

Geven in Nederland

2019 2020 2021

Onder redactie van René Bekkers, Barbara Gouwenberg en Theo Schuyt

The letters 'GN' are rendered in a large, dark blue, serif font. A thick, red, curved swoosh or ribbon-like graphic element starts from the left, passes behind the 'G', and then curves over the 'N'.

Geven in Nederland

2019 2020 2021

**Huishoudens, nalatenschappen, fondsen,
bedrijven, goededoelenloterijen en vrijwilligers**

René Bekkers, Barbara Gouwenberg en Theo Schuyt

© 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, distribue-
ren, vertonen, en op te voeren, en om afgeleid materi-
aal 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 onvolle-
dig 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 <i>René Bekkers</i>
8	Samenvatting
16	Filantropie: een overzicht van begrippen en de sector <i>Theo Schuyt, Barbara Gouwenberg en René Bekkers</i>
20	Samenvatting Generatieverschillen in geefgedrag en vrijwilligerswerk
22	Special Generatieverschillen in geefgedrag en vrijwilligerswerk <i>René Bekkers en Claire van Teunenbroek</i>
	Deel A Bronnen van de bijdragen
50	Samenvatting Geven door huishoudens
52	Hoofdstuk 1 Geven door huishoudens <i>Claire van Teunenbroek en René Bekkers</i>
88	Samenvatting Nalatenschappen
90	Hoofdstuk 2 Nalatenschappen <i>Rosan van Niekerk, Florian van Heijningen, Barbara Gouwenberg en Theo Schuyt</i>
104	Samenvatting Geven door fondsen
106	Hoofdstuk 3 Geven door fondsen <i>Barbara Gouwenberg, Florian van Heijningen en Rosan van Niekerk</i>
122	Samenvatting Geven door bedrijven
124	Hoofdstuk 4 Geven door bedrijven <i>Dick de Gilder en Claire van Teunenbroek</i>

142	Samenvatting Geven door kansspelen
144	Hoofdstuk 5 Geven door kansspelen <i>Barbara Gouwenberg en Theo Schuyt</i>
150	Samenvatting Geven van tijd: vrijwilligerswerk
152	Hoofdstuk 6 Geven van tijd: vrijwilligerswerk <i>Arjen de Wit en Rosan van Niekerk</i>
	Deel B Doelen waaraan gegeven wordt <i>Theo Schuyt, Rosan van Niekerk, Barbara Gouwenberg, René Bekkers, Dick de Gilder, Claire van Teunenbroek, Florian van Heijningen</i>
166	Inleiding
174	Hoofdstuk 7 Kerk en levensbeschouwing
180	Hoofdstuk 8 Gezondheid
186	Hoofdstuk 9 Internationale hulp
192	Hoofdstuk 10 Milieu, natuur en dieren
198	Hoofdstuk 11 Onderwijs en onderzoek
204	Hoofdstuk 12 Cultuur
210	Hoofdstuk 13 Sport en recreatie
216	Hoofdstuk 14 Maatschappelijke en sociale doelen in Nederland
	Deel C Methodologie
222	Hoofdstuk 15 Methodologische verantwoording <i>René Bekkers, Rosan van Niekerk, Barbara Gouwenberg, Dick de Gilder, Claire van Teunenbroek, Florian van Heijningen</i>

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 vrijgevege 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 goede-doelenorganisaties 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 goede-doelenorganisaties. 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

We gaven in totaal

5,7
miljard
euro

dat is

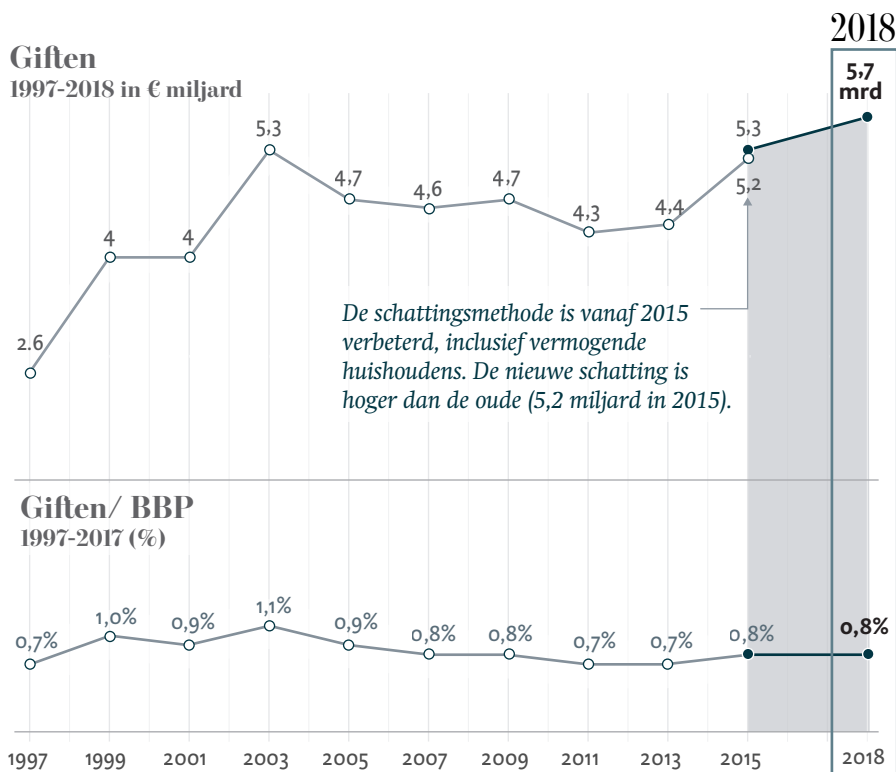
0,8%
van het BBP

daarnaast deed

40%
van de Nederlanders
aan **vrijwilligerswerk**

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

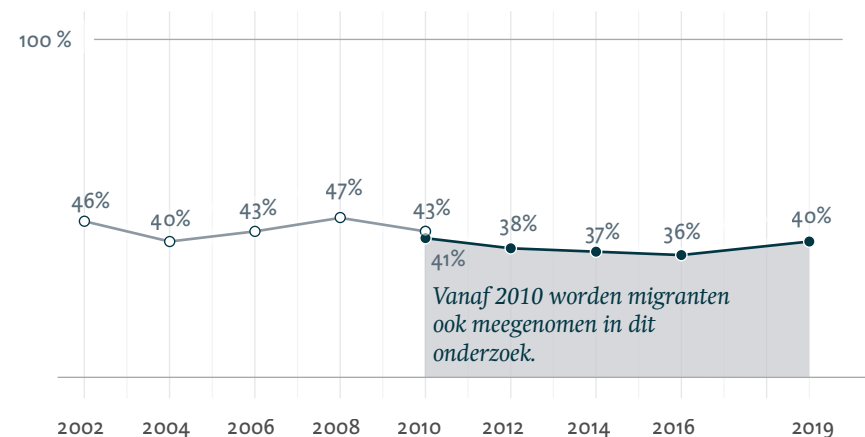
We gaven **0,8% van het bruto binnenlands product**, ongeveer net zoveel als in 2015.

* 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

Vrijwilligerswerk (%), 2002-2019



Hoger percentage vrijwilligers

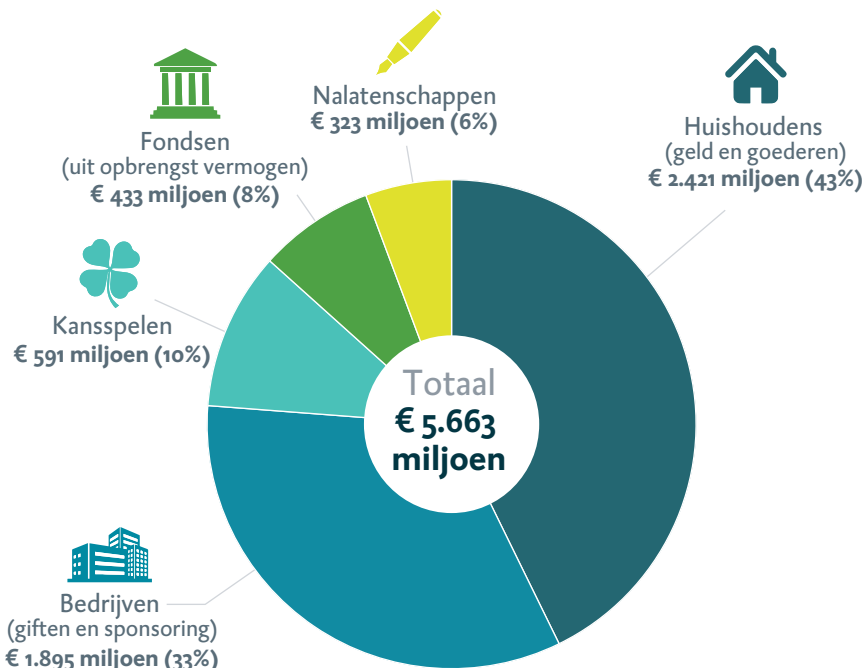
In 2019 deed 40% van de Nederlanders vrijwilligerswerk. Dit percentage ligt na een daling sinds 2010 weer wat hoger dan in 2016

* 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 fondsenwervende instellingen en vermogensfondsen ontvangen van bedrijven, particulieren, andere fondsen en uit nalatenschappen tellen we niet mee omdat deze bijdragen al in de andere hoofdstukken zijn meegeteld. De cijfers over bijdragen van kansspelen zijn volledig omdat deze markt alleen toegankelijk is voor vergunninghouders en zij de uitkeringen aan goede doelen in hun jaarverslagen vermelden. ◀

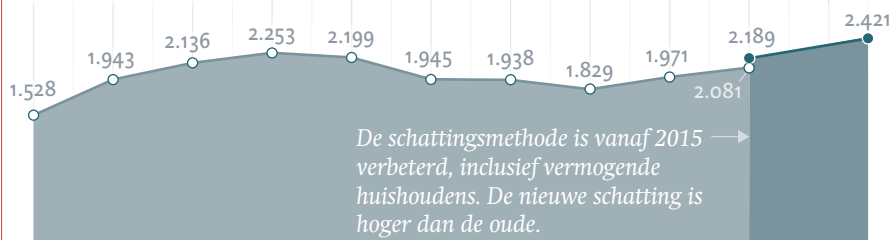
Trends per bron

Stijging van giften uit alle bronnen behalve bedrijven

Bijdragen per bron in € miljoenen, 1997-2018



Huishoudens

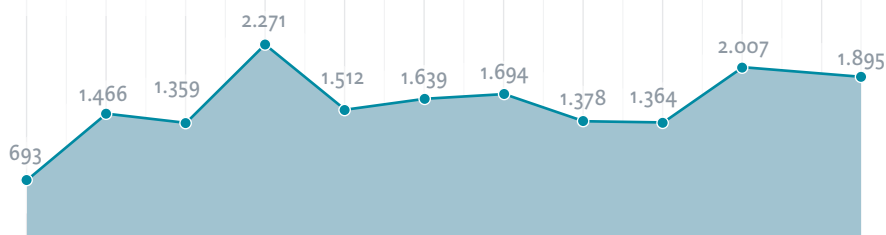


Huishoudens gaven het meest

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

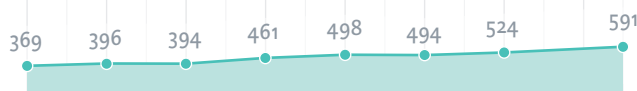


Bedrijven gaven minder dan in 2015

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



Kansspelen



Kansspelen geven steeds meer

De stijgende lijn zet ook in 2018 door.



Fondsen

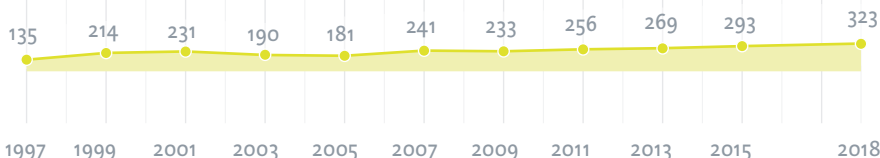


Fondsen steeds beter in beeld

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



Nalatenschappen



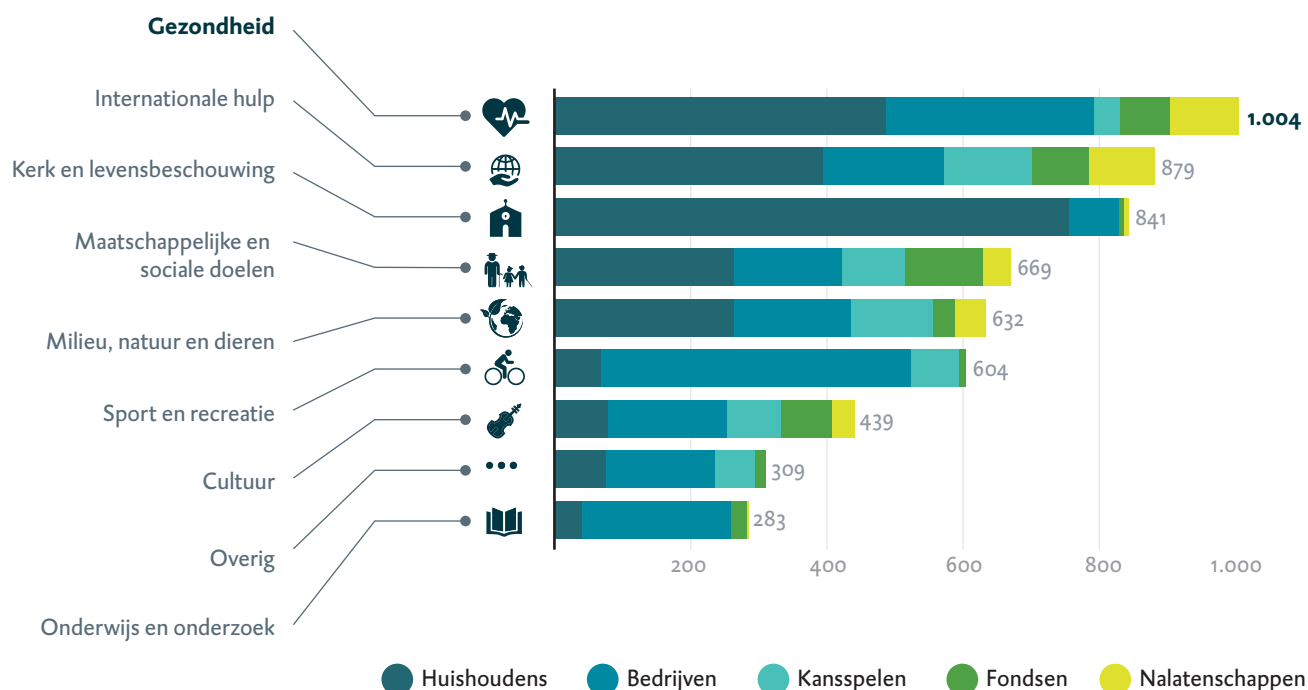
De gouden eeuw van de filantropie

De bijdragen uit nalatenschappen nemen sinds 2005 gestaag toe.

Aan welke doelen geven we in Nederland?

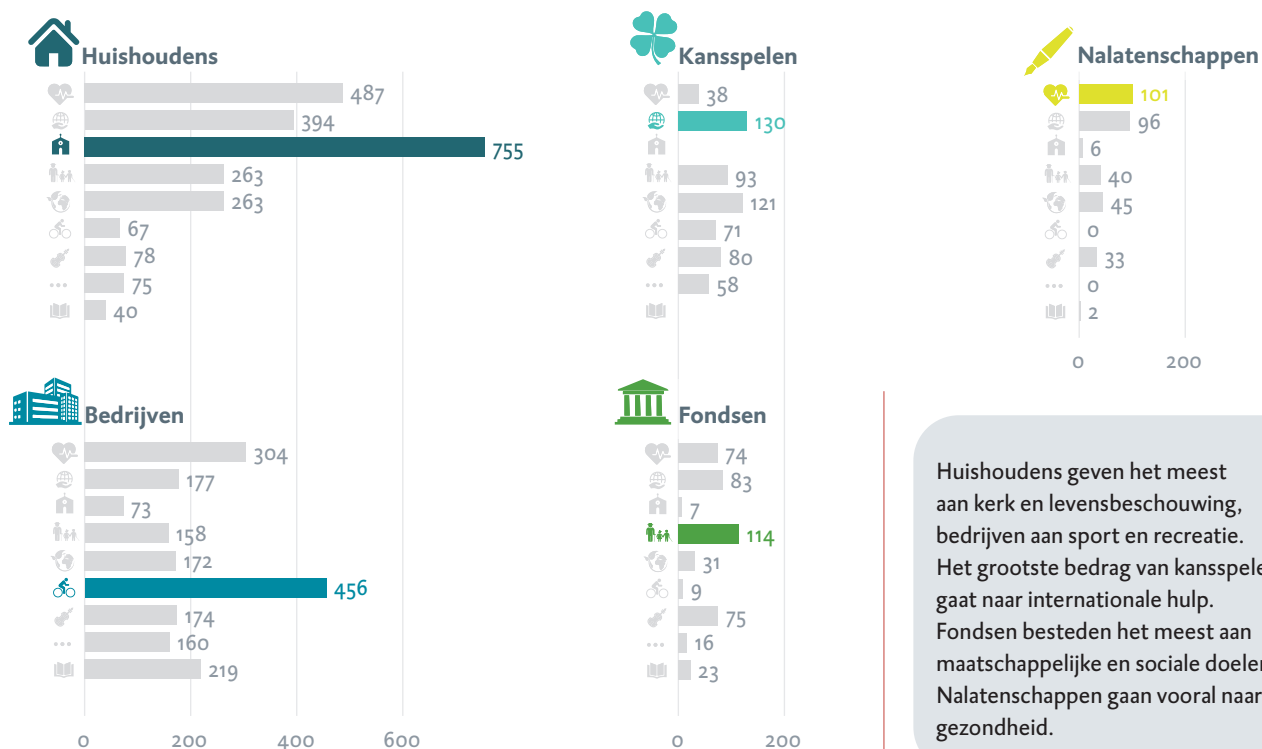
We geven het meest aan gezondheid

Begunstigde doelen 2018 in € miljoenen



Iedere bron heeft een favoriet doel

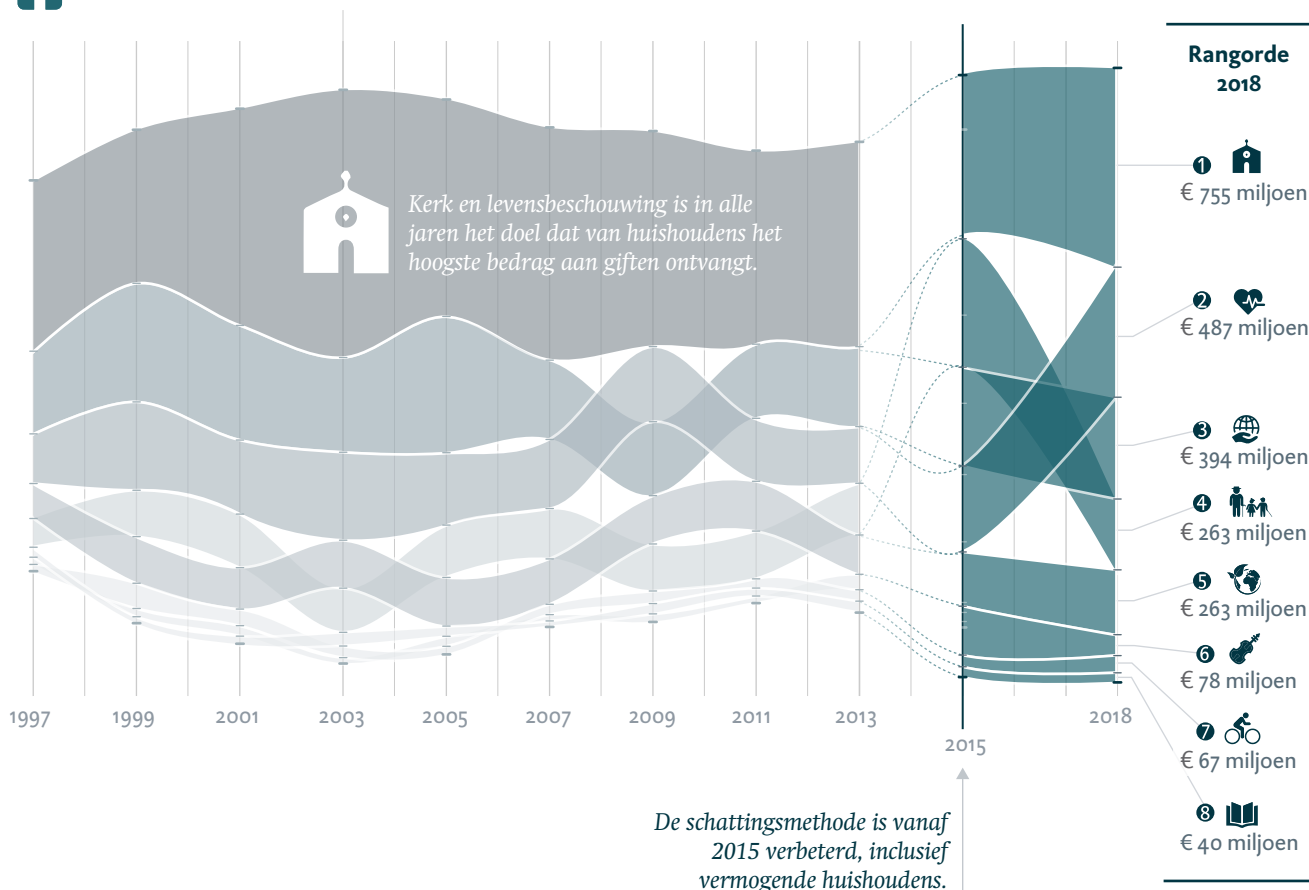
Begunstigde doelen per bron 2018 in € miljoenen



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

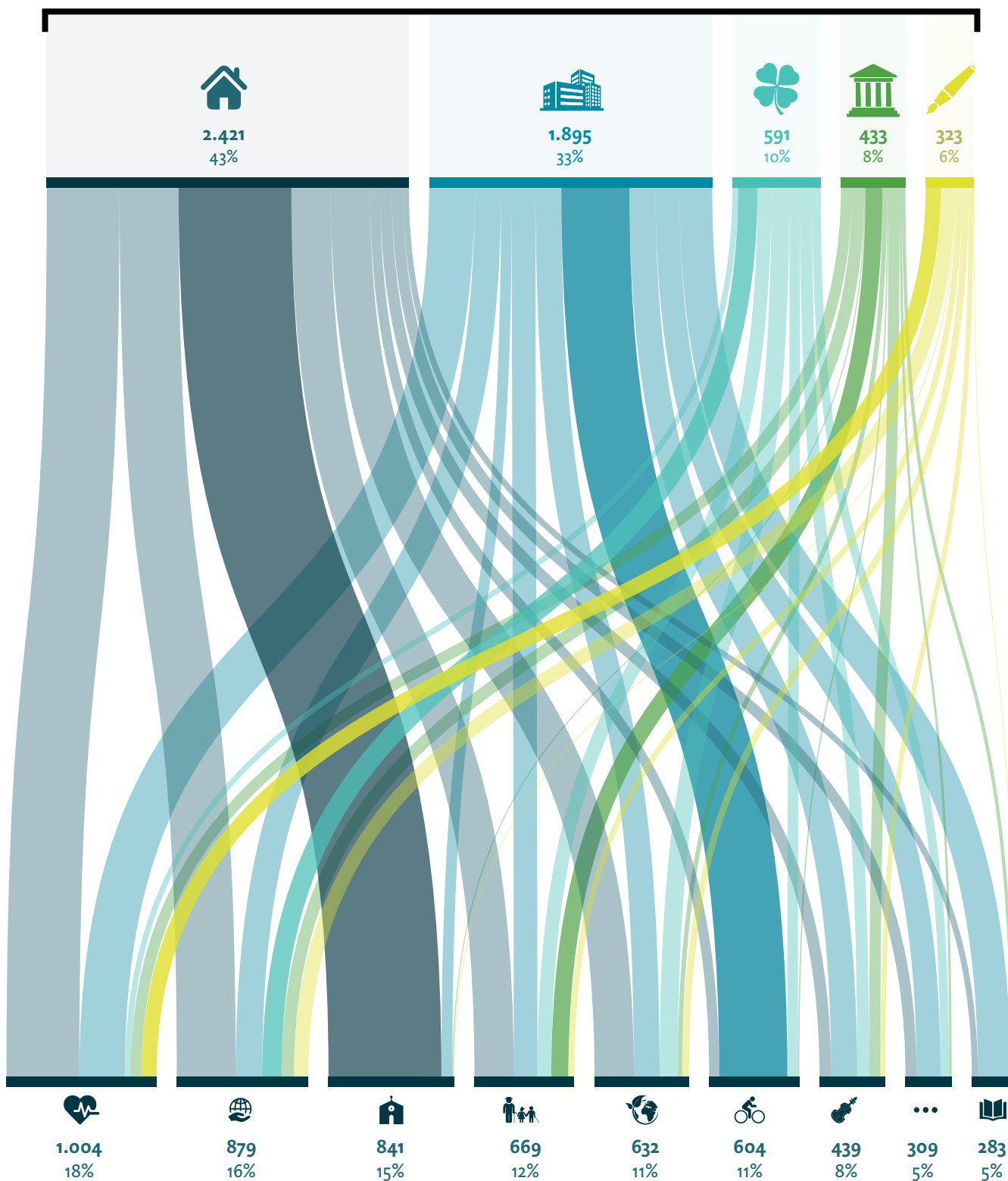
(19%). In 2005 waren de giften aan internationale hulp incidenteel flink hoger door de actie voor slachtoffers van de Tsunami. Gezondheid ontvangt ongeveer 15% van alle giften van huishoudens. Sinds 2013 is dit gestegen naar 20% in 2018. Milieu, natuur en dieren ontvangen in de loop van de tijd een steeds 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

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

Individen, 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

Theo Schuyt

Barbara Gouwenberg

René Bekkers

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.

