



Het nieuwe geven: 7 DINGEN DIE VERANDEREN

Tekst **Dorine van Kesteren**
Beeld **iStock**

Steeds minder mensen geven aan goede doelen (maar wel méér per persoon)

Nederland heeft een rijke traditie als het gaat om goed doen. Toch is er de laatste jaren wel wat veranderd in ons geefgedrag. Geven we bewuster? Doen jongere generaties het anders dan hun (groot)ouders? Heeft de aloude huis-aan-huiscollecte haar langste tijd gehad? De belangrijkste trends op een rij.

1. DE GROEP GEVERS SLINKT

Twintig jaar geleden gaf 90 procent van de Nederlanders aan goede doelen. In 2020 was dit 77 procent. 'Dat was het coronajaar, maar daarvoor zagen we ook al een dalende trend', zegt Claire van Teunenbroek, onderzoeker bij het Centrum voor Filantropische Studies aan de VU in Amsterdam en medeauteur van het jaarlijkse onderzoek *Geven in Nederland*. 'De ontkerkelijking speelt hierbij een rol. Geven en geloof zijn nauw met elkaar verbonden. Iets anders is dat goede doelen moeite hebben om vrijwilligers te vinden die op pad willen gaan met de collectebus.' Mensen geven wel hogere bedragen per persoon, maar dat compenseert het kleinere aantal gevers niet. In 2003 stond de waarde van de giften van Nederlandse huishoudens gelijk aan 0,4 procent van het bruto binnenlands product; in 2020 was dit gezakt naar 0,26 procent.

2. MENSEN GEVEN EEN- MALIG ÉN STRUCTUREEL

Het vaste donateurschap wint terrein sinds 2011. In 2020 gaf ongeveer de helft van de huishoudens op deze manier. Ongeveer 70 procent van de

inkomsten van goede doelen afkomstig van particulieren komt van vaste donateurs. De trouwste achterban hebben kerken en goede doelen die zich richten op gezondheid. 'Vaste donaties bieden continuïteit en stellen goede doelen bijvoorbeeld in staat om meerjarig wetenschappelijk onderzoek te financieren', zegt Margreet Plug, directeur van brancheorganisatie Goede Doelen Nederland. Maar ook eenmalige giften blijven populair, zeker in tijden van crisis. 'Zo heeft Giro555 heel veel eenmalige donaties gekregen voor de slachtoffers van de aardbeving in Turkije en Syrië.'

3. GEVEN IS HET NIEUWE KRIJGEN

De Nederlandse samenleving is vrijgevig, maar de instroom van nieuwe gevers neemt af. Van Teunenbroek: 'De altruïstische waarden veranderen niet door de tijd, ook 35-minners zijn sociaal en geefbereid. Maar anders dan ouderen geven zij niet enkel op basis van het geloof of de norm. Voor hen zijn de ervaring en beleving rond het geven heel belangrijk. Met andere woorden: er moet iets tegenoverstaan. Goede doelen die jongeren willen prikkelen om te geven, doen er dus verstan-

dig aan om er een activiteit aan te koppelen. Bijvoorbeeld een sponsorloop, een wielertocht of een kijkje achter de schermen in een museum.'

Ook mensen met een migratieachtergrond willen best geven aan goede doelen, maar doen dit in de praktijk niet zo vaak. 'Zij geven liever informeel. Dus in plaats van aan Giro555 doneren zij aan een bekende die naar Turkije rijdt met een busje met hulpgoederen. Bovendien bereiken goede doelen hen minder goed met hun geefvraag, simpelweg omdat er in hun wijken minder wordt gecollecteerd. De collectanten zijn vaak mensen zonder migratieachtergrond en die collecteren in hun eigen buurt.'

4. GEEN SCHOT HAGEL, MAAR GERICHTE STEUN

Het percentage Nederlanders dat drie of meer goede doelen steunde, was tussen 2013 en 2018 stabiel. In 2020 lag dit een stuk lager. Mensen beperken dus het aantal organisaties en kiezen voor gerichte steun. Van Teunenbroek: 'Het lijkt erop dat mensen bewuster zijn gaan geven. De vraag om een gift leidt niet meer automatisch tot een gift, zeker niet bij de jongere generaties.'

