en noden. Maatschappelijke organisaties kwamen onder druk te staan door een toenemende hulpvraag, nieuwe noden en/of beperkende lockdownmaatregelen. Deze nieuwe werkelijkheid vroeg om vernieuwende ideeën, aanpassingen of om een geheel andere aanpak om kwetsbare groepen te ondersteunen. In dit onderzoek is verkend op welke manier en in welke mate vermogensfondsen beïnvloed zijn door de coronapandemie.

Bestedingsbudget van vermogensfondsen in 2020 grotendeels onveranderd; indien wel dan betrof dit in de meeste gevallen een verhoging

Van de 69 vermogensfondsen geeft meer dan twee derde (n = 47) aan dat het bestedingsbudget in 2020 niet is veranderd. Onder de 22 fondsen die aangeven dat het bestedingsbudget in 2020 wel is veranderd, is bij 15 fondsen het bestedingsbudget verhoogd (22%) en bij 7 fondsen is het bestedingsbudget verlaagd (10%).

Van de 22 vermogensfondsen waar het bestedingsbudget is veranderd, geeft de helft van de respondenten aan dat de verandering in het bestedingsbudget te maken had met de coronapandemie. Bij zeven vermogensfondsen kwam de verandering deels door de coronapandemie. Drie fondsen gaven aan dat de veranderingen in het bestedingsbudget andere oorzaken hadden.

Onder de vermogensfondsen waar het bestedingsbudget in 2020 is verhoogd – deels of ten gehele als resultaat van de coronapandemie – betrof dit een verhoging van gemiddeld 29%². Als het bestedingsbudget van vermogensfondsen in 2020 werd verlaagd als gevolg van de coronapandemie, dan betrof dit een gemiddelde verlaging van 31%.

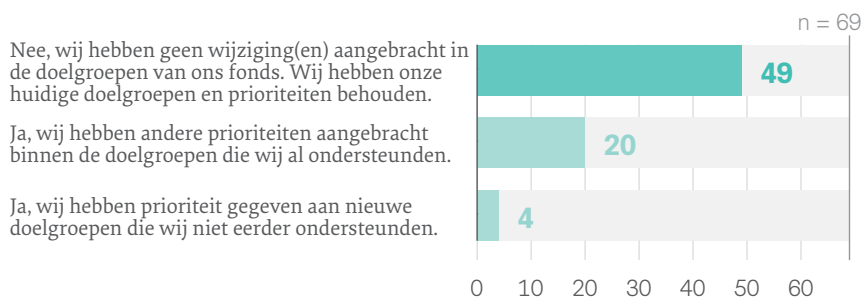
Minimale veranderingen in doelgroepen

Veel vermogensfondsen in het verkennende onderzoek geven aan dat ze geen wijzigingen aangebracht hebben in de doelgroepen van het fonds gedurende de coronapandemie (zie figuur 3.12). 20 vermogensfondsen hebben binnen de doelgroepen die zij al ondersteunden andere prioriteiten aangebracht. Vier fondsen hebben prioriteit gegeven aan nieuwe doelgroepen die zij niet eerder ondersteunden. De meeste prioriteit werd gegeven aan de doelgroep kinderen en jongeren. De enkele fondsen die prioriteit gaven aan nieuwe doelgroepen, gaven in twee gevallen prioriteit aan kunstenaars en muzikanten en aan andere doelgroepen (onder andere eenzame mensen).

² Dit gemiddelde is exclusief één uitschieter. Indien een tweede uitschieter van meer dan 150% niet wordt meegenomen, is de gemiddelde verhoging van het bestedingsbudget 18%.

Figuur 3.12: De meeste vermogensfondsen brachten geen wijzigingen aan in de doelgroepen

Verandering in prioriteiten van doelgroepen als reactie op de coronapandemie (meerdere antwoorden mogelijk) (n = 69)



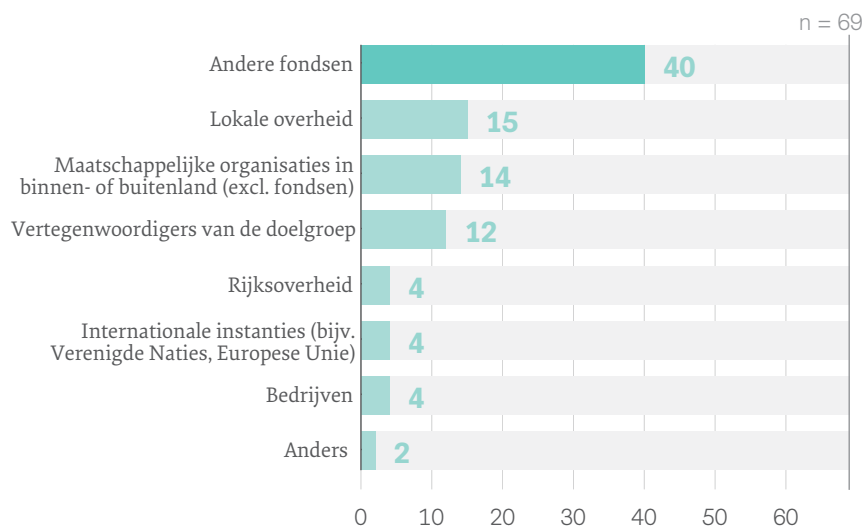
(Meer) samenwerking met andere fondsen als reactie op de coronapandemie

De coronapandemie stelt overheden, bedrijven, fondsen en maatschappelijke organisaties overal ter wereld voor enorme humanitaire en gezondheidsuitdagingen. Samenwerken met andere belanghebbenden kan op vele manieren plaatsvinden, maar bevat een gezamenlijke inzet om een bepaald doel of resultaat te bereiken. Sectoren en organisaties konden (meer) samenwerken om te overleven, nieuwe uitdagingen te overwinnen, de pandemie te bestrijden en nieuwe kansen te ontplooiën. In hoeverre hebben vermogensfondsen (meer) samenwerking opgezocht met andere partijen als reactie op de coronacrisis?

Figuur 3.13 laat zien dat de meeste fondsen in het verkennende onderzoek samenwerkten met andere fondsen als reactie op de coronacrisis. Dit is niet verwonderlijk omdat fondsen over het algemeen al het vaakst samenwerken met andere fondsen (zie paragraaf 3.9 in dit hoofdstuk). Er werd het minst samengewerkt met de Rijksoverheid, internationale instanties en bedrijven. In de categorie 'Anders' benadrukten respondenten de samenwerking met onderzoekers.

Figuur 3.13: Als reactie op de coronapandemie werkten fondsen het vaakst (meer) samen met andere fondsen

Samenwerkingspartners waarmee (meer) samengewerkt werd als reactie op de coronapandemie (meerdere antwoorden mogelijk) (n = 69)





Fondsen wijzigden financierings- en donatiebeleid om begunstigden meer flexibiliteit te verlenen

In het verkennend onderzoek vroegen wij vermogensfondsen of zij wijzigingen hebben aangebracht in het financierings- en donatiebeleid sinds het uitbreken van de coronacrisis (zie figuur 3.14). Deze wijzigingen zijn onder te verdelen in wijzigingen omtrent de uitbetaling of looptijd van de financiering, heroriëntering van toegekende financiering, rapportage en verantwoording, financieringsaanvragen en andere vormen van financiering.

Over het algemeen implementeerden vermogensfondsen in het verkennende onderzoek voornamelijk wijzigingen in het financierings- of donatiebeleid om begunstigden meer flexibiliteit te verlenen.

De helft van de vermogensfondsen heeft begunstigden additionele financiering verstrekt

35 vermogensfondsen geven aan additionele financiering te hebben verstrekt aan begunstigden (n = 35) (zie figuur 3.14). Ook heeft een aanzienlijk deel van de vermogensfondsen in het verkennend onderzoek de financieringstermijnen verlengd (n = 29).

De helft van de vermogensfondsen versoepelde afspraken over toegekende financiering

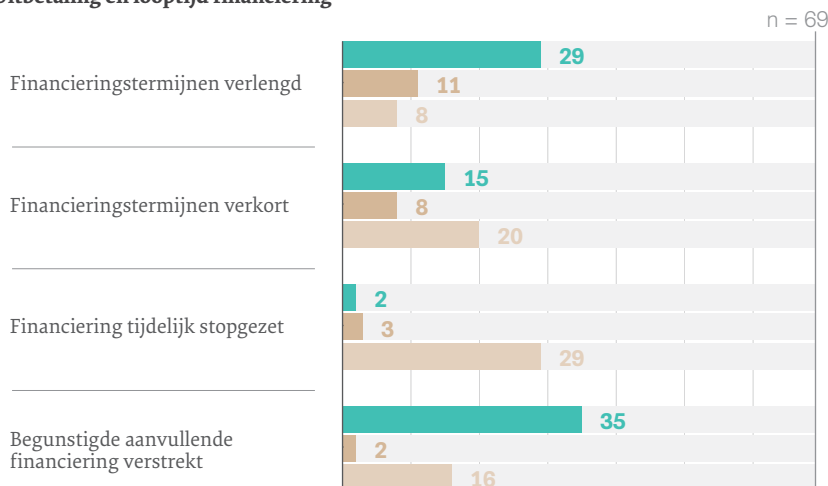
De meeste fondsen in het verkennend onderzoek geven aan dat zij begunstigden hebben toegestaan om af te wijken van de termijnen waarin de financiering besteed had moeten worden (zie figuur 3.14). Doordat veel sectoren tijdelijk de deuren moesten sluiten werden projecten en activiteiten van begunstigden uitgesteld of geannuleerd. Deze maatregel stelde begunstigden in staat om de financiering buiten de eerder gestelde termijnen te besteden. Bij 13 fondsen was dit al de praktijk voor de coronapandemie. Ook andere wijzigingen die meer flexibiliteit boden aan begunstigden voor besteding van de financiering of donatie waren populair onder fondsen. Zo werd het begunstigden toegestaan om projectmatige financiering te heroriënteren (bijvoorbeeld financiering toestaan voor andere of nieuwe projecten en doelstellingen), werden andere afspraken op toegekende financieringen en donaties versoepeld, werden financieringstermijnen verlengd (dat wil zeggen: financiering werd uitbetaald aan begunstigden over een langere periode zonder consequentie).

Vermogensfondsen zagen in mindere mate af van rapportagetermijnen of maakten rapportage-eisen flexibeler

Circa een derde van de vermogensfondsen implementeerde wijzigingen in het financierings- of donatiebeleid met betrekking tot rapportage-eisen en -termijnen als reactie op de coronacrisis (zie figuur 3.14). 17 vermogensfondsen in het onderzoek zagen af van het verantwoordelijk houden van begunstigden voor gemiste financieringsdoelstellingen; 16 vermogensfondsen versoepelden de rapportage-eisen.

Figuur 3.14

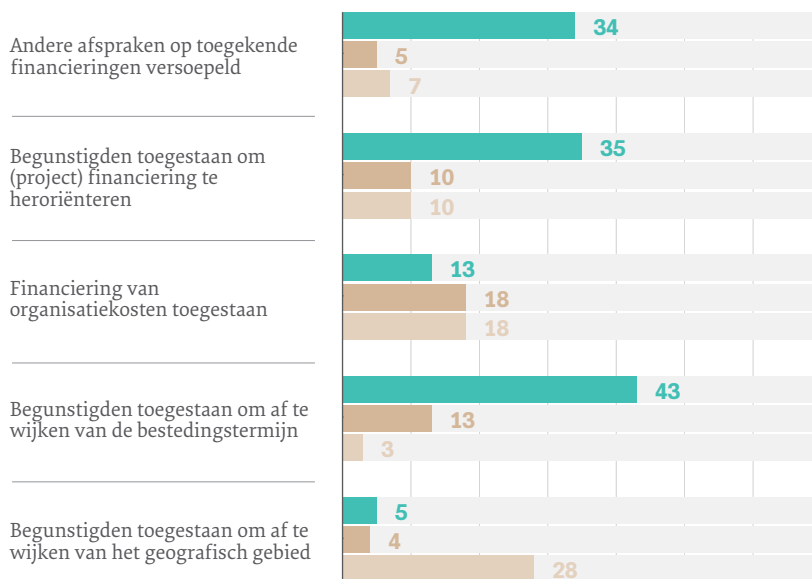
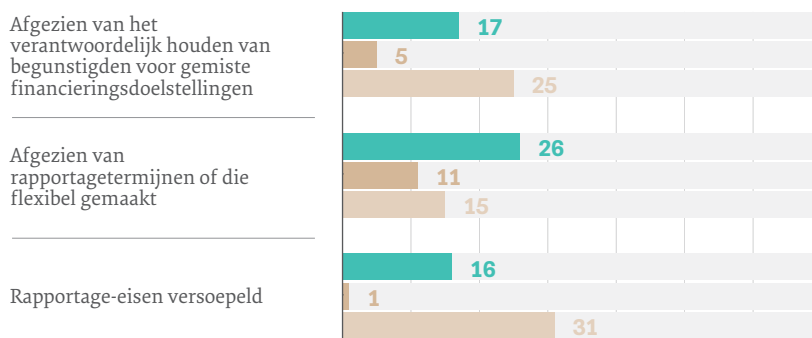
Geïmplementeerde wijzigingen in financierings- en donatiebeleid met betrekking tot uitbetaling en looptijd van financieringen, heroriëntering van financiering en versoepelen van de rapportage-eisen en -termijnen (n = 69)

Uitbetaling en looptijd financiering

Ja, het fonds heeft deze praktijk geïmplementeerd als reactie op de pandemie

Nee, dit was al de praktijk van het fonds vóór de pandemie

Nee, het fonds heeft deze praktijk niet geïmplementeerd

Heroriëntering van toegekende financiering**Rapportage-eisen en -termijnen**



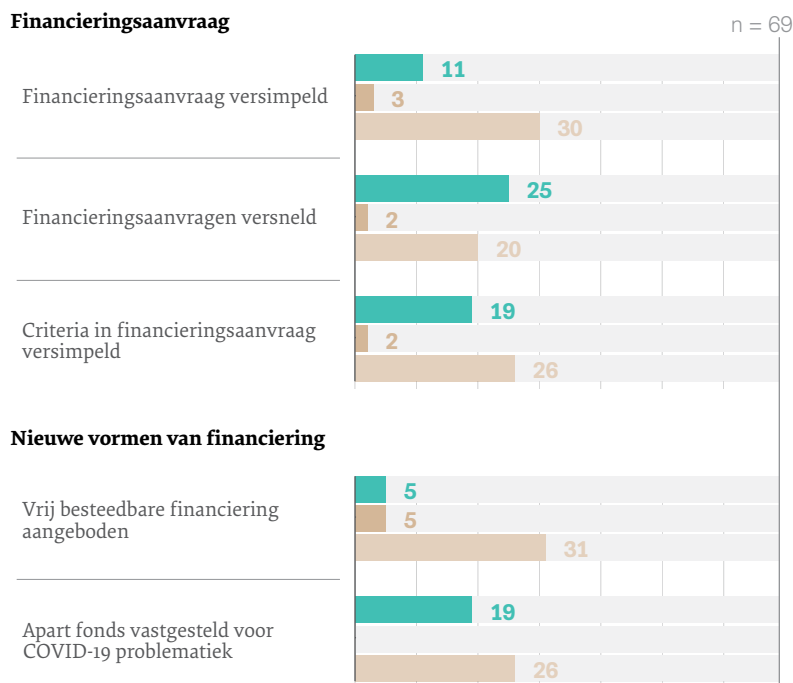
In mindere mate brachten vermogensfondsen wijzigingen aan in het aanvraagproces van nieuwe financiering of donaties

Een aantal vermogensfondsen in het onderzoek bracht wijzigingen aan in het aanvraagproces voor financiering of donaties (zie figuur 3.15). 25 vermogensfondsen versnelden de aanvraag en 11 fondsen versimpelden de financieringsaanvraag. Vijf vermogensfondsen besloten als reactie op de coronapandemie vrij besteedbare financiering aan te bieden. 19 vermogensfondsen richtten een apart fonds op voor COVID-19-problematiek.

Figuur 3.15

Geïmplementeerde wijzigingen in financierings- en donatiebeleid met betrekking tot financieringsaanvraag en nieuwe vormen van financiering (n = 69)

Ja, het fonds heeft deze praktijk geïmplementeerd als reactie op de pandemie
Nee, dit was al de praktijk van het fonds vóór de pandemie
Nee, het fonds heeft deze praktijk niet geïmplementeerd



Ja, het fonds heeft deze praktijk geïmplementeerd als reactie op de pandemie
Nee, dit was al de praktijk van het fonds vóór de pandemie
Nee, het fonds heeft deze praktijk niet geïmplementeerd

Respondenten die een verandering in het financierings- en donatiebeleid hebben doorgevoerd tijdens de coronapandemie is gevraagd in hoeverre zij verwachten dat deze wijziging blijvend is. Respondenten beantwoordden deze vraag op een schaal van zeer onwaarschijnlijk (1) tot zeer waarschijnlijk (5). Over het algemeen achten respondenten het niet waarschijnlijk dat de aangebrachte wijzigingen in het financierings- en donatiebeleid blijvend zijn. Wijzigingen voor het versimpelen en versnellen van financieringsaanvragen hebben de hoogste gemiddelde scores (3,0 en 2,7), waarbij deze veranderingen vaker blijvend worden geacht. Andere wijzigingen hadden een gemiddelde score tussen de 2,1 en 2,6.

Corporate foundations en de coronapandemie

Bestedingsbudget grotendeels niet veranderd

Bijna twee derde van de 26 corporate foundations in het verkennend onderzoek geeft aan dat het bestedingsbudget van het fonds in 2020 niet is veranderd ten opzichte van het bestedingsbudget zoals beoogd was aan het begin van 2020. Vijf corporate foundations geven aan dat het bestedingsbudget verhoogd is; vier fondsen spreken van een verlaagd bestedingsbudget in 2020. In het geval dat het bestedingsbudget verlaagd is, is dit in alle gevallen vanwege de coronapandemie. Als het bestedingsbudget verhoogd is, komt dit in 80% van de gevallen deels of geheel door de coronapandemie. De corporate foundations waarin verhoging van het bestedingsbudget deels of geheel kwam door de coronapandemie, rapporteren een gemiddelde verhoging van 18%. De corporate foundations met een verlaging van het bestedingsbudget als gevolg van corona spreken over een afname van 39%.

Huidige doelgroepen en prioriteiten zijn grotendeels behouden

Het merendeel van de corporate foundations in dit verkennende onderzoek heeft de huidige doelgroepen en prioriteiten behouden. Zeven corporate foundations geven aan dat er andere prioriteiten zijn gegeven binnen de doelgroepen die het fonds al ondersteunde. Slechts één corporate foundation geeft aan prioriteit gegeven te hebben aan een nieuwe doelgroep of doelgroepen. Er is voornamelijk prioriteit gegeven aan ouderen en kinderen/jongeren.

(Meer) samenwerking met andere fondsen als reactie op de coronapandemie

Alle corporate foundations in het onderzoek geven aan (meer) samengewerkt te hebben met andere partijen als reactie op de coronapandemie. De meeste corporate foundations deden dat met één partij (62%). Bijna een kwart van de corporate foundations werkte (meer) samen met twee partijen en 15% met drie of meer andere partijen. De meeste samenwerking vond plaats tussen corporate foundations en andere fondsen (n = 9). Dit werd gevolgd door samenwerking met maatschappelijke organisaties en de lokale overheid. De minste samenwerking als reactie op de coronapandemie vond plaats met de Rijksoverheid (n = 1).

De helft van de corporate foundations verleende additionele financiering aan begunstigden, versoepelde afspraken op toegekende financiering en week af van de vastgestelde bestedingstermijnen

De corporate foundations in dit onderzoek brachten ook enige wijzigingen aan in het financierings- en donatiebeleid. Veel van de in de vragenlijst opgenomen wijzigingen bleken echter in mindere mate van toepassing op de corporate foundations. Door 14 corporate foundations werd aan begunstigden additionele financiering verstrekt. Ook werden andere afspraken op toegekende financiering versoepeld (n = 10), werd het begunstigden toegestaan om af te wijken van de termijn waarin de financiering besteed mocht worden (n = 9) en om (project)financiering te heroriënteren (n = 8) (zie figuur 3.17).

Ook hier is respondenten die een verandering in het financierings- en donatiebeleid hebben doorgevoerd tijdens de coronapandemie gevraagd in hoeverre zij verwachten dat deze wijziging blijvend is. Respondenten beantwoorden deze vraag op een schaal van zeer onwaarschijnlijk (1) tot zeer waarschijnlijk (5). Het toestaan van financiering van organisatiekosten en begunstigden toestaan om af te wijken van het geografisch gebied waarvoor de begunstigde het bedrag moest besteden lijken relatief blijvend (met gemiddelde scores van 4,0). Ook het verlengen van de financieringstermijnen wordt blijvend geacht (gemiddelde score van 3,4).



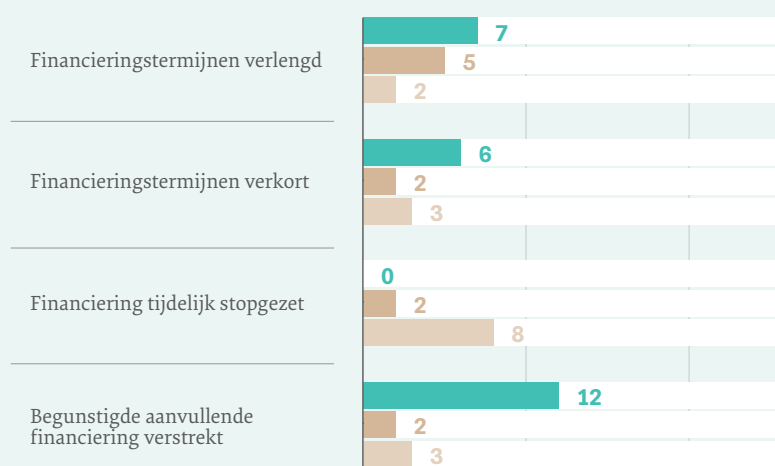


Figuur 3.16

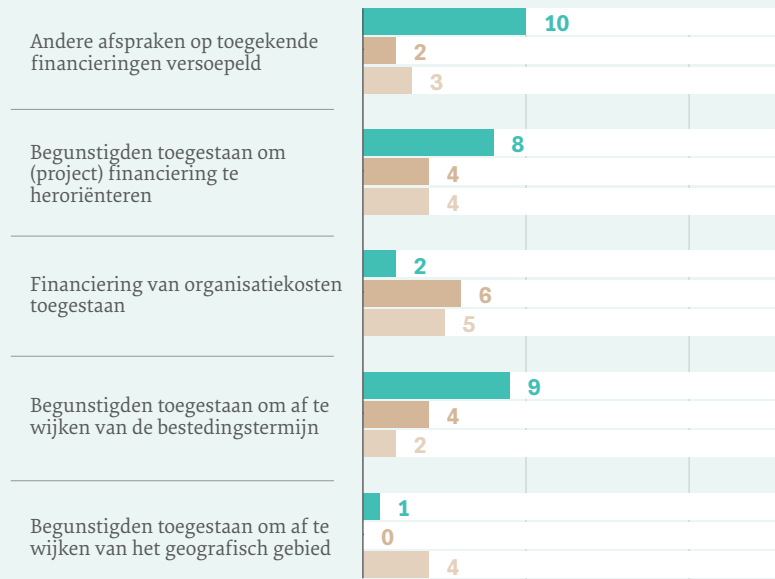
Geïmplementeerde wijzigingen door corporate foundations in financierings- en donatiebeleid met betrekking tot toegekende financieringen en donaties (n = 26)

Uitbetaling en looptijd financiering

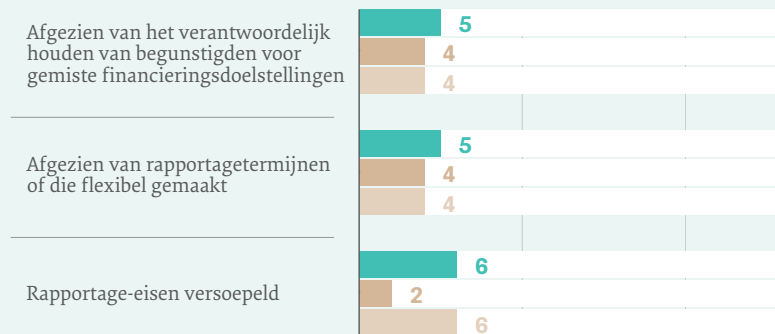
n = 26



Heroriëntering van toegekende financiering



Rapportage-eisen en -termijnen



Ja, het fonds heeft deze praktijk geïmplementeerd als reactie op de pandemie

Nee, dit was al de praktijk van het fonds vóór de pandemie

Nee, het fonds heeft deze praktijk niet geïmplementeerd

Wijzigingen in het financierings- en donatiebeleid voor nieuwe aanvragen werden door een klein deel van de corporate foundations in het verkennend onderzoek doorgevoerd

Wijzigingen in het financierings- en donatiebeleid voor nieuwe aanvragen werden door een klein deel van de corporate foundations in het verkennend onderzoek doorgevoerd gedurende de coronapandemie (zie figuur 3.18). In de meeste gevallen werden fi-

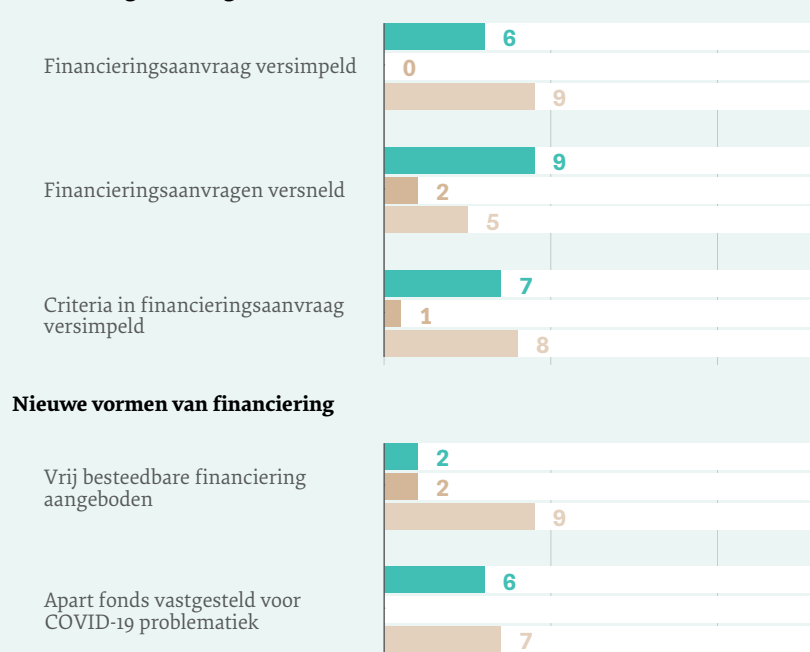
nancieringsaanvragen versneld (n = 9) en versimpeld (n = 6) of werd er een apart fonds vastgesteld voor COVID-problematiek (n = 6). Vrij besteedbare financiering werd slechts door twee corporate foundations mogelijk gemaakt als reactie op de coronapandemie.

Figuur 3.17

Geïmplementeerde wijzigingen door corporate foundations in financierings- en donatiebeleid met betrekking tot nieuwe financierings- en donatieaanvragen (n = 26)

Financieringsaanvraag

n = 26



Ja, het fonds heeft deze praktijk geïmplementeerd als reactie op de pandemie

Nee, dit was al de praktijk van het fonds vóór de pandemie

Nee, het fonds heeft deze praktijk niet geïmplementeerd



3.7 Transparantie en vertrouwen in de samenwerking tussen fondsen en begunstigden

We vroegen de 69 fondsen die de vragenlijst hebben ingevuld hoe veel vertrouwen zij hebben in de organisaties die zij steunen. We vroegen ook naar de mate van transparantie in de communicatie, hoe lang de organisaties al financiering ontvangen en naar het belang van maatschappelijke impact. Het vertrouwen in begunstigden blijkt sterk samen te hangen met de openheid van begunstigden, en in mindere mate met de maatschappelijke impact die zij realiseren. Wanneer het om grotere bedragen gaat dan zijn deze verbanden sterker.

Het vertrouwen van fondsen in begunstigden is bijzonder hoog en hangt samen met de mate van transparantie van begunstigden

Het vertrouwen dat fondsen hebben in de maatschappelijke organisaties die zij steunen is bijzonder hoog: ongeveer 85% van de fondsen zegt (heel) veel vertrouwen te hebben in de begunstigden.

De mate van vertrouwen die fondsen hebben hangt sterk samen met de mate van transparantie van begunstigden. Hoe sterker fondsen de gesprekken met de begunstigden als 'open' kwalificeren en hoe meer begunstigden in de optiek van de fondsen vrijuit spreken over mislukkingen, hoe meer vertrouwen fondsen hebben in de begunstigden. Ook blijkt dat fondsen meer vertrouwen hebben in begunstigden als fondsen vaker bij hen op bezoek gaan. We vroegen de fondsen te denken aan twee verschillende projecten: een project dat een relatief klein bedrag ontving, en een project dat een relatief groot bedrag ontving. Het verband tussen transparantie en vertrouwen is sterker wanneer het gaat om grote bedragen.

De mate van vertrouwen hangt ook samen met de manier waarop fondsen de samenwerking met de begunstigden ervaren. Fondsen die zeggen dat de samenwerking vaak stroef verloopt hebben wat minder vertrouwen in de begunstigden. Dit geldt voor ontvangers van grote en kleine bedragen. Begunstigden die in de optiek van de fondsen weinig doen met feedback krijgen wat minder vertrouwen als het gaat om grote bedragen. Bij ontvangers van kleine bedragen zien we dit verband niet.

De bedragen die begunstigden ontvangen lopen flink uiteen, van minder dan € 100 tot € 4 miljoen. Bij 'kleine' bedragen is het bedrag dat het vaakst voorkomt € 2.500. De mediaan in deze antwoorden is € 3.000: bij de helft van de ontvangers van kleine bedragen gaat het om een kleiner bedrag. Het gemiddelde in deze antwoorden is € 79.000. In de categorie 'grote' bedragen is het bedrag dat het vaakst voorkomt € 25.000. De mediaan is € 90.000, en het gemiddelde € 347.000.

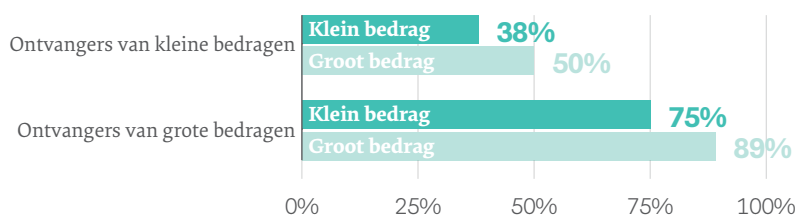
Maatschappelijke impact voor fondsen van belang

Fondsen zeggen de maatschappelijke impact van hun bijdragen heel belangrijk te vinden. We zien hierbij een verschil tussen ontvangers van grote en kleine bedragen. Wanneer fondsen organisaties steunen met grote bedragen dan vinden zij de maatschappelijke impact belangrijker. Over de ontvangers van kleine bedragen zegt 29% van de fondsen dat maatschappelijke impact essentieel is, over de ontvangers van grote bedragen zegt 48% dat. Over de daadwerkelijke impact zijn fondsen overigens wat minder positief. Fondsen vinden dat de samenwerking met één op de negen begunstigden (11%) weinig of zelfs helemaal geen maatschappelijke impact heeft opgeleverd. Fondsen zeggen vaker dat de maatschappelijke impact daadwerkelijk is gerealiseerd als het gaat om grotere bedragen. Bij grote bedragen vindt één op de drie fondsen dat de samenwerking volledig de beoogde impact heeft bereikt. Bij kleine bedragen is dat maar op één op acht.

Samenwerkingsrelaties gaan soms heel ver terug. De oudste banden tussen fondsen en begunstigden zijn meer dan tweehonderd jaar oud. Relaties met begunstigden van grote bedragen gaan langer terug dan relaties met begunstigden van kleine bedragen. Bij grote bedragen gaat het om gemiddeld zeven jaar bestaande banden, bij kleine bedragen om vijf jaar. We zien een groot verschil in het vertrouwen dat fondsen hebben in begunstigden die zij nog maar kort steunen als dat gaat om kleine of juist grote bedragen. Fondsen hebben het minste vertrouwen in ontvangers van relatief kleine bedragen als zij hen minder dan vijf jaar steunen. Maar 38% van de fondsen zegt dat zij heel veel vertrouwen hebben in de groep ontvangers die minder dan vijf jaar steun ontvangen als het gaat om kleine bedragen van gemiddeld € 800 (zie figuur 3.18). Als het gaat om begunstigden die minder dan vijf jaar steun kregen voor een groter bedrag van gemiddeld € 1.100 dan zegt 50% van de fondsen heel veel vertrouwen te hebben. We zien een heel ander patroon als het gaat om ontvangers van grote bedragen die minder dan vijf jaar steun krijgen. Over deze begunstigden zeggen fondsen uitzonderlijk vaak dat ze heel veel vertrouwen in hen hebben. Het maakt dan weinig uit of het gaat om een klein bedrag (gemiddeld € 6.600) of om een relatief groot bedrag (gemiddeld € 22.000).

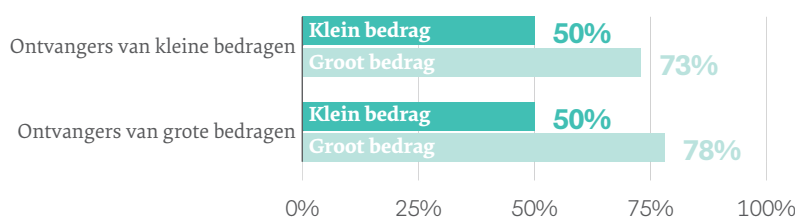
Figuur 3.18: Minder dan vijf jaar steun

Percentage van de fondsen dat zegt heel veel vertrouwen te hebben in begunstigden die minder dan vijf jaar steun ontvangen (n = 69)



Figuur 3.19: Vijf jaar of langer steun

Percentage van de fondsen dat zegt heel veel vertrouwen te hebben in begunstigden die vijf jaar of langer steun ontvangen (n = 69)



Onder de fondsen die al langer dan vijf jaar steun ontvangen is het niveau van vertrouwen hetzelfde als het gaat om ontvangers van kleine of grote bedragen (zie figuur 3.19). Over beide groepen zegt de helft van de fondsen dat zij veel vertrouwen hebben in de begunstigden als het gaat om kleine bedragen. Voor de ontvangers van kleine bedragen gaat het dan gemiddeld om € 37.000, voor de grote ontvangers om gemiddeld € 333.000. Als het gaat om grotere bedragen heeft ongeveer driekwart van de fondsen heel veel vertrouwen. Bij ontvangers van kleine bedragen gaat het dan om gemiddeld € 775.000. Bij de grotere ontvangers praten we over bedragen van gemiddeld € 1 miljoen.



Problemen in de samenwerking met begunstigden komen niet vaak voor

De overgrote meerderheid van de fondsen is het (helemaal) oneens met de stelling 'De samenwerking met de begunstigde verloopt vaak stroef.' Maar wanneer fondsen de samenwerking niet heel goed vinden zien we dat vaker bij begunstigden die zij minder dan vijf jaar steunen.

Vertrouwen komt te voet en gaat te paard

Deze resultaten kunnen we begrijpen aan de hand van een oud spreekwoord: 'vertrouwen komt te voet, en gaat te paard.' Fondsen starten waarschijnlijk een relatie met begunstigden met kleine bedragen. Als de begunstigde transparant en open is en maatschappelijke impact realiseert, neemt het vertrouwen toe, en ook het bedrag dat fondsen bijdragen. Alleen als het vertrouwen heel groot is zijn fondsen bereid om grote bedragen te doneren. Als de samenwerking met de begunstigde goed verloopt zet het fonds de relatie voort. Wanneer de begunstigde het vertrouwen schaadt, verbreekt het fonds de relatie.

3.8 Vrij besteedbare financiering

In grote lijnen zijn er drie soorten financieringsmodellen waarmee particuliere filantropische inkomsten aan goededoelenorganisaties worden verstrekt (Cairns, Mills & Ridley, 2013; Shaker & Wiepking, 2021):

- *Vrij besteedbare financiering* is financiering die aan goededoelenorganisaties wordt verstrekt zonder dat er expliciete en formele voorwaarden worden verbonden aan de wijze waarop het geld moet worden besteed. Dit past in financieringsfilosofieën als trust-based philanthropy of participatory grantmaking. Het wordt ook wel flexibele financiering of ongeoormerkte financiering genoemd.
- *Kernfinanciering, operationele steun, continuïteitsfinanciering of capacity building* zijn verwante financieringsvormen, maar verschillen omdat ze expliciet bedoeld zijn om te investeren in belangrijke 'kern' organisatorische of operationele uitgaven, zoals administratie, personeel en faciliteiten.
- Een derde soort financiering is *projectmatige financiering*. Fondsen gebruiken projectmatige financiering meestal om specifieke projecten te financieren, met voorwaarden ten aanzien van hoe het kan worden besteed, waaraan en binnen welk tijdsbestek. Deze projecten zijn vaak gericht op resultaten op korte termijn. Uit onderzoek is gebleken dat organisaties die in de eerste plaats projectmatige financiering ontvangen, verstrikt kunnen raken in een starvation cycle, waarin zij steeds meer onder druk worden gezet om te bezuinigen op de operationele kernkosten (Gregory & Howard, 2009; Lecy & Searing, 2015; Schubert & Boenigk, 2019).

In de praktijk hanteren fondsen meestal een mix van projectmatige en meer flexibele vormen van financiering.

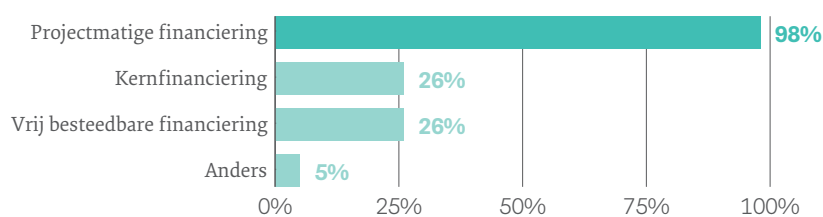
Voor dit onderzoek zijn de 69 vermogensfondsen in het verkennende onderzoek gevraagd naar de manier waarop zij financieren, welke voorwaarden zij aan hun financiering stellen en hoe zij contact houden met de begunstigde doelen of projecten. Hiervan gaven enkele fondsen aan geen doelen of projecten te financieren. Deze organisaties zijn buiten de analyses gelaten, waarmee de uiteindelijk gehanteerde steekproef voor deze paragraaf bestaat uit 65 financierende fondsen.

Het grootste deel van de financiering door fondsen is projectmatig

Bijna alle fondsen in het onderzoek geven projectmatige financiering (zie figuur 3.20). Een kwart doet aan vrij besteedbare financiering, maar vrijwel altijd in combinatie met projectmatige financiering. Ook een kwart geeft aan kernfinanciering te geven. Fondsen die vrij besteedbaar financieren, doen relatief vaak ook aan kernfinanciering.

Figuur 3.20: Bijna alle fondsen verstrekken projectmatige financiering

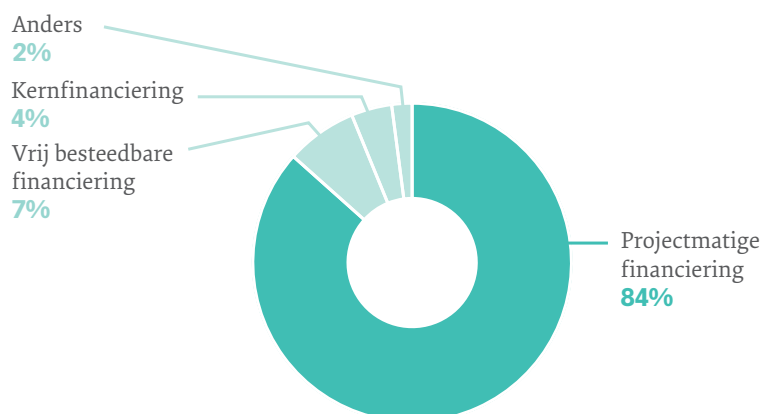
Soorten financiering die fondsen verstrekken (meerdere antwoorden mogelijk) (in %) (n = 65)



Figuur 3.21 laat zien dat dat het overgrote deel van alle financiering door fondsen projectmatig is. Gemiddeld is 84% van alle financiering projectmatig onder de fondsen in het verkennende onderzoek.

Figuur 3.21: Het overgrote deel van de financiering door fondsen is projectmatig

Deel van de totale financiering naar projectmatige, kern- of vrij besteedbare financiering (in %) (n = 65)



Vanwege afrondingen telt het totaal niet op tot 100%.



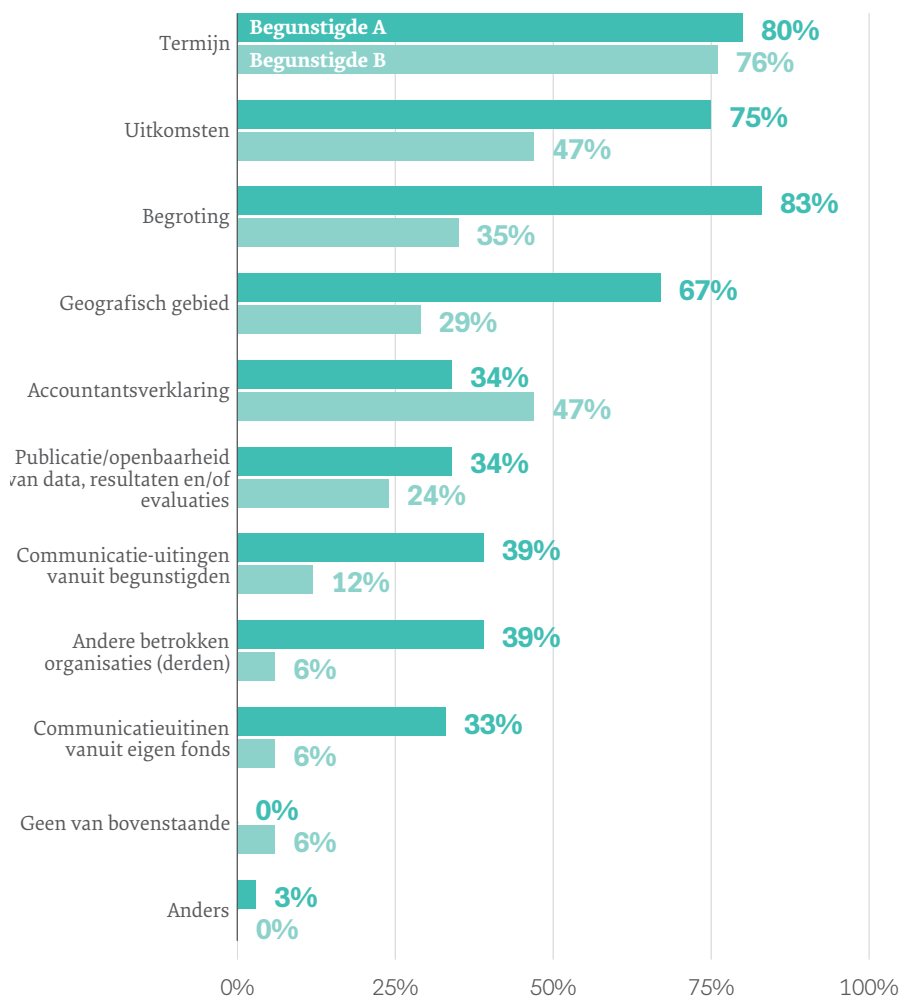
Vrij besteedbaar, toch afspraken

In het onderzoek is aan fondsen die zowel projectmatige als vrij besteedbare financiering verstrekken gevraagd om dezelfde vragen te beantwoorden voor twee soorten begunstigden: begunstigde A die projectmatige financiering krijgt, en begunstigde B die vrij besteedbaar gefinancierd wordt. Op deze manier wordt er inzicht verkregen in de afspraken met en verwachtingen van verschillende soorten begunstigden.

Zoals verwacht worden er meer afspraken vooraf gemaakt bij projectmatige financiering (figuur 3.22). Een aantal resultaten valt op. Zo worden bij vrij besteedbare financiering net zo vaak afspraken gemaakt over de termijn van de financiering, en zelfs iets vaker afspraken over het overleggen van een accountantsverklaring. Op andere gebieden worden minder vaak afspraken gemaakt, zoals over de begroting, de gewenste uitkomsten, communicatie en de betrokkenheid van andere organisaties (derden). Eén fonds dat vrij besteedbaar financiert geeft aan dat er bij vrij besteedbare financiering geen enkele afspraak vooraf wordt gemaakt. Voor de andere 17 fondsen die vrij financieren zijn er toch een paar afspraken.

Figuur 3.22: Bij projectmatige financiering worden de meeste afspraken gemaakt, maar ook bij vrij besteedbare financiering worden enkele afspraken gemaakt

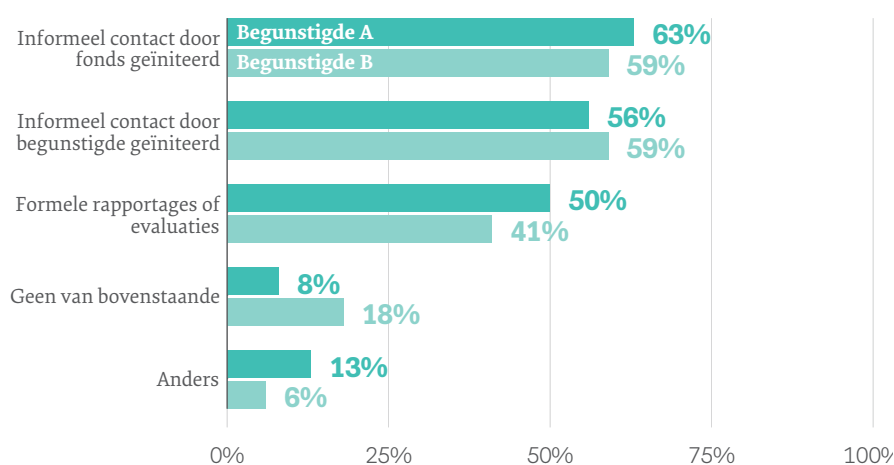
Elementen waarover vooraf expliciete afspraken worden gemaakt met **begunstigde A 'projectmatige financiering'** en **begunstigde B 'vrij besteedbare financiering'** (meerdere antwoorden mogelijk) (in %)(n = 65)



Ook tijdens een vrij besteedbaar gefinancierd doel of project is er gedurende de financieringsperiode meestal contact tussen fonds en begunstigde. Figuur 3.23 laat zien dat er zowel bij projectmatige als bij vrij besteedbaar gefinancierde projecten contact is op formele en informele manieren. 18% van de fondsen die aan vrij besteedbare financiering doen geeft aan dat er in de financieringsperiode geen contact is met de begunstigde partij.

Figuur 3.23: Binnen projectmatige en vrij besteedbare financiering meestal contact tussen fonds en begunstigde

Verschillende manieren waarop fondsen contact hebben met **begunstigden A 'projectmatige financiering'** en **begunstigde B 'vrij besteedbare financiering'** (meerdere antwoorden mogelijk) (in %) (n = 65)

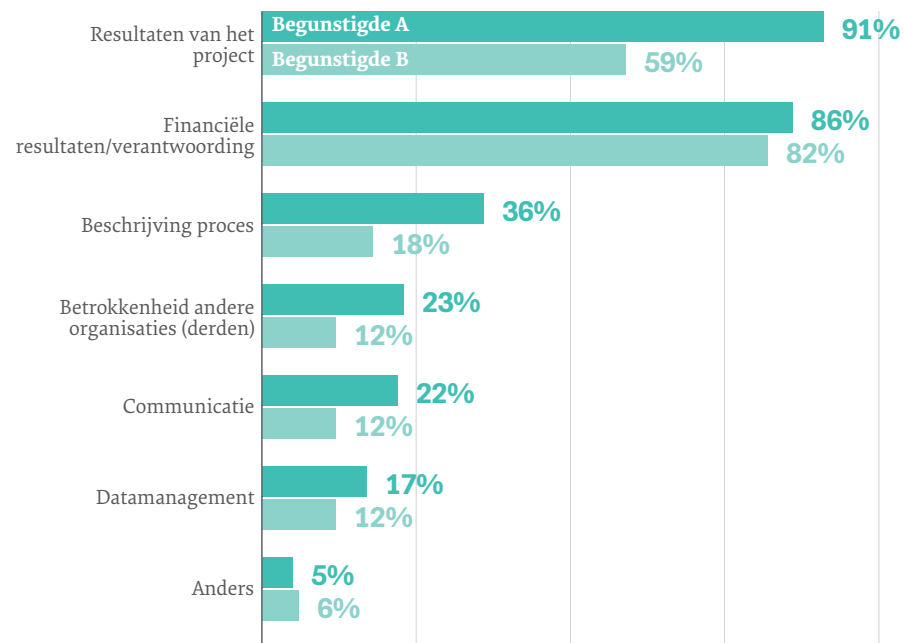




Ook qua rapportage achteraf verwachten fondsen bijna altijd wel iets van hun begunstigden (zie figuur 3.24). Bij de meeste fondsen moeten begunstigden rapporteren over de inhoudelijke en financiële resultaten. Begunstigden die vrij besteedbaar geld hebben ontvangen hoeven minder vaak te rapporteren over de inhoudelijke resultaten van het project dan begunstigden met projectmatige financiering, maar dit is alsnog in 59% van de gevallen wel vereist. Bij 6% van de vrij besteedbare financiering verwacht het fonds geen enkele rapportage.

Figuur 3.24: Meer rapportage-eisen bij projectmatige financiering, maar ook begunstigden met vrij besteedbare financiering behoren veelal te rapporteren over specifieke elementen

Rapportage-eisen voor begunstigden A (projectmatige financiering) en begunstigde B (vrij besteedbare financiering) (meerdere antwoorden mogelijk) (in %) (n = 65)

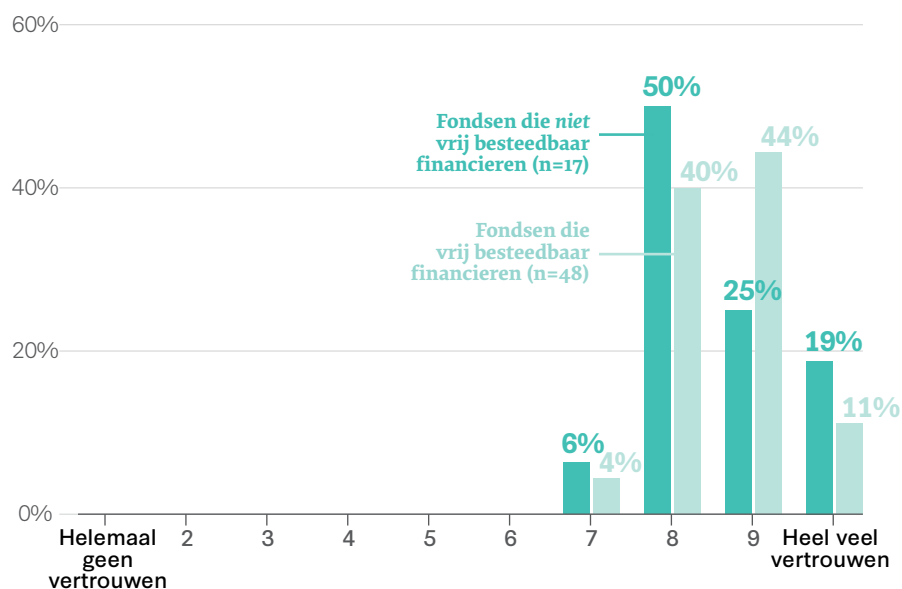


Fondsen hebben veel vertrouwen in begunstigden

Zoals we eerder zagen, hebben de 69 vermogensfondsen in het verkennend onderzoek over het algemeen veel vertrouwen in de doelen of projecten die ze financieren. Figuur 3.25 laat zien dat alle responderende fondsen minimaal een 7 geven op een schaal van 1 (helemaal geen vertrouwen) tot 10 (heel veel vertrouwen), en verreweg de meeste een 8 of hoger. Onder fondsen die aan vrij besteedbare financiering doen zijn er iets meer respondenten die heel veel vertrouwen hebben in hun begunstigden dan onder fondsen die geen vrij besteedbare financiering geven, maar de gemiddelde schaalscore is vrijwel gelijk in beide groepen: afgerond een 8,6.

Figuur 3.25: Fondsen hebben veel vertrouwen in begunstigden

Antwoord op de vraag 'In het algemeen gesproken, hoeveel vertrouwen heeft u in de begunstigden van uw fonds?' op een schaal van 1 (helemaal geen vertrouwen) tot 10 (heel veel vertrouwen) (in %)



Interesse in vrij besteedbare financiering

Hoewel de cijfers in dit verkennende onderzoek suggereren dat projectmatige financiering dominant is onder Nederlandse fondsen, laten antwoorden op open vragen over dit onderwerp zien dat er wel degelijk interesse bestaat voor vormen van vrij besteedbare financiering. Respondenten geven aan incidenteel ongeoormerkte giften te doen, bijvoorbeeld om specifieke begunstigden, waar een goede band mee is, op organisatieniveau te steunen (capacity building). Sommige geven aan dat er wel afspraken zijn, maar ook enige flexibiliteit om daar gedurende een project een andere invulling aan te geven. Veel fondsen in het verkennende onderzoek vinden het belangrijk dat hun bestedingen in lijn zijn met de eigen visie en missie. Meestal zetten ze vrij besteedbare financiering alleen in voor begunstigden wier werk geheel in lijn ligt met de eigen doelstelling. Dit komt ook terug als fondsen gevraagd worden naar de voor- en nadelen van vrij besteedbare en projectmatige financiering. De meest genoemde voordelen van projectmatige financiering zijn de focus op de doelstellingen van het fonds, de helderheid die het schept, en het argument dat een projectaanvraag makkelijk te beheren, controleren en verantwoorden is. De genoemde nadelen van vrij besteedbare financiering zijn daar deels de keerzijde van. Respondenten zien dan minder betrokkenheid van de financier, er is minder zicht, en de gift is mogelijk ondoelmatig en fraudegevoelig. Respondenten vinden dat de impact van vrij besteedbare financiering lastig te meten en te evalueren is. 'De bijdrage verdwijnt met de knollen in de pot,' constateert een respondent.



Als voordelen van vrij besteedbare financiering worden genoemd dat het geld terecht komt waar dat het hardste nodig is, dat begunstigden kunnen inspelen op veranderende economische en politieke omstandigheden, dat het proces snel en efficiënt is, dat het de vertrouwensband bevordert, dat het ingezet kan worden voor organisatieontwikkeling, en dat het creativiteit stimuleert. Sommige fondsen werken al deels met vrije(re) financiering, andere zeggen hiermee te experimenteren. Volgens een aantal respondenten is dit nodig om de nadelen van projectmatige financiering op te vangen. Respondenten wijzen daarbij op het belang van flexibiliteit als de context van een project verandert en uit hun zorgen over de continuïteit van een organisatie die van project naar project gaat. Soms is het voor de uiteindelijke doelstellingen nodig om het projectniveau te overstijgen. Een respondent schrijft: 'Het financieren van projecten kan een kortetermijnfocus geven, terwijl we uiteindelijk allemaal voor de lange termijn de wereld willen verbeteren.'

3.9 Samenwerking van vermogensfondsen met andere partijen

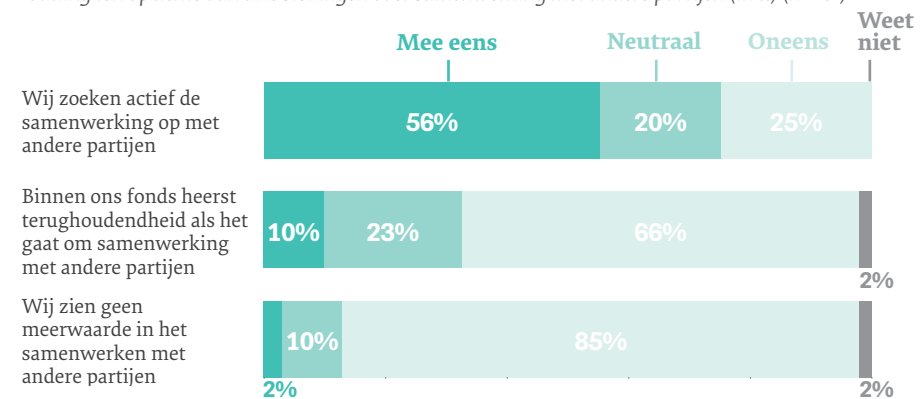
Om maatschappelijke problematiek aan te pakken kunnen fondsen de samenwerking opzoeken met andere partijen, zoals de overheid, goededoelenorganisaties, bedrijven of andere fondsen. Samenwerken met andere belanghebbenden kan op vele manieren plaatsvinden, maar bevat een gezamenlijke inzet om een bepaald doel of resultaat te bereiken (Bryson, Crosby & Stone, 2015; Seitanidi, 2008; Selsky & Parker, 2005; Schuyt, Verkaik & Hoolwerf, 2018). Vanwege de relatief onafhankelijke financiële positie en autonomie van fondsen kunnen zij unieke bijdragen leveren aan een samenwerking, zoals bijvoorbeeld door risicokapitaal, specialistische kennis en netwerken, donatie-expertise en -infrastructuur en legitimiteit (Austin, 2000; Glass & Pole, 2017; Leat, 2009).

Fondsen hebben een positieve houding ten opzichte van samenwerking met andere partijen

De overgrote meerderheid (85%) van de fondsen in het onderzoek is het (geheel) oneens met de stelling dat hun fonds geen meerwaarde ziet in het samenwerken met andere partijen (zie figuur 3.26). Twee derde van hen is het (geheel) oneens met de stelling dat er binnen het fonds terughoudendheid heerst als het gaat om samenwerking met andere partijen; bij één op de tien is er wel sprake van terughoudendheid. Ruim de helft van de fondsen geeft aan dat hun fonds actief de samenwerking zoekt met andere partijen (56%).

Figuur 3.26: Fondsen staan positief tegenover samenwerking met andere partijen

Houding ten opzichte van drie stellingen over samenwerking met andere partijen (in %) (n = 61)



Vanwege afrondingen tellen de percentages niet op tot 100%

Overgrote deel van de fondsen werkt samen

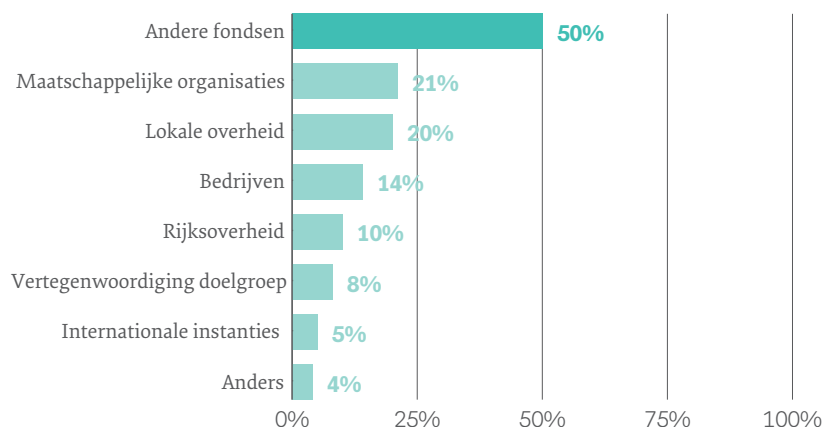
Maar liefst 87% (n = 54) van de fondsen werkt samen met andere partijen om doelstellingen te realiseren. Slechts acht fondsen in het onderzoek geven aan niet samen te werken met andere partijen (13%). Deze acht fondsen hebben minder dan 6 fte in dienst aan betaalde krachten. Dit zijn wat bureau-grootte betreft dus relatief kleine fondsen.

Fondsen werken het vaakst samen met andere fondsen, gevolgd door maatschappelijke organisaties

50 van de 69 fondsen in het onderzoek werken samen met andere fondsen (72%). Naast andere fondsen kunnen fondsen natuurlijk ook samenwerken met andere partijen. Voorbeelden zijn maatschappelijke organisaties, lokale overheden of de Rijksoverheid, bedrijven, een vertegenwoordiging van de doelgroep of internationale instanties. Figuur 3.27 geeft weer met welke partijen fondsen in het onderzoek samenwerken. Naast andere fondsen werken vermogensfondsen het meest samen met maatschappelijke organisaties of met de lokale overheid.