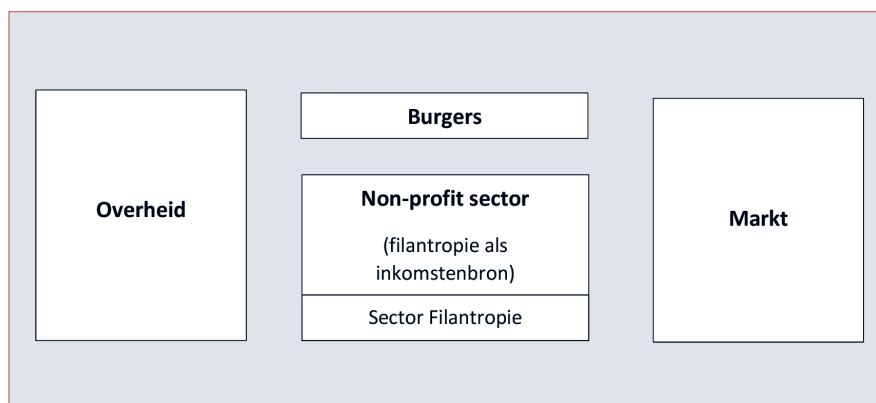
- Goede Doelen Nederland (GDN) vertegenwoordigt 186 goededoelenorganisaties die actief fondsen werven in Nederland (ook wel geldwervende fondsen of fondsenwervende organisaties genoemd). Zie www.goededoelen-nederland.nl.
- Nederland Filantropieland (NLFL) is een kennisinstituut van 267 bestuurders en 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 deel-terreinen

Naast de grote brancheorganisaties zijn er in Nederland op specifieke deel-terreinen 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.lokale-fondsen.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 fondsenwer-

vende 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 secularisering verklaren 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

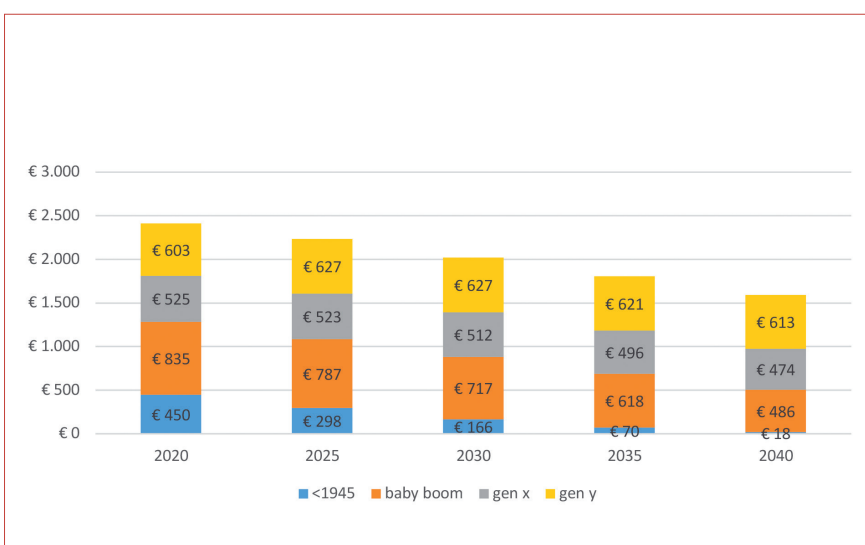
Hoe nu verder?

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.

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.



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



Generatieverschillen in geefgedrag en vrijwilligerswerk

1. Inleiding

Hoe verschilt het geefgedrag en vrijwilligerswerk in Nederland 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? Hoe kunnen goededoelenorganisaties aansluiting vinden bij jongere generaties? Dit zijn de vragen die we in deze special zullen beantwoorden.

Achtergrond

Voor organisaties die afhankelijk zijn van vrijwillige steun van de bevolking is het bijzonder belangrijk de dynamiek in het geefgedrag en vrijwilligerswerk op de voet te volgen. Trends in maatschappelijke betrokkenheid worden voor een groot deel veroorzaakt door veranderingen in de samenstelling van de bevolking. Jonge generaties vervangen langzaam oude generaties. Daarom is kennis over verschillen tussen generaties van groot belang voor de toekomst. We beschrijven in deze special hoe vier generaties Nederlanders van elkaar verschillen in het geven van geld aan

goededoelenorganisaties en het doen van vrijwilligerswerk. Vervolgens beschrijven we hoe deze verschillen zich de afgelopen twintig jaar hebben ontwikkeld en geven we een verklaring van deze ontwikkelingen. Daarna schetsen we te verwachten ontwikkelingen in de toekomst, met bijzondere aandacht voor nieuwe vormen van geefgedrag, zoals crowdfunding. We sluiten deze special af met een serie suggesties en aandachtspunten voor maatschappelijke organisaties.

Vijf generaties

Het denken in generaties heeft zich de afgelopen tijd langzaam verankerd in de samenleving. Elke dag horen we in de media berichten over babyboomers, de 'generatie nix', 'GenZ' en over millennials. Een populaire indeling van generaties is van Howe & Strauss (1992), die bijna 30 jaar oud is maar in de marketing nog steeds veel gebruikt wordt. Voor een goed begrip van de cijfers die we in deze special presenteren benadrukken we drie conclusies die we uit de discussies over generaties kunnen trekken. Ten eerste: generaties zijn geen zelfstandig handelende eenheden. Het denken in generaties is gemakkelijk omdat het ideaaltypen zijn, maar generaties zelf doen niets. Vrijwel niemand loopt herkenbaar als lid van een bepaalde generatie op straat. Generaties zijn achteraf bij elkaar gegroepeerde mensen van wie we het gedrag bestuderen. Maar de verschillen binnen generaties zijn veel groter dan de verschillen tussen generaties.

Ten tweede: generaties hebben geen scherpe grenzen. Vaak denken we over de 'vooroorlogse generatie' als de groep mensen die vóór 1945 is geboren, of over 'millennials' als de groep die na het jaar 2000 is geboren. Deze jaren zijn kunstmatige grenzen, achteraf getrokken, die in werkelijkheid niet zichtbaar zijn. Ten derde: generaties zijn geen leeftijds-groepen. De eigenschappen van generaties zijn alleen vast te stellen wanneer we het gedrag van een groep mensen die tussen bepaalde jaren geboren zijn volgen in de loop van hun leven. In het ideale geval zouden we beschrijven hoe maatschappelijk betrokken de baby-boomgeneratie was in haar jeugd en die betrokkenheid vergelijken met de jongeren van nu. Helaas is dit niet mogelijk omdat de cijfers die we over het geefgedrag in Nederland hebben pas goed vergelijkbaar zijn vanaf midden jaren '90. De beste beschrijving van generatieverschillen die we met de beschikbare gegevens kunnen geven ontstaat wanneer we dezelfde generatie in de loop van de tijd volgen. De trends geven niet alleen een beeld van de veranderingen die zich voordoen als de leden van verschillende generaties ouder worden. Zij laten ook zien hoe hardnekkig generatieverschillen zijn.

René Bekkers

Claire van Teunenbroek

Naam	Geboortejaren	Gemiddelde leeftijd en aandeel in GIN 2002	Gemiddelde leeftijd en aandeel in GIN 2019
De stille generatie	Vóór 1945	68 jaar (28%)	80 jaar (10%)
Babyboomgeneratie	Tussen 1945 en 1964	47 jaar (36%)	64 jaar (38%)
Generatie X	Tussen 1965 en 1976	32 jaar (25%)	49 jaar (22%)
Generatie Y	Tussen 1977 en 1999	22 jaar (12%)	32 jaar (27%)

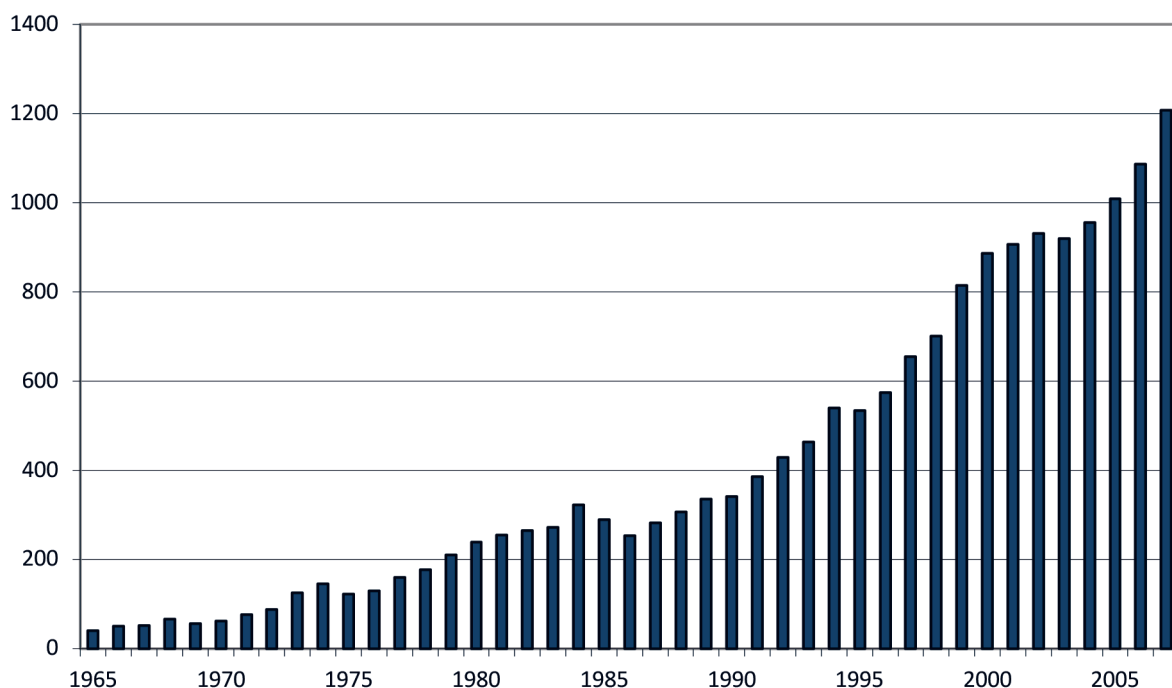
Tien jaar geleden maakten we al eens een toekomstverkenning van vrijwillige inzet in Nederland (Bekkers & Ruijter, 2009). Intussen weten we dat die verwachtingen te positief zijn geweest, omdat zij gebaseerd waren op de veronderstelling dat trends in het geefgedrag uit de eerste 10 jaar aan gegevens uit het onderzoek “Geven in Nederland” zouden doorzetten. In de special in 2017 zagen we dat in de 10 jaar daarna, in de periode 2005-2015, het geefgedrag vrijwel is gestagneerd (Bekkers, De Wit & Wiepking, 2017). Ook bleek dat de vrijgevigheid – gedefinieerd als het deel van het inkomen dat huishoudens geven aan goededoelenorganisaties – is afgenomen. In de huidige special beschrijven we de trends in het geefgedrag gedetailleerder en apart voor vier generaties. We hebben voor deze special grafieken van geefgedrag en vrijwilligerswerk in Nederland gemaakt over de periode 2001-2019, waarin we paneldata beschikbaar hebben voor de brede bevolkingssteekproef. Daarin volgen we een groot aantal huishoudens in de loop van de tijd. Van Nederlanders met een migratieachtergrond en vermogende Nederlanders hebben we onvoldoende gegevens om verschillen tussen generaties in kaart te brengen.

Waarom generaties van elkaar verschillen

De belangrijkste reden waarom mensen uit verschillende generaties van elkaar verschillen is dat zij in andere omstandigheden zijn opgegroeid (Inglehart,

1997). Mensen doen in de loop van hun leven verschillende gewoonten op, die niet snel veranderen. Oudere generaties hebben zich sterker de gewoontes eigen gemaakt om vrijwilligerswerk te doen en geld te geven aan goede doelen. Dit zijn voor oudere generaties meer vanzelfsprekende bezigheden dan voor jongere generaties.

De stille generatie is volwassen geworden in een Nederland dat gedomineerd werd door traditionele kerkelijke normen en waarden. Na de Tweede Wereldoorlog is de invloed van de kerken sterk afgenomen. Het lidmaatschap van kerken nam af, net als de regelmatige kerkgang. In dezelfde tijd nam het aantal studenten op hogescholen en universiteiten toe. Vanaf de tweede helft van de jaren '60 kwamen nieuwe idealen van democratie en mensenrechten op, die goed vielen in de babyboomgeneratie. Ook de grote vredesdemonstraties tegen de oorlog in Vietnam in 1973 en tegen kernwapens in de jaren '80 waren uitingen van postmaterialistische waarden die in veel westerse landen mede door de economische vooruitgang na de Tweede Wereldoorlog opkwamen.



Figuur 1: Inkomsten uit fondsenwerving van nationale goededoelenorganisaties in € miljoen, 1965-2007

Daarna hebben we nieuwe maatschappelijke organisaties zien opkomen die uitgroeiden van kleine actiegroepen tot grote ledenorganisaties. Organisaties als Amnesty International en Greenpeace, en later ook de natuur- en milieuorganisaties als WNF en Natuurmonumenten, trokken veel leden aan. Terwijl de leiding van deze organisaties steeds professioneler werd en zich steeds meer ging richten op het beïnvloeden van overheidsbeleid, kregen vrijwilligers meestal uitvoerende taken. De grote goededoelenorganisaties hebben vanaf eind jaren '80 ook hun marketing en fondsenwerving sterk geprofessionaliseerd. Met name in de jaren '90 namen de inkomsten uit giften en sponsoring daardoor sterk toe, zo laten cijfers van het CBF zien (figuur 1, uit Bekkers, 2009).

Veranderingen in vraag en aanbod in de filantropie

Generatieverschillen in filantropisch gedrag liggen niet vast, maar kunnen in de loop van de tijd ook groter of kleiner worden. De betrokkenheid bij goede doelen kan veranderen door ontwikke-

lingen aan twee kanten: in het aanbod van geld en tijd onder de bevolking, en in de vraag om betrokkenheid van organisaties. In *Geven in Nederland* hebben we zicht op veranderingen aan beide kanten. Aan de aanbodkant meten we niet alleen de ontwikkeling in de geefcapaciteit met vragen over het inkomen en vermogen van huishoudens, maar ook ontwikkelingen in de motivatie om te geven. Uit de antwoorden van respondenten op vragen over hun prosociale waarden en het vertrouwen in goededoelenorganisaties kunnen we opmaken hoe groot de bereidheid is om te geven. We hebben ook zicht op veranderingen in de manier waarop organisaties giften en vrijwilligers werven via de antwoorden op vragen over de verzoeken om bijdragen.

We beginnen deze special met een gedetailleerd overzicht van de verschillen tussen generaties in de betrokkenheid bij goede doelen. Vervolgens onderzoeken we hoe veranderingen in generatieverschillen samenhangen met veranderingen in de geefcapaciteit, de motivatie en verzoeken om bijdragen door organisaties.

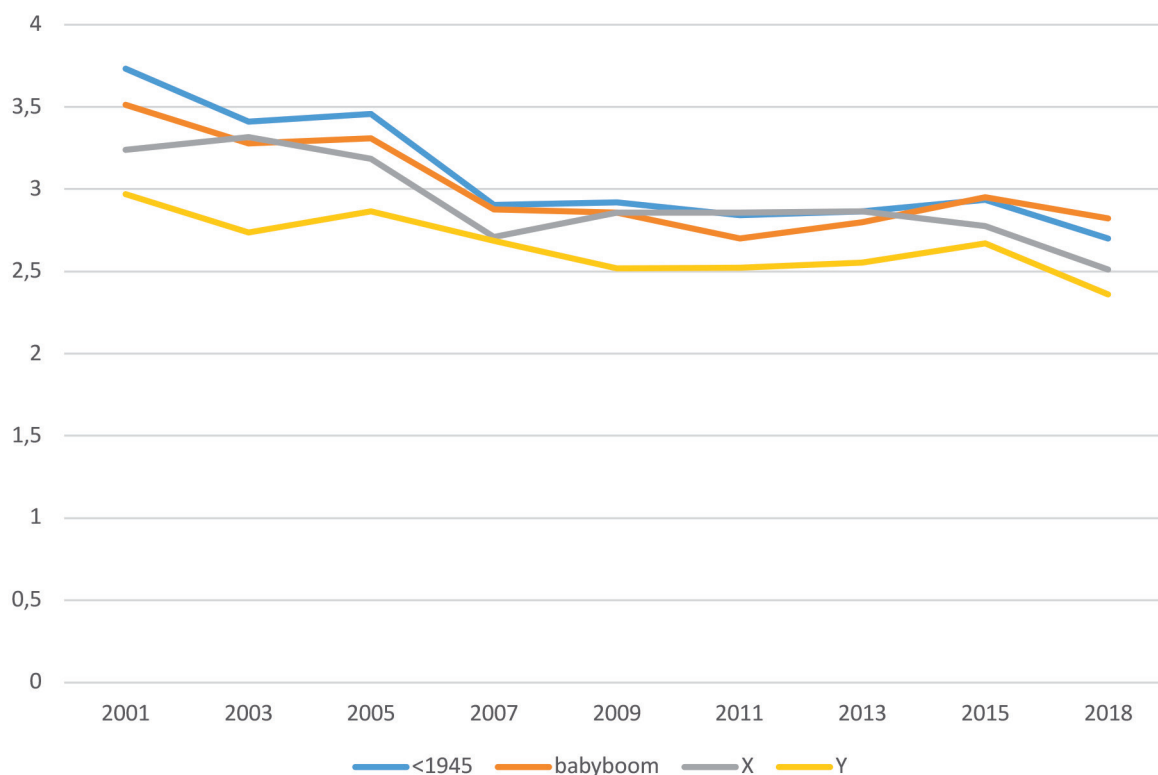
2. Generatieverschillen in geefgedrag

Oudste generatie steunt de meeste goede doelen

In *Geven in Nederland* onderscheiden we negen verschillende doelen waaraan de bevolking kan geven: (1) kerk en levensbeschouwing, (2) gezondheid, (3) internationale hulp, (4) milieu, natuur en dieren, (5) maatschappelijke en sociale doelen, (6) onderwijs en onderzoek, (7) cultuur, (8) sport en recreatie, (9) overige doelen. We vragen onze respondenten alle giften aan goede doelen bij elkaar op te tellen. Figuur 2 laat zien op hoeveel van de bovengenoemde terreinen verschillende generaties geld hebben gegeven in de loop van het voorafgaande kalenderjaar.

We zien in figuur 2 dat de stille generatie goede doelen steunt op het grootste aantal verschillende terreinen (3,7 in 2001), gevolgd door de babyboomers, de generatie X en de generatie Y (3 in 2001).

Sinds 2001 daalt het aantal doelen dat Nederlanders steunen. Het aantal doelen dat Nederlanders steunen daalt met 20 tot 30%. We zien de afname in alle generaties, maar het sterkste onder de oudste twee generaties.

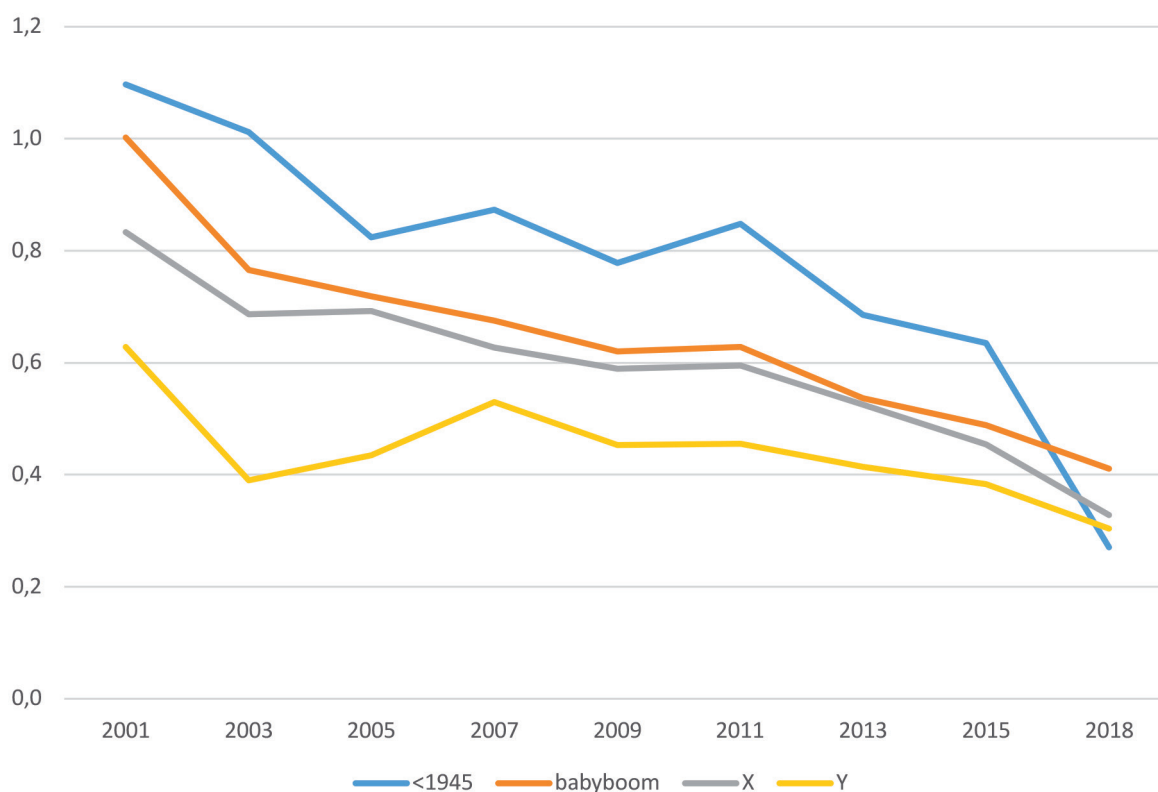


Figuur 2: Aantal verschillende doelen die huishoudens steunen per kalenderjaar naar generatie, 2001-2018

Oudere generaties geven vaker, maar de geëffrequentie neemt af

Ook in de frequentie waarmee Nederlanders geld geven aan goededoelenorganisaties zien we het patroon dat oudere generaties meer geven. Figuur 3 laat zien op hoe veel verschillende manieren in de twee weken voorafgaand aan de enquête generaties geld aan goededoelenorganisaties hebben gegeven.

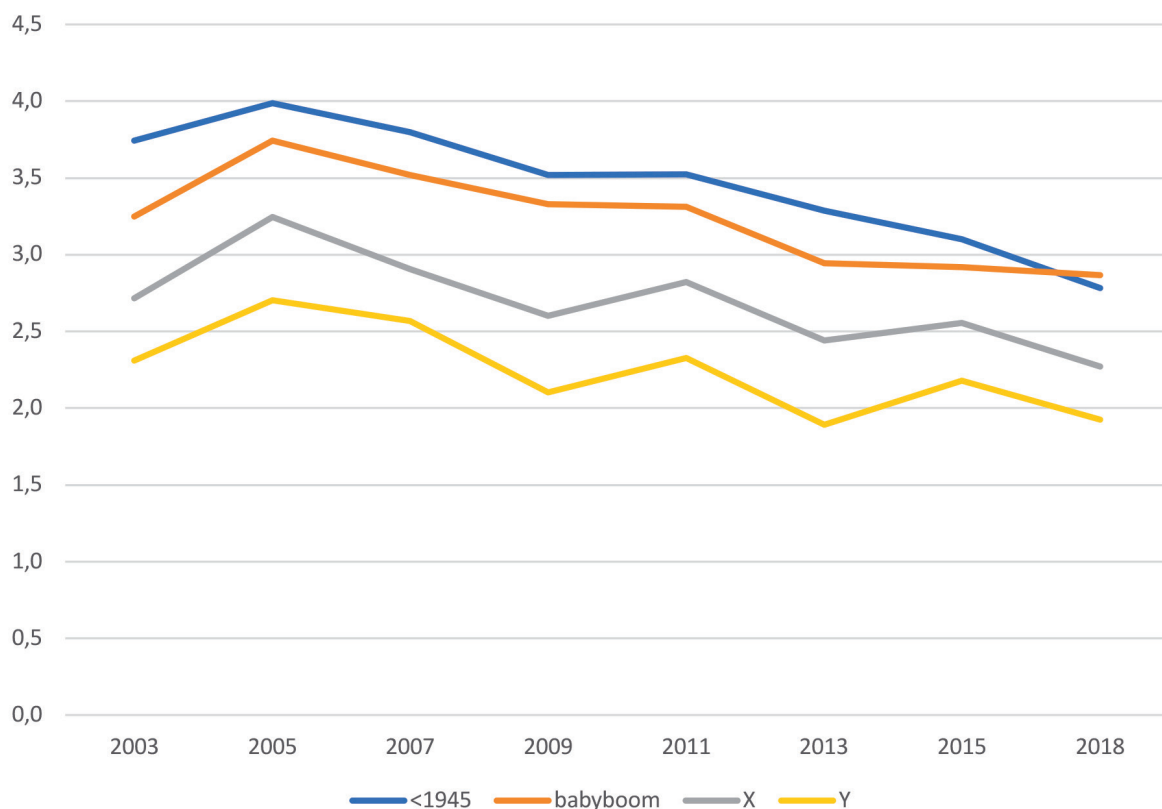
De stille generatie geeft op de meeste manieren (1,1 in 2001), gevolgd door babyboomers, de generatie X en de generatie Y (0,6 in 2001). Het aantal manieren waarop Nederlanders geven is in de afgelopen jaren sterk afgenomen. De daling is het sterkst in de oudste generatie: onder hen neemt het aantal manieren met bijna drie kwart af, tot 0,3 in 2018. Ook in de jongere generaties neemt de frequentie van giften af, in generatie Y tot 0,3 in 2018. In 2018 zijn de generatieverschillen in het aantal manieren waarop Nederlanders geven een stuk kleiner dan in 2001.



