Geven in Nederland

2020

Onder redactie van René Bekkers, Barbara Gouwenberg en Theo Schuyt

Geven in Nederland

2019 **2020** 2021

Huishoudens, nalatenschappen, fondsen, bedrijven, goededoelenloterijen en vrijwilligers

René Bekkers, Barbara Gouwenberg en Theo Schuyt

LENTHE STICHTING

VU VRIJE UNIVERSITEIT AMSTERDAM

© René Bekkers, Barbara Gouwenberg & Theo Schuyt, Amsterdam 2020

De inhoud is gelicenseerd onder een Creative Commons Naamsvermelding 4.0 licentie (CC BY-NC-SA 4.0).
BY: Het is toegestaan de inhoud te kopiëren, distribueren, vertonen, en op te voeren, en om afgeleid materiaal te maken – maar uitsluitend met vermelding van de auteurs als makers;
NC: Het is alleen toegestaan dit werk te kopiëren, vertonen, distribueren en op te voeren, als dit niet voor commerciële doeleinden gebeurt.
SA: Het is toegestaan van dit werk afgeleid materiaal te maken onder de voorwaarde dat het onder dezelfde licentie wordt vrijgeven als dit originele werk, d.w.z. CC BY-NC-SA 4.0.

Uitgever:
Stichting Lenthe

Omslagontwerp & layout:
André Weigand, Inkvisible

Ontwerp en layout samenvatting:
Hilje Blomme-De Boer, Visual Logic

Geven in Nederland 2020 is een uitgave van het Centrum voor Filantropische Studies van de Vrije Universiteit Amsterdam in samenwerking met social enterprise Lenthe (www.lenthe.nl), specialist op het gebied van publicaties en evenementen over maatschappelijke vrijgevigheid.

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, aanvaarden 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.

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. Chantal Hakbijl (voorzitter) en Mr. Maril Gelauff, Ministerie van Justitie en Veiligheid, Directie Beschermen, Aanpakken en Voorkomen
Dr. Christine Carabain, Sociaal Cultureel Planbureau
Prof. dr. Sigrid Hemels, Erasmus Universiteit Rotterdam, School of Law, Lund University School of Economics and Management, Allen & Overy LLP
Prof. dr. Hans Schmeets, Centraal Bureau voor de Statistiek en Universiteit Maastricht, Faculteit der Cultuur- en Maatschappijwetenschappen

Maatschappelijke klankbordgroep

Laura Santacreu MSc, Nationale Goede Doelen Loterijen
Mr. Chantal Hakbijl, Ministerie van Justitie en Veiligheid, Directie Beschermen, Aanpakken en Voorkomen
Mr. Margreet Plug, Goede Doelen Nederland (GDN)
Mr. Siep Wijsenbeek, Vereniging van Fondsen in Nederland (FIN)
Drs. Marc Petit, Nederland Filantropie Land (NLFL)
Mr. John Bakker, Interkerkelijk Contact in Overheidszaken (CIO)
Joost van Alkemade MSM, Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk (NOV)
Linda van Beek, VNO-NCW: Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en MKB-Nederland

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

Financiers

Het onderzoek Geven in Nederland 2020 is mede mogelijk gemaakt door financiële steun van het ministerie van Veiligheid en Justitie, leden van Goede Doelen Nederland, Kansfonds, Prins Bernhard Cultuur Fonds, VSB Fonds, Rabobank Foundation, Oranjefonds en het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

Sponsors

Elite Research heeft het onderzoek in materiële zin gesponsord door kosteloos een database met adressen voor het deelonderzoek onder vermogende Nederlanders beschikbaar te stellen.
Het Centraal Bureau Fondsenwerving heeft het onderzoek in materiële zin gesponsord door kosteloos een database met gegevens over inkomsten en bestedingen van goededoelenorganisaties beschikbaar te stellen.

Inhoudsopgave

3 **Dank aan adviseurs, financiers en sponsors**

6 **Voorwoord**
René Bekkers

8 **Samenvatting**

16 **Filantropie: een overzicht van begrippen en de sector**
Theo Schuyt, Barbara Gouwenberg en René Bekkers

20 Samenvatting Generatieverschillen in geefgedrag en vrijwilligerswerk
René Bekkers en Claire van Teunenbroek

Deel A Bronnen van de bijdragen

22 Samenvatting Geven door huishoudens
Claire van Teunenbroek en René Bekkers

24 Samenvatting Nalatenschappen
Rosan van Niekerk, Florian van Heijningen, Barbara Gouwenberg en Theo Schuyt

26 Samenvatting Geven door fondsen
Barbara Gouwenberg, Florian van Heijningen en Rosan van Niekerk

28 Samenvatting Geven door bedrijven
Dick de Gilder en Claire van Teunenbroek

30 Samenvatting Geven door kansspelen
Barbara Gouwenberg en Theo Schuyt

32 Samenvatting Geven van tijd: vrijwilligerswerk
Arjen de Wit en Rosan van Niekerk

Voorwoord

Drie jaar na het twintigjarig bestaan van het onderzoek Geven in Nederland in 2017 presenteren we met gepaste trots de twaalfde editie van het onderzoek. Het heeft een jaar langer geduurd dan normaal omdat we zijn gaan werken met een nieuw financieringsmodel voor het onderzoek. Voorheen financierde de overheid via het Ministerie van Justitie en Veiligheid het onderzoek vrijwel volledig. We werken nu intensiever samen met organisaties uit de sector filantropie, die samen ongeveer de helft van het onderzoek betalen en mee hebben gedacht over de thema's waar we extra aandacht aan besteden. We hebben een maatschappelijke klankbordgroep gevormd, waarin de belangrijkste koepelorganisaties in de sector filantropie vertegenwoordigd zijn: Goede Doelen Nederland (GDN) voor de fondsenwervende goededoelenorganisaties, Fondsen in Nederland (FIN) voor de vermogensfondsen, het Interkerkelijk Contact in Overheidszaken (CIO) voor de kerken, de Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk (NOV) voor vrijwilligersorganisaties, en de Nationale Goede Doelen Loterijen (GDL). Daarnaast hebben ook VNO-NCW en het Ministerie van Justitie en Veiligheid – dat de overheid vertegenwoordigt – zitting in de maatschappelijke klankbordgroep.

Later dit jaar verschijnt als resultaat van het overleg met de maatschappelijke klankbordgroep een aparte publicatie over bedrijfsfondsen in Nederland, waar we nog weinig over weten maar die een groeiend fenomeen zijn in het landschap van vermogensfondsen.

In de special waarmee we deze editie openen brengen we mede op verzoek van de fondsenwervende goededoelenorganisaties in Nederland generatieverschillen in geefgedrag en vrijwilligerswerk in kaart. We analyseren verschillen tussen de vooroorlogse stille generatie, de babyboomgeneratie, en de generatie X en Y in de afgelopen 16 jaar. De vraag naar generatieverschillen komt ook terug in latere hoofdstukken. Als de trends uit de afgelopen jaren zich doorzetten, dan zal het verdwijnen van de vrijgevige stille generatie waarschijnlijk een gat achterlaten in filantropisch Nederland. De afname van de kerkelijkheid in ons land heeft de afgelopen jaren een flinke afname tot gevolg gehad in het geefgedrag aan goede doelen. Om met een hoopvolle boodschap af te sluiten bespreken we manieren waarop goede doelen succesvol kunnen zijn in het werven van steun onder jongere generaties.

Na de special bespreken we in deel A van het boek de stand van zaken en trends in de vijf bronnen van filantropische bijdragen. In hoofdstuk 1 bespreken we de bijdragen van huishoudens. De schattingen die we in dat hoofdstuk presenteren zijn tot stand gekomen na uitgebreide analyse van verschillende methoden om gegevens van vermogende Nederlanders op een robuuste manier te wegen. We hebben ook de schattingen over 2015 gecorrigeerd op basis van de nieuwe methode. U leest daar meer over in de methodologische verantwoording. Vermogende Nederlanders vormen een doelgroep die voor goededoelenorganisaties steeds belangrijker zijn geworden. Ook in hoofdstuk 1 bijzondere aandacht voor een nieuwe vorm van geven door huishoudens: filantropische crowdfunding.

René Bekkers

In hoofdstuk 2 bespreken we de bijdragen uit nalatenschappen aan goededoelenorganisaties die zijn opgenomen in testamenten. Omdat de waarde van vermogens in Nederland de afgelopen decennia sterk is gestegen, stijgt ook de waarde van nalatenschappen aan goededoelenorganisaties. Naar verwachting zullen de giften uit nalatenschappen de komende jaren verder toenemen.

In hoofdstuk 3 bespreken we de bijdragen van vermogensfondsen. In dit hoofdstuk presenteren we voor het eerst een longitudinale analyse van de bestedingen van 86 fondsen van de 122 grootste fondsen in Nederland in de afgelopen jaren.

In hoofdstuk 4 aandacht voor de bijdragen aan goede doelen van het Nederlandse bedrijfsleven, niet alleen in de vorm van giften en sponsoring, maar ook in de vorm van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

In hoofdstuk 5 beschrijven we de bijdragen van kansspelen aan goede doelen in Nederland. De afgelopen jaren zijn de opbrengsten van goededoelenloterijen in Nederland gegroeid. De bijdragen van kansspelen zijn voor veel goededoelenorganisaties steeds belangrijker geworden, met name omdat organisaties deze bedragen naar eigen inzicht kunnen besteden. Om de maatschappelijke betekenis van goededoelenloterijen te onderzoeken heeft de Vrije Universiteit Amsterdam sinds 2019 een leerstoel ingesteld, waarop Pamala Wiepking is benoemd. Zij zal op 18 september 2020 haar inaugurele rede houden.

In hoofdstuk 6 tenslotte bespreken we de stand van zaken en trends in het vrijwilligerswerk. De maatschappelijke trends die het geven van geld onder druk zetten hebben ook gevolgen gehad voor de deelname aan vrijwilligerswerk, maar sinds 2014 zien we dat de daling is gestopt. We presenteren voor het eerst gegevens over online vrijwilligerswerk in Nederland. Bijzonder is ook dat we via een experiment binnen de vragenlijst een antwoord hebben gekregen waarom enquêtes van het CBS vaak op een hoger percentage vrijwilligers uitkomen dan onze vragenlijst.

Daarna bespreken we in deel B in de hoofdstukken 7 tot en met 14 de stand van zaken en trends in de bestemming van bijdragen aan acht verschillende doelen: kerk en levensbeschouwing, gezondheid, internationale hulp, milieu, natuur en dieren, sport en recreatie, onderwijs en onderzoek, cultuur, en maatschappelijke en sociale doelen. We besteden aandacht aan veranderingen in het geefgedrag aan deze doelen. Op het terrein van cultuur brengen we later dit jaar een publicatie uit waarin we bijzondere aandacht besteden aan culturele instellingen. Door de multiplier in de Geefwet zijn giften aan culturele instellingen sinds 2012 aantrekkelijker geworden. We laten in hoofdstuk 12 alvast zien hoe het geefgedrag van huishoudens, vermogende particulieren, bedrijven, kansspelen en fondsen de afgelopen jaren is veranderd. In de rapportage die we later uitbrengen laten we zien hoe culturele instellingen met de mogelijkheden van de Geefwet en de bezuinigingen zijn omgegaan.

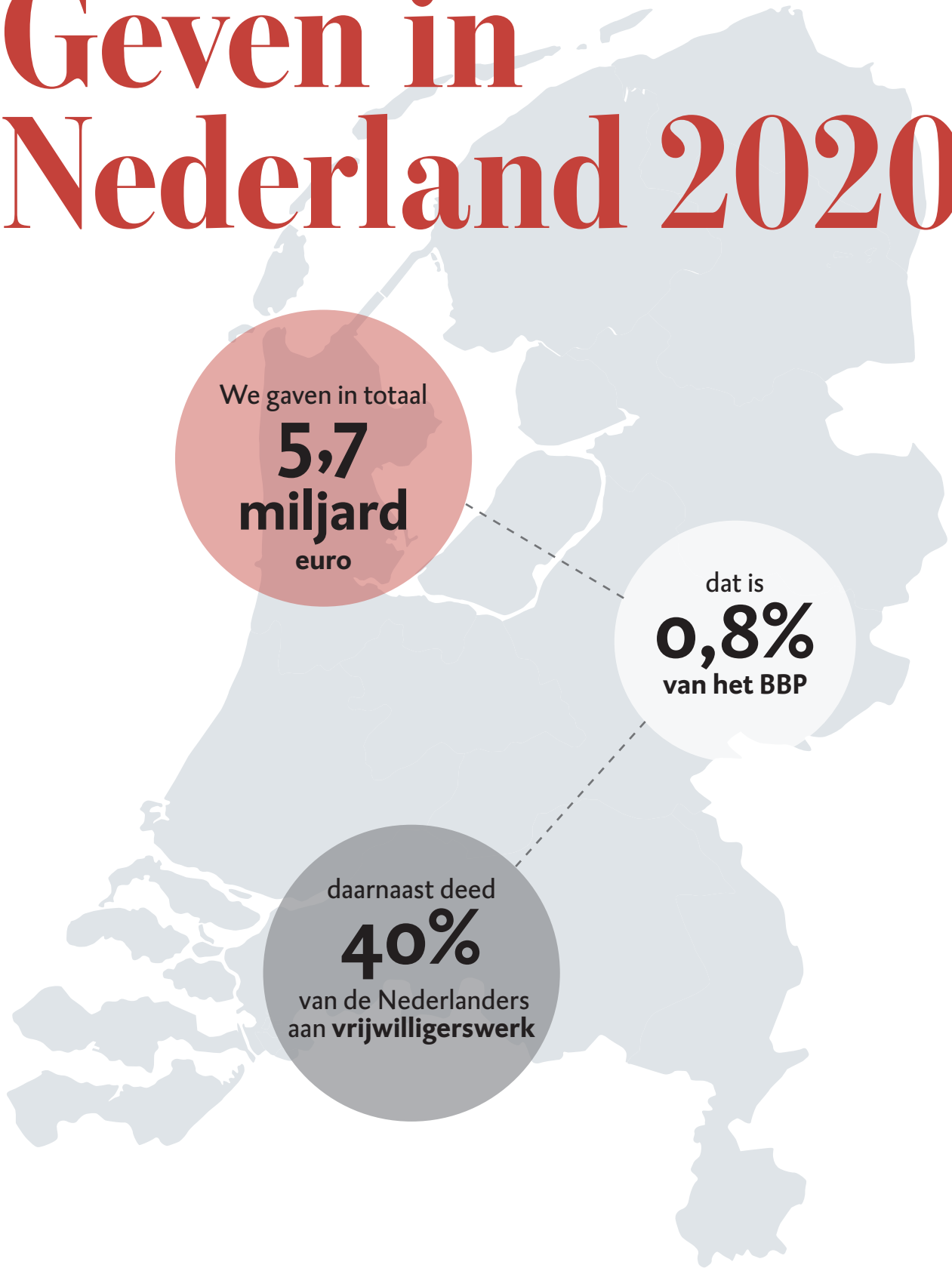
In hoofdstuk 15 tenslotte geven we een uitgebreide verantwoording van de verzameling en analyse van de gegevensbronnen voor dit boek.