Figuur 3.27: De meeste fondsen werken samen met andere fondsen

Samenwerkingspartners van fondsen (meerdere antwoorden mogelijk) (n = 69)



Vanwege afrondingen tellen de percentages niet op tot 100%

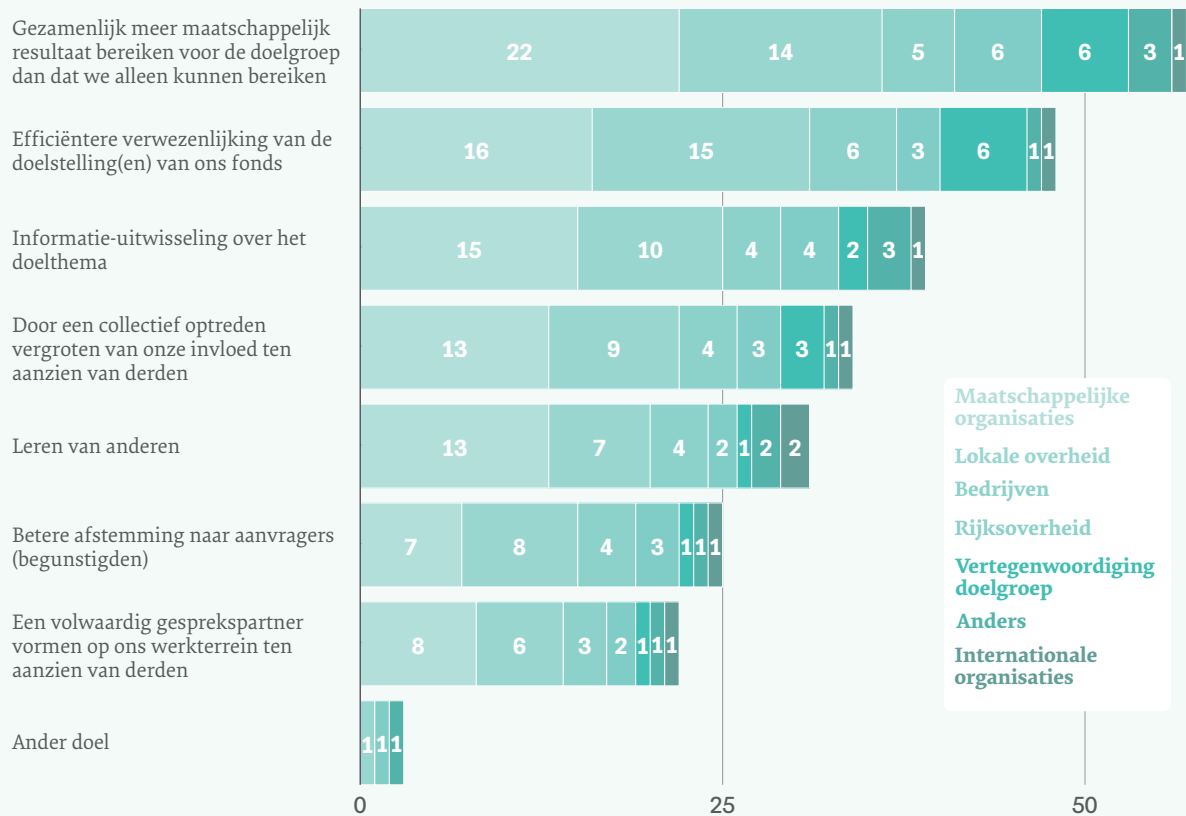
De meest genoemde doelen van samenwerking zijn meer maatschappelijk resultaat voor de doelgroep en efficiëntere verwezenlijking van de fondsdoelstellingen

In de samenwerking met de overheid en maatschappelijke organisaties is het meest genoemde doel van de samenwerking om meer maatschappelijk resultaat te bereiken voor de doelgroep. Een efficiëntere verwezenlijking van de doelstelling(en) van het eigen fonds geven de fondsen het meest aan bij samenwerking met lokale overheden en vertegenwoordigingen van de doelgroep (zie figuur 3.28). Als er gekeken wordt naar de doelstellingen per samenwerkingspartner, dan zijn er geen grote verschillen. Wel valt op dat de doelstelling 'Een volwaardige gesprekspartner vormen op ons werkterrein ten aanzien van derden' en 'Betere afstemming met de aanvragers (begunstigden)' relatief vaak genoemd worden als doelstellingen voor de samenwerking met een vertegenwoordiging van de doelgroep. Ook zien we dat de doelstelling 'Leren van anderen' vaker benoemd wordt binnen samenwerkingen met een vertegenwoordiging van de doelgroep en met maatschappelijke organisaties vergeleken met andere partners.



Figuur 3.28: Gezamenlijk meer resultaat bereiken en efficiëntere verwezenlijking van de doelstellingen zijn de meest voorkomende doelen voor samenwerkingen met andere partijen

Samenwerkingsdoelen naar samenwerkingspartners (meerdere antwoorden mogelijk) (n = 69)

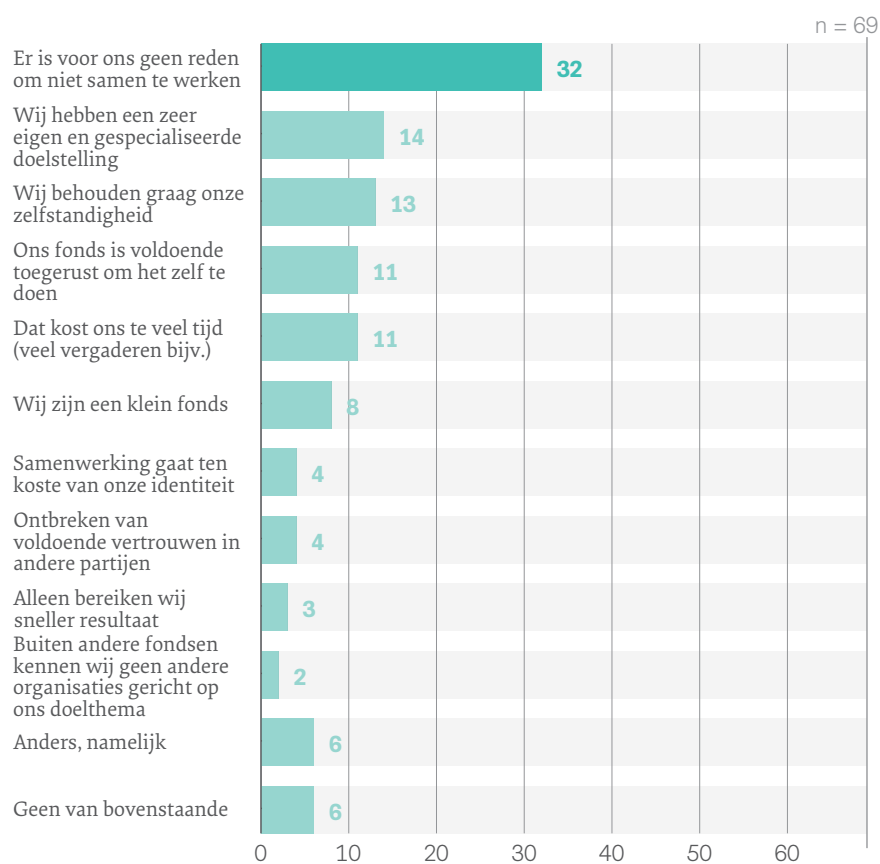


Er is voor vermogensfondsen vaker geen reden om niet samen te werken dan wel. Het hebben van een zeer eigen en gespecialiseerde doelstelling is de meest genoemde reden om niet samen te werken

Voor bijna de helft van de fondsen in dit onderzoek zijn er geen redenen om niet samen te werken met andere partijen (zie figuur 3.29). Voor de fondsen die daar wel redenen voor hebben, is 'Wij hebben een zeer eigen en gespecialiseerde doelstelling' de meest genoemde reden, gevolgd door 'Wij behouden graag onze zelfstandigheid.' Ook wordt relatief vaak genoemd dat samenwerken te veel tijd kost of dat samenwerken niet nodig is omdat een fonds voldoende is toegerust om het werk zelf te doen.

Figuur 3.29: Voor bijna de helft van de fondsen in het onderzoek is er geen reden om niet samen te werken met andere partijen

Redenen voor fondsen om niet samen te werken met andere partijen (meerdere antwoorden mogelijk)
(n = 69)



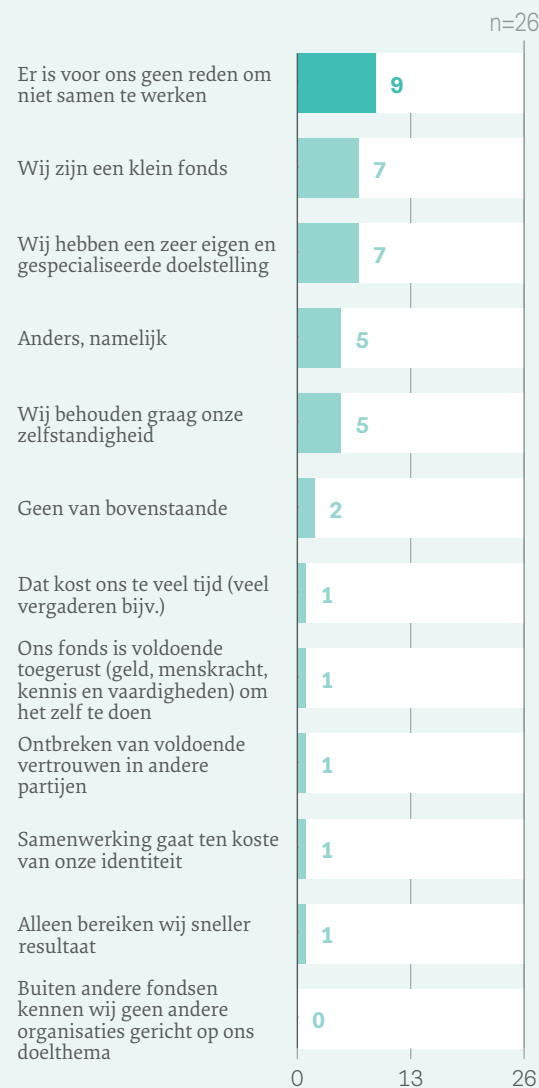


Corporate foundations en de samenwerking met andere partijen

Het merendeel van de 26 corporate foundations heeft een positieve houding tegenover de samenwerking met andere partijen. 16 corporate foundations in het onderzoek werken samen met andere partijen om de doelstellingen van het fonds te realiseren (70%). Zeven corporate foundations geven aan niet samen te werken. Ook hier valt op dat de corporate foundations met een relatief kleine hoeveelheid fte aan betaalde krachten vaker niet samenwerken met andere partijen. De corporate foundations met meer dan 6 fte aan betaalde krachten werken wel samen met andere partijen.

Figuur 3.30: Voor één derde van de corporate foundations in het onderzoek is er geen reden om niet samen te werken met andere partijen

Redenen voor corporate foundations om niet samen te werken met andere partijen (meerdere antwoorden mogelijk) (n = 26)



Voor één derde van de corporate foundations in het onderzoek zijn er geen redenen om niet samen te werken met andere partijen. Als die er wel zijn, dan staan de volgende redenen op een gedeelde eerste plaats: 'Wij zijn een klein fonds' en 'Wij hebben een zeer eigen en gespecialiseerde doelstelling.' 'Wij behouden graag onze zelfstandigheid' staat op een derde plaats.

Wanneer corporate foundations samenwerken met andere partijen, werken zij het meeste samen met andere fondsen. Maatschappelijke organisaties in binnen- of buitenland zijn voor de corporate foundations daarna de meest voorkomende samenwerkingspartners, gevolgd door bedrijven en lokale overheden.

Figuur 3.31: Helft van de corporate foundations werkt samen met andere fondsen, gevolgd door maatschappelijke organisaties en bedrijven

Samenwerkingspartners van corporate foundations (n = 26)



Conclusie

Er is een grote variëteit aan fondsen in Nederland. In dit hoofdstuk hebben we de doelbestedingen van geldwervende fondsen, hybride fondsen en vermogensfondsen in kaart gebracht. Hoeveel hebben zij in 2020 aan goede doelen gegeven? 763 geldwervende fondsen (inclusief hybride fondsen) gaven in 2020 € 4,1 miljard aan goede doelen. Daarvan ging € 1,8 miljard naar internationale hulp. De totale bestedingen van geldwervende fondsen zijn in 2020 gedaald. Deze daling werd met name veroorzaakt door een daling in de bestedingen van gezondheidsfondsen tussen 2019 en 2020. De oorzaak lijkt voor een groot deel bij de coronapandemie te liggen. Het onderzoek naar de doelbestedingen van vermogensfondsen heeft zich geconcentreerd op de grootste fondsen in Nederland. Onder vermogensfondsen verstaan we een brede groep fondsen. Het gaat om fondsen die niet afhankelijk zijn van actieve geldwerving onder het publiek, zoals zuivere vermogensfondsen, familiefondsen en corporate foundations. De 137 grootste vermogensfondsen gaven samen € 697 miljoen aan goede doelen. De helft van de doelbestedingen van de onderzochte vermogensfondsen ging naar internationale hulp. Hiervan is € 193 miljoen afkomstig van het grootste fonds in Nederland dat actief is op dit terrein, de IKEA Foundation.

Om dubbelstellingen te voorkomen tellen we voor het macro-overzicht van Geven in Nederland alleen de doelbestedingen van geldwervende fondsen en vermogensfondsen mee uit de opbrengst van het vermogen. De inkomsten die fondsenwervende instellingen en vermogensfondsen ontvangen van bedrijven, particulieren, andere fondsen, en uit nalatenschappen tellen we niet mee voor het totaaloverzicht omdat deze bijdragen al in andere hoofdstukken zijn meegeteld. Voor geldwervende fondsen is dat een bedrag van € 116 miljoen en voor vermogensfondsen een bedrag van € 275 miljoen uit de opbrengst van het vermogen.

Daarnaast hebben we een verkennend enquête-onderzoek uitgevoerd onder 69 vermogensfondsen in Nederland. Vier thema's kwamen aan bod: de impact van de coronapandemie op vermogensfondsen, vrij besteedbare financiering, transparantie en vertrouwen in de samenwerking tussen fondsen en begunstigden, en de samenwerking tussen fondsen en andere partijen.

Hoe heeft de coronapandemie invloed gehad op het bestedingsbudget, doelgroepen en het financierings- of donatiebeleid van fondsen in 2020? Het bestedingsbudget van de onderzochte vermogensfondsen is in 2020 grotendeels onveranderd als gevolg van de coronapandemie. Fondsen wijzigden wel het financierings- en donatiebeleid om begunstigden meer flexibiliteit te verlenen. De helft van de onderzochte vermogensfondsen verleende additionele financiering of versoepelde de afspraken op toegekende financiering. Ook werkten vermogensfondsen (meer) samen met andere fondsen als reactie op de coronapandemie. Vermogensfondsen zagen in mindere mate af van wijzigingen in de rapportagetermijnen en/of -eisen.

Hoeveel vertrouwen hebben vermogensfondsen in begunstigden en waar hangt dit vertrouwen mee samen? Het verkennende onderzoek laat zien dat het vertrouwen van fondsen in begunstigden bijzonder hoog is. Daarnaast blijkt de mate van vertrouwen sterk samen te hangen met de openheid van begunstigden en de manier waarop fondsen de samenwerking met begunstigden ervaren. Het vertrouwen in begunstigden hangt in mindere mate samen met de maatschappelijke impact die zij realiseren. Als het om grotere bedragen gaat zijn deze verbanden sterker. Dit betekent dat wanneer vermogensfondsen de begunstigden als 'open' kwalificeren en begunstigden in de optiek van de fondsen vrijuit spreken over mislukkingen, fondsen meer vertrouwen hebben in de begunstigden. Wanneer de samenwerking met begunstigden 'stroef' verloopt, is er minder vertrouwen in de begunstigden. Dit geldt voor ontvangers van grote en kleine bedragen.



3. | GEVEN DOOR FONDSSEN

Op welke manier verlenen vermogensfondsen financiering, welke voorwaarden worden daaraan gesteld en hoe houden vermogensfondsen contact met de begunstigde doelen of projecten? 84% van alle financiering onder de onderzochte fondsen is projectmatig, waarbij voorwaarden gesteld worden aan hoe het kan worden besteed, waaraan en binnen welk tijdsbestek. Maar ook bij vrij besteedbare financiering worden afspraken gemaakt. Zo worden net zo vaak afspraken gemaakt over de termijn van de financiering, en zelfs iets vaker afspraken over het overleggen van een accountantsverklaring. Op andere gebieden worden minder vaak afspraken gemaakt, zoals over de begroting, de gewenste uitkomsten, communicatie en de betrokkenheid van andere organisaties (derden).

In welke mate, met welke partijen en met welk doel werken vermogensfondsen samen? Vermogensfondsen in dit onderzoek hebben een positieve houding ten opzichte van samenwerking met andere partijen en het overgrote deel van de fondsen werkt samen. Dat doen zij het vaakst met andere fondsen, gevolgd door samenwerking met maatschappelijke organisaties. Fondsen werken vooral samen om meer maatschappelijk resultaat voor de doelgroep te bereiken en om fondsdoelstellingen efficiënter te kunnen verwezenlijken. Het hebben van een zeer eigen en gespecialiseerde doelstelling is de meest genoemde reden om niet samen te werken.

Referenties

- Anheier, H.K. (2003). Das Stiftungswesen in Deutschland: Eine Bestandsaufnahme in Zahlen. In B. Stiftung (ed.), *Handbuch Stiftungen: Ziele–Projekte–Management–Rechtliche Gestaltung* (pp. 43-85). Wiesbaden, Duitsland: Gabler .
- Austin, J.E. (2000). Strategic collaboration between nonprofits and businesses. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 29(1), 69-97.
- Bethmann, S., & von Schnurbein, G. (2019). Strategic in what sense? Corporate foundation models in terms of their institutional independence and closeness to core business. In L. Roza, S. Bethmann, L.C.P.M. Meijs & G. von Schnurbein (red.), *Handbook on Corporate Foundations: Corporate and Civil Society Perspectives* (pp. 39-61). Cham, Zwitserland: Springer Nature.
- Bryson, J.M., Crosby, B.C., & Stone, M. (2015). Designing and implementing cross-sector collaborations: Needed and challenging. *Public Administration Review*, 75(5), 647-663.
- Cairns, B., Mills, C., & Ridley, S. (2013). *Thinking about... core funding*. London, U.K.: Institute for Voluntary Action Research (IVAR).
- Gouwenberg, B.M., Karamat Ali, D.R., Hoolwerf, L.K., Bekkers, R.H.F.P., Schuyt, T.N.M., & Smit, J.H. (2015). *EUFORI Study: Synthesis Report*. Brussels: European Commission.
- Gouwenberg, B.M., Koolen-Maas, S.A., & van Teunenbroek, C. (2021). Corporate foundations in Nederland: Een verkenning. In *Geven in Nederland 2020* (pp. 1-40). Amsterdam: Walburg Pers.
- Glass, J., & Pole, N. (2017). Collaboration between Canadian grantmaking foundations: The expression of an increasingly ambitious and strategic philanthropic sector? *Canadian Journal of Nonprofit and Social Economy Research*, 8(2), 57-79.
- Gregory, A., & Howard, D. (2009). The nonprofit starvation cycle. *Stanford Social Innovation Review*, 7(4), 49-53.
- Herlin, H., & Pedersen, J.T. (2013). Corporate foundations: Catalysts of NGO–business partnerships? *Journal of Corporate Citizenship*, 50, 58-90.
- KWF (2020). Jaarverslag 2020. <https://www.kwf.nl/sites/default/files/2021-05/jaarverslag-kwf-kankerbestrijding-2020.pdf>
- Leat, D. (2009). *More than money: The potential of cross sector relationships*. [Research report]. Big Lottery Fund. <https://www.issuelab.org/resources/15642/15642.pdf>
- Lecy, J., & Searing, E. (2015). Anatomy of the nonprofit starvation cycle: An analysis of falling overhead ratios in the nonprofit sector. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 44(3), 539–563.
- Rey-Garcia, M., Martin-Cavanna, J., & Alvarez-Gonzalez, L.I. (2012). Assessing and advancing foundation transparency: Corporate foundations as a case study. *The Foundation Review*, 4(3), 77-89.
- Roza, L. (2016). *Employee Engagement in Corporate Social Responsibility*. Rotterdam: Erasmus University Rotterdam. <http://hdl.handle.net/1765/93254>
- Roza, L., Bethmann, S., Meijs, L.C.P.M., & von Schnurbein, G. (2019). *Handbook on Corporate Foundations: Corporate and Civil Society Perspectives*. Cham, Zwitserland: Springer Nature.
- Seitanidi, M.M. (2008). Adaptive responsibilities: Nonlinear interactions in cross sector social partnerships. *Emergence: Complexity & Organization*, 10(3), 51-64.
- Selsky, J.W., & Parker, B. (2005). Cross-sector partnerships to address social issues: Challenges to theory and practice. *Journal of Management*, 31(6), 849-873.
- Schubert, P., & Boenigk, S. (2019). The nonprofit starvation cycle: Empirical evidence from a German context. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 48(3), 467-491.
- Schuyt, T.N.M., Verkaik, D., & Hoolwerf, L.K. (2018). *Better Together? A Study on Philanthropy and Official Development Assistance: The Role of Private Foundations and the Potential for Collaborations*. Agence Française de Développement.
- Shaker, G., & Wiekking, P. (2021). What is unrestricted funding? Two philanthropy experts explain. *The Conversation*, 26 juli.
- Stichting ALS Nederland. Jaarverslag 2020. <https://www.als.nl/wp-content/uploads/2021/06/ALS-Jaarverslag-2020-publicatie.pdf>



4. | GEVEN DOOR
BEDRIJVEN



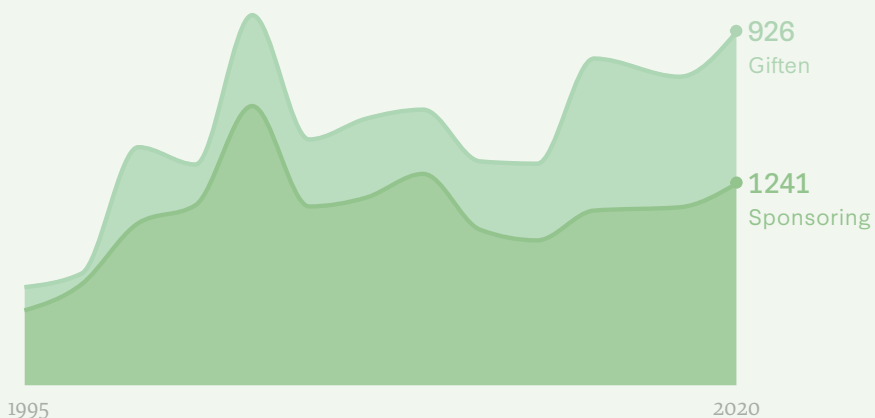
SAMENVATTING

Bedrijven dragen bij aan de Nederlandse samenleving in de vorm van sponsoring en giften. Het merendeel van de bedrijven sponsort of geeft financiële bijdragen. Bedrijven die actief zijn in de advisering en overige zakelijke dienstverlening en financiële instellingen zijn belangrijke gevers. Bedrijven hebben verschillende motieven voor sponsoring en giften. Vooral ideële en instrumentele motieven spelen een rol. Bijdragen van bedrijven kunnen (onbedoeld) nadelen met zich meebrengen voor goededoelenorganisaties.

Bedrijven geven € 2,2 miljard aan goede doelen in de vorm van sponsoring en/of giften*

Bedrijfssponsoring en -giften stijgen door

Totaal gegeven bedragen via **sponsoring** en **giften**, 1995–2020
(in € miljoenen)

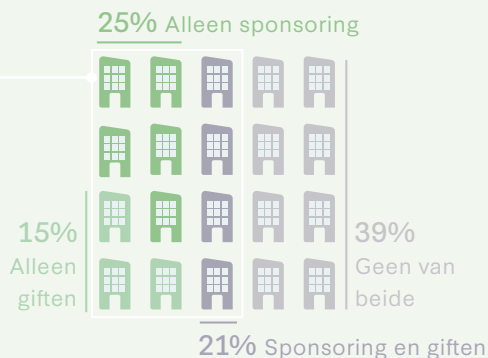


Zes op de tien bedrijven geeft (sponsoring/gift)

Bedrijven die actief **sponsoren** en/of **geven**, 2020 (in %)

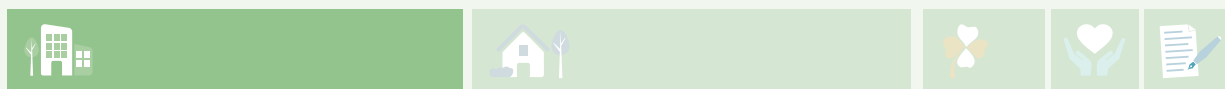
61% van de bedrijven draagt actief bij aan de samenleving

Bedrijven die zijn getroffen door de coronapandemie geven ongeveer even vaak vergeleken met bedrijven die niet getroffen zijn door de coronapandemie.



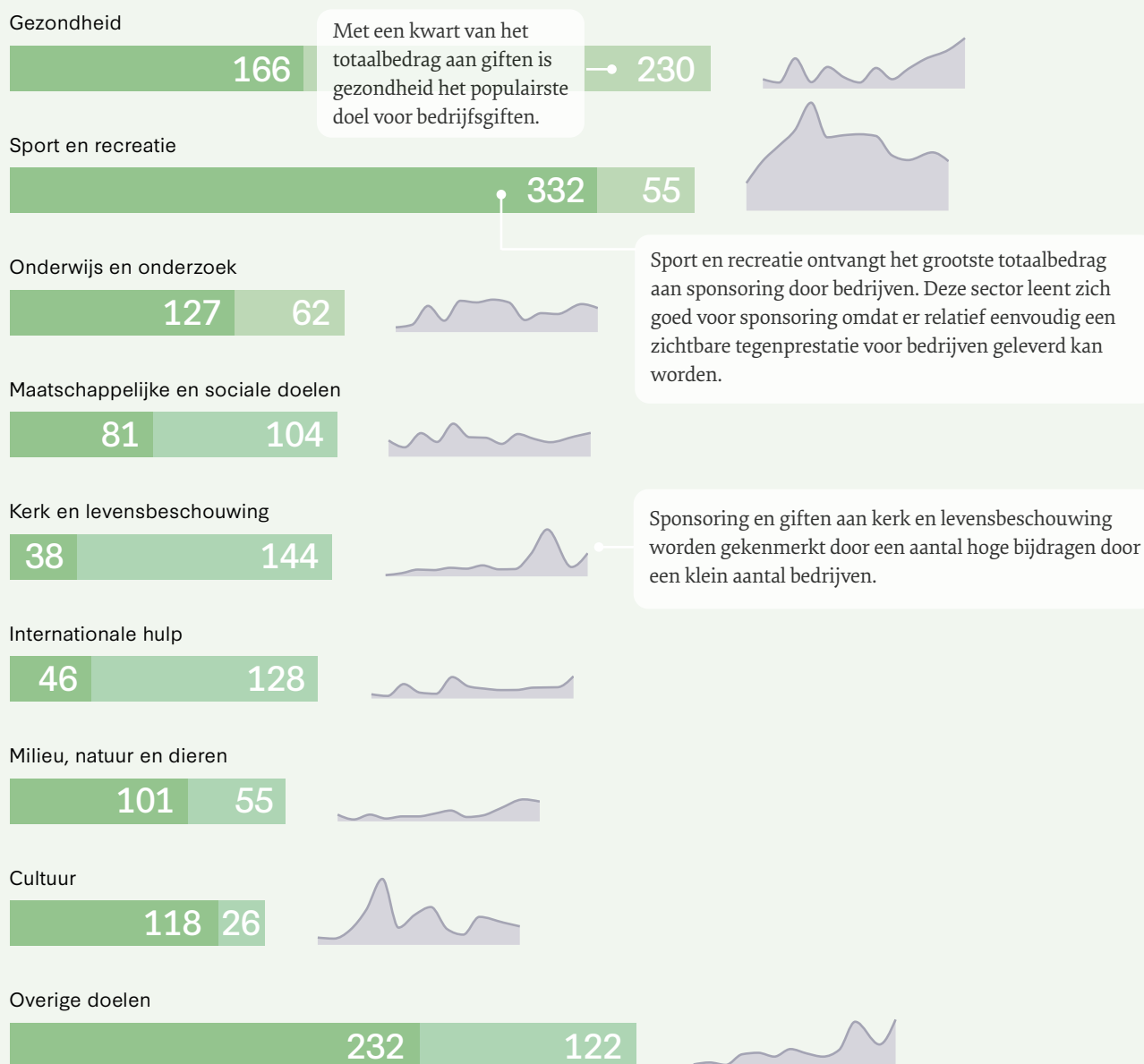
* De cijfers in dit hoofdstuk betreffen een schatting. De gegevens van de steekproef van 907 bedrijven die ondervraagd zijn, zijn geëxtrapolerd naar de totale populatie van Nederlandse bedrijven. De steekproef is gewogen naar branche en bedrijfsgrootte. Vrijwel alle gerapporteerde resultaten zijn gebaseerd op de extrapolaties.

39% van de totale giften in 2020



Gezondheid en sport en recreatie ontvangen de meeste bijdragen van bedrijven

Bijdragen van bedrijven in **sponsoring** en **giften** naar goededoelensector, 2020 (in € miljoenen), trend van **totaal** aan zowel sponsoring als giften, 1995-2020





4. GEVEN DOOR BEDRIJVEN

AUTEURS

Stephanie Koolen-
Maas

Dick de Gilder

Naast particulieren, fondsen en goededoelenloterijen dragen ook bedrijven bij aan de Nederlandse samenleving. Een groot aantal bedrijven sponsort goededoelenorganisaties, doneert geld of goederen aan goededoelenorganisaties of zet medewerkers in voor vrijwilligerswerk. Dit gebeurt veelal in de vorm van sponsoring (giften met een direct zakelijk belang en tegenprestatie) en giften (zonder direct zakelijk belang en directe tegenprestatie). Voor veel bedrijven is filantropie een onderwerp van belang, aangezien het een verbindende rol vervult tussen het bedrijf, medewerkers en de samenleving.

Bedrijven dragen ook op andere manieren bij aan de maatschappij. Ondernemers staan in het hart van de samenleving en willen er verantwoordelijkheid voor nemen. Zo is de nieuwe koers van VNO-NCW (VNO-MCW/MKB-Nederland, 2021) volledig gericht op het bereiken van brede welvaart en het vergroten van de bijdragen van Nederlandse bedrijven hieraan. Een belangrijk onderdeel hiervan is de inzet van bedrijven in het kader van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). Deze editie is er een special gewijd aan MVO.

In dit hoofdstuk beschrijven we de vrijgevigheid van Nederlandse bedrijven op basis van verzamelde gegevens onder een steekproef van 907 bedrijven die in Nederland gevestigd zijn. In dit hoofdstuk schetsen we een beeld van filantropie door Nederlandse bedrijven. Hoeveel dragen bedrijven bij aan de samenleving via sponsoring en giften? Hoeveel geven zij, aan welke doelen en op welke manier? Wat beweegt bedrijven om te besluiten tot sponsoring en giften? Ook is er in dit hoofdstuk aandacht voor bedrijfsfilantropie in tijden van corona. Hoe heeft de coronapandemie sponsoring en geven door bedrijven beïnvloed? Daarnaast maken we gebruik van aanvullend kwalitatief onderzoek onder goededoelenorganisaties om de nadelen van filantropie van bedrijven te belichten.

4.1 Bedrijven gaven naar schatting € 2,2 miljard in 2020

In 2020 gaven bedrijven in Nederland naar schatting ongeveer € 2,2 miljard aan goededoelenorganisaties in de vorm van sponsoring en/of giften. Bij sponsoring gaat het onder andere om giften met een direct zakelijk belang. In de belastingaangiften worden deze gerekend tot aftrekbare bedrijfskosten. Er wordt vaak een directe tegenprestatie van het goede doel verwacht. Deze tegenprestatie kan bijvoorbeeld het genereren van publiciteit zijn. Bij giften gaat het om geven zonder direct zakelijk belang. Er wordt geen directe tegenprestatie van het goede doel verwacht.¹ Iets meer dan helft van het gegeven bedrag (€ 1,2 miljard) bestaat uit sponsoring. Bedrijven gaven daarnaast naar schatting zo'n € 926 miljoen aan goededoelenor-

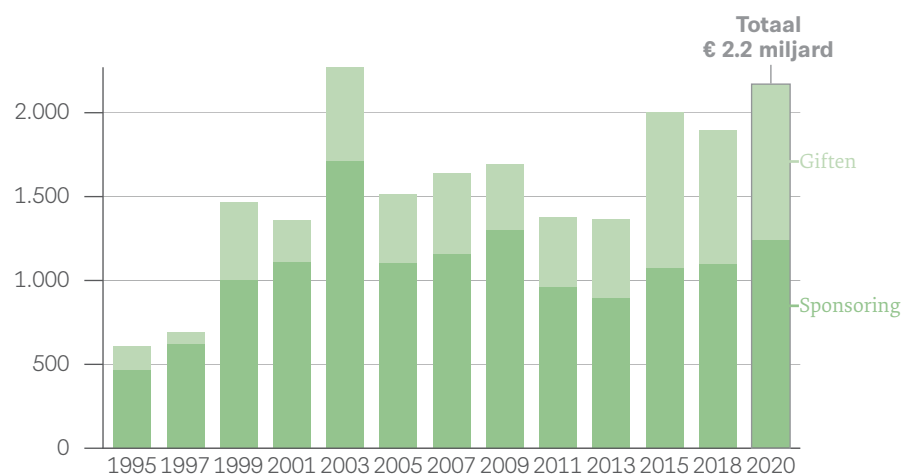
¹ Het onderscheid tussen giften met een zakelijk belang (sponsoring) en giften zonder zakelijk belang vereist meer nuance. Giften met een zakelijk belang kunnen breder zijn dan sponsoring, maar doelen in dit onderzoek op de bijdragen aan goededoelenorganisaties waarvoor een directe tegenprestatie wordt geleverd aan het bedrijf. Tegenprestaties zijn er in allerlei vormen en zijn afhankelijk van de aard van het goede doel, het project en het bedrijf. Voorbeelden van directe tegenprestaties zijn publiciteit en zichtbaarheid, communicatie-uitingen, of toegangskaarten.

Giften 'zonder zakelijk belang' kunnen indirect wel een zakelijk belang dienen, maar leveren geen directe tegenprestatie aan het bedrijf. Voorbeelden van indirecte bedrijfsbelangen zijn marketingvoordelen zoals reputatie- of imago voordelen, het creëren van goodwill onder consumenten of het verhogen van de betrokkenheid, tevredenheid of loyaliteit van medewerkers. Respondenten is echter expliciet gevraagd of het bedrijf onderscheidt maakt tussen 'sponsoring' en 'giften' volgens de daarvoor gegeven definities zoals aangehouden in dit hoofdstuk.

ganisaties als gift (zie figuur 4.1). Ten opzichte van 2018 zijn de giften toegenomen met zo'n 17%. Hiermee ligt het bedrag aan giften weer op het niveau van 2015. Sponsoring is toegenomen met 13% ten opzichte van 2018. In het totaal gegeven bedrag via sponsoring en giften is er een toename van 14% vergeleken met 2018. Er is enige voorzichtigheid geboden bij het interpreteren van deze cijfers. De cijfers betreffen een (grove) schatting en mogelijk heeft een beperkt aantal bedrijven een behoorlijke invloed op deze schattingen (zie methodologische verantwoording). De verdere resultaten in dit hoofdstuk verstrekken verdere context ten behoeve van de interpretatie van deze cijfers.

Figuur 4.1: Bedrijven gaven naar schatting € 2,2 miljard aan goededoelenorganisaties in 2020

Totaal gegeven bedragen via sponsoring en giften, 1995–2020 (in € miljoenen) ^a



^a Bedragen zijn afgerond en betreffen een schatting

4.2 Sponsoring en giften door bedrijven naar goededoelensector

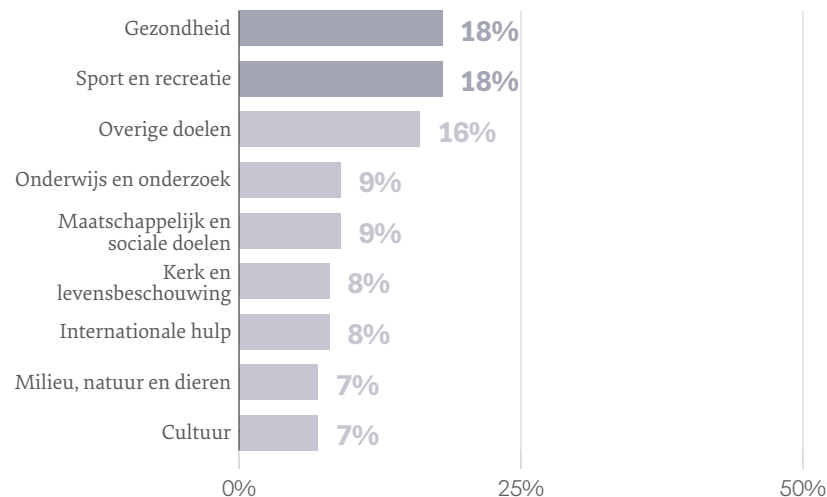
De sector gezondheid en de sector sport en recreatie ontvingen de meeste sponsoring en giften van bedrijven.

Figuur 4.2 geeft de totaalbedragen aan sponsoring en giften door bedrijven weer in het percentage van het totaal voor de acht onderscheiden maatschappelijke terreinen in 2020. Deze sectoren zijn ook aangevuld met een negende categorie, 'Overige doelen'. Zowel goededoelenorganisaties die actief zijn in gezondheid als sport en recreatie ontvingen in 2020 de meeste sponsoring en giften van bedrijven (18%; € 391 en € 387 miljoen). De 'Overige doelen' zijn goed voor 16% (€ 355 miljoen) van de totale bedragen aan sponsoring en giften van bedrijven. Alle andere maatschappelijke terreinen ontvingen tussen de 9% en 7% (€ 188 en € 145 miljoen) van het totaal aan sponsoring en giften in 2020.



Figuur 4.2: Gezondheid, sport en reactie ontvingen de meeste sponsoring en giften van bedrijven in 2020 ^a

Totaalbedrag aan sponsoring en giften naar goededoelensector, 2020 (in %)



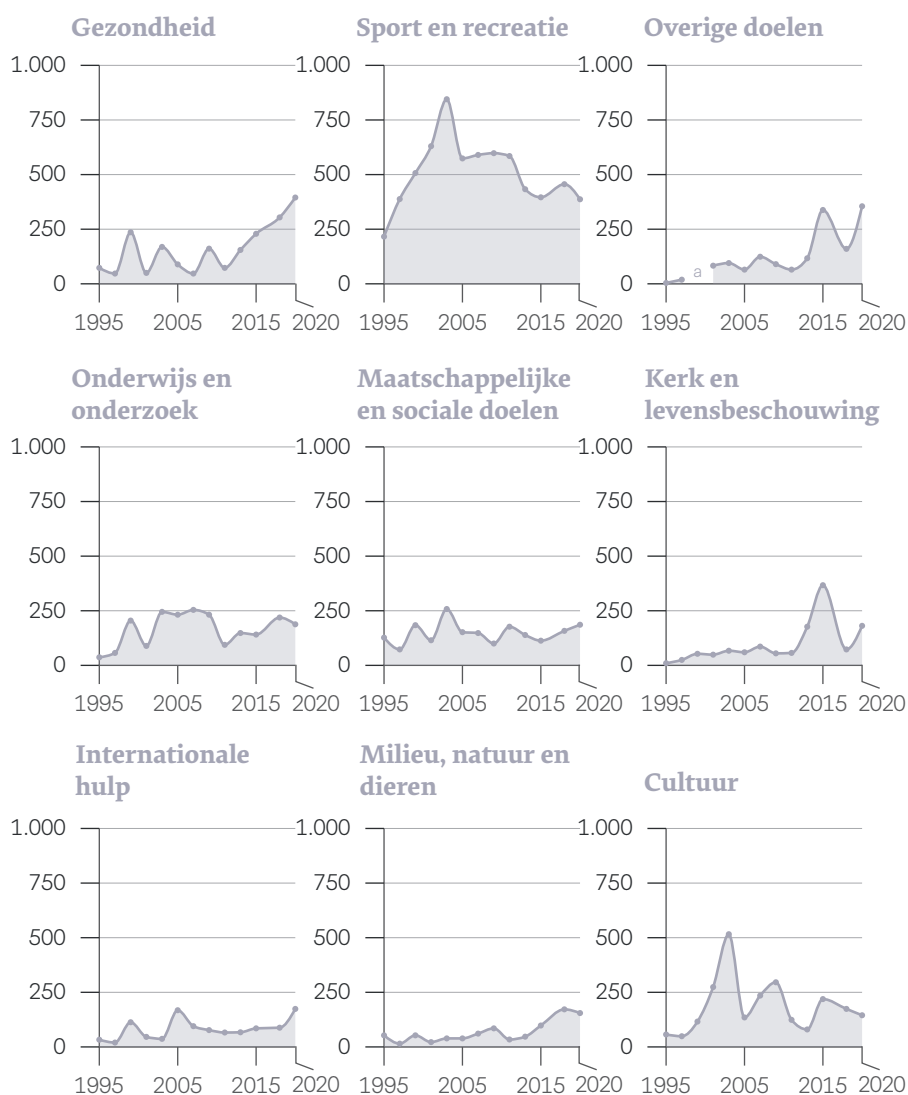
^a N (ongewogen) = 907

Figuur 4.3 toont de geschatte totaalbedragen die bedrijven geven via sponsoring en giften, bij elkaar opgeteld en uitgesplitst naar de verschillende maatschappelijke terreinen waaraan bedrijven kunnen geven sinds 1995. De sector sport en recreatie is over de periode 1995–2020 een populair doel, maar neemt af sinds 2011. Ook gezondheid blijkt in 2020 een aantrekkelijk doel te zijn voor de vrijgevigheid van bedrijven. Een mogelijke verklaring is de coronapandemie: deze had in 2020 een grote impact op de samenleving en zette gezondheid en gezondheidszorg langdurig in de schijnwerpers. De toename in het totaalbedrag van bedrijfssponsoring en -giften aan de sector gezondheid is ingezet sinds 2011. Toekomstige metingen moeten uitwijzen of de populariteit van goededoelenorganisaties op het gebied van gezondheid standhoudt.

De gegeven bedragen door bedrijven via sponsoring en giften zijn relatief stabiel binnen de sector milieu, natuur en dieren, met een licht stijgende trend. Giften en sponsoring van bedrijven aan de sector cultuur, maatschappelijke en sociale doelen, en onderwijs en onderzoek zijn onderhevig aan enige fluctuatie. Dat geldt ook voor de sector kerk en levensbeschouwing, waar een piek in sponsoring en giften is te zien in 2015. De sector kerk en levensbeschouwing wordt gekenmerkt door een aantal hoge bijdragen in sponsoring of giften van slechts een klein aantal bedrijven. De piek in 2015 is vermoedelijk veroorzaakt door een aantal grote bijdragen door enkele bedrijven in de steekproef. Steekproeffluctuaties kunnen bij deze doelen een grote invloed hebben op de schattingen. Ook de totaalbedragen van bedrijfssponsoring en -giften aan goededoelenorganisaties op het terrein van internationale hulp zijn onderhevig aan enige fluctuatie. In 2020 ontvingen internationale hulporganisaties beduidend meer sponsoring en giften van bedrijven dan in de voorgaande jaren, met als uitzondering 2005.

Figuur 4.3: Bedrijven droegen in 2020 het meeste bij aan de sector gezondheid en de sector sport en recreatie ^a

Totaalbedrag aan sponsoring en giften naar goededoelensector, 1995–2020 (in € miljoenen)



^a De categorie 'Overige doelen' is in 1999 niet als aparte categorie aangeboden.

Sport en recreatie grootste ontvanger van sponsoring door bedrijven

Figuur 4.4 toont de schattingen voor sponsoring door bedrijven in percentages over de negen goededoelensectoren. Net als in eerdere edities ontvingen goededoelenorganisaties die actief zijn op het terrein van sport en recreatie in 2020 naar schatting het grootste totaalbedrag aan sponsoring door bedrijven (27%; € 332 miljoen). Een mogelijke verklaring is dat de sector sport en recreatie zich goed leent voor sponsoring door bedrijven omdat er eenvoudig een zichtbare tegenprestatie voor bedrijven kan worden geleverd. Tegenprestaties zijn er in diverse vormen, afhankelijk van het type bedrijf, het project en de goededoelenorganisatie. Een bedrijf kan bijvoorbeeld sponsoren in ruil voor publiciteit of zichtbaarheid via reclameborden, banners of sporttenues, maar ook in ruil voor toegangsbewijzen tot een (sport)evenement.

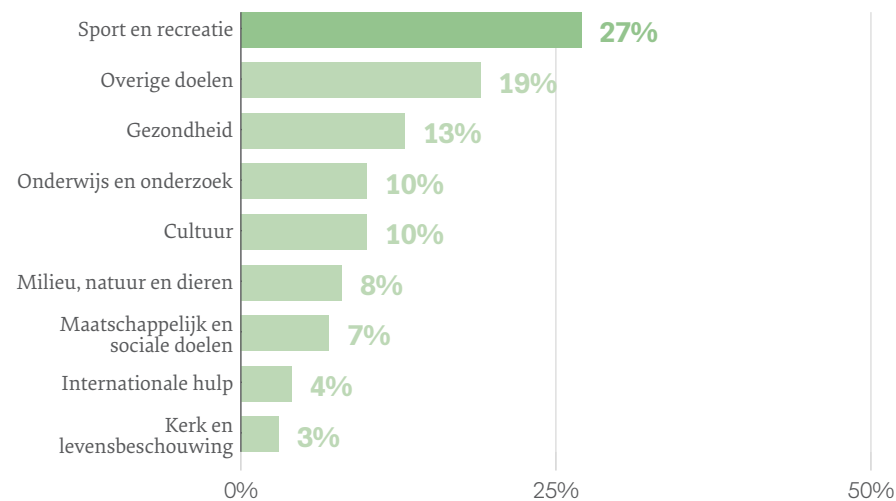


4. | GEVEN DOOR **BEDRIJVEN**

Dit wordt gevolgd door sponsoring aan overige doelen (19%; € 232 miljoen) en gezondheid (13%; € 166 miljoen). Sponsoring door bedrijven aan goede doelen die actief zijn op het terrein van internationale hulp (4%; € 46 miljoen) en kerk en levensbeschouwing (3%; € 38 miljoen) blijven achter. Deze sectoren lenen zich minder voor bedrijfssponsoring omdat een directe tegenprestatie minder voor de hand ligt.

Figuur 4.4: Sport en recreatie grootste ontvangers van sponsoring door bedrijven ^a

Sponsoring door bedrijven naar goededoelensector, 2020 (in %)

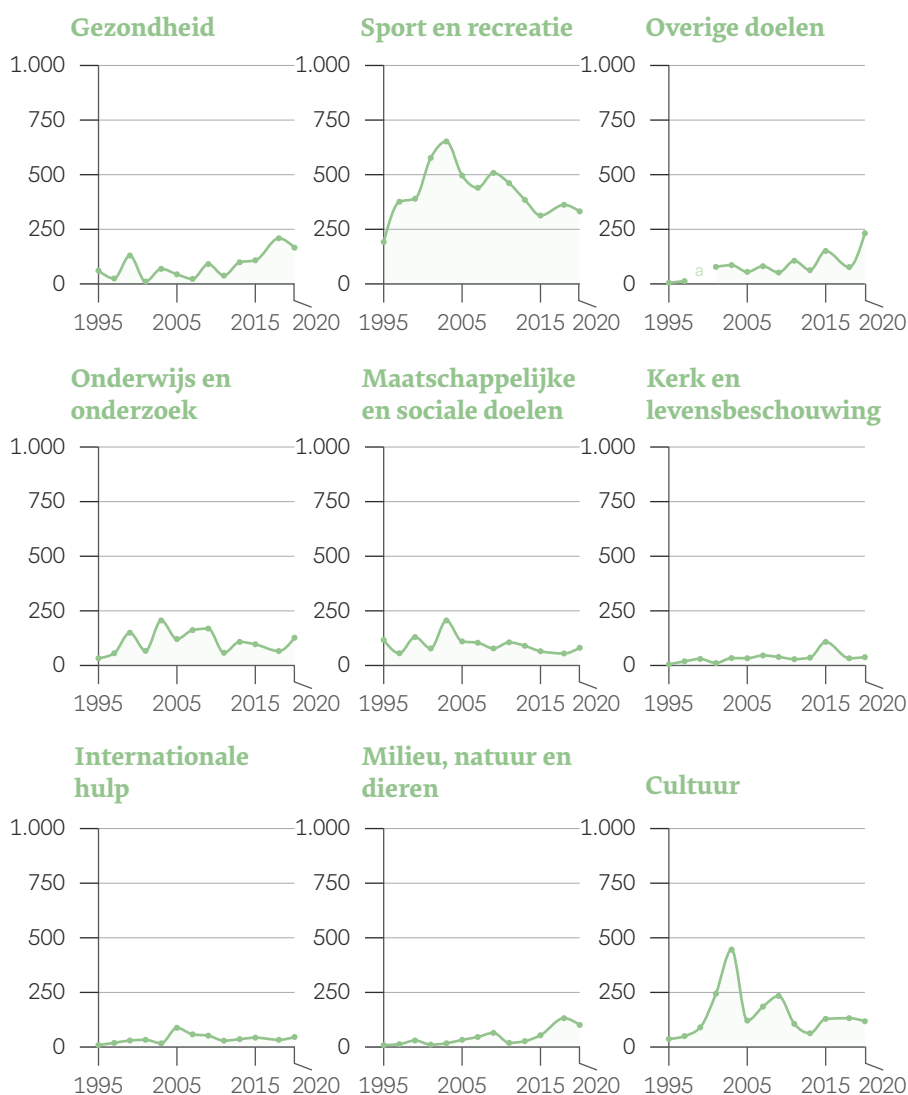


^aN (ongewogen) = 907

Figuur 4.5 laat de trends zien voor de totaalbedragen aan sponsoring door bedrijven naar de verschillende goededoelensectoren sinds 1995. De sector sport en recreatie blijft de grootste ontvanger van sponsoring door bedrijven, maar neemt in absolute waarde af sinds 2003. De sterkste afname in sponsoring door bedrijven vergeleken met 2018 is te vinden bij goededoelenorganisaties op het terrein van gezondheid. Ondanks het feit dat sponsoring aan deze sector in 2020 afnam, blijft gezondheid een populair doel wanneer we sponsoring en giften bij elkaar optellen. De totaalbedragen aan enkel sponsoring door bedrijven aan gezondheid fluctueren sterk, maar stegen in de periode 2011–2018. Het totaalbedrag aan sponsoring door bedrijven aan goededoelenorganisaties in de sector milieu, natuur en dieren en overige doelen heeft een stabiele stijgende trend over de periode 1995–2020. Ook bedrijfssponsoring aan maatschappelijke en sociale doelen is relatief stabiel over de jaren, met enige fluctuatie in de jaren 1995 en 2003. Het totaalbedrag aan bedrijfssponsoring ten behoeve van deze sector lijkt langzaam af te nemen sinds 2003. Andere sectoren zoals kerk en levensbeschouwing, internationale hulp, cultuur, onderwijs en onderzoek zijn onderhevig aan enige fluctuatie zonder eenduidige trend.

Figuur 4.5: Sport en recreatie is nog altijd het populairste doel voor sponsoring door bedrijven, maar neemt af sinds 2003^a

Sponsoring door bedrijven naar goededoelensector, 1995–2020 (in € miljoenen)



^a De categorie 'Overige doelen' is in 1999 niet als aparte categorie aangeboden.

Gezondheid, kerk en levensbeschouwing en internationale hulp grootste ontvangers van giften door bedrijven

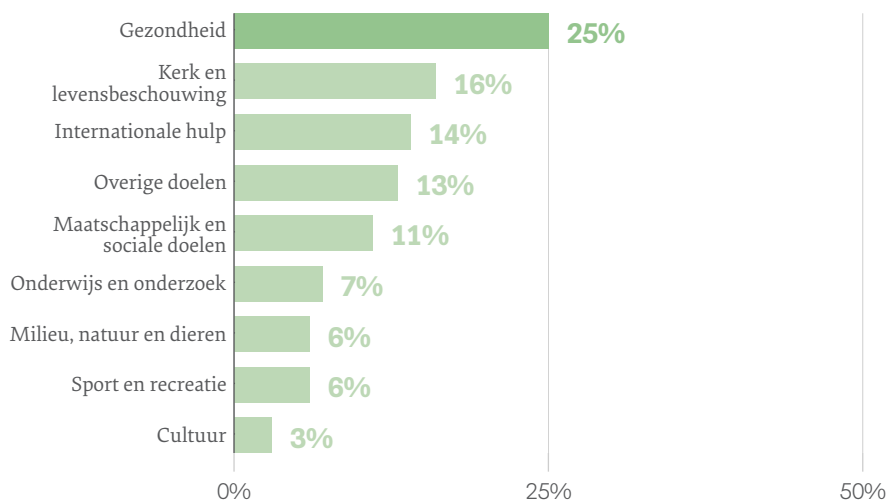
Ook de schattingen voor totaalbedragen aan giften van bedrijven zijn berekend per doel (zie figuur 4.7). Naar schatting ontving de sector gezondheid een kwart van het totaalbedrag aan giften van bedrijven in 2020. Dit maakt gezondheid in 2020 het populairste doel voor giften van bedrijven (25%; € 230 miljoen). Deze goededoelensector wordt gevolgd door kerk en levensbeschouwing (met een klein aantal gulle gevers (16%; € 144 miljoen)) en internationale hulp (14%; € 128 miljoen). De sector cultuur blijft vooralsnog achter (3%; € 26 miljoen). De sector cultuur, maar ook de sector sport en recreatie (6%; € 55 miljoen) zijn populairder wanneer het bedrijfssponsoring betreft (zie figuur 4.4).



4. | GEVEN DOOR **BEDRIJVEN**

Figuur 4.6: Gezondheid de grootste ontvanger van giften door bedrijven ^a

Giften van bedrijven naar goededoelensector, 2020 (in %)

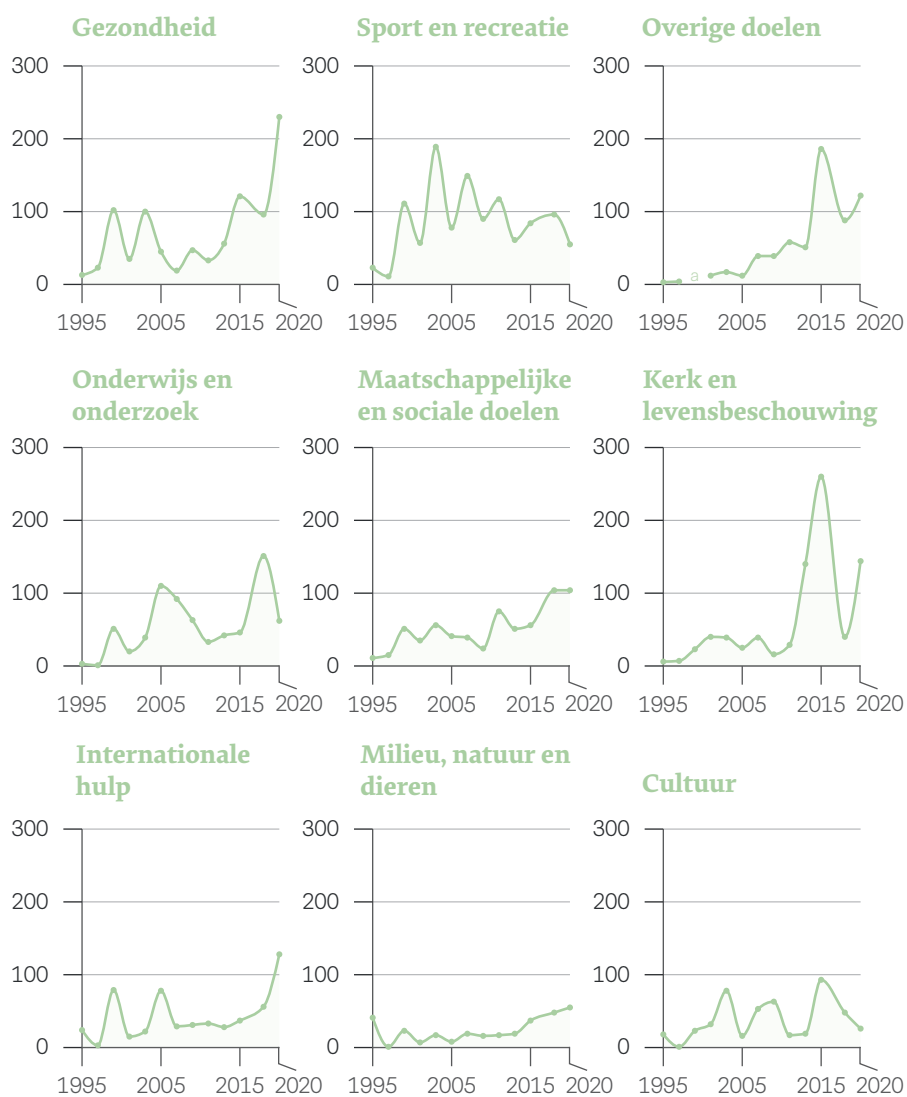


^aN (ongewogen) = 907

Figuur 4.7 laat de trends zien voor de totaalbedragen aan sponsoring door bedrijven naar de negen goededoelensectoren over de periode 1995–2020. Ook hier zien we voor het merendeel van de maatschappelijke terreinen waaraan bedrijven kunnen bijdragen sterke fluctuaties (onder andere sport en recreatie, cultuur, gezondheid, kerk en levensbeschouwing, internationale hulp, onderwijs en onderzoek). De groei in absolute totale waarde aan giften door bedrijven in de sectoren gezondheid, internationale hulp, kerk en levensbeschouwing sinds 2018 is opvallend. Wederom zien we een sterke uitschieter voor kerk en levensbeschouwing in 2015. Eenzelfde uitschieter zien we bij giften door bedrijven aan overige doelen in 2015. Daarentegen neemt de waarde aan giften van bedrijven aan de sectoren onderwijs en onderzoek en cultuur juist af vergeleken met 2018. De totaalbedragen aan giften van bedrijven aan goededoelenorganisaties die actief zijn op het terrein van milieu, natuur en dieren zijn relatief stabiel over de periode 1995–2020, met een licht stijgende trend sinds 2009. De stijging neemt toe sinds 2013. Ditzelfde geldt voor giften van bedrijven aan maatschappelijke en sociale doelen.

Figuur 4.7: Gezondheid grootste stijger over de periode 1995-2020 voor het ontvangen van bedrijfsgiften ^a

Giften van bedrijven naar goededoelensector, 1995-2020 (in € miljoenen)



^a De categorie 'Overige doelen' is in 1999 niet als aparte categorie aangeboden.

Tabel 4.1 geeft het aandeel weer van bedrijven die geven aan een van de acht doelen of aan 'Overige doelen'. Zo kan vastgesteld worden of bepaalde maatschappelijke terreinen afhankelijk zijn van een kleine groep vrijgevege bedrijven of ondersteund worden door een grote groep bedrijven met relatief kleine bedragen aan sponsoring en giften. Bij sport en recreatie is het aandeel sponsors beduidend hoger dan het percentage gevers. Een mogelijke verklaring kan zijn dat vooral goededoelenorganisaties in de sector sport en recreatie zich goed lenen voor sponsoring vanwege (sport)evenementen of omdat het makkelijker is om een zichtbare tegenprestatie te leveren aan bedrijven. Denk bijvoorbeeld aan reclameborden langs het speelveld, een advertentie in het clubblad of de website of het bedrijfslogo op het sportterruin. Goededoelenorganisaties die actief zijn in de sector kerk en levensbeschouwing ontvangen meer giften vergeleken met sponsoring. Bij de andere doelen is er geen (groot) verschil tussen het percentage bedrijven dat sponsort of geeft.



In kolom drie van tabel 4.1 staan de feitelijke percentages die de sectoren naar schatting hebben ontvangen via sponsoring en giften in het totaalbedrag. Als dit percentage lager is dan het percentage bedrijven dat geeft of sponsort, dan wil dit zeggen dat goededoelenorganisaties in die sector breed gesteund worden door het bedrijfsleven; er zijn relatief veel bedrijven die kleine bedragen geven. Dit is voor geen van de maatschappelijke terreinen het geval. Naarmate het cijfer in kolom drie hoger is dan het percentage bedrijven dat geeft of sponsort, dan ontvangt de sector relatief vaak steun van enkele vrijgevege gevers. In 2020 geldt dit voornamelijk voor de sectoren gezondheid, milieu, natuur en dieren, onderwijs en onderzoek, cultuur en overig doelen. Maar ook de resterende sectoren lijken voornamelijk gesteund te worden door een relatief klein aantal vrijgevege bedrijven.

Tabel 4.1: Goededoelenorganisaties die actief zijn op de terreinen van gezondheid en sport en recreatie hebben relatief veel sponsors en gevers

Percentage bedrijven dat sponsort of geeft naar goededoelensector, 2020 (in %)

	% bedrijven dat sponsort	% bedrijven dat geeft	% totaalbedrag aan sponsoring en giften
Kerk en levensbeschouwing	2	5	8
Gezondheid	7	8	18
Internationale hulp	4	6	8
Milieu, natuur en dieren	1	1	7
Onderwijs en onderzoek	3	2	9
Cultuur	5	4	7
Sport en recreatie	14	5	18
Maatschappelijke en sociale doelen	5	7	9
Overige doelen	5	5	16

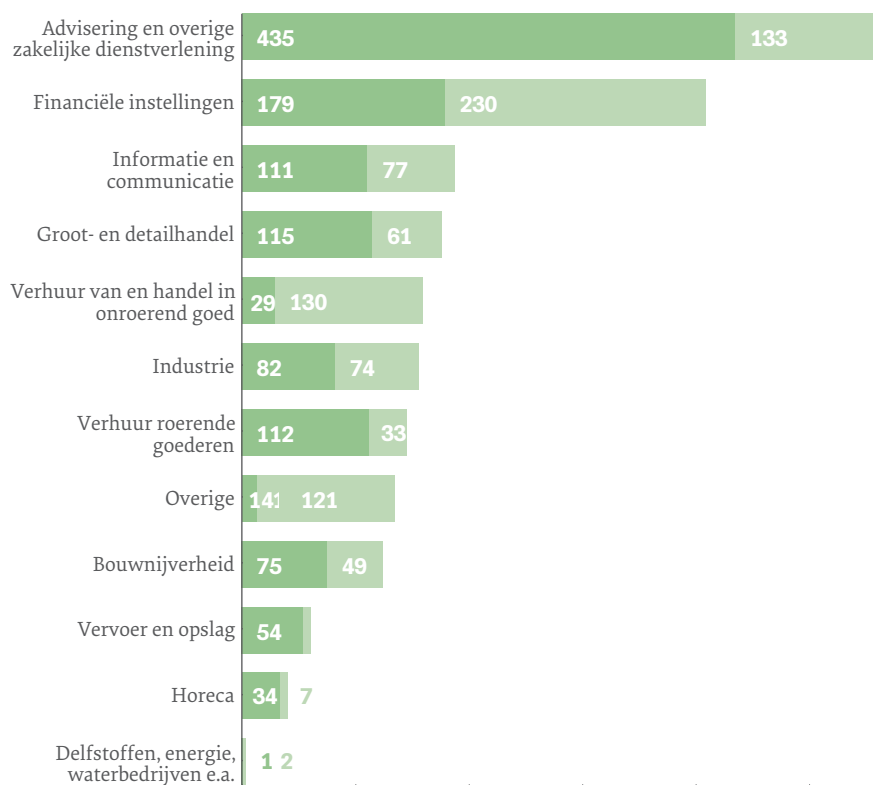
4.3 Geefgedrag naar branche bedrijf

In het onderzoek is ook gekeken naar de relatie tussen de vrijgevigheid van bedrijven en de branche waarin bedrijven actief zijn (zie figuur 4.8). De branche-indeling is gebaseerd op de Standaard Bedrijfsindeling (SBI-code).² In de meeste branches gaan giften en sponsoring relatief gelijk op in het totaal aan sponsoring en giften. De opmerkelijkste verschillen vinden we in sponsoring en giften door bedrijven die actief zijn in de branches financiële instellingen, advisering en overige zakelijke dienstverlening en in de branche 'overig'. In totaal komt een kwart van de giften van financiële instellingen. Wanneer er gekeken wordt naar alleen sponsoring komt meer dan een derde van het totaalbedrag van bedrijven die actief zijn in advisering en overige zakelijke dienstverlening. De financiële instellingen vormen een belangrijke inkomstenbron voor giften, waar advisering en overige zakelijke dienstverlening belangrijke sponsors zijn. Bedrijven in de branche 'overig' dragen voornamelijk bij via giften vergeleken met sponsoring.