Figuur 3: Aantal manieren waarop verschillende generaties geven per twee weken naar generatie, 2001-2018

Sinds 2004 vragen we in *Geven in Nederland* naar giften aan 14 specifieke goededoelenorganisaties: Alzheimer Nederland, Amnesty International, Artsen Zonder Grenzen, het Diabetesfonds, Dierenbescherming Nederland, Greenpeace, KWF Kankerbestrijding, Kerkinactie, Leger des Heils, Natuurmonumenten, het Nederlandse Rode Kruis, Unicef, het Wereld Natuur Fonds, en de Zonnebloem. Deze organisaties vormen geen representatief beeld van alle goededoelenorganisaties in Nederland, maar bieden wel variatie in doelen: gezondheid, mensenrechten, dieren, milieu, natuur, en maatschappelijke en sociale doelen. Op basis van deze vragen kunnen we een specifiek beeld krijgen van de ontwikkeling van het geefgedrag aan goededoelenorganisaties. We zien in Figuur 4 hetzelfde patroon als in de voorgaande figuren: de oudste generatie steunt het grootste aantal organisaties (3,7 in 2003), gevolgd door de babyboomgeneratie (3,2), de generatie X (2,7)

en de generatie Y tenslotte steunt het kleinste aantal organisaties (2,3). Het aantal organisaties dat Nederlanders steunen is in alle generaties afgenomen. Omdat de afname sterker is onder de oudste generatie zijn de verschillen tussen generaties in de loop van de tijd afgenomen.

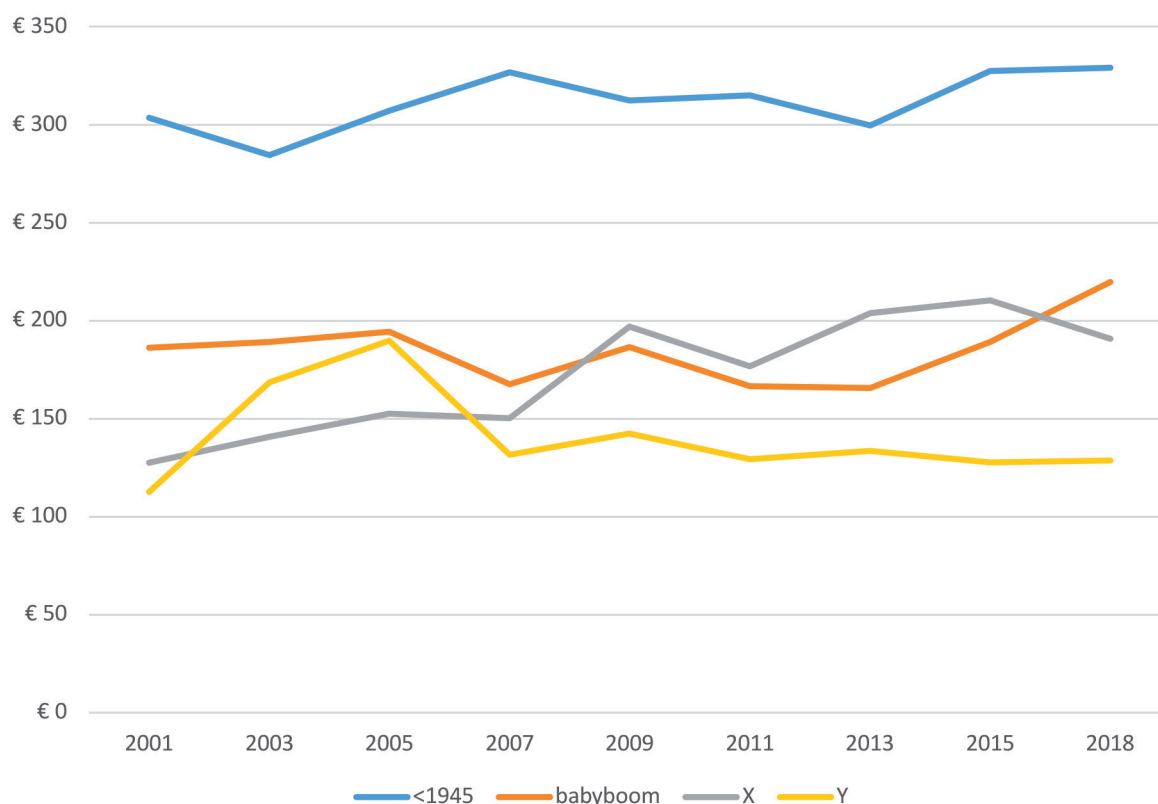


Figuur 4: Aantal goededoelenorganisaties (0-14) waar huishoudens geld aan geven naar generatie, 2003-2018

Oudste generatie ook in euro's het meest filantropisch

Als we alle giften in de vorm van geld aan alle doelen per kalenderjaar bij elkaar optellen in figuur 5, dan zien we dat de oudste generatie ook in euro's veel meer geeft dan de jongere generaties. De stille generatie gaf in 2001 per huishouden gemiddeld €300, 80% meer dan de babyboomgeneratie (€185) en bijna drie keer zoveel als generatie Y (€110). In de loop van de tijd zijn de verschillen tussen generaties in de hoogte van het geefgedrag alleen maar groter geworden. De oudste generatie is meer gaan geven in de afgelopen 17 jaar, maar de toename (8%) is veel kleiner dan de inflatie in dezelfde periode (35%). De hoogte van de giften uit generatie X is in deze periode bijna verdubbeld en deze

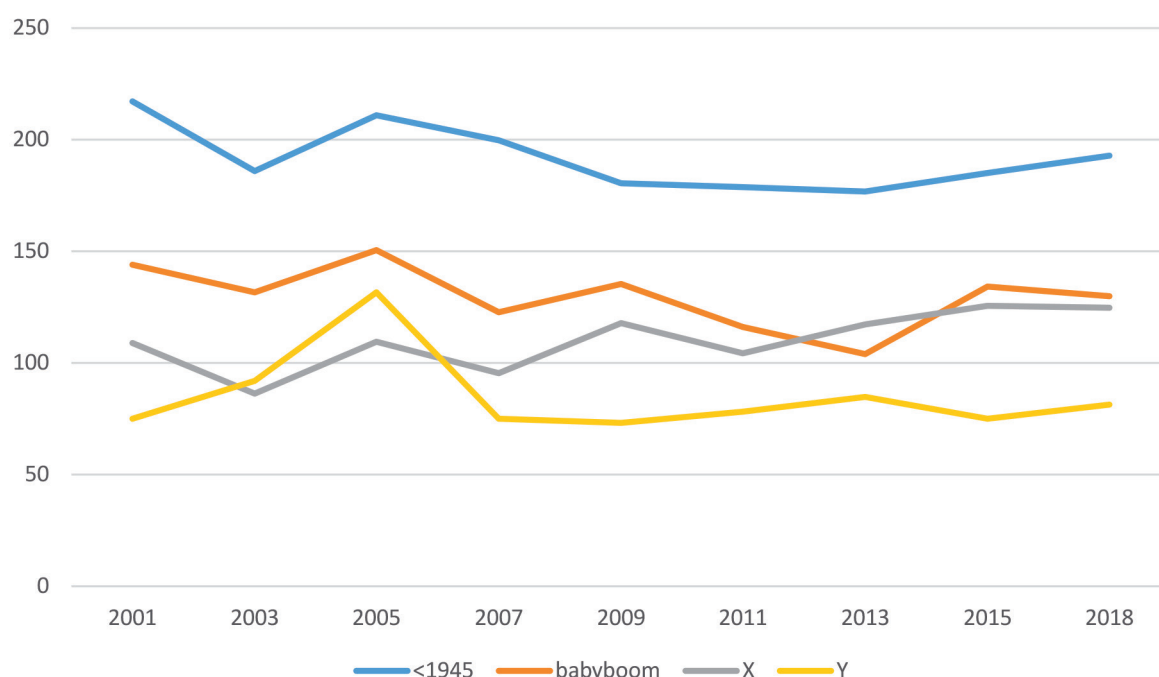
generatie heeft daardoor in 2009 de babyboomgeneratie ingehaald. De giften uit de babyboomgeneratie zijn tot 2013 afgenomen, en daarna gaan stijgen. De giften van de jongste generatie zijn vanaf 2007 helemaal niet toegenomen.



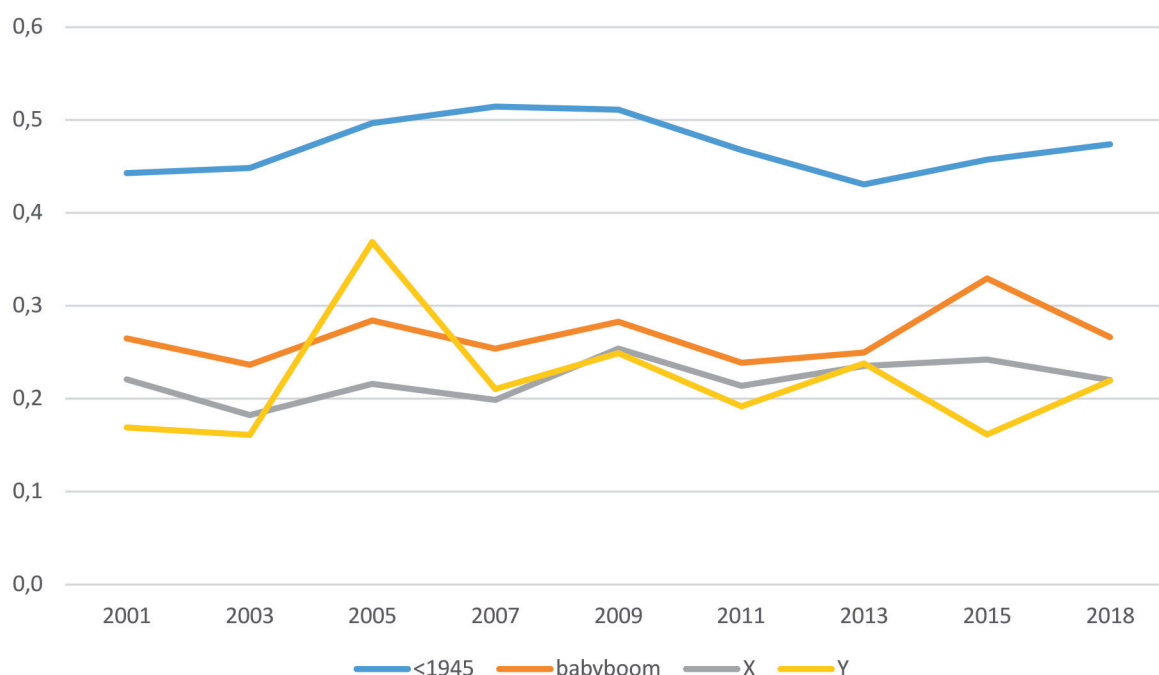
Figuur 5: Totaalbedrag aan giften van geld in € aan alle doelen per kalenderjaar per huishouden naar generatie, 2001-2018

In figuur 6 corrigeren we voor inflatie en laten we de giften aan kerk en levensbeschouwing buiten beschouwing, om meer zicht te krijgen op de fondsenwervende organisaties die veel Nederlanders zien als 'de goede doelen'. We zien dezelfde volgorde van generaties: de stille generatie geeft het meest en de generatie Y het minst; daartussen zijn de babyboomgeneratie en de generatie X dichterbij elkaar komen te liggen. Sinds 2001 zijn de giften van de stille generatie en de babyboomgeneratie licht gedaald (10%) maar de giften van de generatie Y niet. De giften van generatie X zijn licht gestegen (+15%). De generatieverschillen zijn in deze figuur minder groot dan in figuur 5. De stille generatie geeft in 2018 met €195 meer dan het dubbele van wat generatie Y geeft (€80).

Later gaan we nog uitgebreid in op de verklaring van de verschillen. De waarde van het geefgedrag in euro's hangt af van de geefcapaciteit: huishoudens met hogere inkomens en met meer vermogen kunnen het zich gemakkelijker veroorloven om hogere bedragen te geven aan goede doelen (Bekkers & Wiepking, 2011b). Om rekening te houden met de geefcapaciteit hebben we in figuur 7 de bedragen uit figuur 6 gedeeld op hun bruto jaarinkomen. Het deel van het inkomen dat huishoudens aan giften besteden geeft aan hoe vrijgevig zij zijn.



Figuur 6: Totaalbedrag aan giften van geld in € aan doelen exclusief kerk en levensbeschouwing per kalenderjaar per huishouden naar generatie, gecorrigeerd voor inflatie (prijspeil 2019), 2001-2018



Figuur 7: Totaalbedrag aan giften van geld als deel van het huishoudinkomen (in %) aan doelen exclusief kerk en levensbeschouwing per kalenderjaar naar generatie, gecorrigeerd voor inflatie (prijspeil 2019), 2001-2018

Figuur 7 laat opnieuw de volgorde zien die we tot nu toe steeds hebben gevonden: de stille generatie geeft jaarlijks ongeveer 0,5% van het huishoudinkomen aan goede doelen. Dat is twee tot drie keer zo veel als de jongere generaties. Deze resultaten betekenen dat het hogere inkomen van oudere generaties niet de reden is waarom zij meer geven aan goede doelen dan jongere generaties. De oudste generatie Nederlanders geeft een hoger deel van het inkomen aan goede doelen en is daarmee echt een stuk vrijgeviger dan jongere generaties. De figuur laat in de loop van de tijd minder grote veranderingen zien in de vrijgevigheid dan eerdere figuren. Het deel van het inkomen dat verschillende generaties geven fluctueert van jaar tot jaar, maar er is geen duidelijke trend te zien als we de gehele periode bekijken.

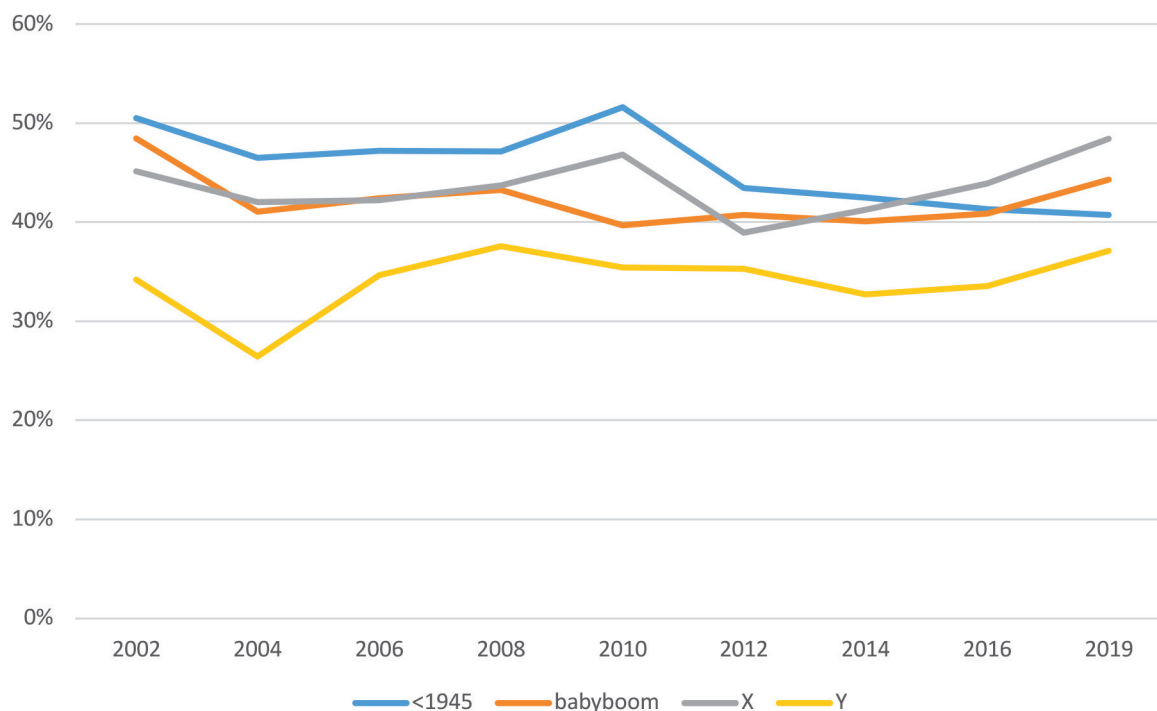
Dit betekent dat de toename die we in figuur 5 en 6 zagen in het bedrag dat Generatie X geeft waarschijnlijk veroorzaakt wordt door de toename van het inkomen in deze generatie.

3. Generatieverschillen in vrijwilligerswerk

Vrijwilligerswerk: jongste generatie blijft achter

Ook in de deelname aan vrijwilligerswerk voor maatschappelijke organisaties zien we de verschillen tussen generaties die we eerder hebben gevonden voor het geefgedrag. Oudere generaties zijn actiever in vrijwilligerswerk dan jongere. De generatieverschillen in vrijwilligerswerk zijn wel wat kleiner dan de verschillen in het geefgedrag. De babyboomgeneratie en de generatie X verschillen in de meeste jaren nauwelijks van elkaar. Sinds 2011 is het vrijwilligerswerk door de generatie X toegenomen, en sterker dan het vrijwilligerswerk door de babyboomgeneratie. De generatie Y blijft achter. In 2018 zien we een stijging in drie van de vier generaties, met uitzondering van de oudste generatie. Sinds 2009 is de oudste generatie minder actief geworden. Het percentage vrijwilligers

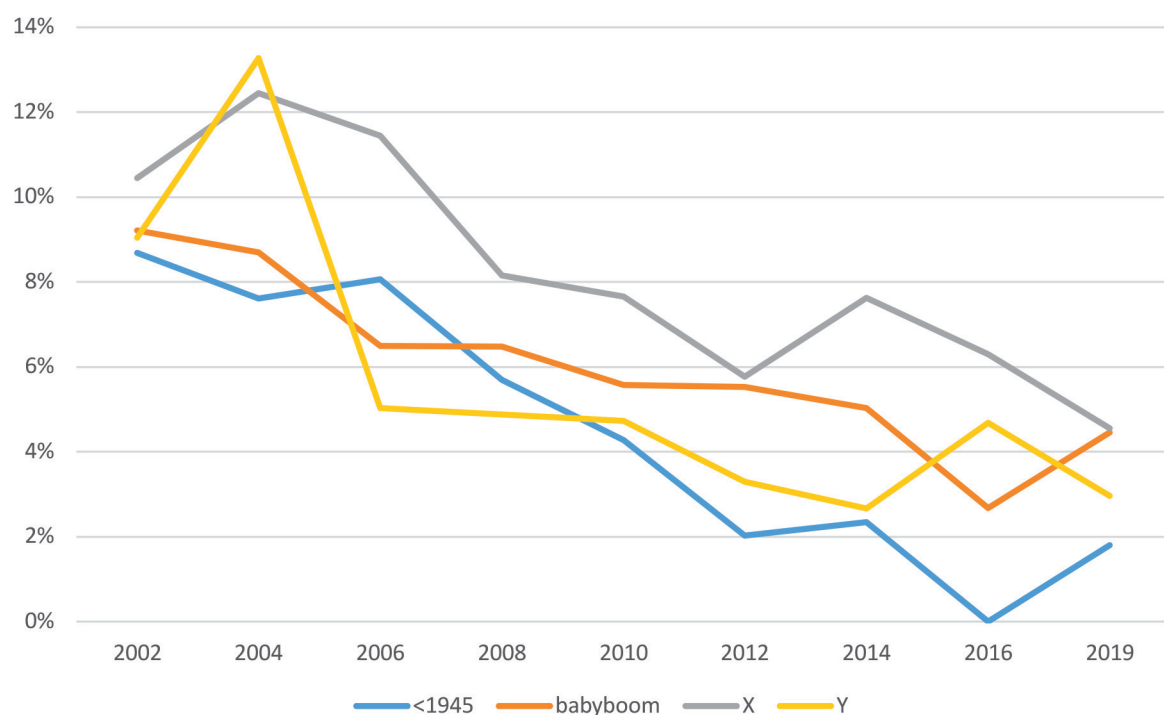
in de stille generatie is gedaald van 51% in 2001 – toen gemiddeld 68 jaar oud – naar 41% in 2018, toen gemiddeld 80 jaar oud. Waarschijnlijk ligt de afname aan een afname van de geefcapaciteit: met het ouder worden is de gezondheid in de oudste generatie achteruit gegaan. Fysieke gezondheid is een belangrijke factor die de kans om vrijwilligerswerk te doen verhoogt. We hebben in eerder onderzoek de mogelijkheid onderzocht dat vrijwilligerswerk de gezondheid bevordert of op peil houdt, juist onder ouderen (De Wit, Bekkers, Karamat Ali & Verkaik, 2015). Uit dit onderzoek blijkt een klein beschermend effect van het verrichten van vrijwilligerswerk.



De jaartallen verwijzen naar het moment waarop de vragen betrekking hebben. In eerdere figuren gingen de vragen over het afgelopen kalenderjaar; in deze figuur gaat het over de twaalf maanden voorafgaand aan de enquête.

Figuur 8: Deelname aan vrijwilligerswerk in % naar generatie, 2002-2019

In eerder onderzoek hebben we bovendien gevonden dat de toename van mantelzorg een factor is die de deelname aan vrijwilligerswerk vermindert. Wanneer mensen in de directe omgeving hulp of zorg nodig hebben, geven zij hen prioriteit, waardoor minder tijd overblijft voor vrijwilligerswerk (Bekkers, De Wit, Hoolwerf & Boezeman, 2015).

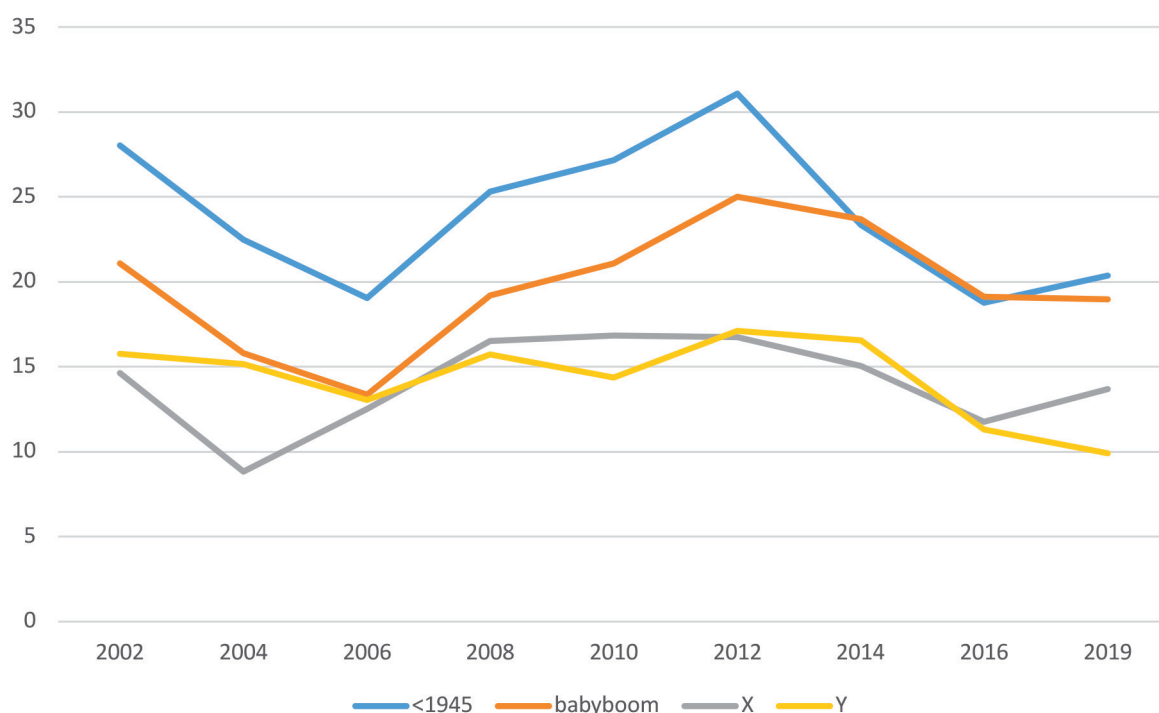


De jaartallen verwijzen naar het moment waarop de vragen betrekking hebben. In eerdere figuren gingen de vragen over het afgelopen kalenderjaar; in deze figuur gaat het over de twaalf maanden voorafgaand aan de enquête.

Figuur 9: Vrijwilligerswerk: fondsenwerving en collecteren naar generatie, 2002-2019

Een van de grootste dalingen in het vrijwilligerswerk zien we in het percentage dat actief is in fondsenwerving en collecteren. Figuur 9 laat deze afname zien, die zich in alle generaties voordoet. De generatieverschillen in fondsenwerving en collecteren wijken af van het patroon dat we tot nu toe hebben gezien. Nederlanders uit de generatie X zijn het vaakst als vrijwilliger bezig met fondsenwerving en collecteren. De oudste generatie is duidelijk minder vaak als vrijwilliger bezig met deze taken. Een verklaring voor deze trend kan zijn dat fondsenwerving geprofessionaliseerd is en goededoelenorganisaties deze taak steeds vaker door betaalde krachten laten uitvoeren. Als we vrijwilligers die met fondsenwerving bezig zijn buiten beschouwing laten verandert het beeld uit figuur 8 overigens nauwelijks.

Ook in het aantal uur dat vrijwilligers bezig zijn met vrijwilligerswerk zien we grote verschillen tussen generaties. De oudste generatie is het meest actief en besteedt gemiddeld twee keer zo veel tijd aan vrijwilligerswerk als de generatie X en Y, die elkaar niet veel ontlopen (zie Figuur 10). De babyboomgeneratie zit er tussenin. Sinds 2011 is het aantal uur dat vrijwilligers actief zijn in alle generaties gedaald, met name in de oudste generatie. Het aantal uren ligt in 2018 onder de oudste twee generaties weer wat hoger dan in 2015.



De jaartallen verwijzen naar het moment waarop de vragen betrekking hebben. In eerdere figuren gingen de vragen over het afgelopen kalenderjaar; in deze figuur gaat het over de twaalf maanden voorafgaand aan de enquête.