Graag bedank ik Hilje Blomme-De Boer voor de vormgeving van de samenvatting en André Weigand voor de layout van het boek.
De eindsprint naar de publicatie van dit boek was door de coronacrisis een bijzondere tijd. Ik bedank alle leden van het Geven in Nederland team voor hun inzet voor het afronden van dit boek.

Prof. dr. René Bekkers
Hoogleraar Filantropie,
projectleider Geven in Nederland

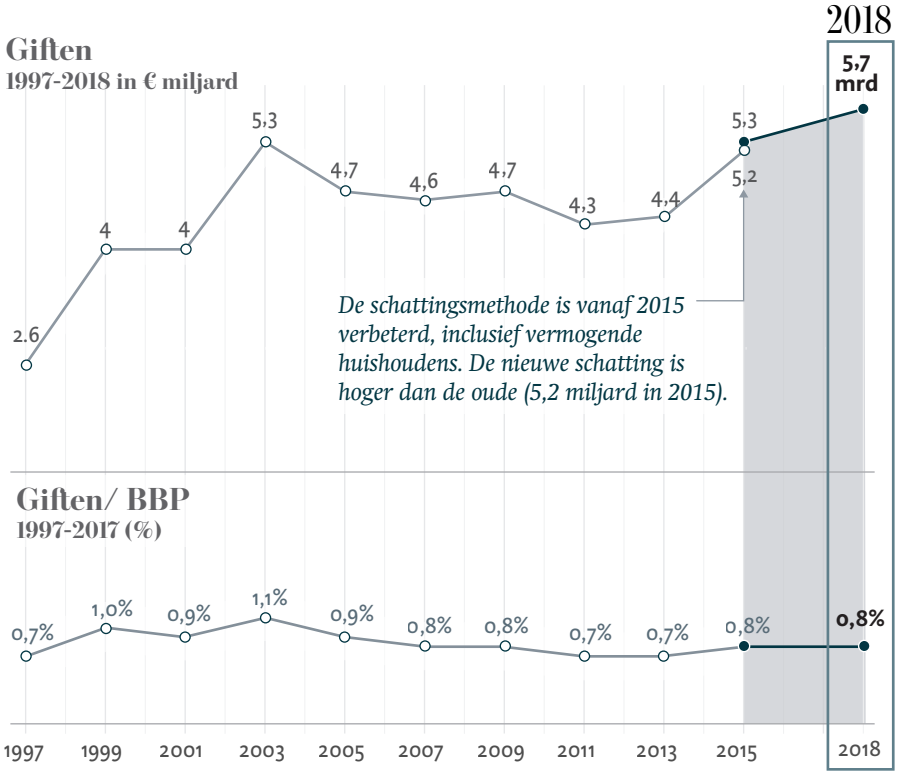
"Geven in Nederland" is het macro-economische overzicht van de filantropie door huishoudens, nalatenschappen, bedrijven, fondsen en goededoelenloterijen. Het Centrum voor Filantropische Studies aan de Vrije Universiteit te Amsterdam voert het onderzoek uit sinds 1995. Dit is de 12e editie, over het geefgedrag in het jaar 2018.

Geven in Nederland 2020



Hoeveel geven we in Nederland?

Als percentage van het BBP gaven we in 2018 ongeveer evenveel als in 2015



We gaven in totaal meer

In Nederland gaven we in 2018 in totaal ruim **5,7 miljard Euro** aan goede doelen in de vorm van geld en goederen.

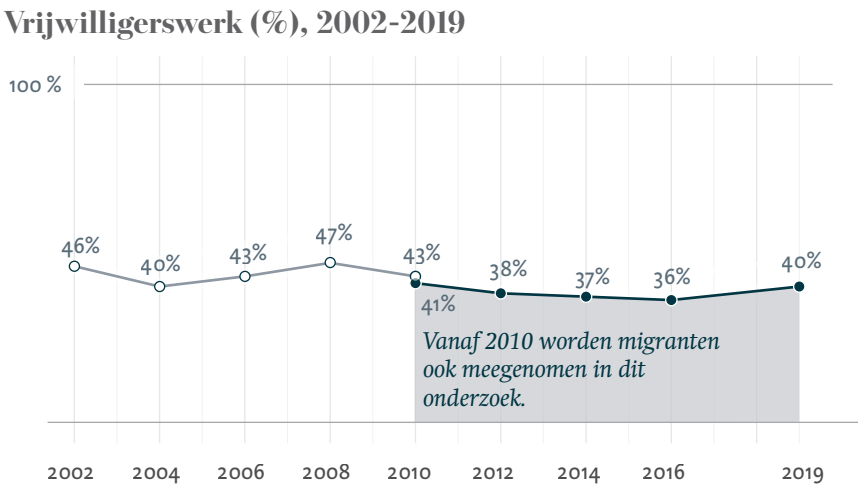
Geen toename als percentage van het BBP

We gaven **0,8% van het bruto binnenlands product**, ongeveer net zoveel als in 2015.

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

Hoe vaak zijn we vrijwilliger?

40% van de Nederlanders deed in 2019 vrijwilligerswerk



Hoger percentage vrijwilligers

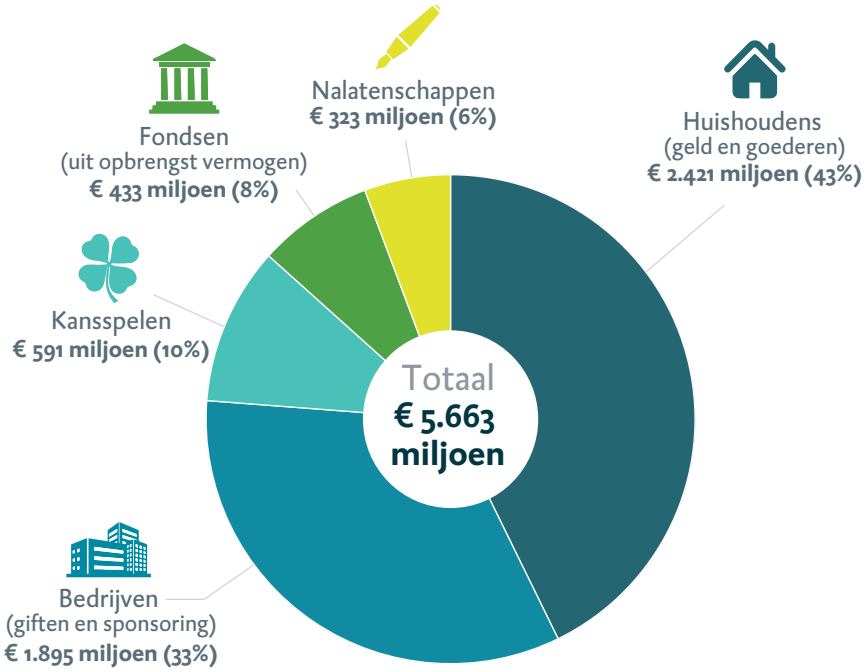
In 2019 deed 40% van de Nederlanders vrijwilligerswerk. Dit percentage ligt na een daling sinds 2010 weer wat hoger dan in 2016

** In tegenstelling tot het geefgedrag is vrijwilligerswerk gemeten over de jaren 2002, 2004, 2006, 2008, 2010, 2012 en 2014, 2016 en nu dus in 2019.*

Wie geven er in Nederland?

Huishoudens en bedrijven geven het meest

Bronnen van bijdragen in 2018 in € miljoenen



Grootste bedrag van huishoudens

Huishoudens en bedrijven zijn samen verantwoordelijk voor bijna 80% van de bijdragen aan goede doelen.

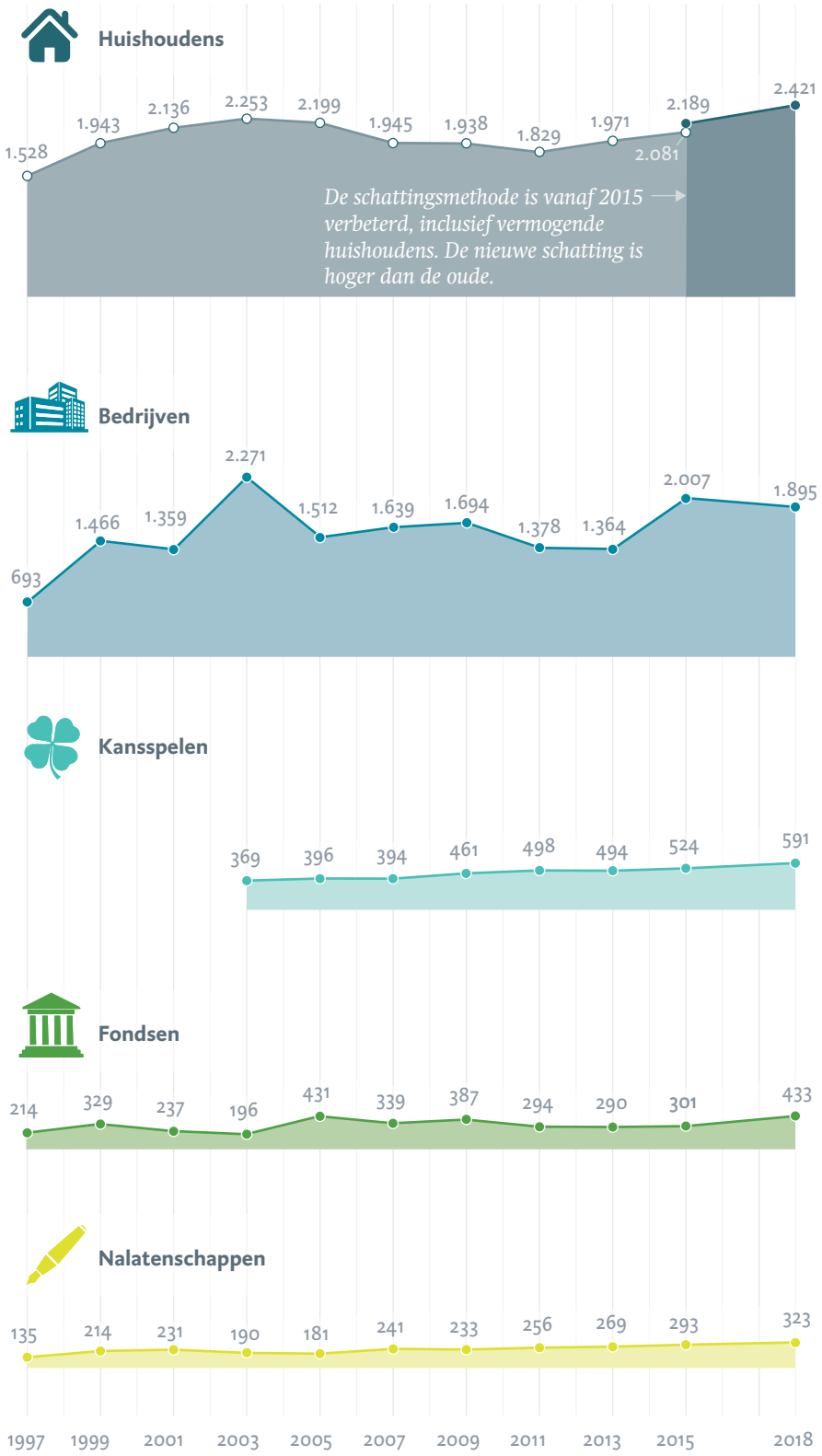
Hoe hebben we deze schattingen gemaakt?

De schattingen van de bijdragen aan goede doelen door huishoudens en bedrijven zijn gebaseerd op steekproeven, die achteraf gewogen zijn om een representatief beeld te krijgen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. De cijfers over bijdragen uit nalatenschappen en fondsen zijn gebaseerd op registerdata, aangevuld met cijfers uit gerichte steekproeven. Helaas zijn deze bronnen niet volledig en kunnen zij door het ontbreken van een steekproefkader niet gegeneraliseerd worden. Daardoor zijn de cijfers over nalatenschappen en fondsen een minimum schatting van de totale bijdragen. Voor een uitgebreide toelichting op de data en methoden verwijzen we naar de methodologische verantwoording.
De cijfers over huishoudens zijn gebaseerd op 3127 enquêtes uit drie steekproeven: een brede steekproef van de bevolking (n = 1201), een gerichte steekproef van vermogende Nederlanders (n = 1187) en een gerichte steekproef van Nederlanders met een migratieachtergrond (n = 739). De cijfers over bedrijven zijn gebaseerd op een brede steekproef (n = 1022) van bedrijven die geregistreerd zijn bij de Kamer van Koophandel.
De cijfers over nalatenschappen zijn ontleend aan het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF), waaraan nationaal fondsenwervende instellingen informatie verstrekken over hun inkomsten uit nalatenschappen (n = 676), en een aanvullend onderzoek onder fondsen van academische ziekenhuizen en universiteiten (n = 37). We hebben geen gegevens over nalatenschappen aan kerken, congregaties, stichtingen, verenigingen en instellingen die niet aan het CBF rapporteren.
De cijfers over fondsen zijn gebaseerd op registerdata van het CBF over fondsenwervende instellingen (n = 361) en vermogensfondsen met een geschat doelbestedingsbudget van meer dan €500.000 (n = 89). Van de doelbestedingen door fondsen tellen we alleen de bestedingen uit opbrengsten van het vermogen mee. De inkomsten die fondswervende 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 zijn volledig omdat deze markt alleen toegankelijk is voor vergunninghouders en zij de uitkeringen aan goede doelen in hun jaarverslagen vermelden. ◀

Trends per bron

Stijging van giften uit alle bronnen behalve bedrijven

Bijdragen per bron in € miljoenen, 1997-2018



Huishoudens gaven het meest

Na een daling in de giften van huishoudens, zit er sinds 2011 weer een stijgende lijn in. Ook als deel van de consumptieve bestedingen neemt het geefgedrag weer toe.

Bedrijven gaven minder dan in 2015

Bijdragen van bedrijven kunnen van jaar op jaar sterk fluctueren. In 2018 lag het bedrag wat lager dan in 2015.

Kansspelen geven steeds meer

De stijgende lijn zet ook in 2018 door.