² De branches 'landbouw', 'overheid', 'onderwijs', 'gezondheidszorg', 'cultuur' en 'sport en recreatie' zijn uitgesloten om de consistentie met eerdere edities te behouden; het gaat ook bij enkele van deze branches om publieke organisaties, die dus niet als bedrijf gecategoriseerd kunnen worden.

Figuur 4.8: Bedrijven in advisering en overige zakelijke dienstverlening en financiële instellingen geven en sponsoren relatief veel

Bedragen aan sponsoring en giften door bedrijven naar branche, 2020 (in € miljoenen)



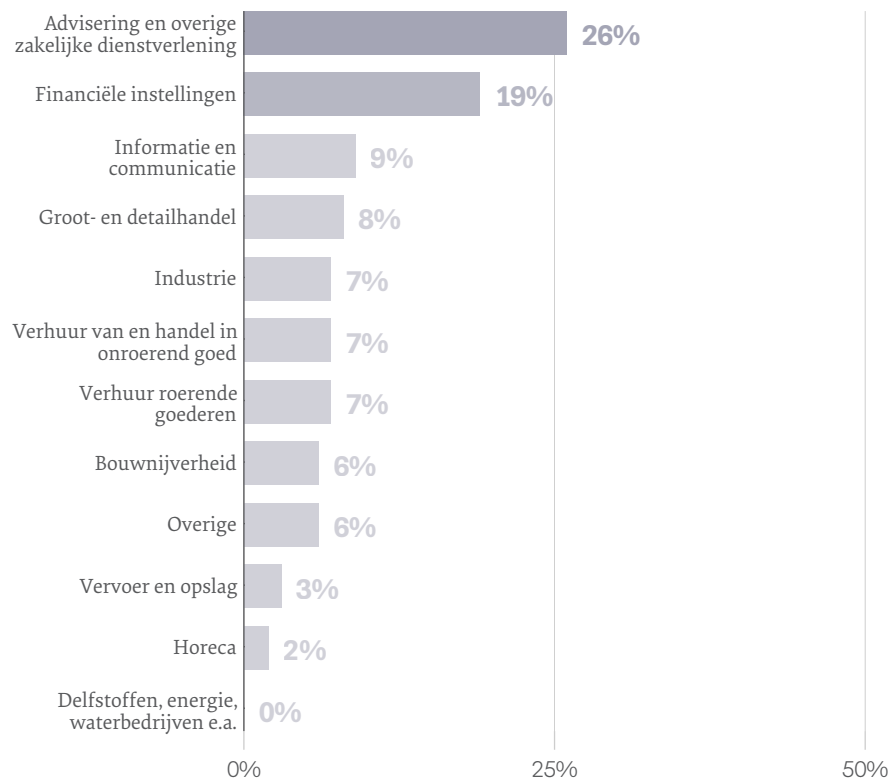
Wanneer er gekeken wordt naar het aandeel van elke branche in het geschatte totaalbedrag van sponsoring en giften bij elkaar opgeteld (zie figuur 4.9), dan lijken vooral bedrijven in de sector advisering en overige zakelijke dienstverlening en financiële instellingen grote gevers en sponsors (26 en 19%; naar schatting € 568 en € 409 miljoen). Een mogelijke verklaring voor het relatief grote aandeel in het totaalbedrag van sponsoring en giften door bedrijven in de sector advisering en overige zakelijke dienstverlening, is de relatief grote omvang van deze sector in het Nederlandse bedrijfsleven. Volgens cijfers van het CBS omvat de branche advisering en overige zakelijke dienstverlening – denk aan zeer diverse organisaties als accountancy, reclamebureaus, reisorganisaties en uitzendbureaus – in 2020 zo'n 25% van alle bedrijven in Nederland (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2022).

De totale waarde van giften door bedrijven in de horeca en in de sector vervoer en opslag zijn goed voor 3% en 2% (€ 61 en € 41 miljoen). De overige branches zijn elk goed voor een aandeel in het totaalbedrag van sponsoring en giften tussen de 6 en 9%. Er kunnen echter grote verschillen zijn tussen branches in de omzet en winst van bedrijven en in het aantal bedrijven in het totale aandeel van het bedrijfsleven. Hierdoor kan niet met zekerheid geconcludeerd worden dat bepaalde branches vrijgevinger zijn dan andere branches.



Figuur 4.9: Advisering en overige zakelijke dienstverlening en financiële instellingen zijn belangrijke gevers

Totaal van sponsoring en giften naar branche in 2020 (in %)



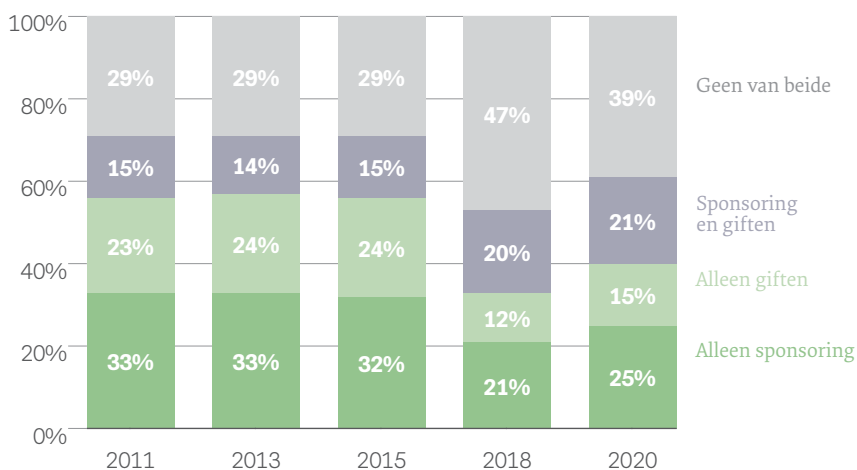
Zes op de tien bedrijven sponsoren en/of geven

In figuur 4.10 wordt het percentage bedrijven weergegeven dat geeft en/of sponsort. De resultaten van 2020 lijken op die uit 2018. Tussen 2011 en 2015 was het percentage dat helemaal niet sponsorde of giften deed stabiel: drie op de tien bedrijven deed niet aan filantropie in de vorm van sponsoring of giften. In 2018 lag dit percentage veel hoger: bijna één op de twee bedrijven deed niet aan filantropie. In 2020 is dit percentage weer wat lager, maar nog altijd 39%. 25% van de bedrijven deed alleen aan sponsoring in 2020, 15% droeg bij in de vorm van giften en 21% deed zowel aan sponsoring als aan giften.

Aangezien het totaalbedrag aan sponsoring en giften volgens onze schattingen in 2020 behoorlijk hoog is (€ 2,2 miljard) en de bedragen ook in 2018 behoorlijk op peil zijn gebleven, zijn bedrijven die wel aan giften en/of sponsoring doen de laatste jaren relatief hoge bedragen gaan sponsoren en geven.

Figuur 4.10: Zes op de tien bedrijven sponsoren en/of geven

Bedrijven die actief sponsoren en/of geven, 2011–2020 in % (ongewogen)



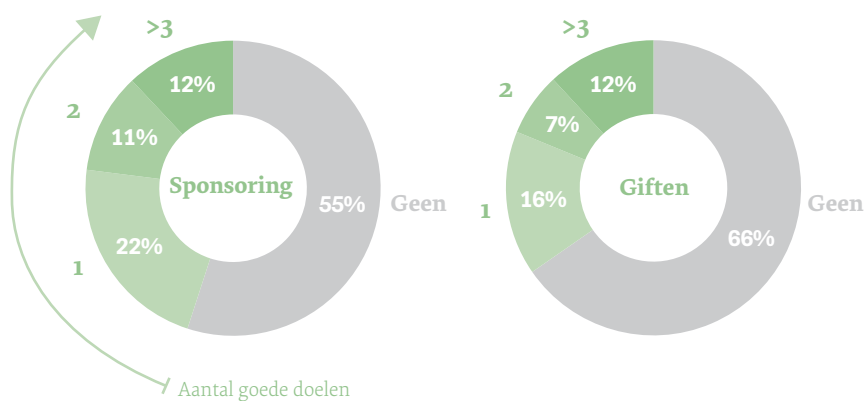
4.4 Hoe geven bedrijven?

Als bedrijven wel sponsoren of geven ondersteunen ze vaak meerdere maatschappelijke doelen

Als bedrijven geven, richten zij zich dan vooral op een enkel doel of geven zij aan meerdere maatschappelijke terreinen? Figuur 4.11 geeft de verschillende doelen weer die bedrijven in 2020 ondersteunden met sponsoring of giften. Dat een deel van de bedrijven helemaal niet aan sponsoring of geven doet is ook hier weer zichtbaar. Als er alleen gekeken wordt naar de bedrijven die wel aan sponsoring of giften doen, dan valt op dat 45% meer dan één doel sponsort. 35% van de bedrijven ondersteunt meer dan één doel met giften (zie figuur 4.12).

Figuur 4.11: De helft van de bedrijven die sponsoren en geven ondersteunt meerdere doelen

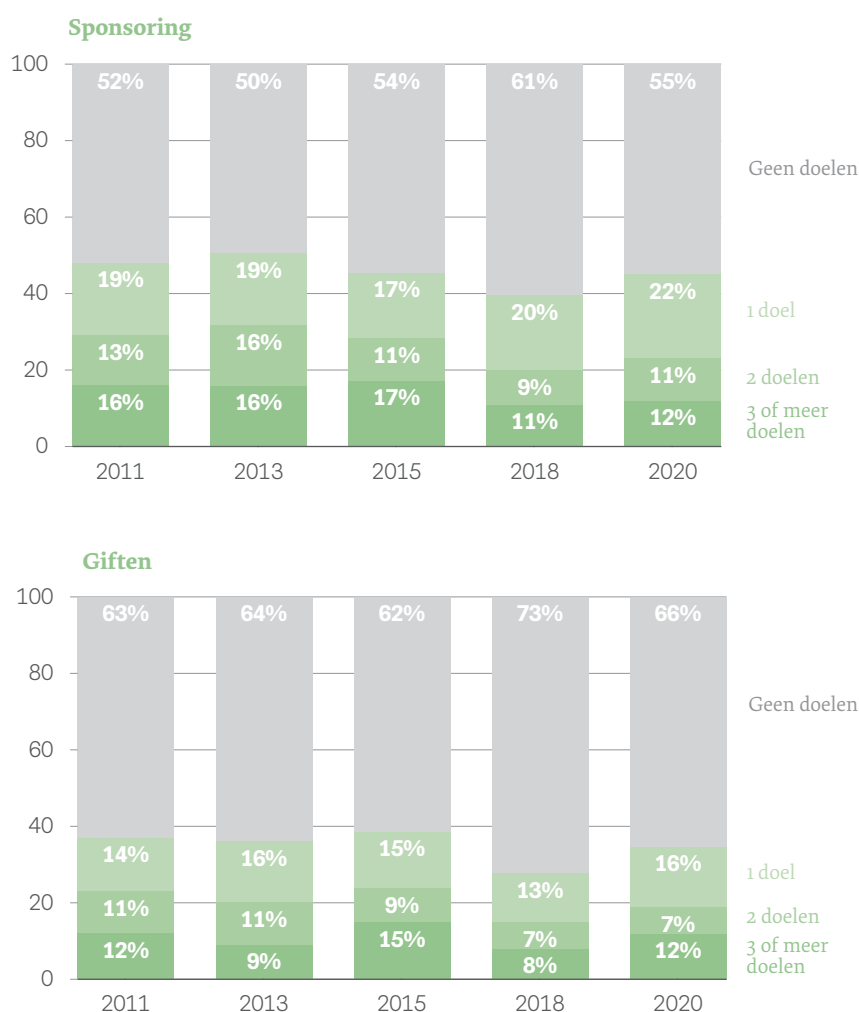
Aandeel bedrijven naar aantal verschillende maatschappelijke doelen dat bedrijven sponsoren (links) en waar bedrijven aan geven (rechts), 2020 (in %, ongewogen)





Figuur 4.12: Geen zichtbare veranderingen in het aantal bedrijven dat één of meerdere maatschappelijke doelen ondersteunt

Aandeel bedrijven naar aantal verschillende maatschappelijke doelen die bedrijven sponsoren (boven) en waar bedrijven aan geven (onder), 2011-2020 (in %)

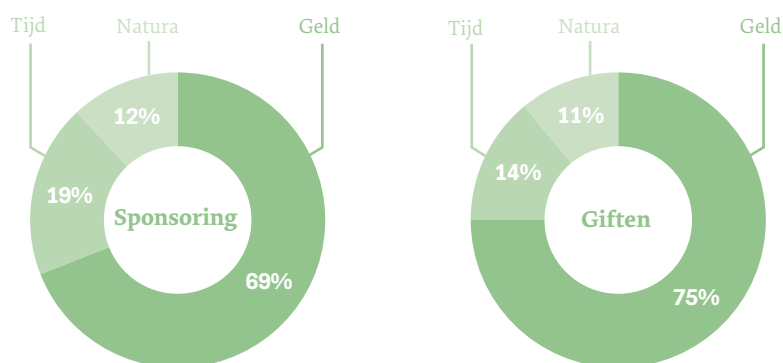


Het merendeel van sponsoring en giften is in de vorm van een financiële bijdrage

Bedrijven kunnen financieel bijdragen aan goededoelenorganisaties, maar zij kunnen ook goededoelenorganisaties ondersteunen in natura of in tijd (medewerkersvrijwilligerswerk). Figuur 4.13 laat zien welk bedrag in geld, in natura en in tijd is gesponsord of gegeven in percentage van het totaal. Respondenten is gevraagd zelf een schatting te maken van de geldwaarde van de sponsoring of gift in natura of in tijd. Alle bedragen zijn bij elkaar opgeteld voor sponsoring en giften apart. Het merendeel van zowel sponsoring als giften in 2020 bestaat uit een financiële bijdrage (69% van sponsoring; 75% van giften). Bijna een vijfde van het totaalbedrag aan sponsoring komt voort uit tijd (19%), en 12% bestaat uit sponsoring in natura. Voor giften is dit respectievelijk 14% en 11%.

Figuur 4.13: Het merendeel van sponsoring en giften is in de vorm van een financiële bijdrage

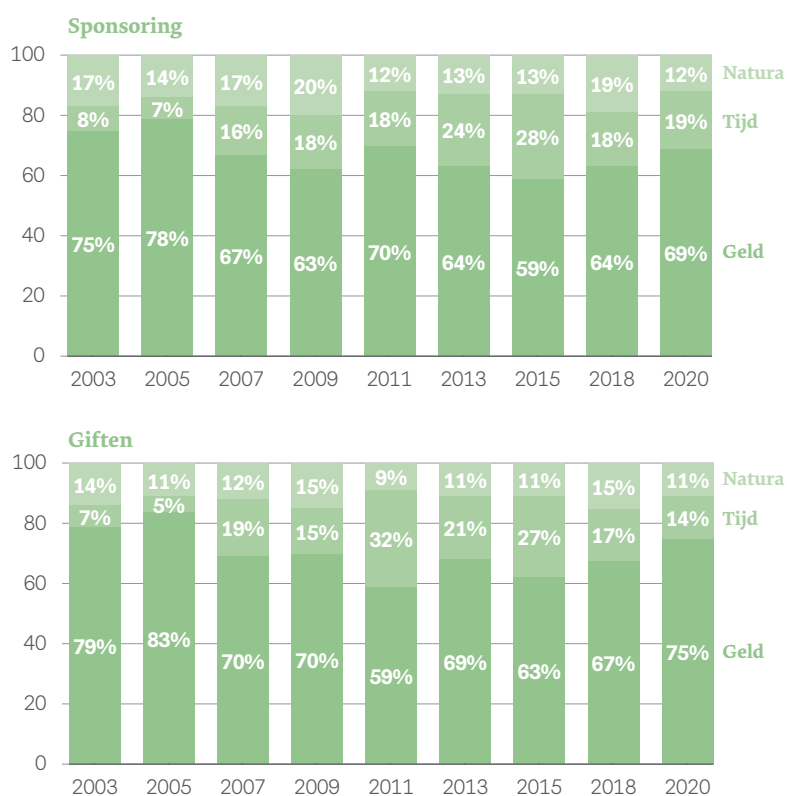
Manieren van geven, 2020 (in % van het totaalbedrag)



Hoe verhouden deze percentages van manieren van geven zich tot eerdere jaren? Figuur 4.14 laat de samenstelling van het totaal aan sponsoring en giften zien, onderverdeeld in de drie manieren van geven (geld, natura en tijd). Er zijn geen grote trends zichtbaar op de lange termijn. Sinds 2015 stijgt het aandeel financiële bijdrages in zowel sponsoring als giften langzaam. Tussen 2011 en 2015 nam ondersteuning in tijd (medewerkersvrijwilligerswerk) via sponsoring en giften toe, maar dit neemt sinds 2015 weer wat af.

Figuur 4.14: Geen lange termijn verschuiving zichtbaar in manieren van geven

Manieren van geven, 2003-2020 (in % van het totaalbedrag)





4. | GEVEN DOOR **BEDRIJVEN**

Er is ook gekeken of de drie manieren van geven (geld, natura of tijd) door bedrijven variëren voor de verschillende maatschappelijke doelen. Tabel 4.1 geeft weer hoe sponsoring en giften zijn opgedeeld in geld, natura of tijd over de negen goededoelensectoren. Over het algemeen worden de meeste maatschappelijke terreinen voornamelijk financieel ondersteund; dit percentage varieert van 65% tot 74%. Goededoelenorganisaties die actief zijn op het terrein van onderwijs en onderzoek ontvangen het kleinste aandeel van sponsoring en giften in geld. Slechts 36% van het totaalbedrag via sponsoring en giften door bedrijven komt voort uit financiële bijdragen. Daarentegen wordt 52% van het totaalbedrag gegeven in tijd en 12% in natura.

Tabel 4.2: Het merendeel van de goede doelen ontvangt sponsoring en giften in de vorm van een financiële bijdrage

Manieren van geven per goededoelensector, 2020 (in % van het totaalbedrag)

	Geld	Natura	Tijd
Kerk en levensbeschouwing	73	18	9
Gezondheid	74	15	11
Internationale hulp	65	9	26
Milieu, natuur en dieren	65	7	28
Onderwijs en onderzoek	36	12	52
Cultuur	73	5	22
Sport en recreatie	72	9	19
Maatschappelijke en sociale doelen	70	9	21
Overige doelen	74	10	16

Er zijn ook enkele vragen over het beleid ten aanzien van sponsoring en giften binnen het bedrijf gesteld. Deze vragen zijn alleen voorgelegd aan bedrijven met drie of meer medewerkers, omdat in eerdere edities is gebleken dat kleinere bedrijven zelden een beleid hebben vastgelegd.

Ongeveer 25% van de bedrijven heeft een van tevoren vastgesteld budget om aan sponsoring te besteden. Bij 10% is er een budget dat voor meerdere jaren vastligt. Bij 21% is er een variabel budget dat afhankelijk is van de winst van het bedrijf, en bij 40% is er een variabel budget dat niet afhankelijk is van de winst. Voor giften zijn deze percentages niet heel anders: 19% heeft een vast budget, 11% heeft een budget voor meerdere jaren, 25% heeft een variabel budget dat afhankelijk is van de winst en 36% heeft een budget dat niet afhankelijk is van de winst.

Ongeveer 30% van de bedrijven heeft een sponsorbeleid, waarin vastgelegd is hoe het bedrijf beslissingen neemt over aanvragen voor sponsoring; 65% heeft geen sponsorbeleid. Voor giften zijn die percentages respectievelijk 25% en 66%.

Ongeveer 19% van de bedrijven heeft een lijst met organisaties die het bedrijf eerder met sponsoring steunt dan andere. Voor 75% geldt dat niet. Ook hier vergelijkbare resultaten voor giften: 21% heeft zo'n lijst, 69% niet.

Bij 71% van de bedrijven neemt de baas/directie/bestuur het initiatief om te sponsoren, en vaak gebeurt dat ook op basis van een verzoek uit het persoonlijk netwerk van de top van het bedrijf (25%). Ook medewerkers nemen vaak het initiatief (42%). In 4% van de bedrijven hebben actiegroepen succes bij het initiëren van sponsoringsactiviteiten. De percentages tellen op tot meer dan 100% omdat meerdere partijen initiatieven kunnen nemen. Ook hier weer het consistente beeld dat het beleid rondom sponsoring vergelijkbaar is met dat rondom gif-

ten: bij 70% neemt de directie het initiatief voor giften, bij 19% speelt het persoonlijk netwerk een belangrijke rol, bij 37% de medewerkers en bij 6% actiegroepen.

Het beeld is behoorlijk consistent met de bevindingen uit eerdere edities van Geven in Nederland, al is een heel precieze vergelijking niet mogelijk omdat de vragen deze keer niet aan alle bedrijven zijn voorgelegd.

4.5 Waarom geven bedrijven? Motieven voor sponsoring en giften

Bedrijven kunnen verschillende motieven hebben voor sponsoring en giften

Geefgedrag van bedrijven via sponsoring en giften kan gedreven worden door verschillende motieven. Bedrijven kunnen geven via sponsoring en giften omdat ze dit vinden passen bij hun rol in de samenleving. Hun rol is breder dan het realiseren van winst of het creëren van werkgelegenheid. Vanuit ethische en ideële maatschappelijke betrokkenheid geeft het bedrijf. Een tweede motivatie is instrumenteel omdat sponsoring en giften bedrijven ook bepaalde voordelen kunnen opleveren. Deze voordelen zijn bijvoorbeeld marketinggerelateerd, zoals reputatie- of imago voordelen of het creëren van goodwill onder consumenten. Ook heeft geven een positieve impact op medewerkers. Zo verhoogt geven bijvoorbeeld de tevredenheid, motivatie en productiviteit van medewerkers en kan geven ook leiden tot meer betrokkenheid, loyaliteit, teamcohesie en een verhoogd moreel. Daarnaast zou een bedrijf dat geeft aantrekkelijker zijn voor potentiële medewerkers. Indirect kan geven de prestatie van het bedrijf positief beïnvloeden. Bedrijfsfilantropie kan ook plaatsvinden omdat bepaalde belanghebbenden dit van het bedrijf verwachten. Verschillende belanghebbenden, zoals consumenten, medewerkers of de (lokale) overheid kunnen druk uitoefenen op het bedrijf. Zo verwachten consumenten en medewerkers bijvoorbeeld steeds vaker dat bedrijven een positieve bijdrage leveren aan de samenleving. Het initiatief voor sponsoring en geven kan dan onder andere vanuit de medewerkers komen. Geven kan ook gedreven zijn door informele standaarden in de industrie, branche of sector. Een bedrijf kan het gevoel hebben niet achter te kunnen blijven op het gebied van sponsoring of giften omdat andere (concurrerende) bedrijven dit ook doen.

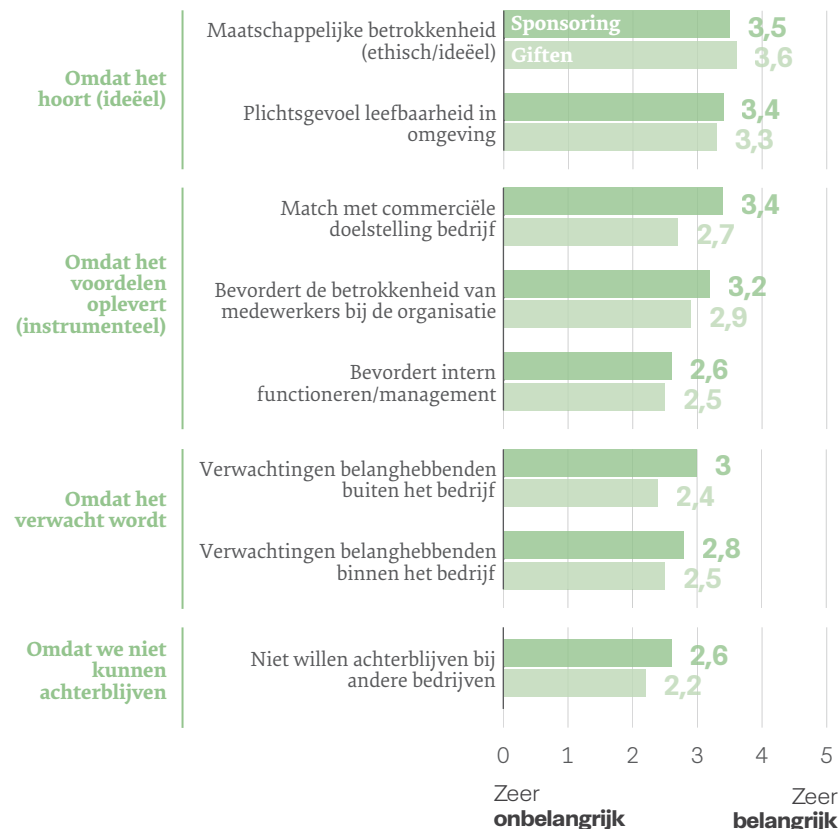
Ideële en instrumentele motieven scoren het hoogst onder bedrijven

In het onderzoek is aan respondenten gevraagd hoe belangrijk deze verschillende motivaties zijn voor het bedrijf voor sponsoring en geven (zie figuur 4.15). De verschillende motieven zijn met een vijfpuntsschaal bevestigd, waarbij een vijf betekent dat het motief zeer belangrijk is voor het bedrijf en een één dat het bedrijf het motief zeer onbelangrijk vindt in relatie tot sponsoring of giften. Hoewel de gemiddelden in figuur 4.15 wellicht een neutrale houding suggereren, betekenen ze feitelijk dat telkens voor een significante groep bedrijven het motief (zeer) belangrijk is. Bijna alle motieven lijken belangrijker voor sponsoring vergeleken met giften, al zijn de verschillen klein. Het motief 'maatschappelijke betrokkenheid (ethisch/ideel)' lijkt belangrijker voor giften vergeleken met sponsoring, maar het verschil is minimaal. Gemiddeld scoren motieven die aangeven dat bedrijven aan sponsoring en giften doen omdat dit past bij hun rol in de maatschappij of omdat het instrumentele voordelen oplevert het hoogst. We zien ook dat het motief met betrekking tot 'verwachtingen van belanghebbenden buiten het bedrijf' hoger scoort voor sponsoring vergeleken met giften. Een mogelijke verklaring is dat sponsoring een (zichtbare) tegenprestatie oplevert, zoals het genereren van publiciteit voor het bedrijf. Hierdoor is sponsoring makkelijker zichtbaar te maken vergeleken met giften. Hierdoor leent sponsoring zich wellicht beter om verwachtingen van belanghebbenden buiten het bedrijf tegemoet te komen en waar te maken.



Figuur 4.15: Ideële en instrumentele motieven scoren het hoogst voor zowel sponsoring als giften ^a

Motivaties voor sponsoring en giften, 2020 (in gemiddelde score op een 5 puntsschaal van (1) zeer onbelangrijk tot (5) zeer belangrijk)



4.6 Bedrijfsfilantropie ten tijde van corona

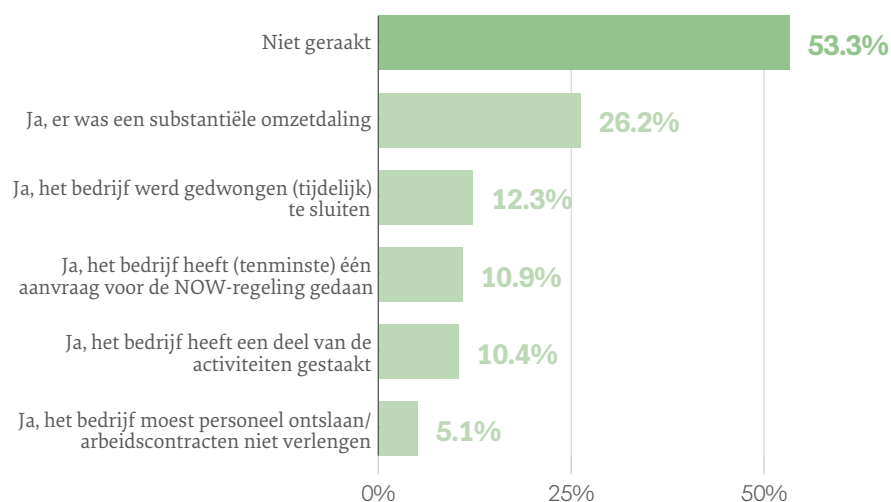
Het jaar 2020, waarover de data zijn verzameld, werd gekenmerkt door het begin van de coronapandemie. Dat heeft veel bedrijven geraakt, voornamelijk in de horeca en de cultuursector, die lange tijd dicht moesten blijven, maar uiteraard kunnen ook veel andere bedrijven geraakt zijn door coronapandemie. De resultaten laten zien dat bijna de helft van de bedrijven op een of andere manier gevolgen heeft ondervonden van de coronapandemie (zie figuur 4.16).

Het meest voorkomende gevolg is een omzetsdaling, waar ruim een kwart van de bedrijven mee te maken heeft gehad. Maar ook moest ruim 12% van de bedrijven tijdelijk sluiten en heeft ruim 10% een deel van de activiteiten gestaakt. Bijna 11% heeft tenminste één aanvraag voor de NOW-regeling gedaan.³ Opvallend is dat de consequenties voor het personeel – in ieder geval in 2020 – beperkt bleven. Ruim 5% van de bedrijven heeft personeel afgestoten. Wellicht heeft dat te maken met de NOW-regeling, maar mogelijk ook met de krappe arbeidsmarkt.

³ De tijdelijke Noodmaatregel Overbrugging Werkgelegenheid (NOW) is een subsidie die uit publiek geld wordt betaald. Met de NOW-regeling komt de overheid werkgevers tegemoet die door de coronapandemie omzetverlies lijden.

Figuur 4.16: Helft van de bedrijven is niet geraakt door de coronapandemie ^a

Aandeel bedrijven naar verschillende manieren waarop het bedrijf beïnvloed kan zijn door de coronapandemie (in %)



^a De percentages zijn ongewogen en tellen niet op tot 100% omdat respondenten meerdere antwoorden konden kiezen

De vraag dringt zich dan op of bedrijven die getroffen zijn door de coronapandemie, hebben besloten om daardoor minder vaak te geven in de vorm van sponsoring of giften. Dat blijkt niet het geval (resultaten niet getoond). Bij iedere vraag die over corona is gesteld blijkt dat bedrijven die zijn getroffen door de coronapandemie ongeveer even vaak geven vergeleken met de bedrijven die aangeven niet te zijn getroffen door de coronapandemie. Iedere verklaring is speculatief, maar in 2020 waren de coronamaatregelen, zoals bedrijfssluitingen, slechts een deel van het jaar zeer streng. In een deel van het jaar hebben bedrijven hun normale activiteiten kunnen ontplooiën, inclusief geefgedrag. Wellicht laat het ook zien dat bedrijven ook gul blijven geven op momenten dat het ze niet voor de wind gaat. Dit werd ook na de financiële crisis van 2008 en de jarenlange nasleep daarvan geconstateerd.

4.7 Nadelen van bedrijfsgiften in geld, natura en tijd voor ontvangende goededoelenorganisaties

Alom wordt aangenomen dat geven aan goededoelenorganisaties altijd gunstig is voor de ontvangende organisatie, beneficianten en de gever. Bedrijven zijn vrij om veelal naar eigen inzicht schenkingen te doen in geld, natura of tijd en goede doelen te ondersteunen. Dergelijke daden van liefdadigheid (filantropie) worden echter soms ook betwist en brengen ook uitdagingen met zich mee. Goedbedoelde giften van bedrijven kunnen (onbedoeld) nadelen meebrengen voor de ontvangende goededoelenorganisaties. Zo stelt eerder onderzoek al dat onder andere (bedrijfs)giften in natura waardevol, waardeloos of negatief gewaardeerd kunnen worden (Stötzer, Andeßner & Scheichl, 2020). Omdat de bestaande literatuur weinig aandacht besteedt aan de mogelijke uitdagingen die bedrijfsfilantropie in geld, natura en tijd met zich meebrengt, biedt dit aanvullend onderzoek inzicht in de nadelen van geven door bedrijven.



In dit kwalitatieve onderzoek is gesproken met 12 respondenten binnen 11 goededoelenorganisaties in Nederland die geregeld giften ontvangen van het Nederlandse bedrijfsleven. De 11 goededoelenorganisaties zijn gericht benaderd en zijn werkzaam op verschillende maatschappelijke terreinen (onder andere armoede, internationale hulp, gezondheid en ongelijkheid). Het zijn relatief grote en bekende goededoelenorganisaties in Nederland. Interviews belichten de motivaties voor samenwerking met bedrijven en de voor- en nadelen van bedrijfsfilantropie in geld, tijd en natura. De semigestructureerde interviews duurden tussen de 40 en 60 minuten en zijn online en in het Engels afgenomen. Geïnterviewden waren verantwoordelijk voor corporate partnerships (samenwerking met bedrijven), fondsenwerving of communicatie. Zie de methodologische verantwoording voor meer informatie.

De interviewdata laten zien dat geven door bedrijven via sponsoring of giften in de vorm van geld, natura en tijd niet zonder nadelen is. Een gift vanuit een bedrijf in geld, natura of tijd kan vanuit het bedrijf gezien worden als een daad van vrijgevigheid, maar kan bij een goed doel voor extra uitdagingen zorgen. Een viertal terugkerende elementen in de interviewdata verstrekken inzicht in de nadelen van geven door bedrijven.

Mismatch met behoeften

De goededoelenorganisaties geven aan dat veel bedrijven van mening zijn dat een goededoelenorganisatie geholpen is met alle middelen die het bedrijf wil en kan geven. Zo kan het bedrijf denken dat alles wat zij kunnen geven aan een goed doel van waarde is voor het goede doel. Dit is echter niet altijd het geval. Zo beschikken vrijwilligers die hun diensten aanbieden namens hun bedrijf mogelijk niet over de juiste vaardigheden of kennis om het goede doel de ondersteuning te bieden waaraan het behoefte heeft of zijn de giften in natura niet bruikbaar voor een goededoelenorganisatie.

Omdat goededoelenorganisaties veelal afhankelijk zijn van giften, en bedrijven beschikken over de middelen, kan er sprake zijn van een ongelijke machtsverhouding tussen het goede doel (ontvanger) en het bedrijf (de gever). Vanwege de ondergeschikte machtspositie kunnen goededoelenorganisaties het gevoel hebben dat zij hun eigen behoeften ondergeschikt moeten maken aan de wensen en vrijgevigheid van bedrijven. Zo zegt een respondent:

“Ik denk dat wij ons altijd een beetje moeten aanpassen aan de wensen van het bedrijf, anders verstrekken ze geen fondsen (...) Alle goededoelenorganisaties zijn afhankelijk van donoren, dat is helaas hoe de sector in elkaar steekt.”

Het afwijzen van een gift van een bedrijf kan soms moeilijk zijn omdat daarmee ook toekomstige giften en donaties vanuit hetzelfde bedrijf op het spel kunnen komen te staan. Zo blijkt vooral medewerkersvrijwilligerswerk vaak te leiden tot additionele giften, of kan een gift van een bepaald bedrijf leiden tot giften van andere bedrijven. Omdat goededoelenorganisaties het bedrijf niet willen kwijtraken als toekomstige donor, maken zij de eigen behoeftes soms ondergeschikt aan die van het bedrijf. Om een bedrijf niet af te hoeven wijzen, komt het goede doel het bedrijf tegemoet door de gift te accepteren – ook wanneer deze niet direct voorziet in de behoeften van het goede doel.

Dit is overigens niet altijd het geval. Goededoelenorganisaties voelen zich ook gesterkt om giften van bedrijven af te wijzen of door te verwijzen naar andere goededoelenorganisaties. Dit kan verschillende redenen hebben. Zo geven respondenten aan dat indien zij het gevoel hebben dat de gift niet oprecht is, maar alleen doelstellingen van het bedrijf nastreeft (bijvoorbeeld reputatie- of imagovoordelen) en lijkt op een marketingtruc, de gift niet vanzelfsprekend wordt geaccepteerd. Dit kan namelijk ook negatieve publiciteit opleveren voor het goede doel. Respondenten benadrukken het belang van een oprechte gift, die zowel voordelen voor het bedrijf als het goede doel oplevert. Respondenten benoemen het aanwezige

risico op reputatieschade, maar geven ook andere redenen om een gift af te wijzen. Dit zijn onder andere het ontbreken van een 'fit' of match met de missie, visie of doelstellingen van het bedrijf met het goede doel, giften in natura of tijd die het goede doel op dat moment niet kan gebruiken of projectmatige giften. Een respondent zegt:

“We moeten kritisch zijn wanneer een bedrijf iets wil doneren. We moeten ons altijd goed afvragen: ‘Wat willen zij [het bedrijf] doneren en kunnen wij dit gebruiken?’, indien dat niet het geval is moeten we helaas nee zeggen.”

Projectmatige financiële giften

Financiële giften kunnen vrij besteedbaar zijn of projectmatig. Bij een projectmatige gift heeft de gever specifiek gedefinieerd waarvoor de gift bedoeld is, bijvoorbeeld voor een specifiek doel, project of activiteit. Bij vrij besteedbare giften kan het goede doel de financiële gift vrijelijk besteden daar waar deze het meest nodig is.

Indien een gift door een bedrijf projectmatig is, dan bepaalt het bedrijf in zekere mate hoe de gift besteed kan worden. Hierdoor verliest een goed doel tot op zekere hoogte autonomie. Zo zegt een respondent:

“Als er ook maar een kleine kans is dat zij [het bedrijf] onze manier van werken beïnvloedt, dan kunnen wij geen giften accepteren van hen”.

Omdat projectmatige giften de gever ervan verzekeren dat de gift ten goede komt aan een bepaald doel, project of activiteit, maken deze giften het soms moeilijk(er) voor het goede doel om overheadkosten te dekken. Het is voor een bedrijf minder aantrekkelijk om overheadkosten te dragen bij projectmatige giften omdat de impact minder zichtbaar is in vergelijking met een specifiek project of activiteit. Drie respondenten zeggen:

“Als 80% bestaat uit projectmatige financiering dan is dat niet gezond voor jouw organisatie. We hebben natuurlijk ook communicatiekosten en financiële kosten. Er zijn veel kosten die vragen om vrij besteedbare financiering.”

“Het nadeel van deze verschuiving [naar meer projectmatige giften] is dat wij geen vrij besteedbare financiering ontvangen, zodat we deze niet vrij kunnen spenderen om overheadkosten te dekken”.

“Het zou het beste zijn als zij [bedrijven] zouden zeggen ‘besteed het [de giften] maar waar je aan wilt’ (...) maar het merendeel van de bedrijven wil precies zien wat je hebt gedaan met het geld.”

De projectmatige giften hebben enkele nadelen voor goededoelenorganisaties. Zo zorgen projectmatige giften voor additioneel (administratief) werk voor goededoelenorganisaties omdat deze organisaties specifiek moeten bijhouden hoe een bepaalde gift uitgegeven of gebruikt is. Ook kan er een mate van ongelijkheid ontstaan in beschikbare middelen tussen projecten wanneer bepaalde projecten of activiteiten bedrijven meer aanspreken dan andere projecten. Een respondent geeft aan:

“Met vrij besteedbare donaties kunnen wij ervoor zorgen dat de gift naar de projecten gaat waar onze hulp het meeste nodig is, dit kunnen dan projecten zijn die voor een bedrijf of fonds minder interessant zijn om te ondersteunen.”

Goededoelenorganisaties prefereren daarom vrij besteedbare giften boven projectmatige giften. Bovenstaande geldt uiteraard niet alleen voor giften vanuit het bedrijfsleven, maar ook voor die van andere gevers en financiers, zoals huishoudens, nalatenschappen, fondsen en goededoelenloterijen.



Additionele kosten

Giften van bedrijven in geld, natura of tijd kunnen ook additionele kosten met zich meebrengen. Respondenten geven aan dat samenwerkingspartners binnen bedrijven zich niet altijd realiseren welke complexiteit giften in natura met zich meebrengen. Voor bedrijven is het vaak een relatief eenvoudige oplossing om van producten of materiaal af te komen die bedrijven overhebben of niet langer kunnen gebruiken. Geven in natura vormt voor bedrijven een aantrekkelijke en praktische manier van geven. Zo kunnen bedrijven 'oude' kantoormeubelen doneren of producten doneren die onverkoopbaar zijn of niet langer voldoen aan bepaalde richtlijnen, maar nog wel gebruikt kunnen worden.

De giften in natura brengen echter enkele additionele organisatorische uitdagingen met zich mee. De ontvangende organisaties moeten bijvoorbeeld hun opslagcapaciteit uitbreiden en kosten maken voor transport: "Het brengt veel gedoe met zich mee om te zorgen dat de producten hier ook echt terechtkomen."

Deze additionele organisatorische uitdagingen vergen veelal tijd en inspanning, maar kunnen ook extra kosten met zich meebrengen. De additionele kosten voor bijvoorbeeld opslag of transport worden niet altijd gefinancierd door het bedrijf, waardoor de goededoelenorganisatie hier verantwoordelijkheid voor draagt.

"Mensen denken niet altijd aan de complexiteit. Ze zeggen 'we hebben een heel magazijn vol met producten, kies maar uit'. Maar dat betekent wel dat wij de vrachtkosten, het transport en de logistiek moeten dekken."

Goededoelenorganisaties moeten de giften in natura soms ook verder uitpluizen, beoordelen of selecteren, zo zegt een respondent:

"Veel van de donaties in natura moeten uitgezocht worden: Is het nog goed genoeg? Kunnen we dit gebruiken? Dus ja, het is veel extra werk voor ons."

Ook medewerkersvrijwilligerswerk brengt veelal additionele kosten met zich mee om vrijwilligers op te vangen en te ondersteunen. Voorbeelden zijn de extra personeelskosten om medewerkersvrijwilligerswerk te organiseren en te ondersteunen, de extra materiaalkosten of benodigdheden omdat er in één keer een grote groep vrijwilligers komt, of de kosten voor catering.

De ondervraagde respondenten geven aan dat zij de gift van een bedrijf niet altijd accepteren wanneer zij verwachten dat de bijkomende kosten te hoog oplopen.

Reputatieschade

Er is ook een risico op reputatieschade voor goededoelenorganisaties indien het bedrijf plotseling negatieve publiciteit genereert, betrokken blijkt te zijn bij schadelijke activiteiten of opereert in een discutabele industrie (bijvoorbeeld alcohol, tabak of olie). Een respondent zegt:

"Wij accepteren geen giften van bedrijven die gelinkt kunnen worden aan bepaalde industrieën of aan kinderarbeid. Dat is voor ons erg belangrijk, omdat dat een risico voor ons goede doel vormt."

Uiteraard lopen bedrijven ook het risico op reputatieschade wanneer het goede doel negatief in de publiciteit komt.

Samenspraak tussen bedrijven en goededoelenorganisaties

De interviewgegevens zijn bijzonder omdat ze verzameld zijn onder goededoelenorganisaties (de ontvangende kant). Verreweg het meeste onderzoek in de literatuur naar filantropie van bedrijven onderzoekt de gever (de bedrijven) en focust op de positieve aspecten. Onderzoek onder goededoelenorganisaties kan een kritische blik werpen op bedrijfsfilantropie. Belangrijk om hierbij te vermelden is dat dit aanvullende kwalitatieve onderzoek niet impliceert dat bedrijven niet zouden moeten geven aan goededoelenorganisaties. Daarentegen informeert het bedrijven en goededoelenorganisaties over de potentiële nadelen die geven door bedrijven met zich meebrengt en biedt dit inzicht mogelijkheden om de nadelen te verminderen of te overkomen.

Het is duidelijk uit het aanvullende onderzoek dat geven door bedrijven in geld, tijd en natura ook nadelen heeft.⁴ Goededoelenorganisaties kunnen het gevoel hebben dat zij de eigen behoeften ondergeschikt moeten maken aan de aangeboden giften waardoor er een mismatch kan ontstaan tussen de gift en daadwerkelijke behoeften. Ook heeft projectmatige financiering nadelen wanneer het financiering voor overheadkosten of andere projecten bemoeilijkt. Daarnaast kan een gift in natura of tijd additionele kosten met zich meebrengen en bestaat er een risico op reputatieschade. Anderzijds laten de data ook zien dat goededoelenorganisaties wel degelijk hun autonomie bewaken en een bedrijfsgift durven af te wijzen om het belang van de eigen organisatie voorop te stellen.

Inzicht in de nadelen van geven door bedrijven geeft ook de nodige handvaten om de mogelijke nadelen te voorkomen. Het creëren van bewustzijn onder bedrijven dat wat zij willen en kunnen geven niet altijd waardevol is voor een goed doel is een eerste stap. Ook het inzicht dat giften additionele risico's en/of kosten met zich kunnen meebrengen is van belang. Daarnaast is het belangrijk dat bedrijven en goededoelenorganisaties een gelijkwaardige dialoog aangaan om te achterhalen waar de daadwerkelijke behoeften liggen en in welke mate het bedrijf hieraan een bijdrage kan leveren. Goededoelenorganisaties moeten zich afvragen wat zij als organisatie nodig hebben, welke middelen dit vraagt en wat zij willen bereiken met een samenwerking met het bedrijfsleven. Bedrijven daarentegen zullen zich moeten afvragen wat hun maatschappelijke ambities zijn, wat zij te bieden hebben en wat zij wel (en juist niet) kunnen faciliteren. Indien deze ambities met elkaar overeenkomen, kan besloten worden tot een gift van waarde.

⁴Het is goed mogelijk dat de beschreven nadelen in dit hoofdstuk zich niet enkel weerhouden tot filantropie van bedrijven. De beschreven nadelen kunnen ook gelden voor andere filantropische bronnen, met name grote gevers onder fondsen, individuen, goededoelenloterijen enzovoorts.



Conclusie

Dat bedrijven enkel en alleen bestaan om geld te verdienen is hedendaags een achterhaald principe. Bedrijven hebben – en ervaren vaak ook – een maatschappelijke verantwoordelijkheid om, naast het grote belang van het creëren van werkgelegenheid, ook via filantropie en maatschappelijk verantwoord ondernemen, positieve bijdragen aan de samenleving na te streven.

Het Nederlandse bedrijfsleven is al jaren een niet te onderschatten bron van filantropie aan goede doelen. Bedrijven dragen bij aan de Nederlandse samenleving en ondersteunen goede doelenorganisaties via sponsoring en giften. Naar schatting gaven bedrijven € 2,2 miljard in 2020. Hiervan bestaat € 1,2 miljard uit bedrijfssponsoring en € 926 miljoen uit giften aan goededoelenorganisaties. Met een totaalbedrag aan sponsoring en giften van € 2,2 miljard stijgen de bijdragen door bedrijven aan goededoelenorganisaties door.

In onze steekproef geeft 39% van de bedrijven helemaal niet aan goede doelenorganisaties, zodat het totale bedrag wordt gegeven door ongeveer 61% van de Nederlandse bedrijven. In de laatste twee edities van Geven in Nederland is het percentage bedrijven dat helemaal niet geeft hoger dan in de jaren daarvoor gebruikelijk was. Opvallend is ook dat bedrijven die aangeven getroffen te zijn door de coronapandemie (door bijvoorbeeld een omzetsdaling of tijdelijke bedrijfssluitingen) niet minder of minder vaak zijn gaan geven. Dit laat zien dat bedrijven ook gulle gevers blijven in moeilijke tijden.

Goededoelenorganisaties in de sectoren sport en recreatie ontvingen in 2020 de meeste sponsoring door bedrijven: € 332 miljoen, goed voor 27% van het totaal aan sponsoring. De sector gezondheid ontving de meeste giften van bedrijven in 2020: € 230 miljoen, goed voor 25% van de totale bedrijfsgiften. Dit maakt gezondheid in 2020 het populairste doel voor giften van bedrijven. Wellicht is het thema gezondheid door de coronapandemie zo dominant geweest in 2020 dat goededoelenorganisaties rondom dit doel daar baat bij hebben gehad.

In de meeste branches gaan giften en sponsoring relatief gelijk op in het totaal aan sponsoring en giften. De opmerkelijkste verschillen vinden we in sponsoring en giften door bedrijven die actief zijn in de branches financiële instellingen, advisering en overige zakelijke dienstverlening en in de branche 'overig'. Financiële instellingen en bedrijven in de branche 'overig' zijn belangrijke gevers; bedrijven die actief zijn in advisering en overige zakelijke dienstverlening zijn grote sponsors.

Het merendeel van de bedrijfssponsoring en -giften is in de vorm van een financiële bijdrage. Sinds 2015 stijgt het aandeel van financiële bijdragen in zowel sponsoring en giften. Ondanks het feit dat veelal beweerd wordt dat bedrijven niet langer alleen willen geven in de vorm van geld, maar juist ook medewerkers willen betrekken en inzetten, zien we op de lange termijn geen stijgende trend in sponsoring en giften in de vorm van tijd (medewerkersvrijwilligerswerk). De sector onderwijs en onderzoek ontvangt het grootste aandeel van sponsoring en giften in medewerkersvrijwilligerswerk (52%). Bedrijven geven vaker in natura aan goededoelenorganisaties in de sector kerk en levensbeschouwing; 18% van de totale bijdragen van bedrijven aan deze sector vindt plaats in natura.

Geefgedrag van bedrijven via sponsoring en giften kan gedreven worden door verschillende motieven. Onder de bedrijven in het onderzoek scoren ideële en instrumentele motieven het hoogst. De meeste bedrijven geven via sponsoring of giften omdat zij dit vinden passen bij hun rol in de samenleving of omdat het – direct of indirect – voordelen oplevert voor het bedrijf.

Er is aanvullend onderzoek uitgevoerd om de nadelen van bedrijfsgiften in geld, natura en tijd voor ontvangende goededoelenorganisaties inzichtelijk te maken. Bedrijfsfilantropie brengt additionele uitdagingen mee voor goededoelenorganisaties. Zo kunnen goededoelenorganisaties het gevoel hebben dat zij hun eigen behoeften ondergeschikt moeten maken aan de wensen en vrijgevigheid van bedrijven. Hierdoor accepteren zij soms giften die op dat moment niet geheel wenselijk of nodig zijn. Ook projectmatige financiële giften brengen uitdagingen met zich mee, zoals extra administratie. Soms bemoeilijkt projectmatige financiering de financiering van overheadkosten of andere projecten binnen het goede doel. Bedrijfsgiften kunnen ook andere additionele kosten met zich meebrengen, zoals kosten voor opslag, transport of extra ondersteuning voor medewerkersvrijwilligerswerk. Ten slotte is er een risico op reputatieschade. Inzicht in de nadelen van geven door bedrijven geeft ook de nodige handvaten om de mogelijke nadelen te voorkomen.

Aangezien bedrijven een belangrijke bron van filantropie zijn, blijkt geven en sponsoring voor veel Nederlandse bedrijven – maar ook voor veel goededoelenorganisaties – een onderwerp van belang. Door sociale verantwoordelijkheid te nemen, verbindt filantropie bovenal het bedrijf met de medewerkers en de samenleving.

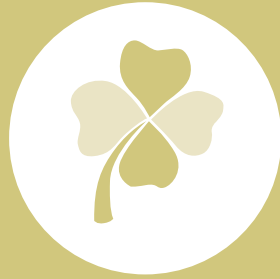


Referenties

Centraal Bureau voor de Statistiek (2022, 15 april). *Statline: bedrijven; bedrijfstak*. Geraadpleegd van <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/81589NED/table>.

Stötzer, S., Andeßner, R., & Scheichl, S. (2020). Charity flea markets: An amalgamation of product philanthropy and volunteering. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 17, 203–224. <https://doi.org/10.1007/s12208-019-00242-2>

VNO-NCW en MKB-Nederland (2021). *Ondernemen voor brede welvaart. Naar nieuw Rijnlands samenspel*. Den Haag: VNO-NCW/MKB-Nederland.



5. | GEVEN DOOR
KANSSPELEN



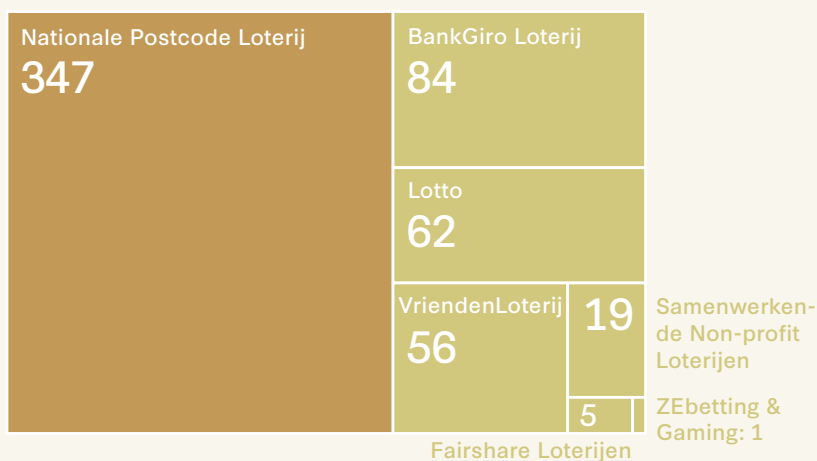
SAMENVATTING

Al in de zestiende eeuw werden er liefdadigheidsloterijen georganiseerd. De opbrengsten waren bijvoorbeeld bestemd voor het restaureren van een kerk of het stichten van gasthuizen. Vandaag de dag vindt het geld uit de kansspelen zijn weg naar talloze goede doelen. Voor de beneficianten zijn de inkomsten uit de kansspelen een belangrijke bron van inkomsten, het betreft veelal structureel en vrij besteedbaar geld.

Kansspelen geven € 574 miljoen aan goede doelen

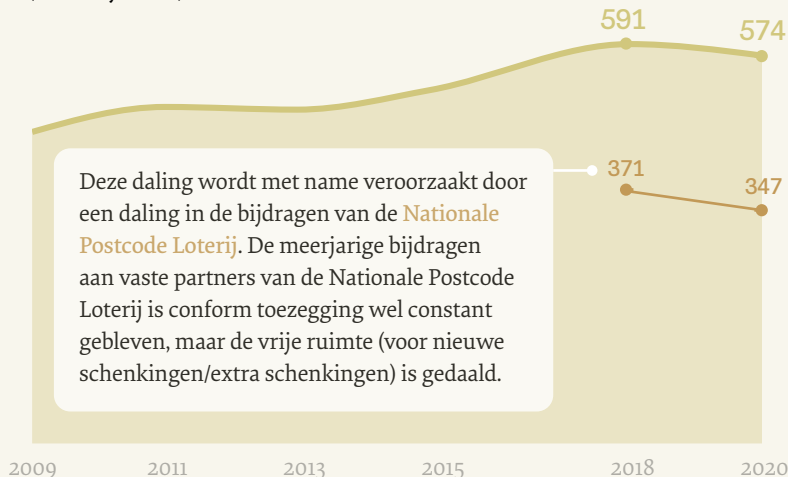
Ca. 60% afkomstig van grootste goededoelenloterij

Afdrachten aan goede doelen per kansspelvergunninghouder in 2020
(in € miljoenen)

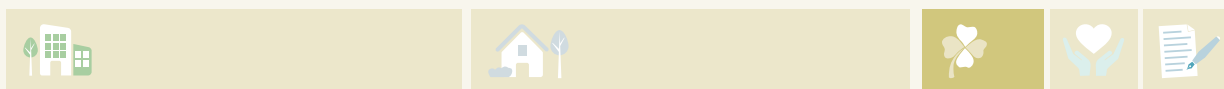


Sinds lange tijd lichte daling van afdrachten

Bijdragen van landelijke kansspelvergunninghouders aan goede doelen
(in € miljoenen)

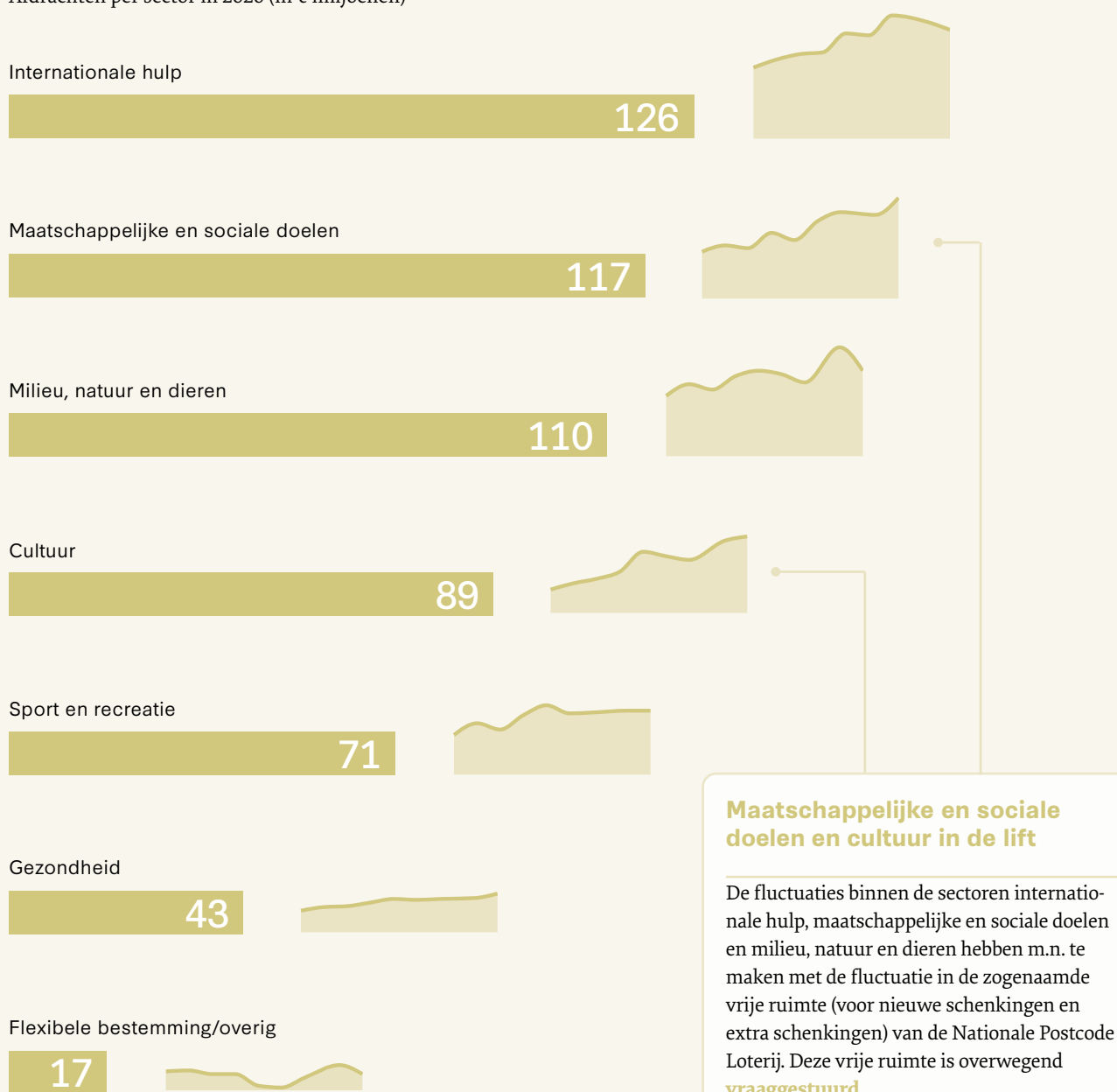


10% van de totale giften in 2020



Doelen op het terrein van internationale hulp ontvangen het meest

Afdrachten per sector in 2020 (in € miljoenen)



Maatschappelijke en sociale doelen en cultuur in de lift

De fluctuaties binnen de sectoren internationale hulp, maatschappelijke en sociale doelen en milieu, natuur en dieren hebben m.n. te maken met de fluctuatie in de zogenaamde vrije ruimte (voor nieuwe schenkingen en extra schenkingen) van de Nationale Postcode Loterij. Deze vrije ruimte is overwegend **vraaggestuurd**.



