

Mokerslag  
of nieuwe  
kans?

# Goede doelen en corona

Ook goede doelen hebben last van de coronacrisis. Vooral kleinere organisaties voelen het in hun portemonnee. Maar lichtpuntjes zijn er ook. Online werven is bezig aan een doorbraak en goede doelen ontwikkelen nieuwe, creatieve bezigheden. 'Ondanks het verlies van inkomsten zie ik veel veerkracht in de sector.'

**H**uis-aan-huis-collectes die niet mochten doorgaan, evenementen en andere fondsenwervende acties waar een streep doorheen ging, bedrijven die zich terugtrokken als sponsor: goede doelen kregen vorig jaar veel financiële tegenvallers te verwerken. Kleinere goede doelen zijn het hardste geraakt, blijkt uit onderzoek van de Radboud Universiteit en toezichthouder CBF. Zij zagen hun inkomsten gemiddeld met 13,4 procent dalen ten opzichte van 2019. De grote organisaties verloren gemiddeld 0,3 procent. Aan dit onderzoek namen 317 erkende goede doelenorganisaties deel. Ruim de helft daarvan rapporteerde een inkomstenverlies. Gemiddeld bedroeg dit verlies 6 procent.

De klappen vallen vooral bij goede doelen die afhankelijk zijn van 'live' activiteiten. Denk aan organisaties die de meeste inkomsten uit evenementen halen. Of aan culturele stichtingen die al meer dan een jaar geen toneel- of cabaretvoorstellingen kunnen geven. Of aan goede doelen die hulp bieden aan kwetsbare groepen, waarbij fysiek contact een grote rol speelt. Of aan organisaties die hulpprojecten opzetten in ontwikkelingslanden, maar daar vanwege alle reisbeperkingen niet naartoe kunnen.

'Sommige goede doelen staan op de waakvlam; ze doen alleen het hoognodige'

'Sommige goede doelen staan op de waakvlamstand en doen alleen het hoognodige. Andere zijn ingekrompen en hebben gesneden in arbeidskosten. Wat dat betreft zit een aantal middelgrote organisaties in een lastige positie: zij zijn te groot om op vrijwilligers te draaien en hebben dus betaalde krachten in dienst, maar hebben doorgaans minder inkomsten dan de grote goede doelen', zegt Norbert van Berckel van Kenniscentrum Filantropie.

#### ONLINE COLLECTEBUS

Toch zijn de meeste goede doelen niet voor één gat te vangen. Zij hebben bijvoorbeeld de focus verlegd naar online werven. *De online collectebus* maakte vorig jaar een doorbraak. Een vrijwilliger maakt zelf een collectebuspagina aan, waar mensen een bedrag kunnen achterlaten. 'Via platform Digicollect werden in 2020 45.473 bussen aangemaakt: een stijging met 608 procent ten opzichte van 2019. Gemiddeld doneerden de mensen 6,68 euro. Dit is twee keer zoveel als wat zij gemiddeld geven bij traditionele collectes. Dat is al twintig jaar zo'n 3 tot 4 euro, maar de online context lijkt deze gewoonte te hebben doorbroken', zegt Claire van Teunenbroek, onderzoeker bij het Centrum voor Filantropische Studies aan de VU in Amsterdam. >>

# Online collecteren en crowdfunding lijken een succes

Een tweede nieuwe loot aan de stam is *crowdfunding*. In 2020 gaf Nederland op deze wijze 22,7 miljoen euro, tegenover 15,4 miljoen in 2019 – niet alleen aan goede doelen trouwens, ook individuen en andere organisaties maakten gebruik van deze online donatiemethode. ‘Crowdfunding is een andere manier van werven die de relatie met de donateurs bijna persoonlijk maakt. Gevers verwachten een specifiek doel, een gedetailleerde omschrijving daarvan en een streefbedrag. Daarnaast vragen zij vaak een tegenprestatie, zoals updates over het project, een foto van de gebouwde school of een rondleiding door het museum.’