Fondsen steeds beter in beeld

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

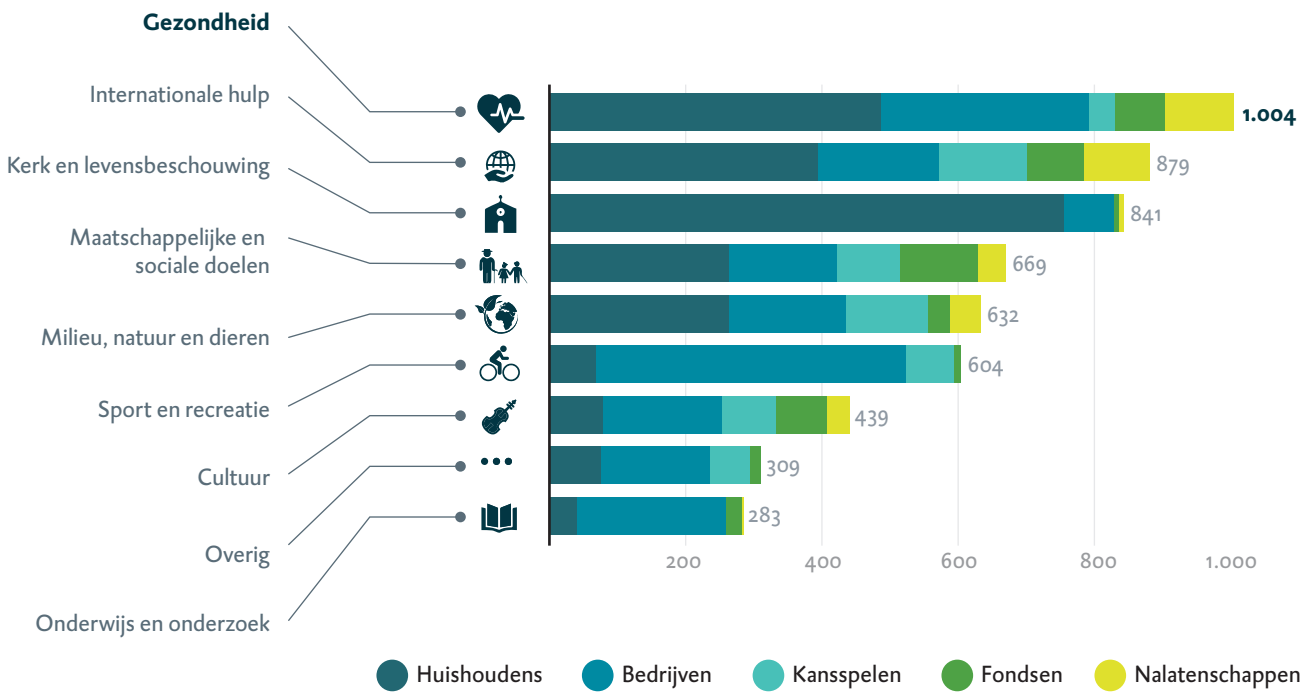
De gouden eeuw van de filantropie

De bijdragen uit nalatenschappen nemen sinds 2005 gestaag toe.

Aan welke doelen geven we in Nederland?

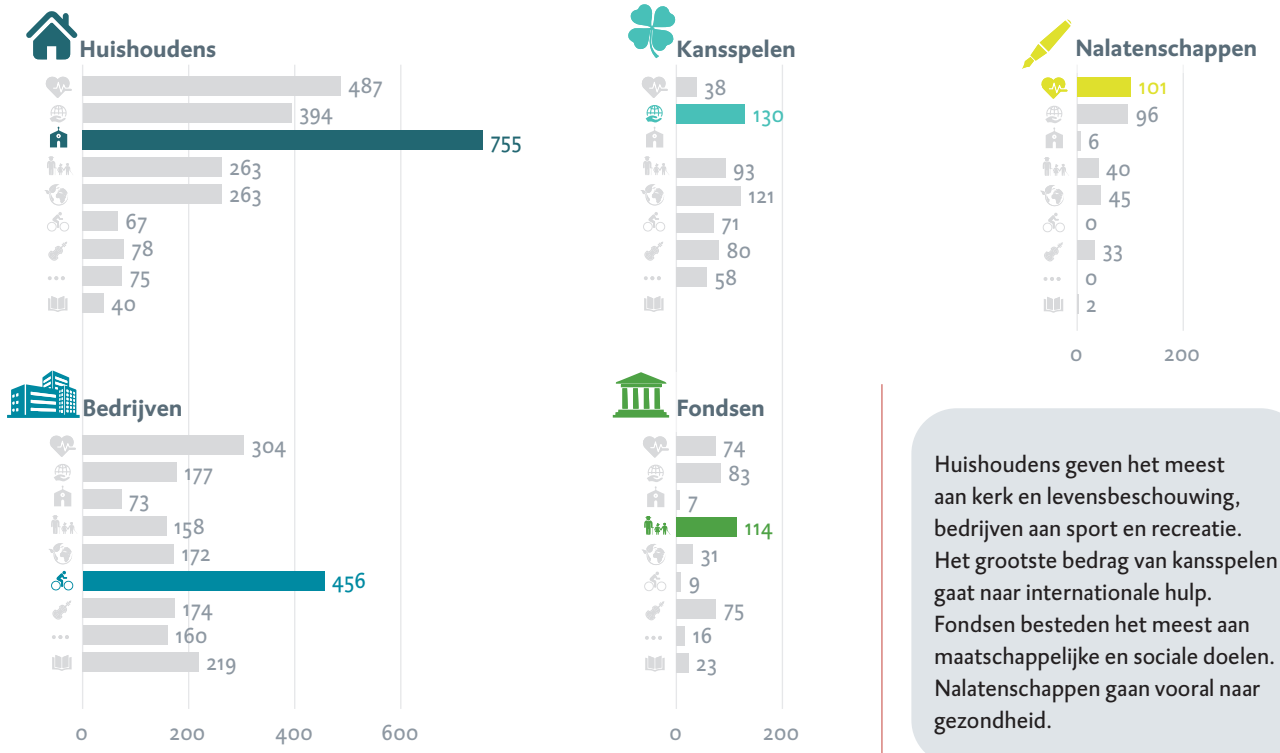
We geven het meest aan gezondheid

Begunstigde doelen 2018 in € miljoenen



Iedere bron heeft een favoriet doel

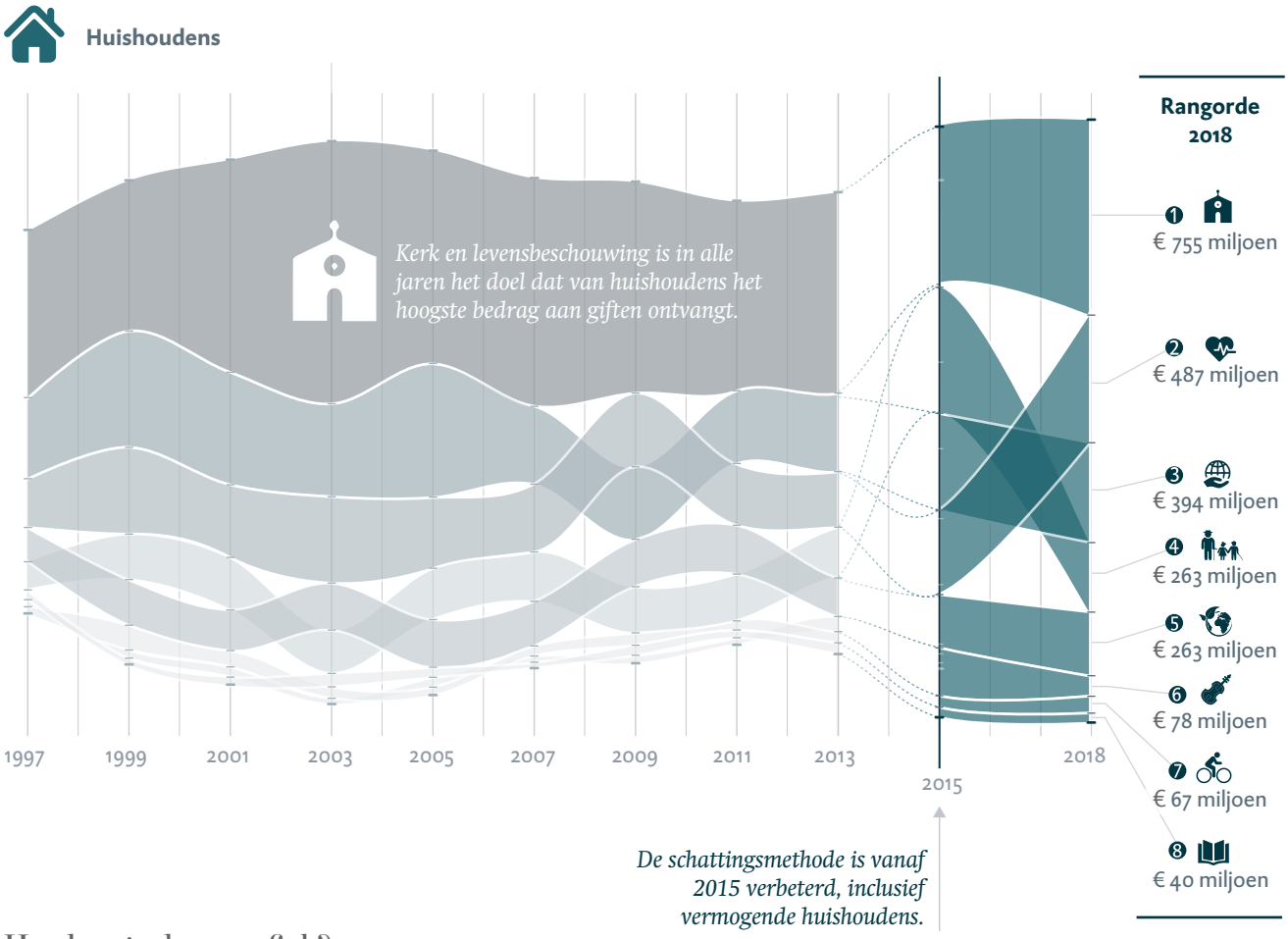
Begunstigde doelen per bron 2018 in € miljoenen



Huishoudens geven het meest aan kerk en levensbeschouwing, bedrijven aan sport en recreatie. Het grootste bedrag van kansspelen gaat naar internationale hulp. Fondsen besteden het meest aan maatschappelijke en sociale doelen. Nalatenschappen gaan vooral naar gezondheid.

Rangorde goede doelen huishoudens

Bijdragen van huishoudens in € miljoenen, 1997-2018



Hoe lees je deze grafiek?

In deze grafiek kun je van ieder doel de rangorde door de jaren heen aflezen door de lijnen te volgen. De breedte van de lijn geeft globaal aan hoeveel er gegeven is.

Trends in het aandeel van verschillende goede doelen

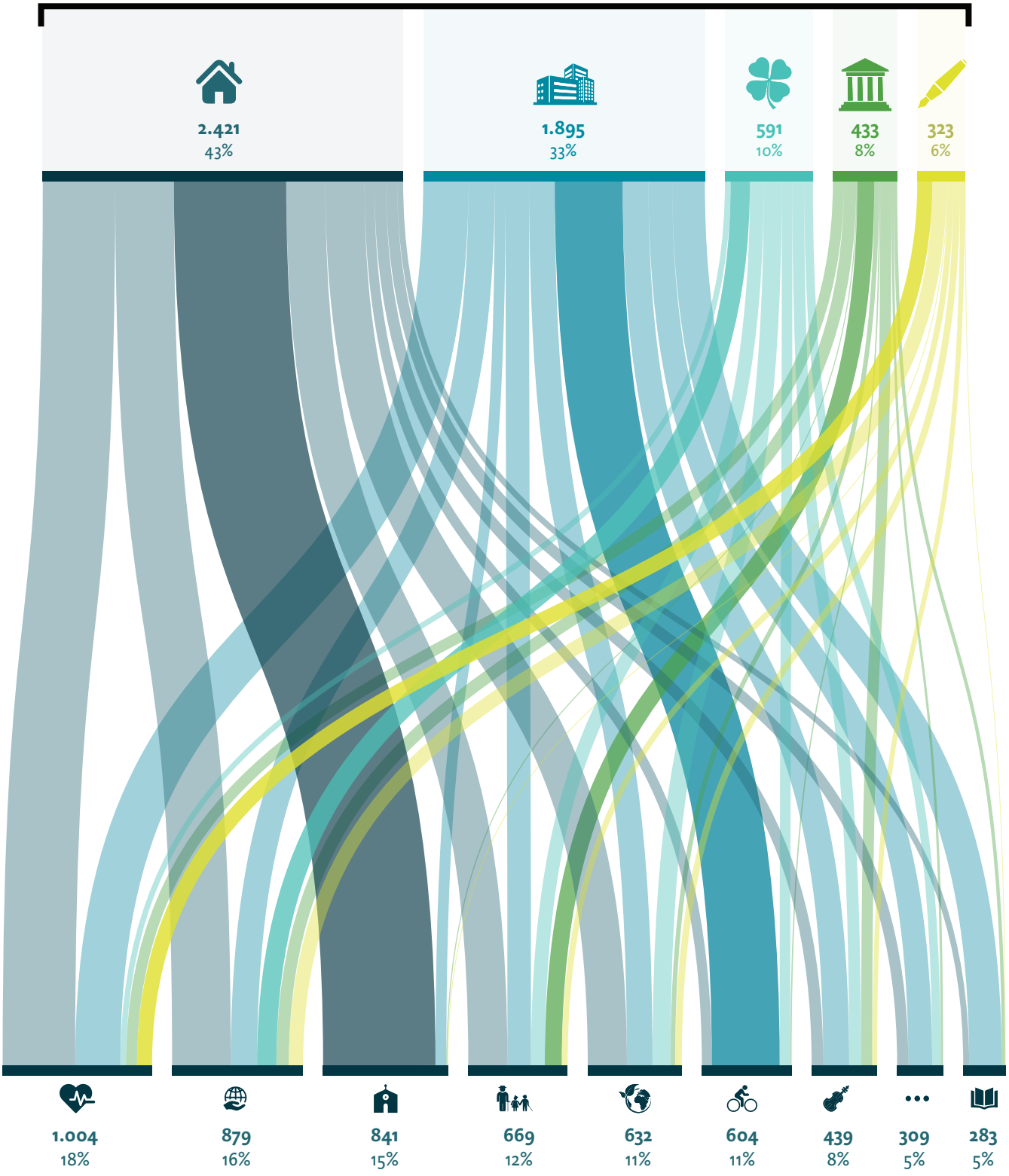
Het aandeel van kerk en levensbeschouwing in de totale giften van huishoudens neemt af. Op het toppunt in 2007 was dit 47%. In 2018 is dit 32%. Het aandeel van giften aan internationale hulp nam af van 1999 (24%) tot 2009 (16%), daarna steeg dit weer. In 2018 (17%) was het lager dan in 2015 (19%). In 2005 waren de giften aan internationale hulp incidenteel flink hoger door de actie voor slachtoffers van de Tsunami. Gezondheid ontvangt ongeveer 15% van alle giften van huishoudens. Sinds 2013 is dit gestegen naar 20% in 2018. Milieu, natuur en dieren ontvangen in de loop van de tijd een steeds groter deel van alle giften van huishoudens, van 9% in 1997 naar 11% in 2018. Het aandeel van maatschappelijke en sociale doelen in Nederland stijgt ook, van 8% in 1997 naar 11% in 2018. Cultuur, sport en recreatie en onderwijs en onderzoek ontvangen in de gehele periode de kleinste bijdragen, elk gemiddeld 2%.

Wie geeft aan wat?

Wie geeft aan wat in € miljoenen

In 2018 gaven we
€ 5,7 Miljard

dat is **0,8%**
van ons BBP



Filantropie: een overzicht van begrippen en de sector

Theo Schuyt
Barbara Gouwenberg
René Bekkers

Wat is filantropie?

Filantropie staat voor bijdragen in de vorm van geld, goederen, tijd (expertise) en bloed/organen, vrijwillig ter beschikking gesteld door individuen en organisaties (fondsen, kerken, bedrijven en goededoelenloterijen) waarmee algemeen nuttige doelen worden gesteund.

Wat zijn de algemeen nuttige doelen?