5. GEVEN DOOR KANSSPELEN

AUTEURS

Barbara Gouwenberg

Claire van
Teunenbroek

5.1 Over de geschiedenis van de loterijen

Reeds in de vijftiende eeuw werden in Nederland loterijen georganiseerd (Huisman & Koppenol, 1991). De opbrengsten waren meestal bestemd voor de stadskas. Zo werd in 1444 in de stad Utrecht de eerste (onofficiële) loterij georganiseerd. Vanaf de zestiende eeuw werden ook liefdadigheidsloterijen georganiseerd. De winsten waren bijvoorbeeld bestemd voor de restauratie van kerken en/of het stichten van gasthuizen, zoals in Leiden in 1596. In Amsterdam werd in 1592 een loterij georganiseerd waarvan de opbrengst ten goede kwam aan de uitbreiding van het Dolhuis. Vanaf 1726 werden loterijen met de instelling van de Generaliteitsloterij (de latere Staatsloterij) wettelijk gereguleerd en ten nutte gemaakt voor het algemeen belang: de staatskas (Van 't Veer, 1998; Kingma, 2002).

Na de Tweede Wereldoorlog zetten enkele sociale entrepreneurs loterijen op om gelden te werven voor goede doelen, voornamelijk katholieke goede doelen zoals 'Katholieke Actie', 'Actie van God' en katholieke volkshogescholen. Een pionier van de jaren vijftig en zestig die handig gebruik wist te maken van de media – de radio – was Albert Bergers (Schmitz, 2002, p. 10). Hij verwierf bekendheid met de Sla Uw Slag (SUS)-loterijen en de Steentjesactie ten behoeve van de bouw van een gedachteniskerk op de Grebbeberg. De initiatieven uit deze naoorlogse tijd werden bestuurlijk begeleid door een maatschappelijke elite, van wie belangrijke woordvoerders een bancaire achtergrond hadden, zoals Van Emden en Van Lanschot (De Heer, 2003; Schmitz, 2002). De Koninklijke Nederlandse Voetbalbond (KNVB) begon in 1961 met sportprijsvragen (later overgenomen door De Lotto) en in datzelfde jaar ontstond vanuit de SUS-loterijen de Giro Loterij, later de BankGiro Loterij. De Sponsor Bingo Loterij (later VriendenLoterij) werd in 1989 vanuit de Vereniging Humanitas opgezet. Een latere pionier op het vlak van goededoelenloterijen was Boudewijn Poelmann. Afkomstig van Oxfam Novib en bekend met de mogelijkheden van moderne tv-showprogramma's begonnen hij en drie andere initiatiefnemers in 1989 met de Nationale Postcode Loterij. De Nationale Postcode Loterij, de BankGiro Loterij en de VriendenLoterij zijn in 2004 ondergebracht onder de Holding Nationale Goede Doelen Loterijen NV. Sinds augustus 2021 hebben de BankGiro Loterij en de VriendenLoterij hun krachten gebundeld onder de naam VriendenLoterij.

In 2016 is Lotto BV gefuseerd met de Nederlandse Staatsloterij. Sindsdien zijn zij beide onderdeel van de Nederlandse Loterij. De afdrachten van de Lotto gaan naar goede doelen, met name de sport; de afdrachten van de Staatsloterij vallen ten deel aan de staat. Sinds het openstellen van de markt voor goededoelenloterijen in 2016 zijn er nieuwe loterijen verschenen. Fairshare Loterijen (Lot of Happiness en Care-a-Lot), de Impact Loterij, Snapchance en Beter Lot (NLwint!) hebben op 1 januari 2022 een vergunning, maar van deze loterijen bieden vooralsnog alleen Fairshare Loterijen en Beter Lot een loterij aan op de Nederlandse kansspelmarkt.

5.2 Kansspelen en goede doelen

De ontwikkelingen en fusies in de kansspelmarkt volgen elkaar snel op. Geven in Nederland 2022 gaat over het jaar 2020. Dat is de reden dat we in dit hoofdstuk de focus leggen op de situatie zoals die was in dat jaar. Er waren in Nederland in 2020 negen niet-incidentele¹ landelijke kansspelvergunninghouders verplicht een deel van hun opbrengst af te dragen aan goede doelen. Het betrof de volgende vergunninghouders:

1. De *Nationale Postcode Loterij*, richt zich op mens en natuur in binnen- en buitenland (ontwikkelingssamenwerking en mensenrechten, natuur en milieu, en sociale cohesie in Nederland).
2. De *BankGiro Loterij* (sinds 2021 verder onder de naam *VriendenLoterij*), draagt bij aan cultuur en het behoud van cultureel erfgoed.
3. De *VriendenLoterij* doet giften ten behoeve van welzijn en gezondheid (waaronder sport als middel tot welzijn en gezondheid).
4. De *Samenwerkende Non-profit Loterijen* (SNL). Enkele goede doelenorganisaties organiseren een eigen loterij. De grootste vijf (KWF Kankerbestrijding, de Grote Club Actie/Support Actie, Jantje Beton, de Zonnebloem en Scouting) zijn sinds 2003 verenigd in de stichting Samenwerkende Non-profit Loterijen (SNL).
5. *Lotto B.V.* (Lotto, Krasloten en Toto) is onderdeel van de Nederlandse Loterij; de opbrengsten gaan voor het grootste deel naar de sportsector en voor een klein deel naar cultuur, maatschappelijk welzijn en gezondheid.
6. *ZEbetting & Gaming* (voorheen *Sporttech B.V.*), aanbieder van weddenschappen op paardenraces en bekend onder de naam *Runnerz*. Draagt met name bij aan de draf- en rensport in Nederland.
7. *Fairshare Loterijen*, in augustus 2018 lanceerde Fairshare haar eerste loterij: *Lot of Happiness*, gericht op het welbevinden van kinderen. Deelnemers kiezen zelf voor welk goed doel ze spelen. *Care a lot* is een andere loterij van Fairshare Loterijen en zet zich in voor een gezonder Nederland.
8. *Impact Loterij*, nieuwkomer sinds oktober 2018, heeft een vergunning maar biedt (nog) geen loterij aan op de Nederlandse kansspelmarkt.
9. *Snapchance*, vergunninghouder sinds april 2020, biedt (nog) geen loterij aan op de Nederlandse kansspelmarkt.

De afdrachten van bovengenoemde kansspelvergunninghouders vonden in 2020 hun weg naar verschillende goede doelen. Met uitzondering van de Fairshare Loterijen bepalen de deelnemers aan de kansspelen niet zelf voor welke goede doelen zij meespelen. Sinds 2002 hebben beneficianten (meer dan 230) van de Nationale Postcode Loterij, de BankGiro Loterij, de VriendenLoterij, en later ook De Nederlandse Loterij (Lotto) en de Samenwerkende Non-Profit Loterijen zich verenigd in het Goede Doelen Platform, dat bij wijzigingen in het Nederlandse kansspelbeleid opkomt voor hun gezamenlijk belang (<https://www.goededoelenplatform.nl/>).

5.3 Verplichte afdrachtspercentages aan het goede doel

In Nederland worden kansspelen gereguleerd door de Wet op de kansspelen (Wok). De Kansspelautoriteit (Ksa) is de toezichthouder op de markt voor de kansspelen en verleent vergunningen aan aanbieders van kansspelen. Dit hoofdstuk bespreekt negen landelijke meerjarige kansspelvergunninghouders die in 2020 een verplichting hadden een bepaald percentage af te dragen aan het goede doel.

¹ Er zijn ook eenmalige kansspelvergunninghouders die incidenteel een loterij organiseren (deze vallen buiten dit onderzoek).



Niet-incidentele goededoelenloterijen

Zeven vergunninghouders hadden in 2020 een niet-incidentele vergunning om goededoelenloterijen te organiseren, op basis van artikel 3 van de Wok, te weten: Nationale Postcode Loterij, VriendenLoterij, de BankGiro Loterij, de SNL, de Impact Loterij, Snapchance en Fairshare Loterijen. Voor niet-incidentele goededoelenloterijen geldt een zogenaamd open stelsel: er is geen beperking aan het aantal. In 2020 waren zij (met uitzondering van de SNL) verplicht ten minste 40% van de nominale waarde van de verkochte loten af te dragen ten behoeve van het algemeen belang. Met ingang van 1 januari 2020 is het verplichte minimum afdrachtspercentage voor de goededoelenloterijen gewijzigd van 50% naar ten minste 40% (Staatsblad 2019, 353). Voor de Samenwerkende Non-profit Loterijen (SNL) gold een verplichte afdracht van ten minste 65% (Kansspelautoriteit, 2022).

Wettelijke monopolies

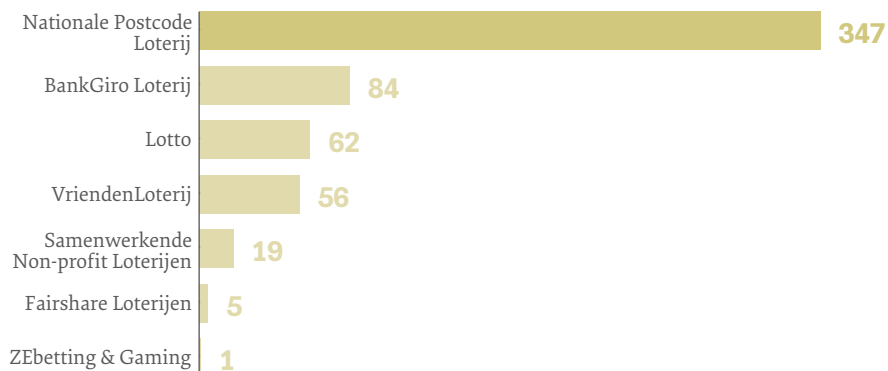
De meerjarige vergunningen van de Lotto BV. (voor Lotto, Krasloten en de Toto) en ZEBetting & Gaming vallen onder andere artikelen van de Wok en zijn zogenoemde wettelijke monopolies. Er geldt een wettelijk gesloten stelsel, dat wil zeggen dat er één vergunning voor een lottospel, één vergunning voor een instantloterij (Krasloten), één vergunning voor landgebonden sportprijsvragen (Toto) en één vergunning voor weddenschappen op paardenraces wordt verleend. Zij hebben andere afdrachtspercentages dan de niet-incidentele goededoelenloterijen: voor de Lotto (lottospel) is dat minimaal 18% van de nominale waarde van de verkochte loten. Voor Krasloten en de Toto is dit de opbrengst na aftrek van prijzen en noodzakelijke kosten (geen minimum)². De Lotto heeft bovendien een vastgelegde verdeelsleutel voor afdrachten aan de begunstigden. ZEBetting & Gaming draagt 2,5% van de inleg af (Kansspelautoriteit, 2022).

5.4 Hoeveel dragen kansspelen bij aan goede doelen?

In totaal hebben in 2020 zeven landelijke kansspelvergunninghouders € 574 miljoen bijgedragen aan goede doelen (zie figuur 5.1). Circa 60% (€ 347 miljoen) is afkomstig van de Nationale Postcode Loterij, de grootste goededoelenloterij in Nederland.

Figuur 5.1: Totale afdrachten aan goede doelen € 574 miljoen

Afdrachten aan goede doelen per kansspelvergunninghouder in 2020 (in € miljoenen)



Bron: de cijfers zijn afkomstig van de jaarverslagen van de Nationale Goede Doelen Loterijen, de Nederlandse Loterij/ Lotto, de Samenwerkende Non-profit Loterijen (SNL), het bestuursverslag van Fairshare Loterijen en de Marktscan landgebonden kansspelen (Kansspelautoriteit, 2022).

² Geraadpleegd van: <https://www.nederlandseloterij.nl/vergunningen>

Voor het eerst in jaren zien we een daling in de bijdragen vanuit kansspelen aan goede doelen. Van € 591 miljoen in 2018 naar € 574 miljoen in 2020, een daling van € 19 miljoen (zie tabel 5.1). Deze daling wordt met name veroorzaakt door een daling in de bijdragen van de Nationale Postcode Loterij, van € 371 miljoen in 2018 naar € 347 miljoen in 2020. De meerjarige bijdragen aan vaste partners van de Nationale Postcode Loterij is conform toezegging wel constant gebleven, maar de vrije ruimte (voor nieuwe schenkingen/extra schenkingen) is gedaald. De daling heeft onder andere te maken met een daling in het aantal verkochte loten (zie tabel 5.2) en een daling in het afdrachtspercentage van 50% naar 45%. Over 2020 is 45% van de inleg van de Nationale Postcode Loterij afgedragen aan beneficianten, waarmee wel is voldaan aan de in de vergunning opgenomen minimale afdracht van 40%. Op termijn zal het afdrachtspercentage verder worden bijgesteld richting het wettelijke percentage van 40%, zo staat in de jaarrekening (2020, p. 29). Hierdoor worden zij in staat gesteld om te werken aan innovatie en om het bedrag aan prijzengeld te vergroten. De gedachte achter de maatregel is de verwachting dat een verlaging van het afdrachtspercentage – via een verhoging van het prijzengeld – leidt tot een aantrekkelijker aanbod van goededoelenloterijen, waardoor de omzet van de vergunninghouders op peil blijft en daarmee ook de afdracht aan de vaste beneficianten (Staatsblad 2019, 353). Wat het langetermijneffect van deze maatregel is zal de toekomst moeten uitwijzen.

De bijdragen van de BankGiro Loterij aan goede doelen zijn iets verder gestegen. De BankGiro Loterij heeft in 2020 beduidend meer loten verkocht (zie tabel 5.2). De afdrachten van nieuwkomer Fairshare Loterijen zijn tussen 2018 en 2020 gestegen van € 160.000 tot € 5 miljoen.

Tabel 5.1: Sinds lange tijd een lichte daling in de afdrachten van kansspelen aan goede doelen

Bijdragen van zeven landelijke kansspelvergunninghouders aan goede doelen, in 2009, 2011, 2013, 2015, 2018 en 2020 (in € miljoenen)

	2009	2011	2013	2015	2018	2020
Nationale Postcode Loterij	258	284	303	328	371	347
BankGiro Loterij	59	64	63	63	79	84
VriendenLoterij	48	48	49	53	61	56
Samenwerkende Non-profit Loterijen (SNL)	19	19	19	19	19	19
Lotto	74	81	59	59	60	62
ZEbetting & Gaming	3	2	2	2	1	1
Fairshare Loterijen					^b	5
Totaal^a	461	498	494	523	591	574

^a 2020: Impact Loterij, Snapchance en Beter Lot hebben een vergunning, maar bieden nog geen loterij aan op de kansspelmarkt

^b 2018: Fairshare Loterijen heeft € 159.612 afgedragen aan goede doelen

Bron: de cijfers voor 2011–2020 zijn afkomstig van de jaarverslagen van de Nationale Goede Doelen Loterijen, de Nederlandse Loterij/Lotto, de Samenwerkende Non-profit Loterijen (SNL), de Kansspelautoriteit en het bestuursverslag van Fairshare Loterijen. De cijfers van 2009 zijn ontleend aan het Jaarverslag 2009 van het College van Toezicht op de Kansspelen.



Tabel 5.2: Stijging van het aantal verkochte loten door BankGiro Loterij in 2020

Aantal verkochte loten Nationale Postcode Loterij, BankGiro Loterij en VriendenLoterij per december 2015, 2018 en 2020

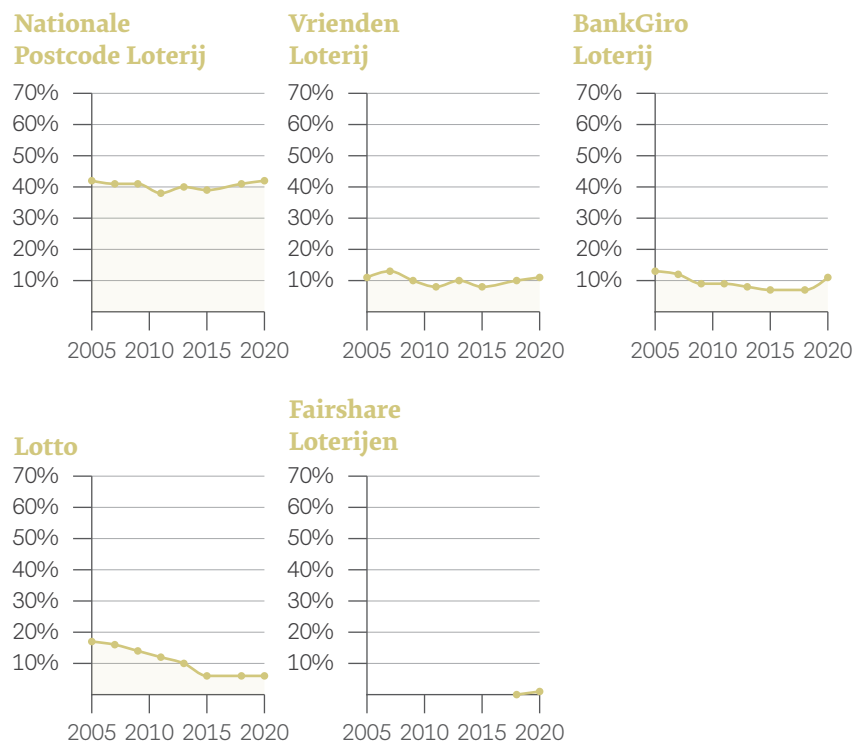
	2015	2018	2020
Nationale Postcode Loterij	4.145.272	4.282.085	4.171.775
BankGiro Loterij	877.750	863.592	1.021.674
VriendenLoterij	689.232	734.224	732.876

Bron: Jaarverslagen Nationale Postcode Loterij, BankGiro Loterij en VriendenLoterij

Als we kijken naar het percentage huishoudens dat meespeelde met de vier grootste loterijen en een nieuwkomer Fairshare Loterijen (zie figuur 5.2) dan zien we dat de populariteit van de Nationale Postcode Loterij en VriendenLoterij tussen 2005 en 2020 ongeveer gelijk is gebleven. Voor de Nationale Postcode Loterij schommelt het percentage al jaren zo rond de 40% en voor de VriendenLoterij rond de 10%. Het percentage huishoudens dat meespeelt met de Lotto lijkt zich na een dalende trend tussen 2005 en 2015 te stabiliseren. Bij de BankGiro Loterij zien we na een dalende trend tussen 2005 en 2015 juist weer een toename in 2020.

Figuur 5.2 Nationale Postcode Loterij meest populaire loterij onder huishoudens; Afname populariteit Lotto gestabiliseerd

Aantal huishoudens dat meespeelt in een aantal loterijen tussen 2005-2020 (in %)

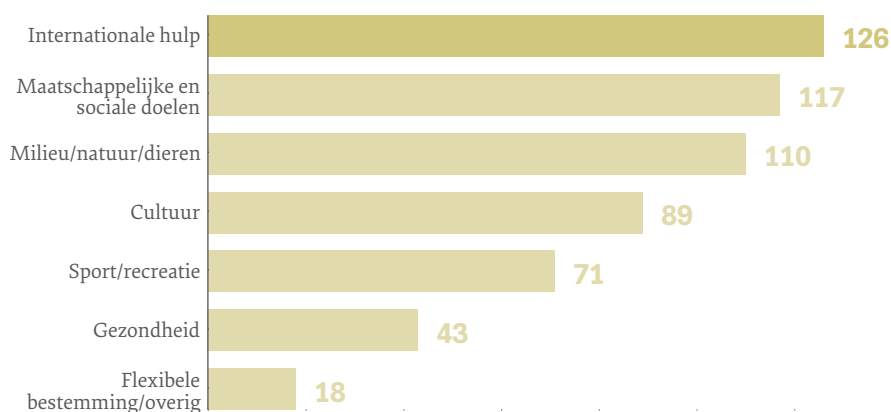


5.5 Naar welke doelen gaan de afdrachten van kansspelen?

Bij welke goede doelen is het geld van de kansspelvergunninghouders in 2020 terecht gekomen? Als we de beneficianten van de kansspelvergunninghouders indelen naar de sectoren van de Geven in Nederland-indeling³, ontstaat het overzicht in figuur 5.3. De doelen op het terrein van internationale hulp en maatschappelijke en sociale doelen ontvingen in 2020 het meest van de kansspelvergunninghouders (respectievelijk € 126 miljoen en € 117 miljoen).

Figuur 5.3: Het meeste geld komt terecht bij internationale hulp

Afdrachten kansspelvergunninghouders per sector in 2020 (in € miljoenen)*



*Kerk en levensbeschouwing en onderwijs en onderzoek zijn categorieën die niet tot de begunstigden van kansspelvergunninghouders behoren.

*Inclusief de bijdragen vanuit Stichting Doen.

2020 was een uitdagend jaar voor goededoelenorganisaties vanwege de wereldwijde coronapandemie. Vele sectoren, zoals de cultuursector, werden hard getroffen. Als reactie op deze pandemie startte de BankGiro Loterij samen met het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW), het VSBfonds, het Prins Bernhard Cultuurfonds, de VandenEnde Foundation en diverse andere particuliere fondsen, in 2020 het Kickstart Cultuurfonds. Een tijdelijk noodfonds dat is opgericht om de culturele sector te helpen zich aan te passen aan de veranderende omstandigheden die zijn ontstaan als gevolg van de coronamaatregelen. In 2020 werd door het noodfonds € 16 miljoen gedoneerd, waarvan € 10 miljoen door de BankGiro Loterij beschikbaar is gesteld.⁴ Ook de Nationale Postcode Loterij sprong in de bres door in 2020 extra donaties ter beschikking te stellen aan initiatieven die in de sector ontstonden als reactie op de wereldwijde coronacrisis. Voorbeelden zijn bijdragen aan het Crisisfonds Kwetsbare Kinderen Thuis en het Calamiteitenfonds, opgericht door de voedselbanken in Nederland.⁵

³ Beneficianten van de kansspelen worden op basis van hun belangrijkste doelstelling ingedeeld naar één van de sectoren van Geven in Nederland. Aangezien Stichting Doen, een van de beneficianten van de Goede Doelen Loterijen, actief is op meerdere sectoren, hebben we in voorgaande edities ervoor gekozen om apart te rapporteren over Stichting Doen. Dit jaar verdelen wij de bijdragen van Stichting Doen over de sectoren van Geven in Nederland omdat we zo beter zicht krijgen op de afdrachten vanuit de kansspelen per sector. Dat betekent: Stichting DOEN uit de BankGiro Loterij, bestemd voor cultuur: € 4,3 miljoen; Stichting DOEN uit de VriendenLoterij, bestemd voor maatschappelijke en sociale doelen: € 3 miljoen; Stichting DOEN uit de Nationale Postcode Loterij, bestemd voor internationale hulp € 4,8 miljoen, voor natuur en milieu € 15,3 miljoen, voor maatschappelijke en sociale doelen € 2,4 miljoen en voor speciale projecten € 2 miljoen.

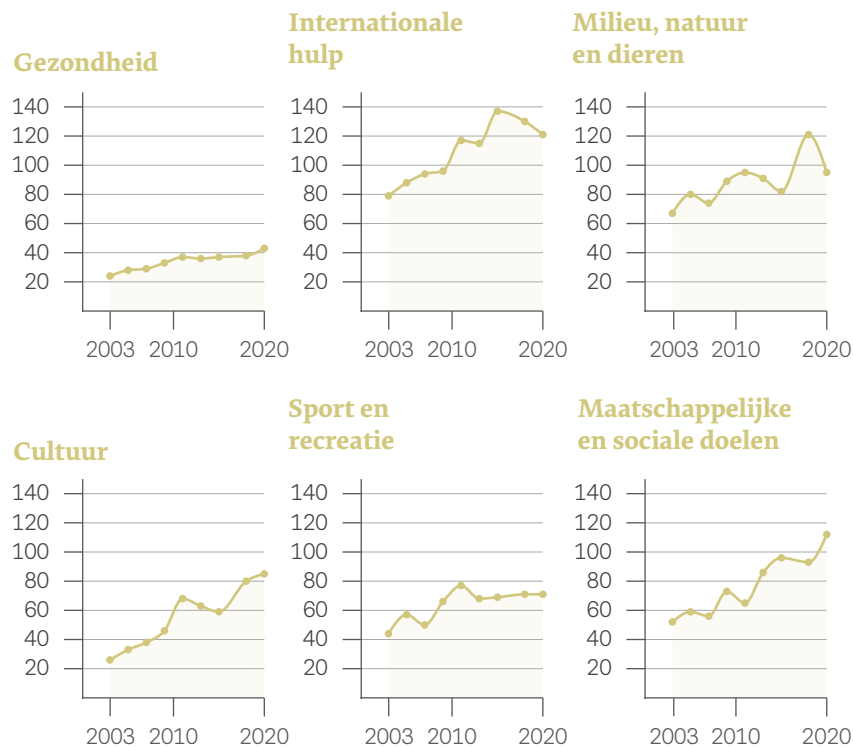
⁴ Geraadpleegd van: <https://kickstartcultuurfonds.nl/> en <https://publicaties.bankgiroloterij.nl/bankgiroloterij-jaarverslag-2020/page/8-9>

⁵ Geraadpleegd van: <https://publicaties.postcodeloterij.nl/nationale-postcode-loterij-jaarverslag-2020/page/8-9>



Figuur 5.4: Afdrachten in toenemende mate naar Maatschappij en Cultuur

Afdrachten kansspelvergunninghouders per sector tussen 2003-2020 (in € miljoenen)



Exclusief Stichting Doen: voor een goede vergelijking met voorgaande jaren is deze trendvergelijking zonder Stichting Doen. Voorgaande jaren werden de bijdragen vanuit de kansspelen via Stichting Doen aan goede doelen namelijk niet bij de sectoren van Geven in Nederland opgeteld.

Als we kijken naar de langetermijntrend dan zien we een stijging in de bijdragen aan maatschappelijke en sociale doelen en cultuur tussen 2003 en 2020. We zien een daling in de bijdragen aan doelen op het terrein van internationale hulp (tussen 2015-2020) en milieu, natuur en dieren (tussen 2018 en 2020). De fluctuatie binnen de sectoren internationale hulp, maatschappelijke en sociale doelen en milieu, natuur en dieren, heeft met name te maken met de fluctuatie in de zogenaamde vrije ruimte (voor nieuwe schenkingen en extra schenkingen) van de Nationale Postcode Loterij. Deze vrije ruimte is overwegend vraaggestuurd. De meerjarige bijdragen aan partners van de Nationale Postcode Loterij zijn zoals eerder uiteengezet conform toezegging constant gebleven.

5.6 Top 10 Begunstigden Kansspelen

Het geld uit de kansspelen vindt zijn weg naar talloze goede doelen. Voor de beneficianten zijn de inkomsten uit de kansspelen een belangrijke bron van inkomsten; het betreft veelal structureel en vrij besteedbaar geld (zie kader: De maatschappelijke betekenis van goededoelenloterijen). Voor 194 goede doelen die loterij-inkomsten hadden over 2020 en opgenomen zijn in de CBF-database (februari 2022), was het aandeel baten uit loterijen op hun totale baten circa 12% (CBF-database, februari 2022)⁶. In de top 10 van begunstigden staan o.a.: NOC*NSF, Stichting DOEN, het WWF-NL, het Prins Bernhard Cultuurfonds en het Oranje Fonds (zie tabel 5.3). Sommige goede doelen uit de top 10 zijn voor meer dan 75% afhankelijk van loterij-inkomsten, zoals: Stichting DOEN, het Oranje Fonds, het vfonds en het Kansfonds.

Tabel 5.3: Top 10 begunstigden van kansspelvergunninghouders

Baten uit kansspelen (in € miljoenen) en baten als percentage van de totale baten van beneficianten in 2020

	Top 10	Baten uit kansspelen	% van totale baten
1	NOC*NSF	44,9	37
2	DOEN	32,0	100
3	WWF-NL	30,4	40
4	Prins Bernhard Cultuurfonds	22,1	38
5	Oranje Fonds	20,6	86
6	Natuurmonumenten	15,9	15
7	Vfonds	15,5	99
8	Oxfam Novib	13,5	7
	UNICEF Nederland	13,5	21
	Artsen zonder Grenzen	13,5	4
9	Rode Kruis	11,9	8
10	Kansfonds	10,4	77

Bron: ontleend aan CBF-database (februari 2022)

⁶ Deze cijfers zijn gebaseerd op goede doelen die hun jaarverslag hebben ingeleverd bij het CBF.

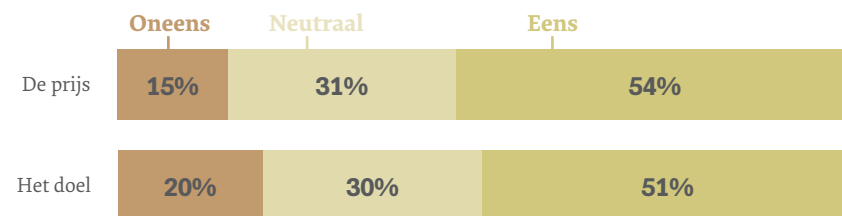


5.7 Meespelen voor het goede doel of de prijs?

Meespelen in een goededoelenloterij kan voor mensen een aantrekkelijke manier zijn om aan goede doelen te geven. Het steunen van goede doelen en tegelijkertijd kans maken op een prijs lijkt een succesvolle combinatie. De vraag die vaak gesteld wordt is: welk motief voert de boventoon? We hebben mensen die meespelen met de Nationale Postcode Loterij, de VriendenLoterij en de BankGiro Loterij twee stellingen voorgelegd: 'Meespelen is voor mij vooral een manier om goede doelen te steunen' en 'meespelen is voor mij vooral een manier om een prijs te winnen'. Figuur 5.5 laat zien dat mensen op beide stellingen ongeveer hetzelfde scoren. Het merendeel lijkt zowel voor de prijs als het goede doel mee te spelen.

Figuur 5.5: Meespelen voor zowel het goede doel als de prijs

Mening ten aanzien van meespelen voor het goede doel en de prijs in (%)

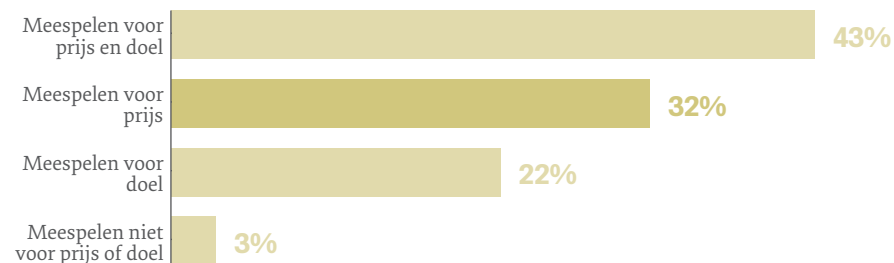


In verband met afrondingen tellen de percentages niet op tot 100%

Vervolgens bekijken we in hoeverre de redenen om mee te spelen elkaar uitsluiten. Daarbij hebben we de mensen die neutraal scoorden op een van beide stellingen buiten beschouwing gelaten. We onderzochten hoeveel mensen alleen voor de prijs meespelen (en niet voor het goede doel), alleen voor het steunen van goede doelen (en niet voor de prijs) en hoeveel mensen zowel voor de prijs als het goede doel meespelen. 43% van de deelnemers geeft aan zowel voor de prijs als het goede doel mee te spelen. 32% van de deelnemers speelt alleen mee voor de prijs en 22% van de deelnemers speelt mee om goede doelen te steunen, waarbij de kans op het winnen van een prijs voor hen geen rol speelt.

Figuur 5.6: Er spelen meer mensen mee voor de prijs dan voor het goede doel

Het percentage dat voornamelijk meespeelt voor het goede doel, de prijs, beide of geen van deze twee.



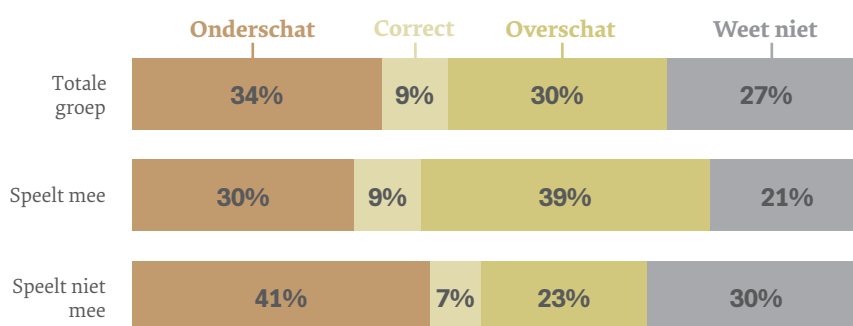
SEO Economisch Onderzoek (2019, p. 5) heeft uitgebreid onderzoek gedaan naar de voorkeuren en keuzes van consumenten in de loterijmarkt. De resultaten uit een consumentenquête en vignettenanalyse laten zien dat “het keuzegedrag in sterke mate beïnvloed wordt door de merknamen (en spelconcepten) van loterijen. Ook de winkansen en de hoogte van de te winnen prijzen zijn belangrijk voor de keuzes van consumenten. In de regel vinden consumenten het belangrijker dat ze winnen dan de hoogte van de prijs. De resultaten bevestigen verder dat afdrachten van loterijen aan goede doelen significant bijdragen aan de waarde die consumenten toekennen aan deelname”. Dat een groot deel van de consumenten de afdrachten aan goede doelen positief waardeert, blijkt eveneens uit de resultaten van Geven in Nederland. Meespelen is voor 51% van de deelnemers een manier op goede doelen te steunen (zie figuur 5.5).

5.8 Kennis over afdrachtspercentage

We hebben onderzocht of Nederlanders *weten* wat het juiste afdrachtspercentage aan goede doelen is van de drie grote goededoelenloterijen (Nationale Postcode Loterij, VriendenLoterij, de BankGiro Loterij). Slechts 9% gaf het juiste antwoord (zie figuur 5.7). Dit percentage verschilt nauwelijks tussen mensen die wel of niet meespelen met de loterijen. 34% noemde een te laag percentage en 30% een te hoog percentage. Ook een groot deel van de Nederlanders (27%) heeft aangegeven het afdrachtspercentage niet te weten. Mensen die niet meespelen schatten het afdrachtspercentage vaker lager in dan mensen die wel meespelen of geven vaker aan het niet te weten. En andersom: mensen die meespelen schatten het afdrachtspercentage vaker hoger in dan mensen die niet meespelen.

Figuur 5.7: Kennis over afdrachtspercentage aan goede doelen gebrekkig

Onder de totale groep, onder mensen die meespelen en onder mensen die niet meespelen in 2021 (in %)



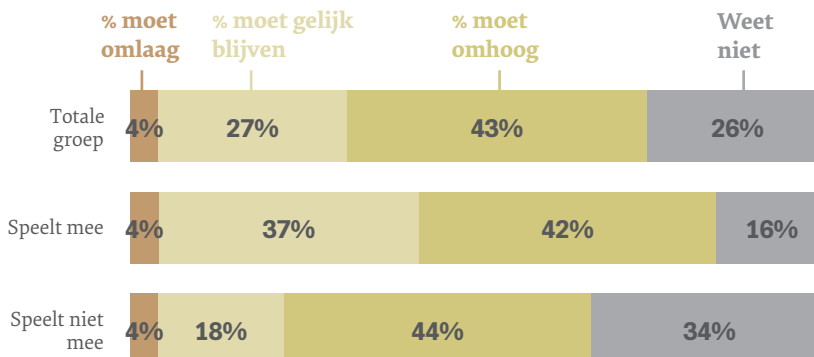


5.9 Afdrachtspercentage aan goede doelen - wat vindt Nederland?

Vervolgens is ook naar de attitude van Nederlanders gevraagd. Wat vinden zij van het wettelijke afdrachtspercentage van 40%? Zou het hoger of lager dan 40% moeten zijn of zou het gelijk moeten blijven? Om respondenten inzicht te geven in de gevolgen van hun keuze, werden zij geïnformeerd over wat er met de andere 60% gebeurt (prijzengeld en organisatiekosten). 43% van de respondenten is van mening dat deze loterijen meer dan 40% van hun omzet moeten afdragen aan het goede doel. 27% vindt dat dit percentage gelijk moet blijven. Slechts 4% van de Nederlanders vindt dat het afdrachtspercentage van deze loterijen aan goede doelen omlaag zou moeten. Als we kijken naar de verschillen tussen mensen die wel en niet meespelen met deze loterijen, dan valt op dat mensen die meespelen met een van deze loterijen vaker vinden dat het afdrachtspercentage gelijk moet blijven dan mensen die niet meespelen. Daarnaast zien we dat respondenten die niet meespelen zich hier veel vaker geen mening over kunnen vormen dan mensen die wel meespelen. We kunnen ons afvragen of mensen zich een weloverwogen mening hebben kunnen vormen, omdat de attitude voor het merendeel van de mensen gebaseerd is op onjuiste kennis over het wettelijke afdrachtspercentage. We zagen in figuur 5.7 dat maar 9% van de Nederlanders het correcte afdrachtspercentage van 40% wist te noemen.

Figuur 5.8: Meeste Nederlanders willen het afdrachtpercentage omhoog

Attitude over afdrachtspercentage aan goede doelen in %



De maatschappelijke betekenis van goededoelenloterijen

Arjen de Wit en Pamala Wiepking

Verschillende loterijen in Nederland geven een substantieel deel van hun omzet aan maatschappelijke organisaties in Nederland en daarbuiten. Loterijen geven deze bijdragen overwegend vrij besteedbaar, dus zonder voorwaarden waar het geld aan besteed moet worden. De door de Nationale Postcode Loterij gefinancierde leerstoel ‘De maatschappelijke betekenis van goededoelenloterijen’ aan de Vrije Universiteit doet onderzoek naar deze vorm van financiering: Wat zijn de gevolgen van deze vrij besteedbare inkomsten voor het werk van goededoelenorganisaties? Wat zijn voor- en nadelen van deze manier van financieren?

Deze vragen onderzoeken leerstoelhouder Prof. Pamala Wiepking en dr. Arjen de Wit samen met afwisselende masterstudenten van de Vrije Universiteit. Hieronder bespreken ze de stand van zaken van dit onderzoek in vier stellingen.

1. **Met vrij besteedbaar geld kunnen ontvangende organisaties langer vooruitplannen, innoveren en vrije keuzes maken.** In de eerste fase van het onderzoek hebben we twintig vertegenwoordigers van beneficianten van de Postcode Loterij en de Vrienden-Loterij gesproken over de rol van vrij besteedbare financiering binnen hun organisatie. Uit de interviews komt naar voren dat deze inkomsten: (1) Bijdragen aan financiële en bestuurlijke stabiliteit van de organisatie; (2) Ervoor zorgen dat organisaties snel kunnen reageren als de context verandert; (3) Ervoor zorgen dat organisaties onafhankelijk kunnen opereren en kritisch kunnen zijn tegenover overheden en bedrijven; (4) Een belangrijke rol kunnen spelen bij innovaties, bijvoorbeeld als durfkapitaal bij het ontwikkelen of opschalen van experimentele projecten; (5) Gebruikt kunnen worden voor projecten die anders moeilijk te financieren zijn, bijvoorbeeld omdat het niet past in het interessegebied van andere donors.
2. **Vrij besteedbaar geld kan bijdragen aan verdere fondsenwerving.** Uit longitudinaal onderzoek met data verzameld door het CBF blijkt dat organisaties die vrij besteedbaar geld ontvangen meer uitgeven aan fondsenwerving. Dat wordt gebruikt voor het werven van andere inkomsten bij particuliere donateurs of overheden. Dit wordt geïllustreerd in onze interviews met de beneficianten van de Postcode Loterij en de VriendenLoterij. Sommige respondenten geven aan dat hun organisatie de begroting van projectsubsidies, waar vaak maar beperkte overhead gerekend mag worden, vaak aanvult met financiering van een

van deze twee goededoelenloterijen: “Geoormerkt geld vraagt ongeoormerkt geld.”

3. **Er is altijd een machtsrelatie tussen gever en ontvanger.** Ook als er geen formele voorwaarden aan een gift worden gesteld kan er sprake zijn van ‘verborgen macht’, waarbij de ontvanger handelt in overeenstemming met de veronderstelde voorkeuren van de gever. Enerzijds is de relatie tussen gever en ontvanger nooit volledig gelijkwaardig, aan de andere kant hebben ook ontvangers iets te bieden: het werk dat beneficianten doen heeft grote symbolische waarde, die loterijen kunnen gebruiken in hun marketing. Door deze wederzijdse afhankelijkheid, open communicatie en langdurige relaties is er sprake van een ‘integratieve samenwerking’ (Hunnik et al., 2021).
4. **Niet alle financiering zou vrij besteedbaar moeten zijn.** Recent onderzoek, zowel van onszelf als van andere wetenschappers (Hung, 2021; Hung & Berrett, 2021), laat een aantal voordelen zien van vrij besteedbare financiering voor de ontvangers. Het is echter lastig om eenduidige effecten aan te wijzen die voor alle donor-ontvangerrelaties opgaan. Succesfactoren zullen verschillen voor verschillende organisaties, financiers, sectoren en projecten. De komende jaren zal ons onderzoek de rol van vrij besteedbare financiering bekijken in verschillende contexten. Potentiële nadelen van vrij besteedbare financiering kunnen zijn dat organisaties minder kritisch zijn op hun eigen werk, en mogelijk te afhankelijk van de inkomsten van een enkele grote geldschieter. Daarnaast kunnen financiers goede redenen hebben om voorwaarden te stellen aan hun giften, bijvoorbeeld als ze alleen willen financieren wat binnen hun missie valt. Een voorlopige conclusie is dat vrij besteedbare financiering duidelijke voordelen kan hebben voor ontvangende organisaties, maar dat niet alle financiering vrij besteedbaar zou moeten zijn. Een gezonde filantropische sector is niet alleen gebaat bij diversiteit van organisaties en activiteiten, maar ook bij diversiteit in financieringsmodellen.

Om het onderzoek vorm te geven en de discussie over vrij besteedbare financiering te stimuleren hebben we een nieuwe tak van het Centrum voor Filantropische Studies opgericht: **het Center for Grantmaking Research**. Dit is een netwerk van mensen uit wetenschap en praktijk die geïnteresseerd zijn in de effecten van vrij besteedbare financiering, of gerelateerde manieren van filantropische financiering. Zie www.grantmakingresearch.nl.



Referenties

- BankGiro Loterij (2012). *Jaarverslag 2011*. Amsterdam: BankGiro Loterij
- BankGiro Loterij (2014). *Jaarverslag 2013*. Amsterdam: BankGiro Loterij
- BankGiro Loterij (2016). *Jaarverslag 2015*. Amsterdam: BankGiro Loterij
- BankGiro Loterij (2019). *Jaarverslag 2018*. Amsterdam: BankGiro Loterij
- BankGiro Loterij (2021). *Jaarverslag 2020*. Amsterdam: BankGiro Loterij
- College van Toezicht op de Kansspelen. *Jaarverslag 2003*. Den Haag: College van Toezicht op de Kansspelen
- College van Toezicht op de Kansspelen. *Jaarverslag 2005*. Den Haag: College van Toezicht op de Kansspelen
- College van Toezicht op de Kansspelen. *Jaarverslag 2007*. Den Haag: College van Toezicht op de Kansspelen
- College van Toezicht op de Kansspelen. *Jaarverslag 2009*. Den Haag: College van Toezicht op de Kansspelen
- De Heer, W. (2003). *Van sporttoto tot de Lotto. De ontwikkeling van de Stichting de Nationale Sporttotalisator van 1960 tot 2003*. Haarlem: De Vrieseborch
- Huisman A. & Koppenol, J. (1991). *Daer compt de lotery met trommels en trompetten! Loterijen in de Nederlanden tot 1726*. Hilversum: Verloren
- Hunnik, O., de Wit, A., & Wiepking, P. (2021). (In)equality Through Unrestricted Grantmaking: Examining Trust and Power in the Collaboration Between the Dutch Charity Lotteries and Their Grantees. *The Foundation Review*, 13(2), 38–51
- Hung, C. (2021). Restricted revenues and nonprofit service delivery: The roles of financial discretion. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 32(1), 136–150
- Hung, C., & Berrett, J. (2021). Service Delivery Under Pressure: The Effect of Donor-Imposed Financial Restrictions. *Public Performance & Management Review*, 44(3), 580–601
- Kansspelautoriteit (2019). *Jaarverslag 2018. Extra aandacht voor jongeren*. Den Haag: Kansspelautoriteit. Zie ook: <https://kansspelautoriteit.nl/soorten-kansspelen/loterijen/meerjarige-loterijen/>
- Kansspelautoriteit (2022). *Markscan landgebonden kansspelen 2022*. Den Haag: Kansspelautoriteit
- Kingma, S. (2002). *Het gokcomplex. Verzelfstandiging van vermaak*. Amsterdam: Rozenberg.
- Lotto (2012). *Jaarverslag 2011*. Rijswijk: Lotto
- Lotto (2014). *Jaarverslag 2013*. Rijswijk: Lotto
- Lotto (2016). *Jaarverslag 2015*. Rijswijk: Lotto
- Nationale Goede Doelen Loterijen (2021). *Fondsenwerving voor een sterke civil society. Jaarverslag 2020*. Amsterdam: Nationale Goede Doelen Loterij
- Nederlandse Loterij (2019). *Jaarverslag 2018*. Rijswijk: Nederlandse Loterij
- Nederlandse Loterij (2021). *Jaarverslag 2020*. Rijswijk: Nederlandse Loterij
- Nationale Postcode Loterij (2012). *Jaarverslag 2011*. Amsterdam: Nationale Postcode Loterij
- Nationale Postcode Loterij (2014). *Jaarverslag 2013*. Amsterdam: Nationale Postcode Loterij
- Nationale Postcode Loterij (2016). *Jaarverslag 2015*. Amsterdam: Nationale Postcode Loterij
- Nationale Postcode Loterij (2019). *Jaarverslag 2018*. Amsterdam: Nationale Postcode Loterij
- Nationale Postcode Loterij (2021). *Jaarverslag 2020*. Amsterdam: Nationale Postcode Loterij
- Schmitz, B. (2002). *Een vangnet van 250 miljoen. Kroniek van vijftig jaren Stichting Katholieke Noden*. Nijmegen: Valkhof Pers
- SEO Economisch Onderzoek (2019). *Voorkeuren en keuzege drag van de Nederlandse loterijconsument*. Amsterdam: SEO Economisch Onderzoek
- Veer, A. van 't (1998). *Spelregels*. Gouda: Quint
- VriendenLoterij (2012). *Jaarverslag 2011*. Amsterdam: VriendenLoterij
- VriendenLoterij (2014). *Jaarverslag 2013*. Amsterdam: VriendenLoterij
- VriendenLoterij (2016). *Jaarverslag 2015*. Amsterdam: VriendenLoterij
- VriendenLoterij (2019). *Jaarverslag 2018*. Amsterdam: VriendenLoterij
- VriendenLoterij (2021). *Jaarverslag 2020*. Amsterdam: VriendenLoterij



6. | GEVEN VAN
TIJD



SAMENVATTING

Vrijwillige inzet is de hoeksteen van de Nederlandse civil society en houdt de samenleving gezond en veerkrachtig. We onderscheiden meerdere vormen van vrijwillige inzet. De profielen van respondenten die aan elk van deze vormen van vrijwillige inzet doen, vertonen opmerkelijke verschillen. Daarnaast zien we dat de coronapandemie impact heeft gehad op de vrijwillige inzet. Vrijwilligerswerk is deels online doorgegaan tijdens de coronapandemie. Informele hulp en actief burgerschap zijn niet online opgevangen en zijn afgenomen.

44%

 van de Nederlandse bevolking doet vrijwilligerswerk voor maatschappelijke organisaties

Vrijwillige inzet kent meerdere vormen

Percentage actieve Nederlanders in 2020-2021 per vorm van vrijwillige inzet

Vrijwilligerswerk voor maatschappelijke organisaties*



Bijna de helft van de vrijwilligers is actief voor meerdere organisaties.

Informele hulp aan anderen**



Actief burgerschap***



Online burgerschap****



Impact van de coronapandemie blijkt tweeledig

1. Vrijwilligerswerk is deels online doorgegaan tijdens de coronapandemie, maar het totaal aan vrijwilligerswerk is alsnog afgenomen.



2. Tegelijkertijd is er ook nieuwe vrijwillige inzet ontstaan:

Percepties van verandering in inzet 2020-2021 t.o.v. 2018-2019 (percentage vrijwilligers)

	Vrijwilligerswerk	Informele hulp
Nieuwe inzet	37%	25%
Minder inzet	21%	14%
Gelijke inzet	33%	46%
Meer inzet	9%	15%

* Formeel vrijwilligerswerk vindt plaats binnen organisatieverband of voor een organisatie (met juridische entiteit) zoals stichtingen, verenigingen, maatschappelijke organisaties of overheidsinstellingen.

** Informeel vrijwilligerswerk vindt plaats buiten organisatieverband en omvat vrijwillige inzet zonder (of met minieme) bemoeienis van een organisatie.

De vrijwilliger achter elk van de vormen van vrijwillige inzet is anders

Samenvatting van de feiten en cijfers m.b.t. vrijwilligers voor elk van de vormen van vrijwillige inzet in 2020–2021

Vrijwilligerswerk voor maatschappelijke organisaties



De helft van de vrijwilligers besteedt meer dan **7 uur per maand** aan vrijwilligerswerk.



Drie op de tien vrijwilligers heeft een bestuurlijke rol.

Religieuze organisaties, sportverenigingen en wijk- en buurtorganisaties zijn de sectoren waar de meeste vrijwilligers actief zijn.

De vrijwilliger voor maatschappelijke organisaties ...

...is vaker een **vrouw**

...heeft een leeftijd van boven de **35 jaar**

...is veelal **hoog opgeleid** en heeft een relatief **hoger inkomen**

...is vaker **getrouwd**, heeft **kinderen**, en heeft een **eigen huis**

...bezoekt relatief vaak een **kerk, moskee** of **tempel**

Informele hulp aan anderen

Informele hulpverleners verlenen het vaakst **emotionele steun** of **huishoudelijke hulp**.

De meeste informele hulp wordt verleend aan **vrienden, buren en kennissen**.

Nederlanders die een **betaalde baan** hebben, **vrijwilligerswerk** doen **én informele hulp** bieden, voelen zich het **meest gelukkig**.

Actief burgerschap

Bijna **drie op de tien** Nederlanders is wel eens actief in de buurt, bijvoorbeeld door een vergadering of inspraakavond te bezoeken, samen onderhoud te verrichten aan openbare ruimtes of een sociale buurtactiviteit te organiseren.

Actieve burgers zijn relatief vaak mensen met een **betaalde baan**.

Jongeren doen vaker aan **online burgerschap**, zoals het schrijven van een recensie of het geven van advies op een forum.

*** Actief burgerschap refereert naar maatschappelijke inzet voor de eigen wijk of leefomgeving (zonder of met minieme bemoeienis van een organisatie).

**** Online burgerschap zijn online activiteiten waarin kennis wordt gedeeld of hulp wordt geboden, veelal op een online platform zonder (of met minieme) bemoeienis van een organisatie.



6. GEVEN VAN TIJD

AUTEURS

Stephanie Koolen-
Maas

Arjen de Wit

Filantropie gaat niet alleen om bijdragen in de vorm van geld en goederen. Nederlanders geven ook tijd en zetten zich in als vrijwilliger op vele maatschappelijke terreinen. Vrijwilligerswerk is een belangrijke vorm van geven voor maatschappelijke organisaties. In dit hoofdstuk schetsen we een beeld van vrijwillige inzet in Nederland: hoeveel Nederlanders doen vrijwilligerswerk? Hoeveel uur geven zij en op welke maatschappelijke terreinen zijn zij actief? Wie zijn deze vrijwilligers? Ook is er in dit hoofdstuk aandacht voor het online geven van tijd en vrijwilligerswerk tijdens de coronapandemie. Hoe heeft de coronapandemie het vrijwilligerswerk beïnvloed?

Om een beeld te schetsen van vrijwilligerswerk in Nederland gebruiken we data van onze vaste steekproef van Nederlandse huishoudens zonder migratieachtergrond en de steekproef onder Nederlanders met migratieachtergrond.

De vragen over vrijwilligerswerk beslaan de twaalf maanden voorafgaand aan het Geven in Nederland-onderzoek. Het veldwerk vond plaats midden 2021. In dit hoofdstuk refereren we daarom naar 2020–2021 als jaartal.

6.1 Hoeveel Nederlanders doen vrijwilligerswerk?

Ruim vier op de tien Nederlanders is actief als vrijwilliger

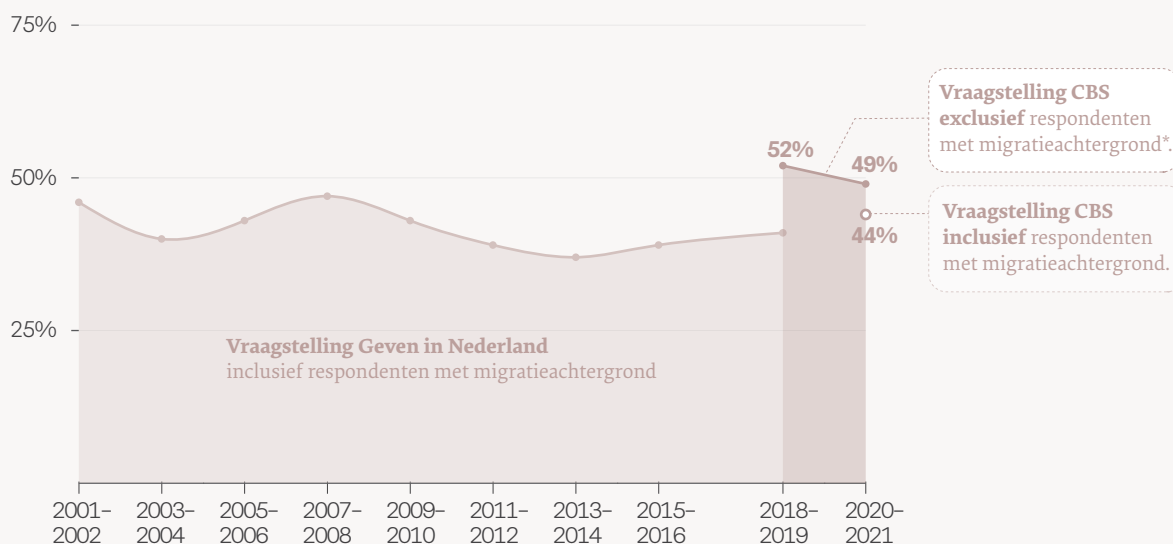
In 2020–2021 is naar schatting 44% van de Nederlandse bevolking actief als vrijwilliger. In dit onderzoek wordt iemand gezien als vrijwilliger wanneer de respondent aangeeft minimaal één van de genoemde vrijwilligersactiviteiten te hebben verricht in de afgelopen 12 maanden voorafgaand aan het onderzoek.¹ De schatting komt tot stand door een gewogen gemiddelde van steekproeven van Nederlanders met een migratieachtergrond, waar 33% vrijwilligerswerk doet, en Nederlanders zonder migratieachtergrond, waar het percentage vrijwilligers op 49% ligt.

De totaalschatting komt overeen met cijfers van het CBS, waar 44% van de Nederlandse bevolking van 15 jaar of ouder minstens één keer per jaar vrijwilligerswerk doet (Arends, 2021). Het aandeel van 44% in het CBS-onderzoek is significant lager dan in eerdere jaren. Eerder jaren schommelde het percentage vrijwilligers rond de 49% (Arends, 2021). Het participatieaandeel van 44% ligt een stuk hoger vergeleken met cijfers van het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP), waarin het percentage Nederlanders dat vrijwilligerswerk verricht al 12 jaar tussen de 25% en 30% schommelt (den Ridder, 2020).

¹ De genoemde vrijwilligersactiviteiten hebben betrekking op activiteiten uitgevoerd voor jeugd- en buurthuiswerk en scouting, school, verzorging en verpleging, sportverenigingen, culturele verenigingen, hobby- en gezelligheidsverenigingen, kerk, moskee of levensbeschouwing, vakbond of bedrijfsorganisatie, politieke partij of actiegroep, op het gebied van sociale hulpverlening, rechtshulp of slachtofferhulp, op het gebied van wonen, ten behoeve van wijk of buurt en organisaties op een ander gebied.

Figuur 6.1: Vrijwilligerswerk onder Nederlanders zonder migratieachtergrond gedaald; 44% van de volwassen Nederlandse bevolking (inclusief Nederlanders met een migratieachtergrond) doet vrijwilligerswerk

Aandeel vrijwilligers in Nederland, 2001 – 2021 (in %)



* Sinds 2018 is de formulering van de vraag aangepast; de nieuwe vraagstelling is een kopie van de vraagstelling van het CBS.

Aangepaste vraagstelling voor schattingen participatie in vrijwilligerswerk

Figuur 6.1 toont het percentage vrijwilligers sinds 2001–2002. In 2020–2021 is 49% van de volwassen bevolking zonder migratieachtergrond actief als vrijwilliger. Dit was 52% in 2018–2019. De kleine afname kan te maken hebben met de coronapandemie, waarin het uitvoeren van vrijwilligerswerk lastiger was vanwege de tijdelijke sluiting van veel maatschappelijke organisaties (o.a. verzorging en verpleging, culturele verenigingen en sportverenigingen). Binnen veel sectoren en vrijwilligersorganisaties konden, mochten of wilden vrijwilligers tijdelijk of voor langere tijd geen vrijwilligerswerk uitvoeren (de Gast, Hetem & van den Bos, 2021).

Het percentage vrijwilligers in 2020–2021 is niet direct te vergelijken met de percentages uit eerdere edities van Geven in Nederland, omdat de vraagstelling in het onderzoek is aangepast. Sinds 2018–2019 is er een andere formulering van de enquêtevraag over vrijwilligerswerk gebruikt. Dit is een kopie van de vraagstelling die gebruikt wordt in enquêtes van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) en blijkt te leiden tot een hogere schatting van het percentage vrijwilligers (zie de methodologische verantwoording voor mogelijke verklaringen van dit verschil).

In 2018–2019 is de vraagstelling van het CBS enkel voorgelegd aan een deel van de steekproef onder Nederlanders zonder migratieachtergrond. Het percentage vrijwilligers ligt in 2018–2019 hoger bij de vraagstelling van het CBS vergeleken met de vraagstelling uit het Geven in Nederland-onderzoek (41% versus 52%). In 2020–2021 is de vraagstelling van het CBS gebruikt in alle steekproeven. De steekproef onder Nederlanders met een migratieachtergrond kan nu ook meewogen worden in de schatting van het percentage vrijwilligers, dat hiermee op 44% komt.



Begrippenkader

Voor een goed begrip van de in dit hoofdstuk opgenomen cijfers maken we gebruik van een aantal belangrijke begrippen en definities.

Net als in voorgaande edities wordt formeel vrijwilligerswerk gedefinieerd volgens de definitie van van Daal (1990). Formeel vrijwilligerswerk is vrijwilligerswerk dat plaatsvindt binnen organisatieverband of voor een organisatie (met juridische entiteit). Het zijn de onbetaalde werkzaamheden die vrijwilligers verrichten voor stichtingen, verenigingen, maatschappelijke organisaties of overheidsinstellingen.

Naast formeel vrijwilligerswerk voor maatschappelijke organisaties kunnen Nederlanders zich ook informeel organiseren. Informeel vrijwilligerswerk vindt plaats buiten organisatieverband en omvat vrijwillige inzet zonder (of met minieme) bemoeienis van een stichting, vereniging, maatschappelijke organisatie of overheidsinstelling. Voorbeelden van informeel vrijwilligerswerk zijn het aanbieden van informele hulp (mantelzorg) of onbetaalde diensten aan anderen zoals familieleden, vrienden, buren of onbekenden. Onder informeel vrijwilligerswerk valt naast informele hulp ook burgerschap. Actief burgerschap refereert naar maatschappelijke inzet voor de eigen wijk of leefomgeving (zonder of met minieme bemoeienis van een maatschappelijke organisatie,

stichting, vereniging of overheidsinstelling). Voorbeelden zijn bijvoorbeeld het organiseren van een buurtborrel of het onderhouden van een tuin.

Vrijwillige inzet vindt niet alleen ter plekke plaats. Mensen kunnen zich ook online voor een ander inzetten. Online vrijwilligerswerk maakt vrijwilligerswerk extra flexibel, omdat het bijvoorbeeld reistijd scheelt of verricht kan worden op elk moment, vanuit huis of vanaf een andere locatie. Maatschappelijke organisaties betrekken en werven steeds vaker vrijwilligers via pc of telefoon (Amichai-Hamburger, 2008; Silva, Proença & Ferreira, 2018). Voorbeelden van online formeel vrijwilligerswerk (binnen organisatieverband) zijn het schrijven van een jaarverslag of subsidievoorstel, het onderhouden of creëren van een website of een online training geven. Voorbeelden van online informeel vrijwilligerswerk (via een platform, maar zonder betrokkenheid van een formele organisatie) zijn het geven van advies op online fora of sociale media, het schrijven van een review over een product of dienst, informatieve video's, foto's of podcasts maken of het bijdragen aan een Wiki informatiepagina.

Tabel 6.1 geeft een aantal voorbeelden van verschillende vormen van vrijwillige inzet; ter plekke en online, formeel en informeel.