Figuur 10: Aantal uur per maand dat vrijwilligers aan vrijwilligerswerk besteden naar generatie, 2002-2019

4. Generatieverschillen in geefverzoeken en geefbereidheid

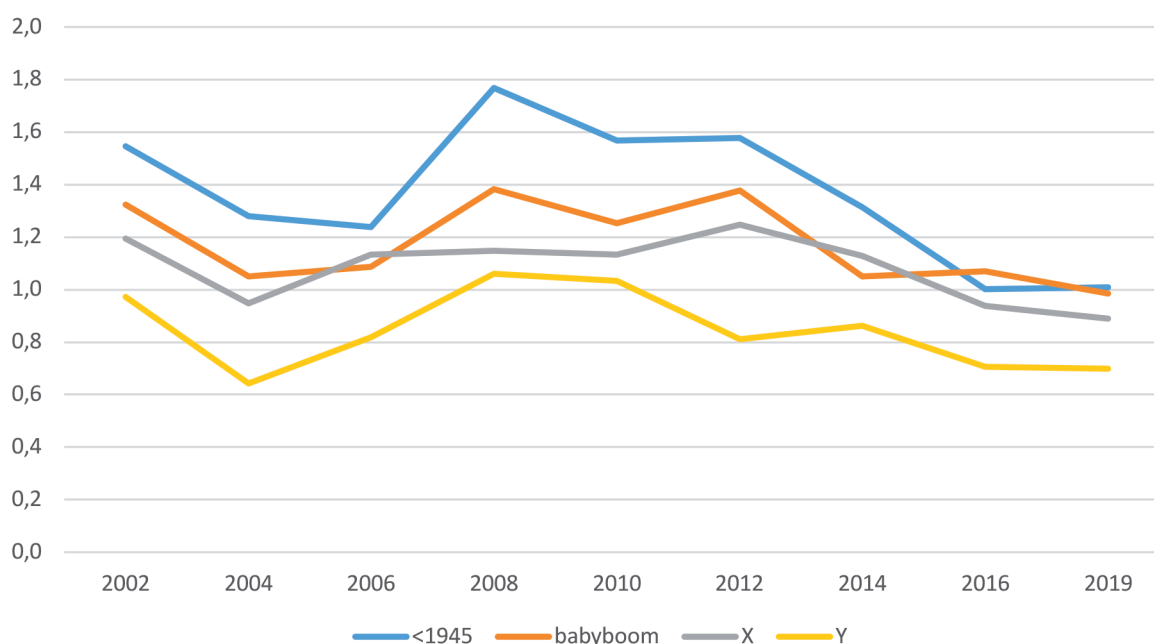
Goededoelenorganisaties bereiken steeds minder Nederlanders met een geefverzoek

De generatieverschillen in bijdragen van geld aan goede doelen hangen samen met het aantal keer dat Nederlanders een verzoek krijgen om te geven aan goededoelenorganisaties. In de vragenlijst rapporteren respondenten of ze de afgelopen twee weken voorafgaand aan het onderzoek een verzoek hebben gekregen om een bijdrage aan een goed doel in een huis-aan-huis collecte, op straat, een sponsoractie, in de kerk, via een vereniging, op het werk, via een radio- of televisieactie, een brief, via internet, telefoon, via familie, vrienden en kennissen, via een advertentie in de krant, een collecte tijdens een manifestatie, of in de vorm van een verzoek om

loten of iets anders te kopen voor een goed doel. We hebben alle manieren waarop huishoudens om bijdragen gevraagd kunnen worden bij elkaar opgeteld in figuur 11.

We zien opnieuw het bekende patroon. De stille generatie krijgt de meeste verzoeken: 1,6 per twee weken in 2002. Het aantal geefverzoeken in de generatie Y is het kleinst: zij ontvangen gemiddeld één verzoek per twee weken in 2002, 60% minder dan in de oudste generatie. De babyboom en generatie X wijken nauwelijks van elkaar af en zitten er tussenin. In de loop van de jaren blijft de rangorde van generaties in het aantal verzoeken dat hen bereikt ongeveer hetzelfde, al zit de babyboomgeneratie soms wat hoger dan generatie X. Het hogere aantal geefverzoeken in oudere generaties hangt

samen met hun hogere geefbereidheid, die we zo dadelijk bespreken. Goededoelenorganisaties weten dat oudere generaties vaker geven na een verzoek, en benaderen hen daarom ook vaker. Het aantal geefverzoeken is afgenomen van 2002 tot 2004, daarna toegenomen in 2006, en vervolgens weer sterk afgenomen in de jaren 2008-2019. Over de hele periode bezien is er een afname van het aantal verzoeken met een derde. Gemiddeld worden Nederlanders in 2018 minder dan één keer per twee weken gevraagd om te geven. In 2002 was dat nog 1,3 keer.



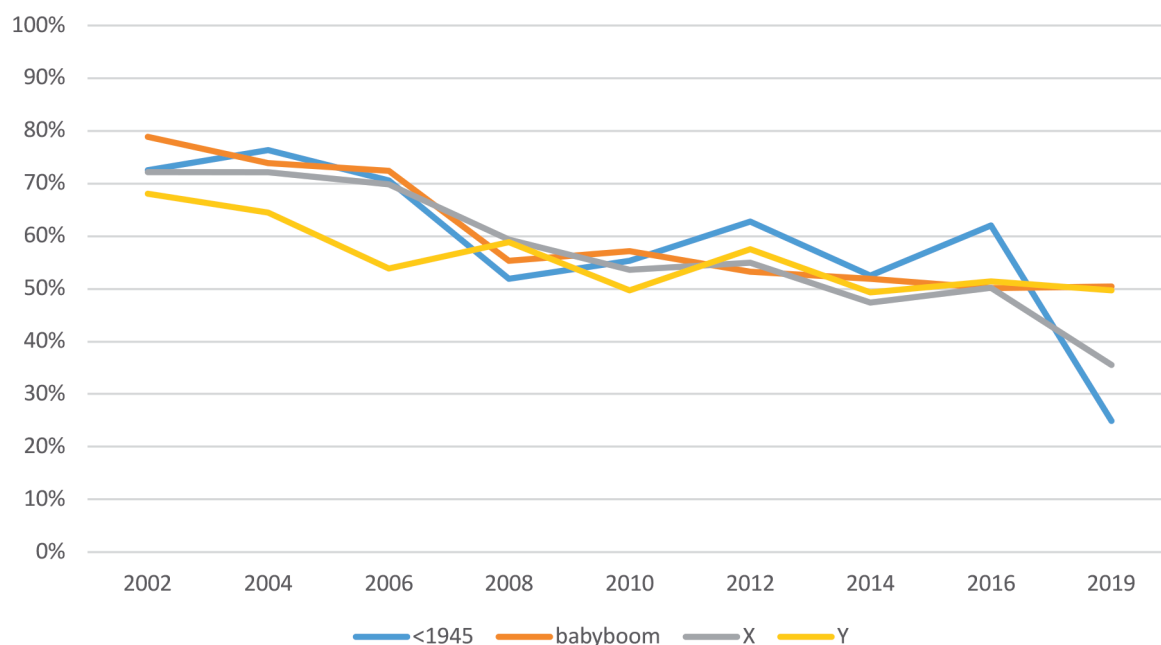
De jaartallen verwijzen naar het moment waarop de vragen betrekking hebben. In eerdere figuren gingen de vragen over het afgelopen kalenderjaar; in deze figuur gaat het over de twee weken voorafgaand aan de enquête.

Figuur 11: Aantal keer dat respondenten gevraagd zijn om een bijdrage aan een goed doel in de afgelopen twee weken naar generatie, 2002-2019

Geefbereidheid neemt af

Als we onder degenen die een verzoek om een bijdrage krijgen bekijken hoe groot het percentage is dat een gift doet, dan krijgen we een beeld van de geefbereidheid in Nederland. Figuur 12 laat zien dat de kans dat Nederlanders die gevraagd zijn om te geven aan goededoelenorganisaties in de twee weken voorafgaand aan het invullen van de enquête ook daadwerkelijk geven, tot 2006 het laagst is onder de jongste generatie Y. De geefbereidheid is tot 2006 hoger onder de drie oudere generaties, maar onderling wijken zij weinig van elkaar af. Dit is opvallend omdat we in figuur 11 zagen dat goededoelenorganisaties vaker de oudste generatie bereiken en in mindere mate de generaties X en Y. In 2019 is de kans op een gift flink kleiner onder de oudste generatie en de generatie X dan onder de babyboomgeneratie en de generatie Y.

Figuur 12 laat ook zien dat de geefbereidheid in Nederland sterk is afgenomen tussen 2002 en 2019. In 2002 gaf nog 70 tot 80% van de huishoudens die in de afgelopen twee weken benaderd waren met een verzoek. In 2019 was dit percentage gedaald naar ongeveer 50% onder de babyboomgeneratie en de generatie Y. De afname is zichtbaar in alle generaties, maar het sterkst onder de oudste generatie (van 73% naar 25%). We hebben onvoldoende gegevens om na te gaan waarom juist onder deze generatie de geefbereidheid het sterkste is afgenomen. Het is mogelijk dat dit te maken heeft met afnemende financiële zelfstandigheid onder ouderen.



De jaartallen verwijzen naar het moment waarop de vragen betrekking hebben. In eerdere figuren gingen de vragen over het afgelopen kalenderjaar; in deze figuur gaat het over de twee weken voorafgaand aan de enquête.

Figuur 12: Kans op een gift aan een goed doel in de twee weken voorafgaand aan het invullen van de enquête onder degenen die om een bijdrage gevraagd zijn naar generatie, 2002-2019

5. Generatieverschillen in opvattingen over goede doelen

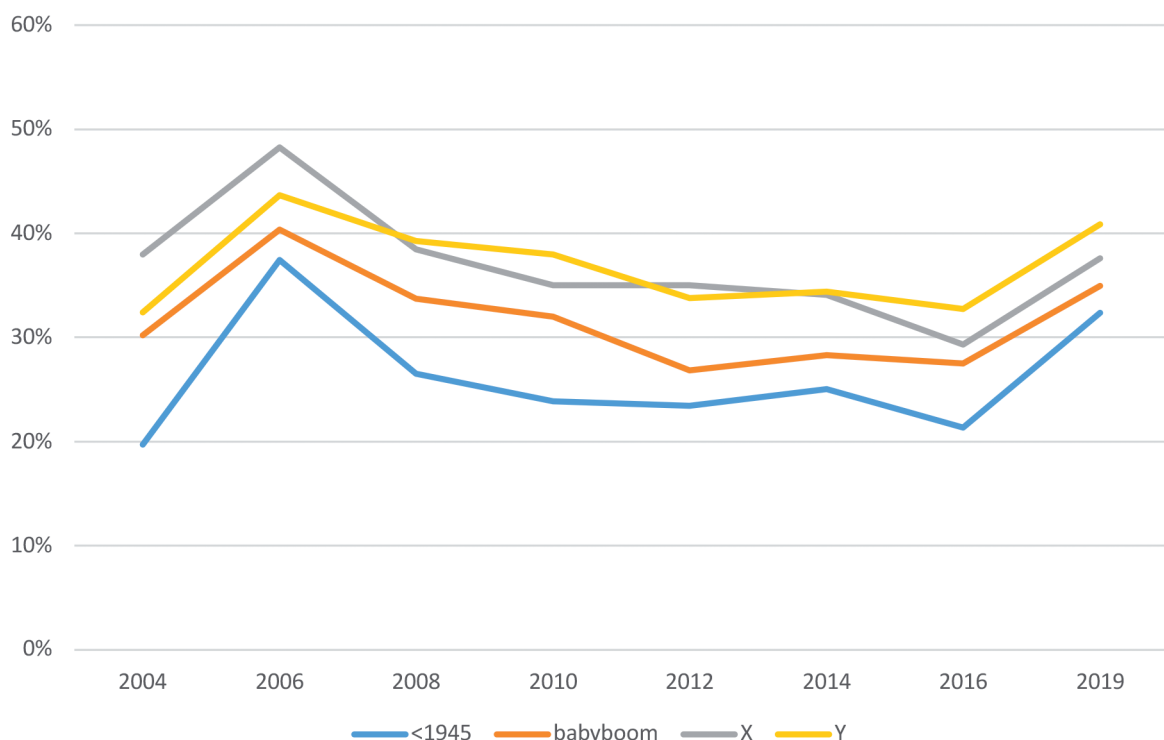
Vertrouwen in goededoelenorganisaties verklaart generatieverschillen niet

Figuur 13 levert een opmerkelijke bevinding op: de jongste twee generaties Y en X hebben meer vertrouwen in goededoelenorganisaties dan de babyboomgeneratie. De stille generatie, geboren voor 1945, heeft het minste vertrouwen in goededoelenorganisaties. Dit betekent dat generatieverschillen in geefgedrag niet aan verschillen in het vertrouwen in goededoelenorganisaties kunnen liggen. Oudere generaties geven dus niet meer dan jongere omdat zij meer vertrouwen zouden hebben in goededoelenorganisaties. Gezien het hogere vertrouwen in goededoelenorganisaties

onder jongere generaties is het opvallend dat zij zoveel minder geven dan oudere generaties.

Na een opleving in 2006 zien we een stelselmatige daling in de tien jaar daarna. In 2019 ligt het vertrouwen weer wat hoger. De afname in de periode 2006-2016 zien we in alle generaties terug. Het dalende vertrouwen in goededoelenorganisaties is opvallend, omdat het vertrouwen in andere instituties in Nederland, zoals in de regering, de Tweede Kamer en de rechtspraak, niet afneemt (Den Ridder, Miltenburg, Huijnk & Van Rijnberk, 2019). Ook het vertrouwen in de EU, de politie en andere mensen neemt niet af, eerder toe (Schmeets, 2018).

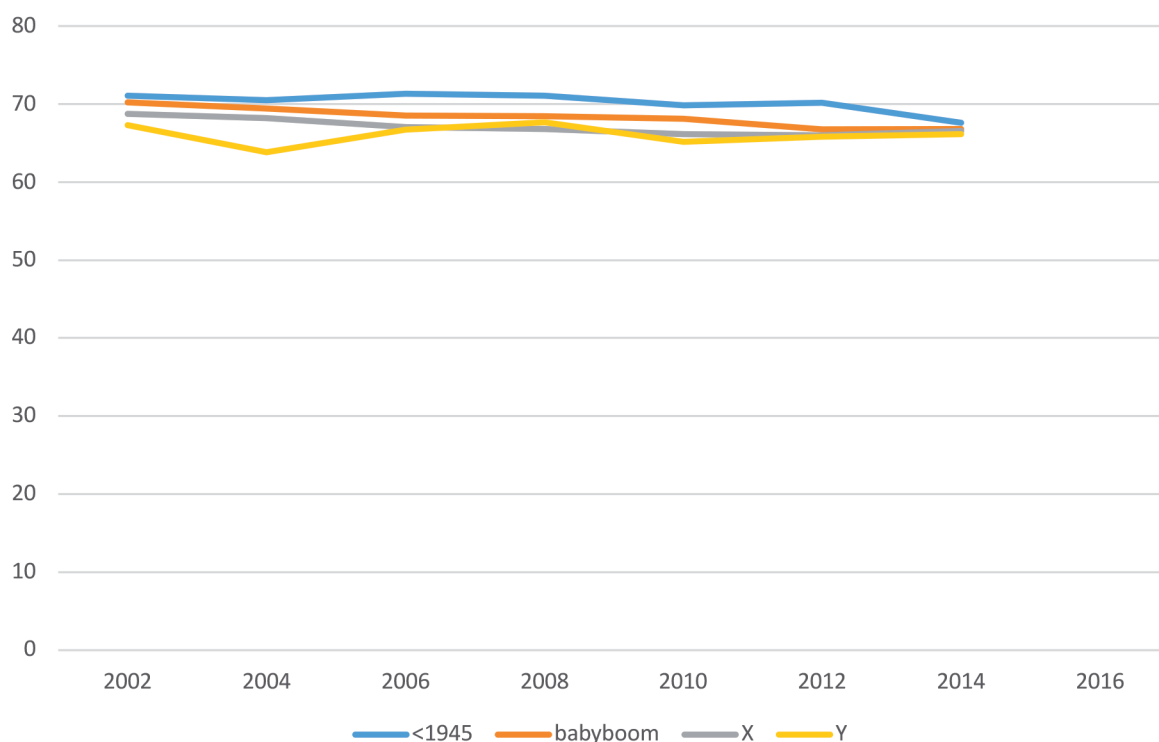
Op termijn is de afname van het vertrouwen in goededoelenorganisaties een bedreiging voor de betrokkenheid bij goede doelen in Nederland. Het is van groot belang dat goededoelenorganisaties meer inzicht krijgen in de factoren die zij kunnen beïnvloeden om het vertrouwen te verhogen. Het vertrouwen is niet alleen cruciaal voor giften bij leven, maar ook voor nalatenschappen (Schuyt, Mariani & Felix, 2017). Dat het vertrouwen in goededoelenorganisaties in 2019 weer wat hoger ligt kunnen we nog niet als een trendbreuk interpreteren. Het geefgedrag zagen we in de voorgaande figuren namelijk niet toenemen.



De jaartallen verwijzen naar het moment waarop de vragen betrekking hebben. In eerdere figuren gingen de vragen over het afgelopen kalenderjaar; in deze figuur gaat het over de twee weken voorafgaand aan de enquête. In 2002 zijn geen gegevens verzameld over het vertrouwen in goededoelenorganisaties.

Figuur 13: Percentage dat 'redelijk veel' of 'heel veel' vertrouwen heeft in goededoelenorganisaties naar generatie, 2004-2019

De daling van het vertrouwen in goededoelenorganisaties hangt samen met de daling in algemene prosociale waarden, zoals opofferingsgezindheid. Stellingen als 'ik vind het belangrijk om mijn bezittingen met andere mensen te delen' kunnen in de loop van de tijd op minder steun rekenen. Deze daling is niet sterk, maar heeft grote consequenties voor het vertrouwen in goededoelenorganisaties. Opvallend is dat instemming met altruïstische waarden ook onder de vooroorlogse generatie zijn afgenomen. De afname is zelfs het grootst onder deze generatie. In 2002 waren altruïstische waarden in deze generatie nog het hoogst, maar in 2014 zijn de generatieverschillen vrijwel verdwenen. De jongste generatie Nederlanders is in de laatste meting net zo altruïstisch ingesteld als de oudere generaties.



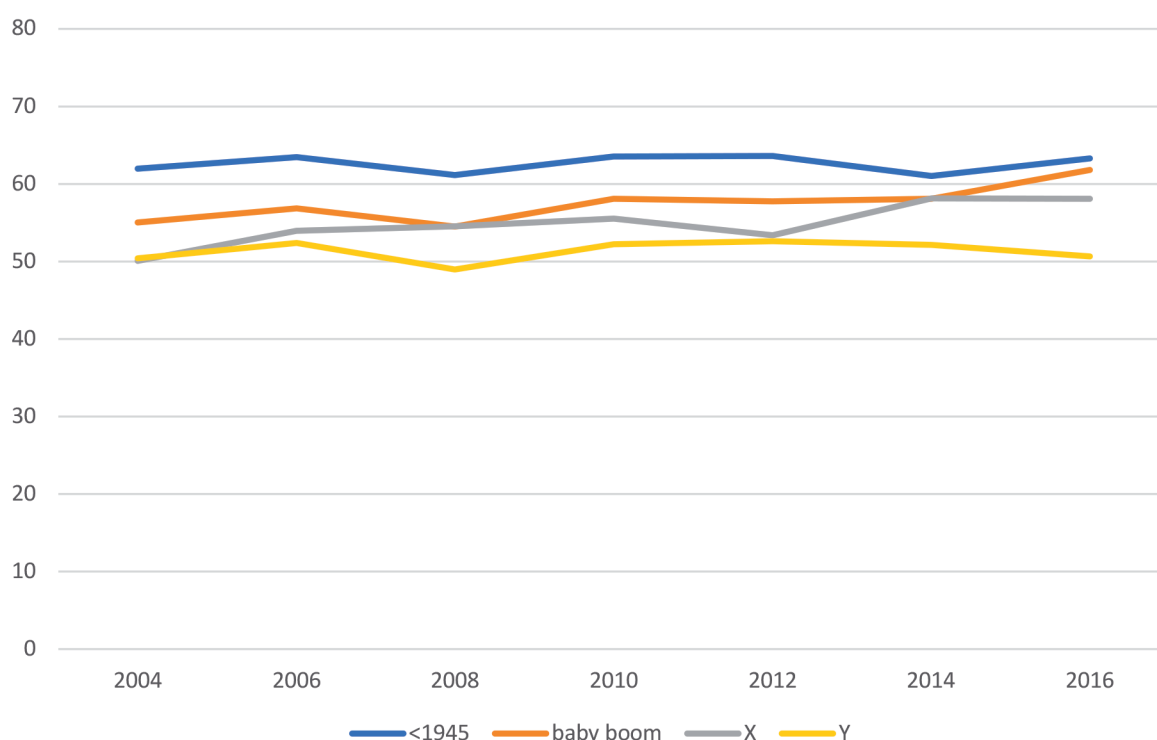
De jaartallen verwijzen naar het moment waarop de vragen betrekking hebben. In eerdere figuren gingen de vragen over het afgelopen kalenderjaar; in deze figuur gaat het over de twee weken voorafgaand aan de enquête. In 2016 en 2019 zijn geen gegevens verzameld over altruïstische waarden.

Figuur 14: Altruïstische waarden naar generatie, 2002-2014

Jongere generaties ergeren zich minder aan de hoeveelheid verzoeken

Sinds 2004 stellen we de vraag: “Ergert u zich wel eens aan de hoeveelheid verzoeken om bijdragen aan goede doelen?” Deze vraag is laagdrempelig geformuleerd (zie hoofdstuk 1). Belangrijker is dan ook het antwoord van de respondenten die er ‘ja’ op zeggen op de vervolgvraag: “Hoe sterk ergert u zich aan de hoeveelheid verzoeken om bijdragen aan goede doelen?”. De helft van alle Nederlanders zegt dat die ergernis ‘redelijk sterk’ (36%) of ‘heel sterk’ (15%) is. Deze cijfers zijn nauwelijks veranderd sinds 2004, zo blijkt uit figuur 15. De

mate van ergernis hebben we in deze figuur op een schaal van 0 (niemand voelt ergernis) tot 100 (iedereen voelt heel sterke ergernis) weergegeven. Juist onder de oudste generatie, die het meest vrijgevig is, zien we de grootste mate van ergernis. Onder de jongste generatie is de mate van ergernis het kleinst. In de nieuwste gegevens hebben we een open vraag gesteld: “Waar stoort u zich aan wanneer goede doelen om giften vragen?” In Hoofdstuk 1 bespreken we inzichten die goedbedoelenorganisaties kunnen gebruiken om de ergernis die Nederlanders ervaren over het aantal verzoeken beter te begrijpen.

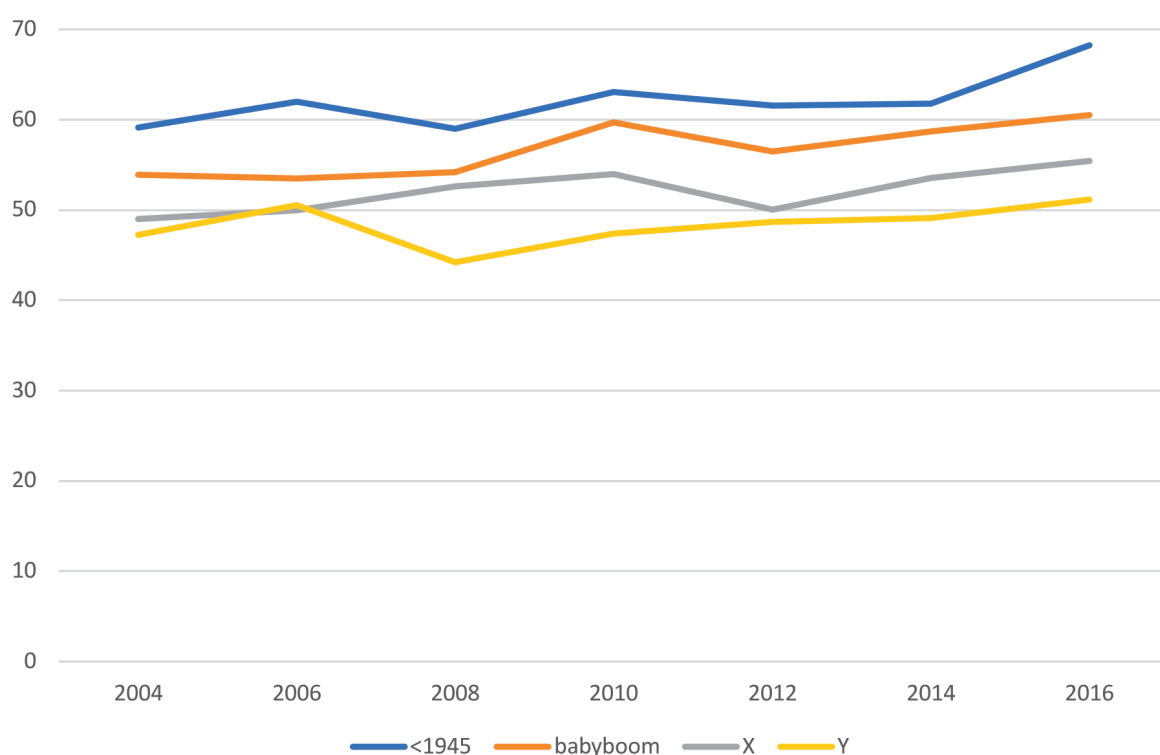


De jaartallen verwijzen naar het moment waarop de vragen betrekking hebben. In eerdere figuren gingen de vragen over het afgelopen kalenderjaar; in deze figuur gaat het over de twee weken voorafgaand aan de enquête. In 2019 zijn geen gegevens verzameld over de mate van ergernis.