'Het algemeen nut' is een andere term voor 'de goede doelen'. In het onderzoek Geven in Nederland onderscheiden we de volgende goede, algemeen nuttige doelen:

- kerk en levensbeschouwing (religie): hoofdstuk 7
- gezondheid: hoofdstuk 8
- internationale hulp: hoofdstuk 9
- milieu, natuur en dieren: hoofdstuk 10
- onderwijs en onderzoek: hoofdstuk 11
- cultuur: hoofdstuk 12
- sport en recreatie: hoofdstuk 13
- maatschappelijke en sociale doelen in Nederland: hoofdstuk 14

Vormen van filantropische bijdragen

Geld

Het geven van geld gebeurt in de vorm van giften (al dan niet via de notaris), erfstellingen en nalatenschappen (via de notaris) en sponsoring.
Daarnaast zijn nieuwe vormen van 'geven' in opkomst, zoals sociale investeringen, missie-gerelateerde investeringen, social impact bonds, garantiestellingen, leningen en microkredieten. Hierbij neemt de gever genoegen met weinig, geen of minder winst of bovenmatig risico met het oog op het realiseren van een algemeen nuttig doel.

Goederen

Goederen kunnen gebruiksgoederen zijn zoals kleding en computers, maar ook kunstcollecties en onroerende goederen zoals kantoorruimte.

Tijd/expertise

Individuen, bedrijven en organisaties hoeven zich niet te beperken tot het geven van geld of goederen. Zij kunnen hun filantropische bijdrage ook leveren als vrijwilligerswerk: het onbetaald, onverplicht en in georganiseerd verband geven van tijd en inzet voor andere mensen, voor organisaties of de samenleving in het algemeen.

Bloed- en orgaandonatie

Mensen kunnen bijdragen aan de gezondheid van anderen en soms zelfs levens redden door het ter beschikking stellen van een orgaan of bloed. Ook deze vorm valt onder filantropie.

Bronnen van filantropische bijdragen

- Huishoudens geven geld en goederen: zie hoofdstuk 1 in dit boek. Individuele burgers doen vrijwilligerswerk: zie hoofdstuk 6.
- Individuele burgers laten na overlijden geld en goederen na via nalatenschappen: zie hoofdstuk 2.
- Twee soorten fondsen dragen ook bij aan goede doelen: (1) Geldwervende fondsen

zamelen geld in om dit vervolgens aan het beoogde doel te besteden; (2) Vermogensfondsen beheren een vermogen en schenken veelal uit de vermogensresultaten jaarlijks een bepaald percentage aan algemeen nuttige doelen. Ook combinaties van beide typen fondsen komen voor. Zie hoofdstuk 3.
- Bedrijven geven en sponsoren geld, goederen en menskracht: zie hoofdstuk 4. Daarin ook aandacht voor maatschappelijk verantwoord ondernemen en werknemersvrijwilligerswerk.
- Kansspelorganisaties zoals goededoelenloterijen keren geld uit aan goede doelen: zie hoofdstuk 5.

Filantropie in twee verschijningsvormen

1. **Filantropie als onderdeel van de non-profitsector**
   De sector filantropie is een apart onderdeel van de Nederlandse non-profitsector. Zij onderscheidt zich van andere non-profitinstellingen zoals ziekenhuizen en bibliotheken omdat het grootste deel van de inkomsten van organisaties in de sector filantropie uit vrijwillige bijdragen komt. We onderscheiden (1) filantropische instellingen – zoals de Hartstichting, de Nierstichting, het Prins Bernhard Cultuurfonds, het VSBfonds, de VandenEnde Foundation en het Wereld Natuurfonds; (2) vrijwilligersorganisaties en (3) brancheorganisaties.

2. **Filantropie als inkomstenbron voor non-profitinstellingen**
   Naast overheidsfinanciering en marktinkomsten blijkt filantropie voor non-profitinstellingen in toenemende mate een aanvullende inkomstenbron. Zo doen culturele instellingen, universiteiten, ziekenhuizen en scholen steeds vaker en intensiever aan fondsenwerving onder burgers en bedrijven (zie fig. 1).

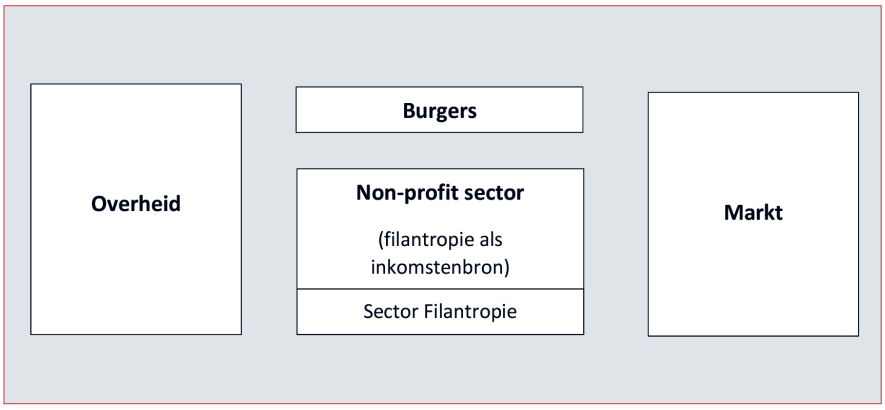
De sector filantropie

Nederland telde per 1 januari 2018 in totaal 42.963 algemeen nut beogende instellingen (ANBI's), die vrijgesteld zijn van erf- en schenkbelasting en giften kunnen ontvangen die voor de donateur aftrekbaar zijn. De activiteiten van ANBI's moeten tenminste voor 90% het algemeen belang dienen. ANBI's zijn zeer verschillend van aard: het betreffen kerkelijke en religieuze instellingen, non-profit organisaties die filantropie als inkomstenbron hebben, goededoelenorganisaties die actief fondsen werven, vermogensfondsen en vrijwilligersorganisaties. We weten niet exact hoe deze organisaties zich in aantallen tot elkaar verhouden. De sector filantropie laat zich daarom moeilijk afbakenen. Een deel van de filantropische organisaties heeft zich via koepels en brancheorganisaties verenigd maar er zijn ook talrijke kleine organisaties en particuliere initiatieven in Nederland die zich niet hebben verenigd.

Infrastructuur sector filantropie
De sector filantropie heeft via koepels, brancheorganisaties en platforms een infrastructuur opgezet voor belangenbehartiging, overleg, samenwerking en informatie-uitwisseling.
- Goede Doelen Nederland (GDN) vertegenwoordigt 186 goededoelenorganisaties die actief fondsen werven in Nederland (ook wel geldwervende fondsen of fondsenwervende organisaties genoemd). Zie www.goededoelennederland.nl.
- Nederland Filantropieland (NLFL) is een kennisinstituut van 267 bestuurders en 130 organisaties die zich met fondsenwerving bezig houden. Begin 2020 heeft Nederland Filantropieland bekend gemaakt dat zij zich aansluit bij Goede Doelen Nederland. Samen hebben GDN en NLFL ongeveer 300 organisaties als leden. Zie www.nlfl.nl.
- Fondsen in Nederland (FIN) is de belangenvereniging van vermogensfondsen. In tegenstelling tot de geldwervende fondsen werven zij in de regel niet, maar besteden uit eigen vermogen aan goede doelen. De FIN telt ongeveer 350 leden. Zie www.fondseninnederland.nl.
- Het Interkerkelijk Contact in Overheidszaken (CIO) is een samenwerkingsverband van 29 christelijke kerken en 2 joodse gemeenschappen en behartigt hun gemeenschappelijke belangen bij de (rijks)overheid. Zie www.cioweb.nl.
- De Vereniging Nederlandse Organisaties Vrijwilligerswerk (NOV) is de belangenorganisatie binnen het vrijwilligerswerk in Nederland. Er zijn meer dan 360 (koepel)organisaties aangesloten: organisaties die met of voor vrijwilligers werken. Zie www.nov.nl.

Vier grote brancheorganisaties (GDN, NLFL, de FIN en CIO) zijn verenigd in de Samenwerkende Brancheorganisaties Filantropie (SBF). Het doel van de SBF is het bevorderen van goede randvoorwaarden voor een optimaal functionerende filantropische sector. SBF overlegt met de overheid inzake voorgenomen beleid, wet- en regelgeving en uitvoeringskwesties. Zie www.sbf-filantropie.nl.

Koepels, brancheorganisaties en platforms op specifieke deelterreinen
Naast de grote brancheorganisaties zijn er in Nederland op specifieke deelterreinen brancheorganisaties ontstaan, zoals Partos en Partin, beide voor organisaties



Figuur 1: Filantropie als onderdeel van de non-profit sector en als inkomstenbron voor non-profitorganisaties

en initiatieven in de ontwikkelingssamenwerking. Sinds 2002 hebben ongeveer 230 beneficianten van de Nationale Postcode Loterij, de BankGiro Loterij, de Vrienden-Loterij, en later ook van De Nederlandse Loterij en de Samenwerkende Non-Profit Loterijen zich verenigd in het Goede Doelen Platform. Het platform komt bij wijzigingen in het Nederlandse kansspelbeleid op voor hun gezamenlijke belangen. Daarnaast zijn er van oudsher serviceclubs in Nederland die zich lokaal inzetten voor goede doelen. Talrijke culturele, maatschappelijke en op onderwijs gerichte particuliere initiatieven organiseren zich ook landelijk. Zo is er de Stichting Voordekunst, de vereniging Beter Onderwijs Nederland, de Stichting Urgente Noden Nederland (SUNN) en de Vereniging van Nederlandse Voedselbanken.
Ook veel bedrijven zetten zich in voor goede doelen, bijvoorbeeld door het in bedrijfsverband organiseren en stimuleren van werknemersvrijwilligerswerk. Steeds meer bedrijven hebben een eigen goede doelen foundation of richten er een op. Voorbeelden zijn de Rabobank foundation en de Ikea foundation. Het platform Social Enterprise NL is opgericht voor sociale ondernemingen. Een sociale onderneming onderneemt primair vanuit een maatschappelijke missie en ziet winst als een middel en niet als een doel. Zie www.social-enterprise.nl.

Een andere ontwikkeling betreft de introductie van lokale gemeenschapsfondsen. Wereldwijd zijn 'community foundations' sterk in opkomst. Dit zijn fondsen die een loket vormen voor particuliere bijdragen aan de lokale gemeenschap. De Stichting Texelfonds en het Schiedam fonds gelden hier als voorbeeld. De opkomst van community foundations wordt begeleid door het landelijke advies- en informatiecentrum Lokale Fondsen Nederland, zie www.lokalefondsen.nl.

Toezicht & zelfregulering

De overheid stimuleert zelfregulering van de sector filantropie, onder het motto 'zelfregulering waar het kan, overheidsbemoeienis waar dat moet'.

Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF) en Commissie Normstelling
Het CBF houdt toezicht op fondsenwervende initiatieven in Nederland en toetst of goededoelenorganisaties aan kwaliteitseisen voldoen. De criteria daarvoor zijn vastgelegd door de Commissie Normstelling, die onafhankelijk en onpartijdig is. Instellingen die aan deze criteria voldoen krijgen een Erkenning, dat werkt als een keurmerk. Het stellen van de normen enerzijds en het toezicht houden op die normen anderzijds zijn bij de Erkenningsregeling gescheiden. In totaal hebben ca. 600 goede doelen de Erkenning. Zie www.cbf.nl.

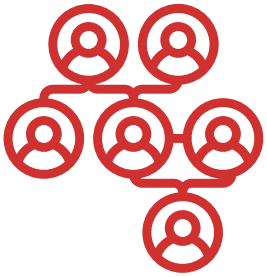
Belastingdienst (ANBI)
Algemeen nut beogende instellingen (ANBI's) worden vrijgesteld van erf- en schenkbelasting en kunnen giften ontvangen die voor de donateur aftrekbaar zijn. De activiteiten van de ANBI moeten tenminste voor 90% het algemeen belang dienen.

Ministerie van Justitie en Veiligheid (JenV)
Het Ministerie van JenV is verantwoordelijk voor het kansspelbeleid en coördineert het overheidsbeleid voor filantropie.

Kansspelautoriteit (Ksa)
De Wet op de kansspelen (Wok) reguleert kansspelen in Nederland. De Kansspelautoriteit (Ksa) verleent vergunningen aan aanbieders van kansspelen en houdt toezicht op de markt voor de kansspelen, waarop ook loterijen voor goede doelen actief zijn.

Hoe verschilt het geefgedrag en vrijwilligerswerk in Nederland tussen generaties en hoe hebben deze generatieverschillen zich de afgelopen jaren ontwikkeld? Hoe zal het geefgedrag zich ontwikkelen als oudere generaties langzaam verdwijnen en vervangen worden door jongere generaties?

Generatieverschillen in geefgedrag



INHOUD

- **De vooroorlogse generatie in Nederland geeft het meest aan goede doelen, op afstand gevolgd door de baby boom-generatie. De generatie X en Y geven het minst.**
- **Ook in vrijwilligerswerk zien we deze volgorde.**
- **Alle generaties zijn de afgelopen jaren minder gaan geven.**
- **Zowel de trend als de generatieverschillen hangen samen met ontkerkelijking.**
- **Goededoelenorganisaties zullen moeten investeren en innoveren om jongere generaties bereiken.**

René Bekkers

Claire van Teunenbroek

Oudere generaties geven vaker tijd en geld, en geven ook meer

De vooroorlogse generatie Nederlanders geeft het vaakst, aan het grootste aantal doelen en geeft de hoogste bedragen, gevolgd door baby boom-generatie, de generatie X en de generatie Y. De volgorde is hetzelfde als we giften aan kerk en levensbeschouwing weglaten, voor inflatie corrigeren en de giften delen op het besteedbaar inkomen. We zien deze volgorde ook in het percentage dat vrijwilligerswerk doet en het aantal uur per maand dat vrijwilligers actief zijn.

Goede doelen bereiken minder jongeren en geefbereidheid neemt af

De vooroorlogse generatie krijgt de meeste verzoeken om bijdragen aan goede doelen, gevolgd door de baby boom-generatie. De generatie X en Y worden het minst gevraagd om te geven. De afgelopen jaren bereiken goededoelenorganisaties in alle generaties steeds minder Nederlanders met een geefverzoek. Ook onder degenen die een verzoek krijgen neemt de bereidheid om te geven af. De afname is het sterkste onder de twee oudste generaties.

Afname van geefgedrag en concentratie bij kerkelijke ouderen

Het aantal doelen dat Nederlanders steunen en de geeffrequentie zijn in alle generaties gedaald. De daling is het sterkst in de oudste generatie. Tegelijkertijd zien we juist onder de kerkelijk actieve Nederlanders een stijging in de giften aan doelen buiten de kerk, van 0,39% naar 0,43% van het inkomen. Voor een breed palet van goededoelenorganisaties zien we een opvallende concentratie in de giften afkomstig uit de stille generatie: hun giften namen met 70% toe, van €85 in 2001 naar €145 in 2018.

Kerkelijkheid en seculariseringverklaren generatieverschillen en trends

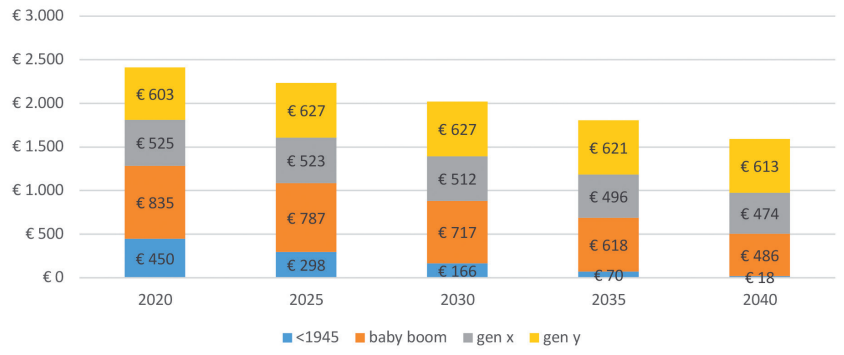
Kerkelijk actieve Nederlanders zijn een stuk vrijgeviger dan kerkelijk inactieve Nederlanders. Zij besteden ruim vijf maal zoveel aan giften dan respondenten die nooit naar de kerk gaan. Oudere generaties zijn vaker kerkelijk actief en geven daarom meer. Omdat de kerkelijke activiteit de laatste jaren sterk is gedaald is ook het geefgedrag afgenomen. De toename van de bedragen die de generatie X geeft ligt aan de verbetering van hun financiële positie: hun inkomen en vermogen is gestegen.