Tabel 6.1: Voorbeelden van verschillende vormen van vrijwillige inzet

	Formeel vrijwilligerswerk	Informeel vrijwilligerswerk	
		Burgerschap	Informele hulp (mantelzorg)
Ter plekke	Bardienst in de kantine Koffie schenken in verzorgingshuis Meehelpen met campagne	Buurtborrel organiseren Gemeenschappelijke tuin onderhouden	Helpen in het huishouden Persoonlijke verzorging
Online	Jaarverslag schrijven Website onderhouden Online training geven	Advies delen op forum Recensie schrijven Informatieve video maken	Begeleiding bij administratie Hulp bij huiswerk via beeldbellen

Geen duidelijke langetermijntrend, afname in 2020-2021

Op de lange termijn is er geen duidelijke toe- of afname in het deel van de Nederlandse bevolking zonder migratieachtergrond dat vrijwilligerswerk doet. Figuur 6.1 toont het percentage vrijwilligers in de data die vanaf 2001-2002 worden verzameld. Ondanks fluctuaties tussen de 37% en 48% is er geen eenduidige trend te onderscheiden. Het zou kunnen dat er op de korte termijn sprake was van een toename tussen 2013-2014 en 2018-2019, maar door de overstap naar de vraagstelling van het CBS, die resulteert in een hogere schatting, kan er niet met zekerheid vastgesteld worden of deze in 2020-2021 heeft doorgezet. Het is waarschijnlijker dat de participatiegraad is gedaald: als er enkel gekeken wordt naar de vraagstelling van het CBS onder Nederlanders zonder migratieachtergrond in 2018-2019 en 2020-2021, dan is er een afname in het aantal vrijwilligers in 2020-2021. Toekomstige metingen met de vraagstelling van het CBS in het Geven in Nederland-onderzoek moeten uitwijzen hoe de participatie in vrijwilligerswerk zich verder ontwikkelt.

6.2 Hoe zetten vrijwilligers zich in?

De helft van de vrijwilligers besteedt meer dan zeven uur per maand aan vrijwilligerswerk

Gemiddeld besteden vrijwilligers in Nederland 14 uur per maand aan vrijwilligerswerk. Dit gemiddelde wordt disproportioneel beïnvloed door een klein aantal vrijwilligers dat uitzonderlijk veel uren besteedt als vrijwilliger. Zo besteedt de actiefste 10% van de vrijwilligers meer dan 37 uur per maand aan vrijwilligerswerk. Ook in het onderzoek van het CBS komt naar voren dat vrijwilligers sterk verschillen in het aantal uur vrijwilligerswerk (Arends, 2021). De cijfers van het CBS wijzen op een gemiddelde besteding van iets meer dan vier uur per week aan vrijwilligerswerk, wat zo'n 16 uur per maand betekent. Een robuustere maat om te bekijken is de mediaan, die ligt binnen het Geven in Nederland-onderzoek over 2020-2021 op zeven uur. Dit betekent dat de helft van de vrijwilligers meer dan zeven uur per maand aan vrijwilligerswerk besteedt, de andere helft besteedt minder dan zeven uur per maand aan vrijwilligerswerk.

In eerdere metingen met de vraagstelling van Geven in Nederland was de mediaan vrij stabiel en lag deze rond de tien (2015-2016; 2018-2019). Om de mediaan in 2020-2021 goed te kunnen vergelijken, wordt er gekeken naar de mediaan in 2018-2019 onder respondenten met de vraagstelling van het CBS. Ook in de nieuwe methode is de mediaan stabiel: onder Nederlanders zonder migratieachtergrond lag de mediaan zowel in 2018-2019 als in 2020-2021 op acht. De vraagstelling van het CBS lijkt daarmee te resulteren in een lagere schatting van het aantal uren dat vrijwilligers actief zijn.

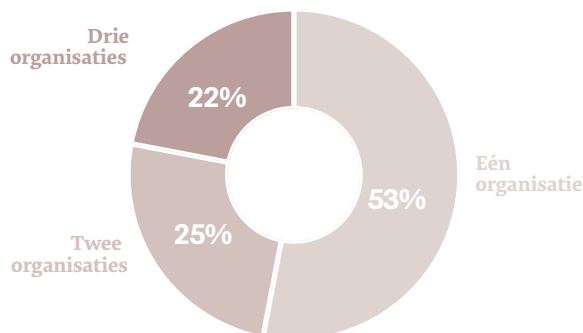
Bijna de helft van de vrijwilligers is actief voor meerdere organisaties

Van de vrijwilligers heeft 53% het afgelopen jaar vrijwilligerswerk gedaan voor één organisatie, 25% van de vrijwilligers was actief als vrijwilliger bij twee organisaties en 22% was vrijwilliger bij drie of meer organisaties (zie figuur 6.2). Bij elkaar doet dus bijna de helft (47%) van de vrijwilligers vrijwilligerswerk voor meer dan één organisatie. Vergeleken met eerdere metingen is het aandeel vrijwilligers dat actief is voor meerdere organisaties flink gestegen. In 2015-2016 en 2018-2019 ondersteunden drie op de tien vrijwilligers meerdere organisaties, waar dit in het afgelopen jaar bijna één op de twee vrijwilligers was.



Figuur 6.2: Bijna de helft van de vrijwilligers is actief voor meerdere organisaties

Aandeel vrijwilligers en het aantal organisaties waarvoor vrijwilligerswerk wordt verricht, 2020–2021 (in %)



Generalisatie inclusief respondenten met migratieachtergrond

Geen verandering zichtbaar in de frequentie waarin Nederlanders vrijwilligerswerk doen

Figuur 6.3 laat de frequentie zien waarmee Nederlanders vrijwilligerswerk doen. De frequentie waarmee Nederlanders vrijwilligerswerk doen is sinds 2007–2008 nauwelijks veranderd.

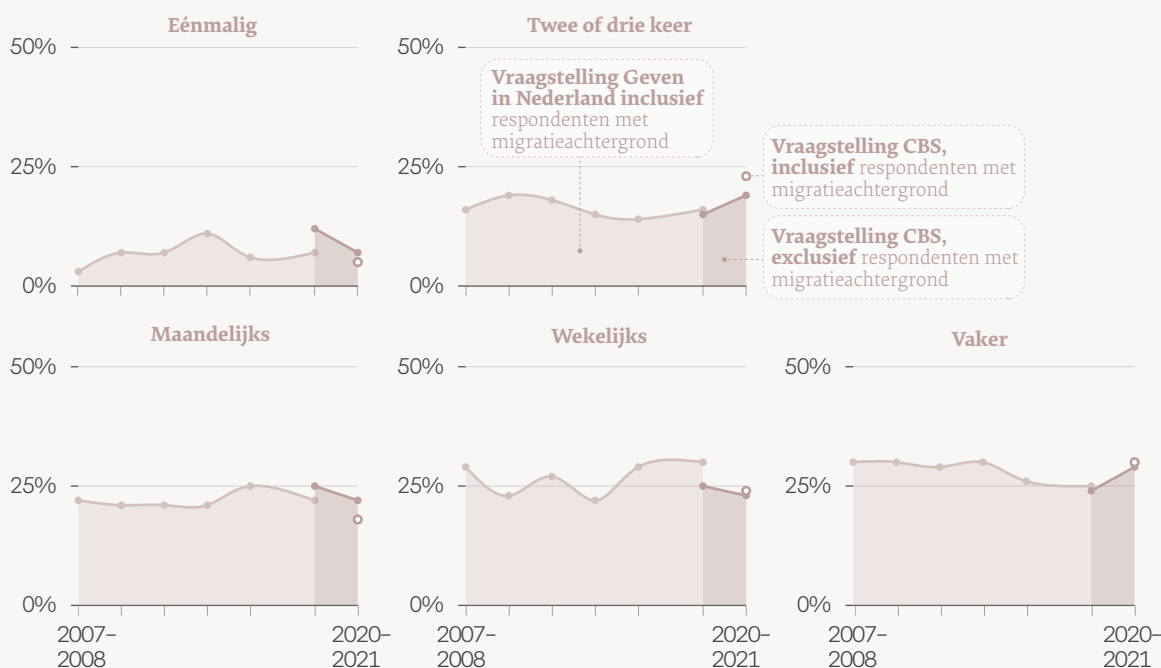
Ondanks fluctuaties tussen de 3% en 12% is er geen eenduidige trend te onderscheiden met betrekking tot eenmalig vrijwilligerswerk. Het percentage van de vrijwilligers dat twee of drie keer vrijwilligerswerk deed in de afgelopen 12 maanden is lichtelijk gestegen, van 19% in 2018–2019 naar 23% in 2021. ‘Episodisch’ of incidenteel vrijwilligerswerk is de verzamelterm voor allerlei vormen van vrijwilligerswerk waarbij vrijwilligers eenmalige of kortstondige mogelijkheden van vrijwilligerswerk aangaan (Cnaan & Handy, 2005). Als de percentages van vrijwilligers die zich eenmalig, twee of drie keer hebben ingezet samen worden bekeken dan lijkt dit percentage stabiel sinds 2009–2010 (rond de 27%). Er is daardoor geen toename zichtbaar in het aantal vrijwilligers dat zich incidenteel inzet. Dit lijkt niet overeen te komen met de elders gerapporteerde trend richting meer episodisch vrijwilligerswerk (Cnaan & Handy, 2005; Hyde et al., 2016; Maas et al., 2021). Hoe kan dit? Een mogelijke verklaring is dat respondenten die zich eenmalig, twee of drie keer per jaar inzetten als vrijwilliger deze inzet wellicht niet zien als vrijwilligerswerk en zich niet identificeren als vrijwilliger binnen het onderzoek.

In onderzoek van de Gast, Hetem en van den Bos, 2021 komt naar voren dat, zeker in het begin van de coronapandemie, een enorme groei zichtbaar was van vrijwillige energie. “In eerste instantie ging het hier om mensen die uit solidariteit met anderen vrijwillig actief wilden worden. Vaak ging het om spontane acties, kleine maar wezenlijke bijdragen en tijdelijke inzet” (p. 11). Deze spontane, tijdelijke inzet zien we vooralsnog niet terug in de resultaten. Het kan zijn dat deze incidentele vrijwilligers zich niet identificeren als vrijwilliger in een vragenlijst en dus buiten onze schattingen vallen.

De episodische vrijwilliger wordt vaak afgezet tegen de reguliere of traditionele vrijwilliger. Dit zijn de vrijwilligers die zich structureel en voor langere tijd inzetten voor een maatschappelijke organisatie. Meer dan de helft van de vrijwilligers is wekelijks of vaker actief als vrijwilliger (54%). Er is geen toe- of afname zichtbaar in dit aandeel sinds 2007–2008. Er is wel een lichte afname zichtbaar in het percentage dat maandelijks vrijwilligerswerk doet (van 22% in 2018–2019 naar 18% in 2020–2021).

Figuur 6.3 Merendeel van de vrijwilligers is maandelijks, wekelijks of vaker actief ^a

Frequentie van vrijwilligerswerk in de afgelopen 12 maanden, 2007–2021 (in %)



^a De gegevens in figuur 6.3 zijn niet vergelijkbaar met de gegevens gerapporteerd in eerdere edities van Geven in Nederland. In tegenstelling tot eerdere edities van Geven in Nederland wordt hier de frequentie waarin Nederlanders vrijwilligerswerk doen gerapporteerd voor enkel de respondenten die aangeven vrijwilligerswerk te doen.

6.3 Waar zetten vrijwilligers zich in?

Eén op de tien vrijwilligers zet zich in voor religieuze organisaties, sportverenigingen, wijk of buurt

Tabel 6.2 toont het percentage van de Nederlandse bevolking dat vrijwilligerswerk verricht in verschillende maatschappelijke organisaties. Vrijwilligers doen het vaakst vrijwilligerswerk voor religieuze organisaties zoals kerk, moskee of levensbeschouwelijke organisaties (12%). Dit wordt gevolgd door vrijwilligerswerk voor sportverenigingen (9%). Deze maatschappelijke organisaties bleken ook in eerdere edities van Geven in Nederland het populairst onder vrijwilligers. Vrijwillige inzet voor een politieke partij of actiegroep (3%) is het minst populair onder vrijwilligers. Deze resultaten verschillen van onderzoek door het CBS over vrijwilligerswerk in 2020 (Arends, 2021), waarin vrijwilligers zich vooral inzetten voor sportverenigingen, scholen, jeugdwerk en verzorging (tussen de 13% en 7%). Vrijwilligerswerk voor een levensbeschouwelijke organisatie komt minder vaak naar voren (6%) (Arends, 2021). De verschillen zouden kunnen liggen aan de verschillende steekproeven van beide onderzoeken. De vraagstelling van Geven in Nederland is identiek aan die van de enquête van het CBS.

Binnen de steekproef van Nederlanders zonder migratieachtergrond kunnen de recentste cijfers vergeleken worden met 2018–2019. Er is een lichte afname in het aandeel van de vrijwilligers dat actief is voor sportverenigingen, scholen, verzorging of verpleging. Daarentegen hebben meer vrijwilligers zich ingezet voor wijk of buurt of voor organisaties op een ander gebied. Een mogelijke verklaring is de coronapandemie, waarin het uitvoeren van vrijwilligerswerk in bepaalde maatschappelijke organisaties lastiger of zelfs onmogelijk was vanwege de tijdelijke sluitingen (o.a. scholen, verzorging en verpleging, sportverenigingen).



Vrijwillige inzet in andere maatschappelijke organisaties was wel mogelijk of eenvoudiger (o.a. voor wijk of buurt, organisaties op andere gebieden).

Tabel 6.2: Eén op de tien vrijwilligers zet zich in voor religieuze organisaties, sportverenigingen, wijk of buurt

Vrijwilligerswerk voor maatschappelijke organisaties in de afgelopen 12 maanden, 2018–2019 en 2020–2021 (in %)

	2018–2019	2020–2021	2020–2021 ^a
Voor kerk, moskee of levensbeschouwing	11	11	12
Sportvereniging	12	10	9
Voor wijk of buurt	8	10	9
School	10	7	8
In de verzorging of verpleging	10	9	7
Culturele verenigingen	6	6	5
Hobby- of gezelligheidsverenigingen	4	5	5
Sociale hulpverlening	3	4	5
Vakbond of bedrijfsorganisatie	4	4	5
Jeugd- en buurthuiswerk of scouting	4	3	4
Wonen, woonomstandigheden of huurdersbelangen	4	4	4
Politieke partij of actiegroep	2	2	3
Voor organisaties op een ander gebied	9	13	10
Tenminste één van bovengenoemde maatschappelijke organisaties	52	49	44

^a Generalisatie inclusief respondenten met een migratieachtergrond

Drie op de tien vrijwilligers heeft een bestuurlijke rol

Van de genoemde activiteiten is het uitvoeren van ‘bestuurlijke taken of coördinerende taken’ de meest genoemde activiteit onder vrijwilligers (zie tabel 6.3). Bijna drie op de tien vrijwilligers heeft een bestuurlijke rol. Verder doen vrijwilligers vaak kantoorwerk of administratieve taken, geven zij informatie of advies of gaan zij op bezoek. Net als andere jaren geeft een groot deel van de vrijwilligers (37%) aan andere activiteiten te doen dan aangegeven in de lijst.

De verdeling van de taken is redelijk stabiel sinds 2003–2004. Sinds 2003–2004 is er wel een afname in het aantal vrijwilligers dat fondsen werft of collecteert en vervoer biedt. De percentages van vrijwilligerstaken zijn het zuiverst te vergelijken voor 2018–2019 en 2020–2021 voor Nederlanders zonder migratieachtergrond, vanwege de overstap naar de vraagstelling van het CBS (zie eerder in dit hoofdstuk).

In 2020–2021 heeft een fors aandeel vrijwilligers vaker bestuurlijke taken uitgevoerd (van 27% in 2018–2019 naar 36% in 2020–2021). Ook is er op korte termijn een toename in het aandeel vrijwilligers actief in klussen of het geven van informatie of advies (beide van 10% in 2018–2019 naar 15% in 2020–2021). Op de lange termijn is er sprake van een afname. De toename op korte termijn kan mogelijk verklaard worden door de coronapandemie. Vrijwilligerstaken zoals het uitvoeren van bestuurswerk, onderhoud van gebouwen of tuinen en informatie en voorlichting konden vaker doorgang vinden gedurende de coronapandemie vergeleken met sociale activiteiten met een doelgroep (de Gast, Hetem & van den Bos, 2021).

Er is ook een afname zichtbaar in het aantal vrijwilligers dat fondsen werft of collecteert (van 10% in 2018–2019 naar 5% in 2020–21). In de afgelopen 12 maanden wierf slechts één op de 20 vrijwilligers fondsen. Deze afname past in de algemene afname die zichtbaar is sinds 2003–2004. De afname in 2020–2021 kan versterkt zijn door de coronapandemie. Vrijwilligers wilden of konden niet altijd fysiek langs de deuren waardoor huis-aan-huiscollecte vaak niet mogelijk was. Hetzelfde geldt voor de kleine afname in het deel van de vrijwilligers dat vervoer bood (van 10% in 2018–2019 naar 6% in 2020–2021). Door de strenge coronamaatregelen kan het zijn dat mensen minder vaak vervoer nodig hadden, omdat veel sectoren tijdelijk gesloten waren.

Tabel 6.3: Drie op de tien vrijwilligers heeft een bestuurlijke rol

Aandeel vrijwilligers dat in de afgelopen 12 maanden bepaalde activiteiten heeft verricht, 2001–2021 (in %)

	2001–2002	2003–2004	2005–2006	2007–2008	2009–2010	2011–2012	2013–2014	2015–2016	2018–2019	2018–2019 ^a	2020–2021 ^a	2020–2021 ^b
Bestuurlijke taken												
Bestuurlijke taken	37	35	31	33	29	29	28	28	35	27	36	29
Organisatie intern												
Fondsen werven/collecteren	19	22	18	15	13	11	12	12	9	10	5	5
Kantoorwerk/administratie	24	21	23	22	21	21	18	23	20	18	18	17
Belangen behartigen	10	9	6	7	7	8	7	6	6	4	7	7
Externe dienstverlening												
Klussen	29	25	21	21	21	21	20	14	16	10	15	14
Vervoer bieden	26	18	16	14	17	14	13	10	11	10	6	7
Informatie of advies geven	25	16	15	16	13	15	18	14	16	10	15	16
Training of scholing	15	15	14	13	16	15	17	18	13	8	10	12
Bezoek/gezelschap	22	14	15	13	13	14	13	14	16	12	16	16
Persoonlijke raadgeving	16	10	9	8	6	7	7	7	8	10	8	11
Therapeutisch/verzorging	5	3	4	5	7	4	4	5	5	2	4	5
Onderzoeksprojecten									2	1	2	1
Andere activiteiten	28	25	27	34	32	35	36	34	35	36	36	37

^a Vraagstelling van het CBS

^b Vraagstelling van het CBS, inclusief respondenten met een migratieachtergrond

6.4 Hoe kijken Nederlanders naar vrijwilligerswerk?

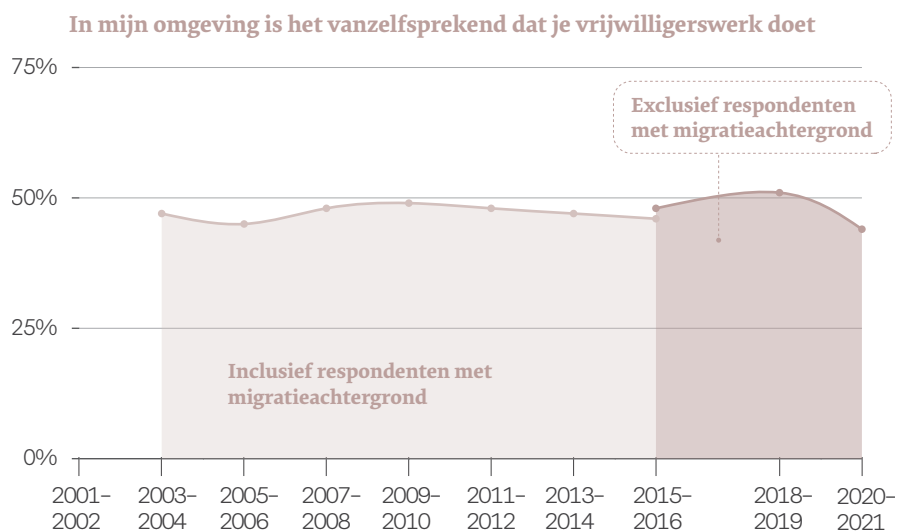
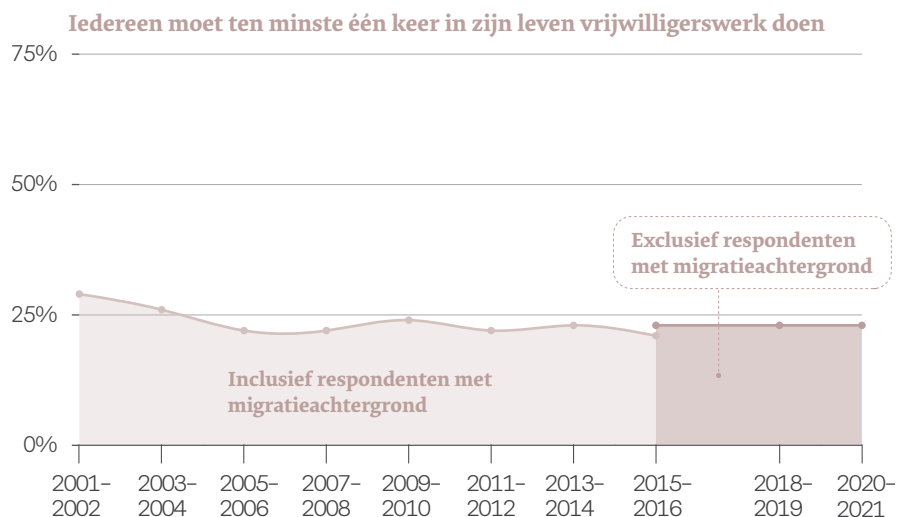
Vier op de tien Nederlanders vindt dat iedereen in zijn leven ten minste één keer vrijwilligerswerk moet doen

De publieke opinie van Nederlanders over de waarde van vrijwilligerswerk voor de samenleving is weinig veranderd in de afgelopen jaren. 44% van de Nederlanders is het eens met de stelling dat iedereen in zijn leven ten minste één keer vrijwilligerswerk moet doen; 23% is het eens met de stelling dat het doen van vrijwilligerswerk vanzelfsprekend is in de eigen sociale omgeving (zie figuur 6.4).



Figuur 6.4: Vier op de tien Nederlanders vindt dat iedereen in zijn leven ten minste één keer vrijwilligerswerk moet doen ^a

Meningen over vrijwilligerswerk, 2001–2021 (in %)



^a Percentage dat het eens of helemaal eens is met de stelling.

6.5 Informeel vrijwilligerswerk

Twee op de drie Nederlanders verleent informele hulp aan anderen

Twee derde van de Nederlanders verleent weleens informele hulp aan anderen. Het verlenen van informele hulp aan anderen komt vaker voor onder Nederlanders met een niet-westerse migratieachtergrond. Onder de Nederlanders met een migratieachtergrond verleent maar liefst 74% weleens informele hulp aan anderen. Dit is 64% onder de Nederlanders zonder migratieachtergrond. Samen resulteert dit in een gewogen gemiddelde van 67% informele hulpverleners onder de Nederlandse bevolking. Nederlanders met een migratieachtergrond verlenen vooral huishoudelijke hulp, emotionele steun, en begeleiding bij zaken en administratie (zie figuur 6.5).

Maatschappelijke productiviteit en een zinvol leven

Wat produceren wij in ons dagelijks leven? Naast een economische waarde die door de markt gewaardeerd wordt, zou je ook kunnen spreken van 'maatschappelijke productiviteit' die afhangt van de waardering van de ontvanger. Vrijwilligerswerk en informele hulp zijn ook voorbeelden van zulke productieve activiteiten (Siegrist, von dem Knesebeck & Pollack, 2004). Iemand die 'produceert' voelt zich nuttig en bouwt zelfvertrouwen op, wat kan bijdragen aan een zinvol leven.

In tabel 6.4 zijn de respondenten uit Geven in Nederland ingedeeld in 12 groepen op basis van hun deelname aan drie productieve activiteiten: betaald werk, vrijwilligerswerk en informele hulp (mantelzorg). De laatste drie kolommen tonen de gemiddelde score in deze groepen op drie indicatoren van zinvol leven: zich nuttig voelen voor de samenleving, tevreden zijn met het eigen leven, en zich sociaal verbonden voelen.

Respondenten die een betaalde baan hebben, vrijwilligerswerk doen én informele hulp bieden, voelen zich het meest nuttig. Betaald werk is belangrijk voor het gevoel nuttig te zijn, maar ook gepensioneerden die aan de twee andere productieve activiteiten deelnemen, scoren hoog. Dit in tegenstelling tot gepensioneerden die aan

vrijwilligerswerk noch informele hulp doen: deze groep geeft zichzelf gemiddeld het op één na laagste cijfer van alle groepen.

Ook wat betreft levenstevredenheid is een betaalde baan cruciaal. De twee groepen met het hoogste gemiddelde zijn respondenten met betaald werk, en de vier groepen zonder baan scoren het laagste. Maar ook vrijwilligerswerk hangt duidelijk samen met levenstevredenheid.

Voor sociale verbondenheid is betaald werk en vrijwilligerswerk belangrijk. De vier groepen die gemiddeld het hoogste score op sociale verbondenheid doen alle vrijwilligerswerk.

Een regressieanalyse (resultaten niet getoond) bevestigt dat met name betaald werk en vrijwilligerswerk onafhankelijk van elkaar samenhangen met alle aspecten van zinvol leven. Dit blijft zo als we controleren voor een aantal achtergrondkenmerken, met uitzondering van het verband tussen vrijwilligerswerk en levenstevredenheid, dat in een multiële regressie niet langer statistisch significant is. Los daarvan voelen mensen die informele hulp bieden zich nuttiger. Deze resultaten suggereren dat verschillende activiteiten 'maatschappelijk productief' kunnen zijn.

Tabel 6.4: Nederlanders die vrijwilligerswerk doen, een betaalde baan hebben, én informele hulp bieden, voelen zich het meest nuttig

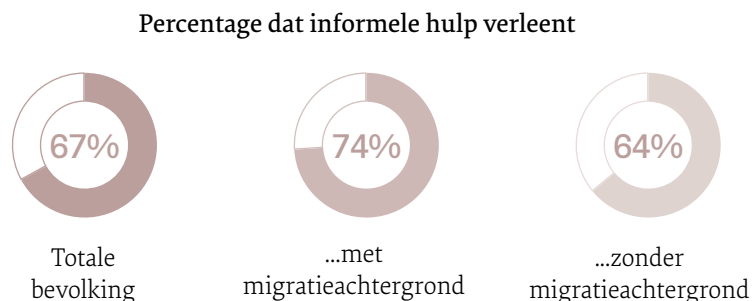
Gemiddelde score op drie indicatoren van een zinvol leven, naar arbeidsmarktstatus, vrijwilligerswerk en informele hulp, 2020–2021

Vrijwilliger	Arbeidsmarktstatus	Informele hulp	Voelt zich nuttig	Is tevreden met het eigen leven	Voelt zich sociaal verbonden
Ja	Betaalde baan	Ja	4.12	3.67	3.89
		Nee	3.96	3.75	3.9
	Gepensioneerd	Ja	3.9	3.64	3.91
		Nee	3.66	3.57	3.88
	Geen betaalde baan	Ja	3.72	3.24	3.66
		Nee	3.27	2.86	3.42
Nee	Betaalde baan	Ja	3.89	3.53	3.67
		Nee	3.77	3.57	3.67
	Gepensioneerd	Ja	3.56	3.5	3.71
		Nee	3.18	3.53	3.62
	Geen betaalde baan	Ja	3.18	2.92	3.46
		Nee	3.26	3.26	3.31

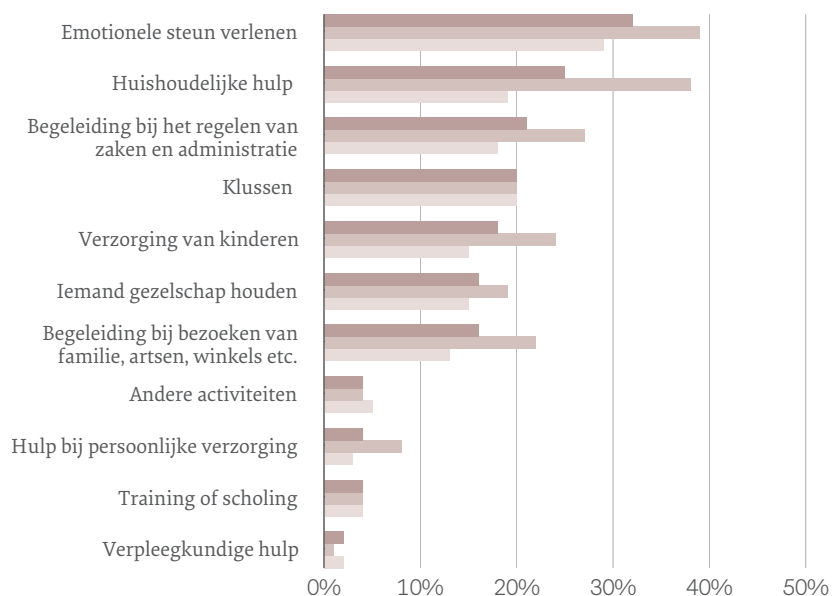


Figuur 6.5: Twee op de drie Nederlanders verleent informele hulp aan anderen

Aandeel Nederlanders dat informele hulp verleent naar herkomstgroep, 2020–2021 (in %)



Soort informele hulp naar herkomstgroep



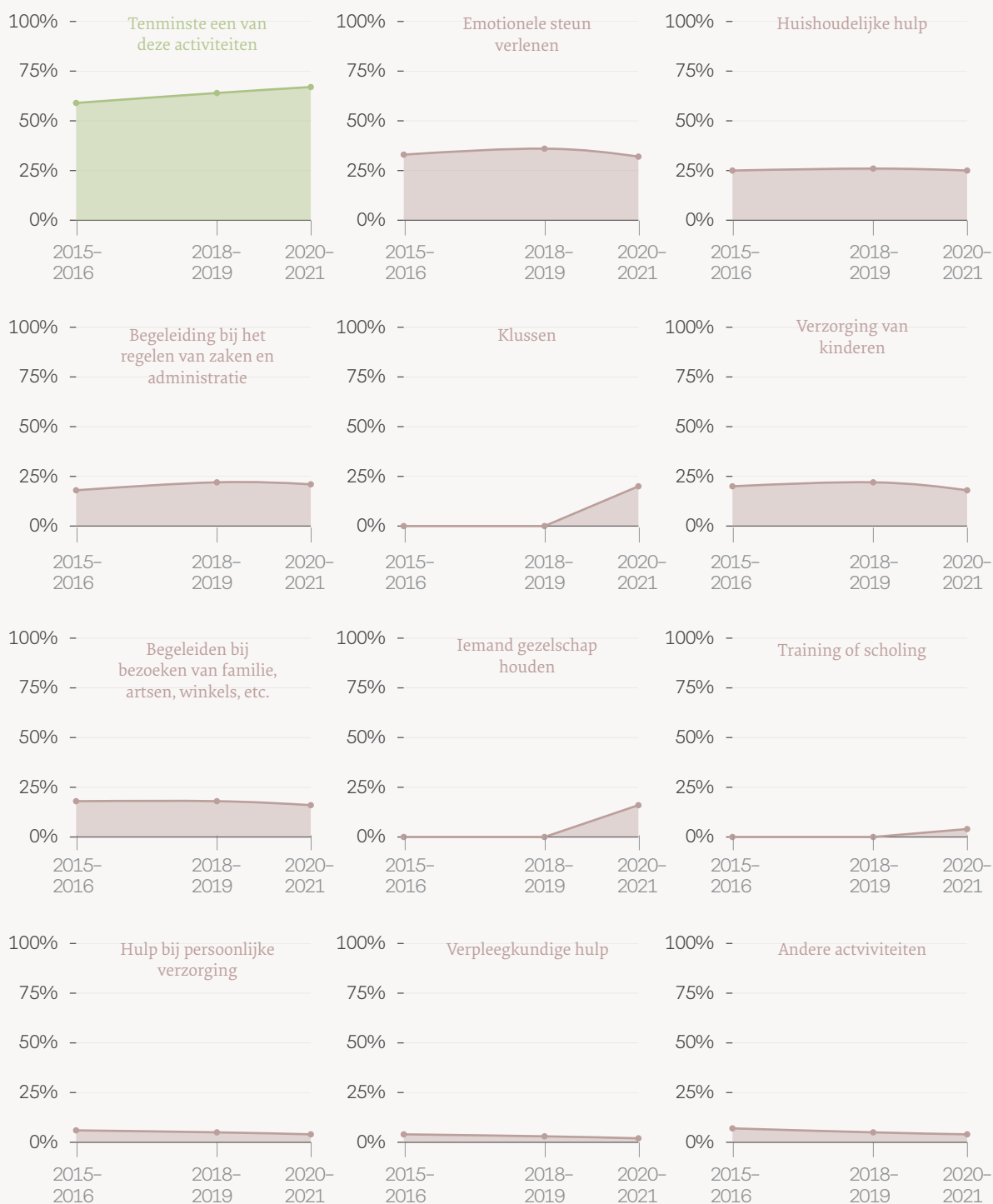
Verlenen van emotionele steun en huishoudelijke hulp blijven de populairste vormen van informele hulp

Figuur 6.6 toont hoe deelname aan verschillende hulpactiviteiten zich de afgelopen jaren heeft ontwikkeld. Net als eerdere jaren werd in 2020–2021 het vaakst emotionele steun verleend (32%), gevolgd door huishoudelijke hulp (25%). Ook begeleiding bij het regelen van zaken en administratie (21%) wordt veel gedaan. Het percentage dat kinderen verzorgt is iets afgenomen, van 22% in 2018–2019 naar 18% in 2020–2021. Ook het verlenen van emotionele steun lijkt afgenomen (van 36% naar 32%), maar een deel van de informele helpers heeft die hulp waarschijnlijk geschaard onder ‘iemand gezelschap houden’ (16%), wat een nieuwe categorie was in de vragenlijst. De informele hulp die het minst voorkomt is het verlenen van hulp bij persoonlijke verzorging (4%) en verpleegkundige hulp (2%).

De cijfers laten een lichte afname zien voor huishoudelijke hulp, verzorging van kinderen, begeleiding bij bezoeken, verpleegkundige hulp en hulp bij persoonlijke verzorging.

Figuur 6.6: Verlenen van emotionele steun en huishoudelijke hulp populairste vormen van informele hulp

Aandeel respondenten dat in de afgelopen 12 maanden informele hulp heeft aangeboden, 2015-2021 (in %)



Inclusief respondenten met een migratieachtergrond.

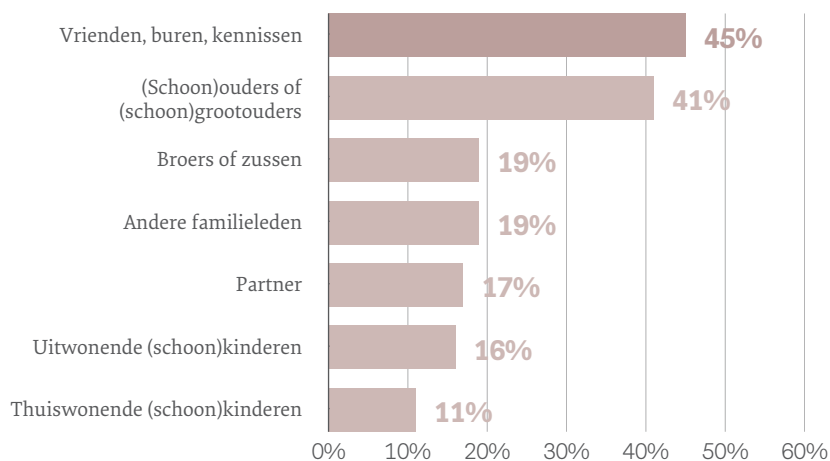


Nederlanders verlenen de meeste informele hulp aan vrienden, buren en kennissen, en aan (schoon)ouders of (schoon)grootouders

Onder de informele hulpverleners verleent bijna de helft informele hulp of mantelzorg aan vrienden, buren, kennissen of aan (schoon)ouders en (schoon)grootouders (zie figuur 6.7). Bijna één vijfde geeft informele hulp aan broers of zussen (19%), andere familieleden (19%), partner (17%) en uitwonende (schoon)kinderen (16%). Informele hulp aan thuiswonende (schoon)kinderen komt het minst vaak voor (11%).

Figuur 6.7: Meeste informele hulp aan vrienden, buren, kennissen, (schoon)ouders en (schoon)grootouders

Aandeel respondenten dat informele hulp verleent aan verschillende ontvangers, 2020–2021 (in %)



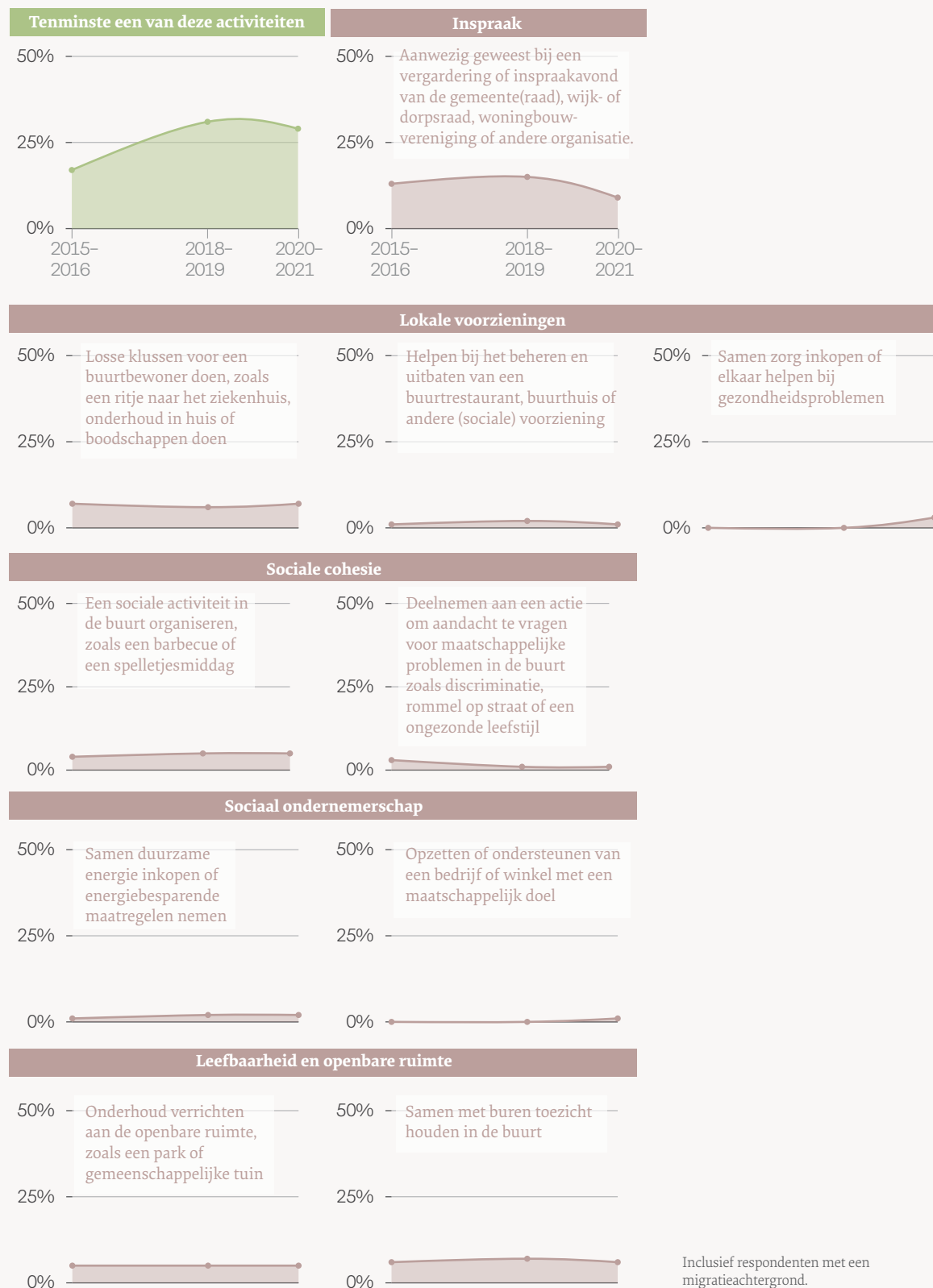
Inclusief respondenten met een migratieachtergrond.

Drie op de tien Nederlanders vertoont actief burgerschap

In het onderzoek is er ook aandacht besteed aan actief burgerschap: bewonersinitiatieven op lokaal niveau, zonder (of met minieme) bemoeienis van een stichting, vereniging, maatschappelijke organisatie of overheidsinstelling. Uit figuur 6.8 blijkt dat bijna drie op de tien Nederlanders weleens lokaal actief burgerschap vertoont. Het bijwonen van een vergadering of inspraakavond van de gemeente of andere organisatie komt het vaakst voor. Dit is echter wel afgenomen ten opzichte van eerdere jaren (van 15% in 2018–2019 naar 9% in 2020–2021). Een mogelijke verklaring is dat er vanwege de coronamaatregelen minder vergaderingen of inspraakavonden plaatsvonden. De grootste toename is te vinden in het samen zorg inkopen of elkaar helpen bij gezondheidsproblemen. Wederom is de coronapandemie een mogelijke verklaring voor deze toename. Ook de groei in het aantal zorgcoöperaties of bewonerscollectieven kan een verklaring zijn. In 2016 waren er 352 zorgcoöperaties bekend; dit is opgelopen tot 479 zorgcoöperaties in 2020 (Nationale Coöperatieve Raad, 2021). Nederland Zorgt voor Elkaar geeft zelfs aan dat het aantal bewonersinitiatieven gericht op welzijn, zorg en wonen sinds 2012 is opgelopen tot bijna 1500 (van Zoest, van Schaijk & van der Heijden, 2021). Net als voorgaande jaren verricht circa één op de 20 Nederlanders onderhoud aan openbare ruimtes (5%), houdt gezamenlijk toezicht in de buurt (6%), organiseert een sociale buurtactiviteit (5%) of verricht losse klussen voor een buurtbewoner (7%).

Figuur 6.8: Drie op de tien Nederlanders vertoont actief burgerschap, inspraak meest voorkomend

Percentage respondenten dat de afgelopen 12 maanden actief burgerschap vertoont, 2015-2021 (in %)





6.6 Online vrijwilligerswerk

Formeel vrijwilligerswerk deels online gegaan tijdens corona

De strenge coronamaatregelen bemoeilijkten het verrichten van fysiek vrijwilligerswerk voor zowel maatschappelijke organisaties als de vrijwilligers. Bood online vrijwilligerswerk wellicht een uitkomst voor maatschappelijke organisaties? Om online vrijwilligerswerk en informele hulp te meten is er voor elke taak (zie tabel 6.3 en figuur 6.5 eerder in dit hoofdstuk) gevraagd of deze ter plekke plaatsvindt, online plaatsvindt of een combinatie van beide. Omdat deze vragen ook gesteld zijn in 2018–2019 kan er vastgesteld worden of er in 2020–2021 een verschuiving heeft plaatsgevonden van vrijwilligerswerk dat ter plaatse werd uitgevoerd naar online vrijwilligerswerk.

Tabel 6.5 laat zien dat vrijwilligerswerk in 2020–2021 nog altijd grotendeels op locatie plaatsvindt, al is er voor een klein aantal activiteiten een lichte afname te zien vergeleken met 2018–2019. Zo is er een afname zichtbaar in het aantal vrijwilligers dat op locatie fondsen werft of collecteert, zonder dat deze op een online wijze wordt opgevangen. Dit lijkt wel het geval voor andere vrijwilligersactiviteiten zoals bestuurlijke taken, kantoorwerk, persoonlijke raadgeving en het geven van informatie of advies. Waar deze activiteiten in mindere mate op locatie plaatsvinden in 2020–2021, is een kleine toename zichtbaar in het aandeel vrijwilligers dat deze activiteiten op online of hybride wijze verricht. De grootste toe- en afname is te vinden in de bestuurlijke en administratieve taken. Er is een toename zichtbaar in het aandeel vrijwilligers dat ter plekke en/of online iemand bezoekt en gezelschap biedt. Een mogelijke verklaring is wederom de coronapandemie. De coronamaatregelen beïnvloeden het sociale leven; mensen zijn vaak thuis en ontmoeten weinig anderen. Door de maatregelen tegen corona kunnen meer mensen zich vaker eenzaam voelen, waardoor bezoek en gezelschap extra nodig waren.

Tabel 6.5: Formeel vrijwilligerswerk deels online gegaan tijdens corona

Aandeel vrijwilligers dat in de afgelopen 12 maanden bepaalde activiteiten voornamelijk ter plekke, online of beide heeft verricht, 2018–2019 en 2020–2021 (in %)

Vrijwilligerswerk	Voornamelijk ter plekke		Voornamelijk online		Beide	
	2018–2019	2020–2021	2018–2019	2020–2021	2018–2019	2020–2021
Bestuurlijke taken						
Bestuurlijke taken	7	4	1	5	3	6
Organisatie intern						
Fondsen werven/collecteren	4	2	0	0	0	0
Kantoorwerk/administratie	3	1	2	4	1	1
Belangen behartigen	2	1	0	1	0	1
Externe dienstverlening						
Informatie of advies geven	3	1	0	3	1	2
Training of scholing	3	3	0	1	0	0
Bezoek/gezelschap	0	5	0	1	0	1
Persoonlijke raadgeving	4	2	0	1	0	1
Therapeutisch/verzorging	1	2	0	0	0	0
Onderzoeksprojecten	0	0	0	0	0	0
Andere activiteiten	15	11	0	1	0	2

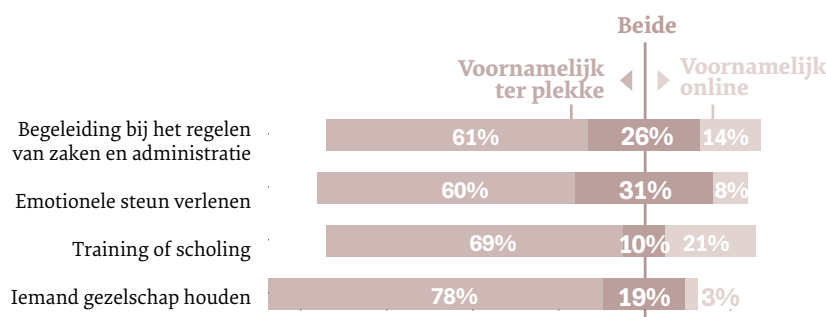
Exclusief respondenten met een migratieachtergrond.

Informele hulp voornamelijk ter plekke

Informele hulp (mantelzorg), het persoonlijk helpen van mensen in je omgeving zonder bemoeienis van een organisatie, vindt voornamelijk fysiek plaats. Voor sommige vormen van hulp is dat per definitie het geval, zoals helpen in de huishouding of bij zorgvragen. Andere vormen van informele hulp kunnen wel online plaatsvinden. Figuur 6.9 laat zien dat bijna vier op de tien informele hulpverleners de begeleiding bij het regelen van zaken en administratie deels of volledig online doet. Training of scholing vindt bij 21% van de informele hulpverleners voornamelijk online plaats.

Figuur 6.9: Informele hulp voornamelijk ter plekke

Aandeel respondenten dat de informele hulp voornamelijk ter plekke, online of beide heeft verricht, 2020–2021 (in %)



Online burgerschap afgenomen in 2020–2021

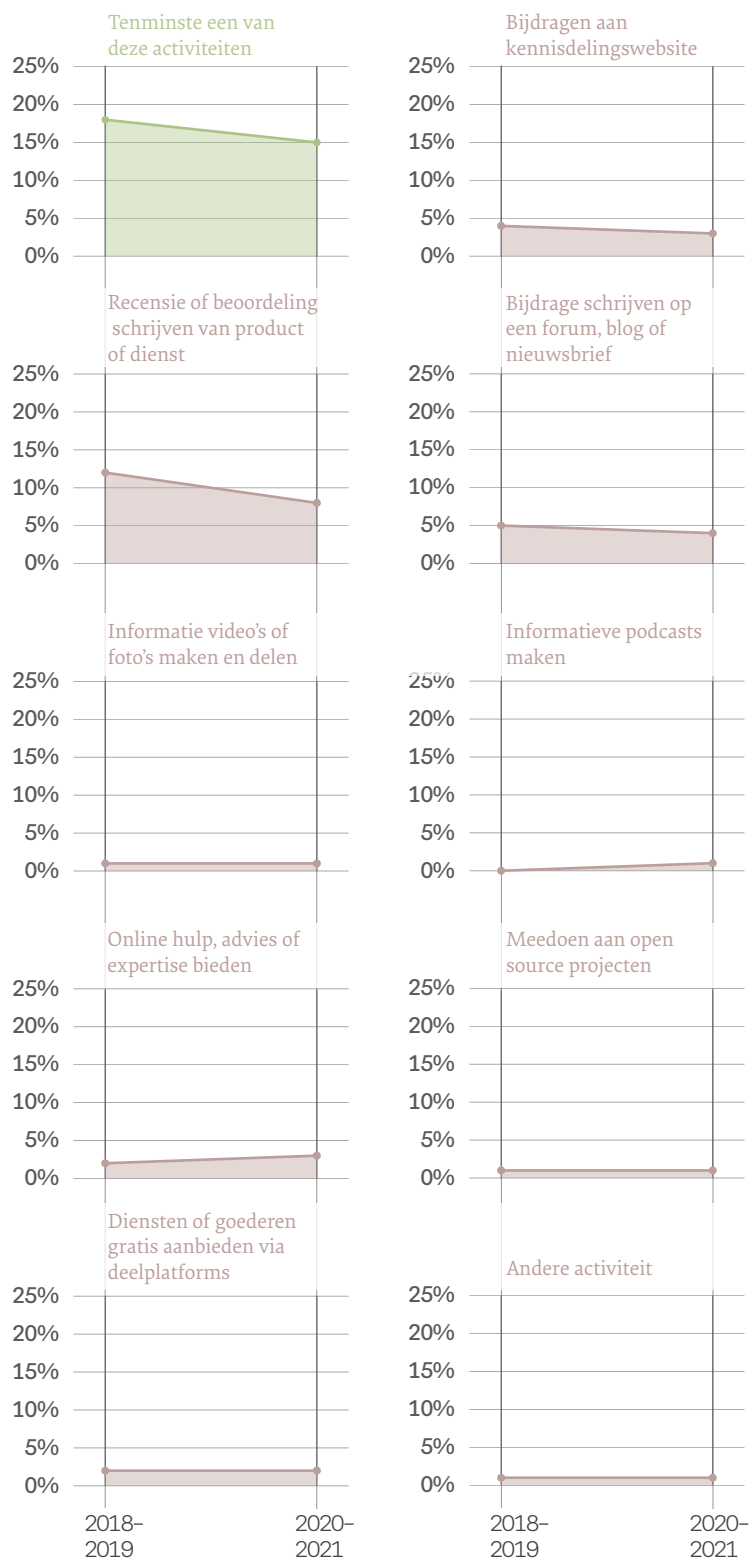
Figuur 6.10 geeft het aandeel respondenten weer binnen het Geven in Nederland-onderzoek dat actief is binnen een reeks activiteiten waarin online kennis wordt gedeeld of hulp wordt geboden waar anderen gebruik van kunnen maken. Dit zijn activiteiten die gedeeld worden op een online platform, zonder (of met minieme) bemoeienis van een stichting, vereniging, maatschappelijke organisatie of overheidsinstelling.

De meest voorkomende vorm van online burgerschap in deze lijst is het schrijven van een recensie of beoordeling over een product of dienst, inclusief beoordelingen over films, tv-series, boeken, restaurants en toeristische activiteiten. Het aantal respondenten dat weleens een recensie of beoordeling geeft is afgenomen van 12% in 2018–2019 tot 8% in 2020–2021. Hierdoor is ook het totale aandeel respondenten dat aan online burgerschap doet afgenomen, van 18% naar 15%. Een mogelijke verklaring voor de afname zijn de strenge lockdownmaatregelen, waardoor onder andere bioscopen, horeca en toerisme de deuren tijdelijk moesten sluiten, en er simpelweg minder te recenseren was. Anderzijds is het ook vanwege de coronapandemie dat de afname in online burgerschap verrassend is. Men zou kunnen verwachten dat vanwege de strenge lockdownmaatregelen mensen zich juist online zouden willen uitspreken of digitaal hulp willen aanbieden. De resultaten schetsen echter een ander beeld.



Figuur 6.10: Online burgerschap afgenomen in 2020-2021

Aandeel respondenten dat in de afgelopen 12 maanden online burgerschap heeft verricht, 2018-2019 en 2020-2021 (in %)



Exclusief respondenten met migratieachtergrond

Vrijwilligerswerk deels online gegaan, maar totaal afgenomen

In de voorgaande paragrafen wordt onderscheid gemaakt tussen het vrijwilligerswerk dat ofwel op locatie ofwel online wordt verricht. Tabel 6.6 laat zien welk percentage van de respondenten actief is in vrijwilligerswerk voor een organisatie (formeel) en in een vorm van burgerschap (informeel). Formeel vrijwilligerswerk komt vaker voor dan informeel burgerschap. Daarnaast blijft het uitvoeren van vrijwilligerswerk op locatie aantrekkelijker vergeleken met online vrijwilligerswerk. Er is een toename in de totale online vrijwillige inzet tussen 2018–2019 (23%) en 2020–2021 (29%). Deze toename wordt veroorzaakt door de toename in het online formele vrijwilligerswerk in 2021 (van 8% in 2018–2019 naar 19% in 2020–2021). Dit is de enige vorm van vrijwilligerswerk die toenam tijdens de pandemie. Ook online burgerschap nam juist licht af door de grote afname in het schrijven van recensies en beoordelingen (zie eerder in dit hoofdstuk).

Op basis van deze cijfers kan er gesteld worden dat er in 2020–2021 minder Nederlanders actief waren op één van deze manieren. Het vrijwilligerswerk voor maatschappelijke organisaties ging deels online, maar dat heeft de daling niet kunnen opvangen. Ook informeel actief burgerschap, ter plekke of online, is afgenomen van 36% in 2018–2019 naar 33% in 2020–2021.

Tabel 6.6: Vrijwilligerswerk deels online gegaan, maar totaal afgenomen

Aandeel respondenten dat actief is in formeel vrijwilligerswerk en informeel actief burgerschap, ter plekke en online, 2018–2019 en 2020–2021 (in %)

	2018–2019			2020–2021		
	Formeel	Informeel burgerschap	Totaal	Formeel	Informeel burgerschap	Totaal
Ter plekke	34	25	48	29	23	42
Online	8	18	23	19	15	29
Totaal	53	36	68	49	33	61

Exclusief respondenten met migratieachtergrond

6.7 Wie verricht vrijwilligerswerk?

Wie zet zich vrijwillig in voor een ander of organisatie? Tabel 6.7 laat de frequentie van verschillende typen vrijwillige inzet in verschillende sociale groepen zien.

Formeel vrijwilligerswerk

Eerst kijken we naar vrijwilligerswerk binnen organisatieverband, oftewel formeel vrijwilligerswerk. Er zijn meer vrouwen die zich vrijwillig inzetten dan mannen. CBS-onderzoek wijst uit dat in 2020 vrijwel evenveel mannen als vrouwen vrijwilligerswerk deden (Arends, 2021). Vrijwillige inzet hangt ook samen met leeftijd: Nederlanders ouder dan 35 jaar zetten zich vaker vrijwillig in dan Nederlanders jonger dan 35 jaar. Het CBS vindt de meeste vrijwilligers onder de 35- tot 45-jarigen (49%) en 45- tot 55-jarigen (48%); de meeste uren vrijwilligerswerk worden wel verricht door de vrijwilligers van 55 jaar of ouder (Arends, 2021). Het SCP vindt de meeste vrijwilligers onder 50-plussers (de Klerk, Olsthoorn, Plaisier, Schaper & Wagemans, 2021).

Er is vaker vrijwillige inzet onder Nederlanders die hoog opgeleid zijn, een relatief hoog inkomen hebben, kerkelijk zijn en onder de Nederlanders die actief een kerk, moskee of tempel bezoeken. Dit komt overeen met ander onderzoek (o.a. Arends, 2012). Onder de Nederlanders die af en toe of regelmatig een kerk, moskee of tempel bezoeken zet bijna driekwart zich



vrijwillig in. Met name protestanten en aanhangers van andere religies zetten zich vaak in. Ook getrouwd zijn, kinderen hebben, een eigen huis bezitten en gepensioneerd zijn hangen positief samen met vrijwilligerswerk, maar deze verschillen zijn niet significant in een logistische regressieanalyse waarin gecontroleerd wordt voor alle achtergrondkenmerken (resultaten niet getoond). Moslims doen relatief weinig aan formeel vrijwilligerswerk, maar dit verschil verdwijnt als we controleren voor migratieachtergrond.

Andere vormen van vrijwilligerswerk

Hoe verschilt het profiel van de 'klassieke' formele vrijwilliger, die actief is ter plekke bij een organisatie, van de profielen van online en informele vrijwilligers? De laatste vier kolommen in tabel 6.7 laten de percentages zien voor formeel vrijwilligerswerk en informeel vrijwilligerswerk (burgerschap) dat ter plekke of online plaatsvindt. We bespreken enkele opvallende resultaten:

- Jongeren en alleenstaanden doen relatief veel online burgerschap. In de andere vormen zijn jongeren (jonger dan 35 jaar) minder actief.
- De hoogst opgeleiden (hbo/wo) zijn het actiefst op alle terreinen, met uitzondering van informeel burgerschap ter plekke; dat wordt het meest gedaan door de middelste groep (mbo/havo/vwo).
- Nederlanders met een hoog inkomen, en dan met name de 20% hoogste inkomens, zijn het meest actief in alle hier onderzochte vormen van vrijwillige inzet. Deze verschillen zijn echter niet statistisch significant in een regressieanalyse waarin gecontroleerd wordt voor de andere kenmerken (resultaten niet getoond).
- Burgerschap in de buurt (ter plekke) wordt relatief veel gedaan door mannen, gehuwden, mensen met een betaalde baan, mensen met kinderen in het huishouden, en gepensioneerden. In een multi-pele regressieanalyse (resultaten niet getoond) blijft alleen betaald werk over als significante voorspeller.
- Nederlanders met een migratieachtergrond doen minder vaak formeel vrijwilligerswerk, maar zijn juist vaker actief in online burgerschap.

Tabel 6.7: Profielschetsen van verscheidene vormen van vrijwillige inzet ^{a b}

Aandeel respondenten per type vrijwilligerswerk, naar achtergrondkenmerken (in %), 2020–2021

		Vrijwilligerswerk				
		Formeel			Burgerschap	
		Totaal	Ter plekke	Online	Ter plekke	Online
Allen		44	29	19	23	16
Man		42	26	21	25	15
Vrouw		45	31	17	21	16
Leeftijd	35 jaar of jonger	35	23	16	20	20
	35-55 jaar	48	31	20	23	19
	55 jaar of ouder	43	28	17	23	12
Niet getrouwd		41	28	19	22	18
Getrouwd		46	30	19	25	14
Geen kinderen in huishouden		41	27	21	22	18
Kinderen in huishouden		45	30	17	24	15
Opleiding	Mavo/vmbo of lager	33	19	10	21	6
	Mbo/havo/vwo	44	29	16	26	15
	Hbo/wo	51	35	28	21	22
Betaald werk		44	29	20	25	18
Geen betaald werk		41	24	15	17	17
Gepensioneerd		46	33	19	24	11
Huishoudinkomen	1e kwintiel ^b	48	21	12	14	8
	2e kwintielB	50	22	11	14	10
	3e kwintielB	46	21	11	13	9
	4e kwintielB	48	15	12	17	11
	5e kwintielB	59	22	20	19	14
Geen eigen huis		40	27	17	21	14
Eigen huis		47	29	19	24	18
Niet gelovig		38	24	16	24	18
Rooms-katholiek		56	43	33	28	22
Protestants		71	47	25	20	10
Islamitisch		33	28	17	20	5
Andere religie		74	56	28	28	12
Bezoek kerk/moskee/tempel	Nooit of zelden	41	26	17	23	16
	Af en toe, regelmatig	72	57	36	21	14
Geen migratieachtergrond		49	29	19	23	15
Migratieachtergrond		33	27	19	24	17

^a Generalisatie inclusief respondenten met een migratieachtergrond^b Onder respondenten met een positief huishoudinkomen



6.9 Vrijwilligerswerk en informele hulp tijdens corona

De coronapandemie beïnvloedt iedereen. In eerste instantie door de ernst van en angst voor het coronavirus, maar ook de voortdurende en veranderende coronamaatregelen hebben grote invloed op het dagelijks leven. De coronapandemie heeft ook invloed op de vrijwillige inzet. Waar de één juist begint met vrijwilligerswerk als welkome afleiding, moet de ander (tijdelijk) stoppen of minderen. Hoe heeft het vrijwilligerswerk zich gedurende de coronapandemie ontwikkeld?

Figuur 6.1 (eerder in dit hoofdstuk) laat zien dat in 2020–2021 49% van de volwassen bevolking zonder migratieachtergrond formeel actief is als vrijwilliger. Dit was 52% in 2018–2019. De coronapandemie maakte het uitvoeren van vrijwilligerswerk moeilijker, of zelfs onmogelijk, vanwege beperkende coronamaatregelen en de tijdelijke sluiting van veel maatschappelijke organisaties en sectoren (de Klerk, Olsthoorn, Plaisier, Schaper & Wagemans, 2021). Het is ook mogelijk dat vooral oudere vrijwilligers het vrijwilligerswerk (tijdelijk) stopten (de Gast, Hetem & van den Bos, 2021). Als kwetsbare groep wilden zij mogelijk geen (extra) risico lopen en zijn zij (tijdelijk) gestopt met hun vrijwilligerswerk. Volgens het onderzoek van de Gast, Hetem en van den Bos (2021) wil het overgrote deel van de tijdelijke of gestopte vrijwilligers het vrijwilligerswerk wel weer oppakken wanneer dit weer mag en kan (90%).