Online collecteren en crowdfunding lijken dus een voorzichtig succes te zijn. Maar, waarschuwt Van Teunenbroek, ze zijn nog geen volwaardig alternatief voor de huis-aan-huis-collecte. ‘De groep die online geeft, is nog klein: slechts 6 procent van de bevolking.’ Iets anders is dat crowdfunding ook een keerzijde heeft. ‘De donateur – en niet het goede doel zelf – bepaalt in toenemende mate welk project wordt gefinancierd. Dat betekent dat projecten die abstracter en minder knuffelbaar zijn, minder snel van de grond komen. Terwijl deze misschien wel grote maatschappelijke waarde hebben.’ Ook offline zoeken goede doelen naar andere financieringsmethoden. Van Berckel: ‘De eenmalige giften van particulieren zijn vorig jaar teruggelopen, maar de steun van vaste donateurs blijft intact. Het loont dus de moeite om een basis op te bouwen van vaste

donateurs. Een andere optie is om gericht en structureel potentiële geldschieters zoals vermogensfondsen te benaderen. Subsidie aanvragen bij de overheid kan ook, maar dat duurt doorgaans langer.’

Niet alleen bij de fondsenwerving slaan goede doelen nieuwe wegen in. Ze ontwikkelen ook nieuwe activiteiten. Margreet Plug, directeur van brancheorganisatie Goede Doelen Nederland, ziet veel veerkracht en creativiteit. ‘Zo heeft Humanitas online trainingen gelanceerd met tips om stress en eenzaamheid te doorbreken en mensen te ondersteunen die rouwen om het verlies van een dierbare. Een ander voorbeeld is de samenwerking tussen Unicef, War Child en Save the Children om het spel- en beweegprogramma *TeamUp* online beschikbaar te stellen aan alle kinderen die tijdens de lockdown thuiszaten. Oorspronkelijk was dit programma bedoeld voor gezinnen in asielzoekerscentra.’

## BOS EN HEIDE

Er zijn ook goede doelen die juist profiteren van de coronacrisis. Een kwart van de door het CBF en de Radboud Universiteit ondervraagde goede doelen rapporteerde financiële groei. Zo hebben natuurorganisaties er veel nieuwe leden bijgekregen. Van Berckel: ‘Wandelen, eropuit gaan in bos, heide en duinen: het is hartstikke populair als mensen de hele dag achter een beeldscherm zitten en de meeste andere uitjes gesloten zijn. Het welbekende Ommeetje van de Hersenstichting en professor Erik Scherder >>



Direct na de lockdownmaatregelen startte het Rode Kruis een telefonische hulplijn voor kwetsbare mensen in quarantaine of thuisisolatie. Deze hulplijn was bedoeld als laagdrempelig luisterend oor en adviespunt. Tijdens de gesprekken bleek dat veel mensen letterlijk de deur niet meer uit durfden. Toen begon het Rode Kruis ook een *Ready2Helpnetwerk*. Dit netwerk van vrijwilligers en Rode Kruis-medewerkers bestaat al langer en biedt snel extra handen voor als er zich in Nederland een noodsituatie voordoet. De coronacrisis zorgde voor extra ondersteuning voor mensen met een zwakke gezondheid, bijvoorbeeld door voor hen boodschappen te doen of medicijnen te halen.



Het Longfonds lanceerde een digitaal platform voor mensen met longklachten na corona. Zij kunnen terecht op [coronalongplein.nl](https://coronalongplein.nl). Op dit digitale patiëntenplein komen informatie, ontmoeting, hulp en onderzoek samen. Het Longfonds krijgt zo ook een beeld van de medische en psychosociale problemen van (ex)coronapatiënten op de lange termijn.

draagt daar ook aan bij.’ De groei zit voornamelijk bij grote, bekende goede doelen. Zij hebben meer mankracht en de juiste infrastructuur voor vernieuwende initiatieven. Ook hebben zij vaak meer vaste particuliere donateurs, die hen ook in coronatijd trouw blijven. Verder is het al langere tijd een trend dat meer mensen geld nalaten aan goede doelen – iets wat ook vooral ten goede komt aan de grotere jongens. Plug: ‘Mensen die overwegen na te laten aan een goed doel, kunnen ook zeker eens kijken naar kleinere organisaties. Er zijn zoveel kleinere initiatieven met een prachtige missie.’