Naam	Geboren	Giften in € in 2001	Giften exclusief kerk in % van het inkomen in 2018	Aantal uur per maand dat vrijwilligers actief zijn
De stille generatie	Vóór 1945	300	0,47	20
Babyboomgeneratie	Tussen 1945 en 1964	190	0,27	19
Generatie X	Tussen 1965 en 1976	130	0,22	14
Generatie Y	Tussen 1977 en 1999	110	0,22	10

Generatieverschillen in geefgedrag en vrijwilligerswerk

Hoe nu verder?

De vooroorlogse generatie maakte in 2018 slechts 8% van de bevolking uit, maar was goed voor 19% van alle giften aan goededoelenorganisaties. De baby boom-generatie maakte 23% van de bevolking uit in 2018 maar was verantwoordelijk voor 35% van alle giften. Omdat beide generaties de komende decennia sterk uitdunnen zal het geefgedrag sterk verminderen, als er geen giften bijkomen uit de generatie van millennials. Om deze generatie te bereiken is kennis van de voorwaarden die zij stellen aan betrokkenheid belangrijk. Jongere generaties maken minder vaak een bewuste keuze voor een goed doel. In plaats daarvan geven zij wanneer er iets op hun pad komt dat zij belangrijk vinden. Met name de generatie Y zegt vaak eenmalig of voor een korte periode te geven, en zich niet voor langere tijd te willen binden. Om de jongste generaties te binden zullen goededoelenorganisaties meer moeten investeren in hun relaties met donateurs dan zij voorheen deden met oudere generaties. Ook zullen goededoelenorganisaties innovatiever moeten worden in de vormen van incidentele, persoonlijke en voorwaardelijke betrokkenheid die zij aanbieden.



Prognose totaalbedrag aan giften van Nederlanders geboren vóór 2000 (in miljoenen €) per generatie, 2020-2040

Leren om te geven

Generatieverschillen in geefgedrag en geefbereidheid liggen niet vast: zij kunnen veranderen in de loop van de tijd. De generatie X is in de periode 2001-2018 meer geld gaan geven. Ook de deelname aan vrijwilligerswerk in de generatie X is de laatste jaren gestegen. Het is dan ook niet zo dat jongeren het helpen van anderen veel minder belangrijk vinden dan ouderen. Het vertrouwen in goede doelen is juist hoger onder jongere generaties dan onder oudere. De uitdaging voor goededoelenorganisaties is nieuwe generaties te bereiken met een aantrekkelijk verzoek om bij te dragen. Dat hoeft geen gift te zijn. Jongere generaties vinden persoonlijke zorg bieden voor mensen in hun omgeving net zo belangrijk als oudere. Milieubewuster en duurzamer leven vinden jongere generaties belangrijker.

Wel blijkt dat jongere generaties minder vaak een bewuste keuze maken voor de doelen die zij steunen. In de generatie Y zegt slechts 37% een bewuste keuze te maken. In de babyboom generatie is dat veel hoger: 59%. Met name de generatie Y zegt vaak eenmalig of voor een korte periode te geven (78%), en zich niet voor langere tijd te vinden (22%). Incidentele vormen van geefgedrag waarmee goededoelenorganisaties jongeren kunnen bereiken zijn online gaming en crowdfunding. Nader onderzoek is nodig om deze vormen van geven te verduurzamen. Het is belangrijk dat goededoelenorganisaties experimenteren met nieuwe vormen van geefgedrag, zodat nieuwe generaties op hun eigen manier leren te geven.

Op basis van een steekproef van 1620 huishoudens hebben we het geefgedrag van huishoudens aan goededoelenorganisaties in 2018 in Nederland geschat. In het onderzoek naar het geefgedrag van Nederlandse huishoudens maken we onderscheid tussen giften in de vorm van geld en giften in de vorm van goederen.

Geven door huishoudens

INHOUD

- Nederlandse huishoudens geven €2,4 miljard
- Acht van de tien huishoudens geeft
- Het gemiddelde bedrag in de vorm van giften is gestegen
- Vermogende huishoudens doneren hogere bedragen
- Giften aan lokale goededoelenorganisaties lager in 2018
- Vaste donateurschappen toegenomen
- Een op de zes huishoudens geeft weleens online
- Andere manieren van geven naast geld
- Wie geeft er?
- Giften van huishoudens met een migratieachtergrond
- Mogelijke tegenprestaties
- Opvattingen over goededoelenorganisaties

Claire van Teunenbroek
René Bekkers

Nederlandse huishoudens geven €2,4 miljard

Huishoudens zijn verantwoordelijk voor 43% van de totale giften in Nederland. Naar schatting gaven in 2018 Nederlandse huishoudens voor €2,4 miljard aan goede doelen in de vorm van geld en goederen. Dit is een stijging van ongeveer 10% ten opzichte van 2015, toen huishoudens €2,2 miljard gaven. De stijging houdt gelijke tred met de stijging van het bruto binnenlands product en het besteedbaar inkomen van huishoudens. In 2018 besteedden huishoudens 0,46% van hun totale uitgaven aan giften, vrijwel gelijk aan het percentage in 2015 (0,45%).

Vaste donateurschappen

Nederlanders geven het vaakst aan goede doelen door geld te geven in huis-aan-huiscollectes en kleding in de container te doen. De populariteit van deze twee manieren van geven neemt wel af. Goede doelen bereiken minder huishoudens via huis-aan-huiscollectes en de geefbereidheid is verder afgenomen. Ongeveer één op de zes huishoudens geeft aan het afgelopen jaar online gegeven te hebben. Wanneer Nederlanders online geven, dan doen ze dit meestal via filantropische crowdfunding, waarbij ze soms een tegenprestatie ontvangen. De bedragen die Nederlanders via crowdfunding geven zijn nog laag. Geven via een vast donateurschap neemt sinds 2011 toe.

Kleiner deel van de huishoudens geeft grotere bedragen

Voor de meeste doelen zien we een daling van het percentage van de huishoudens dat geeft. Toch is het percentage dat aan minstens één doel geeft (80%) nagenoeg hetzelfde als in 2015 (81%). Dit betekent dat huishoudens aan minder verschillende doelen zijn gaan geven. Vermogende huishoudens zijn verantwoordelijk voor een groot deel van het totale geefgedrag. Huishoudens met een vermogen van maximaal €5.000 geven gemiddeld €109 in 2018. Huishoudens met een vermogen van €200.000 tot €500.000 geven €481. Huishoudens met een vermogen van meer dan €1 miljoen geven gemiddeld €1.350 per jaar.

En de tegenprestatie?

Goededoelenorganisaties kunnen donateurs op verschillende manieren bedanken of zelfs tegenprestaties bieden. Wat stimuleert Nederlanders het sterkste om meer te geven? Nederlanders vinden informatie over de besteding en de impact van giften een aantrekkelijke tegenprestatie. Daarnaast geven Nederlanders aan dat een vermeerdering van de gift door een andere partij een aantrekkelijke reden is om meer te geven. Uitnodigingen, producten, of korting scoren ook goed. Aankondigingen van giften van donateurs vinden Nederlanders juist een reden om minder te geven. Dit geeft aan dat anoniem geven in Nederland de norm is.

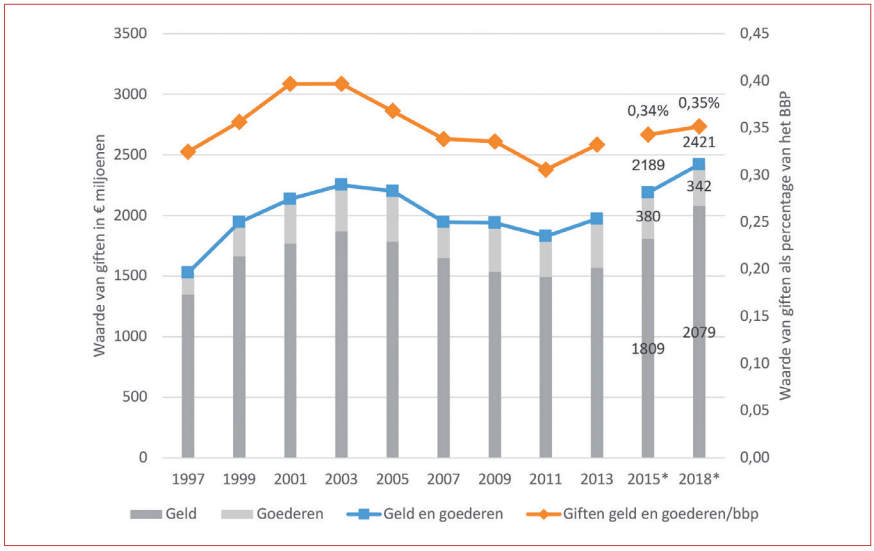
Doelen	Geld: % dat geeft	Geld: € onder gevers	Geld: € onder allen	Goederen: % dat geeft	Goederen: € onder gevers	Goederen: € onder allen	Geld + goederen: % van het totaal
Kerk en levensbeschouwing	20	440	90	6	102	6	31
Gezondheid	62	96	60	2	67	2	20
Internationale hulp *	36	111	39	9	113	11	16
Milieu, natuur en dieren	46	69	31	4	54	2	11
Onderwijs en onderzoek	6	73	5	1	43	1	2
Cultuur	13	72	10	1	30	<1	3
Sport en recreatie	11	69	8	1	28	<1	3
Maatschappelijke en sociale doelen	28	65	19	14	100	14	11
Overige doelen	3	88	3	3	179	6	3
Totaal	80	334	265	31	141	44	100

* inclusief nationale acties

Percentage van de huishoudens dat geeft en de waarde van giften van geld en goederen per doel

Vrijwel iedereen doet mee in Nederland

In vrijwel alle bevolkingsgroepen in Nederland zien we een hoog niveau van betrokkenheid bij goede goede doelen. Van alle Nederlandse huishoudens geeft 80%, en dit percentage verschilt niet sterk tussen categorieën met veel of weinig inkomen of vermogen. Van de 20% huishoudens die het minst verdienen geeft nog steeds 70%. De 20% huishoudens met de hoogste vermogens geven vrijwel allemaal (96%). Huishoudens met kinderen geven even vaak als huishoudens zonder kinderen, maar wel hogere bedragen. Nederlanders ouder dan 55 jaar geven vaker en ook hogere bedragen dan Nederlanders van 35 jaar of jonger. Onder gelovige respondenten ligt het percentage gevers en de gegeven bedragen hoger dan onder niet-gelovigen.
Huishoudens met een migratieachtergrond geven net zo vaak aan goededoelenorganisaties als huishoudens zonder migratieachtergrond. De huis-aan-huis collecte bereikt huishoudens met en zonder migratieachtergrond in gelijke mate, respectievelijk 21% en 22%. Het percentage van de huishoudens met een migratieachtergrond dat gevraagd is te geven in een collecte op straat (16%) ligt duidelijk hoger dan onder huishoudens zonder een migratieachtergrond (9%).



Waarde van giften van geld en goederen in € miljoenen en als percentage van het bruto binnenlands product (BBP), 1997-2018.

Het grootste gedeelte van giften van huishoudens gaat naar kerk en levensbeschouwing

De gemiddelde gift per huishouden in de vorm van geld en goederen is €308. Dit is een stijging van ongeveer 8% ten opzichte van 2015, toen huishoudens gemiddeld €286 gaven. Meer dan 80% van de huishoudens geeft geld of goederen aan goede doelen. Dit percentage is ongeveer gelijk gebleven sinds 2015. Giften van geld vormen het grootste deel van het totaalbedrag. Het percentage van de huishoudens dat goederen geeft is gedaald van 47% in 2013 naar 31% in 2018. Ook de waarde van goederen die huishoudens doneren is de laatste jaren gedaald.
De top drie van ontvangende doelen is nog hetzelfde als in voorgaande jaren. Het grootste deel van alle giften van huishoudens gaat nog steeds naar kerk en levensbeschouwing, gevolgd door gezondheid, internationale hulp en nationale acties en milieu, natuur en dieren. Er zijn de afgelopen jaren wel grote veranderingen opgetreden in het aandeel van deze doelen in de totale hoeveelheid giften van huishoudens. Het aandeel van kerk en levensbeschouwing is sinds het toppunt in 2007 (47%) afgenomen naar 32% in 2018. Ook het aandeel van giften aan internationale hulp nam af van 1999 (24%) tot 2009, waarna het fluctueerde rond 16%. In 2005 waren de giften aan internationale hulp incidenteel flink hoger door de actie voor slachtoffers van de Tsunami. Het aandeel van giften voor gezondheidsdoelen is de laatste jaren gestegen, van rond 15% tot 2013 naar 20% in 2018. Ook het aandeel van milieu, natuur en dieren is in de loop van de tijd gestegen, van 9% in 1997 naar 11% in 2018. Het aandeel van Maatschappelijke en sociale doelen in Nederland stijgt ook, van 8% in 1997 naar 11% in 2018. Cultuur, Sport en recreatie en Onderwijs en onderzoek ontvangen in de gehele periode slechts een klein deel van de giften van huishoudens, elk gemiddeld 2%.

In dit hoofdstuk beschrijven we op basis van gegevens van het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF) en aanvullend onderzoek onder fondsen van universiteiten en academische ziekenhuizen de trends in nalatenschappen. Daarnaast beschrijven we de kenmerken van mensen met een testament die besluiten om na te laten aan een goed doel.

Nalatenschappen

INHOUD

- Waarde nalatenschappen stijgt verder
- Top 3 ontvangende doelen onveranderd
- Trends in nalatenschappen
- Een derde van de Nederlanders heeft een testament
- Wie zijn de testateurs die nalaten aan een goed doel?
- Geven bij leven onder mensen die nalaten

Rosan van Niekerk

Florian van Heijningen

Barbara Gouwenberg

Theo Schuyt

Inkomsten uit nalatenschappen stijgen door

De totale omvang van de inkomsten van goededoelenorganisaties uit nalatenschappen stijgt sinds 2005. In 2005 ontvingen goededoelenorganisaties €181 miljoen uit nalatenschappen. Na een lichte daling in 2017, stijgen de totale inkomsten uit nalatenschappen in 2018 weer naar €323 miljoen. Dit bedrag is een ondergrens, omdat niet alle fondsenwervende organisaties en hun inkomsten uit nalatenschappen bekend zijn bij het CBF. Over nalatenschappen aan kerken zijn helaas geen cijfers bekend.