Uit onderzoek van het CBS bleek dat het vrijwilligerswerk in 2020 sterk was afgenomen (CBS, 2021). Het aandeel 15-plussers dat aangeeft in de vier weken voorafgaand aan het onderzoek vrijwilligerswerk te verrichten schommelt normaliter rond de 30%. Na maart 2020 kwam dit percentage tussen de 16% en 22% te liggen. Ook het SCP rapporteerde een afname in het vrijwilligerswerk gedurende corona tussen april 2019 en april 2020 (van 14% naar 10%) (de Klerk, Olsthoorn, Plaisier, Schaper & Wagemans, 2021). De afname in het Geven in Nederland-onderzoek is in vergelijking minder fors (van 52% in 2018–2019 naar 49% in 2020–2021).

Vier op de tien vrijwilligers is gestart met vrijwilligerswerk in 2020–2021

Om inzicht te krijgen in het verloop van formeel vrijwilligerswerk tijdens de coronapandemie is aan respondenten in de zomer van 2020–2021 gevraagd of zij de afgelopen 12 maanden ongeveer evenveel, meer of minder vrijwilligerswerk deden dan in het jaar daarvoor (zie figuur 6.11). Hierdoor is er inzicht in het vrijwilligerswerk in de periode 2018–2019 en 2020–2021.

Ook deze resultaten bevestigen de afname in vrijwilligerswerk tijdens de pandemie: één op de vijf vrijwilligers geeft aan minder actief te zijn geweest als vrijwilliger. Eén op de drie vrijwilligers in 2020–2021 heeft evenveel vrijwilligerswerk gedaan als het jaar ervoor. Cijfers van het SCP wijzen op een somberder beeld tijdens de coronapandemie: 42% van de vrijwilligers geeft aan minder vrijwilligerswerk te doen dan voor de coronapandemie, 8% meer en circa één derde evenveel (de Klerk, Olsthoorn, Plaisier, Schaper & Wagemans, 2021).

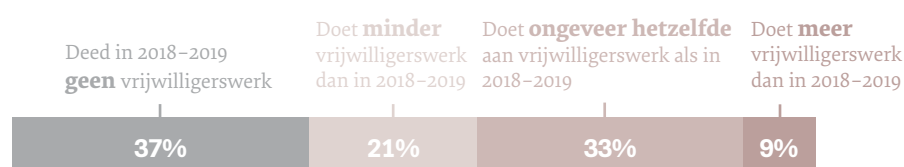
Toch geeft ook één derde van de vrijwilligers aan het jaar ervoor géén vrijwilligerswerk te hebben gedaan. Dit suggereert dat er in de coronapandemie ook nieuwe vrijwilligers zijn bijgekomen. Dit komt overeen met het trendrapportage vrijwilligerswerk van NLvoorelkaar, waarin vermeld wordt dat de strenge coronamaatregelen ook resulteerden in nieuwe vrijwilligers (NLvoorelkaar, 2021) en met het onderzoek van de Gast, Hetem en van den Bos (2021). de Gast en collega's geven aan dat zo'n 10 tot 15% van de nieuwe vrijwilligers gedurende de pandemie nog nooit of voor langere tijd geen vrijwilligerswerk had gedaan. Toekomstige metingen en onderzoek naar vrijwilligerswerk moeten uitwijzen hoeveel nieuwe vrijwilligers vrijwilligerswerk blijven doen in de toekomst.

Ook zegt één op de tien vrijwilligers méér vrijwilligerswerk te hebben gedaan. Onderzoek naar vrijwilligerswerk van NLvoorelkaar, uitgevoerd in het eerste kwartaal van 2021, beloofde een groter animo voor vrijwillige inzet in 2021. Toen verwachtte maar liefst 41% van de vrijwilligers in 2021 meer vrijwilligerswerk te doen. Ook verwachtte één op de tien vrijwilligers minder vrijwilligerswerk te doen in 2021.

De cijfers laten zien dat het vrijwilligerswerk in Nederland een klap heeft gekregen door de pandemie en de beperkende maatregelen die daarop volgden. Minder Nederlanders zijn vrijwillig actief, ook als er gekeken wordt naar online participatie (zie eerder in dit hoofdstuk). Tegelijkertijd zijn er aanwijzingen voor de veerkracht van vrijwillige inzet, met mogelijke nieuwe aanwas en de bereidheid onder bestaande vrijwilligers om weer meer te gaan doen als de maatregelen het toelaten.

Figuur 6.11: Een op de vier vrijwilligers deed voor 2020-2021 geen vrijwilligerswerk

Percepties van veranderingen in vrijwilligerswerk 2018-2019 en 2020-2021 (in %)

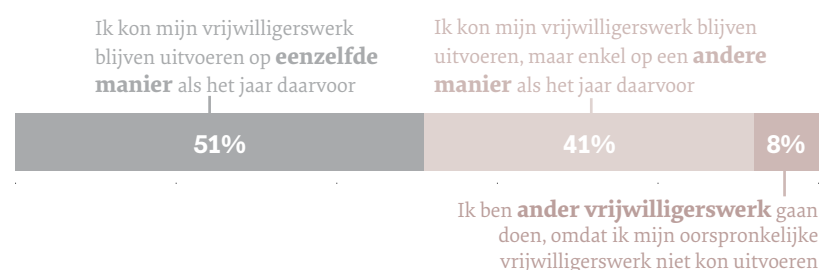


Vraagstelling van het CBS, inclusief respondenten met migratieachtergrond

Figuur 6.12 laat zien op welke manier vrijwilligers hun formele vrijwilligerswerk konden uitvoeren in 2020-2021. Bijna de helft van de vrijwilligers kon zijn of haar vrijwilligerswerk uitvoeren op eenzelfde manier als het jaar daarvoor. Vier op de tien vrijwilligers moest het vrijwilligerswerk uitvoeren op een andere manier (bijvoorbeeld vanuit huis, online of telefonisch). Slechts 8% van de vrijwilligers is ander vrijwilligerswerk gaan doen omdat het oorspronkelijke vrijwilligerswerk niet langer uitgevoerd kon worden.

Figuur 6.12: De helft van de vrijwilligers kon het vrijwilligerswerk uitvoeren op eenzelfde manier als het jaar ervoor

Percepties van veranderingen in de aard van vrijwilligerswerk 2018-2019 en 2020-2021 (in %)



Inclusief respondenten met migratieachtergrond



Eén op de vier informele hulpverleners is gestart in 2020-2021

Ook werd aan respondenten gevraagd of zij de afgelopen 12 maanden ongeveer evenveel, meer of minder informele hulp verleenden dan in het jaar daarvoor (zie figuur 6.13). Bijna de helft van de respondenten geeft aan dat de hoeveelheid verleende informele hulp in de afgelopen 12 maanden hetzelfde is als het jaar daarvoor. Een kwart van de respondenten is in de afgelopen 12 maanden gestart met het verlenen van informele hulp. Circa 15% van de respondenten verleent meer informele hulp aan anderen, waar 14% van de respondenten minder informele hulp verleent dan het jaar ervoor. Onderzoek van het SCP wees uit dat tussen 2019 en 2020 het aandeel mantelzorgers niet is veranderd, maar dat een deel van de mantelzorgers wel meer informele hulp is gaan verlenen (de Klerk, Olsthoorn, Plaisier, Schaper & Wage-mans, 2021).

Figuur 6.13: Eén op de vier informele hulpverleners is gestart in 2020-2021

Percepties van veranderingen in informele hulp 2018-2019 en 2020-2021 (in %)



Inclusief respondenten met migratieachtergrond

Conclusie

44% van de volwassen Nederlandse bevolking zette zich in als vrijwilliger voor een maatschappelijke organisatie, stichting, vereniging of overheidsinstelling in de 12 maanden voorafgaand aan het onderzoek (zomer 2021). In vergelijking met andere landen ligt dit percentage hoog en is Nederland koploper in vrijwilligerswerk. Met een volwassen bevolking van meer dan 13 miljoen mensen resulteert dit participatieaandeel in bijna 6 miljoen actieve vrijwilligers.

Naast vrijwilligerswerk voor een maatschappelijke organisatie, stichting of vereniging organiseren Nederlanders zich ook op informele wijze. Maar liefst twee op de drie Nederlanders verleent weleens informele hulp (mantelzorg) aan anderen in de sociale omgeving. Tevens vertoont één op de vijf Nederlanders actief burgerschap door zich maatschappelijk in te zetten voor de eigen wijk of buurt zonder (of met minieme) bemoeienis van een organisatie.

De coronapandemie heeft een dubbel effect gehad op de vrijwillige inzet in Nederland. Enerzijds is er sprake van een afname in het aantal actieve vrijwilligers, waarschijnlijk omdat vrijwilligerswerk in bepaalde sectoren langere tijd niet mogelijk was of omdat vrijwilligers geen gevaar wilden vormen voor de eigen gezondheid en die van anderen. De vrijwillige inzet is wel deels online voortgezet, maar dit heeft niet de gehele afname van formeel vrijwilligerswerk kunnen opvangen. Het participatieaandeel in actief burgerschap is ook afgenomen in 2020–2021. Anderzijds is er wel sprake van een toename van informele hulp (mantelzorg), die ook grotendeels op locatie werd verleend. Bovendien heeft de pandemie ook geleid tot nieuwe vrijwilligers. Maar liefst vier op de tien actieve vrijwilligers is gestart met vrijwilligerswerk in 2020–2021. Ook is één vierde van de informele hulpverleners of mantelzorgers gestart met het verlenen van informele hulp.

Onduidelijk is nog of en in hoeverre de verplaatste en nieuwe vrijwillige inzet in de toekomst behouden blijft. Omdat het onderzoek ten tijde van de coronapandemie plaatsvond, is niet helder of en in hoeverre de huidige ontwikkelingen zullen doorzetten. Toekomstige metingen moeten dit uitwijzen.



Referenties

- Amichai-Hamburger, Y. (2008). Potential and promise of online volunteering. *Computers in Human Behavior*, 24 (2), 544-562
- Arends, J. (2021). Vrijwilligerswerk 2020. Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). <https://www.cbs.nl/nl-nl/longread/rapportages/2021/vrijwilligerswerk-2020> (04-11-2021)
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2021), Welzijn, beschikbaar via <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/welvaart-in-coronatijd/welzijn> (20-10-2021)
- Cnaan, R. A., & Handy, F. (2005). Towards understanding episodic volunteering. *Vrijwillige Inzet Onderzocht*, 2(1), 29-35
- de Gast, W. J., Hetem, R., & van den Bos, C. (2021). Behoud van oudere vrijwilligers na de corona-crisis (Rapportage onderzoek). Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk - Programma Samen ouder worden
<https://www.vrijwilligerswerk.nl/PageByID.aspx?sectionID=194216&contentPageID=2069952&forcedownload=true> (oktober 2021)
- de Klerk, M., Olsthoorn, M., Plaisier, I., Schaper, J. & Wage-mans, F. (2021). Een jaar met corona: Ontwikkelingen in de maatschappelijke gevolgen van corona. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau
- den Ridder, J. (2020) Maatschappelijke en politieke participatie. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau
- Hyde, M. K., Dunn, J., Bax, C., & Chambers, S. K. (2016). Episodic volunteering and retention: An integrated theoretical approach. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 45(1), 45-63
- Maas, S. A., Meijs, L. C., & Brudney, J. L. (2021). Designing “national day of service” projects to promote volunteer job satisfaction. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 50(4), 866-888
- Nationale Coöperatieve Raad (2021). Notitie zorgcoöperaties - Maart 2021. Verkregen van <https://www.cooperatie.nl/wp-content/uploads/2021/03/Notitie-zorgcooperaties-DEF.pdf> op 3 maart 2022
- NLvoorelkaar (2021), Trendrapport vrijwillige inzet 2021. Beschikbaar via <https://zakelijk.nlvoorelkaar.nl/8000-trends-vrijwilligerswerk-2021/#trendrapport>
- Siegrist, J., Von dem Knesebeck, O., & Pollack, C. E. (2004). Social productivity and well-being of older people: A sociological exploration. *Social Theory & Health*, 2 (1), 1-17
- Silva, F., Proença, T., & Ferreira, M. R. (2018). Volunteers' perspective on online volunteering – a qualitative approach. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 15 (4), 531-552
- van Daal, H. J. (1990). Vrijwilligerswerk en informele hulp in Nederland. Den Haag: NIMAWO
- van Zoest, F., van Schaijk, R., & van der Heijden, N. (2021). Monitor zorgzame gemeenschappen. Verkregen van <https://nlzve.mett.nl/helpdesk/kennisbank/HandlerDownloadFiles.ashx?idnv=2138364> op 3 maart 2022

DEEL B

INLEIDING

In het eerste deel van *Geven in Nederland 2022* zijn de bronnen van filantropische bijdragen (geld, goederen en vrijwilligerswerk) in kaart gebracht. In dit tweede deel wordt weergegeven wat maatschappelijke doelen aan vrijwillige tijd, geld en/of goederen ontvangen van huishoudens, uit nalatenschappen, van fondsen, van bedrijven en van de goededoelenloterijen. Aan elk van deze maatschappelijke doelen is een hoofdstuk gewijd. Het betreft acht doelen:

- Kerk en levensbeschouwing
- Gezondheid
- Internationale hulp
- Milieu, natuur en dieren
- Onderwijs en onderzoek
- Cultuur
- Sport en recreatie
- Maatschappelijke en sociale doelen in Nederland

De acht hoofdstukken bestaan elk uit drie paragrafen:

1. *Cijfers per doel.* We beginnen elk hoofdstuk met de belangrijkste trends in het geefgedrag per doel en per bron tussen 1997–2020.
2. *Profiel van huishoudens die geven per doel.* In deze paragraaf besteden we aandacht aan vragen als: Welke huishoudens geven aan dit doel? Welke huishoudens geven meer aan dit doel? Welke mensen doen vrijwilligerswerk voor dit doel?
3. *Gemeentelijke overheid en filantropie/maatschappelijk initiatief.* In deze paragraaf bespreken we voorbeelden van samenwerkingsprojecten tussen lokale overheid en filantropische organisaties en maatschappelijk initiatief.

Omdat cijfers van *Geven in Nederland* sinds 1997 beschikbaar zijn is te zien welke maatschappelijke doelen het meest ontvangen, welke het minst en of er veranderingen in de rangorde van doelen is opgetreden. Voor elk maatschappelijk doel beschrijven we hoeveel het doel van welke bron ontvangt. Aan welk doel geven huishoudens het meest; welk doel is voor bedrijven in 2020 favoriet? Bij alle cijfers worden ook trends weergegeven: welke doelen zitten in de lift; bij welke bronnen tekent zich een neerwaartse trend af? Groeit bijvoorbeeld het aantal filantropische initiatieven nu armoede, schuldhelpverlening en armoedebestrijding aandacht krijgen? Nemen ook bijdragen aan milieu toe vanwege het vraagstuk van klimaatverandering? En is gezondheid een belangrijker doel geworden nu gezondheid met de coronapandemie langdurig in de schijnwerpers is komen te staan?

AUTEURS

Theo Schuyt

Stephanie Koolen-Maas

Barbara Gouwenberg

René Bekkers

Claire van Teunenbroek

Arjen de Wit

Dick de Gilder

Annemijn Nijdam

(Rijks)overheid en filantropie/maatschappelijk initiatief

Voor alle maatschappelijke doelen geldt dat ze in Nederland grotendeels samenvallen met beleidsterreinen van ministeries, provincies en gemeenten waarbij de overheid beleidsmatig en financieel een belangrijke rol speelt. Soms samen met het maatschappelijk initiatief, bijvoorbeeld in het geval van natuurbehoud of van ontwikkelingssamenwerking. Het is voor de overheid relevant kennis te hebben wat de filantropische bijdragen (in geld, maar ook in tijd) inhouden, welke trends zich voordoen en om welke filantropische bronnen en maatschappelijke inzet het gaat. Hetzelfde geldt voor de goededoelenorganisaties; voor hen is het minstens zo belangrijk te weten hoe het maatschappelijk draagvlak voor hun initiatief ervoor staat.

Mede door COVID-19 is de overheid zich meer dan ooit bewust geworden dat maatschappelijk initiatief en maatschappelijke betrokkenheid onmisbaar zijn. De VNG-commissie onder voorzitterschap van burgemeester Depla van Breda meldt onder andere in haar advies 'Sociaal sterker de crisis uit' (p.12):

'Overweeg nieuwe vormen van financiering waarbij inwoners eigenaar zijn. Wees voorbereid op financiële schaarste en koppel dat aan nieuwe vormen van veerkracht en eigenaarschap door te kiezen voor een sociaal financieringsmodel van overheid, markt én particulier initiatief. Laat bedrijfsleven maar vooral particuliere inwoners een 'aandeel' hebben in bibliotheken, buurthuizen, zwembaden, theaters of zorgorganisaties.'

Het is een beleidsvoornemen dat eerder door het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) bij haar cultuurbeleid vorm heeft gekregen: in de tijd van de bezuinigingen op cultuur werd gepleit voor méér cultureel ondernemerschap (markt) en méér vrienden- en steunstichtingen (filantropie/maatschappelijk initiatief). Deze ontwikkelingen stellen overheden wel voor de vraag 'Hoe met maatschappelijk initiatief en filantropische bijdragen om te gaan?'

In voorgaande edities van Geven in Nederland werden in de afsluitende paragraaf van elk hoofdstuk uit Deel B projecten en beleid beschreven waar ministeries samenwerkten met maatschappelijk initiatief. Door de groei van lokale burgerinitiatieven enerzijds en anderzijds door urgente vraagstukken zoals tweedeling, polarisatie en vluchtelingenstromen – die vooral op lokaal niveau voelbaar en zichtbaar worden – is ervoor gekozen in de huidige editie lokale voorbeelden op te nemen. Gezocht is naar projecten waarin gemeenten met lokaal maatschappelijk initiatief samenwerken. Steeds meer vraagstukken die zich op lokaal niveau aandienen zijn te veelomvattend om volledig zelfstandig door gemeenten op te lossen. Kort gezegd: gemeenten gaan het niet alleen redden. Dit betekent wel andere rollen voor alle betrokken partijen: van de lokale overheden, maar ook van het lokale bedrijfsleven en van het lokale maatschappelijk initiatief.

De keuze om in deze editie naar praktijkvoorbeelden op lokaal niveau te kijken is op instigatie van het coördinerende ministerie van Justitie en Veiligheid (JenV) gemaakt. De projecten zijn aangereikt door de VNG, door het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK) en door de Maatschappelijke Klankbordgroep van Geven in Nederland.

Rangorde van begunstigde doelen

Eerst volgt traditiegetrouw de weergave van de rangorde van begunstigde maatschappelijke doelen over de periode 1997–2020. Wat laat ons onderzoek zien over de begunstigde doelen in Nederland? Welke doelen zitten in de lift en welke doelen ontvangen juist steeds minder giften? In tabel 1 geven we een overzicht van de bijdragen die de begunstigde

doelen hebben ontvangen over de periode 1997–2020. De rangorde van de doelen in het desbetreffende jaar geven we aan tussen haakjes. In 2020 is het meest begunstigde doel gezondheid, dat ruim € 1 miljard ontving. Dit doel staat nu boven kerk en levensbeschouwing, internationale hulp en maatschappelijke en sociale doelen, die respectievelijk als tweede, derde en vierde doel eindigen met bedragen tussen € 717 en € 775 miljoen. De bedragen die deze drie doelen ontvangen zijn de afgelopen jaren dicht bij elkaar komen te liggen. Als vijfde eindigen milieu, natuur en dieren met € 581 miljoen. Sport en recreatie staan op de zesde plaats met € 516 miljoen. Cultuur bezet de zevende plaats met € 401 miljoen. Onderwijs en onderzoek ten slotte ontvangt het laagste bedrag: € 268 miljoen.

Tabel 1: Gezondheid is al meer dan tien jaar aan een opmars bezig^{a b}

De begunstigde doelen in tijdsperspectief, 1997–2020 (in € miljoenen)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*	2020**
Kerk en levensbeschouwing	685 (1)	650 (3)	885 (1)	1.099 (1)	903 (1)	1.001 (1)	892 (1)	811 (1)	977 (1)	1.088 (1)	997 (1)	838 (3)	775 (2)
Gezondheid	339 (4)	732 (1)	444 (4)	633 (3)	505 (5)	461 (5)	621 (3)	469 (5)	531 (5)	678 (3)	731 (3)	971 (1)	1.042 (1)
Internationale hulp	382 (3)	665 (2)	613 (3)	537 (6)	853 (2)	585 (3)	591 (4)	584 (3)	598 (2)	716 (2)	759 (2)	842 (2)	763 (3)
Milieu, natuur en dieren	218 (6)	357 (6)	277 (7)	338 (7)	385 (6)	375 (7)	439 (7)	379 (6)	359 (6)	487 (6)	468 (7)	614 (5)	581 (5)
Onderwijs en onderzoek	92 (8)	240 (7)	131 (8)	309 (8)	283 (8)	295 (8)	285 (8)	150 (8)	208 (8)	190 (8)	204 (8)	284 (8)	268 (8)
Cultuur	95 (7)	174 (8)	340 (6)	614 (4)	332 (7)	386 (6)	453 (6)	293 (7)	284 (7)	385 (7)	539 (5)	411 (7)	401 (7)
Sport en recreatie	418 (2)	605 (4)	696 (2)	937 (2)	691 (3)	687 (2)	715 (2)	702 (2)	555 (3)	506 (5)	511 (6)	597 (6)	516 (6)
Maatschappelijke en sociale doelen	287 (5)	470 (5)	403 (5)	580 (5)	538 (4)	554 (4)	460 (5)	525 (4)	542 (4)	584 (4)	563 (4)	642 (4)	717 (4)
Overig (niet gespecificeerd)	53 (-)	62 (-)	171 (-)	232 (-)	231 (-)	216 (-)	251 (-)	350 (-)	321 (-)	570 (-)	541 (-)	309 (-)	521 (-)
Totaal^c	2.570	3.955	3.962	5.279	4.722	4.560	4.707	4.262	4.374	5.204	5.313	5.508	5.584

^a De cijfers tussen haakjes geven de rangorde aan

^b Vanwege toegepaste correcties verschillen deze cijfers van de cijfers in voorgaande edities van Geven in Nederland

^c De totaalcijfers kunnen als gevolg van afrondingen iets afwijken met de totaalcijfers in andere tabellen

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

** Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Gezondheid is al meer dan tien jaar aan een opmars bezig. Het doel is van de vijfde plek in 2011 gestegen naar de topospositie in 2018 en heeft die plek in 2020 vastgehouden. In 2020 is gezondheid samen met maatschappelijke en sociale doelen het enige doel dat een stijging laat zien. De bedragen die naar de andere doelen gaan zijn sinds 2018 gedaald. Vanaf 2015 zien we een duidelijke daling van het bedrag dat kerk en levensbeschouwing ontvangt, en een stijging van het bedrag dat naar maatschappelijke en sociale doelen gaat. Deze twee bewegingen zijn geen communicerende vaten: de daling bij kerk en levensbeschouwing

is met € 222 miljoen veel groter dan de stijging van € 154 miljoen bij maatschappelijke en sociale doelen over dezelfde periode. Over de hele periode is de stijging van de bijdragen aan cultuur het grootst: zij zijn sinds 1997 meer dan verviervoudigd. De bijdragen aan gezondheid zijn verdrievoudigd.

Bronnen en doelen in 2020

Wat zijn de meest begunstigde doelen voor huishoudens, nalatenschappen, fondsen, bedrijven en goededoelenloterijen in 2020? Tabel 2 geeft weer hoeveel de verschillende doelen ontvangen van de verschillende bronnen in 2020.

Tabel 2: Iedere bron zijn eigen favoriete doel

Totaalbedrag goede doelen waar huishoudens, individuen (nalatenschappen), fondsen (zowel geldwervende fondsen als vermogensfondsen), bedrijven en kansspelen aan geven, 2020 (in € miljoenen)

Doelen waaraan gegeven wordt	Huishoudens ^a	Nalatenschappen	Fondsen ^b			Bedrijven	Kansspelen	Totaal	%
			Uit de opbrengst van het vermogen						
	Geld en goederen		GWF	VF	Totaal	Giften en sponsoring			
Kerk en levensbeschouwing	574	12	1	7	8	181	-	775	14
Gezondheid	440	128	7	29	36	395	43	1.042	19
Internationale hulp	294	108	7	54	61	174	126	763	14
Milieu, natuur en dieren	233	70	11	10	21	147	110	581	10
Onderwijs en onderzoek	21	0	37	22	59	188	-	268	5
Cultuur	75	26	26	40	66	145	89	401	7
Sport en recreatie	55	-	-	3	3	387	71	516	9
Maatschappelijke en sociale doelen	246	45	27	96	123	186	117	717	13
Overig (niet gespecificeerd)	136	-	-	14	14	355	18	521	9
Totaal^c	2.073	388	115	275	391	2.167	572	5.584	100

^a Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

^b GWF = geldwervende fondsen, VF = vermogensfondsen (de bijdrage van geldwervende fondsen en vermogensfondsen (€ 391 miljoen) bestaat om dubbelrekeningen te voorkomen alleen uit de 'opbrengsten van het vermogen')

^c De cijfers van huishoudens en bedrijven betreffen gegeneraliseerde bedragen. Met andere woorden: er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. We benadrukken dat door het ontbreken van een volledig steekproefkader het onmogelijk is generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen en nalatenschappen

Iedere bron zijn eigen favoriete doel

Iedere filantropische bron heeft zijn eigen favoriete doel. Zo geven huishoudens het meest aan kerk en levensbeschouwing. Nalatenschappen komen vooral ten goede aan goededoelenorganisaties die actief zijn op het terrein van gezondheid. Bijdragen van bedrijven gaan ook voor een groot deel naar gezondheid, met sport en recreatie als tweede daar vlak achter. Geldwervende fondsen geven uit de opbrengst van het vermogen het meest aan onderwijs en onderzoek. Vermogensfondsen geven uit de opbrengst van het vermogen het meest aan maatschappelijke en sociale doelen. En goededoelenorganisaties op het gebied van internationale hulp ontvangen de meeste bijdragen vanuit de kansspelen.

Doelen van giften van huishoudens in 2020

Hoe ziet het geefgedrag van huishoudens eruit? Aan welke doelen geven zij het vaakst en het meest en aan welke doelen wordt er minder gegeven? Tabel 3 geeft weer hoeveel huishoudens geven in de vorm van geld en goederen aan de verschillende doelen. De belangrijkste conclusies zijn de volgende. De hoogste bedragen die huishoudens geven gaan naar kerk en levensbeschouwing. Het hoge totaalbedrag aan bijdragen aan kerk en levensbeschouwing komt van slechts een vijfde van de huishoudens, die gemiddeld € 383 geven. Milieu en natuur ontvangen lage bedragen per huishouden. Het meest populaire doel voor huishoudens is gezondheid, waar meer dan de helft van de huishoudens aan geeft. Huishoudens geven niet vaak aan cultuur, sport en recreatie en onderwijs en onderzoek. Elk van deze doelen ontvangt bijdragen van minder dan een op de tien huishoudens.

Tabel 3: De meeste huishoudens geven aan gezondheid, maar de grootste bedragen gaan naar kerk en levensbeschouwing.

Geld en goederen per doel door huishoudens, gemiddeld gegeven bedrag onder de gevers en het percentage gevers, 2020

	Percentage dat geeft	Gemiddeld bedrag	Totaalbedrag aan giften (in € miljoenen)
Kerk en levensbeschouwing	19	383	574
Gezondheid	53	104	440
Internationale hulp	31	110	294
Milieu	12	41	40
Natuur	28	41	90
Dieren	20	64	102
Onderwijs en onderzoek	5	57	21
Cultuur	10	93	75
Sport en recreatie	8	100	55
Maatschappelijke en sociale doelen	27	137	246
Overig (niet gespecificeerd)	13	160	136
Totaal	73	360	2.073

In de analyses per doel die volgen in de hoofdstukken 7 tot en met 14 is een interessant patroon te zien. Voor gezondheid, milieu, natuur en dieren, cultuur, maatschappelijke en sociale doelen en sport en recreatie zien we dat het percentage van de huishoudens dat geeft aan deze doelen in 2020 lager ligt dan in 2018. Tegelijkertijd zien we dat de huishoudens die geven aan deze doelen hogere bedragen geven. Door de stijging van het jaarlijkse donatiebedrag is de totale waarde van de bijdragen aan deze doelen redelijk op peil

gebleven. Voor drie doelen zien we een ander patroon. Bij kerk en levensbeschouwing en internationale hulp zien we dat niet alleen het percentage van de huishoudens dat geeft daalt, maar ook de waarde van de giften van geld en goederen die donerende huishoudens geven. Bij sport en recreatie ten slotte is het percentage van de huishoudens dat geeft ongeveer hetzelfde gebleven, maar is de waarde van de bijdragen van donerende huishoudens gedaald.

In voorgaande edities konden we de waarde van de bijdragen van geld en goederen van elkaar onderscheiden. In de huidige editie kunnen we dat niet, omdat de gegevens van het CBS niet uitgesplitst zijn. Op basis van de gegevens van Kantar Public kunnen we zien dat de schattingen voor de gehele bevolking sterk lijken op de trends binnen huishoudens met een Nederlandse herkomst. In de methodologische verantwoording (zie hoofdstuk 15 Methodologische verantwoording) gaan we hier nader op in.

7. KERK EN LEVENSBESCHOUWING

7.1 Cijfers

Tabel 7.1

Bijdragen aan kerk en levensbeschouwing, 1997–2020 (in € miljoenen)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*	2020**
Huishoudens	656	589	829	1025	835	898	826	743	787	710	619	755	574
Nalaten-schappen	3	5	5	4	4	5	4	6	7	7	7	6	12
Fondsen ^a	1	3	2	3	4	12	7	5	6	3	3	4	8
Bedrijven	25	53	49	67	60	86	55	57	177	367	367	73	181
Kansspelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Totaal	685	650	885	1099	903	1.001	892	811	977	1.088	997	838	775

Vanwege toegepaste correcties verschillen deze cijfers van de cijfers in voorgaande edities van Geven in Nederland

De cijfers van huishoudens en bedrijven betreffen gegeneraliseerde bedragen. Met andere woorden: er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. We benadrukken dat door het ontbreken van een volledig steekproefkader het onmogelijk is generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen en nalatenschappen.

^a De cijfers zijn een optelsom van de bijdragen aan kerk en levensbeschouwing uit de opbrengsten van het vermogen van vermogensfondsen (n = 9 in 2020) en geldwerende fondsen (n = 12 in 2020). Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd per doel te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997–2020 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

** Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Tabel 7.2

Bijdragen aan kerk en levensbeschouwing, 1997–2020 (in %)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*	2020**
Huishoudens	96	91	94	93	92	90	93	92	81	65	62	90	74
Nalaten-schappen	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	2
Fondsen	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1
Bedrijven	4	8	6	6	7	9	6	7	18	34	37	9	23
Kansspelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Totaal^a	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

^a Als gevolg van afrondingen tellen niet alle percentages op tot 100%

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

** Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Geven door huishoudens

De bijdragen van huishoudens aan kerk en levensbeschouwing zijn van 2018 tot 2020 sterk gedaald, en uitgekomen op € 574 miljoen. Dit is een afname van ongeveer een kwart ten opzichte van 2018, toen het bedrag nog op € 755 miljoen lag. De daling in het totaalbedrag is niet alleen tot stand gekomen door een afname van het percentage van de huishoudens dat geeft aan dit doel, maar ook door een afname in het bedrag dat huishoudens die geven doneren. Dit is een trendbreuk. Al jaren neemt het percentage van de huishoudens dat geld of goederen doneert aan kerk en levensbeschouwing af. Deze daling houdt gelijke tred met de afname in het lidmaatschap van kerken in Nederland. Het percentage van de huishoudens dat geeft aan dit doel is de afgelopen jaren verder gedaald, van 22% in 2018 naar 19% in 2020. Tot 2018 werd de afname van het percentage van huishoudens dat geeft aan kerk en levensbeschouwing niet zichtbaar in het totaalbedrag dat dit doel van huishoudens ontving, omdat de steeds kleiner wordende groep huishoudens die nog betrokken was bij kerken steeds hogere bedragen gaf (Bekkers, 2007; 2013: 36–37). De krimpende kern van religieus betrokken Nederland werd steeds vrijgevinger. De afgelopen jaren is die trend gekeerd. Sinds 2018 is het bedrag dat huishoudens die geven aan kerk en levensbeschouwing afgenomen. In 2018 lag dat bedrag op € 440 per huishouden dat geeft, in 2020 op € 383. Dit is een afname van 13%. Hiermee is een nieuwe situatie ontstaan, waarin de huishoudens die geven aan kerk en levensbeschouwing niet alleen een steeds kleinere minderheid zijn geworden, maar ook minder zijn gaan geven.

Nalatenschappen

Goededoelenorganisaties actief op het gebied van kerk en levensbeschouwing ontvingen in 2020 € 12 miljoen aan nalatenschappen (CBF-database, februari 2022). De financiële gegevens in de cijfers van het CBF komen uit de aangeleverde jaarverslagen van goededoelenorganisaties, veelal met CBF-erkenning. Niet alle goededoelenorganisaties (zonder CBF-erkenning) sturen hun jaarverslag naar het CBF, waardoor de cijfers van het CBF geen volledig beeld geven van wat er aan nalatenschappen in Nederland omgaat. Zo vallen religieuze instellingen zoals kerken en congregaties veelal buiten de gegevens van het CBF. Kerkgenootschappen werven bijvoorbeeld geen gelden buiten de eigen leden waardoor zij niet door het CBF erkend worden.

De cijfers van het CBF bevatten de financiële gegevens van 38 goededoelenorganisaties actief op het terrein van kerk en levensbeschouwing. 25 goededoelenorganisaties hiervan ontvingen inkomsten uit nalatenschappen in 2020. De nalatenschappen bekend bij het CBF aan goededoelenorganisaties actief op het terrein van kerk en levensbeschouwing zijn naar alle waarschijnlijkheid niet representatief voor de gehele sector. De € 12 miljoen aan inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF dienen dan ook als een absolute ondergrens gezien te worden voor de omvang van nalatenschappen aan kerk en levensbeschouwing.

Fondsen

De cijfers van fondsen zijn een optelsom van de bijdragen uit de opbrengsten van het vermogen van 137 vermogensfondsen en 210 fondsenwervende instellingen. Van deze totale groep hebben 21 fondsen € 8 miljoen uit de opbrengst van het vermogen bijgedragen aan kerk en levensbeschouwelijke organisaties. Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997–2020 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen.

Bedrijven

Goededoelenorganisaties actief op het terrein van kerk en levensbeschouwing ontvingen in 2020 naar schatting € 181 miljoen in sponsoring en giften van Nederlandse bedrijven. Dit is een ongebruikelijk hoge schatting. Net als de piek in 2013 hebben enkele grote gevers

het beeld in 2020 enigszins scheefgetrokken en heeft waarschijnlijk een overschatting plaatsgevonden.

Naar schatting geven bedrijven goededoelenorganisaties actief op het terrein van kerk en levensbeschouwing € 144 miljoen in 2020; de overige € 38 miljoen komt voort uit sponsoring. De giften in 2020 zijn goed voor 18% van de totale schatting aan giften door Nederlandse bedrijven; sponsoring aan kerk en levensbeschouwing is 3% van de totale geschatte waarde aan sponsoring. Samen is de € 181 miljoen aan sponsoring en giften 8% van de totale geschatte waarde aan sponsoring en giften van het Nederlandse bedrijfsleven. De € 181 miljoen wordt voornamelijk in geld gesponsord of gegeven (73%). Onder de Nederlandse bedrijven sponsort 2% goede doelen op het gebied van kerk en levensbeschouwing; 5% van de bedrijven geeft aan kerk en levensbeschouwing.

Kansspelen

Kerken en levensbeschouwelijke organisaties ontvangen (nagenoeg) geen inkomsten vanuit de kansspelen.

7.2 Welke huishoudens geven aan kerk en levensbeschouwing?

Onderstaande resultaten zijn gebaseerd op een multipele regressieanalyse. De verbanden die worden beschreven zijn gecontroleerd voor de andere variabelen in het model. Zij blijven overeind als de respondenten op alle andere kenmerken die in de analyse zijn opgenomen hetzelfde zijn.

Wie geeft?

Wat is kenmerkend voor mensen die geld en/of goederen geven aan kerk en levensbeschouwing? Ten eerste, en wellicht niet zo verwonderlijk, zijn gevers op het gebied van kerk en levensbeschouwing vaker religieus en bezoeken zij vaker de kerk, tempel, moskee of synagoge. Andere kenmerken van de gevers op dit gebied zijn het hebben van een wo-opleiding en het hebben van een gemiddeld huishoudinkomen. Verder zien we dat huishoudens die geven aan kerk en levensbeschouwing minder vaak actief zijn via sociale media.

Wie geeft hogere bedragen?

Als we kijken naar de groep die geeft aan kerk en levensbeschouwing, wat is dan kenmerkend voor de hoogte van de bedragen? Ofwel: wie geeft er meer op dit terrein? Allereerst wordt er meer gegeven aan kerk en levensbeschouwing naarmate men vaker naar de kerk, tempel, moskee of synagoge gaat. Verder zien we dat mensen die behoren tot een katholieke geloofsovertuiging hogere bedragen geven dan niet-gelovigen. Een ander kenmerk van de grotere gever op het gebied van kerk en levensbeschouwing is het hebben van een hoger huishoudinkomen. Huishoudens met een hoger inkomen geven meer dan huishoudens met een lager inkomen.

Wie doet vrijwilligerswerk?

In 2020-2021 deed 12% vrijwilligerswerk op het gebied van kerk en levensbeschouwing. Zoals men zou verwachten doen gelovigen en mensen die regelmatig de kerk, tempel, moskee of synagoge bezoeken vaker vrijwilligerswerk op dit gebied dan niet-gelovigen. Ook zijn getrouwde Nederlanders vaker vrijwilliger voor een kerkelijke of levensbeschouwelijke organisatie dan ongehuwden.

7.3 Gemeentelijke overheid en filantropie/ maatschappelijk initiatief

Kerken en levensbeschouwelijke organisaties in het algemeen hebben traditioneel een intermediaire functie waar het giften betreft. Zij zijn ontvangers en gevers tegelijk. Een deel van de giften die zij ontvangen is bedoeld voor de kerken zelf en hun organisatie en personeel en een ander deel wordt doorgegeven aan maatschappelijke doelen in binnen- en buitenland. Voor de islamitische instellingen geldt dat via sadaqah (liefdadigheid) en zakaat (verplicht percentage van het bezit) ook veel aan het eigen informele kerkelijke netwerk wordt gegeven.

Over de precieze verdeling van de giften aan kerk en levensbeschouwing zijn geen harde gegevens bekend, maar de schattingen liggen op 50% voor de kerken zelf en 50% voor maatschappelijke doelen in binnen- en buitenland. Behalve financieel intermediair zijn kerkgenootschappen kristallisatiepunten van vrijwilligerswerk. Levensbeschouwelijk en kerkelijk actief betekent maatschappelijk actief, zowel door het geven van geld als door het geven van tijd.

Project: Het Wereldhuis

De door levensbeschouwelijke instellingen begunstigde maatschappelijke doelen betreffen in Nederland met name armoede, uitsluiting, eenzaamheid, vluchtelingen, dakloosheid en illegaliteit. Wat te doen voor mensen zonder woon- of verblijfplaats?

De Lutherse diaconie heeft in samenwerking met de Protestantse Diaconie in 2008 het Wereldhuis in Amsterdam opgericht. Het is gevestigd in een statig pand vlak bij de Amstel, waar migranten zonder geldige papieren terecht kunnen: voor het ontvangen van noodhulp wanneer dit nodig is, maar ook voor informatie en ontmoeting. Het Wereldhuis is een plek waar ongedocumenteerden de ruimte hebben om even op adem te komen, om in de ontmoeting met anderen hun situatie en hun perspectieven te overdenken. Er wordt informatie gegeven over basisrechten zoals de toegang tot gezondheidszorg en onderwijs verzorgd voor kinderen, naast taallessen, computerlessen en gezondheidsvoorlichting.

In het project Het Wereldhuis werken de gemeente Amsterdam en de Protestantse Diaconie samen. Dat is nodig omdat hier wettelijke regels en overheidsbeleid – mensen die geen statushouder zijn of kunnen worden, moeten naar het land van herkomst terugkeren – op gespannen voet komen te staan met principes van menselijkheid en mededogen. In haar beleid jegens dit project vindt de gemeente Amsterdam samen met de kerk ‘ruimte binnen regels’.

Goed contact en vertrouwen tussen de gemeente en deze kerkelijke organisatie zijn voorwaarden voor het creëren en benutten van wat in juridische termen ‘discretionaire ruimte’ wordt genoemd. Gezien de enorme aantallen van dak- en thuislozen en ongedocumenteerden heeft de inzet van levensbeschouwelijke en filantropische organisaties een enorme impact. Wat lokale overheden zelf niet kunnen en mogen in het verzachten van dit leed wordt door het maatschappelijk initiatief opgepakt door het bieden van hulp. Soortgelijke zorg voor behoeften van ongedocumenteerden wordt geleverd door filantropische vermogensfondsen zoals de Haëlla Stichting uit Den Haag. In steeds meer gemeenten zien wij dergelijke projecten van de grond komen.

Referenties

Bekkers, R. (2007). Secularisering en filantropie in de 21^e eeuw. In V. Kingma & M. H. D. van Leeuwen (red.), *Filantropie in Nederland: Voorbeelden uit de periode 1770–2020* (pp. 190–202). Amsterdam: Aksant.

Bekkers, R. (2013). *De maatschappelijke betekenis van filantropie*. Oratie Vrije Universiteit Amsterdam.

8. GEZONDHEID

8.1 Cijfers

Tabel 8.1

Bijdragen aan gezondheid, 1997-2020 (in € miljoenen)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*	2020**
Huishoudens	185	337	282	336	277	264	287	238	216	279	333	487	440
Nalatenschappen	62	99	79	64	59	78	69	81	76	99	99	101	128
Fondsen ^a	45	60	33	40	52	43	71	40	48	33	33	41	36
Bedrijven	47	36	50	169	89	47	161	73	155	229	229	304	395
Kansspelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	24	28	29	33	37	36	37	37	38	43
Totaal	339	732	444	633	505	461	621	469	531	678	731	971	1.042

Vanwege toegepaste correcties verschillen deze cijfers van de cijfers in voorgaande edities van Geven in Nederland

De cijfers van huishoudens en bedrijven betreffen gegeneraliseerde bedragen. Met andere woorden: er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. We benadrukken dat door het ontbreken van een volledig steekproefkader het onmogelijk is generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen en nalatenschappen

a De cijfers zijn een optelsom van de bijdragen aan gezondheid uit de opbrengsten van het vermogen van vermogensfondsen (n = 29 in 2020) en geldwervende fondsen (n = 36 in 2020). Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd per doel te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997-2020 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

** Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Tabel 8.2

Bijdragen aan gezondheid, 1997-2020 (in %)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*	2020**
Huishoudens	55	46	64	53	55	57	46	51	41	41	45	50	42
Nalatenschappen	18	14	18	10	12	17	11	17	14	15	14	10	12
Fondsen	13	8	7	6	10	9	11	9	9	5	5	4	3
Bedrijven	14	32	11	27	18	10	26	16	29	34	31	31	38
Kansspelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	4	6	6	5	8	7	5	5	4	4
Totaal ^a	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

^a Als gevolg van afrondingen tellen niet alle percentages op tot 100%

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

** Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Geven door huishoudens

Het totaalbedrag dat huishoudens vrijwillig bijdragen aan gezondheid in de vorm van geld en goederen ligt in 2020 op € 440 miljoen. Daarmee ligt het bedrag iets lager dan in 2018. Onder de oppervlakte blijkt dat het percentage van de huishoudens dat geeft aan gezondheid in 2020 (53%) een stuk lager ligt dan in 2018 (66%). De daling in het percentage van de huishoudens dat geeft aan gezondheid kan verklaard worden uit de anderhalve-metermaatregelen die de overheid heeft genomen om de verspreiding van COVID-19 in te dammen. Deze maatregelen hebben het voor fondsenwervende organisaties op het gebied van gezondheid moeilijker gemaakt om inkomsten te werven onder huishoudens. De gezondheidsfondsen in Nederland zijn sterk afhankelijk van inkomsten uit evenementen en collectes. Door de beperkende maatregelen konden veel evenementen niet doorgaan, zoals sportevenementen waarbij deelnemers sponsorbijdragen inzamelen. Ook veel huis-aan-huiscollectes gingen in 2020 niet door en de werving van structurele donateurs op straat en aan de deur was moeilijk. De grootste ontvangers van giften aan gezondheid zijn KWF Kankerbestrijding, de Hartstichting, Alzheimer Nederland en Nierstichting.

Het bedrag dat huishoudens geven die doelen op het gebied van gezondheid steunen ligt in 2020 met gemiddeld € 105 juist iets hoger dan in 2018 (gemiddeld € 100).

Op de langere termijn valt een verdere toename van de giften aan gezondheid te verwachten. Nu de beperkende maatregelen zijn opgeheven kunnen organisaties weer volop fondsen werven. Tegelijkertijd heeft de pandemie het belang van gezondheid als doel en in het bijzonder het belang van wetenschappelijk onderzoek en preventie duidelijk gemaakt. Dit zijn de kernactiviteiten van de gezondheidsfondsen. Uit de special blijkt dat huishoudens een groter deel van de giften aan gezondheid gaan besteden nadat zij levensgebeurtenissen meemaakten, zoals een ernstige ziekte van de partner.

Nalatenschappen

Op basis van de cijfers van het CBF ontvingen goededoelenorganisaties op het gebied van gezondheid in 2020 het grootste bedrag uit nalatenschappen bekend bij het CBF. Dit is een trend die sinds 2014 is ingezet. In 2020 ontvingen 40 goededoelenorganisaties in de sector gezondheid (inclusief medisch onderzoek) samen € 128 miljoen aan inkomsten uit nalatenschappen (CBF-database, februari 2022). Dit is 33% van alle inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF. Vier goededoelenorganisaties actief op het gebied van gezondheid staan in de top tien met de grootste inkomsten uit nalatenschappen: KWF Kankerbestrijding, Hartstichting, Nierstichting en Alzheimer Nederland. KWF Kankerbestrijding is de grootste ontvanger van inkomsten uit nalatenschappen met maar liefst € 54,8 miljoen. KWF Kankerbestrijding, Hartstichting, Nierstichting en Alzheimer Nederland zijn samen verantwoordelijk voor € 91,5 miljoen van de inkomsten uit nalatenschappen. Dit is goed voor 71% van de inkomsten uit nalatenschappen aan de sector gezondheid en voor bijna een vierde van de totale waarde aan inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF (24%).

Fondsen

De cijfers van fondsen zijn een optelsom van de bijdragen uit de opbrengsten van het vermogen van 137 vermogensfondsen en 210 fondsenwervende instellingen. Van deze totale groep hebben 65 fondsen € 36 miljoen uit de opbrengst van het vermogen bijgedragen aan gezondheid. Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997–2020 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen.

Bedrijven

Goededoelenorganisaties actief op het terrein van gezondheid ontvingen in 2020 naar

schatting € 395 miljoen in sponsoring en giften van Nederlandse bedrijven. De sector gezondheid is daarmee de grootste ontvanger van sponsoring en giften van het Nederlandse bedrijfsleven. In de vorige edities van Geven in Nederland was sport en recreatie de grootste ontvanger vanuit het bedrijfsleven. Sinds 2011 stijgen de totaalbedragen van giften en sponsoring aan goededoelenorganisaties door bedrijven aanzienlijk. Naar schatting geven bedrijven goededoelenorganisaties actief op het terrein van gezondheid: € 230 miljoen in 2020, een recordbedrag. Een mogelijke verklaring is de coronapandemie: deze had in 2020 een grote impact op de maatschappij en zette gezondheid en gezondheidszorg langdurig in de schijnwerpers. Gezondheid werd hierdoor een urgent en populair doel voor bedrijven. De overige € 166 miljoen komt voort uit sponsoring. De bijdragen van bedrijven aan gezondheid bestaan voornamelijk uit financiële middelen (74%). De giften in 2020 zijn goed voor 25% van de totale schatting aan giften door Nederlandse bedrijven; sponsoring aan gezondheid is 13% van de totale geschatte waarde aan sponsoring. Samen is de € 181 miljoen aan sponsoring en giften 18% van de totale geschatte waarde aan sponsoring en giften van het Nederlandse bedrijfsleven. 7% van de bedrijven sponsort en 8% van de bedrijven geeft aan goededoelenorganisaties actief op het terrein van gezondheid.

Kansspelen

De inkomsten die gezondheidsdoelen uit de kansspelen ontvangen, zijn in 2020 ten opzichte van 2018 licht gestegen, van € 38 miljoen naar € 43 miljoen. Doelen op het terrein van gezondheid kunnen met name rekenen op bijdragen vanuit de VriendenLoterij (€ 27 miljoen), de Lotto (€ 7 miljoen) en de eigen loterij van KWF Kankerbestrijding (€ 9 miljoen).

8.2 Welke huishoudens geven aan gezondheid?

Onderstaande resultaten zijn gebaseerd op een multipele regressieanalyse. De verbanden die worden beschreven zijn gecontroleerd voor de andere variabelen in het model. Zij blijven overeind als de respondenten op alle andere kenmerken die in de analyse zijn opgenomen hetzelfde zijn.

Wie geeft?

Welke kenmerken zijn bepalend voor het geven van geld en/of goederen aan goededoelenorganisaties op het gebied van gezondheid? Ten eerste geven huishoudens met kinderen vaker aan een goed doel op het gebied van gezondheid dan mensen zonder kinderen in het huishouden. Mensen boven de 30 jaar oud geven minder vaak aan gezondheidsdoelen dan jongeren tussen de 20 en 30 jaar oud. De financiële situatie van een huishouden lijkt ook samen te hangen met het geven aan goededoelenorganisaties op het gebied van gezondheid. Hoe hoger het huishoudinkomen, hoe vaker men geeft. Verder zijn gevers vaker actief via sociale media, zijn zij vaker vrouw, werkzaam en katholiek dan niet-gevers.

Wie geeft hogere bedragen?

Wat zijn de kenmerken van de grotere gevers op het gebied van gezondheid? Ondanks dat vrouwen vaker geven aan gezondheid, geven mannen hogere bedragen aan gezondheid dan vrouwen. Ook blijkt er een positief verband te bestaan tussen opleidingsniveau en de hoogte van de gift aan gezondheid en tussen huishoudinkomen en de hoogte van de gift aan dit doel. Leeftijd lijkt geen effect te hebben op de bedragen gegeven aan gezondheid.

Wie doet vrijwilligerswerk?

In 2020–2021 deed 7% vrijwilligerswerk op het gebied van verzorging en verpleging. Dit zijn relatief veel vrouwen. Ook protestantse Nederlanders doen relatief vaak vrijwilligerswerk in de verzorging en verpleging. Het gaat bijvoorbeeld om bejaardenzorg, kinderopvang, kruiswerk, zieken bezoeken, collecteren voor gezondheidsorganisaties, welzijnswork in het ziekenhuis of assisteren bij stervensbegeleiding.

8.3 Gemeentelijke overheid en filantropie/ maatschappelijk initiatief

Project: Austerlitz Zorgt

Het project Austerlitz Zorgt is een burgerinitiatief waaraan de lokale overheid bijdraagt middels subsidie, Wmo-diensten en bouw- en woonvergunningen. Het project wordt door bewoners zelf gedragen die daarvoor eind 2012 een coöperatie hebben opgericht onder de naam Austerlitz Zorgt.

De coöperatie heeft tot doel het voor de oudere inwoners van Austerlitz mogelijk te maken zo lang mogelijk zo zelfstandig mogelijk in het dorp te blijven wonen. Austerlitz Zorgt organiseert de nodige steun, zorg en hulp voor ouderen en andere zorgbehoeftigen in het dorp. De aanpak is dat Austerlitz Zorgt via een loket alle ondersteuning en basiszorg voor de oudere inwoners van het dorp organiseert en regelt. Er is een Dorpsteam, waar ouderen met alle vragen terecht kunnen. De coöperatie huurt een professionele ‘dorpsondersteuner’ in die fungeert als spin in het web en vrijwilligersdiensten en professionele hulp coördineert. De professional is ook het Wmo-loket voor de inwoners. Ruim 40% van de inwoners is lid van de zorgcoöperatie, die ondersteund wordt door 100 vrijwilligers. Ook is er nauwe samenwerking met de woningbouwvereniging, de gemeente en door de eigen woonstichting Nu Voor Straks zijn 25 zorgwoningen gerealiseerd.

De coöperatie is kleinschalig. Mede op basis van de ervaringen van Austerlitz Zorgt is in 2017 een helpdesk van het landelijk netwerk van burgerinitiatieven Nederland Zorgt Voor Elkaar opgericht, waar belangstellenden voor alle vragen en ondersteuning terecht kunnen (www.nlzorgtvoorelkaar.nl/helpdesk).

9. INTERNATIONALE HULP

9.1 Cijfers

Tabel 9.1

Bijdragen aan internationale hulp, 1997–2020 (in € miljoenen)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*	2020**
Huishoudens	312	452	438	361	542	298	284	283	305	337	380	394	294
Nalatenschappen	24	29	47	43	65	81	80	93	80	87	87	96	108
Fondsen ^a	26	71	82	17	12	17	54	25	31	49	49	45	61
Bedrijven	20	113	46	37	168	95	77	66	67	106	160	177	174
Kansspelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	79	88	94	96	117	115	137	137	130	126
Totaal	382	665	613	537	853	585	591	584	598	716	759	842	763

Vanwege toegepaste correcties verschillen deze cijfers van de cijfers in voorgaande edities van Geven in Nederland

De cijfers van huishoudens en bedrijven betreffen gegeneraliseerde bedragen. Met andere woorden: er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. We benadrukken dat door het ontbreken van een volledig steekproefkader het onmogelijk is generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen en nalatenschappen

a De cijfers zijn een optelsom van de bijdragen aan internationale hulp uit de opbrengsten van het vermogen van vermogensfondsen (n = 23 in 2020) en geldwervende fondsen (n = 62 in 2020). Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd per doel te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997–2020 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

** Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Tabel 9.2

Bijdragen aan internationale hulp, 1997–2020 (in %)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*	2020**
Huishoudens	82	68	71	67	61	51	48	48	51	47	50	47	39
Nalatenschappen	6	4	8	8	8	14	14	16	13	12	11	11	14
Fondsen	7	11	13	3	1	3	9	4	5	7	6	5	8
Bedrijven	5	17	7	7	20	16	13	11	11	15	14	21	23
Kansspelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	15	11	16	16	20	19	19	18	15	17
Totaal^a	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

a Als gevolg van afrondingen tellen niet alle percentages op tot 100%

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

** Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Bijdragen aan internationale hulp gaan naar organisaties zoals Artsen Zonder Grenzen, Unicef, het Rode Kruis, Oxfam Novib en Save the Children.

Geven door huishoudens

De giften van huishoudens aan internationale hulp zijn sinds 2018 sterk afgenomen. In 2018 ging het nog om een bedrag van € 394 miljoen, in 2020 om € 294 miljoen. Dit bedrag is inclusief de bijdragen aan de nationale actie voor slachtoffers van de explosie in de haven van Beiroet, die € 15 miljoen opbracht. De daling van de giften van huishoudens aan internationale hulp is flink: 26%. De afname is niet alleen te herleiden tot een daling van het percentage van de huishoudens dat geeft, maar ook tot een daling van het bedrag dat donerende huishoudens geven. In 2018 gaf 39% van de bevolking aan internationale hulp; in 2020 is dat gedaald naar 31%. Het gemiddelde bedrag dat donerende huishoudens gaven in 2018 was € 128. In 2020 is dit gemiddelde bedrag gedaald naar € 118.

Nalatenschappen

De cijfers van het CBF bevatten relatief veel goededoelenorganisaties actief op het terrein van internationale hulp met inkomsten uit nalatenschappen: 81 goededoelenorganisaties. Dit verklaart mede de hoogte van de totale inkomsten uit nalatenschappen aan deze sector. Vanaf 2003 zien we een stijging in de inkomsten uit nalatenschappen voor goededoelenorganisaties op het gebied van internationale hulp. Na een kleine daling in 2013 zet deze stijging door in 2020. In 2020 ontvingen goededoelenorganisaties in deze sector € 108 miljoen aan inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF (CBF-database, februari 2020). Deze € 108 miljoen is inclusief € 8 miljoen aan nalatenschappen ontvangen door Cordaid, die vooralsnog in de cijfers van het CBF ontbrak. Deze € 108 miljoen is goed voor 28% van de totale inkomsten uit nalatenschappen in 2020. Hiermee is internationale hulp het op een na grootste doel binnen het totaalbedrag aan nalatenschappen. In de top tien van goededoelenorganisaties met de grootste inkomsten uit nalatenschappen zitten twee goededoelenorganisaties actief op het terrein van internationale hulp: Rode Kruis en Artsen zonder Grenzen. Samen ontvangen zij € 36,6 miljoen aan nalatenschappen; dit is goed voor bijna een tiende van alle inkomsten uit nalatenschappen.

Fondsen

De cijfers van fondsen zijn een optelsom van de bijdragen uit de opbrengsten van het vermogen van 137 vermogensfondsen en 210 fondsenwervende instellingen. Van deze totale groep hebben 85 fondsen € 61 miljoen uit de opbrengst van het vermogen bijgedragen aan internationale hulp. Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997–2020 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen.

Bedrijven

Goededoelenorganisaties actief op het terrein van internationale hulp ontvingen in 2020 naar schatting € 174 miljoen in sponsoring en giften van Nederlandse bedrijven. Dit bedrag is een recordbedrag. Hiervan wordt ongeveer 65% in financiële middelen gegeven of gesponsord en 26% in tijd. Naar schatting geven bedrijven € 128 miljoen aan goededoelenorganisaties actief op het terrein van internationale hulp in 2020. De overige € 46 miljoen komt voort uit sponsoring. De giften in 2020 zijn goed voor 14% van de totale schatting aan giften door Nederlandse bedrijven; sponsoring aan internationale hulp is 4% van de totale geschatte waarde aan sponsoring. Samen is de € 174 miljoen aan sponsoring en giften aan dit doel 18% van de totale geschatte waarde aan sponsoring en giften van het Nederlandse bedrijfsleven. 4% van de bedrijven sponsort en 6% van de bedrijven geeft aan goededoelenorganisaties actief op het terrein van internationale hulp.

Kansspelen

Doelen op het terrein van internationale hulp ontvangen jaarlijks aanzienlijke bedragen vanuit de kansspelen (met name van de Nationale Postcode Loterij). Van de totale afdrachten van kansspelen aan goede doelen in 2020, € 574 miljoen, gaat € 122 miljoen naar organisaties op dit terrein.¹ Goededoelenloterijen vormen, naast giften van huishoudens, een belangrijke inkomstenbron voor organisaties op het gebied van internationale hulp. We zien echter een daling in de bijdragen aan doelen op het terrein van internationale hulp tussen 2015–2020, van € 137 miljoen naar € 122 miljoen.

De fluctuatie heeft met name te maken met de fluctuatie in de zogenaamde vrije ruimte (voor nieuwe schenkingen en extra schenkingen) van de Nationale Postcode Loterij. Deze vrije ruimte is overwegend vraaggestuurd. De meerjarige bijdragen aan partners van de Nationale Postcode Loterij zijn conform toezegging constant gebleven.

9.2 Welke huishoudens geven aan internationale hulp?

Onderstaande resultaten zijn gebaseerd op een multipele regressieanalyse. De verbanden die worden beschreven zijn gecontroleerd voor de andere variabelen in het model. Zij blijven overeind als de respondenten op alle andere kenmerken die in de analyse zijn opgenomen hetzelfde zijn.

Wie geeft?

Welke kenmerken zijn bepalend voor het geven van geld en/of goederen aan internationale hulp? Geven aan internationale hulp zien we terug onder een brede groep van gevers: zowel religieuze als niet-religieuze geven, ook het inkomen van het huishouden speelt geen rol bij de kans van geven. Wel zien we verschillen tussen mannen en vrouwen: vrouwen geven vaker dan mannen. Verder zien we dat hogeropgeleiden vaker geven dan lageropgeleiden, net als huishoudens met een koopwoning.

Wie geeft hogere bedragen?

Welke kenmerken zijn bepalend voor de hoogte van de gift aan internationale hulp? Net als bij de kans van geven zien we dat de kenmerken weinig bijdragen aan een verschil in het bedrag. Religieuze groepen geven niet hogere bedragen dan niet-religieuze groepen. We zien geen verschil tussen mannen en vrouwen. Mensen met een hogere leeftijd geven hogere bedragen, maar niet als we corrigeren voor socialemediagebruik. Het effect van sociale media is negatief: mensen die minder vaak gebruikmaken van sociale media geven hogere bedragen.

Wie doet vrijwilligerswerk?

Deze editie zijn we voor de vraagstelling omtrent vrijwilligerswerk overgestapt op de vraagstelling van het CBS (zie hoofdstuk “15. Methodologische verantwoording”). In de lijst met soorten organisaties waar mensen vrijwilligerswerk voor kunnen doen, worden geen organisaties op het terrein van internationale hulp genoemd.

¹ Exclusief Stichting DOEN: voor een goede vergelijking met voorgaande jaren is deze trendvergelijking gemaakt zonder Stichting DOEN. Aangezien Stichting DOEN, een van de beneficianten van de Goede Doelen Loterijen, actief is op meerdere sectoren, hebben we in voorgaande edities ervoor gekozen om apart te rapporteren over Stichting DOEN. Dit jaar hebben wij de bijdragen van Stichting DOEN wel over de sectoren van Geven in Nederland verdeeld omdat we zo beter zicht krijgen op de afdrachten vanuit de kansspelen per sector. Dat betekent € 126 miljoen voor internationale hulp in 2020, inclusief de bijdragen van Stichting Doen uit de Nationale Postcode Loterij.

9.3 Gemeentelijke overheid en filantropie/ maatschappelijk initiatief

We weten van het bestaande vluchtelingenwerk dat COA bij alle lokale opvangcentra veel steun krijgt van vrijwilligers. Maar ook fondsen zetten zich in.