Figuur 15: Mate van ergernis over de hoeveelheid verzoeken om giften naar generatie, 2004-2016

Terwijl de mate van ergernis in de gehele bevolking weinig is veranderd, zien we onder de oppervlakte grotere verschillen ontstaan. De afgelopen jaren is met name onder de babyboomers en de generatie X de ergernis over de hoeveelheid verzoeken toegenomen. Bovendien blijkt dat tegelijk met de concentratie van geefgedrag bij kerkelijke Nederlanders het niveau van ergernis bij die groep is toegenomen. De ergernis over het aantal verzoeken lag voorheen lager onder kerkelijke Nederlanders. Dit is de laatste jaren veranderd. De ergernis is juist onder kerkelijke Nederlanders sterker toegenomen. Dit is zorgwekkend, omdat deze groep voor de grootste

bedragen aan giften verantwoordelijk is. Extra zorgwekkend is dat de ergernis vooral toeneemt onder de oudste generatie kerkelijk actieve Nederlanders (zie figuur 16). De resultaten in hoofdstuk 1 laten zien dat de manier waarop goedbedoelenorganisaties communiceren en om bijdragen vragen een belangrijke factor is in de ergernis. Om de ergernis niet verder te verhogen zullen goedbedoelenorganisaties zorgvuldig moeten omgaan met hun beste donateurs. Er zit een grens aan de geefbereidheid van zelfs de meest betrokken stille generatie.



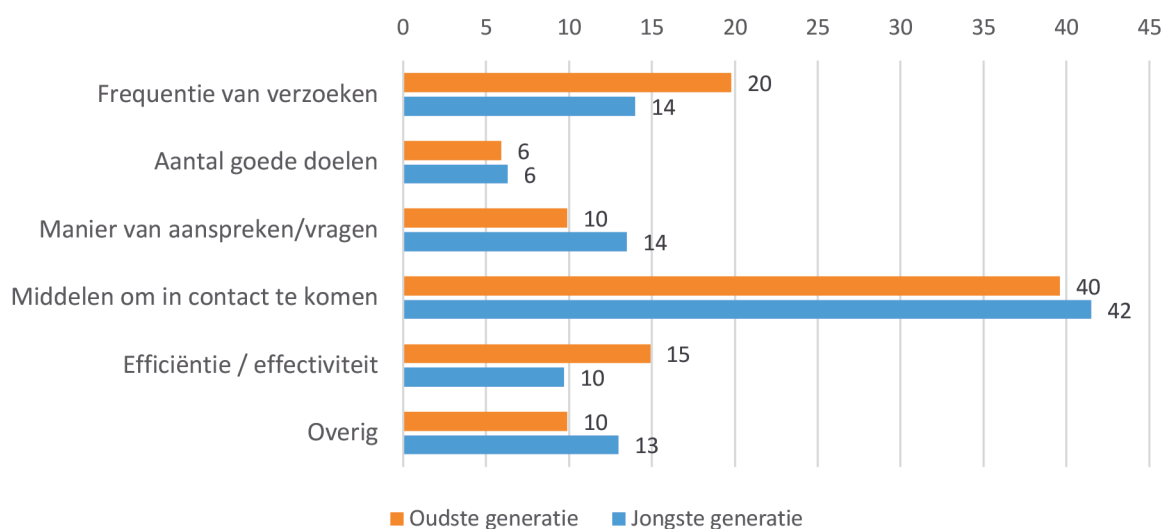
De jaartallen verwijzen naar het moment waarop de vragen betrekking hebben. In eerdere figuren gingen de vragen over het afgelopen kalenderjaar; in deze figuur gaat het over de twee weken voorafgaand aan de enquête. In 2019 zijn geen gegevens verzameld over de mate van ergernis.

Figuur 16: Mate van ergernis over het aantal verzoeken om giften naar generatie onder kerkelijk actieve Nederlanders, 2004-2016

Verskillende generaties ergeren zich aan dezelfde aspecten van verzoeken om giften

We zien geen grote verschillen tussen oudere en jongere generaties in de zaken die zij noemen als bron van ergernis. Ouderen noemen iets vaker dat zij te vaak verzoeken ontvangen (20%) dan jongeren (14%). Ouderen twijfelen wat vaker aan de efficiëntie of effectiviteit (15%) dan jongeren. Denk hierbij aan

een uitspraak als “Het geld komt nooit bij het goede doel zelf, wel bij de salarissen van de directeurs”. De meeste respondenten uit zowel de oudste als de jongste generaties ergeren zich aan de middelen die goededoelenorganisaties inzetten om in contact te komen.



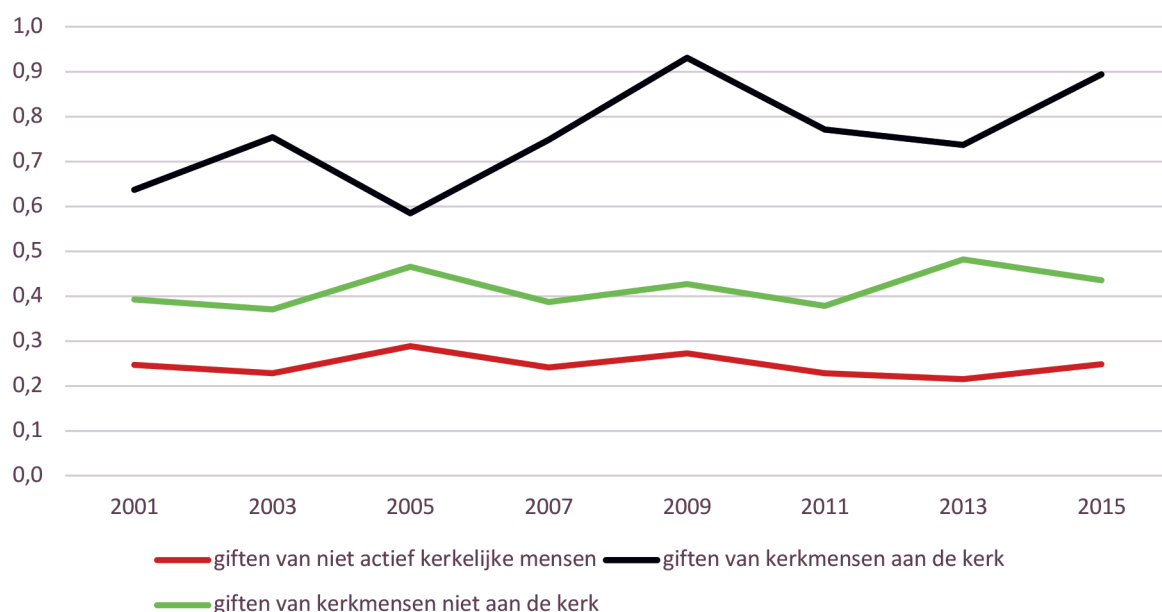
Percentages van waar ouderen en jongeren zich aan ergeren

6. Generatieverschillen en kerkelijkheid

Kerkelijkheid en secularisering verklaren waarom generaties verschillen

De generatieverschillen in de bijdragen aan goede doelen zijn voor een belangrijk deel aan verschillen in kerkelijke achtergrond toe te schrijven. Figuur 17 laat dit zien. Kerkelijk actieve Nederlanders zijn een stuk vrijgevier dan kerkelijk inactieve Nederlanders. De respondenten in *Geven in Nederland* die zeggen minstens 1x per jaar naar de kerk te gaan ('kerkmensen') besteden ruim vijf maal zoveel aan giften dan respondenten die nooit naar de kerk gaan. Dit ligt niet alleen aan de giften op het terrein van kerk en levensbeschouwing (de

zwarte lijn: 0,9% in 2015) die onkerkelijke Nederlanders niet doen. Kerkmensen besteden ook ongeveer het dubbele (de groene lijn: 0,44% in 2015) aan andere goede doelen dan niet kerkelijk actieve Nederlanders (de rode lijn: 0,25% in 2015).



Figuur 17: Kerkelijke activiteit en totaalbedrag aan giften van geld als deel van het huishoudinkomen (in %) per kalenderjaar, gecorrigeerd voor inflatie (prijspeil 2019), 2001-2015

De gegevens laten ook zien dat in de periode 2001-2015 het percentage van de bevolking dat kerkelijk actief is gedaald van 34% naar 22%. Deze afname is consistent met andere gegevens (De Hart & Van Houwelingen, 2018). Uit figuur 18 blijkt dat oudere generaties kerkelijk actiever zijn. Oudere generaties zijn veel vaker kerkelijk opgegroeid. Kinderen van kerkelijk actieve ouders geven meer aan goedbedoelenorganisaties omdat hun ouders vaker vrijwilligerswerk deden en zij zelf in hun jeugd vaker lid zijn geweest van verenigingen, zo bleek uit de eerste longitudinale editie van Geven in Nederland uit 2002 (Bekkers, Hooghe & Stolle, 2005). In de afgelopen jaren is de frequentie van kerkgang in alle generaties afgenomen.

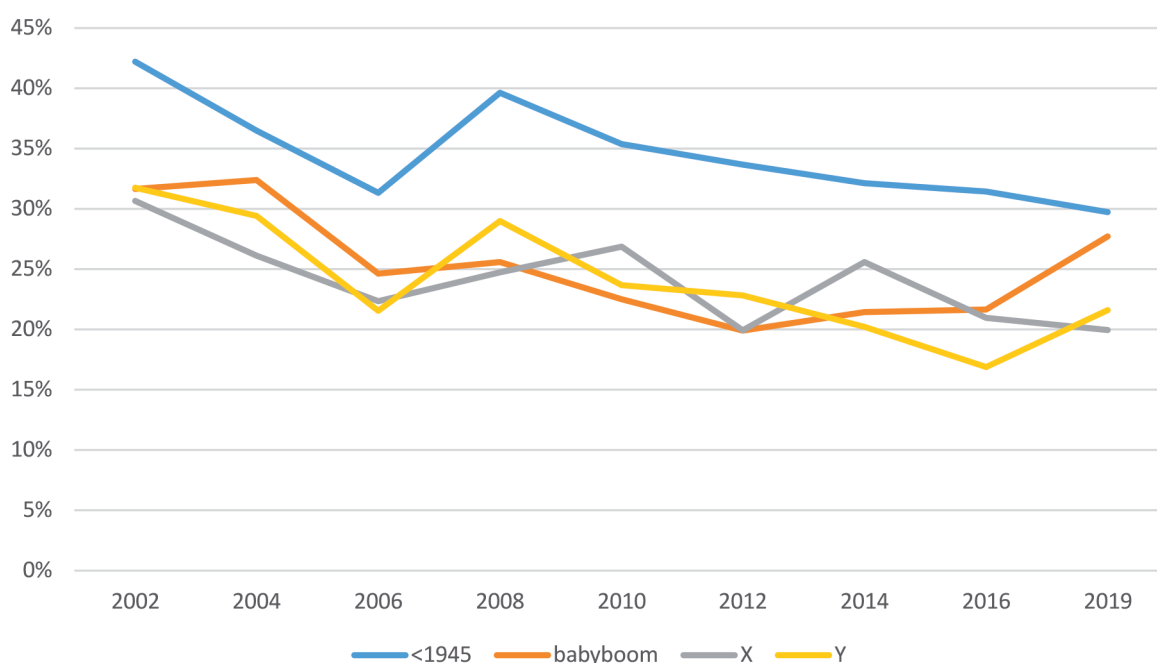
Omdat jongere generaties zonder kerkelijke achtergrond langzaam oudere generaties met een kerkelijke achtergrond vervangen komt het geefgedrag onder druk te staan. Met het verdwijnen van kerkelijkheid uit de samenleving neemt niet alleen het geefgedrag aan

kerken af, maar ook de giften aan andere goedbedoelenorganisaties. Van oudsher vormen kerken in Nederland de gemeenschappen die de boodschap van naastenliefde uitdragen. We zien dan ook een heel groot verschil tussen kerkelijke en onkerkelijke Nederlanders in de mate van instemming met altruïstische waarden. Juist deze waarden hebben een sterk verband met het geven aan andere doelen dan de kerk. Nieuwe generaties zijn minder kerkelijk en geven daarom minder.

De hogere opleiding van jongere generaties compenseert de afname die door secularisering veroorzaakt wordt meestal niet. Hoger opgeleiden zijn wel vaker lid van maatschappelijke organisaties, maar de verschillen tussen opleidingsniveaus zijn kleiner dan de verschillen tussen kerkelijke groepen (Bekkers & De Graaf, 2002). Ook blijkt dat de stijging van het percentage van de bevolking dat een HBO of WO diploma heeft gepaard is gegaan met een daling van de deelname

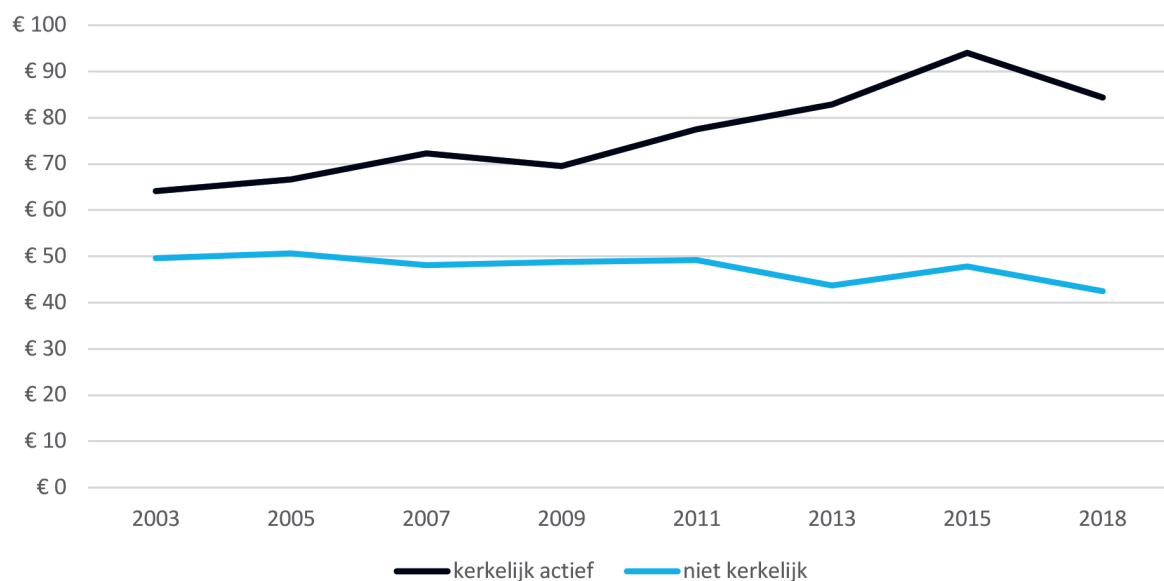
aan vrijwilligerswerk juist onder de groep van hoger opgeleiden (Van Ingen & Dekker, 2011).

Bij kerkelijkheid zien we exact het omgekeerde. Terwijl de kerkelijke activiteit van de Nederlandse bevolking afneemt, blijken degenen die nog wel kerkelijk betrokken zijn steeds vrijgeviger te worden. Dit komt door twee processen. Ten eerste is er selectieve uitval: degenen die minder maatschappelijk betrokken zijn verlaten de kerk vaker. Kerken roepen hun leden op bij te dragen aan maatschappelijke doelen en werven actief fondsen voor goede doelen tijdens religieuze bijeenkomsten. Ten tweede gaan achterblijvers steeds meer geven. Wanneer een religieuze groep in de minderheid is, dan geeft zij meer (Wiepking, Bekkers & Osili, 2014).



De jaartallen verwijzen naar het moment waarop de vragen betrekking hebben. In eerdere figuren gingen de vragen over het afgelopen kalenderjaar; in deze figuur gaat het over de twee weken voorafgaand aan de enquête.

Figuur 18: Kerkgang naar generatie, 2002-2019



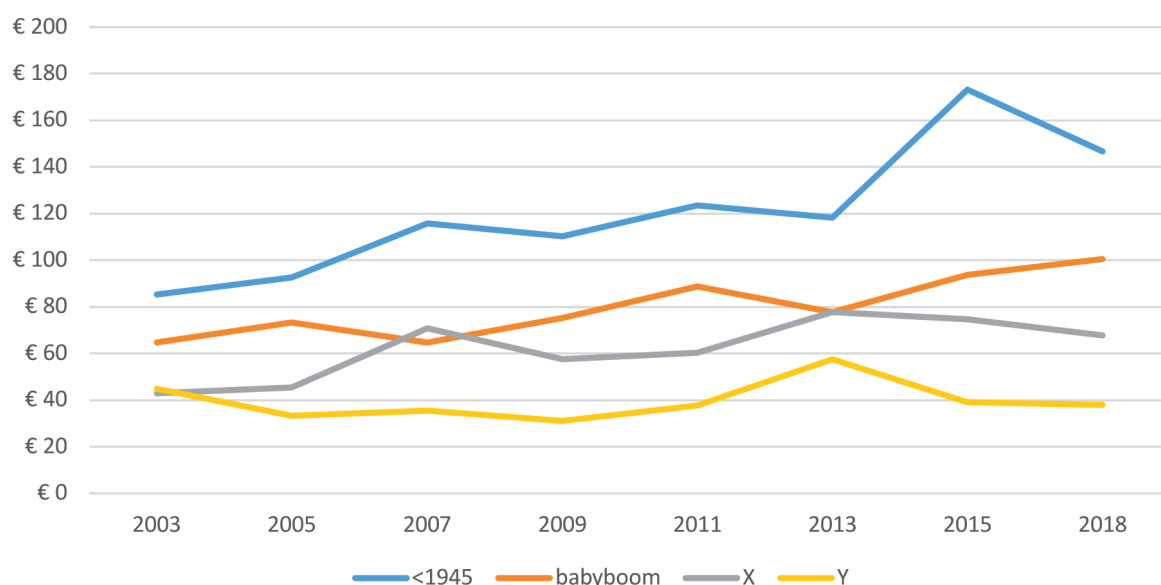
Figuur 19: Totaalbedrag aan giften aan 14 goededoelenorganisaties naar kerkelijkheid, 2003-2018

Concentratie van geefgedrag bij kerkelijk actieve Nederlanders

Uit de gegevens over de hoogte van de giften aan de 14 goededoelenorganisaties (die we eerder in figuur 4 lieten zien) blijkt dat in de loop van de tijd een steeds groter deel van de giften afkomstig is van kerkelijk actieve Nederlanders. Figuur 19 laat dit zien. Kerkelijk actieve respondenten zijn in de afgelopen 15 jaar

steeds meer gaan geven. De toename van meer dan 30% van €65 in 2004 naar €85 in 2016 is spectaculair te noemen. In dezelfde periode is het totaalbedrag aan giften afkomstig van onkerkelijke Nederlanders met 15% afgenomen. Dit betekent dat de groei in de inkomsten van goededoelenorganisaties in de afgelopen jaren geheel afkomstig is van kerkelijke Nederlanders.

Figuur 20 laat zien dat onder de kerkelijk actieve Nederlanders alle generaties behalve generatie Y meer zijn gaan geven vanaf 2003. De toename is het grootste onder de stille generatie: hun giften namen met 70% toe. De giften uit de babyboomgeneratie namen met 55% toe, en onder de generatie X met 60%. Onder de generatie Y is geen toename te zien.



Figuur 20: Totaalbedrag aan giften aan 14 goededoelenorganisaties naar generatie onder kerkelijk actieve Nederlanders, 2003-2018

7. Hoe nu verder?

Als de maatschappelijke behoefte aan giften blijft bestaan, dan zijn de generatieverschillen en de ontwikkelingen in het geefgedrag zorgwekkend. Jongere generaties vertonen minder vrijgevig gedrag dan de vooroorlogse generatie die zij langzaam vervangen.

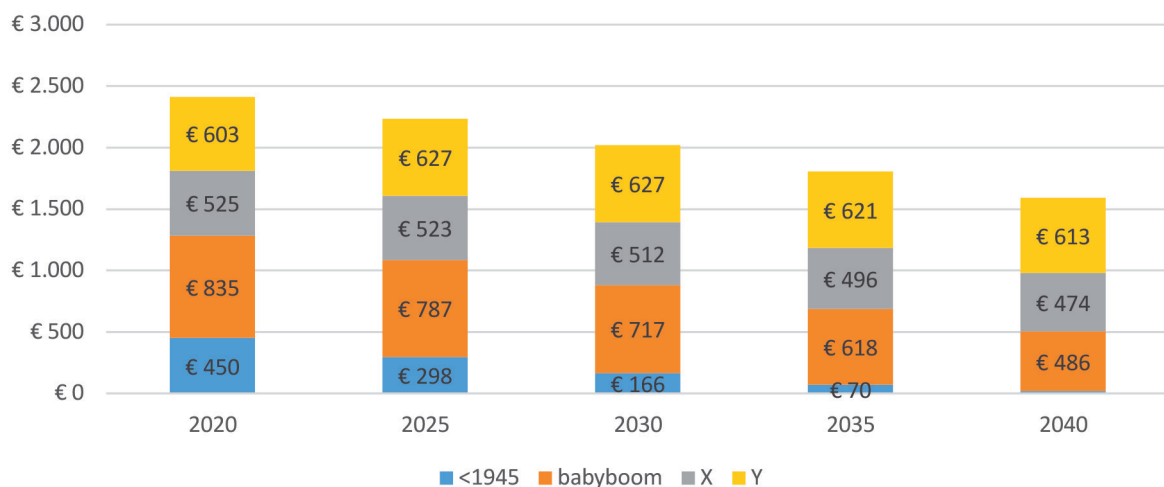
In figuur 21 hebben we een prognose gemaakt van de totale giften uit de generaties geboren vóór 2000. Voor deze figuur zijn we uitgegaan van het bedrag dat deze generaties in 2018 gaven, niet gecorrigeerd voor inflatie (zie figuur 5). Deze bedragen hebben we vermenigvuldigd met het aantal Nederlanders dat in elke generatie volgens prognoses van het CBS in de jaren 2020-2040 nog in leven zal zijn. De bevolkingsprognoses laten zien dat de vooroorlogse generatie in 2020 nog uit 1,45 miljoen mensen bestaat, maar in 2040 minder dan 60.000 mensen telt. De babyboomgeneratie bestaat in 2020 uit iets meer dan 4 miljoen mensen, maar is in 2040 gereduceerd tot 2,35 miljoen. De generatie X verliest 300.000 mensen van de 2,9 miljoen in 2020.

De vooroorlogse generatie maakte in 2018 slechts 8% van de bevolking uit, maar was goed voor 19% van alle giften aan goededoelenorganisaties. De babyboomgeneratie maakte 23% van de bevolking uit in 2018 maar was verant-

woordelijk voor 35% van alle giften. Het uitdunnen van beide generaties zal het geefgedrag in de komende decennia sterk verminderen, als er geen giften bijkomen uit de generatie van millennials. Goededoelenorganisaties hebben geen invloed op de demografische ontwikkelingen die het aanbod van giften en vrijwilligerswerk sturen. Zo zal het aanbod aan geefgedrag en vrijwilligerswerk in Nederland vanuit de bevolking de komende jaren verder afnemen. De organisaties kunnen wel wat doen aan de geefvraag. Zoals Hogenhout (2019) stelt: de opdracht voor fondsenwervers is aan te sluiten bij maatschappelijke veranderingen. Als de wensen en verwachtingen van de bevolking veranderen, moeten goededoelenorganisaties mee veranderen, zodat de betrokkenheid die er nog steeds is zich ook manifesteert in concreet gedrag. De diagnose is helder: jongere generaties krijgen minder verzoeken om bijdragen aan goede doelen en geven mede daarom ook minder dan oudere generaties. Maar ook als jongere generaties een verzoek krijgen, dan zijn ze minder sterk geneigd om bij te dragen en de waarde van hun giften in euro's is flink minder dan onder oudere generaties. Dit komt niet omdat ze niet willen bijdragen aan goede doelen, of omdat ze geen vertrouwen hebben in goededoelenorganisaties. Jongere generaties hebben juist *meer* vertrouwen in goe-

dedoelenorganisaties en ergeren zich minder aan verzoeken om giften dan oudere generaties. Bovendien zijn de generatieverschillen in prosociale waarden vrijwel verdwenen: jongere generaties zijn net zo altruïstisch ingesteld als oudere generaties. Dit is goed nieuws. Het is niet zo dat jongere generaties veel minder betrokken zijn bij het welzijn van andere mensen. Recent Amerikaans onderzoek laat zelfs zien dat onder jongere generaties de emotionele betrokkenheid bij anderen – ook wel empathie genoemd – zelfs wat hoger is dan onder oudere generaties (Oh, Chopik, Konrath & Grimm, 2020).

We hebben in het kader van deze special geen onderzoek gedaan naar de beste manier waarop goededoelenorganisaties jongeren het beste kunnen betrekken bij hun werk. Om de jongere generaties te bereiken is het van cruciaal belang voor goededoelenorganisaties om aanwezig te zijn op de plekken waar jongere generaties ook aanwezig zijn. Jongere generaties brengen veel tijd door met leeftijdsgenoten op school en op sociale media. Sociale goedkeuring, erbij horen, is voor hen erg belangrijk. Ook is het van belang jongeren op een voor hen aantrekkelijke manier aan te spreken. Daarvoor moeten goededoelenorganisaties blijven innoveren en de mogelijkheden van nieuwe technologie gebruiken.