Deze kritischer houding >>



Huis-aan-huis-collecte blijft oer-Hollands

brengt ook met zich mee dat donateurs willen weten wat er met hun geld gebeurt. 'Goede doelen maken dit bijvoorbeeld mogelijk door fondsen op naam te laten oprichten of giften voor een specifiek project te laten bestemmen', zegt Plug. Om de gevers op de hoogte te houden, organiseren ze ook donateursbijeenkomsten of versturen digitale nieuwsbrieven.

5. VOORZICHTIGE VERSCHUIVING NAAR ONLINE WERVEN

Tijdens corona verlegden goede doelen de focus naar online werven. Denk aan *crowdfunding* en de online collectebus, waarbij een vrijwilliger zelf een collectebuspagina aanmaakt waar mensen een bedrag kunnen achterlaten. Corona is voorbij, maar deze mogelijkheden tot online doneren bestaan nog steeds. Via de online collectebus komen er gemiddeld hogere bedragen binnen dan offline. Toch is het nog te vroeg om te spreken van een doorbraak. De groep die geeft via *crowdfunding* of de online collecte, is namelijk nog klein: slechts 10 procent van de bevolking. 'Jongeren geven nu eenmaal minder vaak dan ouderen en oudere generaties voelen zich vaak niet comfortabel bij online donaties', is de verklaring van Van Teunenbroek. Traditionele betaalmiddelen

blijven essentieel. Uit onderzoek van Goede Doelen Nederland bleek dat in 2020 ruim 30 procent van alle eenmalige giften van particulieren betaald werd via de acceptgiro. Plug: 'Omdat die sinds 1 juni 2023 niet meer bestaat, heeft de sector gezamenlijk een alternatief ontwikkeld dat voor donateurs praktisch hetzelfde werkt. Voortaan vinden zij 'Mijn eenmalige gift' op de deurmat. Mensen kunnen de kaart invullen en met de retourenvelop opsturen naar het gewenste goede doel. Het formulier bevat ook informatie voor een internetoverboeking.'

6. DE HUIS-AAN-HUIS-COLLECTE: STILL GOING STRONG

De huis-aan-huiscollecte is nog altijd een belangrijke manier om te werven. Een oer-Hollandse traditie, aldus Plug. 'Jaarlijks gaan ruim 500.000 vrijwilligers namens 26 goede doelen langs de deuren om geld in te zamelen, in totaal rond de 35 miljoen euro.' Volgens Van Teunenbroek is het belang niet alleen financieel van aard. 'Inwoners van gemeenten waar regelmatig wordt gecollecteerd, vinden het belangrijker om te geven en hebben meer vertrouwen in goede doelen.' Plug beaamt dit. 'Mensen vinden het leuk om op deze manier te geven. Het is ver-

trouwd, de collectanten zijn mensen uit de doelgroep of uit de buurt. En voor goede doelen is de collecte een moment om persoonlijk contact te hebben met donateurs en te vertellen over hun missie.'

Goede Doelen Nederland merkt wel dat de opbrengst van de collectes ieder jaar iets terugloopt. 'Dat komt vooral doordat het moeilijker wordt om vrijwilligers te vinden. In de coronatijd is een deel van hen gestopt.' Nog steeds is 80 procent van de opbrengst cash. Maar het aantal digitale giften via de QR-code op de collectebus neemt toe. Gemiddeld is de gift via de QR-code hoger dan die in cash.

7. GEVEN VIA NALATENSCHAPPEN ZIT IN DE LIFT

29 procent van de inkomsten van goede doelen afkomstig van particulieren kwam in 2021 voort uit nalatenschappen. In 2015 was dit nog 20 procent. Plug: 'Steeds vaker krijgt een goed doel een plaats in het testament. Mensen vinden het belangrijk dat wordt verder gewerkt aan hun ideaal, ook als zij er niet meer zijn.'

Volgens Van Teunenbroek is hiervoor een vertrouwensband nodig tussen goed doel en erflater. 'Alleen goede doelen die langjarig investeren in zichtbaarheid en de relatie met hun donateurs, maken kans om te worden opgenomen in een testament.' <<