Project: Stichting Nieuw Thuis Rotterdam

Het filantropisch vermogensfonds Stichting De Verre Bergen uit Rotterdam heeft in 2016 de Stichting Nieuw Thuis Rotterdam opgericht. De gemeente Rotterdam en het COA zijn partners van dit project. De Stichting zorgt voor zowel de huisvesting als de opzet en uitvoering van een integratieprogramma voor 200 Syrische gezinnen. Daartoe heeft Stichting De Verre Bergen voor hen woningen aangekocht. Dit verwerven van onroerend goed door het inzetten van een deel van het eigen vermogen in lijn met de doelstelling van het fonds noemt het fonds een ‘mission-related investment’.

Filantropische vermogensfondsen financieren hun bestedingen in de regel uit het dividend van het beschikbare vermogen; dit ‘mission-related investment’ gaat een stap verder door ook het eigen vermogen aan te wenden. Meerdere filantropische fondsen kiezen voor deze wijze van financieren, zoals bijvoorbeeld Fonds 1818 uit Den Haag, dat in een sociale onderneming annex jeugdwerkloosheidsproject investeert en het Elisabeth Strouven Fonds uit Maastricht, dat een historisch kasteel verworf in lijn met haar cultuurdoelstelling.

Project: Takecarebnb

De Stichting Takecarebnb koppelt in samenwerking met het COA statushouders in lokale azc's die nog geen woning hebben aan Nederlandse gastgezinnen die hun huis drie maanden openstellen voor een vluchteling. Dit draagt bij aan de integratie van vluchtelingen en draagt bij aan een sociale samenleving waarin iedereen meedoet. Zie www.takecarebnb.org.

10. MILIEU, NATUUR EN DIEREN

10.1 Cijfers

Tabel 10.1

Bijdragen aan milieu, natuur en dieren, 1997–2020 (in € miljoenen)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*	2020**
Huishoudens	131	177	160	183	187	174	182	191	152	228	209	263	233
Nalaten-schappen	17	42	52	32	30	38	47	42	43	48	48	45	70
Fondsen ^a	55	85	43	17	49	28	36	17	26	31	31	13	21
Bedrijven	15	53	22	39	39	61	85	34	47	98	98	172	147
Kansspelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	67	80	74	89	95	91	82	82	121	110
Totaal	218	357	277	338	385	375	439	379	359	487	468	614	581

Vanwege toegepaste correcties verschillen deze cijfers van de cijfers in voorgaande edities van Geven in Nederland

De cijfers van huishoudens en bedrijven betreffen gegeneraliseerde bedragen. Met andere woorden: er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. We benadrukken dat door het ontbreken van een volledig steekproefkader het onmogelijk is generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen en nalatenschappen

^a De cijfers zijn een optelsom van de bijdragen aan natuur, milieu en dieren uit de opbrengsten van het vermogen van vermogensfondsen (n = 16 in 2020) en geldwervende fondsen (n = 37 in 2020). Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd per doel te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997–2020 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

** Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Tabel 10.2

Bijdragen aan milieu, natuur en dieren, 1997–2020 (in %)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*	2020**
Huishoudens	60	50	58	54	49	46	41	50	42	47	45	43	40
Nalaten-schappen	8	12	19	9	8	10	11	11	12	10	10	7	12
Fondsen	25	24	16	5	13	7	8	4	7	6	7	2	4
Bedrijven	7	15	8	12	10	16	19	9	13	20	21	28	25
Kansspelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	20	21	20	20	25	25	17	18	20	19
Totaal^a	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

^a Als gevolg van afrondingen tellen niet alle percentages op tot 100%

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

** Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Bijdragen aan milieu, natuur en dieren komen ten goede aan organisaties zoals het WNF, Natuurmonumenten, Greenpeace en de Dierenbescherming.

Geven door huishoudens

Giften van huishoudens aan milieu, natuur en dieren zijn in 2020 licht gedaald, van € 263 miljoen naar € 233 miljoen. Onder de oppervlakte zien we tegenstrijdige ontwikkelingen: het percentage van de huishoudens dat geeft aan dit doel daalt, maar het bedrag per huishouden dat geeft stijgt. In 2020 geeft 39% van de huishoudens aan milieu, natuur en dieren, terwijl dat in 2018 nog 47% was. Het bedrag dat de huishoudens die aan dit doel geven jaarlijks bijdragen is gestegen van € 72 naar € 76.

Tabel 10.3

Giften aan milieu, natuur en dieren in 2020, uitgesplitst naar ontvangend doel

	Totaalbedrag in geld en goederen (in € miljoenen)	% huishoudens dat geld geeft	Gemiddeld bedrag (geld) ^a	% huishoudens dat goederen geeft	Gemiddeld bedrag (goederen) ^b
Milieu	40	15	41	1	36
Natuur	90	31	45	1	30
Dieren	103	26	40	3	34
Totaal	233	46	69	4	54

a Gemiddelde bedrag onder huishoudens die geld geven

b Gemiddelde bedrag onder huishoudens die goederen geven

Nalatenschappen

In 2020 ontvingen goededoelenorganisaties op het gebied van milieu, natuur en dieren € 70 miljoen uit nalatenschappen (CBF-database, februari 2022). Het aandeel van de inkomsten uit nalatenschappen aan goededoelenorganisaties op het gebied van milieu, natuur en dieren in de totale waarde aan nalatenschappen in 2020 is 18%. Met een waarde aan nalatenschappen van € 70 miljoen bereikt de sector een nieuwe piek in de inkomsten uit nalatenschappen; er is sprake van een stijging van € 18 miljoen vergeleken met de inkomsten uit nalatenschappen in deze sector in 2018 (€ 52 miljoen). De cijfers van het CBF bevatten de financiële gegevens van 117 goededoelenorganisaties in deze sector. Van deze goededoelenorganisaties ontvingen 52 organisaties inkomsten uit nalatenschappen in 2020. De Dierenbescherming en Natuurmonumenten zijn de twee grootste ontvangers van nalatenschappen in deze goededoelensector. Respectievelijk ontvingen zij € 12,7 miljoen en € 10,9 miljoen. Samen zijn zij goed voor een derde van de nalatenschappen bekend bij het CBF binnen de sector milieu, natuur en dieren en voor 6% van de totale inkomsten uit nalatenschappen.

Fondsen

De cijfers van fondsen zijn een optelsom van de bijdragen uit de opbrengsten van het vermogen van 137 vermogensfondsen en 210 fondsenwervende instellingen. Van deze totale groep hebben 53 fondsen € 21 miljoen uit de opbrengst van het vermogen bijgedragen aan milieu, natuur en dieren. Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997–2020 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen.

Bedrijven

Slechts 1% van de bedrijven geeft aan of sponsort goededoelenorganisaties op het gebied van milieu, natuur en dieren. Ondanks het feit dat een relatief klein deel van de bedrijven goededoelenorganisaties actief op het terrein van milieu, natuur en dieren ondersteunt met sponsoring en giften, ontvingen deze goededoelenorganisaties naar schatting in 2020 toch € 155 miljoen vanuit het Nederlandse bedrijfsleven. Dit is een daling van € 25 miljoen vergeleken met 2018, maar alsnog een hoger bedrag dan in andere voorgaande jaren. Deze € 155 miljoen is goed voor 7% van de totale geschatte waarde aan sponsoring en giften in 2020. Als we de € 155 miljoen opdelen in sponsoring en giften, dan is naar schatting € 101 miljoen gesponsord (8% van de totale geschatte waarde van sponsoring door bedrijven) en € 55 miljoen gegeven (6% van de totale geschatte giften door bedrijven). Van de € 155 miljoen bestaat bijna twee derde uit financiële ondersteuning; 28% zijn giften of sponsoring in de vorm van tijd.

Kansspelen

Doelen op het terrein van milieu, natuur en dieren ontvingen in 2020 in totaal € 95 miljoen² aan opdrachten vanuit de kansspelen, met name van de Nationale Postcode Loterij. Alhoewel de opdrachten aan doelen op dit terrein tussen 2011 en 2015 zijn gedaald, konden milieu-, natuur- en dierenorganisaties in 2018 op aanzienlijk meer steun rekenen (€ 121 miljoen). Tussen 2018 en 2020 zien we echter een daling in de opdrachten aan doelen op dit terrein. De fluctuatie heeft met name te maken met de fluctuatie in de zogenaamde vrije ruimte (voor nieuwe schenkingen en extra schenkingen) van de Nationale Postcode Loterij. Deze vrije ruimte is overwegend vraaggestuurd. De meerjarige bijdragen aan partners van de Nationale Postcode Loterij zijn conform toezegging constant gebleven.

10.2 Welke huishoudens geven aan milieu, natuur en dieren?

Onderstaande resultaten zijn gebaseerd op een multipele regressieanalyse. De verbanden die worden beschreven zijn gecontroleerd voor de andere variabelen in het model. Zij blijven overeind als de respondenten op alle andere kenmerken die in de analyse zijn opgenomen hetzelfde zijn.

Wie geeft?

Wie geven er geld en/of goederen op het terrein van milieu, natuur en dieren? We zien dat hoe hoger de opleiding en het huishoudinkomen is, hoe groter de kans is dat mensen geld en/of goederen geven op dit terrein. De kans van geven is hoger als mensen actief zijn via sociale media. De Dierenbescherming is zeer actief via sociale media en werft ook succesvol online via een eigen platform. Greenpeace is ook zeer actief via sociale media. Katholieke huishoudens geven minder vaak aan milieu, natuur en dieren dan niet-gelovige huishoudens. Het hebben van een eigen huis en een betaalde baan zijn ook positief gerelateerd aan de kans van geven.

Wie geeft hogere bedragen?

Wie zijn de grotere gevers aan goededoelenorganisaties die zich richten op milieu, natuur

² Exclusief Stichting DOEN: voor een goede vergelijking met voorgaande jaren is deze trendvergelijking gemaakt zonder Stichting DOEN. Aangezien Stichting DOEN, een van de beneficianten van de Goede Doelen Loterijen, actief is op meerdere sectoren, hebben we in voorgaande edities ervoor gekozen om apart te rapporteren over Stichting DOEN. Dit jaar hebben wij de bijdragen van Stichting DOEN wel over de sectoren van Geven in Nederland verdeeld omdat we zo beter zicht krijgen op de opdrachten vanuit de kansspelen per sector. Dat betekent € 110 miljoen voor milieu, natuur en dieren in 2020, inclusief de bijdragen van Stichting DOEN uit de Nationale Postcode Loterij.

en dieren? Onder de groep gevers die hogere bedragen doneren zijn mensen die een eigen huis hebben, een hoger huishoudinkomen hebben, en protestantse huishoudens. Sociale media is niet verbonden met het gegeven bedrag.

Wie doet vrijwilligerswerk?

Deze editie zijn we voor de vraagstelling omtrent vrijwilligerswerk overgestapt op de vraagstelling van het CBS (zie hoofdstuk 15 Methodologische verantwoording). In de lijst met soorten organisaties waar mensen vrijwilligerswerk voor kunnen doen, worden geen organisaties op het terrein van milieu, natuur en dieren genoemd.

10.3 Gemeentelijke overheid en filantropie/ maatschappelijk initiatief

Project: Eetbaar Ede

In Agenda Stad werken steden, maatschappelijke partners en de Rijksoverheid samen aan de bevordering van groei, leefbaarheid en innovatie in Nederland en Europese steden (<https://agendastad.nl>). City Deals zijn het concrete middel om de doelstelling van Agenda Stad te halen: het versterken van groei, innovatie en leefbaarheid in de Nederlandse steden. In City Deals worden samenwerkingsafspraken tussen steden, Rijk, andere overheden, bedrijven en maatschappelijke organisaties verankerd. Die deals moeten leiden tot innovatieve oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken en/of maatregelen bevatten om het economisch ecosysteem van de stedelijke regio(s) te versterken.

In de City Deal Gezonde en Duurzame Voedselomgeving zet de gemeente Ede zich in om een gezonde en duurzame keuze de gemakkelijke en vanzelfsprekende keuze te laten zijn, toegankelijk én betaalbaar voor iedereen. De gemeente wil de inwoners van de gemeente Ede kennis laten maken met lokaal, gezond en duurzaam voedsel. Eetbaar Ede faciliteert een netwerk waarin initiatieven op het terrein van lokale, gezonde en duurzame voeding elkaar ontmoeten en versterken. Resultaten zijn onder andere stadslandbouw en schoolmoestuinen. Dit project in Ede is een voorbeeld van een lokaal voedselnetwerk, tot stand gekomen door de inzet van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK), de gemeente Ede, lokaal maatschappelijk initiatief en ondernemers.

11. ONDERWIJS EN ONDERZOEK

11.1 Cijfers

Tabel 11.1

Bijdragen aan onderwijs en onderzoek, 1997–2020 (in € miljoenen)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*	2020**
Huishoudens	35	29	37	52	39	22	41	31	42	26	40	40	21
Nalaten- schappen ^a	n.v.t.	n.v.t.	0	0	0	0	0	0	0	5	5	2	0
Fondsen ^b	n.v.t.	6	5	12	12	19	12	25	18	18	18	23	59
Bedrijven	57	205	89	245	232	254	232	94	148	141	141	219	188
Kansspelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Totaal	92	240	131	309	283	295	285	150	208	190	204	284	268

Vanwege toegepaste correcties verschillen deze cijfers van de cijfers in voorgaande edities van Geven in Nederland

De cijfers van huishoudens en bedrijven betreffen gegeneraliseerde bedragen. Met andere woorden: er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. We benadrukken dat door het ontbreken van een volledig steekproefkader het onmogelijk is generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen en nalatenschappen

^a Deze cijfers zijn enkel gebaseerd op de CBF-database (februari 2022) en exclusief het aanvullend onderzoek onder fondsen van universiteiten en academische ziekenhuizen

^b De cijfers zijn een optelsom van de bijdragen aan onderwijs en onderzoek uit de opbrengsten van het vermogen van vermogensfondsen (n = 18 in 2020) en geldwerende fondsen (n = 3 in 2020). Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd per doel te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997–2020 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

** Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Tabel 11.2

Bijdragen aan onderwijs en onderzoek, 1997–2020 (in %)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*	2020**
Huishoudens	38	12	28	17	14	7	14	21	20	14	20	14	8
Nalaten- schappen	n.v.t.	n.v.t.	0	0	0	0	0	0	0	3	3	1	0
Fondsen	n.v.t.	3	4	4	4	6	4	17	9	9	9	8	22
Bedrijven	62	85	68	79	82	86	81	63	71	74	69	77	70
Kansspelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Totaal^a	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

^a Als gevolg van afrondingen tellen niet alle percentages op tot 100%

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

** Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Bijdragen aan onderwijs en onderzoek komen ten goede aan scholen, universiteiten, en wetenschappelijke instituten. Bijdragen voor medisch onderzoek zijn opgenomen in de categorie gezondheid.

Geven door huishoudens

De bijdragen van huishoudens aan onderwijs en onderzoek zijn in 2020 naar schatting € 21 miljoen. Dat bedrag is een stuk lager dan in 2018. Naar schatting geeft in 2020 5% van de huishoudens geld en/of goederen aan onderwijs en onderzoek, ter waarde van € 57 per huishouden dat geeft. In 2018 gaf 6% van de huishoudens een bijdrage van gemiddeld € 83.

Nalatenschappen

De financiële gegevens in de cijfers van het CBF komen uit de aangeleverde jaarverslagen van goededoelenorganisaties. Niet alle goededoelenorganisaties sturen hun jaarverslag naar het CBF, waardoor de cijfers van het CBF geen volledig beeld geven van wat er aan nalatenschappen in Nederland omgaat. Zo vallen onderwijsinstellingen veelal buiten de gegevens van het CBF. De cijfers van het CBF bevatten relatief weinig goededoelenorganisaties actief op het terrein van onderwijs en onderzoek. De CBF-database bevat de financiële gegevens over 2020 van 14 goededoelenorganisaties in de sector onderwijs en onderzoek. Volgens de cijfers van het CBF ontving de sector onderwijs en onderzoek € 0,2 miljoen aan inkomsten uit nalatenschappen (CBF-database, februari 2022). Dit bedrag komt uit een nalatenschap aan één organisatie: de Evangelische Hogeschool. De nalatenschappen aan onderwijs en onderzoek zijn daarnaast exclusief nalatenschappen voor medisch onderzoek. Goededoelenorganisaties actief op het terrein van medisch onderzoek vallen onder de sector gezondheid.

Fondsen

De cijfers van fondsen zijn een optelsom van de bijdragen uit de opbrengsten van het vermogen van 137 vermogensfondsen en 210 fondsenwervende instellingen. Van deze totale groep hebben 21 fondsen € 59 miljoen uit de opbrengst van het vermogen bijgedragen aan onderwijs en onderzoek. Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997–2020 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen.

Bedrijven

Naar schatting ontvingen goededoelenorganisaties actief op het terrein van onderwijs en onderzoek € 188 miljoen aan sponsoring en giften vanuit het Nederlandse bedrijfsleven. Dit is bijna een tiende van de totale geschatte waarde aan sponsoring en giften. De helft van de bijdragen in 2020 wordt gesponsord of gegeven in de vorm van tijd (52%). Zo'n 36% wordt in financiële middelen bijgedragen. Ook kunnen we de geschatte € 188 miljoen aan sponsoring en giften opdelen in € 62 miljoen in sponsoring en € 127 miljoen in giften. Dit betreft zo'n 10% van de totale geschatte waarde aan sponsoring door Nederlandse bedrijven en 7% van de totale geschatte waarde aan giften.

Zo'n 3% van de Nederlandse bedrijven sponsort goededoelenorganisaties actief in onderwijs en onderzoek, tegenover 2% van de bedrijven dat geeft. De sector kan daarmee rekenen op een klein aantal relatief grote gevers.

Kansspelen

De categorie onderwijs en onderzoek wordt door de kansspelen (nagenoeg) niet begunstigd.

11.2 Welke huishoudens geven aan onderwijs en onderzoek?

Onderstaande resultaten zijn gebaseerd op een multiële regressieanalyse. De verbanden die worden beschreven zijn gecontroleerd voor de andere variabelen in het model. Zij blijven overeind als de respondenten op alle andere kenmerken die in de analyse zijn opgenomen hetzelfde zijn.

Wie geeft?

Welke kenmerken zijn van toepassing op mensen die geven aan onderwijs en onderzoek? Huishoudens waar de kinderen nog thuis wonen geven vaker dan huishoudens waar kinderen niet thuis wonen. Huishoudens met een protestantse achtergrond geven vaker dan huishoudens die aangeven niet gelovig te zijn.

Wie geeft hogere bedragen?

Onder de groep gevers lijkt de hoogte van het bedrag dat wordt gegeven aan onderwijs en onderzoek niet veel te verschillen tussen verschillende groepen in de samenleving.

Wie doet vrijwilligerswerk?

Vrijwilligerswerk op school is een veelvoorkomende vorm van vrijwillige inzet. Denk aan vrijwilligerswerk in de oudercommissie, het schoolbestuur, de bibliotheek of als leesouder. 8% van de Nederlanders doet in 2020–2021 aan dit soort vrijwilligerswerk. Dit zijn relatief veel jonge ouders. Deze jonge ouders doen wellicht veel vrijwilligerswerk op de school van hun kinderen. Hogeropgeleiden doen vaker aan deze vorm van vrijwilligerswerk, maar mensen met een hoger inkomen juist minder vaak. Verder doen protestanten en mensen die regelmatig een kerk, moskee, tempel of ander gebedshuis bezoeken relatief vaak vrijwilligerswerk op school.

11.3 Gemeentelijke overheid en filantropie/ maatschappelijk initiatief

Project: Gratis laptops voor Rotterdamse schoolkinderen

Toen bij de uitbraak van COVID-19 door de scholen thuisonderwijs moest worden gegeven, bleek dat bij een groot aantal Rotterdamse gezinnen daarvoor niet de noodzakelijke apparatuur aanwezig was. Een oproep van de gemeente Rotterdam om nieuwe of gereviseerde laptops beschikbaar te stellen vond gehoor. Stichting De Verre Bergen en het bedrijf Coolblue deden een ruimhartige bijdrage en schonken de gemeente 3.000 nieuwe Chromebooks. De gemeente zorgde voor de verdeling over de leerlingen. Elk gezin met kinderen in het basisonderwijs kon zo ten minste over één laptop beschikken. Ook voor de benodigde wifi werd een oplossing gevonden: de Rabobank Rotterdam stelde 400 wifi-hotspots ter beschikking aan schoolbesturen van het primair en voortgezet onderwijs.

Dit project is een voorbeeld van samenwerking tussen lokale overheid en filantropie. Beide dienen het algemeen belang, elk op de manier die bij hen past. De gemeente heeft via haar onderwijsbeleid overzicht en de contacten; Stichting De Verre Bergen en Coolblue kunnen snel financieel en deskundig bijspringen.

12. CULTUUR

12.1 Cijfers

Tabel 12.1

Bijdragen aan cultuur, 1997–2020 (in € miljoenen)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*	2020**
Huishoudens	30	32	39	26	37	24	33	26	59	36	189	78	75
Nalaten-schappen	n.v.t.	1	5	11	2	7	2	6	3	8	8	33	26
Fondsen ^a	16	25	22	35	125	82	76	69	79	64	64	46	66
Bedrijven	49	116	274	516	135	235	296	124	80	219	219	174	145
Kansspelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	26	33	38	46	68	63	59	59	80	89
Totaal	95	174	340	614	332	386	453	293	284	385	539	411	401

Vanwege toegepaste correcties verschillen deze cijfers van de cijfers in voorgaande edities van Geven in Nederland

De cijfers van huishoudens en bedrijven betreffen gegeneraliseerde bedragen. Met andere woorden: er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. We benadrukken dat door het ontbreken van een volledig steekproefkader het onmogelijk is generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen en nalatenschappen

^a De cijfers zijn een optelsom van de bijdragen aan cultuur uit de opbrengsten van het vermogen van vermogensfondsen (n = 30 in 2020) en geldwervende fondsen (n = 11 in 2020). Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd per doel te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997–2020 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

** Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Tabel 12.2

Bijdragen aan cultuur, 1997–2020 (in %)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*	2020**
Huishoudens	32	18	12	4	11	6	7	9	21	9	35	19	19
Nalaten-schappen	n.v.t.	1	1	2	1	2	0	2	1	2	2	8	6
Fondsen	17	14	6	6	38	21	17	24	28	16	12	11	16
Bedrijven	52	67	80	84	41	61	65	42	28	57	41	42	36
Kansspelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	4	10	10	10	23	22	15	11	19	22
Totaal ^a	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

^a Als gevolg van afrondingen tellen niet alle percentages op tot 100%

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

** Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Bijdragen aan cultuur komen ten goede aan een breed scala aan organisaties en initiatieven. Dat kunnen grote culturele instellingen zijn zoals het Rijksmuseum, het Concertgebouworkest, maar ook kleinere, lokale musea en amateurgezelschappen in uiteenlopende disciplines zoals muziek, toneel, dans, beeldende kunst en film. Ook cultureel erfgoed behoort tot de categorie cultuur. Voor een nadere beschrijving van de sector cultuur binnen de filantropie verwijzen we naar Franssen & Bekkers (2016).

Geven door huishoudens

Bijdragen van huishoudens aan cultuur zijn van 2018 tot 2020 op peil gebleven. Het totaalbedrag van bijdragen aan cultuur in 2020 komt daarmee uit op € 75 miljoen, ongeveer hetzelfde bedrag als in 2018. Onder de oppervlakte zien we tegengestelde trends: het deel van de huishoudens dat geeft aan cultuur is afgenomen, terwijl de gemiddelde waarde van bijdragen door huishoudens die geven is gestegen. In 2020 geeft 10% van de huishoudens aan cultuur. In 2018 was dat nog 12%. Donerende huishoudens geven in 2020 gemiddeld € 93. In 2018 was dat € 76.

Nalatenschappen

De inkomsten uit nalatenschappen voor cultuur komen in 2020 uit op € 33 miljoen (CBF-database, februari 2022). De sector ontvangt bijna een tiende van de totale waarde aan nalatenschappen bekend bij het CBF (8,5%). De hoogte van de inkomsten uit nalatenschappen aan cultuur wordt grotendeels verklaard door nalatenschappen aan het Prins Bernhard Cultuurfonds. Het Prins Bernhard Cultuurfonds staat in de top tien met de hoogste inkomsten uit nalatenschappen met een waarde aan nalatenschappen van € 18,4 miljoen. Dit is 56% van de totale waarde aan nalatenschappen aan de sector cultuur.

De cijfers van het CBF geven geen volledig beeld van wat er aan nalatenschappen in Nederland in de sector cultuur omgaat. Zo vallen culturele instellingen veelal buiten de gegevens van het CBF. De CBF-database bevat de financiële gegevens over 2020 van 29 culturele goededoelenorganisaties. Hiervan ontvingen 14 goededoelenorganisaties inkomsten uit nalatenschappen. De waarde aan nalatenschappen bekend bij het CBF is daarmee een ondergrens aan de waarde aan nalatenschappen in deze sector.

Fondsen

De cijfers van fondsen zijn een optelsom van de bijdragen uit de opbrengsten van het vermogen van 137 vermogensfondsen en 210 fondsenwervende instellingen. Van deze totale groep hebben 41 fondsen € 66 miljoen uit de opbrengst van het vermogen bijgedragen aan cultuur. Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997–2020 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen.

Bedrijven

Goededoelenorganisaties actief op het terrein van cultuur ontvingen in 2020 naar schatting € 145 miljoen in sponsoring en giften van Nederlandse bedrijven. Naar schatting geven bedrijven goededoelenorganisaties voor cultuur € 26 miljoen in 2020; € 118 miljoen komt voort uit sponsoring. Sponsoring in 2020 is goed voor 10% van de totale schatting aan sponsoring door Nederlandse bedrijven; giften aan cultuur zijn goed voor 3% van de totale geschatte waarde aan giften. Cultuur krijgt daarmee relatief veel sponsoring in vergelijking met giften. Samen is de € 145 miljoen aan sponsoring en giften 7% van de totale geschatte waarde aan sponsoring en giften van het Nederlandse bedrijfsleven. De € 145 miljoen wordt voornamelijk in geld gesponsord of gegeven (73%). 5% van de bedrijven sponsort en 4% van de bedrijven geeft aan cultuur.

Kansspelen

Organisaties op het terrein van cultuur ontvingen in 2020 € 85 miljoen³ vanuit de kansspelen (met name afkomstig van de BankGiro Loterij,⁴ die zich uitsluitend op de cultuursector richt). Dat is een stijging van € 26 miljoen ten opzichte van 2015 toen cultuurorganisaties € 59 miljoen uit de kansspelen ontvingen.

12.2 Welke huishoudens geven aan cultuur?

Onderstaande resultaten zijn gebaseerd op een multiële regressieanalyse. De verbanden die worden beschreven zijn gecontroleerd voor de andere variabelen in het model. Zij blijven overeind als de respondenten op alle andere kenmerken die in de analyse zijn opgenomen hetzelfde zijn. Cultuur is een doel waar veelal vermogende huishoudens aan geven (Koolen-Maas, van Teunenbroek, & Bekkers, 2021). Sinds 2011 zien we een afname in het percentage van de vermogende huishoudens dat aan cultuur geeft: van 29% in 2011 naar 21% in 2018. Het gegeven bedrag neemt ook af: van € 607 in 2011 naar € 295 in 2018. Het profiel hieronder is exclusief de extra steekproef onder vermogende huishoudens, zoals voorgaande jaren. Dit jaar meten we het geefgedrag onder vermogende huishoudens via een samenwerking met het CBS. We hebben daardoor geen persoonskenmerken (zie voor meer informatie hoofdstuk “15. Methodologische verantwoording”). We vullen het aan met eerdere bevindingen uit het onderzoek van Koolen-Maas, van Teunenbroek en Bekkers (2021).

Wie geeft?

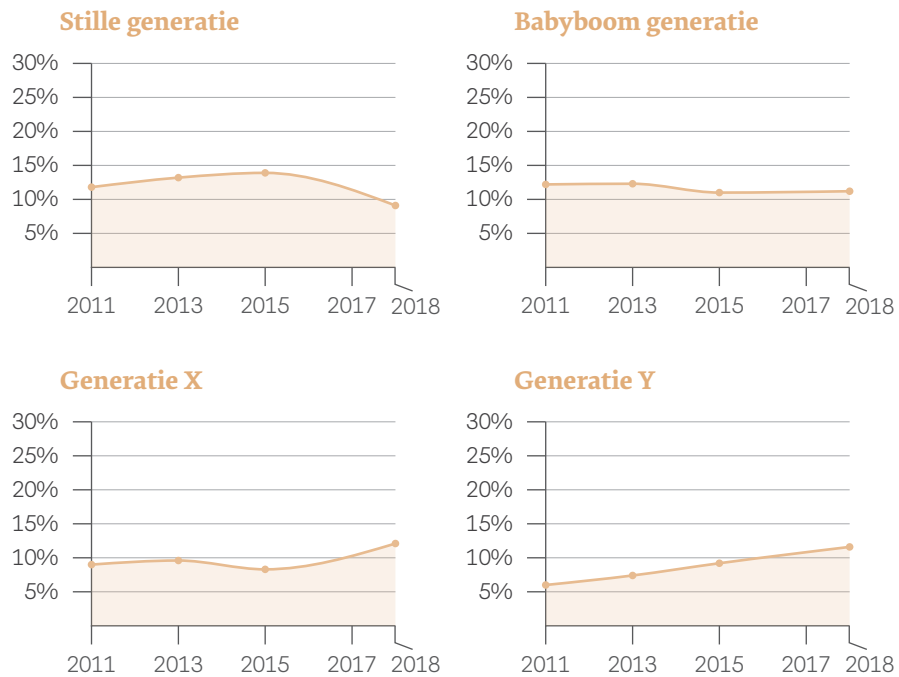
Wat zijn de kenmerken van de gevers aan cultuur? Mensen met een leeftijd boven de 55 geven vaker aan cultuur dan mensen met een leeftijd tussen de 20 en 30 jaar oud. Mensen die met pensioen zijn of een vaste baan hebben geven vaker dan mensen zonder een baan. Verder zien we dat mensen met een eigen woning vaker geld en/of goederen aan goede doelen op het gebied van cultuur geven dan huishoudens zonder eigen woning. Het effect van een hoger huishoudinkomen vervalt als we rekening houden met het hebben van werk. De oudere generaties gaven vaker aan cultuur dan de jongere generaties (zie figuur 12.1). Het percentage gevers onder de oudere generatie is in 2018 echter lager dan in 2015. We zien tussen 2011 en 2018 bij de jongste generaties een stijging in het percentage huishoudens dat geeft aan cultuur.

³Exclusief Stichting DOEN: voor een goede vergelijking met voorgaande jaren is deze trendvergelijking gemaakt zonder Stichting DOEN. Aangezien Stichting DOEN, een van de beneficianten van de Goede Doelen Loterijen, actief is op meerdere sectoren, hebben we in voorgaande edities ervoor gekozen om apart te rapporteren over Stichting DOEN. Dit jaar hebben wij de bijdragen van Stichting DOEN wel over de sectoren van Geven in Nederland verdeeld omdat we zo beter zicht krijgen op de afdrachten vanuit de kansspelen per sector. Dat betekent € 89 miljoen voor cultuur in 2020, inclusief de bijdragen van Stichting DOEN uit de BankGiro Loterij.

⁴Sinds augustus 2021 hebben de BankGiro Loterij en de VriendenLoterij hun krachten gebundeld onder de naam VriendenLoterij.

Figuur 12.1: Oudere generaties gaven vaker aan cultuur dan de jongere generaties

Percentage dat geeft aan cultuur naar generatie, 2011-2018 (in %)



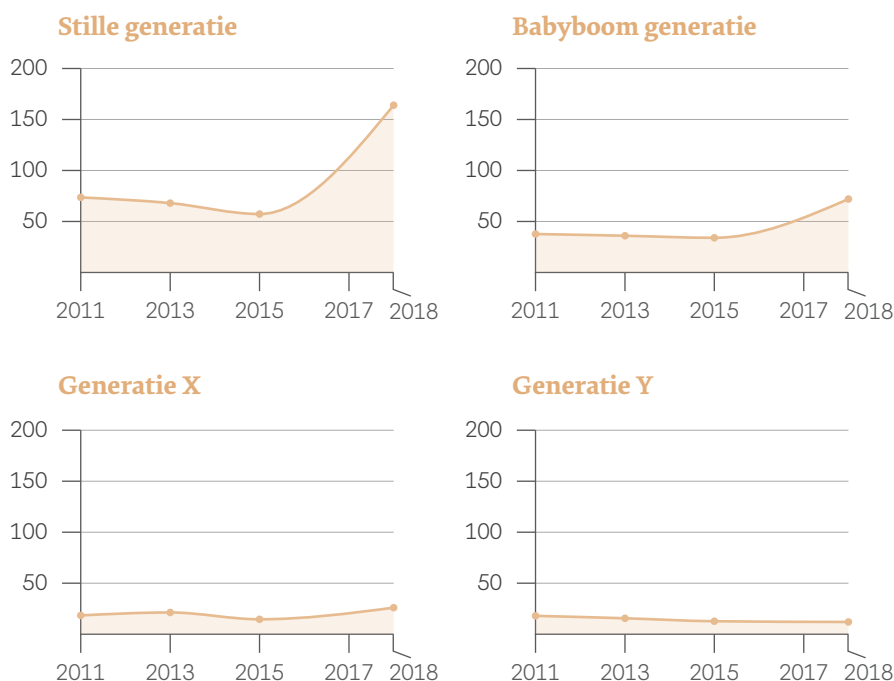
Bron: Koolen-Maas, van Teunenbroek & Bekkers (2021)

Wie geeft hogere bedragen?

Katholieke huishoudens geven hogere bedragen dan huishoudens die aangeven niet gelovig te zijn. Huishoudens waar kinderen nog in huis wonen geven lagere bedragen dan huishoudens waar geen kinderen in huis wonen. Figuur 12.2 laat zien wat de gemiddelde gift per generatie is onder huishoudens die aan cultuur hebben gegeven. De oudste generatie geeft gemiddeld gezien de hoogste bedragen, gevolgd door de babyboomers. Generatie X en Y geven vergelijkbare bedragen. Figuur 6 toont dat de verschillen tussen de oudste en jongste generatie in 2018 groter zijn dan in 2015. De stille generatie geeft in 2018 gemiddeld € 164, dit is 13 keer meer dan de gemiddelde gift van generatie Y (€ 12). Samenvattend: de oudste generatie is het meest vrijgevig voor cultuur.

Figuur 12.2: De oudste generatie geeft gemiddeld gezien de hoogste bedragen aan cultuur

Gemiddelde bedragen aan giften aan cultuur onder huishoudens die aan cultuur geven naar generatie, 2011–2018 (in €)



Bron: Koolen-Maas, van Teunenbroek & Bekkers (2021)

Wie doet vrijwilligerswerk?

In Nederland doet naar schatting 5% vrijwilligerswerk voor culturele verenigingen in 2020–2021. Dit is onder andere vrijwilligerswerk voor bijvoorbeeld een muziek- of toneelvereniging of een tekenclub. Rooms-katholieke Nederlanders doen relatief vaak vrijwilligerswerk op cultureel vlak. Verder valt op dat lagere inkomensgroepen vaak actief zijn als vrijwilliger in de culturele sector.

12.3 Gemeentelijke overheid en filantropie/maatschappelijk initiatief

Project: Verhalenhuis Belvédère

Verhalenhuis Belvédère wil door middel van kunst, cultuur en (persoonlijke) verhalen zo veel mogelijk mensen met elkaar en met de stad Rotterdam verbinden. Het maakt mensen, gemeenschappen en de veranderende stad zichtbaar voor elkaar en voor een breed publiek en draagt zo bij aan de culturele en maatschappelijke ontwikkeling van de stad.

De aanleiding voor het Verhalenhuis Belvédère vormde een in 2010 door de gemeente gefinancierde grote buitententoonstelling met portretten en verhalen over Rotterdam-Zuid. Deze buurt stond bekend als een slechte buurt, maar dat kwam niet uit die portretten en verhalen naar voren. Bewoners waren trots op hun buurt. Dit bracht initiatiefneemster

Linda Malherbe samen met twee andere initiatiefnemers op het idee van een verhalenhuis, een fysieke plaats waar Rotterdammers hun verhaal kunnen vertellen. Als locatie werd een leegstaand negentiende-eeuws pand via een crowdfundingactie verworven.

Sinds 2017 wordt Verhalenhuis Belvédère ondersteund door het Cultuurplan van de gemeente Rotterdam. Deze subsidie is in 2021 opnieuw voor vier jaar vastgesteld en betreft ongeveer een derde van de totale begroting.

Bij dit initiatief zien we een wisselwerking tussen gemeenten en lokaal maatschappelijk initiatief. De gemeente Rotterdam gaf de aanzet door de grote buitententoonstelling in 2010 financieel mogelijk te maken. Daarna nam het maatschappelijk initiatief stappen. Het uiteindelijke resultaat is een corporatie, een sociale onderneming met sponsors, financierende filantropische vermogensfondsen, 'obligatiehouders' (de Bende van de Zwarte Hand) én deels overheidsfinanciering.

Referenties

Franssen, S.E., & Bekkers, R. (2016). *Culturele instellingen in Nederland: Veranderingen in geefgedrag, giften, fondsenwerving en inkomsten tussen 2011 en 2014*. Amsterdam: Werkgroep Filantropische Studies, Vrije Universiteit Amsterdam.

Koolen-Maas, S.A., van Teunenbroek, C., & Bekkers, R. (2021). *Geven en werven in de culturele sector in Nederland, 2011-2020*. Amsterdam: Werkgroep Filantropische Studies, Vrije Universiteit Amsterdam.

13. SPORT EN RECREATIE

13.1 Cijfers

Tabel 13.1

Bijdragen aan sport en recreatie, 1997–2020 (in € miljoenen)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*	2020**
Huishoudens	30	96	62	44	34	39	47	36	43	39	45	67	55
Nalatenschappen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fondsen ^a	n.v.t.	2	4	4	26	8	4	4	11	2	2	3	3
Bedrijven	388	507	630	845	574	590	598	585	433	396	396	456	387
Kansspelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	44	57	50	66	77	68	69	69	71	71
Totaal	418	605	696	937	691	687	715	702	555	506	511	597	516

Vanwege toegepaste correcties verschillen deze cijfers van de cijfers in voorgaande edities van Geven in Nederland

De cijfers van huishoudens en bedrijven betreffen gegeneraliseerde bedragen. Met andere woorden: er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. We benadrukken dat door het ontbreken van een volledig steekproefkader het onmogelijk is generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen en nalatenschappen

^a De cijfers zijn een optelsom van de bijdragen aan sport en recreatie uit de opbrengsten van het vermogen van vermogensfondsen (n = 7 in 2020) en geldwervende fondsen (n = 2 in 2020). Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd per doel te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997–2020 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

** Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Tabel 13.2

Bijdragen aan sport en recreatie, 1997–2020 (in %)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*	2020**
Huishoudens	7	16	9	5	5	6	7	5	8	8	9	11	11
Nalatenschappen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fondsen	n.v.t.	0	1	0	4	1	1	1	2	0	0	1	1
Bedrijven	93	84	91	90	83	86	84	83	78	78	77	76	75
Kansspelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	5	8	7	9	11	12	14	13	12	14
Totaal ^a	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

^a Als gevolg van afrondingen tellen niet alle percentages op tot 100%

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

** Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Bijdragen aan sport en recreatie komen vooral ten goede aan lokale sportclubs, waar veel Nederlanders lid van zijn. In 2017 hebben we sport en recreatie van elkaar onderscheiden. Toen bleek dat 65% van de bijdragen aan sport en recreatie van huishoudens naar sport gaan, 88% van de sponsoring en 81% van de giften door bedrijven. In augustus 2014 lanceerden NOC*NSF, Eredivisie en KNVB de publiekscampagne 'Sport, daar geef je om'. Het doel van de campagne was om het Nederlands publiek meer bekend te maken met de mogelijkheden om te geven aan sport. De campagne heeft een beperkt bereik gehad onder het publiek (Felix, Bekkers & Verkaik, 2017). We zagen wel een toename van de bijdragen aan sport en recreatie in 2018 ten opzichte van 2015. In 2020 liggen de bijdragen weer op het niveau van 2015.

Geven door huishoudens

De bijdragen van huishoudens aan sport en recreatie vertegenwoordigen in 2020 een waarde van € 55 miljoen. Het bedrag komt van 8% van de huishoudens, die gemiddeld € 100 geven. In 2018 gaf nog 12% van de huishoudens geld of goederen ter waarde van € 72. Sport en recreatie zijn daarmee relatief weinig populaire doelen gebleven, terwijl de bedragen die donerende huishoudens geven wel zijn toegenomen. De daling van het percentage huishoudens dat geeft kan verklaard worden door de maatregelen die de overheid heeft genomen om de verspreiding van COVID-19 te beperken. Sportclubs en recreatieve organisaties waren een deel van 2020 gesloten en organiseerden minder evenementen waarop deelnemers geld en goederen konden doneren.

Nalatschappen

De cijfers van het CBF bevatten relatief weinig goededoelenorganisaties actief op het terrein van sport en recreatie. Het merendeel van de sportverenigingen wordt niet als Algemeen Nut Beogende Instelling (ANBI) aangemerkt. De cijfers van het CBF bevatten slechts beperkte gegevens over nalatschappen aan sport en recreatie.

Fondsen

De cijfers van fondsen zijn een optelsom van de bijdragen uit de opbrengsten van het vermogen van 137 vermogensfondsen en 210 fondsenwervende instellingen. Van deze totale groep hebben 9 fondsen € 3 miljoen uit de opbrengst van het vermogen bijgedragen aan sport en recreatie. Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997–2020 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen.

Bedrijven

In alle voorgaande edities van Geven in Nederland is sport en recreatie altijd het meest populaire doel voor bedrijven geweest. In 2020 was sport en recreatie de op een na grootste ontvanger. In 2020 ontvingen goededoelenorganisaties actief op het terrein van sport en recreatie naar schatting € 387 miljoen. Dit is 18% van de totale geschatte waarde aan sponsoring en giften in 2020. Sport en recreatie is over de periode 1997–2020 een populair doel, maar in vergelijking met andere doelen is sport en recreatie sinds 2017 minder populair geworden. Het overgrote deel van sponsoring en giften door bedrijven is in de vorm van financiële ondersteuning (72%).

Net als bij cultuur wordt in 2020 sport en recreatie relatief veel gesponsord (€ 332 miljoen) in vergelijking met giften (€ 55 miljoen). In de totale geschatte waarde van sponsoring door bedrijven ontvangen goededoelenorganisaties actief op het terrein van sport en recreatie een aandeel van 27%; de giften aan sport en recreatie zijn goed voor 6% van de totale geschatte giften door bedrijven in 2020. 14% van de bedrijven sponsort goededoelenorganisaties actief op het terrein van sport en recreatie. 6% van de bedrijven geeft aan sport en recreatie.

Kansspelen

Het grootste deel van de opbrengsten van de Lotto en de ZEbetting & Gaming⁵ is bestemd voor de sport. De VriendenLoterij draagt bij aan sport als middel tot welzijn en steunt clubs en verenigingen. Daarnaast is de loterij van de Grote Club Actie een belangrijke speler op het terrein van sport. Tussen 2011 en 2013 zijn de bijdragen vanuit de kansspelen aan de sport gedaald van € 77 miljoen naar € 68 miljoen. Deze daling werd met name veroorzaakt vanwege de tegenvallende verkoop van loten en abonneeproducten van de Lotto. Vanaf 2013 zien we weer een lichte stijging in de afdrachten aan de sport, van € 68 miljoen naar € 72 miljoen in 2020.

13.2 Welke huishoudens geven aan sport en recreatie?

Onderstaande resultaten zijn gebaseerd op een multipele regressieanalyse. De verbanden die worden beschreven zijn gecontroleerd voor de andere variabelen in het model. Zij blijven overeind als de respondenten op alle andere kenmerken die in de analyse zijn opgenomen hetzelfde zijn.

Wie geeft?

Kenmerken van gevers aan sport en recreatie zijn onder meer het hebben van een gemiddeld huishoudinkomen en getrouwd zijn. Ook geven mensen die actief zijn via sociale media vaker aan sport en recreatie. Huishoudens die vaker naar de kerk, tempel, moskee of synagoge gaan geven vaker dan huishoudens die dit niet doen. Huishoudens waar de kinderen nog thuis wonen geven vaker dan huishoudens waar de kinderen niet meer thuis wonen.

Wie geeft hogere bedragen?

Er zijn geen significante verschillen in de bedragen die verschillende groepen in de samenleving geven aan sport en recreatie. Het effect van opleiding is alleen marginaal significant: huishoudens met een gemiddelde opleiding geven vaker dan huishoudens met een lage opleiding. Het effect van religie is alleen marginaal significant: katholieke huishoudens geven hogere bedragen dan niet-gelovige huishoudens. De verschillen zijn echter klein.

Wie doet vrijwilligerswerk?

Vrijwilligerswerk in de sport is een veelvoorkomende vorm van vrijwillige inzet. Naar schatting is in 2020–2021, 9% van de Nederlanders actief als vrijwilliger bij een sportvereniging, bijvoorbeeld als trainer, beheerder of bestuurslid. Dit zijn relatief vaak mensen met kinderen in het huishouden.

13.3 Gemeentelijke overheid en filantropie/maatschappelijk initiatief**Project: Ruimte voor lopen**

In de City Deal Ruimte voor Lopen experimenteren partijen (ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK), ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, (WVS), ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (IenW) en 9 steden) met loopbeleid in een stedelijke omgeving. Gemeentes werken op lokaal niveau samen met verschillende maatschappelijke initiatieven om hun inwoners te verleiden tot meer lopen. Hieronder een voorbeeld: Outdoor Office Day. Werk, welzijn en stedelijke natuur zijn onlosmakelijk

⁵ Aanbieder van weddenschappen op paardenraces onder de naam Runnerz.

met elkaar verbonden. Het gezonder werken in de stad wordt door bedrijven, gemeenten en inwoners jaarlijks in heel Nederland gevierd tijdens deze dag. De eerste editie van de Outdoor Office Day vond plaats op 18 juni 2019. Bedrijven en zelfstandigen in heel Nederland hebben toen hun werk naar buiten verplaatst. Sommigen hebben hun eigen events georganiseerd. Deze allereerste grootschalige Outdoor Office Day in Nederland vond plaats in Utrecht.

Referenties

Felix, S., Bekkers, R., & Verkaik, D. (2017). *'Sport, daar geef je om' en vrijwillige bijdragen aan sport*. Amsterdam: Werkgroep Filantropische Studies, Vrije Universiteit Amsterdam.
<https://renebekkers.files.wordpress.com/2018/05/e28098sport-daar-geef-je-om-en-vrijwillige-bijdragen-aan-sport-vu-rapport.pdf>

14. MAATSCHAPPELIJKE EN SOCIALE DOELEN IN NEDERLAND

14.1 Cijfers

Tabel 14.1

Bijdragen aan maatschappelijke en sociale doelen, 1997-2020 (in € miljoenen)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*	2020**
Huishoudens	113	177	205	168	197	192	180	182	195	253	231	263	246
Nalaten-schappen	29	38	43	36	21	32	31	29	60	38	38	40	45
Fondsen ^a	72	71	40	66	109	126	76	72	62	85	85	88	123
Bedrijven	73	184	115	258	152	148	100	177	139	113	113	158	186
Kansspelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	52	59	56	73	65	86	96	96	93	117
Totaal	287	470	403	580	538	554	460	525	542	584	563	642	717

Vanwege toegepaste correcties verschillen deze cijfers van de cijfers in voorgaande edities van Geven in Nederland

De cijfers van huishoudens en bedrijven betreffen gegeneraliseerde bedragen. Met andere woorden: er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. We benadrukken dat door het ontbreken van een volledig steekproefkader het onmogelijk is generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen en nalatenschappen.

a De cijfers zijn een optelsom van de bijdragen aan maatschappelijke en sociale doelen uit de opbrengsten van het vermogen van vermogensfondsen (n = 64 in 2020) en geldwervende fondsen (n = 47 in 2020). Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd per doel te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997-2020 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

** Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Tabel 14.2

Bijdragen aan maatschappelijke en sociale doelen, 1997-2020 (in %)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*	2020**
Huishoudens	39	38	51	29	37	35	39	35	36	43	41	41	34
Nalaten-schappen	10	8	11	6	4	6	7	5	11	6	7	6	6
Fondsen	25	15	10	11	20	23	17	14	11	15	15	14	17
Bedrijven	25	39	29	44	28	27	22	34	26	19	20	25	26
Kansspelen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	9	11	10	16	12	16	16	17	14	16
Totaal ^a	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

^a Als gevolg van afrondingen tellen niet alle percentages op tot 100%

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

** Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens en huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst

Bijdragen aan maatschappelijke en sociale doelen komen ten goede aan een breed palet aan organisaties die niet alleen nationaal maar vaak ook lokaal werken. Het gaat bijvoorbeeld om giften en giften van goederen aan het Leger des Heils, de Zonnebloem, het Oranje-fonds, voedselbanken en kringloopwinkels.

Geven door huishoudens

De bijdragen van huishoudens vertegenwoordigen in 2020 een waarde van € 246 miljoen. Dit bedrag komt van 27% van de huishoudens, die gemiddeld € 136 geven. Vergeleken met de vorige meting over het jaar 2018 is het percentage van de huishoudens dat geld of goederen geeft aan maatschappelijke en sociale doelen flink lager. Toen was dat percentage nog 37%. De sluiting van locaties van veel organisaties tijdens de lockdowns kan deze daling verklaren. We zien aan de andere kant dat het bedrag dat huishoudens die geven aan maatschappelijke en sociale doelen in 2020 een stuk hoger lag dan in 2018, toen het nog om gemiddeld € 91 ging per huishouden dat gaf.

Nalatenschappen

Het totaal aan inkomsten uit nalatenschappen bekend bij het CBF aan goededoelenorganisaties actief op het terrein van maatschappelijke en sociale doelen is relatief constant, met een lichte toename tussen 1997 en 2020. Op het terrein van maatschappelijke en sociale doelen valt een opvallende piek te zien in de inkomsten uit nalatenschappen in 2013. Deze piek wordt veroorzaakt door uitschieters in nalatenschappen aan de Zonnebloem en het Leger des Heils.

De cijfers van het CBF bevatten de financiële gegevens over 2020 van 188 goededoelenorganisaties actief op het terrein van maatschappelijke en sociale doelen. Hiervan ontvingen volgens het CBF 35 goededoelenorganisaties inkomsten uit nalatenschappen. In 2020 ontvingen goededoelenorganisaties actief op het terrein van maatschappelijke en sociale doelen € 45 miljoen aan inkomsten uit nalatenschappen (CBF-database, februari 2022). Dit is 11% van de totale waarde aan nalatenschappen bekend bij het CBF. Ook in 2020 ontving het Leger des Heils hoge inkomsten uit nalatenschappen (€ 15,1 miljoen). Het Leger des Heils is daarmee verantwoordelijk voor 34% van de inkomsten aan nalatenschappen aan maatschappelijke en sociale doelen.

Fondsen

De cijfers van fondsen zijn een optelsom van de bijdragen uit de opbrengsten van het vermogen van 137 vermogensfondsen en 210 fondsenwervende instellingen. Van deze totale groep hebben 111 fondsen € 123 miljoen uit de opbrengst van het vermogen bijgedragen aan maatschappelijke en sociale doelen. Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997–2020 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen.

Bedrijven

Maatschappelijke en sociale doelen ontvingen in 2020 9% van het totale bedrag aan giften en sponsoring van bedrijven, in absolute termen naar schatting € 186 miljoen. Bedrijven geven naar schatting € 104 miljoen en sponsoren € 81 miljoen aan maatschappelijke en sociale doelen. De € 104 miljoen aan giften is goed voor 11% van de totale geschatte waarde aan giften door bedrijven. Sponsoring van maatschappelijke en sociale doelen is goed voor 7% in de totale geschatte waarde van sponsoring door bedrijven in 2020. 5% van de bedrijven sponsort maatschappelijke en sociale doelen; 7% van de bedrijven geeft aan maatschappelijke en sociale doelen. Het merendeel van de sponsoring en giften aan maatschappelijke en sociale doelen is in geld (70%); een vijfde is in de vorm van tijd.

Kansspelen

Doelen op maatschappelijk terrein worden vanuit de kansspelen met name door de Nationale Postcode Loterij en de Vriendenloterij ondersteund. Er zijn ook goededoelenorganisaties met een eigen loterij, waarvan de opbrengsten ten goede komen aan maatschappelijke doelen, bijvoorbeeld de loterij van Jantje Beton, de Scouting en de Zonnebloem. De afdrachten aan maatschappelijke en sociale doelen zitten in de lift. We zien een stijging van de bijdragen aan maatschappelijke en sociale doelen tussen 2011 en 2020 (van € 65 miljoen in 2011 naar € 112 miljoen in 2020).⁶

14.2 Welke huishoudens geven aan maatschappelijke en sociale doelen?

Onderstaande resultaten zijn gebaseerd op een multipele regressieanalyse. De verbanden die worden beschreven zijn gecontroleerd voor de andere variabelen in het model. Zij blijven overeind als de respondenten op alle andere kenmerken die in de analyse zijn opgenomen hetzelfde zijn.

Wie geeft?

Welke kenmerken zijn van toepassing op de gevers aan maatschappelijke en sociale doelen? Mensen met een leeftijd tussen de 30 en 55 jaar geven vaker dan mensen met een leeftijd tussen de 20 en de 30 jaar. Huishoudens met een gemiddeld of hoog inkomen geven vaker dan huishoudens met een laag inkomen. Het hebben van een huis, getrouwd zijn, katholiek, protestant en actief zijn op sociale media zijn verbonden aan een hogere kans van geven.

Wie geeft hogere bedragen?

Welke kenmerken zijn van invloed op de hoogte van de giften die worden gegeven aan maatschappelijke en sociale doelen in Nederland? Getrouwde/samenwonende stellen geven hogere bedragen dan mensen die niet getrouwd/samenwonend zijn. Verder zien we geen verschillen in de gegeven bedragen.

Wie doet vrijwilligerswerk?

Vrijwillige inzet komt vaak ten goede aan uiteenlopende maatschappelijke en sociale doelen. Zo doet in 2020–2021 9% van de Nederlanders vrijwilligerswerk voor de wijk of buurt, 5% in de sociale hulpverlening, 5% voor een vakbond of bedrijfsorganisatie, 4% in jeugd- en buurthuiswerk of scouting, 4% op het gebied van wonen, woonomstandigheden en huurdersbelangen, en 3% voor een politieke partij of actiegroep. Bij elkaar genomen doet 20%⁷ van de Nederlanders wel eens vrijwilligerswerk voor een van deze organisaties. De leeftijdsgroep 35–55 jaar is daarbij oververtegenwoordigd en ook hogeropgeleiden doen relatief vaak vrijwilligerswerk op maatschappelijk vlak.

⁶ Exclusief Stichting DOEN: voor een goede vergelijking met voorgaande jaren is deze trendvergelijking zonder Stichting DOEN. Aangezien Stichting DOEN, een van de beneficianten van de Goede Doelen Loterijen, actief is op meerdere sectoren, hebben we in voorgaande edities ervoor gekozen om apart te rapporteren over Stichting DOEN. Dit jaar hebben wij de bijdragen van Stichting DOEN wel over de sectoren van Geven in Nederland verdeeld omdat we zo beter zicht krijgen op de afdrachten vanuit de kansspelen per sector. Dat betekent € 117 miljoen voor maatschappelijke en sociale doelen in 2020, inclusief de bijdragen van Stichting DOEN uit de Nationale Postcode Loterij en de VriendenLoterij.

⁷ Een respondent kan voor meer dan een soort organisatie vrijwilligerswerk doen. Daarom is het totaalpercentage van 20% minder dan een optelsom van de losse percentages van de mogelijke categorieën.

14.3 Gemeentelijke overheid en filantropie/ maatschappelijk initiatief

Project: Bestuurders Centraal

Het project Bestuurders Centraal is een samenwerking tussen de provincie Overijssel met een netwerk van vrijwilligerscentrales VOSVI, de branchevereniging van 24 aangesloten vrijwilligerssteunpunten en -centrales in Overijssel. VOSVI voert vanaf 2019 het project Bestuurders Centraal Overijssel uit in zes gemeenten in Overijssel. Doel van het project is om de ondersteuning van bestuurlijk vrijwilligerswerk lokaal te versterken en vernieuwen. Dit project is mogelijk gemaakt dankzij een financiële bijdrage van de Provincie Overijssel. Aan de start van het project is een 'draagvlakonderzoek' voorafgegaan onder alle besturen van vrijwilligersorganisaties in de deelnemende gemeenten.

Project: Revolverend fonds met bureaucratievrij geld voor dak- en thuisloze jongeren

Het Kansfonds en het Instituut voor Publieke Waarden (IPW) hebben met 14 gemeenten gewerkt aan het terugdringen van dak- en thuisloosheid onder jongeren binnen het actieprogramma Dak- en thuisloze jongeren van VWS. Met ruim 160 jongeren werden perspectiefplannen gemaakt. Kansfonds stelde bureaucratievrij geld (geld dat niet aan regels gebonden is) ter beschikking om mogelijkheden voor de toekomstplannen voor jongeren te realiseren. Met het geld is voornamelijk ingezet op bestaanszekerheid (leefgeld, schulden en woonoplossingen). Door de inzet van het bureaucratievrij geld werd snelheid gerealiseerd en stonden langdurige en complexe aanvraagprocedures niet in de weg.

Kansfonds en IPW zijn voornemens om deze aanpak met drie gemeenten, te weten Utrecht, Groningen en Haarlem, duurzaam te implementeren. Hierbij wordt een inhoudelijke focus aangebracht op het betrekken van het eigen netwerk van de jongere.

De doelstelling van het project is om bij jongeren van 18 jaar en ouder het netwerk te betrekken om:

- Jongeren (weer) thuis te kunnen laten (blijven) wonen met ondersteuning van het eigen netwerk;
- Het netwerk te identificeren en te betrekken als overbrugging naar, of in te zetten voor, een thuis;
- Een revolverend fonds met bureaucratievrij geld te ontwikkelen.

Om deze doelstellingen te realiseren wordt door Kansfonds bureaucratievrij geld ter beschikking gesteld ter hoogte van € 50.000 per gemeente. Wat maakt dit budget c.q. het fonds revolverend? Onderdeel van de werkwijze van IPW is dat per casus inzichtelijk wordt gemaakt welke kosten direct bespaard worden (kosten voor maatschappelijke opvang bijvoorbeeld) en welke toekomstige kosten bespaard worden (uitkering, schuldhulpverlening). De doelstelling van dit project is dat wanneer het bureaucratievrije geld financieel rendement oplevert, de gemeente een deel van dat rendement stort in het revolverende fonds.

15. METHODOLOGISCHE VERANTWOORDING

In dit hoofdstuk bespreken we de wijze waarop de schattingen van het geefgedrag van de verschillende bronnen (huishoudens, nalatenschappen, fondsen, bedrijven en kansspelen) tot stand zijn gekomen. We bespreken de wijze van dataverzameling en de kwaliteit van de data.

Geven in Nederland 2022 vond twee jaar plaats na het onderzoek Geven in Nederland 2020. De online enquêtes onder huishoudens met een Nederlandse herkomst en bedrijven heeft Kantar Public uitgevoerd. De enquêtes onder huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst heeft het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) uitgevoerd. Een onafhankelijke wetenschappelijke begeleidingscommissie en een maatschappelijke klankbordgroep stonden ons bij. De maatschappelijke klankbordgroep bewaakt de maatschappelijke relevantie van het onderzoek. De leden geven suggesties voor inhoudelijke onderzoekstema's, maar hebben geen invloed op de uitvoering van het onderzoek. De wetenschappelijke begeleidingscommissie adviseert over de wetenschappelijke kwaliteit en beslissingen over de gebruikte data en toegepaste methode van Geven in Nederland.

In Nederland is het niet mogelijk om tot een compleet overzicht te komen van de totale waarde van bijdragen aan goede doelen via ontvangers van giften. Daarom meten we de waarde van de bijdragen aan de bron. De schattingen van die bijdragen in Geven in Nederland zijn gebaseerd op een combinatie van primaire dataverzameling via enquêtes onder steekproeven van huishoudens, bedrijven en fondsen, en secundaire data-analyse van gegevens uit jaarverslagen en openbare bronnen over nalatenschappen, fondsen en kansspelen. Tabel 15.1 geeft per bron een overzicht van de soorten gegevens die we gebruiken in het onderzoek.

De combinatie van de verschillende bronnen biedt een vrij volledig beeld van de filantropie in Nederland. De bijdragen van kansspelen hebben we volledig in beeld. Voor huishoudens en bedrijven maken we generalisaties naar de totale populatie op basis van enquêtes. Voor nalatenschappen en fondsen kunnen we enkel spreken van minimale schattingen. De bijdragen van individuen uit nalatenschappen en de bijdragen van fondsen zijn zeker hoger dan we hier zichtbaar kunnen maken, maar hoeveel hoger zij zijn weten we niet. De cijfers in Geven in Nederland zijn daarmee waarschijnlijk een onderschatting van de totale waarde van bijdragen aan goede doelen. Deze werkwijze heeft de meeste impact op de schatting van de bijdragen aan kerk en levensbeschouwing en op de schatting van de bijdragen aan sport en recreatie. Dit komt onder andere omdat de CBF-database waarin de waarde van nalatenschappen is geregistreerd relatief weinig goededoelenorganisaties bevat die actief zijn in deze sectoren. Nalatenschappen aan sportclubs, kerken, congregaties en andere religieuze instellingen die geen gegevens aanleveren bij het CBF zijn daardoor niet opgenomen in de schattingen. De werkwijze heeft in mindere mate een impact op de schattingen van de bijdragen aan de andere doelen.