8% van de mensen met een testament laat na aan een goed doel

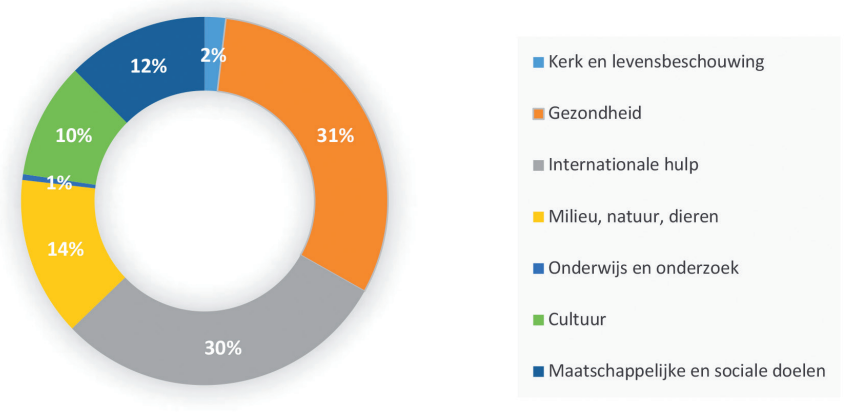
Uit ons onderzoek blijkt dat 33% van de Nederlanders een testament heeft, waarin zij hebben vastgelegd aan wie zij nalaten. Dit kunnen familie of vrienden zijn, maar ook goededoelenorganisaties. Van de 33% die een testament heeft, laat 8% na aan een goed doel. Nalaten gebeurt in de vorm van geld of goederen aan een goed doel of aan een door henzelf of familielid opgerichte stichting met een goed doel. Gemiddeld gaat 29% van de totale waarde van de nalatenschappen naar goede doelen.

Gezondheid en internationale hulp blijven populairste doelen

Goededoelenorganisaties op het gebied van gezondheid konden in 2018 op het grootste bedrag aan nalatenschappen rekenen, namelijk €101 miljoen. Internationale hulp volgt met €96 miljoen, en milieu, natuur en dieren complementeert de top drie met €45 miljoen. De waarde van nalatenschappen aan gezondheid zijn bijna verdubbeld sinds 2005. Nalatenschappen aan internationale hulp zijn meer dan verdubbeld sinds 2001. De sterkste stijging in de waarde van nalatenschappen zien we op het terrein van cultuur. Nalatenschappen op het terrein van onderwijs en onderzoek blijven vooralsnog achter.

Vertrouwen cruciaal voor nalatenschappen

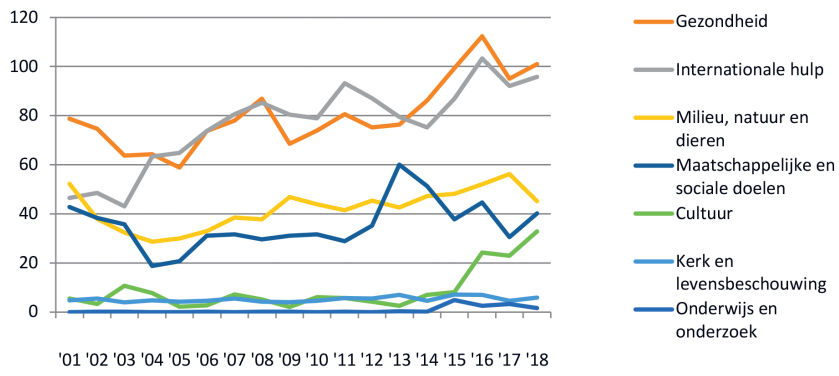
Psychologische eigenschappen en sociale normen zijn van invloed op de beslissing om na te laten aan een goed doel. Uit de resultaten van ons onderzoek blijkt dat mensen die nalaten aan een goed doel hoger scoren op empathie dan mensen die niet nalaten aan een goed doel. Ook het vertrouwen in goede doelen hangt sterk samen met het geefgedrag aan goede doelen. 66% van de mensen die nalaten aan een goed doel geeft aan vertrouwen te hebben in goede doelen. Onder de mensen met een testament die niet nalaten aan een goed doel is dit 38%.



Figuur A: Inkomsten uit nalatenschappen in percentage van het totaal (2018)

Top vijf: nalatenschappen aan cultuur blijven stijgen

Van de fondsen die in 2018 nalatenschappen hebben ontvangen, ontvangt KWF Kankerbestrijding het grootste geldbedrag (€40 miljoen). Respectievelijk gevolgd door het Prins Bernhard Cultuurfonds (€22 miljoen), Artsen zonder Grenzen en de Hartstichting (beide €15 miljoen) en het Leger des Heils Fondsenwerving (€12 miljoen). Samen ontvangen ze bijna één derde van het totaal aan nalatenschappen in Nederland. Het is opvallend dat het Prins Bernhard Cultuurfonds op de tweede plek staat. In de vorige twee edities van Geven in Nederland stond namelijk geen enkel doel uit de culturele sector in de top vijf. Sinds 2015 is er sprake van een toename in de inkomsten uit nalatenschappen in de sector cultuur. In totaal werd er in 2018 €33 miljoen nagelaten aan doelen in de culturele sector. In 2014 was dit slechts €7 miljoen.
Hoe de inkomsten uit nalatenschappen zich de komende jaren zullen ontwikkelen hangt onder andere af van de ontwikkeling van de vermogenspositie van de Nederlandse particulieren, het sterftecijfer en de opname van goededoelenorganisaties in testamenten.



Bron: CBF-database, december 2019 en aanvullend onderzoek onder fondsen van academische ziekenhuizen en universiteiten.

Figuur B: Inkomsten uit nalatenschappen in € miljoenen euro's (2001-2018)

Kenmerken van mensen die nalaten aan een goed doel

Wie zijn de mensen die nalaten aan een goed doel? Mensen die in hun testament opnemen dat zij nalaten aan een goed doel zijn gemiddeld ouder en vaker religieus. Als we kijken naar de gezinssituatie van de mensen die nalaten aan een goed doel zien we dat zij vaker geen kinderen hebben.
Mensen die geld of goederen nalaten aan een goed doel geven ook bij leven meer aan goededoelenorganisaties.
In 2018 was de gemiddelde gift voor mensen die nalaten aan een goed doel €1.307. De gemiddelde gift voor mensen die wel een testament hebben maar niet nalaten aan een goed doel was €444.
De testateurs die nalaten aan een goededoelenorganisatie maken ook vaker gebruik van de fiscale voordelen die horen bij een gift aan een goed doel. Van de mensen met een testament die niet nalaten aan een goed doel gebruikt 9% de giftenaftrek, terwijl dit geldt voor 26% van de mensen met een testament die wel nalaten aan een goed doel.
Het vermogen en het jaarlijks inkomen ligt iets hoger onder de mensen die nalaten aan een goed doel. Van de groep die nalaat aan een goed doel heeft 50% een vermogen van €197.500 of meer en 50% een inkomen van €38.310 of meer. Dit is respectievelijk €190.000 of meer en €36.334 of meer voor de mensen met een testament die niet nalaten aan een goed doel. Mensen die nalaten aan een goed doel voelen zich financieel zekerder dan mensen die wel een testament hebben maar niet nalaten aan een goed doel.
Tenslotte blijkt dat mensen die een testament hebben vaker nalaten aan een goed doel als ze advies krijgen van een notaris of een private banker, belastingadviseur of accountant.

Er is een grote variëteit in fondsen in Nederland. In dit hoofdstuk maken we onderscheid tussen geldwervende fondsen, vermogensfondsen en hybride fondsen. We besteden aandacht aan de doelbestedingen van deze fondsen in 2018 en doen verslag van een verkennend onderzoek naar vermogensfondsen.

Geven door fondsen

INHOUD

- Typen fondsen in Nederland
- Geldwervende fondsen
- Vermogensfondsen
- Wat tellen we mee voor het macro-overzicht van Geven in Nederland?
- Verkennend onderzoek naar vermogensfondsen
- Literatuur

Barbara Gouwenberg
Florian van Heijningen
Rosan van Niekerk

Drie typen fondsen

We maken onderscheid tussen geldwervende fondsen, vermogensfondsen en hybride fondsen. Geldwervende fondsen doen een beroep op de steun van het publiek ter realisatie van hun doelstellingen. Vermogensfondsen hoeven zich niet te wenden tot het publiek voor het verkrijgen van financiële middelen. Zij geven steun aan goede doelen uit de opbrengst van een vermogen en/of een andere structurele bron van inkomsten afkomstig van een familie of bedrijf. Hybride fondsen zitten daar tussen in, zij ontvangen enerzijds baten, bijvoorbeeld uit fondsenwerving en loterijen, en hebben anderzijds een vermogen waaruit zij beleggingsopbrengsten ontvangen.

De 122 grootste vermogensfondsen gaven €621 miljoen

Er is geen centrale database met financiele gegevens over alle vermogensfondsen in Nederland. Het onderzoek heeft zich daarom geconcentreerd op de 122 grootste vermogensfondsen (doelbestedingsbudget van meer dan €500.000). Veronderstelling hierbij is dat een klein deel van de fondsen verantwoordelijk is voor het grootste deel van de uitgaven. Door deze methode krijgen we de doelbestedingen van vermogensfondsen steeds beter in beeld. Deze fondsen gaven samen €621 miljoen in 2018. Hiervan is €175 miljoen afkomstig van het grootste fonds in Nederland, de Ikea Foundation.

Geldwervende fondsen gaven €3,9 miljard

In 2018 besteedden 676 geldwervende fondsen (inclusief hybride fondsen) voor €3,9 miljard aan hun doelstellingen. Daarvan ging €1,6 miljard naar internationale hulp. Het totaal aan inkomsten voor 2018 bedroeg bijna €4,5 miljard. Ongeveer 37% van deze inkomsten was afkomstig uit overheidssubsidie: bijna €1,7 miljard. Dit bedrag ging naar organisaties zoals het Leger des Heils en Cordaid, Oxfam Novib en ICCO. Deze cijfers zijn gebaseerd op de CBF-database.

Bestedingen vermogensfondsen stabiel

Voor het eerst kunnen we in deze editie iets zeggen over de trend tussen 2015 en 2018 in doelbestedingen bij een groep van 86 grote vermogensfondsen. De doelbestedingen van deze groep fondsen zijn gestegen van €478 miljoen in 2015 naar €537 miljoen in 2018: een stijging van 12%. Als we deze trend nader bekijken, dan valt op dat de stijging met name wordt veroorzaakt door de toename in doelbestedingen van de Ikea Foundation (zie figuur). Als we de Ikea Foundation buiten de trend houden dan zien we een redelijk stabiele lijn over de jaren heen.

	GWF Totaal besteed aan doelstelling n=676	GWF Bestedingen uit (de opbrengst van) het vermogen n=361	VF Totaal besteed aan de doelstelling n=122	VF Bestedingen uit (de opbrengst van) het vermogen n=89	GWF en VF Totale bestedingen uit de opbrengst van het vermogen n=450
Kerk en levensbeschouwing	91	3	14	4	7
Gezondheid	468	33	71	41	74
Internationale hulp	1.627	45	226	39	83
Milieu, natuur en dieren	497	20	34	11	31
Onderwijs en onderzoek	6	0	45	23	23
Cultuur	168	28	67	46	75
Sport en recreatie	122	6	4	3	9
Maatschappelijke en sociale doelen	957	31	118	83	114
Overig/niet gespecificeerd	-	-	43	16	16
Totaal[a]	3.936	165	621	268	433

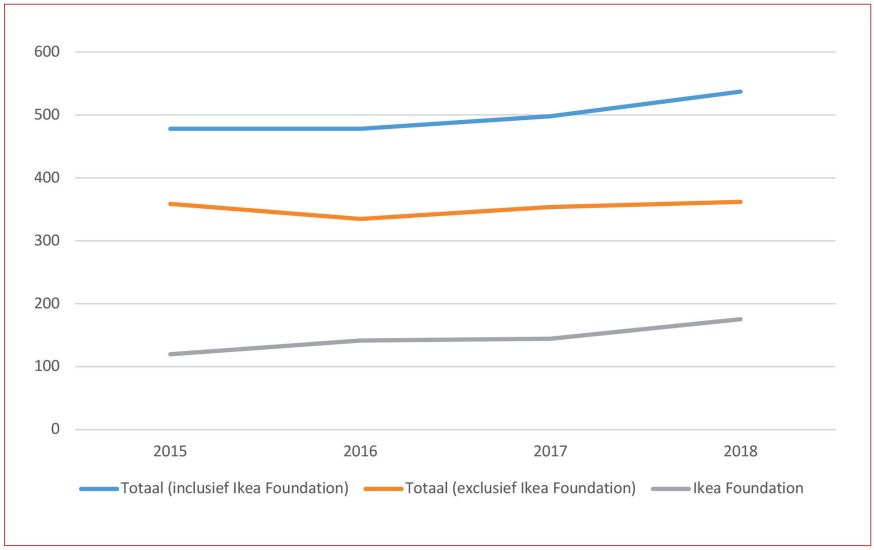
GWF= geldwervende fondsen, VF= vermogensfondsen

[a] In verband met afrondingen tellen de waarden per doel niet altijd op tot de gepresenteerde totaalcijfers

Tabel: Bestedingen uit de opbrengsten van het vermogen van geldwervende fondsen en vermogensfondsen in 2018 (minimumwaarde), in € miljoenen

Elke euro voor het goede doel telt maar één keer mee

Om dubbeltellingen te voorkomen worden voor het macro-overzicht van Geven in Nederland alleen de doelbestedingen van geldwervende fondsen en vermogensfondsen meegeteld uit de opbrengst van het vermogen (zie tabel). Voor geldwervende fondsen en hybride fondsen betekent dit dat alleen nog de financiële baten (rentebaten/baten uit beleggingen) worden meegerekend. De inkomsten die zij ontvangen van bedrijven, particulieren, andere fondsen en uit nalatenschappen tellen we niet mee omdat deze bijdragen al in de andere hoofdstukken zijn meegeteld. 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 familie- of bedrijfsfondsen) worden eveneens niet meegerekend.
Geldwervende fondsen gaven in 2018 uit eigen middelen €165 miljoen, waarvan het merendeel bestemd was voor internationale hulp, gezondheid en maatschappelijke en sociale doelen. Vermogensfondsen gaven uit de opbrengst van het vermogen €268 miljoen, voornamelijk aan maatschappelijke en sociale doelen, cultuur en gezondheid.



Figuur: Doelbestedingen longitudinale groep vermogensfondsen in 2015-2018, in € miljoenen (n=86)

Wat viel op?