Figuur 21: Prognose giften van Nederlanders geboren vóór 2000 in miljoenen €, 2020-2040

8. Voorwaarden voor geefgedrag

We hebben nog geen goed inzicht in de voorwaarden waaronder jongere generaties betrokken willen zijn. Om dat inzicht te krijgen is meer onderzoek nodig. Op basis van de nu beschikbare gegevens is een concreet advies voorbarig. Het is al wel duidelijk dat Nederlanders hogere eisen zijn gaan stellen aan structurele verbintenissen met goede doelen. In onze vorige special bleek dat Nederlanders zich in de afgelopen jaren steeds minder gemakkelijk binden aan

organisaties. Onderzoek van het SCP laat zien dat dit ook geldt voor andere traditionele organisaties (Wennekers, Boelhouwer, Van Campen & Kullberg, 2019, pp. 227-230). Uit de nieuwste gegevens blijkt dat er duidelijke generatieverschillen zijn in hoe Nederlanders besluiten over giften aan goededoelenorganisaties. We vroegen onze respondenten te kiezen tussen “Ik maak een bewuste keuze voor de doelen die ik steun” en “Ik geef wanneer er iets op mijn pad komt

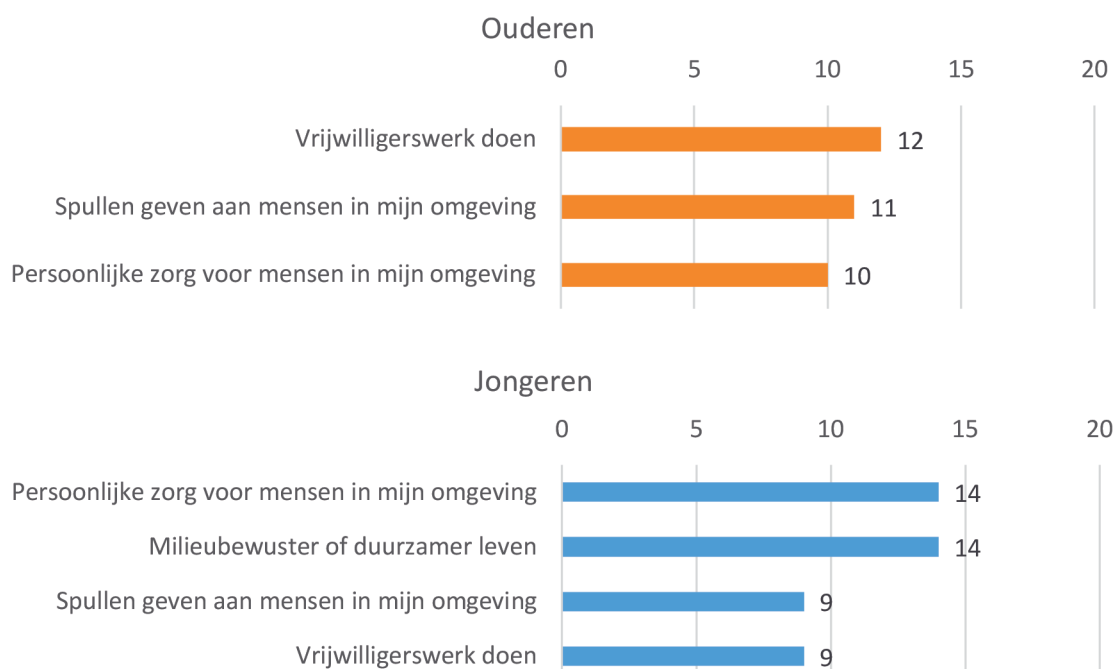
dat ik belangrijk vind”. In de generatie Y zegt slechts 37% een bewuste keuze te maken. In de babyboomgeneratie is dat veel hoger: 59%. Met name de generatie Y zegt vaak eenmalig of voor een korte periode te geven (78%), en zich niet voor langere tijd te binden (22%). Maar ook oudere generaties verkiezen in meerderheid incidentele giften (70%) boven een vaste relatie met een goededoelenorganisatie (30%).

Ouderen en jongeren vinden vergelijkbare methodes van bijdragen aantrekkelijk

Naast het geven van geld kunnen mensen ook op een andere manier bijdragen aan een betere wereld. Wat vinden ouderen (geboren voor 1945) de belangrijkste manier om een bijdrage te leveren, en wat vinden jongeren (generatie Y) de belangrijkste manier? Hierin lijkt er weinig verschil te zijn tussen ouderen en jongeren. Beide groepen geven aan dat ze vrijwilligerswerk doen, spullen geven aan mensen in hun omgeving en persoonlijke zorg bieden voor mensen in hun omgeving belangrijk

vinden. Voor beide generaties zien we dat zorg voor mensen in de eigen omgeving belangrijk is. In tegenstelling tot ouderen, geven jongeren aan dat ze milieubewuster of duurzamer leven belangrijk vinden.

Zie hoofdstuk 1 voor de complete lijst van nieuwe manieren van geven die wij hebben voorgelegd aan de respondenten.



Andere manieren om bij te dragen aan goede doelen (in %), voor ouderen en jongeren

9. Experimenteren met nieuwe vormen van geefgedrag

We hebben in de afgelopen jaren nieuwe vormen van geven zien opkomen, met name online, buiten de gevestigde organisaties om. In GIN2017 besteedden we aandacht aan sociale investeringen, microkredieten, garantiestellingen en social impact bonds (Bekkers, 2017). Wikipedia en andere vormen van crowdsourcing geven vrijwilligers direct de mogelijkheid bij te dragen, zonder dat zij daarvoor lid moeten worden van een organisatie. We zien ook het geven aan specifieke acties via crowdfunding toenemen. Dit zijn vaak initiatieven en projecten van familie, vrienden en bekenden. Uit hoofdstuk 1 blijkt dat de jongste generatie het vaakst op deze manier geeft.

In deze nieuwe manieren van geven kunnen we enkele principes herkennen die jongere generaties misschien meer aanspreken dan oudere. Dit zijn inspraak in beleid en activiteiten en gerichtheid op de effectiviteit van het werk van goededoelenorganisaties. Uit een Europees onderzoek bleek dat nationale goededoelenorganisaties in Nederland sterk geprofessionaliseerd zijn en nauwelijks inspraak bieden voor vrijwilligers en donateurs in strategische beleidskeuzes of de vormgeving van hun activiteiten (De Wit, Mensink, Einarsson & Bekkers, 2019). Wie tijd of geld geeft heeft weinig of geen directe invloed op de organisatie.

Goededoelenorganisaties kunnen experimenteren met nieuwe incidentele vormen van fondsenwerving om te testen welke manieren juist jongere generaties bereiken. Recent werven MrBeast en andere YouTubers met #TeamTrees wereldwijd 20 miljoen dollar voor het planten van bomen. Bekende gamers lieten zich sponsoren door kijkers. Op deze manier bereikten zij veel 'digital natives', jongeren die met het internet opgegroeid zijn. Ook Virtual Reality biedt veel kansen voor goede doelen om jongere generaties te bereiken.

Een belangrijke nieuwe vorm van incidenteel geven die internationaal veel aandacht trekt is 'Peer-to-Peer (P2P) Fundraising': vrijwilligers werven

donaties voor goede doelen in hun directe omgeving, vaak via crowdfunding platforms zoals GoFundMe of geef.nl. Omdat het bekenden zijn die het verzoek doen, is het vertrouwen in de organisatie die uiteindelijk giften ontvangt minder relevant in de overweging van potentiële gevers.

Andere vormen van incidenteel geefgedrag die ook onder oudere generaties mogelijkheden bieden voor goede doelen zijn gerelateerd aan het betaalverkeer. In de VS en het VK doen steeds meer winkelketens mee met acties voor goede doelen ('checkout giving', Fritz, 2019). Klanten krijgen bij de kassa de vraag om een incidentele gift aan een goed doel, liefst een organisatie die past bij de winkel. In het Verenigd Koninkrijk vragen sommige banken hun klanten bij een opname van contant geld uit een geldautomaten om een gift. In Nederland komt sinds kort ook de incidentele gift via de mobiele telefoon op, via WhatsApp en Tikkie.

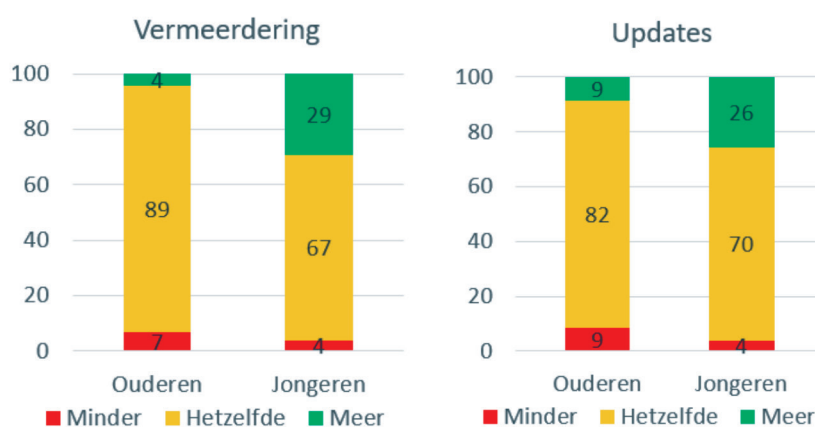
Naast deze incidentele vormen kunnen goededoelenorganisaties inzetten op structurele verbintenissen met betrokken donateurs. Omdat dit kostbare investeringen zijn is het verstandig om deze selectief te doen. Een mogelijkheid daarvoor bieden zogenaamde geefkringen ('giving circles', Eikenberry, 2006), waarin bewuste gevers samen met andere betrokken mensen projecten van goede doelen bespreken en elkaar motiveren om te geven. Goededoelenorganisaties kunnen bij bestaande geefkringen aansluiting zoeken of er zelf een opzetten.

Een laatste ontwikkeling is de loongift: een donatie via de werkgever. In de VS en het VK bestaat deze vorm van geven ('payroll giving') al heel lang, waarbij bedrijven soms de giften van hun werknemers vermeerderen. In Nederland blijken weinig bedrijven deze mogelijkheid aan hun werknemers aan te bieden. Een nieuw initiatief van *The Social Handshake* zal de komende jaren de LoonGift in Nederland introduceren.

Ouderen vinden tegenprestaties niet aantrekkelijk, jongeren daarentegen wel

Wat zijn aantrekkelijke tegenprestaties voor ouderen (generatie <1945) en welke zijn aantrekkelijk voor jongeren (generatie Y)? Ouderen noch jongeren vinden 'erkenning' een aantrekkelijke tegenprestatie. Over het algemeen geven ouderen aan dat ze niet meer of minder gaan geven als gevolg van een tegenprestatie. Jongeren daarentegen vertonen wel interesse in tegenprestaties, met de sterkste voorkeur voor (1) een

vermeerdering van hun donatie voor het goede doel door een andere partij, of (2) het verkrijgen van updates. Van de jongeren geeft 29% aan dat ze meer zouden geven als een andere partij geld bijlegt bovenop de donatie (i.e. vermeerdering). Van de jongeren geeft 26% aan meer te gaan geven als ze na de donatie nog informatie krijgen over wat er met het geld gebeurd is en of het doel bereikt is (i.e. update).



Percentage van ouderen en jongeren die meer, hetzelfde of meer zouden geven wanneer (1) een andere partij hun donatie vermeerderd of (2) zij updates ontvangen.

Literatuur

- Bekkers, R. (2009). Fondsenwerving in tijden van crises. Pp. 186-195 in: Schuyt, T.N.M., Gouwenberg, B.M. & Bekkers, R. (Eds.). *Geven in Nederland 2009: Giften, Sponsoring, Legaten en Vrijwilligerswerk*. Amsterdam: Reed Business. <https://renebekkers.files.wordpress.com/2011/08/bekkersogb.pdf>
- Bekkers, R. (2017). Inleiding. Pp. 21-28 in: Bekkers, R. Schuyt, T.N.M., & Gouwenberg, B.M. (Eds.). *Geven in Nederland 2017: Giften, Sponsoring, Legaten en Vrijwilligerswerk*. Amsterdam: Lenthe. https://renebekkers.files.wordpress.com/2020/02/c_gin2017_inleiding.pdf
- Bekkers, R. & De Graaf, N.D. (2002). Verschuivende achtergronden van verenigingsparticipatie. *Mens & Maatschappij*, 77 (4): 338-360. https://renebekkers.files.wordpress.com/2011/08/bekkers_deggraaf_mm_02.pdf
- Bekkers, R., Hooghe, M. & Stolle, D. (2005). Jeugdparticipatie en sociaal kapitaal in Vlaanderen en Nederland. Pp. 153-174 in: Völker, B. (Ed.). *Burgers in de buurt: Samenleven in school, wijk en vereniging*. Amsterdam: Amsterdam University Press. https://renebekkers.files.wordpress.com/2011/08/bekkers_hooghe_stolle_mm_05.pdf
- Bekkers, R. & Ruiter, S. (2009). Generatieverschillen in maatschappelijke waarden en vrijwillige inzet. Pp. 178-194 in: Dekker, P. & De Hart, J. (Eds.). *Vrijwilligerswerk in meervoud: Civil society en vrijwilligerswerk 5*. The Hague: SCP. https://renebekkers.files.wordpress.com/2011/08/bekkers_ruiter_09.pdf
- Den Ridder, J., Miltenburg, E., Huijnk, W. & Van Rijnberk, S. (2019). *Continu onderzoek burgerperspectieven 2019 | 4*. Den Haag: SCP. <https://www.scp.nl/dsresource?objectid=1461aee5-ab03-4f58-94ec-96313ec1224e&type=org>
- Dekker, P. & De Hart, J. (2002). Het zout der aarde: een analyse van de samenhang tussen godsdienstigheid en sociaal kapitaal in Nederland. *Sociale Wetenschappen*, 45 (1): 45-61.
- Bekkers, R., De Wit, A., Hoolwerf, L.K., & Boezeman, E.J. (2015). Geven van tijd: vrijwilligerswerk. Pp. 135 - 154 in: Bekkers, R., Schuyt, T.N.M., & Gouwenberg, B.M. (Eds.). *Geven in Nederland 2015: Giften, Sponsoring, Legaten en Vrijwilligerswerk*. Amsterdam: Reed Business. https://renebekkers.files.wordpress.com/2015/09/gin2015_h6_vrijwilligerswerk.pdf
- De Hart, J. & Van Houweligen, P. (2018). *Christenen in Nederland: Kerkelijke deelname en christelijke geloofsgedrag*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau. <https://www.scp.nl/binaries/scp/documenten/publicaties/2018/12/19/christenen-in-nederland/Christenen-in+Nederland.pdf>
- De Wit, A., Bekkers, R., Karamat Ali, D., & Verkaik, D. (2015). Welfare impacts of participation. Deliverable 3.3 of the project: "Impact of the Third Sector as Social Innovation" (ITSSOIN), European Commission – 7th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research. http://itssoin.eu/site/wp-content/uploads/2015/09/ITSSOIN_D3_3_The-Impact-of-Participation.pdf
- De Wit, A., Mensink, W., Einarsson, T. & Bekkers, R. (2019). Beyond Service Production: Volunteering for Social Innovation. *Nonprofit & Voluntary Sector Quarterly*, 48 (2S): 52S-71S. <https://doi.org/10.1177/0899764017734651>
- Eikenberry, A.M. (2006). Giving Circles: Growing Grassroots Philanthropy. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 35 (3): 517-532. <https://doi.org/10.1177/0899764006287482>
- Fritz, J. (2019). Checkout Charity Campaigns Succeed Because Most Consumers Say Yes. *The Balance Small Business*, 23 mei 2019. <https://www.thebalancesmb.com/checkout-charity-campaign-best-practices-2501825>
- Hogenhout, J. (2019). *Er is helemaal geen geefcrisis*. Vakblad Fondsenwerving, 26 november 2019. <https://www.fondsenwerving.nl/verdieping/artikel/2019/11/26/Er-is-helemaal-geen-geefcrisis>
- Howe, N., & Strauss, W. (1992). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. Harper Collins.
- Inglehart, R. (1977). *The silent revolution: Changing values and political styles among Western publics*. Princeton University Press.
- Oh, J., Chopik, W.J., Konrath, S. & Grimm, K.J. (2020). Longitudinal Changes in Empathy Across the Life Span in Six Samples of Human Development. *Social Psychological and Personality Science*, 11(2): 244-253. <https://doi.org/10.1177/2F1948550619849429>
- Schmeets, H. (2018). *Vertrouwen op de kaart*. Heerlen: CBS. https://www.cbs.nl/-/media/_pdf/2018/18/vertrouwen-op-de-kaart.pdf
- Schuyt, T.N.M., Mariani, E., & Felix, S. (2017). Nalatenschappen. Pp. 83-100 in: Bekkers, R. Schuyt, T.N.M., & Gouwenberg, B.M. (Eds.). *Geven in Nederland 2017: Giften, Sponsoring, Legaten en Vrijwilligerswerk*. Amsterdam: Lenthe. https://renebekkers.files.wordpress.com/2020/01/h_gin2017_hoofdstuk-2-nalatenschappen.pdf
- Van Ingen, E. & Dekker, P. (2011). Changes in the determinants of volunteering: participation and time investment between 1975 and 2000 in the Netherlands. *Nonprofit & Voluntary Sector Quarterly*, 40(4): 682-702. <https://doi.org/10.1177/0899764010363324>
- Wennekers, A., Boelhouwer, J., Van Campen, C. & Kullberg, J. (2019). *De sociale staat van Nederland 2019*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau. <https://digitaal.scp.nl/ssn2019/>
- Wiepking, P., Bekkers, R. & Osili, U. (2014). Examining the association of religious context with giving to non-profit organizations. *European Sociological Review*, 30(5): 640-654. <https://renebekkers.files.wordpress.com/2011/08/resubmitted-religious-context-and-giving-esr.pdf>

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 anonimiteit geven in Nederland de norm is.

Doelen	Geld			Goederen			Geld + goederen % van het totaal
	% dat geeft	€ onder gevers	€ onder allen	% dat geeft	€ onder gevers	€ onder allen	
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

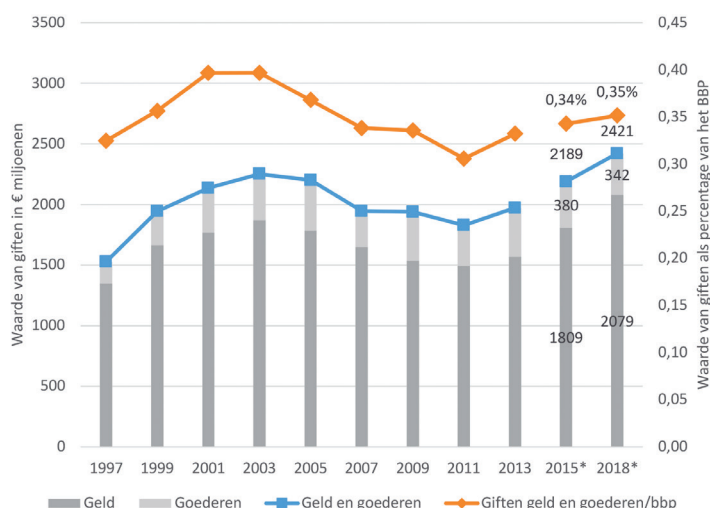
* inclusief nationale acties

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%.

Geven door huishoudens



Verbeterde methode voor het schatten van giften

De schattingen van het geefgedrag van huishoudens in dit hoofdstuk en in deel B zijn gebaseerd op generalisaties van gegevens uit steekproeven, waaronder een groot aantal vermogende Nederlanders. De gegevens zijn gewogen op basis van gegevens van het CBS over het gebruik van de giftenaftrek in de inkomstenbelasting. Bovendien hebben we de schattingen robuuster gemaakt door de invloed van uitschieters te beperken. De verbeterde methode heeft tot correcties geleid in eerder gepubliceerde cijfers over 2015 en leidt ook tot een trendbreuk. De met de nieuwe methode gecorrigeerde cijfers over 2015 zijn aangegeven met een sterretje. Meer informatie over de generalisatie en de trendbreuk leest u in de methodologische verantwoording.

Claire van Teunenbroek
René Bekkers

1.1 Nederlandse huishoudens geven €2,4 miljard

In 2018 geven huishoudens in Nederland voor €2,4 miljard aan goede doelen in de vorm van geld of goederen (zie tabel 1.1). De gemiddelde gift per huishouden is €308. Meer dan 80% van de huishoudens geeft geld of goederen aan goede doelen. De helft van de huishoudens geeft meer dan €79.

Een vergelijking met de vorige meting over 2015 (zie tabel 1.2) laat een toename zien in de waarde van giften van huishoudens met ongeveer 10%. De stijging is groter dan de inflatie in de periode

2015-2018 (3,4%). De gemiddelde gift nam toe van €286 in 2015 naar €308 in 2018. De stijging is het resultaat van hogere giften in de vorm van geld. De waarde van geldgiften is gestegen van €236 in 2015 naar €265 in 2018. De waarde van goederen is juist licht gedaald: van €50 in 2015 naar €44 in 2018. Het deel van de huishoudens dat goederen geeft is gedaald, van 38% in 2015 naar 31% in 2018. We zien ook een lichte daling van het percentage dat geld geeft, van 82% in 2015 naar 80% in 2018.

	%	€ onder gevers	Mediaan	€ onder allen	€ Totaal x miljoen
Geld	80	334	55	265	2.079
Goederen	31	141	0	44	342
Geld of goederen	83	373	79	308	2.421

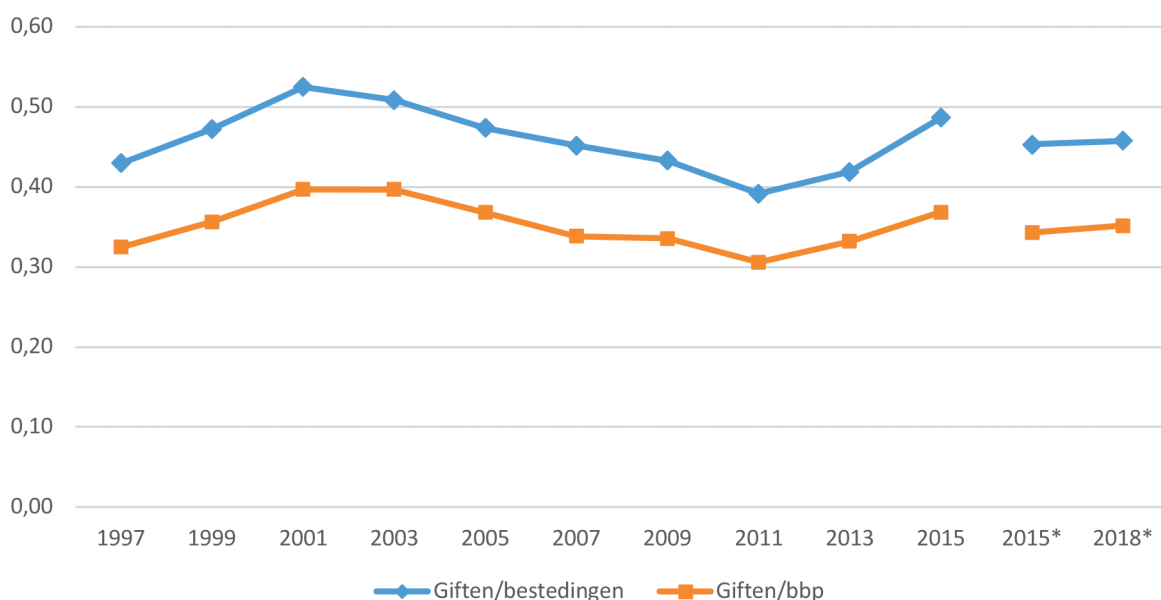
Tabel 1.1: Percentage van huishoudens dat geld en goederen geeft en de waarde van giften, 2018

	%	€ onder gevers	Mediaan	€ onder allen	€ Totaal x miljoen
Geld	82	288	60	236	1.809
Goederen	38	130	0	50	380
Geld en goederen	84	341	103	286	2.189

Tabel 1.2: Percentage van huishoudens dat geld en goederen geeft en de waarde van giften, 2015

We geven meer, maar niet als percentage van het bbp

Figuur 1.1 laat zien hoe de waarde van giften van geld en goederen als aandeel van het bruto binnenlands product (bbp) en de consumptieve bestedingen zich ontwikkeld heeft sinds 1997. We zien een toename van 1997 tot 2001, een stabilisatie in 2003 en een daling na 2005. Na 2011 zien we weer een stijging. In 2018 is de waarde van giften als percentage van de bestedingen van huishoudens 0,46%, vrijwel gelijk aan het percentage in 2015 (0,45%). De waarde van giften door huishoudens als percentage van het bbp bleef ook ongeveer gelijk: in 2018 was het 0,35%, in 2015 0,34%.



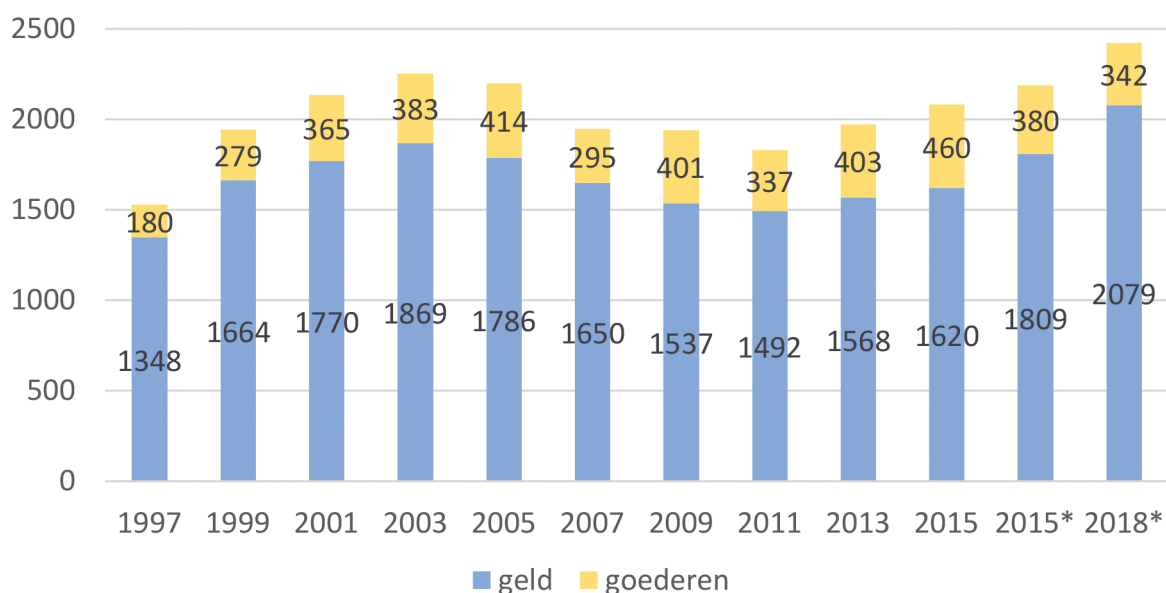
De percentages kunnen afwijken van eerder gerapporteerde cijfers door een aanpassing van het CBS.

Sinds 2015 geven we ook de nieuwe schatting weer, inclusief vermogende huishoudens, aangeven met een sterretje achter het jaartal.