AUTEURS

René Bekkers

Claire van
Teunenbroek

Stephanie Koolen-
Maas

Barbara Gouwenberg

Arjen de Wit

Dick de Gilder

Annemijn Nijdam

Tabel 15.1
Gegevens per bron van filantropie, Geven in Nederland 2022

Bron	Onderzochte populatie	Soort gegeven	Resultaat
Huishoudens	Brede steekproef van de bevolking via Kantar Public Steekproef Nederlandse bevolking van 15 jaar en ouder (inclusief Nederlanders met niet-Nederlandse herkomst) via CBS	Enquête (online) Enquête (online, telefonisch of persoonlijk interview)	Generalisatie van het geefgedrag van huishoudens voor de totale populatie van huishoudens in Nederland
Nalatenschappen	CBF-database Aanvullend onderzoek onder fondsen van academische ziekenhuizen en universiteiten Steekproef Nederlandse bevolking met Nederlandse herkomst via Kantar Public	Jaarverslagen Jaarverslagen E-mail Enquête (online)	Minimumschatting van de waarde van nalatenschappen ontvangen door goeddoelenorganisaties Generalisatie van geplande nalatenschappen voor de totale populatie
Fondsen	CBF-database Selectie grote vermogensfondsen in Nederland (met bestedingsbudget van circa > € 500.000) en additionele steekproef van <i>corporate foundations</i> in Nederland	Jaarverslagen Jaarverslagen; Enquête (online)	Minimumschatting van de waarde van bijdragen van fondsen
Bedrijven	Brede steekproef van bedrijven via Kantar Public	Enquête (online)	Generalisatie van de waarde van bijdragen van bedrijven voor de totale populatie van bedrijven in Nederland
Kansspelen	Alle vergunninghouders	Jaarverslagen	Populatie

15.1 Huishoudens

Het onderzoek onder huishoudens heeft een longitudinale opzet, ook wel een panelstudie genoemd, waarin we zoveel mogelijk dezelfde personen volgen in de loop van de tijd. Daarom spreken we in het Engels over de *Giving in the Netherlands Panel Survey* (GINPS). Een geanonimiseerd bestand met de belangrijkste data uit het onderzoek en een handboek met uitgebreide documentatie van de GINPS inclusief de vragenlijsten vindt u op <https://osf.io/4unf9/>.

In het onderzoek naar de giften van geld en goederen van huishoudens hebben we een belangrijke wijziging aangebracht in de opzet van de gegevensverzameling. We hebben het onderzoek onder huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst gebaseerd op een aselecte steekproef van huishoudens. Ongeveer 24% van de Nederlanders is met een niet-Nederlandse herkomst. Een goede schatting van de giften van huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst is daarmee belangrijker dan ooit tevoren. Via Kantar Public (voorheen TNS/NIPO), de organisatie die het veldwerk onder huishoudens uitvoert, konden we geen aselecte steekproef realiseren van huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst. We werkten met gegevens uit een combinatie van sneeuwbal- en quotasteekproeven onder res-

pondenten met een Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaans-Arubaanse herkomst. Op basis van relatief kleine aantallen respondenten (<150 per groep), die bovendien niet op basis van toeval waren geselecteerd, konden we niet met voldoende zekerheid uitspraken doen over giften in de doelpopulatie van huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst.

Gegevens van het CBS-onderzoek Sociale Samenhang en Welzijn in Nederland

Om een aselechte steekproef te realiseren hebben we een samenwerking opgezet met het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). Het CBS heeft vragen over het geefgedrag van huishoudens opgenomen in de vragenlijst voor het onderzoek Sociale Samenhang en Welzijn in Nederland (SSW). Achtergrondinformatie over het onderzoek is te vinden op de website van het CBS (CBS, z.d.).

De doelpopulatie van SSW bestaat uit alle in Nederland woonachtige personen van 15 jaar of ouder die ingeschreven staan. De steekproef voor SSW is in twee fasen getrokken: eerst selecteerde het CBS op basis van het inwoneraantal van gemeenten, en vervolgens binnen die gemeenten op basis van toeval personen uit de Basisregistratie Personen (BRP). Personen die in inrichtingen, instellingen of tehuizen wonen kregen geen uitnodiging.

Het CBS heeft respondenten voor het SSW-onderzoek geworven met een sequentieel mixed mode-ontwerp. Potentiële respondenten kregen eerst een brief thuis met informatie over het onderzoek en een link naar de vragenlijst. De brief legde uit dat het online invullen van de vragenlijst de voorkeur van het CBS had. De steekproef ontving twee herinneringen om de vragenlijst in te vullen. Als respons uitbleef na deze herinneringen deed het CBS een poging de potentiële deelnemers te bellen, als het telefoonnummer bekend was bij het CBS. Als dat niet het geval was, deed het CBS een poging om bij potentiële respondenten langs te gaan voor een *face to face* interview, met name in doelgroepen waarin de respons achterbleef.

Over het hele kalenderjaar 2021 kregen 20.875 personen een uitnodiging voor het SSW-onderzoek. 6.690 personen werkten mee, een respons van 32%. 5.189 personen vulden de vragenlijst online in. Bij 1.284 personen verzamelde het CBS de gegevens in een telefoongesprek. De overige 217 personen beantwoordden de vragen in een *face to face* interview.

De vragen over het geefgedrag zijn opgenomen in de SSW-vragenlijst die het CBS heeft uitgezet in het derde en vierde kwartaal van 2021, dus vanaf 1 juli tot en met 31 december 2021. In totaal zijn 3.069 respondenten ondervraagd.

De gegevens van het SSW-onderzoek zijn gewogen op huishoudensniveau, zodat zij een goede afspiegeling vormen van alle huishoudens in Nederland wat betreft herkomst, geslacht, leeftijd, regio, huishoudensgrootte en opleidingsniveau. Na weging was 76% van de steekproef met een Nederlandse herkomst en 24% (n = 751) met een niet-Nederlandse herkomst.

Om het geefgedrag te meten zijn acht vragen gesteld aan het eind van de vragenlijst. De vragen zijn te vinden op <https://osf.io/3rwep/>. We gebruiken de gegevens die met deze vragenlijst zijn verkregen onder huishoudens met een niet-Nederlandse herkomst om de schatting van het geefgedrag door huishoudens completer te maken.

Tegenover het voordeel van een aselechte steekproef stonden ook nadelen. Een nadeel van de beperkte hoeveelheid vragen die we in de enquête konden laten opnemen is dat we concessies hebben gedaan in de mate van detail in de metingen. We hebben alleen de hoogst

noodzakelijke gegevens kunnen verzamelen over het geefgedrag. We hebben geen informatie over proosociale waarden, over opvattingen over goededoelenorganisaties, over de manieren waarop huishoudens hebben gegeven aan goededoelenorganisaties of over het aantal verzoeken. We hebben ook geen onderscheid kunnen maken tussen giften van geld en goederen.

In de SSW-vragenlijst hebben respondenten giften aan milieu, natuur en dieren in één vraag gerapporteerd. Giften aan onderwijs en onderzoek, sport en recreatie, maatschappelijke en sociale doelen hebben de respondenten bij elkaar gerapporteerd in de categorie 'Overige doelen'. Om toch een schatting te kunnen maken van de giften aan elk van deze doelen apart hebben we de aandelen van deze doelen in de gegevens die we via Kantar Public hebben verkregen als uitgangspunt genomen. Van het totaalbedrag van giften aan milieu, natuur en dieren ging bijvoorbeeld 17% naar milieu, 39% naar natuurbehoud en 44% naar dierenbescherming. Deze verhoudingen hebben we gebruikt om het totaalbedrag aan milieu, natuur en dieren uit te splitsen. Daarmee hebben we verondersteld dat deze verhoudingen hetzelfde zijn onder huishoudens met een Nederlandse en niet-Nederlandse herkomst. Volgens eenzelfde logica hebben we een uitsplitsing gemaakt van de giften aan onderwijs en onderzoek, sport en recreatie, maatschappelijke en sociale doelen en overige doelen.

Via Kantar Public hebben we 15% van de respondenten die voor GIN2022 zijn geworven dezelfde acht vragen laten invullen als de CBS-respondenten. In de tabel hieronder staan de gewogen resultaten voor de respondenten met een Nederlandse herkomst in de gegevens van Kantar Public en het CBS. In de CBS-respons antwoordde een lager percentage van de huishoudens met een Nederlandse herkomst gegeven te hebben aan goede doelen (72%) dan in de gegevens van Kantar Public (82%). Desondanks kwam het geefgedrag van huishoudens met een Nederlandse herkomst in de CBS-steekproef een stuk hoger uit, op € 306 per huishouden tegen € 221 per huishouden in de gegevens van Kantar Public. Met name voor giften aan kerk en levensbeschouwing, internationale hulp en cultuur zijn de giften in de steekproef van het CBS veel hoger dan in de steekproef van Kantar Public. De gemiddelden zijn zoveel hoger door de aanwezigheid van enkele tientallen grote bedragen die we normaal in de gegevens van Kantar Public niet zien. Het winsoriseren van de hoogste 1% van de waarnemingen biedt hiervoor geen oplossing. Op basis van de SSW-gegevens zou de schatting van het geefgedrag van huishoudens uitkomen op € 2,32 miljard, vooral door de veel hogere bedragen voor kerk en levensbeschouwing en voor internationale hulp. Om de continuïteit in de schattingsmethoden te behouden hebben we de gegevens van het CBS over huishoudens met een Nederlandse herkomst niet gebruikt, maar de gegevens van respondenten die via Kantar Public de normale, lange vragenlijst hebben ingevuld die we ook in voorgaande jaren hebben gebruikt.

Tabel 15.2

Giften aan goede doelen in gegevens van Kantar Public en CBS naar herkomst

	Nederlandse herkomst		Niet-Nederlandse herkomst
	Kantar Public	CBS	CBS
Heeft de afgelopen 12 maanden gegeven	83%	72%	62%
Gaf in 2020 aan kerk en levensbeschouwing	24%	21%	22%
Giften in 2020 aan kerk en levensbeschouwing*	€ 336	€ 534	€ 396
Gaf in 2020 aan gezondheid	63%	64%	49%
Giften in 2020 aan gezondheid*	€ 65	€ 88	€ 68
Gaf in 2020 aan internationale hulp	36%	40%	35%
Giften in 2020 aan internationale hulp*	€ 78	€ 155	€ 133
Gaf in 2020 aan milieu, natuur en dieren	38%	38%	31%
Giften in 2020 aan milieu, natuur en dieren*	€ 65	€ 68	€ 74
Gaf in 2020 aan cultuur	19%	16%	13%
Giften in 2020 aan cultuur*	€ 52	€ 90	€ 78
Gaf in 2020 aan overige doelen: onderwijs en onderzoek, sport en recreatie, maatschappelijke en sociale doelen	33%	28%	24%
Giften in 2020 aan overige doelen*	€ 111	€ 132	€ 210
Gemiddelde totaalbedrag per huishouden aan giften door huishoudens in 2020 (inclusief huishoudens die niet geven = 0)	€ 221	€ 306	€ 253
Gemiddelde totaalbedrag per huishouden aan giften door huishoudens die geven in 2020 (exclusief huishoudens die niet geven)*	€ 266	€ 425	€ 408

* Alleen onder huishoudens die geven aan dit doel

Gegevens van Kantar Public

De vragenlijst die respondenten via Kantar Public hebben ingevuld is te vinden op <https://osf.io/w8mxc/>. De informatiebrief voor deelnemers is te vinden op <https://osf.io/u9f8y/>. Kantar Public stuurde een e-mail en reminders aan potentiële respondenten met een link naar de online vragenlijst. Het veldwerk liep van woensdag 1 september tot en met zondag 12 september. Respondenten besteedden gemiddeld 30 minuten aan het invullen van de volledige vragenlijst en gemiddeld 3 minuten aan de korte variant.

De steekproef bestond uit twee groepen: deelnemers aan de vorige meting en een verse steekproef. In beide groepen kreeg 15% de korte variant voorgelegd. De deelnemers aan de vorige meting zijn allemaal aangeschreven, voor zover zij nog beschikbaar waren voor onderzoek. De verse steekproef is representatief getrokken op de kenmerken huishoudgrootte, gezinsinkomen (bij benadering), regio, provincie en werksituatie van de hoofdkostwinner. De resultaten zijn gewogen naar de kenmerken geslacht, leeftijd, opleiding, regio, provincie en huishoudgrootte. Daarnaast zijn de resultaten op gezinsniveau gewogen op huishoudgrootte, regio en werksituatie van de hoofdkostwinner.

Tabel 15.3
Steekproef en respons via Kantar Public

	Deelnemers vorige meting	Verse steekproef	Totaal
Bruto steekproef	813	1.009	1.822
Respons	579	578	1.153
Responspercentage	71%	57%	64%

De gegevens van Kantar Public waren voldoende representatief voor vermogende Nederlanders, zo blijkt uit een vergelijking van de respons met populatiecijfers over vermogende Nederlanders die het CBS op ons verzoek heeft samengesteld. Volgens het CBS telde Nederland op 1 januari 2020 227.900 huishoudens met een vermogen van € 1 miljoen of meer, ofwel 3,5% van alle huishoudens. In de gegevens van Kantar Public bezat 3,7% een vermogen van € 1 miljoen of meer.

Om robuuste gemiddelden te berekenen hebben we de hoogste 1% van de waarnemingen gewinsoriseerd. We houden deze waarnemingen in de steekproef, maar zetten ze terug op het niveau van het 99^e percentiel. Hiermee verminderen we de invloed van uitschieters.

15.2 Nalatenschappen

Om inzicht in de omvang van nalatenschappen aan goede doelen te krijgen, maken we gebruik van de database van het CBF en heeft er aanvullend onderzoek plaatsgevonden onder fondsen van academische ziekenhuizen en universiteiten. Daarnaast maken we gebruik van gegevens van respondenten in het onderzoek via Kantar Public. We maken daarbij gebruik van de data van de steekproef van respondenten met een Nederlandse herkomst. We hebben deze editie geen additionele gegevens over nalatenschappen onder Nederlanders met een niet-Nederlandse herkomst en vermogende Nederlanders. Hierdoor zijn de gegevens niet een-op-een te vergelijken met de gegevens gerapporteerd in eerdere edities van Geven in Nederland.

CBF-data

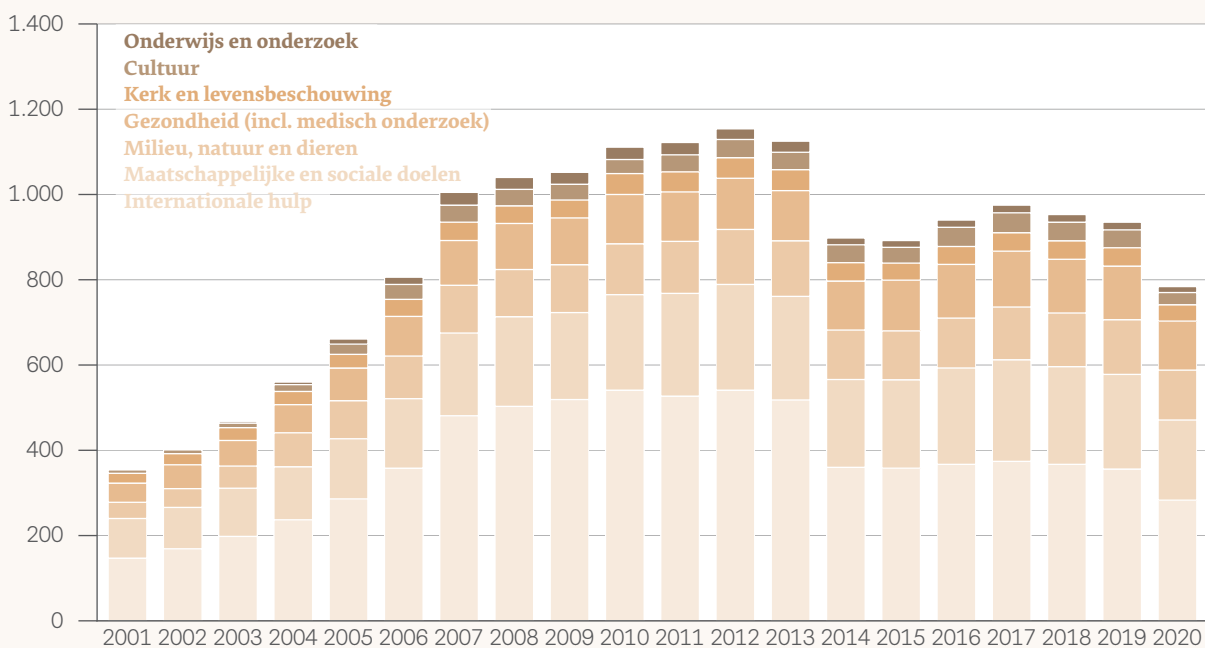
Het CBF verzamelt gedetailleerde gegevens over de baten (waaronder inkomsten uit nalatenschappen) en lasten van goededoelenorganisaties. De financiële gegevens in het Register komen uit de aangeleverde jaarverslagen van deze erkende goededoelenorganisaties. Niet alle ANBI's sturen echter hun jaarverslag naar het CBF, waardoor de CBF-cijfers geen volledig beeld geven van wat er aan nalatenschappen in Nederland omgaat. Zo vallen kerken en congregaties, kleinschalige lokale fondsenwervende organisaties en non-profitorganisaties (bijvoorbeeld fondsen van sommige universiteiten, academische ziekenhuizen, verenigingen en culturele organisaties) buiten de gegevens van het CBF. Hierdoor zijn niet alle sectoren (bijvoorbeeld cultuur, kerk en levensbeschouwing, onderwijs en onderzoek, sport en recreatie) representatief voor de gehele goededoelensector. De gerapporteerde bedragen vormen dan ook een absolute ondergrens voor de omvang van nalatenschappen in Nederland.

Het CBF actualiseert de cijfers van voorgaande jaren en daarom is het mogelijk dat er verschillen bestaan in de rapportage ten opzichte van de gerapporteerde bedragen in eerdere edities van Geven in Nederland. Soms corrigeren ontvangende instellingen de waarde van nalatenschappen nog tot enkele jaren na executie van het testament als de uiteindelijke waarde bekend is. We streven steeds naar de rapportage van de meest recente cijfers.

In figuur 15.3 geven we het aantal instellingen per sector per jaar weer in de CBF-database op het moment van meting (februari 2022).

Figuur 15.1:

Aantal goededoelenorganisaties in CBF-database naar sector, 2001–2020



Bron: CBF-database (februari 2022)

Het totale aantal goededoelenorganisaties in de CBF-database is tot 2013 sterk gestegen. De CBF-cijfers bevatten de financiële gegevens van 208 goededoelenorganisaties in 2001 en van 1.125 goede doelen in 2012. Doordat het CBF indertijd goededoelenorganisaties de dienst aanbood om via het CBF-portaal te voldoen aan de ANBI-publicatieplicht ontving het CBF veel financiële gegevens. Sinds 2016 biedt het CBF deze dienst niet langer aan. In de periode 2014–2019 schommelde het aantal goededoelenorganisaties waarover het CBF financiële gegevens heeft verzameld rond de 900 goededoelenorganisaties. Over 2020 ontving het CBF de financiële gegevens van 783 goededoelenorganisaties.

De samenstelling van de cijfers van het CBF naar sector is over de periode 2001–2020 nauwelijks veranderd (zie figuur 15.3). De cijfers van het CBF omvatten relatief veel goededoelenorganisaties die actief zijn op het terrein van internationale hulp; het aandeel schommelt tussen de 36% en 49%. Ook de sector maatschappelijke en sociale doelen is goed vertegenwoordigd met een aandeel tussen de 19% en 26%. Na deze twee sectoren volgen de sector milieu, natuur en dieren en de sector gezondheid. Het aandeel goededoelenorganisaties in de CBF-database actief in de sectoren milieu, natuur en dieren schommelt tussen de 11% en 15%; het aandeel goededoelenorganisaties die actief zijn in de sector gezondheid schommelt tussen de 10% en 15%. Zoals eerder aangegeven bevatten de cijfers van het CBF relatief weinig goede doelen die actief zijn op het terrein van onderwijs en onderzoek (exclusief medisch onderzoek) (tussen de 4% en 6%), culturele instellingen (tussen de 2% en 5%) en religieuze instellingen (tussen de 1% en 3%).

Aanvullend onderzoek onder fondsen van academische ziekenhuizen en universiteiten

In deze editie voerden we aanvullend onderzoek uit naar nalatenschappen aan fondsen van academische ziekenhuizen en universiteiten (tabel 15.6).

Tabel 15.4:

Aanvullend onderzoek nalatenschappen onder fondsen van universiteiten en academische ziekenhuizen

	Academische ziekenhuizen	Universiteiten	Totaal
Aantal fondsen	38	28	66
Respons	28	24	52
Respons (in %)	74	86	79
Aantal fondsen met minstens één nalatenschap	11	7	18
Nalatenschap in CBF-database	5	0	5
Nalatenschap niet in CBF-database	6	7	13
Inkomsten uit nalatenschappen in € (in CBF-database)	€ 1.458.646	€ 0	€ 1.458.646
Inkomsten uit nalatenschappen in € (niet in CBF-database)	€ 745.683	€ 1.654.678	€ 2.400.361
Totaal inkomsten uit nalatenschappen in €	€ 2.204.329	€ 1.654.678	€ 3.859.007

Dit deden we omdat lang niet alle goeddoelenorganisaties die nalatenschappen ontvangen in de CBF-database opgenomen zijn. De academische ziekenhuizen en universiteiten in Nederland hebben vaak meerdere fondsen die giften en nalatenschappen kunnen ontvangen. We hebben in totaal 66 fondsen in beeld die gelieerd zijn aan een academisch ziekenhuis of een universiteit in Nederland. Om een completer beeld te krijgen hebben we alle 66 fondsen benaderd om informatie te verstrekken over de inkomsten uit nalatenschappen in 2020. In totaal hebben 52 fondsen meegewerkt aan het onderzoek (respons 79%). Om dubbeltellingen te voorkomen, werken we enkel met de inkomsten uit nalatenschappen van fondsen van academische ziekenhuizen en universiteiten die niet in de CBF-database voorkomen: € 2,4 miljoen.

Onderzoek naar nalatenschappen aan goede doelen onder huishoudens

Voor deze editie van Geven in Nederland hebben we net als in de vorige editie een brede steekproef van huishoudens via Kantar Public ondervraagd over geplande nalatenschappen aan goede doelen. Helaas bevatte deze steekproef onvoldoende respondenten met een niet-Nederlandse herkomst. De vragenlijst van SSW bood geen ruimte voor vragen over geplande nalatenschappen. Daarom zijn de vragen over geplande nalatenschappen aan goede doelen alleen gesteld aan respondenten met een Nederlandse herkomst die we via Kantar Public konden bereiken. Door kleine aantallen respondenten hebben we ook geen aparte analyses kunnen maken van nalatenschappen onder vermogende Nederlanders met een vermogen van ten minste € 1 miljoen. Hierdoor zijn de gegevens in dit hoofdstuk niet goed vergelijkbaar met gegevens in voorgaande edities van Geven in Nederland.

Voor de steekproef onder 867 Nederlanders met een Nederlandse herkomst hebben we de gegevens gewogen op basis van geslacht, leeftijd, opleiding, huishoudomvang, provincie en regio. Zie ook eerder in dit hoofdstuk 15.1.

De online enquête bevat enkele vragen over geplande nalatenschappen aan goededoelenorganisaties. Respondenten is gevraagd of zij een testament hebben. Als respondenten een testament hebben krijgen zij aanvullende vragen voorgelegd over het nalaten van geld en/of goederen aan een goed doel en of zij dit ooit overwogen hebben. Wanneer zij nalaten aan een goed doel is gevraagd welk percentage van de nalatenschap naar het goede doel gaat en aan welk van de acht terreinen zij gaan nalaten.

15.3 Fondsen

In het onderzoek naar fondsen maken we een onderscheid tussen geldwervende fondsen en vermogensfondsen.

Geldwervende fondsen

Voor het onderzoek naar geldwervende fondsen gebruiken we cijfers uit de CBF-database. De cijfers zijn ontleend aan de inkomsten en bestedingen die fondsenwervende instellingen hebben gerapporteerd aan het CBF. We hebben gebruikgemaakt van een database (februari 2022) dat op dat moment de financiële gegevens van 784 fondsen over het jaar 2020 bevatte. Het CBF vult het databestand echter continu aan met fondsen die alsnog hun jaarverslag over 2020 aanleveren. Het CBF geeft aan dat dit met name kleine fondsenwervende instellingen betreft en daarom geen groot gewicht meer heeft op het totaalbedrag. Om dubbel tellingen te voorkomen, tellen we in het Geven in Nederland-onderzoek alleen de rentebaten/inkomsten uit beleggingen mee. De andere inkomsten van geldwervende fondsen – zoals geldwerving onder Nederlandse huishoudens en bedrijven – zijn reeds bij andere bronnen ondergebracht (geven door huishoudens, geven door loterijen en geven door bedrijven). Indien fondsen een slecht beleggingsjaar hebben, resulterend in negatieve beleggingsopbrengsten, tellen we alleen de positieve beleggingsresultaten mee voor het totaaloverzicht. In totaal hebben 210 fondsenwervende instellingen (positieve) inkomsten uit beleggingen gerapporteerd. De cijfers van 2018 zijn met terugwerkende kracht gecorrigeerd omdat er in de vorige editie onbedoeld gewerkt is met incorrecte cijfers. De inkomsten uit beleggingen waren in 2018 (een slecht beleggingsjaar) voor geldwervende fondsen € 13 miljoen in plaats van de gerapporteerde € 165 miljoen. Ondanks het feit dat we voor fondsen enkel kunnen spreken van minimale schattingen, heeft dit waarschijnlijk geleid tot een overschatting van de bedragen uit vermogen van geldwervende fondsen in 2018.

Het CBF hanteert een iets andere indeling van goededoelensectoren dan het Geven in Nederland-onderzoek. De categorie sport en recreatie valt in de CBF-rubricering onder de categorie Welzijn. Ten behoeve van de Geven in Nederland-rubricering is Welzijn, gebruikt door het CBF, uitgesplitst naar de sectoren sport en recreatie en maatschappelijke en sociale doelen.

Voor de jaren 1995, 1997, 1999 en 2001 zijn naast de inkomsten uit beleggingen/rentebaten ook nog het aandeel van fondsen in acties van derden (zoals de opbrengsten uit grote loterijen) meegerekend. Vanaf 2003 rapporteren we alleen nog de inkomsten uit beleggingen/rentebaten, omdat we de opbrengsten uit kansspelen (zoals goededoelenloterijen) in een apart hoofdstuk hebben ondergebracht.

Vermogensfondsen

Bij het onderzoek naar vermogensfondsen gaat het om fondsen die in principe niet afhankelijk zijn van actieve fondsenwerving, maar eigen middelen hebben (vermogen en/of structurele inkomstenbron afkomstig van een familie of bedrijf) om goede doelen te ondersteunen. In Nederland is er geen centrale database met gegevens over de inkomsten en giften van vermogensfondsen. Vanwege gebrekkige gegevensbronnen en een onvolledig steekproefkader is het tot op heden niet mogelijk geweest een totaalschatting te maken van de bijdragen

van alle vermogensfondsen in Nederland. Daarmee vormen de schattingen van deze groep fondsen al jaren een hiaat in het onderzoek (zie ook evaluaties van Geven in Nederland in 2011, 2013, 2015, 2018 en 2020). Zolang er geen database beschikbaar is met gegevens over alle vermogensfondsen in Nederland zijn we aangewezen op andere methoden om inzicht in hun geefgedrag te krijgen.

Ten behoeve van het macro-economische overzicht van Geven in Nederland 2022 heeft het onderzoek onder vermogensfondsen zich geconcentreerd op de grootste vermogensfondsen (met een doelbestedingsbudget > € 500.000) in Nederland. Uitgangspunt hierbij is dat een klein deel van de fondsen verantwoordelijk is voor het grootste deel van de uitgaven. Met behulp van beschikbare gegevensbronnen, het inschakelen van experts en de 'sneeuwbal-methode' onderzochten we in Geven in Nederland 2017 welke fondsen een doelbestedingsbudget van > € 1 miljoen hadden. Dat leverde destijds een lijst op van 78 fondsen. Voor Geven in Nederland 2020 hebben we de lijst aangevuld met fondsen die een geschat doelbestedingsbudget hebben tussen de € 500.000-€ 1 miljoen. Daarvoor is gebruikgemaakt van de database van het ECSP (2018) dat in het kader van het onderzoek 'Filantropische Fondsen in Kaart' data heeft verzameld over 2016. Hiervoor is een lijst samengesteld met 122 fondsen die benaderd zijn voor het onderzoek. De lijst is echter niet statisch, er komen fondsen bij en er vallen fondsen af. Bovendien zijn er fondsen die het ene jaar minder dan € 500.000 geven en het andere jaar meer. Voor Geven in Nederland 2022 hebben we informatie over bestedingen verzameld van 137 vermogensfondsen. De grens van € 500.000 is geen harde grens. Er is een aantal fondsen in het onderzoek terechtgekomen dat in 2020 een lager doelbestedingsbudget blijkt te hebben. Om de beschikbare informatie te benutten, hebben we besloten deze fondsen mee te nemen in de resultaten.

Hybride fondsen die hun jaarverslag bij het CBF hebben aangeleverd, zoals het Prins Bernhard Cultuur Fonds, het Oranje Fonds en het Ubbo Emmius Fonds, vallen buiten de groep. Deze fondsen hebben hun jaarverslag bij het CBF ingediend en zijn op die wijze al in het onderzoek meegenomen.

Van 84 fondsen hebben we informatie kunnen verzamelen over hun doelbestedingen in de jaren 2015-2020. Deze fondsen noemen we de longitudinale groep. Sinds de vorige editie kunnen we ook iets zeggen over de trend in doelbestedingen bij deze longitudinale groep van fondsen. Voor het jaar 2016 is daarbij gebruikgemaakt van de gegevens in de ECSP-database. Voor de andere jaren heeft de Vrije Universiteit Amsterdam data verzameld. Voor de jaren 2015 en 2018 is de data deels afkomstig uit online enquêtes en deels uit jaarverslagonderzoek. De data over 2017, 2019 en 2020 is geheel afkomstig uit jaarverslagonderzoek. Binnen het tijdsbestek van dit onderzoek was het niet mogelijk om de doelbestedingen van deze fondsen voor al deze jaren onder te verdelen naar de acht sectoren van Geven in Nederland. Dit geldt temeer omdat deze informatie niet altijd terug is te vinden in jaarverslagen en omdat de jaarverslagen van de voorgaande jaren niet altijd meer online beschikbaar zijn.

Om dubbeltellingen te voorkomen tellen we voor het macro-overzicht van Geven in Nederland alleen de doelbestedingen uit de opbrengst van het vermogen mee. Volgens de logica van dit onderzoek telt elke euro voor het goede doel maar één keer mee. Dat betekent dat de doelbestedingen van zuivere vermogensfondsen, fondsen die alleen uit de opbrengst van het vermogen geven, voor 100% meetellen. De doelbestedingen van fondsen die een structurele bron van inkomsten hebben afkomstig van een familie of bedrijf tellen we niet mee. Deze bijdragen zijn al bij de andere hoofdstukken (hoofdstuk 1 Geven door huishoudens en hoofdstuk 4 Geven door bedrijven) meegeteld. Er zijn ook vermogensfondsen met een vermogen die (incidenteel) giften ontvangen. We tellen in dat geval de doelbestedingen niet voor 100% mee. Deze giften trekken we van de doelbestedingen af.

De bijdragen van vermogensfondsen in Geven in Nederland 2020 betreffen geen generaliseerde bedragen. Toch hebben we ten opzichte van voorgaande jaren beter inzicht gekregen in het volume van de bestedingen van vermogensfondsen door in de onderzoeksmethode de focus op relatief grote fondsen te leggen. Het is belangrijk om te vermelden dat we – met uitzondering van de longitudinale groep – geen harde uitspraken kunnen doen over trends in het geefgedrag van vermogensfondsen, omdat de gegevens over de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1995–2015 op verschillende manieren zijn verzameld.

Verkennd enquête-onderzoek onder vermogensfondsen

Voor deze editie hebben we een verkennend enquête-onderzoek uitgevoerd onder vermogensfondsen. We hebben in totaal 173 fondsen uitgenodigd voor deelname aan het onderzoek. Dit betrof 116 vermogensfondsen (zuivere vermogensfondsen, familiefondsen en corporate foundations) met een geschat bestedingsbudget van meer dan € 500.000 geselecteerd en uitgenodigd om een enquête in te vullen. Om meer inzicht te krijgen in corporate foundations, een opkomende subsector binnen het filantropische domein, hebben we daarnaast 57 extra corporate foundations uitgenodigd met een geschat bestedingsbudget van minder dan € 500.000. 79 van de 173 uitgenodigde fondsen heeft de vragenlijst geheel of gedeeltelijk ingevuld (46%).

De 116 vermogensfondsen in dit onderzoek zijn in beginsel geselecteerd op een geschat bestedingsbudget van meer dan € 500.000. Er is echter een aantal vermogensfondsen in het onderzoek dat in 2020 een lager doelbestedingsbudget blijkt te hebben. Om de beschikbare informatie te benutten, zijn vermogensfondsen met een bestedingsbudget van ten minste € 235.000 opgenomen in de resultaten. Dit resulteert in 51 zuivere vermogensfondsen, familiefondsen of hybridefondsen, en 18 corporate foundations. Samen is dit een groep van 69 vermogensfondsen. Tevens hebben acht corporate foundations de vragenlijst ingevuld waarvan het bestedingsbudget onbekend is of waarbij het bestedingsbudget lager is dan € 235.000. Om ook deze beschikbare informatie te benutten hebben we besloten deze acht corporate foundations mee te nemen in de resultaten wanneer we rapporteren over enkel corporate foundations. Zie tabel 15.7.

In hoofdstuk 3 rapporteren we over de groep van 69 vermogensfondsen en corporate foundations met een bestedingsbudget van ten minste € 235.000 of over de groep van 26 corporate foundations (bestedingsbudget > € 0 of onbekend). De twee vermogensfondsen met een bestedingsbudget kleiner dan € 235.000 zijn in het onderzoek buiten beschouwing gelaten. Dit resulteert in 77 respondenten/fondsen.

Van de 77 respondenten is 44% directeur van het fonds, 12% is bestuurslid, 12% projectmedewerker of financieel medewerker. 33% van de respondenten heeft een andere functie (onder andere programmamanager, algemeen manager of (bestuurs)adviseur).

Tabel 15.5:

Samenstelling respondenten aanvullend enquête-onderzoek onder vermogensfondsen

	Bestedingsbudget van ten minste € 235.000	Bestedingsbudget € 0 - € 235.000	Bestedingsbudget onbekend	Totaal
Zuiver vermogensfonds	35	2	0	37
Familiefonds	10	0	0	10
Hybride fonds	4	0	0	4
Corporate foundation	18	2	6	26
Anders	2	0	0	2
Totaal	69	4	6	79

Tabel 15.6 geeft een aantal achtergrondkenmerken weer van de respondenten. Deze zijn onderverdeeld in de grote vermogensfondsen exclusief corporate foundations (n = 51), corporate foundations met een bestedingsbudget van meer dan € 235.000 (n = 18) en de corporate foundations met een bestedingsbudget van maximaal € 235.000 of waarvan het bestedingsbudget onbekend is (n = 8).

Tabel 15.6

Enkele achtergrondkenmerken van de fondsen in aanvullend enquête-onderzoek

		Fondsen excl. corporate foundations (bestedingsbudget > € 235.000) (n = 51)	Corporate foundations (Bestedingsbudget > € 235.000) (n = 18)	Corporate foundations (Bestedingsbudget < € 235.000 of onbekend) (n = 8)
Bestedingsbudget 2020	Gemiddeld	€ 5.212.897	€ 4.086.507 ^a	€ 141.792
	Mediaan	€ 1.718.057	€ 1.395.541 ^a	-
Totale baten	Gemiddeld	€ 11.696.627	€ 4.983.413 ^a	€ 158.775
	Mediaan	€ 1.861.061	€ 1.829.122 ^a	-
Betaalde fte's	Gemiddeld	14	11	2
	Mediaan	2,5	2	1,25
Werkt met vrijwilligers (in %)		35	44	43
Leeftijd fonds (in Jaren)	Gemiddeld	86	22	14
	Mediaan	39	18	10

^a Exclusief IKEA foundation

De fondsen en corporate foundations met een bestedingsbudget van ten minste € 235.000 zijn vergelijkbaar in het aantal fte's. Wel werken corporate foundations vaker met vrijwilligers (44% tegenover 35% onder vermogensfondsen); corporate foundations zijn over het algemeen ook jonger.

15.4 Bedrijven en special: Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

De gegevens over bedrijven zijn verzameld onder een representatieve steekproef van bedrijven die in Nederland gevestigd zijn. De branches landbouw, overheid, onderwijs, gezondheidszorg, cultuur, sport en recreatie zijn uitgesloten om de consistentie met eerdere edities te behouden. Daarnaast gaat het bij enkele van deze branches, zoals bijvoorbeeld binnen de branches overheid, onderwijs en gezondheidszorg, om publieke organisaties die geen commercieel bedrijf zijn. Het veldwerk is verricht door Kantar Public en is uitgevoerd in de zomer van 2021. Respondenten konden de vragenlijst invullen van 26 augustus tot en met 12 september 2021.

Tabel 15.7

Aantal respondenten van bedrijven in Geven in Nederland 2022

Kantar Public	Uitnodiging deelnemers vorige meting	1.265
	Uitnodiging aanvullende steekproef	819
	Totaal aan uitnodigingen	2.084
Respondenten		1.435
Uitgefilterde respondenten		528
Respondenten in analyse		907

In totaal zijn 2.084 bedrijven uitgenodigd voor deelname aan het onderzoek. Respondenten kregen een e-mail met een link naar de online vragenlijst. 1.435 respondenten zijn begonnen aan de vragenlijst. Dit resulteert in een respons van 69%. Van deze respondenten vielen er vervolgens 524 af, omdat zij niet verantwoordelijk waren voor sponsoring en giften van het bedrijf of daar geen gedetailleerde kennis van hadden. 911 respondenten hebben de vragenlijst volledig ingevuld. Vier bedrijven hebben we niet opgenomen in de uiteindelijke analyse, omdat uit de antwoorden van betreffende respondenten bleek dat het niet om bedrijven ging. De resultaten gaan derhalve over 907 respondenten (respons: 44%) (zie tabel 15.7).

Procedure en vragenlijst

De vragenlijsten zijn ingevuld door de persoon die binnen het betreffende bedrijf verantwoordelijk is voor filantropie in de vorm van sponsoring en giften. Deze persoon blijkt in 81% van de gevallen ook verantwoordelijk te zijn voor beleid en/of uitvoering van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO).

Alle vragen over sponsoring en giften hebben betrekking op het geefgedrag van bedrijven in 2020. Het onderzoek is in de zomer van 2021 uitgevoerd. De vragenlijst is afgenomen via internet. Genodigden kregen via Kantar Public een uitnodiging per e-mail met een link naar de online vragenlijst. Online dataverzameling biedt de respondent de gelegenheid de vragenlijst op een zelfgekozen tijdstip en plaats in te vullen. Bovendien kunnen respondenten zo benodigde (financiële) gegevens opzoeken.

De vragenlijst begon met enkele inleidende vragen over het bedrijf en wie de verantwoordelijkheid heeft over sponsoring en giften. Vervolgens zijn er vragen gesteld over de hoogte van de bedragen die aan sponsoring en giften zijn besteed. Allereerst is gevraagd of het bedrijf een strikt onderscheid maakt tussen sponsoring en giften. 45% van de bedrijven geeft aan geen strikt onderscheid tussen sponsoring en giften te maken. Deze respondenten hebben vervolgens de bedragen ingevuld bij sponsoring of giften, waarbij is gevraagd de categorie te kiezen die zij zelf het meest van toepassing achten. 13% geeft aan het niet te weten of geeft geen antwoord, en ook deze groep is gevraagd de vragen bij hetzij sponsoring, hetzij giften in te vullen. 42% van de deelnemende bedrijven doet zowel aan sponsoring als aan giften en deze groep bedrijven vult dus de vragen bij beide categorieën in.

Binnen elke categorie is gevraagd naar de hoogte van de sponsoring of gift in geld, natura (uitgedrukt in euro's) en/of mankracht (uitgedrukt in euro's) per doel of maatschappelijk terrein. Ook zijn vragen gesteld over motieven voor sponsoring en/of giften, beleid omtrent sponsoring en/of giften, bij wie het initiatief ligt, communicatie over sponsoring en/of giften en de frequentie en aard van sponsoring of donatieverzoeken. Daarnaast hebben de vragen betrekking op de coronapandemie en over de manier waarop sponsoring en/of giften zijn aangepast of veranderd in 2020.

Na de vragen over sponsoring en giften volgden een aantal vragen over MVO. MVO hebben we in de vragenlijst omschreven als 'naast het streven naar winst (profit) ook rekening houden met het effect van activiteiten op het milieu (planet) en oog hebben voor menselijke aspecten binnen en buiten het bedrijf (people)'. Naast vragen naar concrete activiteiten op het gebied van milieu en personeelsbeleid zijn vragen gesteld over de motieven om aan MVO te doen en werd de respondent een aantal stellingen over MVO en de maatschappelijke taken van bedrijven voorgelegd. Ook is er aandacht besteed aan de 17 Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties.

De vragenlijst eindigde met vragen over een aantal achtergrondkenmerken van het bedrijf, zoals de bedrijfsomzet, winst en het aantal medewerkers.

Schattingen op basis van de steekproef van bedrijven

Met het bedrijvenonderzoek streven we naar een zo goed mogelijke schatting van de bedragen die de Nederlandse bedrijven gezamenlijk uitgeven aan sponsoring en aan giften. De gegevens van de steekproef van de bedrijven die ondervraagd zijn hebben we geëxtrapolerd naar de totale populatie van Nederlandse bedrijven. De bedrijvensteekproef is gewogen naar branche en bedrijfsgrootte gebaseerd op het bestand van het CBS over het totaal aantal bedrijven binnen Nederland per branche, inclusief gegevens over de hoeveelheid werkzame personen per bedrijf. Deze wegingsfactor gebruiken we ook in de schattingen van MVO. Vrijwel alle gerapporteerde resultaten zijn gebaseerd op de extrapolaties.

De weging is cruciaal voor de extrapolatie, omdat de groep deelnemende respondenten niet vanzelf representatief is voor de werkelijke populatie. Zo is er in de huidige steekproef sprake van een sterke ondervertegenwoordiging van het aantal eenmanszaken en een oververtegenwoordiging van grote(re) bedrijven. Het is verstandig om de in de populatie weinig voorkomende groepen (zoals de grote bedrijven) in de steekproef over te vertegenwoordigen om de generalisatie op basis van de weging betrouwbaarder te maken (zie tabel 15.8). Dat is gebeurd bij de bedrijven met 11-100 en bedrijven met meer dan 100 medewerkers. De weegfactor corrigeert daarvoor. Ondanks het feit dat er 'maar' 24% eenmanszaken in de feitelijke steekproef zitten, wordt dat gebrek aan representativiteit rechtgetrokken via de weegfactor. Ieder bedrijf dat deelneemt 'staat' voor een heleboel andere bedrijven

die niet meedoen aan het onderzoek. Als er bijvoorbeeld in de populatie 200 eenmanszaken zijn in een bepaalde branche en er maar 2 in de steekproef zijn opgenomen, krijgen ze ieder een ophooggewicht 100 naar de gehele populatie. Het gebruik van wegingsfactoren heeft als belangrijkste nadeel dat door weging en generalisatie het kan voorkomen dat de gegevens van één of enkele bedrijven een zeer grote invloed hebben op de totale giften aan een bepaald doel of binnen een bepaalde branche. Ook nemen we aan dat de bedrijven uit de steekproef een weerspiegeling vormen voor soortgelijke bedrijven.

Tabel 15.8

Samenstelling steekproef bedrijven en weging

Bedrijfsgrootte in aantallen medewerkers	% in steekproef	% op basis van weging
1	24.0	75.0
2-10	31.7	20.5
11-100	25.3	2.5
>100	19.0	2.0

Er is bij het uitzetten van het onderzoek gevraagd om meer grote(re) bedrijven in de steekproef op te nemen dan gebruikelijk, waardoor er voor het gehele Nederlandse bedrijfsleven dus een niet-representatieve groep ontstaat. De weefactor maakt de gegevens representatiever.

Sponsoring en giften door eenpersoonsbedrijven

Eenmanszaken vormen een bijzondere en belangrijke categorie bedrijven. We herhalen daarom onderstaande tekst uit *Geven in Nederland 2017*: 'Vele honderdduizenden eenpersoonszaken en zelfstandigen zonder personeel zijn als bedrijf aangemerkt bij de Kamer van Koophandel. Zij vormen verreweg de grootste categorie bedrijven in Nederland en een groot aantal ervan houdt zich bezig met sponsoring en doet giften. In het kader van de belastingwetgeving hebben eenpersoonsbedrijven wel een bijzonder kenmerk: voor ondernemers die hun inkomen als winst uit onderneming voor de inkomstenbelasting aangeven is het niet mogelijk om zakelijke en privégiften te splitsen. De ondernemer doet aangifte inkomstenbelasting en de giften worden fiscaal gezien als privégiften.' Omdat deze bedrijven vaak giften uit naam van hun bedrijf doen dienen ze opgenomen te blijven in de onderzoekspopulatie.

Aanvullend kwalitatief onderzoek Geven door Bedrijven

Naast de verzamelde kwantitatieve gegevens onder bedrijven is er ook aanvullend kwalitatief onderzoek uitgevoerd voor het hoofdstuk *Geven door Bedrijven*. In dit aanvullende kwalitatieve onderzoek is gesproken met 12 respondenten binnen 11 goededoelenorganisaties in Nederland die geregeld giften ontvangen van het Nederlandse bedrijfsleven. De goededoelenorganisaties zijn relatief grote en bekende goededoelenorganisaties in Nederland met activiteiten in binnen- en/of buitenland.

De 11 goededoelenorganisaties zijn gericht benaderd via convenience sampling en zijn werkzaam op verschillende maatschappelijke terreinen (onder andere armoede, internationale hulp, gezondheid en ongelijkheid). Geïnterviewden waren verantwoordelijk voor corporate partnerships (samenwerking met bedrijven), fondsenwerving of communicatie. Interviews belichten de motivaties voor samenwerking met bedrijven, en de voor- en nadelen van bedrijfsfilantropie in geld, tijd en natura. De semigestructureerde interviews duurden tussen de 40 en 60 minuten en zijn online en in het Engels afgenomen. Interviews zijn opgenomen

en vervolgens uitgeschreven. Dit resulteerde in circa 145 pagina's aan ruwe data. De kwalitatieve analyse volgde een thematische analyse (Braun & Clarke, 2006), gebruikelijk in kwalitatief onderzoek. Citaten in het hoofdstuk zijn vertaald van het Engels naar het Nederlands.

Deze interviews zijn uitgevoerd door Margaux Etienne, masterstudent Global Business & Sustainability aan de Rotterdam School of Management, Erasmus Universiteit. De interviews zijn afgenomen in het kader van haar masterscriptie over de voor- en nadelen van bedrijfsfilantropie.

Aanvullend kwalitatief onderzoek special Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO)

Naast de kwantitatieve gegevens betreffende MVO is er ook aanvullend kwalitatief onderzoek uitgevoerd voor de special MVO. In dit aanvullende kwalitatieve onderzoek is gesproken met 35 medewerkers van bedrijven in de voedselsector, die in alle gevallen een goede kennis hadden van het MVO-beleid in hun organisaties. Alle (medewerkers van) deelnemende bedrijven kwamen uit het midden- en kleinbedrijf, een type bedrijf dat relatief weinig aandacht krijgt in de wetenschappelijke literatuur over MVO.

De bedrijven zijn gericht benaderd, in de zin dat a priori bekend was dat deze bedrijven daadwerkelijk actief waren op het gebied van MVO. Voor het doel van het onderzoek was dat ook noodzakelijk. Er werd niet geprobeerd een algemeen representatief beeld te geven van de stand van zaken op het gebied van MVO in Nederland, zoals dat wel wordt geprobeerd in het kwantitatieve onderzoek. De gestelde vragen gingen onder andere in op de verschillende motieven van bedrijven om aan MVO te doen, de rol van interne en externe belanghebbenden, en de (on)mogelijkheden die bedrijven zien om (meer) aan MVO te doen. De semigestructureerde interviews duurden 30 tot 75 minuten en zijn – vooral vanwege de destijds heersende situatie rondom corona – vrijwel allemaal online afgenomen. De interviews zijn opgenomen en volledig uitgeschreven.

De interviews zijn uitgevoerd door Max van Stigt en Dana Meijbergen, masterstudenten Beleid, Communicatie en Organisatie van de Vrije Universiteit Amsterdam, ten behoeve van hun masterscripties.

15.5 Kansspelen

Nederland telde in 2020 negen landelijke meerjarige kansspelvergunninghouders die verplicht zijn een deel van hun opbrengst af te dragen aan goede doelen. Het betreft de volgende vergunninghouders: de Nationale Postcode Loterij, de BankGiro Loterij, de VriendenLoterij, de Samenwerkende Non-profit Loterijen (SNL), Lotto B.V. (Lotto, Krasloterij en Toto), ZEBetting & Gaming, Fairshare Loterijen, Impact Loterij en Snapchance. De laatste twee hadden weliswaar een vergunning in 2020, maar boden toen (nog) geen loterij aan op de kansspelmarkt. We rapporteren in het hoofdstuk dus over de bestedingen van zeven landelijke meerjarige kansspelvergunninghouders. Er zijn ook eenmalige kansspelvergunninghouders die incidenteel een loterij organiseren, maar deze vallen buiten dit onderzoek.

Beneficianten van de kansspelen worden op basis van hun belangrijkste doelstelling ingedeeld naar één van de acht sectoren van Geven in Nederland. Aangezien Stichting Doen, een van de grootste beneficianten van de Goede Doelen Loterijen, actief is in meerdere sectoren, hebben we in voorgaande edities ervoor gekozen om apart te rapporteren over Stichting Doen. Voor 2020 verdelen wij de bijdragen van Stichting Doen echter voor het eerst over de sectoren van Geven in Nederland omdat we zo beter zicht krijgen op de afdrachten vanuit de kansspelen per sector. Dat betekent: Stichting DOEN uit de BankGiro Loterij, bestemd voor

cultuur: € 4,3 miljoen; Stichting DOEN uit de VriendenLoterij, bestemd voor maatschappelijke en sociale doelen: € 3 miljoen; Stichting DOEN uit de Nationale Postcode Loterij, bestemd voor internationale hulp: € 4,8 miljoen; voor natuur, milieu en dieren € 15,3 miljoen; voor maatschappelijke en sociale doelen: € 2,4 miljoen; en voor speciale projecten: € 2 miljoen. Voor een goede vergelijking met voorgaande jaren waren wij genooddakt om de trendvergelijking per doel zonder Stichting Doen uit te voeren. Zoals gezegd werden voorgaande jaren de bijdragen vanuit de kansspelen via Stichting Doen aan goede doelen niet bij de sectoren van Geven in Nederland opgeteld.

De gegevens over de giften van deze kansspelvergunninghouders zijn in de periode 2003–2009 ontleend aan het jaarverslag van het College van Toezicht op de Kansspelen, dat op 1 april 2012 is opgeheven. De Kansspelautoriteit (Ksa), die sindsdien toezicht houdt op de kanspelsector, gaat in haar jaarverslagen niet uitgebreid in op de afdrachten van de kansspelvergunninghouders aan goede doelen. De cijfers vanaf 2011 zijn daarom ontleend aan de jaarverslagen/websites van de kansspelvergunninghouders zelf.

Voor 2003 rapporteerden we de giften van de goededoelenloterijen als onderdeel van de giften van geldwervende instellingen. Vanaf 2005 bevatten onze rapportages ook de bijdragen van de stichting SNL. De SNL bestaat uit een aantal goededoelenorganisaties met een eigen loterij: KWF Kankerbestrijding, de Grote Clubactie/Support Actie, Jantje Beton, Scouting Nederland en de Zonnebloem.

15.6 Vrijwilligerswerk

De schattingen over deelname aan vrijwilligerswerk in hoofdstuk 6 zijn gebaseerd op de gegevens van de brede steekproef en de gerichte steekproef onder Nederlanders met een niet-Nederlandse herkomst (zie 15.1). De gegevens over vrijwilligerswerk in Nederland over 2020–2021 komen voort uit de enquêtes van Kantar Public onder 1.157 respondenten. Specifiek is dit een steekproef van 867 respondenten met een Nederlandse herkomst en 290 respondenten met een niet-Nederlandse herkomst. De steekproef Nederlanders met een niet-Nederlandse herkomst is getrokken onder huishoudens met als land van herkomst Suriname, Turkije, Caribisch Nederland of Marokko.

Generalisatie

Net als in eerdere edities generaliseren we gegevens uit de steekproef om uitspraken te doen over de totale bevolking. In de steekproef wegen we de cijfers per steekproef eerst naar leeftijd, geslacht, regio, huishoudensgrootte en opleidingsniveau. Daarnaast gebruiken we de aantallen Nederlanders per herkomstgroep, zoals gepubliceerd door het CBS via Statline, om de informatie uit de verschillende steekproeven te combineren. Elke respondent krijgt een weegfactor, gebaseerd op de totale bevolkingsomvang van de groep met dezelfde herkomst als de respondent (Nederland, Suriname, Turkije, Caribisch Nederland of Marokko). Op deze manier weegt elke groep respondenten net zo zwaar in de totaalschatting als haar daadwerkelijke aandeel in de Nederlandse bevolking.

Vragenlijst

De online enquête bevat vragen over formeel vrijwilligerswerk, informele hulp en actief burgerschap.

De inleiding van de vraag over formeel vrijwilligerswerk is: 'De volgende vragen gaan over vrijwilligerswerk. Sommige mensen doen vrijwilligerswerk voor organisaties of verenigingen. Het kan daarbij gaan om bestuurlijk werk of andere activiteiten. Kunt u bij de volgende organisaties en verenigingen steeds aangeven of u daarvoor in de afgelopen 12 maanden als

vrijwilliger bepaald soort werk heeft gedaan?' Hierop krijgen respondenten de volgende lijst met soorten organisaties voorgelegd, waarbij respondenten voor elk type vrijwilligerswerk een keuze moeten maken tussen 'ja' en 'nee':

- In het jeugd- en buurthuiswerk of als leider van scouting
- Op school, zoals bijvoorbeeld hulp op school, de oudercommissie, schoolbestuur, werken in de bibliotheek of als leesouder
- In de verzorging of verpleging, zoals bijvoorbeeld bejaardenzorg, kinderopvang, kruiswerk, zieken bezoeken, collecteren voor gezondheidsorganisaties, welzijnswerk in het ziekenhuis of assisteren bij stervensbegeleiding
- Voor een sportvereniging, in het bestuur of bijvoorbeeld werken in de kantine, organisatie, trainen of zaalbeheer
- Voor culturele verenigingen, zoals bijvoorbeeld een muziek- of toneelvereniging of een tekenclub
- Voor hobby- of gezelligheidsverenigingen
- Voor de kerk, moskee of levensbeschouwing, zoals bijvoorbeeld de kerkenraad, parochieraad, moskeevereniging, huisbezoek of het rondbrengen van blaadjes
- Voor de vakbond of bedrijfsorganisatie, zoals bijvoorbeeld de ondernemingsraad of personeelsvereniging
- Voor een politieke partij of actiegroep
- Op het gebied van sociale hulpverlening, rechtshulp, reclassering of slachtofferhulp
- Op het gebied van wonen, woonomstandigheden of huurdersbelangen
- Ten behoeve van de wijk of de buurt
- Voor organisaties op een ander gebied

Als respondenten aangeven voor ten minste één van deze organisaties actief te zijn als vrijwilliger krijgen ze een aantal aanvullende vragen voorgelegd over het soort vrijwilligersactiviteiten en het aantal uur vrijwilligerswerk.

De module over informele hulp kent de volgende introductie: 'Tot dusver gingen de vragen over onbetaalde werkzaamheden die u voor maatschappelijke organisaties verrichtte. De volgende vragen gaan over onbetaalde hulp en diensten die u aan anderen verleende, zonder enige vorm van bemoeienis van een organisatie.' Hierop volgen acht mogelijke activiteiten (onder andere huishoudelijke hulp, verzorging van kinderen, klussen, begeleiden bij bezoeken aan familie, artsen of winkels). Als de respondent aangeeft ten minste één van deze activiteiten in de afgelopen 12 maanden te hebben gedaan, volgen vragen over de ontvanger van de informele hulp, het aantal uur informele hulp en de waargenomen verandering ten opzichte van het jaar ervoor.

De inleiding over actief burgerschap in de buurt is: 'De volgende vragen gaan over activiteiten in uw buurt. U moet denken aan activiteiten die u en/of uw burens organiseren zonder bemoeienis van een stichting, vereniging of overheidsinstelling. Welke van de volgende activiteiten verrichtte u de afgelopen 12 maanden in uw buurt, alleen of samen met uw burens?' Ook hier krijgen respondenten een lijst voorgelegd met mogelijke activiteiten in de buurt (onder andere verrichten van onderhoud aan openbare ruimten, zoals een park of gemeenschappelijke tuin, het organiseren van een sociale activiteit in de buurt, gezamenlijk inkopen van energie of zorg, of deelname aan een actie om aandacht te vragen voor maatschappelijke

problemen in de buurt, zoals discriminatie, rommel op straat of een ongezonde leefstijl). Politieke inspraak meten we met een aparte vraag: 'Bent u de afgelopen 12 maanden aanwezig geweest bij een vergadering of inspraakavond van de gemeente(raad), wijk- of dorpsraad, woningbouwvereniging of andere organisatie?'

De introductie van online burgerschap luidt: 'Naast onbetaalde werkzaamheden die ter plekke worden verricht kunt u ook op het internet iets voor anderen doen. Het gaat hier om activiteiten die gedeeld worden op een online platform, zonder inhoudelijke bemoeienis van een stichting, vereniging of overheidsinstelling. Welke van de volgende online activiteiten heeft u de afgelopen 12 maanden verricht, zonder er geld voor te ontvangen?' Ook hier krijgen respondenten een aantal mogelijke activiteiten voorgelegd (onder andere recensies schrijven, aanbieden van gratis producten of diensten op deelplatforms, schrijven van een online bijdrage zoals een nieuwsbrief, forum of blog, of het aanbieden van online hulp, advies of expertise).

Aangepaste vraagstelling voor schattingen participatie in vrijwilligerswerk

In Geven in Nederland 2022 hebben we een aanpassing gemaakt in de vraagstelling om het participatieaandeel in vrijwilligerswerk te schatten. Deze editie zijn we namelijk overgestapt op de vraagstelling van het CBS. Het CBS rapporteert ook al jaren over vrijwilligerswerk en kwam altijd structureel op een hogere schatting van het aandeel vrijwilligers in Nederland. Op het eerste gezicht lijkt de CBS-vraagstelling op onze oude werkwijze. In beide methoden vragen we respondenten of zij in de afgelopen twaalf maanden als vrijwilliger werkzaam geweest zijn bij een organisatie, waarbij respondenten een lijst krijgen met verschillende maatschappelijke terreinen (in onze oude vraagstelling onder andere sport, gezondheidszorg, kunst en cultuur, dierenbescherming en milieubehoud). Toch zijn er belangrijke verschillen, die ervoor zorgen dat de CBS-vraagstelling leidt tot een flink hogere schatting van het percentage vrijwilligers in Nederland.

De vraagstelling van het CBS noemt meer voorbeelden van vrijwilligerswerk. In plaats van 'sport' vermeldt het CBS 'Voor een sportvereniging, in het bestuur of bijvoorbeeld werken in de kantine, organisatie, trainen of zaalbeheer'. Door een uitgebreidere omschrijving met meer voorbeelden van vrijwillige activiteiten, herinneren respondenten zich mogelijk beter welk vrijwilligerswerk ze hebben gedaan. Hierdoor identificeren respondenten zich eerder als vrijwilliger (Rooney et al., 2004).

Verder werd in onze oude vraagstelling binnen Geven in Nederland het woord 'werkzaamheden' genoemd, wat meer nadruk legt op vrijwilligerswerk als werk. Ook kregen respondenten voorheen een lijst met soorten organisaties waarbij zij de antwoorden van toepassing konden aanvinken. In de vraagstelling van het CBS moeten respondenten voor elk type vrijwilligerswerk een keuze maken tussen 'ja' en 'nee'.

Om de verschillen in participatieschattingen te onderzoeken is in Geven in Nederland 2020 een gerandomiseerd experiment opgenomen, waarbij een deel van de respondenten de nieuwe vraagstelling kreeg voorgelegd (de Wit & van Niekerk, 2020). Hieruit bleek dat de vraagstelling van het CBS resulteert in een hogere schatting van het percentage vrijwilligers: destijds was het verschil in de onderzochte groep 41% (oude vraagstelling) versus 52% (CBS-vraagstelling).

Referenties

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.

CBS. (z.d.). *Sociale Samenhang en welzijn*. Geraadpleegd op 13 juni 2022, van: <https://www.cbs.nl/nl-nl/onze-diensten/methoden/onderzoeksomschrijvingen/korte-onderzoeksbeschrijvingen/sociale-samenhang-en-welzijn>

De Wit, A., & van Niekerk, A. (2020). Geven van tijd: Vrijwilligerswerk. In R. Bekkers, B. Gouwenberg, & T.N.M. Schuyt (red.), *Geven in Nederland 2020* (pp. 152-165). Amsterdam: Stichting Lenthe.

Rooney, P., Steinberg, K., & Schervish, P.G. (2004). Methodology is Destiny: The Effect of Survey Prompts on Reported Levels of Giving and Volunteering. *Nonprofit Voluntary Sector Quarterly*, 33(4), 628-654.