Uit een verkennend onderzoek naar de maatschappelijke rolopvatting van 65 grote vermogensfondsen blijkt dat zij zich het meest herkennen in de rol van ondersteuner. Met hun giften komen zij tegemoet aan de specifieke behoeften en vragen vanuit de samenleving. Daarnaast zien we dat vermogensfondsen zich herkennen in de rol van capacitybuilder. Zij helpen maatschappelijke organisaties bij het opbouwen van hun organisatiecapaciteit en bieden ondersteuning bij de ontwikkeling van kennis en vaardigheden. De rol van kraamkamer (incubator), initiële ondersteuning bieden voor nieuwe ideeën en innovaties, komt op een derde plaats. In relatie tot de overheid zegt driekwart van de vermogensfondsen in dit onderzoek een complementaire rol te vervullen. Zij zien hun steun als een aanvulling op wat (lokale) overheden doen. De substituerende rol (initiatieven oppakken als deze niet langer door de overheid worden gesteund) en de competitieve rol (zich inzetten voor initiatieven die tegen bestaand overheidsbeleid ingaan) lijken minder favoriet. Respectievelijk 19% en 8% van de fondsen herkennen zich in deze rollen.
Alhoewel vermogensfondsen de laatste jaren nieuwe en alternatieve vormen van filantropie verkennen, lijkt het in omvang nog beperkt voor te komen. Het merendeel van de grote vermogensfondsen uit dit verkennende onderzoek is sterk gericht op de 'klassieke vorm van geven', het verstrekken van donaties. Andere financiële vormen van ondersteuning zoals leningen aan maatschappelijke organisaties tegen gunstige voorwaarden, garantiestellingen aan banken die leningen verstrekken aan maatschappelijke organisaties en investeringen in maatschappelijke organisaties en sociale ondernemingen door middel van een aandeel in het kapitaal van deze organisaties, komen slechts in beperkte mate voor. Naast het bieden van financiële ondersteuning dragen vermogensfondsen ook op een immateriële manier bij aan de missie van hun fonds. Ongeveer de helft van de fondsen deelt in (zeer) hoge mate hun netwerk of gespecialiseerde kennis met maatschappelijke organisaties.

Bedrijven dragen op vele manieren bij aan de Nederlandse maatschappij. Een groot aantal bedrijven draagt bij door middel van filantropie, via sponsoring en giften, maar ook door initiatieven te ontplooien in het kader van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO).

Geven door bedrijven

INHOUD

- Bedrijven geven naar schatting €1,9 miljard in 2018
- Sponsoring en giften door bedrijven per doel
- Robuuste meerjarige trends
- Grote verschillen tussen branches in gegeven bedragen
- Gulle gevers versus brede steun
- Veel bedrijven geven helemaal niet
- Geven in geld, natura en mankracht
- Motieven voor sponsoring en giften
- Beleid van bedrijven voor sponsoring en giften
- Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO)
- Motieven om maatschappelijk verantwoord te ondernemen

Dick de Gilder

Claire van Teunenbroek

Nederlandse bedrijven geven €1,9 miljard aan goede doelen

Bedrijven zijn verantwoordelijk voor ongeveer 33% van de totale giften in Nederland. Naar schatting gaven bedrijven in 2018 voor ongeveer €1,9 miljard euro. Bedrijven kunnen bijdragen doen met een zakelijk belang (via sponsoring) of zonder zakelijk belang (via giften). Bedrijven geven in geld, natura en mankracht. Het bedrag in 2018 is ongeveer 6% lager dan in 2015. Dat komt vooral doordat het totale bedrag aan giften is afgenomen. Voor sponsoring vinden we nauwelijks een afname in het gegeven bedrag.

Er zijn grote verschillen tussen kleine en grote bedrijven

Het landschap van Nederlandse bedrijven is extreem divers: van eenmanszaken tot multinationals, in zeer uiteenlopende branches. Geen wonder dat ze ook sterk verschillen in geefgedrag, en dus ook in hun organisatiebeleid inzake filantropie. Veel van de kleine bedrijven doen helemaal niet aan filantropie, en ook niet aan Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Als ze sponsoren en geven dan doen ze dat vaker aan lokale doelen. Desondanks dragen zelfs de kleinste bedrijven, de eenmanszaken, nog steeds substantieel bij aan goede doelen.

Veel goede doelen hebben maar een kleine groep bedrijven supporters

De meeste doelen krijgen bijdragen van een beperkte groep bedrijven. Dit geldt vooral voor milieubehoud, natuurbehoud en dierenbescherming, maar ook voor kerk- en levensbeschouwing. De bedrijven die deze doelen steunen geven soms grote bedragen. Wanneer bedrijven weg zouden vallen als sponsor of donateur, dan kan dit een grote impact kan hebben op het totaalbedrag dat het betreffende doel krijgt. Sport en recreatie en gezondheid lopen daarop het minste risico: die worden door veel bedrijven gesteund.

Samenhangend filantropiebeleid vaker bij grotere bedrijven

Juist vanwege het feit dat grote(re) en kleinere bedrijven zo van elkaar verschillen hebben we speciale aandacht besteed aan bedrijven in onze steekproef met 25 of meer personeelsleden. Van deze bedrijven heeft 43% een sponsorbeleid. Ze hebben vaker iemand in dienst die zich expliciet met filantropie bezighoudt. Juist deze bedrijven communiceren vaker met de buitenwereld en hun medewerkers, geloven vaker dat sponsoring positief bijdraagt aan bedrijfsresultaat en concurrentievoordeel biedt. Niet onbelangrijk voor goede doelen is dat deze bedrijven ook gemiddeld meer geven.

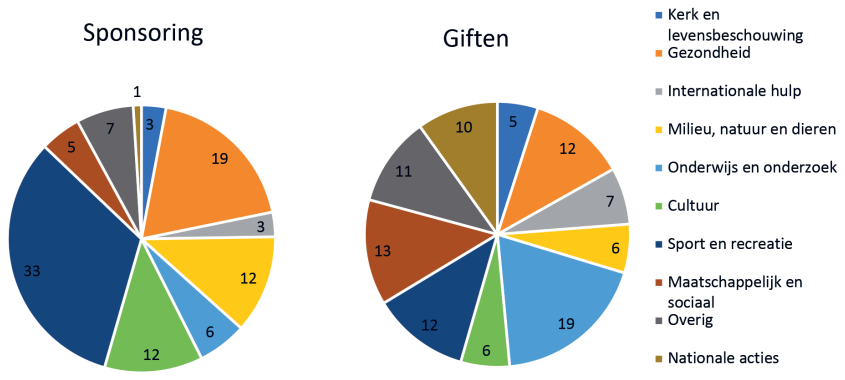
	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2018
Kerk en levensbeschouwing	49	67	60	86	55	57	177	367	73
Gezondheid	50	169	89	47	161	73	155	229	304
Internationale hulp	46	37	168	95	77	66	67	85	88
Milieu, natuur en dieren	22	39	39	61	85	34	47	98	172
Onderwijs/onderzoek	89	245	232	254	232	94	148	141	219
Cultuur	274	516	135	235	296	124	80	219	174
Sport en recreatie	630	845	574	590	598	585	433	396	456
Maatschappelijke en sociale doelen	115	258	152	148	100	177	139	113	158
Overig	83	95	65	124	90	65	117	338	160
Giro 555									89
Totaal	1.358	2.271	1.514	1.514	1.694	1.375	1.363	2.007	1.895
n (ongewogen)	998	1.005	1.002	1.058	1.182	1.163	1.196	1.007	1.017

Totaalbedragen sponsoring en giften door bedrijven per doel, 2001-2018 (in € miljoenen)

Sponsoring voor zichtbare doelen

Sport en recreatie is ook in 2018 het meest populaire doel waar bedrijven aan bijdragen. Andere doelen waar bedrijven veel aan bijdragen zijn gezondheid, onderwijs en onderzoek, en ook maatschappelijke en sociale doelen. Bij andere doelen zien we meer fluctuaties die vaak worden veroorzaakt door enkele grote gevers in de steekproef.

Bedrijven hebben – in tegenstelling tot bijvoorbeeld huishoudens – de mogelijkheid om niet alleen giften te doen, maar ook om te sponsoren. Een aantrekkelijke optie, omdat er een tegenprestatie van het goede doel kan worden gevraagd, bijvoorbeeld door publiek te maken dat het bedrijf het doel sponsort. Naamsbekendheid dus, mogelijk ook bijdragend aan een positieve reputatie. Veel bedrijven maken daarom echt onderscheid tussen sponsoring en giften, zoals onderstaande figuur duidelijk maakt. Sport en recreatie trekt heel veel sponsors, niet onlogisch omdat zeker sport ook een publiekstrekker is. Dat geldt ook voor cultuur, dat veel meer sponsoring krijgt dan giften. Onderwijs en onderzoek, en maatschappelijke en sociale doelen, vooral onderdeel van de publieke sector, lenen zich blijkbaar minder voor sponsoring, want die doelen krijgen vooral giften.



Aandeel van verschillende doelen in sponsoring en giften door bedrijven, 2018

Bedrijven zijn gemotiveerd bij te dragen aan de maatschappij

Bedrijven zijn gemotiveerd bij te dragen aan de maatschappij
Bedrijven dragen uiteraard al bij aan de maatschappij door de producten of diensten die zij leveren, het werk dat ze verschaffen aan medewerkers en de welvaart die dat met zich meebrengt. Maar ze doen dat dus ook substantieel door middel van filantropie, en ook door initiatieven te ontplooien op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). We lezen die wens om bij te dragen aan de maatschappij niet alleen af aan de hoogte van de bedragen die worden gegeven of het aantal initiatieven op het gebied van MVO. De vragen naar motieven om te geven maken ook duidelijk dat maatschappelijke betrokkenheid en de verantwoordelijkheid voor de leefbaarheid in de omgeving belangrijke motieven zijn voor bedrijven. Interessant is dat bedrijven vaak tegelijkertijd commerciële motieven belangrijk vinden. Maatschappelijke verantwoordelijkheid en bedrijfsmatige motieven vullen elkaar aan.
Het onderzoek naar MVO laat zien dat bedrijven veel nieuwe initiatieven ontplooien op maatschappelijk gebied. Veel bedrijven doen aan medewerkersvrijwilligerswerk, vaak op kosten van het bedrijf. Uit de antwoorden op de vragen naar de opvattingen over MVO blijkt de maatschappelijke betrokkenheid eens te meer. Bedrijven vinden het belangrijk om de het milieu zo min mogelijk te belasten en de wereld goed achter te laten voor een volgende generatie. Tegelijkertijd zien we ook heel pragmatische en commerciële redenen om aan MVO te doen, bijvoorbeeld omdat het goed kan zijn voor de reputatie van het bedrijf of het bedrijf extra aantrekkelijk maakt voor de medewerkers en sollicitanten.

Dit hoofdstuk gaat over de bijdragen van landelijke meerjarige kansspelvergunninghouders (liefdadigheidsloterijen en wedspelletjes), die een verplichting hebben om een deel van de opbrengst af te dragen aan goede doelen.

Geven door kansspelen

INHOUD

- Over de geschiedenis van de loterijen
- Kansspelen en goede doelen
- Verplichte afdrachtspercentages aan het goede doel
- Bijdragen kansspelen aan goede doelen
- Bijdragen kansspelen aan goede doelen per sector
- Top 10 Begunstigden Kansspelen
- Geraadpleegde literatuur

Barbara Gouwenberg

Theo Schuyt

590 miljoen euro naar goede doelen

In 2018 kwam er vanuit de kansspelen in totaal 590 miljoen euro beschikbaar voor goede doelen. Hiervan is 371 miljoen euro afkomstig van de Nationale Postcode Loterij, de grootste van de negen kansspelvergunninghouders. We zien al jaren een stijgende lijn in de bijdragen aan goede doelen vanuit de kansspelen. Van 369 miljoen euro in 2003 naar 590 miljoen euro in 2018. Voor de beneficianten zijn de inkomsten uit de kansspelen een belangrijke bron van inkomsten, het betreft veelal structureel en on-geoormerkt geld.

Een lange traditie

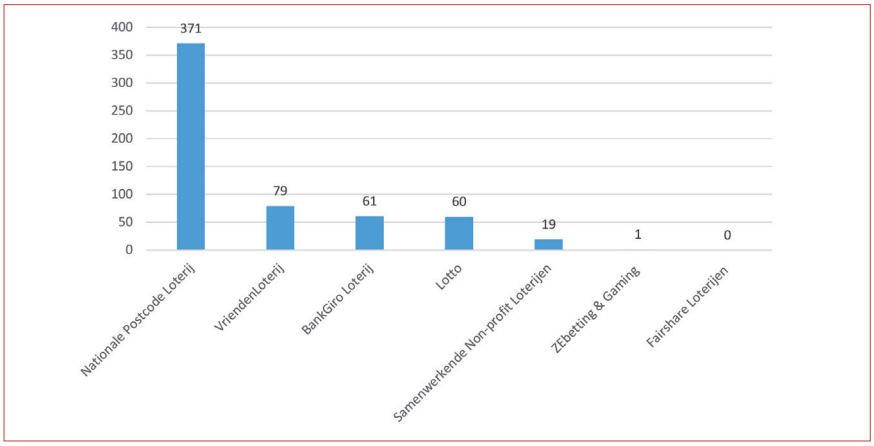
Reeds in de vijftiende eeuw werden in Nederland loterijen georganiseerd, waarvan de opbrengsten meestal bestemd waren voor de stadskas. Zo werd in 1444 in de stad Utrecht de eerste (onofficiële) loterij georganiseerd. Vanaf de zestiende eeuw werden ook liefdadigheidsloterijen georganiseerd. De winsten 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.

'Milieu, natuur en dieren' en 'cultuur' in de lift

Kansspelen gaven in 2018 130 miljoen euro aan doelen op het terrein van internationale hulp en 121 miljoen euro aan milieu, natuur en dieren. Dit bedrag is sterk gestegen sinds 2015, toen het nog 82 miljoen euro was. Er is ook beduidend meer geld vanuit de BankGiro Loterij naar cultuurorganisaties gegaan, een stijging van 59 miljoen euro in 2015 naar 80 miljoen euro in 2018.

Uit eerder onderzoek...

...weten we dat Nederlanders niet goed op de hoogte zijn van het verplichte afdrachtspercentage van goededoelenloterijen aan goede doelen. In Geven in Nederland 2015 is onderzocht of mensen die meespelen met een van de drie grote loterijen (Nationale Postcode Loterij, VriendenLoterij, de BankGiro Loterij) wisten wat het juiste wettelijke afdrachtspercentage is (destijds 50%). Slechts 15% van de deelnemers aan deze loterijen gaf het juiste antwoord. 46% noemde een te laag percentage en 39% een te hoog percentage.



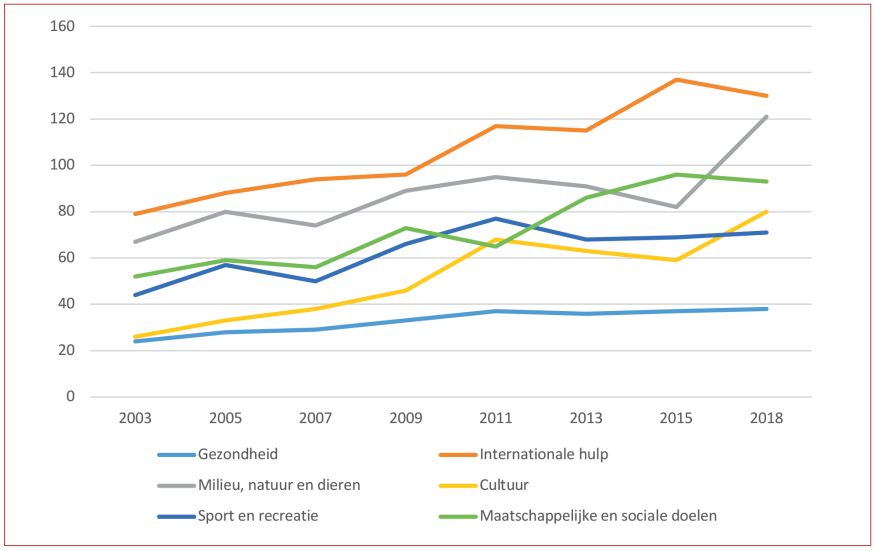
Figuur: Afdrachten aan goede doelen per kansspelvergunninghouder in 2018 (in miljoenen euro's)

De maatschappelijke betekenis van goededoelenloterijen

De Nederlandse goededoelenloterijen nemen in meerdere opzichten een unieke positie in. Een onderscheidend kenmerk is dat de schenkingen aan vaste beneficianten meestal vrij besteedbaar zijn. Wat is het effect van zulke ongeoormerkte langetermijnfinanciering op de ontvangende organisaties? In hoeverre kunnen deze inkomsten een vliegwieleffect hebben of een bijdrage leveren aan de duurzaamheid van de organisatie? Wat is de invloed van deze financiering op overheadskosten en andere financiële kenmerken?