Een ander lichtpuntje is dat goede doelenorganisaties in deze tijd een groter beroep kunnen doen op hun vrijwilligers. ‘Door thuiswerken hebben mensen minder reistijd en dus meer tijd beschikbaar. Bovendien vervaagt de grens tussen werk en privé. Thuis pleeg je gemakkelijker even een telefoontje voor de stichting waaraan je bent verbonden dan op kantoor’, aldus Van Berckel.

#### BLIJVENDE SCHADE

Resteert de vraag of de coronacrisis blijvende schade aanricht in de goededoelensector. Onderzoeker Van Teunenbroek denkt dat mensen nu niet zozeer minder geven, maar aan *andere* goede doelen. ‘Zij geven vaker aan organisaties die zijn verbonden aan de crisis, zoals gezondheidszorg en maatschappelijke en sociale doelen. Dit blijkt uit gegevens uit het Verenigd Koninkrijk.’ Twee tot drie jaar na de krediet-



Spieren voor Spieren, dat alle spierziekten bij kinderen wil verslaan, is hard getroffen door de coronacrisis. In totaal leverde het goede doel in 2020 de helft van zijn inkomsten in. ‘Wij brengen mensen samen en inspireren en motiveren hen om in actie te komen. Dat doen we met allerlei fondsenwervende evenementen: sponsorlopen, golfdagen, sportieve acties, al dan niet in het bijzijn van een van onze kind- of topsportambassadeurs. Van al die activiteiten is nog maar een handvol over. Daarnaast organiseerden we jaarlijks een gala. Dat bracht in 2018 en 2019 maar liefst 1,8 miljoen euro op per editie. Door corona viel dit uiteraard ook in het water’, zegt directeur Minke Booi.

Omdat Spieren voor Spieren een financieel gezonde organisatie is (‘Wij geven nooit geld uit dat we niet hebben’) kan zij vooralsnog hetzelfde bedrag besteden aan haar doelen: diagnose en behandelingen sneller beschikbaar maken voor kinderen met een spierziekte. ‘Maar onze reserves raken op als we ze niet kunnen aanvullen.

crisis was er een teruggang zichtbaar in de inkomsten van goede doelen. ‘Het is denkbaar dat dit nu weer gebeurt, omdat fondsenwerving meestal iets achterloopt op slechtere economische ontwikkelingen. Maar dit zeg ik niet op basis van data, het is slechts een verwachting.’

‘Het loont de moeite te werken aan een basis van vaste donateurs’

De vraag is of we het in de toekomst structureel met minder gaan doen of dat er manieren zijn om onze inkomsten weer op het oude niveau te krijgen. Een optie is bijvoorbeeld om meer vaste donateurs te krijgen. Eind vorig jaar zijn we een campagne gestart met onze ambassadeurs om mensen te bewegen te geven. Een basis van vaste gevers maakt ons minder afhankelijk van invloeden van buitenaf.’

Booi ziet het voorlopig niet zitten om de organisatie te verkleinen en langs die weg kosten te besparen. ‘Met minder mensen kun je ook minder doen, en die keuze willen we nog niet maken.’ Ze vertrouwt erop dat de mensen straks in de rij staan om deel te nemen aan de Spieren voor Spieren-activiteiten – als dat weer mag. ‘We hebben vertrouwen in de toekomst. In deze onzekere tijden zijn flexibiliteit en aanpassingsvermogen onontbeerlijk. Daarom gaan we in onze jaarplannen voortaan uit van verschillende scenario’s. Dat heeft deze crisis ons wel geleerd.’

Plug wijst op onze rijke traditie van ‘goeddoen’. ‘Bijna iedere Nederlander wil op een of andere manier bijdragen aan een samenleving die gezonder, rechtvaardiger en duurzamer is. Dit zit diepgevoerteld in ons DNA en daar brengt een crisis gelukkig niet direct verandering in.’ <<