Figuur 1.1: Waarde van giften in geld en goederen door Nederlandse huishoudens ten opzichte van het bruto binnenlands product (bbp), 1997-2018

1.2 Giften van geld stijgen verder

Figuur 1.2 laat zien dat fluctuaties in het totaal gegeven bedrag in giften van geld en goederen vooral veroorzaakt worden door veranderingen in de waarde van giften in de vorm van geld. In 2018 is 86% van de totale waarde van de bijdragen van huishoudens in de vorm van giften van geld. Na een stijging in de waarde van giften in de periode 1997-2003 zien we een daling tot 2011, waarna het bedrag weer stijgt.

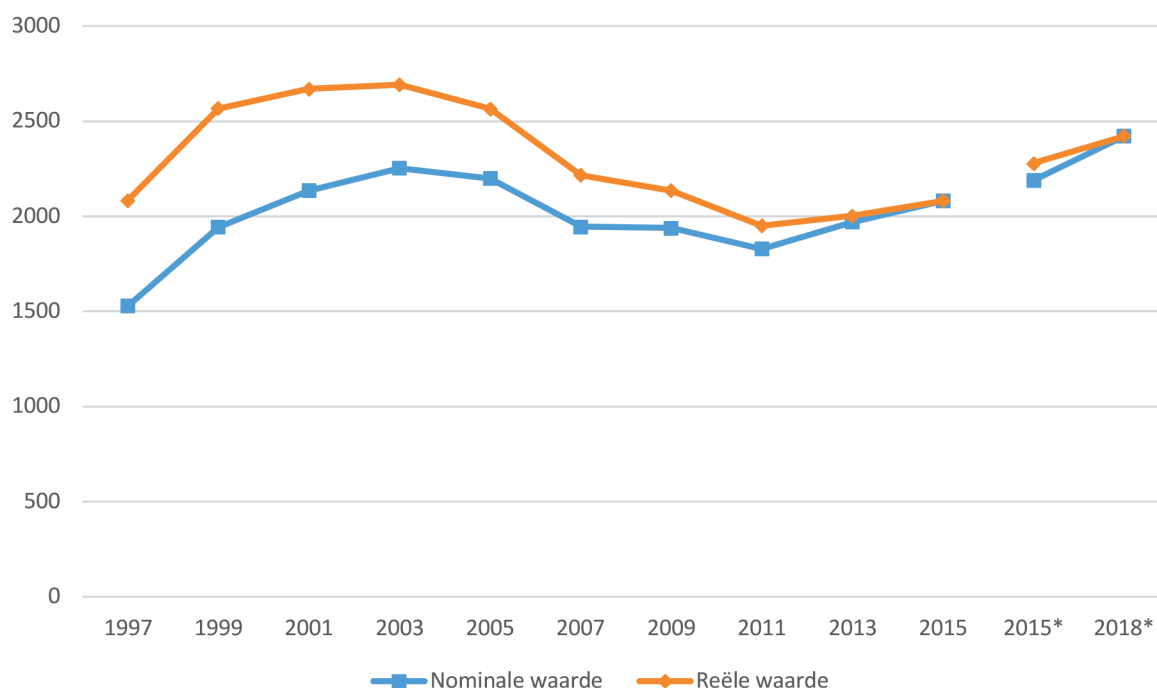


Sinds 2015 geven we ook de nieuwe schatting weer, inclusief vermogende huishoudens, aangeven met een sterretje achter het jaartal

Figuur 1.2: Totaal gegeven bedrag aan geld en goederen in miljoenen euro's, 1997-2018 (nominale waarde, niet gecorrigeerd voor inflatie)

1.3 Trends in geefgedrag in geld en goederen gecorrigeerd voor inflatie

In figuur 1.3 zien we de nominale en reële waarde van het geefgedrag van Nederlandse huishoudens in geld en goederen. De reële waarde geeft het geefgedrag gecorrigeerd voor prijsinflatie, ten opzichte van het basisjaar 2015. De reële waarde van giften stijgt sinds 2011, maar ligt ook in 2018 nog onder het tot nu toe hoogste niveau van 2003.

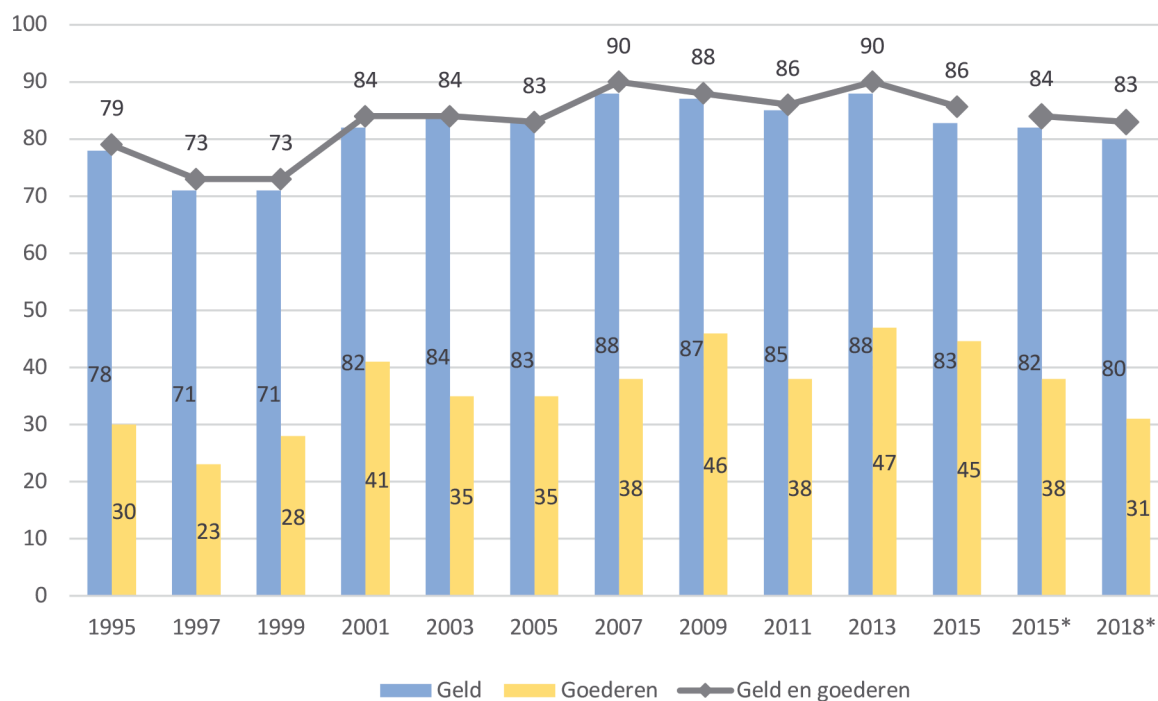


Sinds 2015 geven we ook de nieuwe schatting weer, inclusief vermogende huishoudens, aangegeven met een sterretje achter het jaartal

Figuur 1.3: Waarde van geld en goederen in miljoenen euro's door Nederlandse huishoudens, 1997-2018 (reële waarde, gecorrigeerd voor inflatie ten opzichte van prijspeil 2015)

1.4 Acht van de tien huishoudens geeft

Figuur 1.4 laat het percentage van huishoudens zien dat geeft: 80% geeft geld, 31% geeft goederen, en 83% geeft geld of goederen. Sinds 2007 zien we een daling in het percentage van huishoudens dat geld en/of goederen aan goededoelenorganisaties geeft, met een eenmalige piek in 2013.



Sinds 2015 geven we ook de nieuwe schatting weer, inclusief vermogende huishoudens, aangeven met een sterretje achter het jaartal

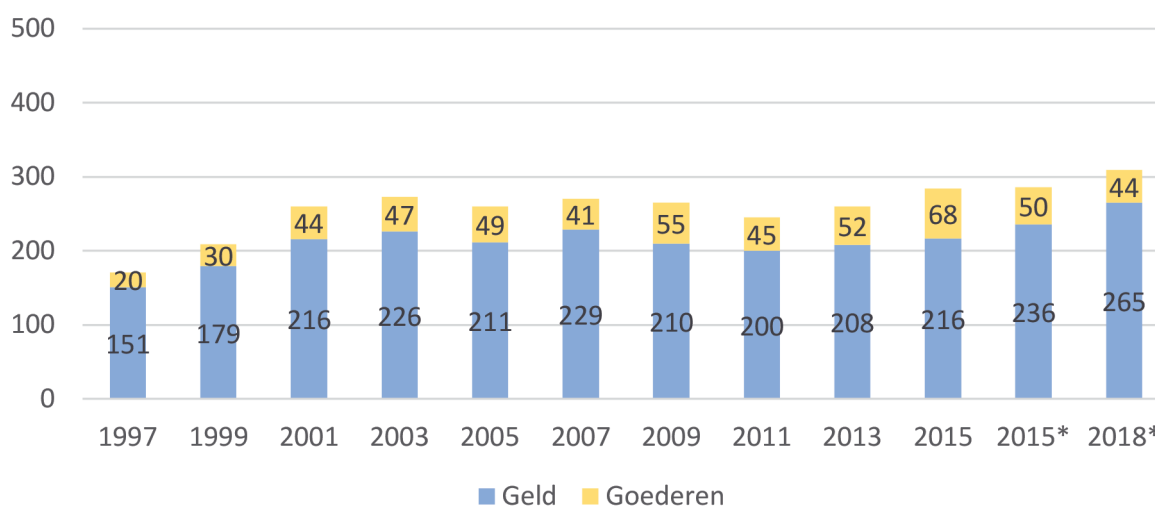
Figuur 1.4: Percentage van de huishoudens dat geld en goederen geeft, 1995-2018

1.5 Het gemiddelde bedrag in de vorm van giften is gestegen

In figuur 1.5 zien we de trend in het gemiddelde gegeven bedrag in de vorm van giften en goederen onder alle huis-

houdens. De giften van geld stijgen sinds 2011. Na de trendbreuk zet de stijging zich verder door. De waarde van giften in

de vorm van goederen is in 2018 hetzelfde als in 2001.



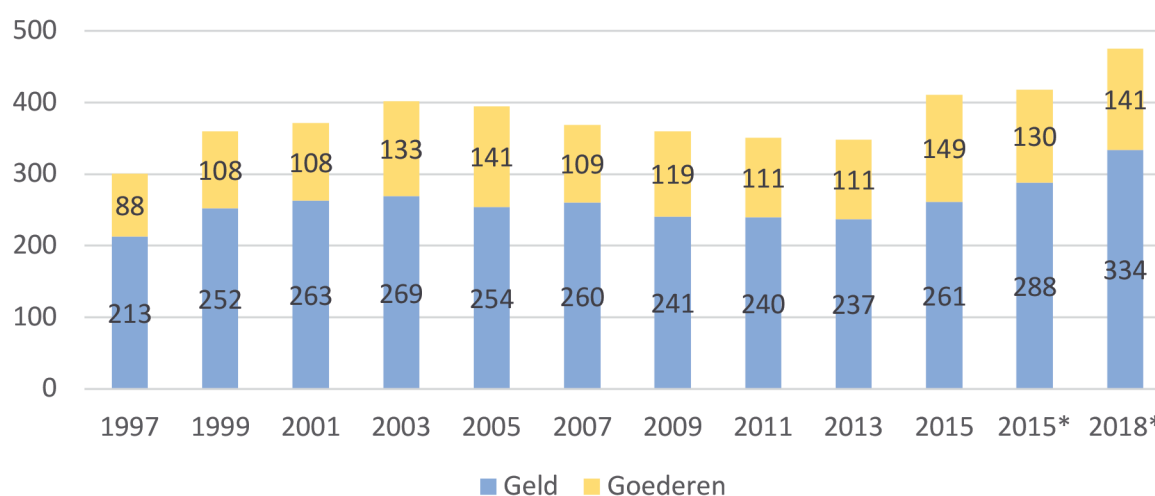
Sinds 2015 geven we ook de nieuwe schatting weer, inclusief vermogende huishoudens, aangeven met een sterretje achter het jaartal

Figuur 1.5: Waarde van giften van geld en goederen onder alle huishoudens, 1997-2018 (in €)

Wanneer we in figuur 1.6 naar het gemiddelde kijken onder alleen de huishoudens die geven, dan zien we vanaf

2013 een toename. Giften van geld onder donateurs liggen in 2018 15% hoger dan in 2015. De waarde van gedoneerde goe-

deren onder huishoudens die goederen doneren ligt in 2018 wat hoger dan in 2015.



Sinds 2015 geven we ook de nieuwe schatting weer, inclusief vermogende huishoudens, aangeven met een sterretje achter het jaartal

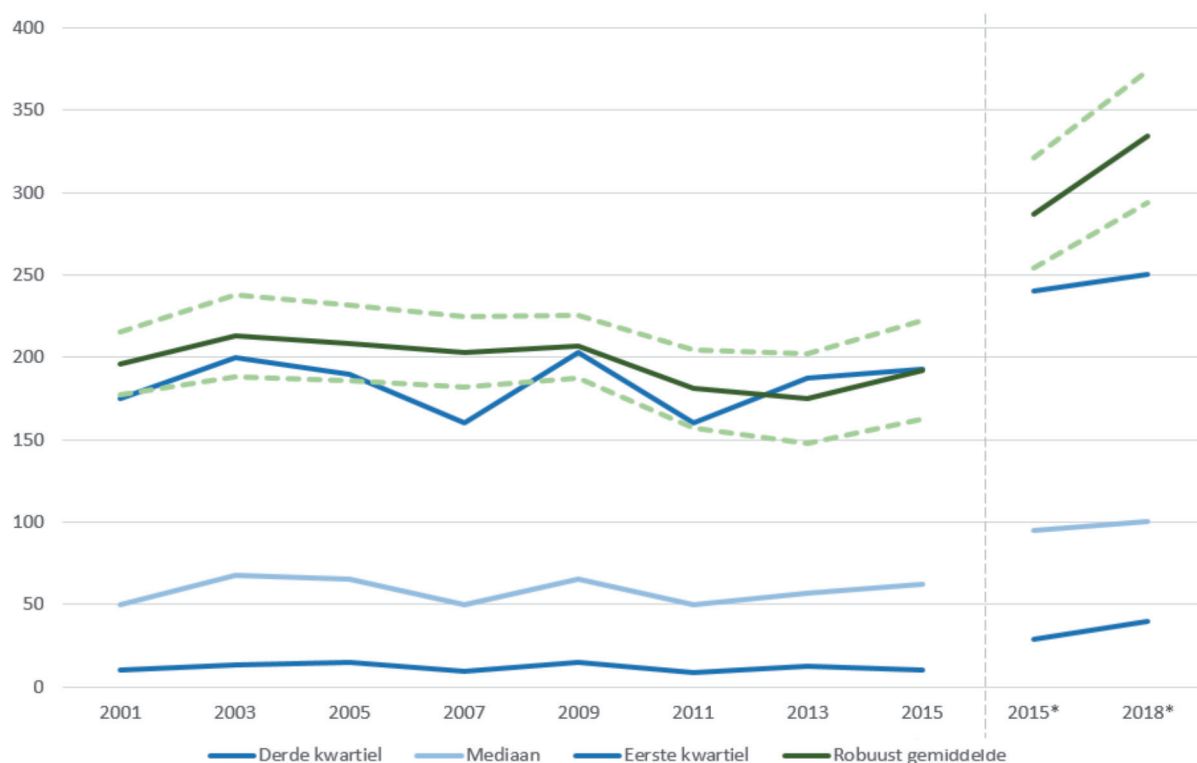
Figuur 1.6: Waarde van giften van geld en goederen onder huishoudens die geven, 1997-2018 (in €)

1.6 Ook in robuuste statistieken een toename in 2018

De toename in het geefgedrag in 2018 is niet veroorzaakt door uitschieters. Dit blijkt uit figuur 1.6, die robuuste trends laat zien in giften in geld. Omdat gemiddelden sterk kunnen worden beïnvloed door uitschieters hebben we het robuuste gemiddelde berekend, dat de invloed van de allerhoogste bedragen vermindert. In de methodologische verantwoording lichten we deze procedure nader toe. We laten ook de ontwikkeling zien in de mediaan – het bedrag dat precies op de helft ligt van wat huishoudens geven, in het eerste kwartiel – het bedrag dat de 25% minst gevende huishoudens geven – en het derde kwartiel – het bedrag dat de 25% meest gevende huishoudens geven. In al deze statistieken zien we nauwelijks verandering tot 2009.

Daarna zien we het robuuste gemiddelde dalen tot in 2013. In 2015 zien we echter weer een toename. Deze toename zet zich door na de trendbreuk in 2018.

De mediaan en de grens van het derde kwartiel stijgen vanaf 2011. Na de trendbreuk zetten deze stijgingen zich voort. Daarnaast zien we in 2018 ook de grens van het eerste kwartiel stijgen: de 25% minst gevende Nederlanders geven gemiddeld €40, flink meer dan in 2015.



Sinds 2015 geven we ook de nieuwe schatting weer, inclusief vermogende huishoudens, aangegeven met een sterretje achter het jaartal. De stippellijnen vormen de boven- en ondergrens van het 95% betrouwbaarheidsinterval van het robuuste gemiddelde.

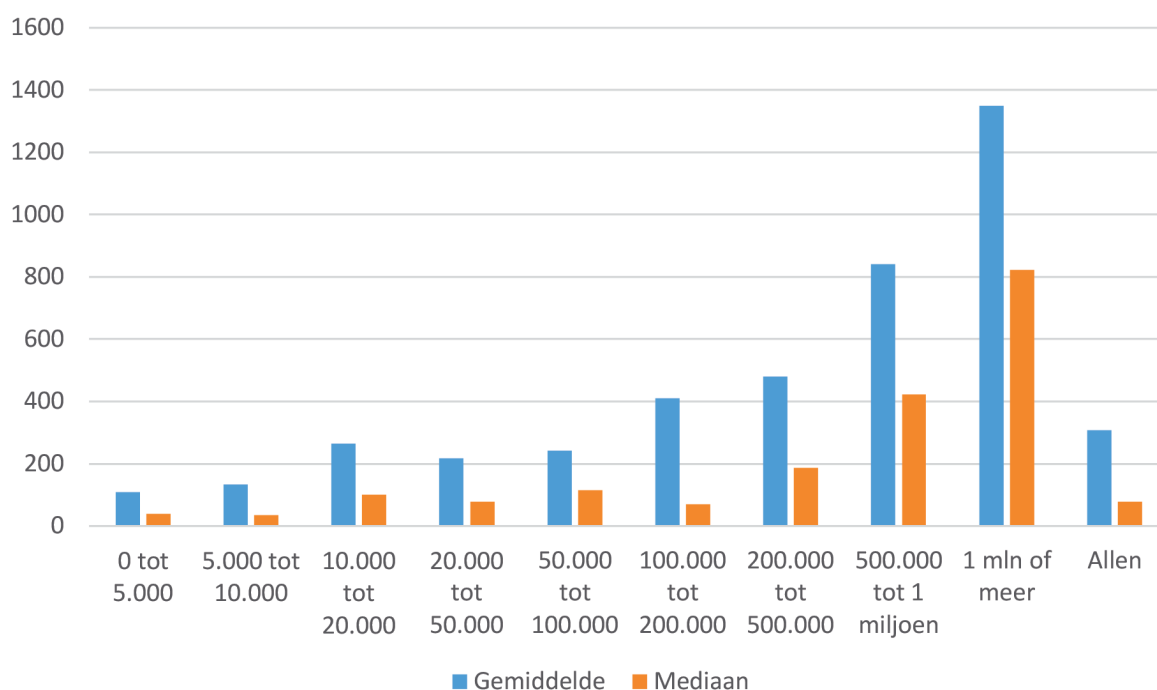
Figuur 1.7: Robuuste beschrijvende statistieken van geldgiften, 2001-2018 (in €)

1.7 Vermogende huishoudens doneren hogere bedragen

Vermogende huishoudens zijn verantwoordelijk voor een groot deel van het totale geefgedrag. Figuur 1.8 geeft het gemiddelde gegeven bedrag aan giften per vermogenscategorie weer. Huishoudens met een vermogen tot €5.000 geven gemiddeld €109. Voor de groep huishoudens met een vermogen van €200.000 tot €500.000 is dit €481. Voor de huishoudens met een vermogen boven de miljoen is het gemiddelde €1.350.

De figuur geeft ook de mediaan weer, waarmee we de invloed van uitschieters beperken. Voor huishoudens met een vermogen tot €5.000 ligt de mediaan op €40. Dit betekent dat de helft van de huishoudens in deze categorie minder dan €40 geeft. In de groep huishoudens

met een vermogen van €200.000 tot €500.000 geeft de helft minder dan €187. In de hoogste vermogenscategorie (€1 miljoen of meer) geeft de helft minder dan €822. Zowel het gemiddelde als de mediaan wijzen uit dat vermogende Nederlanders veel hogere bedragen doneren dan Nederlanders met een kleiner vermogen.



Figuur 1.8: Gemiddelde en mediaan van giften per vermogenscategorie (in €)

Toename aantal vermogende Nederlanders en hun aandeel in het geefgedrag

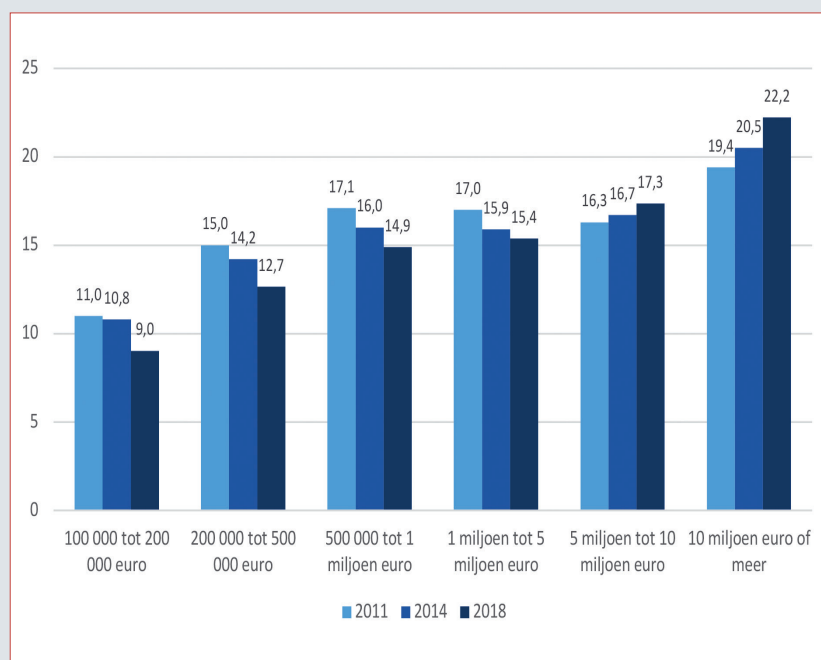
Gegevens over de vermogensverdeling in Nederland die het CBS op ons verzoek heeft geleverd laten zien dat het aantal huishoudens met een vermogen van 1 miljoen of meer sinds 2011 is toegenomen. Het gebruik van de giftenaftrek neemt toe met de hoogte van het vermogen, zo laat figuur 1.9 zien. In de afgelopen jaren waarover we gegevens hebben verkregen zijn zeer vermogende huishoudens steeds vaker gebruik gaan maken van de giftenaftrek. Het gebruik van de giftenaftrek neemt juist af onder minder vermogende particulieren. De scheefheid in het gebruik van de giftenaftrek is daardoor toegenomen.

Het bedrag dat vermogende huishoudens aan giftenaftrek opvoeren blijft de afgelopen jaren ongeveer gelijk, zo blijkt uit tabel 1.4.

De toename van het aantal vermogende huishoudens en het percentage dat gebruik maakt van de giftenaftrek zorgt ervoor dat het totaalbedrag aan giftenaftrek door vermogende Nederlanders is toegenomen. De scheefheid is groot. In

2018 neemt de rijkste 0,1% van de huishoudens in Nederland, met een vermogen van €10 miljoen of meer, 9% van het

totaalbedrag aan giftenaftrek voor haar rekening.



Figuur 1.9: Gebruik van de giftenaftrek naar vermogen (bron: CBS, maatwerk; in %)

	2011	2014	2018
Minder dan €100.000	4641,6	5026,9	4804,4
€100.000 tot €200.000	937,2	908,7	969,9
€200.000 tot €500.000	1245,1	1075,9	1342,9
€500.000 tot €1 miljoen	359,8	312,8	426,5
€1 miljoen tot €5 miljoen	142,0	143,1	193,1
€5 miljoen tot €10 miljoen	8,0	9,0	9,8
€10 miljoen of meer	3,6	4,4	4,5

Tabel 1.3: Aantal huishoudens (x 1000) naar vermogenscategorie (bron: CBS, maatwerk)

	2011	2014	2018	2011	2014	2018
Minder dan €100.000	45	45	40	29	31	25
€100.000 tot €200.000	100	110	100	13	14	12
€200.000 tot €500.000	150	160	150	26	23	25
€500.000 tot €1 miljoen	230	250	240	11	11	13
€1 miljoen tot €5 miljoen	500	490	520	10	10	13
€5 miljoen tot €10 miljoen	2500	2600	2400	3	3	3
€10 miljoen of meer	16800	15600	16000	8	9	9

Tabel 1.4: Bedrag aan giftenaftrek (in €) en aandeel (in %) naar vermogenscategorie (bron: CBS, maatwerk)

1.8 Een kleiner deel van de huishoudens geeft grotere bedragen

Het beeld dat we hebben gezien voor alle giften bij elkaar opgeteld zien we nog duidelijker als we naar het geefgedrag per doel kijken. De top drie van populairste doelen voor giften in geld is niet veranderd: het vaakst geven huishoudens aan gezondheid (62%), op ruime afstand gevolgd door internationale hulp (32%) en natuurbehoud (31%). Voor de meeste doelen zien we een daling van het percentage van de huishoudens dat geeft. Tegelijk zagen we eerder dat het percentage huishoudens dat in 2018 aan minstens één doel geeft (80%), nagenoeg hetzelfde is als in 2015 (81%). Dit betekent dat huishoudens aan minder verschillende doelen zijn gaan geven.