Onder de leerstoel van Pamala Wiepking, 'De maatschappelijke betekenis van goededoelenloterijen', doet de VU onderzoek naar deze vragen. De komende jaren nemen we interviews af bij experts en betrokkenen, en analyseren we de financiële gegevens van organisaties door de jaren heen met behulp van de database van het Centraal Bureau Fondsenwerving.

Op vrijdag 18 september 2020 vindt de oratie van Pamala Wiepking plaats. Dan schetst ze het onderzoeksprogramma, presenteert ze de eerste resultaten en aanvaardt ze haar leerstoel.



Figuur: Afdrachten kansspelvergunninghouders per sector, 2003-2018 (in miljoenen euro's)

Landelijke kansspelvergunninghouders

Er zijn in Nederland in 2018 negen landelijke kansspelvergunninghouders die verplicht zijn een deel van hun opbrengst af te dragen aan goede doelen. Het betreft de volgende vergunninghouders:

1. De Nationale Postcode Loterij, voor mens en natuur in binnen- en buitenland.
2. De BankGiro Loterij, voor cultuur.
3. De VriendenLoterij, voor welzijn en gezondheid (waaronder sport).
4. De Samenwerkende Non-profit Loterijen (SNL), KWF Kankerbestrijding, de Grote Club Actie/Support Actie, Jantje Beton, de Zonnebloem en Scouting hebben een eigen loterij en hebben zich verenigd in de SNL.
5. Lotto (Lotto, Krasloterij en Toto), voor sport en een klein deel voor cultuur, maatschappelijk welzijn en gezondheid.
6. ZEbetting & Gaming, voor de draft- en rensport.

Sinds het openstellen van de loterijmarkt in 2016 zijn er 3 nieuwkomers met een vergunning voor een loterij bijgekomen:

7. Fairshare Loterijen/Lot of Happiness, gericht op het welbevinden van kinderen.
8. Lottovate, nieuwkomer sinds 2017, heeft een vergunning maar is in 2019 gestopt met de lotverkoop van hun loterij Raffld.
9. Impact Loterij, heeft een vergunning maar biedt (nog) geen loterij aan op de Nederlandse kansspelmarkt.

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. Kansspelvergunninghouders zijn verplicht een deel van de opbrengst af te dragen aan goede doelen. Voor de Nationale Postcode Loterij, de BankGiro Loterij, de VriendenLoterij en de drie nieuwkomers (Lottovate, de Impact Loterij en Fairshare Loterijen) is het wettelijke afdrachtspercentage met ingang van 1 januari 2020 veranderd van tenminste 50% naar 40%. Voor de Samenwerkende Non-profit Loterijen (SNL) geldt een verplichte afdracht van 75%. De Lotto en ZEbetting & Gaming, vallen onder andere artikelen van de Wok en zijn zogenoemde wettelijke monopolies. Zij hebben afdrachtspercentages van respectievelijk 18% en 2,5%.

Naast het geven van geld of goederen is ook het geven van tijd een vorm van filantropie die van grote waarde is voor maatschappelijke organisaties. Ook dit jaar geven we een schets van vrijwilligerswerk in Nederland: hoeveel Nederlanders doen vrijwilligerswerk en waar besteden zij hun tijd aan?

Geven van tijd

INHOUD

- Vrijwilligerswerk in Nederland
- Intermezzo: Vergelijking met het CBS
- Hoe zetten vrijwilligers zich in?
- Wie doet vrijwilligerswerk?
- Online vrijwilligerswerk
- Informele hulp en actief burgerschap
- Literatuur
- Bijlage

Arjen de Wit

Rosan van Niekerk

40% doet vrijwilligerswerk

Naar schatting deed bijna 40% van de Nederlanders vrijwilligerswerk. Dat is meer dan in 2016, toen dit percentage op 36% lag.
De meeste vrijwilligers doen vrijwilligerswerk voor één organisatie. Ongeveer 3 op de 10 vrijwilligers zijn actief voor twee of meer organisaties.
Het gemiddeld aantal uren dat vrijwilligers aan hun vrijwilligerswerk besteden is 15 uur per maand. De helft van de vrijwilligers besteedt *meer* dan 10 uur per maand aan vrijwilligerswerk, de andere helft *minder* dan 10 uur.

Wie doet vrijwilligerswerk?

Nederlanders tussen de 35 en 55 jaar doen vaker vrijwilligerswerk dan andere leeftijdsgroepen, maar het aandeel zeer actieven (wekelijks of vaker) is het hoogste onder 55-plussers. Verder vinden we relatief veel vrijwilligers onder Nederlanders die hoogopgeleid zijn, een relatief hoog inkomen hebben, of een eigen huis bezitten. Er is bijna geen verschil in het percentage vrijwilligers tussen Nederlanders met en zonder betaald werk. Maar degenen zonder betaalde baan die vrijwilligerswerk doen (werklozen of gepensioneerden), zijn daar vaak actiever in dan de werkenden.

Sport blijft populair

Vrijwilligerswerk is onverminderd populair in de sector sport: 11% van de Nederlanders doet vrijwilligerswerk voor sportclubs. Daarna volgt vrijwilligerswerk voor religieuze organisaties (6%) en gezondheidsorganisaties (6%). Vrijwilligers in onze steekproef doen vaak bestuurswerk: bijna een derde van de vrijwilligers doet bestuurlijke of coördinerende taken. Daarnaast houden veel vrijwilligers zich bezig met kantoorwerk of administratie, informatie of advies geven, bezoekjes brengen of gezelschap houden, klussen, en training of scholing.

Informele hulp en actief burgerschap

Naast formeel vrijwilligerswerk voor maatschappelijke organisaties kunnen Nederlanders zich ook informeel organiseren. 15% van de Nederlanders bezoekt wel eens een inspraakavond van de gemeente of andere organisatie. Een kleinere groep Nederlanders houdt toezicht in de buurt (7%), helpt wel eens een buurtbewoner (6%), verricht onderhoud aan de openbare ruimte (5%), of organiseert buurtbarbecues of andere sociale activiteiten (5%). Twee op de drie Nederlanders verleent wel eens informele hulp aan anderen (mantelzorg).

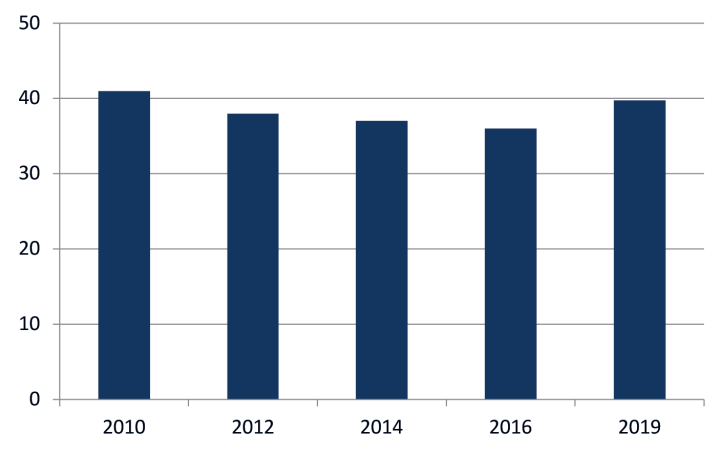
	'02	'04	'06	'08	'10	a'10	a'12	a'14	a'16	a'19
Sport	16	10	12	13	13	12	11	11	10	11
Religie en levensbeschouwing	11	10	8	9	8	7	7	6	7	6
Gezondheid	8	7	6	7	7	6	5	5	5	6
Recreatie, hobby	-	8	7	7	7	6	5	4	4	4
Scholen, volwasseneducatie	8	5	6	6	6	6	5	6	5	5
Buurt en woning	6	5	4	5	4	4	4	4	3	3
Kunst en cultuur	3	2	2	3	5	4	3	3	3	3
Opbouwwerk, club- en buurthuiswerk	6	4	3	3	3	3	3	3	2	2
Reclassering en slachtofferhulp	5	2	3	3	2	3	2	2	3	2
Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1
Vakbond, beroepsorganisatie	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1
Politiek	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1
Vluchtelingenwerk en mensenrechten	3	2	2	1	2	2	2	1	1	1
Organisatie voor minderheden	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0
Ontwikkelingssamenwerking	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Overig	5	4	8	8	7	7	7	5	5	6
Tenminste één van bovengenoemde typen organisaties	46	43	42	45	43	41	38	37	36	40

[a] Generalisatie inclusief respondenten met een migratieachtergrond

Tabel: Vrijwilligerswerk voor maatschappelijke organisaties in de afgelopen twaalf maanden, 2002-2019 (in procenten).

Online vrijwilligerswerk

Een steeds groter deel van ons leven speelt zich digitaal af, wat nieuwe verschijningsvormen van vrijwilligerswerk oplevert. Voor deze editie van Geven in Nederland hebben we hier voor het eerst onderzoek naar gedaan.
Binnen organisaties (formeel vrijwilligerswerk) speelt het grootste deel van het vrijwilligerswerk zich nog steeds ter plekke af. Slechts 3% van de vrijwilligers doet het vrijwilligerswerk uitsluitend online, en 21% combineert online en offline vrijwilligerswerk. De grootste groep is de vrijwilliger die ter plekke hulp biedt.
Ook *informeel* online vrijwilligerswerk, zonder directe bemoeienis van een vrijwilligersorganisatie, lijkt nog een klein fenomeen te zijn. Het meest voorkomend is het schrijven van een recensie of beoordeling, wat gedaan wordt door 13% van de Nederlanders. 5% draagt bij aan een kennisdelingswebsite of een online kaart, en 5% schrijft wel eens iets op een forum, een blog of online nieuwsbrief.
Het aandeel jongeren en mensen van middelbare leeftijd is groter onder de online informele vrijwilligers dan onder de respondenten die *geen* informeel online vrijwilligerswerk doen. Dit is een verschil met traditioneel vrijwilligerswerk, dat minder vaak gedaan wordt door jongeren.



Generalisatie inclusief respondenten met een migratieachtergrond.

Figuur: Percentage vrijwilligers, 2010-2019.

Veranderingen in vrijwilligerswerk

Vaak valt te horen dat de maatschappelijke participatie afneemt. Onze cijfers geven daar geen duidelijk bewijs voor. Vanaf 2002 fluctueert het percentage vrijwilligers tussen de 37% en 47%, maar er is geen eenduidige ontwikkeling te onderscheiden. Vanaf 2008 leek zich een dalende trend af te tekenen, maar in 2019 zien we dat het percentage weer hoger ligt dan in onze vorige meting in 2016.
Ook voor het idee dat vrijwilligers steeds minder vaste betrokkenheid tonen en zich in toenemende mate op incidentele basis inzetten, is in Geven in Nederland weinig bewijs. De afgelopen tien jaar is het percentage van de vrijwilligers dat wekelijks of vaker vrijwilligerswerk doet constant gebleven: ongeveer de helft van de vrijwilligers is wekelijks actief.
Als het gaat om het aantal uren vrijwilligerswerk ligt de mediaan van de verdeling al jaren op of rond de 10 uur per maand. Dit betekent dat 50% van de vrijwilligers meer dan 10 uur vrijwilligerswerk per maand doet, en 50% minder dan 10 uur.
Onder deze trends zit wel degelijk verschuiving. Bij de respondenten van ons longitudinale onderzoek zien we dat er veel doorloop is. Het percentage respondenten dat sinds de vorige meting van Geven in Nederland is gestart of gestopt met vrijwilligerswerk, is groter dan het percentage dat vrijwilligerswerk is blijven doen.
Ook is er een verandering in het takenpakket. In vergelijking met de vorige editie van Geven in Nederland is er een opvallende toename in het aantal vrijwilligers met bestuurlijke of coördinerende taken. Dit zou te maken kunnen hebben met een verandering in de aard van het vrijwilligerswerk bij maatschappelijke organisaties, en/of met veranderende wensen vanuit de vrijwilliger.

Geven in Nederland

Filantropie

Filantropie is het vrijwillig ter beschikking stellen van geld, goederen en tijd aan het algemeen nut. Nederland kent een breed scala van maatschappelijke vrijgevigheid, van collecte en acceptgiro, tot grote giften en nalatenschappen, eigen stichtingen en sociale investeringen met als doel de wereld beter te maken. Sinds 1993 doet de Vrije Universiteit Amsterdam wetenschappelijk onderzoek naar filantropie.
In 1995 startte het onderzoek *Geven in Nederland*, dat sindsdien elke twee jaar verschijnt.

Macro-economisch overzicht

In deze twaalfde editie van *Geven in Nederland* brengen we de bijdragen van huishoudens, individuen, fondsen, bedrijven en goededoelenloterijen aan goede doelen in kaart. Nederlanders beperken zich overigens niet tot het geven van geld: zij verrichten ook vrijwilligerswerk op vele maatschappelijke terreinen. *Geven in Nederland* draagt bij aan de zichtbaarheid van maatschappelijk initiatief in Nederland. Dat is belangrijk ter legitimatie van een zelfstandige en snel groeiende sector filantropie.

Alle bronnen

Geven in Nederland geeft antwoord op de volgende vragen: vanuit welke bronnen zijn vrijwillige bijdragen aan maatschappelijke doelen afkomstig? Wat is de waarde van de bijdragen van Nederlandse burgers, bedrijven, fondsen en kansspelen? Welke doelen ontvangen hoeveel steun en op welke manieren? Hoe zijn de hoogte en de wijze van de bijdragen in de afgelopen jaren veranderd? Wie geeft er aan welke doelen?

Onderliggende trends

In de *Special Generatieverschillen in geefgedrag en vrijwilligerswerk* treft u diepgaande analyses aan van de veranderingen die zich in de filantropie hebben voorgedaan tussen generaties. Hoe hebben generatieverschillen in geefgedrag zich de afgelopen twintig jaar ontwikkeld? Hoe zal het geefgedrag zich in Nederland de komende jaren gaan ontwikkelen als oudere generaties langzaam verdwijnen en vervangen worden door jongere generaties? Dit is een greep van de vragen die we in deze special zullen beantwoorden.

Geven in Nederland 2020 is onmisbaar voor:

- iedereen die werkzaam is in de filantropiesector
- iedereen die wetenschappelijk, beroepsmatig of persoonlijk interesse heeft voor filantropie
- bestuurders, staf en directies van instellingen voor cultuur, onderwijs, zorg en welzijn die zich op fondsenwerving richten
- beleidsmakers en -adviseurs bij de (lokale) overheid
- bedrijven die zich richten op maatschappelijk verantwoord ondernemen, giften en sponsoring

LENTHE STICHTING

Een gedrukte uitgave is te bestellen via www.dedikkeblauwe.nl/gin

VU VRIJE UNIVERSITEIT AMSTERDAM