We zien ook dat het gemiddelde bedrag onder gevende huishoudens voor de meeste doelen is gestegen, met name op het terrein van kerk en levensbeschouwing, gezondheid, en sport en recreatie. De hoogte van giften aan cultuur, milieu en overige doelen is in 2018 juist lager dan in 2015.

	2015		2018	
	Percentage dat geeft	Gemiddeld bedrag ^a	Percentage dat geeft	Gemiddeld bedrag ^a
Kerk en levensbeschouwing	24	292	20	440
Gezondheid	67	60	62	96
Internationale hulp	37	83	32	104
Milieu	18	43	15	41
Natuur	31	35	31	45
Dieren	28	23	26	40
Onderwijs en onderzoek	10	45	6	73
Cultuur	13	183	13	72
Sport en recreatie	13	37	11	69
Maatschappelijke en sociale doelen	33	38	28	65
Overig	9	147	3	88
Nationale acties	15	47	13	45
Alle doelen	81	288	80	334

^a Alleen onder huishoudens die geven

Tabel 1.6: Percentage van de huishoudens dat giften van geld geeft en gemiddelde bedragen onder de huishoudens die geven, voor 2015 en 2018

1.9 Giften in de vorm van goederen zijn afgenomen

In het percentage van huishoudens dat goederen geeft zien we een daling van 37% in 2015 naar 31% in 2018. Tabel 1.7 laat zien dat de twee populairste doelen die huishoudens met goederen steunen net als in 2015 maatschappelijke en sociale doelen (14%) en internationale hulp (9%) zijn. We zien voor deze doelen een daling in het percentage dat goederen geeft, maar de waarde van de gedoneerde goederen is in 2018 wat hoger dan in 2015. Het bedrag voor de 'overige doelen' is relatief groot. Dit komt waarschijnlijk doordat respondenten niet precies weten in welke categorie zij goederen zoals schoenen, kleding en andere spullen die zij in een container doen of aan een kringloopwinkel geven, kunnen plaatsen.

	2015		2018	
	Percentage dat geeft	Gemiddeld bedrag ^a	Percentage dat geeft	Gemiddeld bedrag ^a
Kerk en levensbeschouwing	8	107	6	102
Gezondheid	4	94	2	67
Internationale hulp	11	98	9	113
Milieu	1	17	1	36
Natuur	1	34	1	30
Dieren	2	57	3	34
Onderwijs en onderzoek	1	36	4	43
Cultuur	1	72	1	30
Sport en recreatie	2	34	1	28
Maatschappelijke en sociale doelen	17	97	14	100
Overig	4	103	3	179
Nationale acties	37	130	31	141
Alle doelen	8	107	6	102

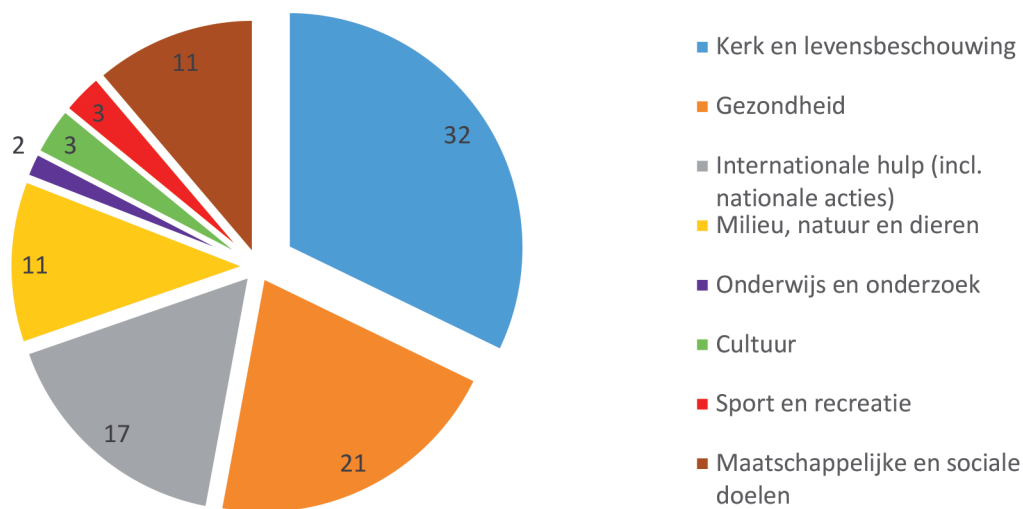
^a Alleen onder huishoudens die geven

Tabel 1.7: Percentage van de huishoudens dat giften van geld geeft en gemiddelde bedragen onder de huishoudens die geven, voor 2015 en 2018

De verdeling van de filantropische taart

Hoe zijn de giften van geld en goederen verdeeld over de verschillende doelen? Met andere woorden, hoe ziet de filantropische taart eruit? Figuur 1.10 laat zien dat het grootste deel van alle giften van huishoudens naar kerk en levensbeschouwing gaat (31%), gevolgd door gezondheid (20%), internationale hulp en nationale acties (16%) en milieu, natuur en dieren (11%).

In deel B van het boek treft u uitgebreide analyses aan van de bijdragen per doel.



Figuur 1.10: Het aandeel van de totale waarde van giften van geld en goederen door huishoudens dat doelen ontvangen

1.10 Giften aan lokale goededoelenorganisaties veel lager in 2018

	2007	2009	2011	2013	2015	2018
Lokale sportvereniging	14	13	12	12	16	11
Kleinschalig goed doel op het gebied van ontwikkelingssamenwerking	10	7	8	7	7	4
Lokale onderwijsinstelling	6	5	6	5	5	3
Buurtvereniging	6	6	6	5	6	4
Lokale culturele instelling	3	2	3	2	2	1
Lokale zorginstelling	2	2	3	2	1	1
Lokale gezondheidszorginstelling	1	1	1	1	1	^a
Overige lokale doelen	2	3	3	2	4	^a

^a Te weinig respondenten om percentages of gemiddelden te geven
Exclusief vermogende huishoudens

Tabel 1.8: Percentage van huishoudens dat geeft aan lokale goededoelenorganisaties, 2007-2018

Huishoudens geven minder vaak aan lokale goededoelenorganisaties. Tabel 1.8 laat zien dat het percentage van de huishoudens dat geeft aan lokale goededoelenorganisaties in 2018 veel lager ligt dan in voorgaande jaren. We zien lagere percentages bij de meeste lokale goededoelenorganisaties. Sportverenigingen zijn in 2018 nog steeds het populairste lokale doel, maar zitten onder het niveau van de jaren ervoor.

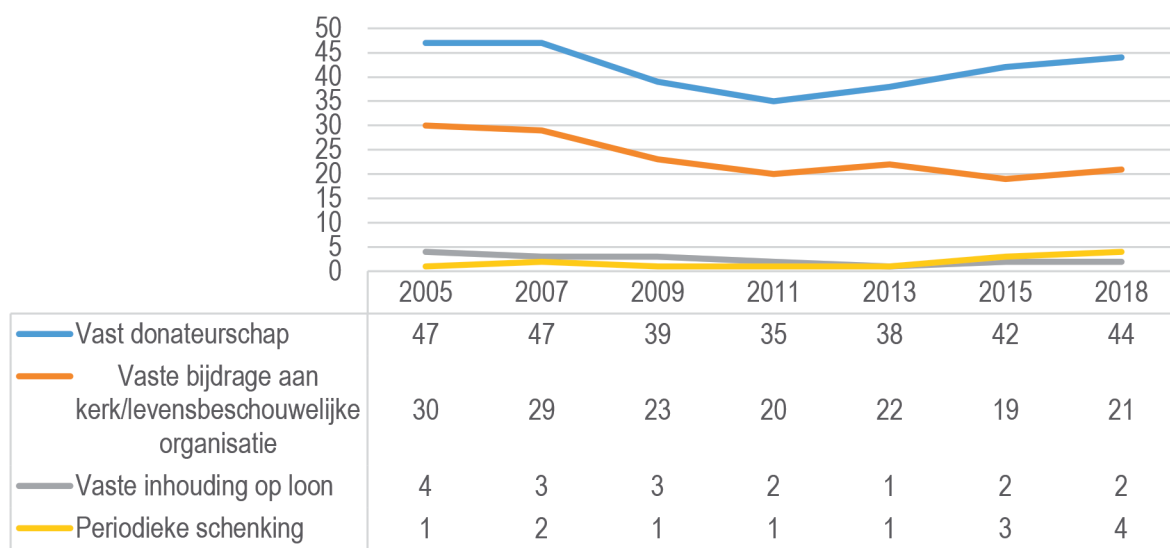
Tabel 1.9 laat zien dat ook de gemiddelde bedragen onder de donateurs van lokale goededoelenorganisaties zijn gedaald. De gemiddelde bedragen aan kleinschalige goede doelen op het gebied van ontwikkelingssamenwerking zijn ongeveer gehalveerd. De stijging die we eerder zagen in de bedragen vanaf 2011 is in 2018 bij de meeste lokale doelen weer ongedaan gemaakt. De daling zien we niet bij buurtverenigingen en lokale culturele instellingen.

	2007	2009	2011	2013	2015	2018
Een lokale sportvereniging	26	28	24	27	34	29
Een kleinschalig goed doel op het gebied van ontwikkelingssamenwerking	72	56	57	82	102	64
Een lokale onderwijsinstelling	36	76	72	112	90	63
Een buurtvereniging	18	13	12	14	12	19
Een lokale culturele instelling	36	24	25	16	35	40
Een lokale zorginstelling	12	17	29	39	39	28
Een lokale gezondheidszorginstelling	9	77	60	21	11	^a
Overige lokale doelen	55	80	263	121	80	^a

^a Te weinig respondenten om percentages of gemiddelden te geven
Exclusief vermogende huishoudens

Tabel 1.9: Gemiddeld gedoneerde bedrag aan lokale goededoelenorganisaties onder huishoudens die hebben gegeven, 2007-2018 (in €)

1.11 Vaste donateurschappen toegenomen



Exclusief vermogende huishoudens

Figuur 1.11: Manieren van gepland geven door huishoudens, 2005-2018 (in %)

Er is een breed scala aan manieren om aan goededoelenorganisaties te geven. Hieronder beschrijven we hoe Nederlanders in de loop van het kalenderjaar hebben gegeven. We maken onderscheid tussen (1) gepland geven, (2) incidenteel geven en (3) geven met profijt/kopen.

Vast donateurschap neemt toe

Het doneren via een vast donateurschap neemt sinds 2011 toe. Figuur 1.11 laat zien dat deze stijging zich ook dit jaar heeft doorgezet. Iets minder dan de helft van de huishoudens geeft aan te geven via een vast donateurschap. We zien een toename in het percentage van de huishoudens dat via een periodieke schenking geeft. Het percentage huishoudens met een vaste bijdrage aan de kerk (21%) is sinds 2009 ongeveer constant gebleven. Huishoudens geven nauwelijks door een vaste inhouding op het loon (2%).

Nederlanders geven vooralsnog voornamelijk eenmalig voor een korte periode

Nederlanders kunnen op verschillende manieren kiezen voor een goed doel. De verdeling tussen spontaan versus bewust kiezen voor de doelen is ongeveer gelijk verdeeld. Iets meer dan de helft van de respondenten (55%) geeft aan spontaan te geven wanneer iets op hun pad komt wat zij belangrijk vinden. De andere 45% zegt een bewuste keuze te maken voor de doelen die ze steunen.

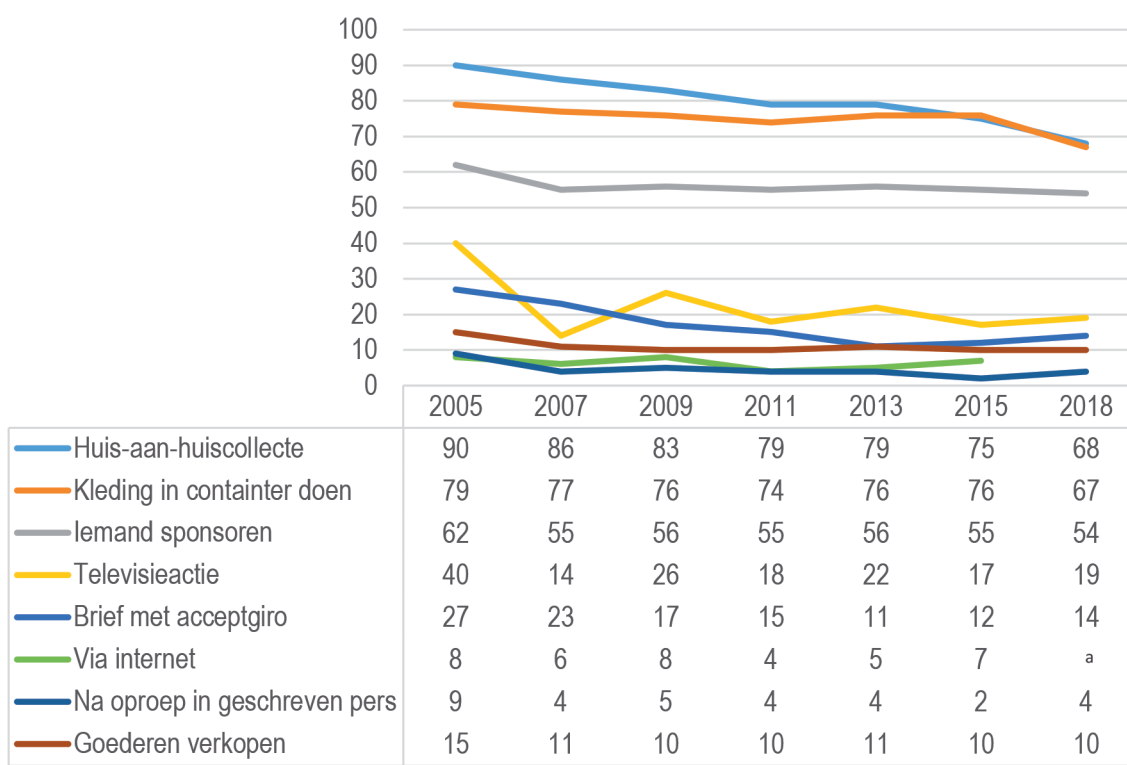
Nadat er een goed doel is gekozen, kunnen gevers zich op verschillende manieren binden aan goede doelen. Ondanks dat er een toename is in het percentage dat zich voor een langere tijd aan een goed doel bindt, geeft het grootste gedeelte (73%) aan eenmalig of voor een korte periode te geven aan goede doelen. De overige groep (27%) geeft aan zich voor een langere tijd aan een specifiek goed doel te binden. Incidentele giften zijn vooralsnog populairder, maar figuur 1.12 laat wel een afname zien.

Incidenteel geven neemt verder af

Figuur 1.12 laat zien dat de meest populaire vormen van incidentele giften de huis-aan-huiscollecte (68%) en kleding in de container (67%) zijn. De populariteit van deze twee manieren van geven neemt wel af. Het percentage van huishoudens dat geeft via sponsoring (54%) is sinds 2007 stabiel.

Naast de huis-aan-huiscollecte zijn er andere vormen van collectes zoals een collecte op straat. Figuur 1.13 laat zien dat in veel vormen van collectes de dalende trend sinds 2011 zich verder doorzet. Dit geldt voor collectes op straat (van 48% in 2011 naar 38% in 2018),

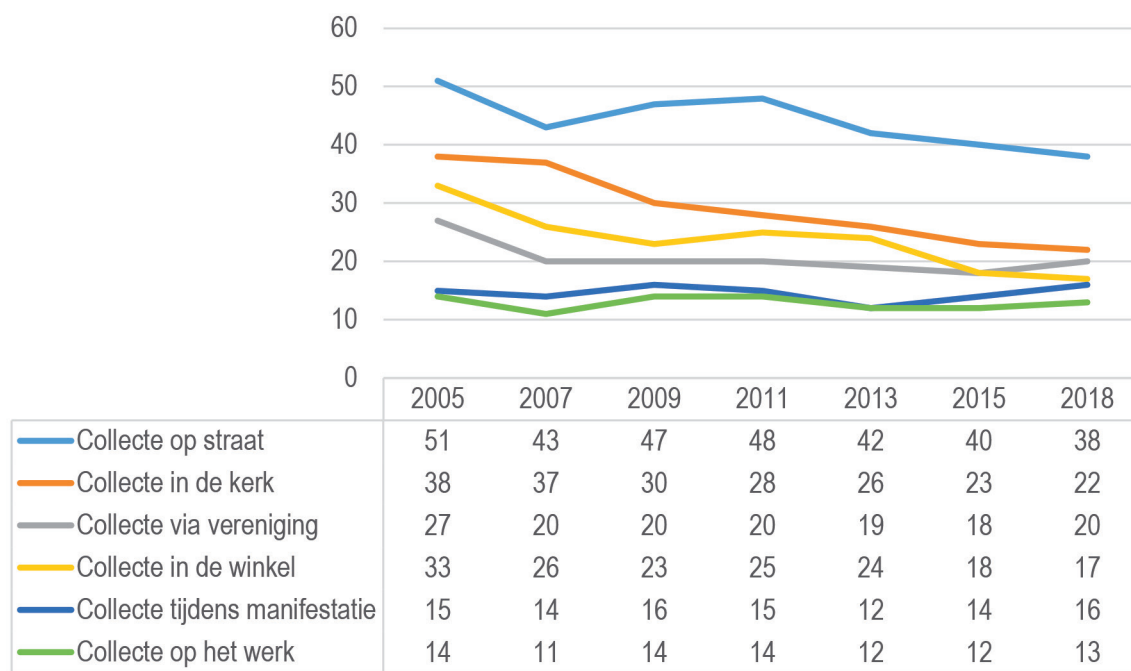
collectes in de kerk (van 37% in 2007 naar 22% in 2018) en collectes in winkels (van 33% in 2005 naar 17% in 2018). Een uitzondering op deze dalende trends zijn collectes via een vereniging, tijdens manifestaties, en op het werk. Hier zien we een lichte stijging of geen verandering in vergelijking met de vorige editie.



^a Dit jaar hebben we geven via het internet anders gemeten, zie paragraaf 1.12)
Exclusief vermogende huishoudens

Figuur 1.12: Manieren van incidenteel geven, 2005-2018 (in %)

1. | GEVEN DOOR HUISHOUDENS

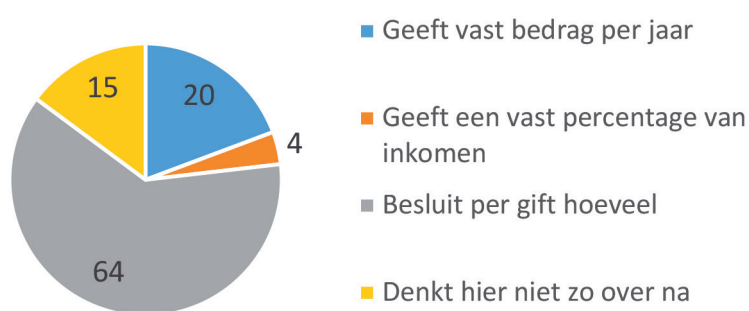


Exclusief vermogende huishoudens

Figuur 1.13: Manieren van geven door huishoudens, 2005-2018 (in %)

Nederlanders besluiten voornamelijk per gift hoeveel ze geven

Nederlanders kunnen op verschillende manieren besluiten hoeveel ze geven aan goede doelen. Figuur 1.14 geeft het percentage weer van Nederlanders die op een bepaalde manier besluiten hoeveel ze willen geven aan goede doelen. Bijna twee derde geeft aan per donatie te besluiten over het bedrag (64%). Een vijfde geeft een vast bedrag per jaar. Slechts een kleine groep (4%) zegt een vast percentage van het inkomen te doneren.



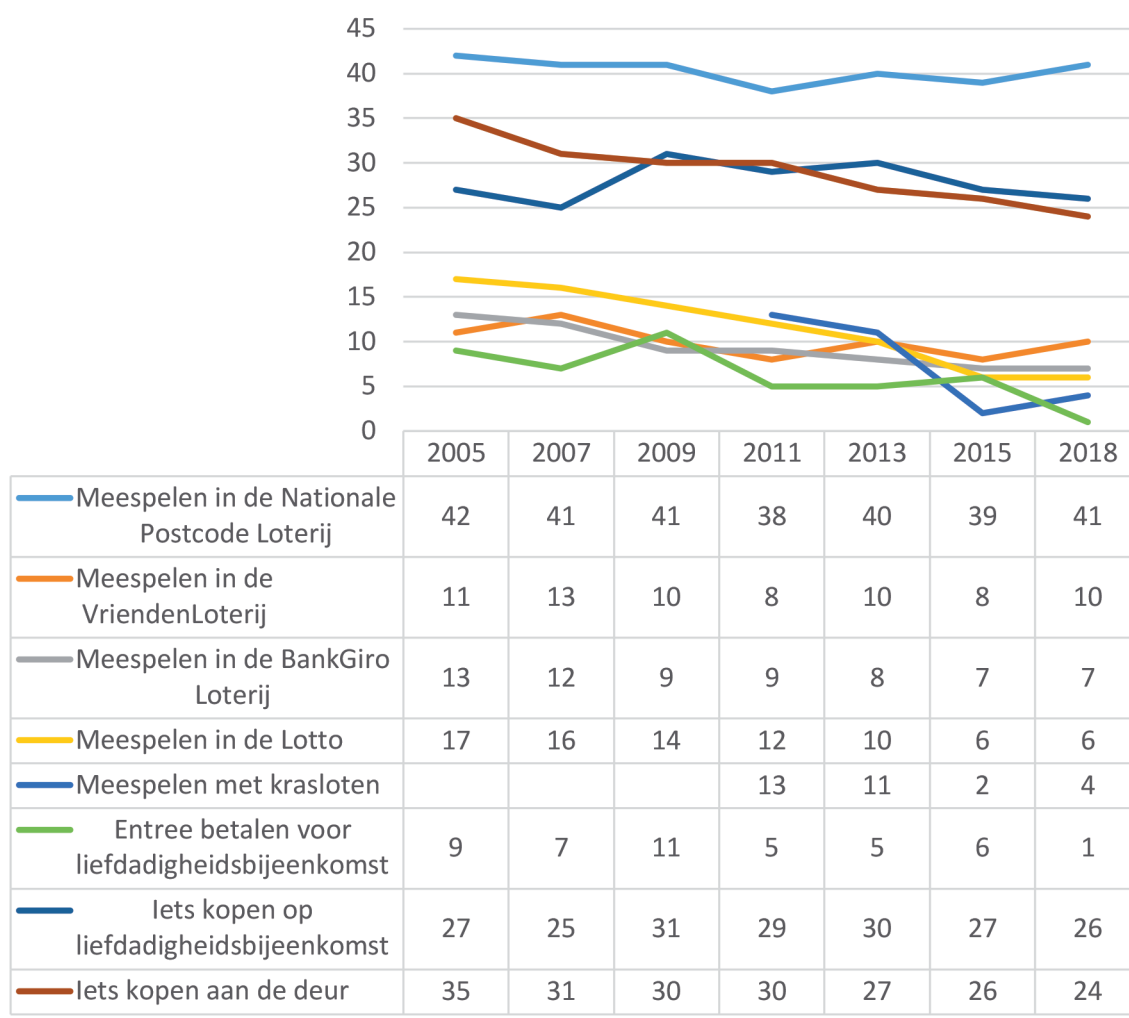
Exclusief vermogende huishoudens.

Figuur 1.14: Percentage respondenten dat op een bepaalde manier besluit hoeveel ze geven

Geven met profijt en iets kopen voor een goed doel

Figuur 1.15 laat zien dat de populariteit van de Nationale Postcode Loterij en de VriendenLoterij ongeveer gelijk is

gebleven. Bij de BankGiro loterij, de Lotto, en krasloten zien we dat de daling die zichtbaar is sinds 2015 zich verder doorzet.



Exclusief vermogende huishoudens

Figuur 1.15: Manieren van geven met profijt/kopen voor een goed doel, 2005-2018 (in %)

1.12 Een op de zes huishoudens geeft weleens online

Dit jaar hebben we uitgebreid gevraagd naar online geven. Ongeveer één op de zes huishoudens (16%) geeft aan het afgelopen jaar online gedoneerd te hebben. Wanneer Nederlanders online doneren, dan doen ze dit meestal via crowdfunding. Ongeveer één op de negen huishoudens (11%) zegt op deze manier te hebben gegeven. Crowdfunding richt zich op het ophalen van geld via een online omgeving (crowdfunding platform), waarbij potentiële donateurs vooraf kunnen lezen waar de actie voor is, hoeveel geld er nodig is en wie de initiatiefnemer is. Vaak ondersteunt de initiatiefnemer de actie met een promotiefilmpje. De gegevens die wij hier presenteren bevatten zowel donaties aan Nederlandse crowdfunding platforms, als aan buitenlandse platforms. Ondanks dat andere vormen van crowdfunding aanslaan bij de Nederlandse bevolking (Crowdfundingcijfers.nl, 2019; Van Teunenbroek, 2019), lijkt het erop dat in Nederland filantropische crowdfunding nog niet zijn 'crowd' heeft gevonden. Slechts een kleine groep Nederlanders doneert aan crowdfunding projecten. Daarnaast zijn de donatiebedragen op jaarbasis laag, namelijk €43 onder respondenten die geven. Als Nederlanders via crowdfunding doneren, dan doneren ze meestal eenmalig (57%), of 2-3 keer per jaar (39%).

Vier verschillende typen crowdfunding

Crowdfunding gaat niet alleen over het inzamelen van donaties. Er zijn vier verschillende typen crowdfunding: (1) donatie, (2) beloning, (3) lening, en (4) aandelen. In dit hoofdstuk analyseren wij alleen crowdfunding op basis van donaties en beloningen. Dit noemen we ook wel filantropische crowdfunding (van Teunenbroek, 2016): hierbij is de input (het donatiebedrag) van een donateur groter dan de tegenprestatie. Bij crowdfunding op basis van donaties ondersteunen donateurs zonder enige tegenprestatie een project. Bij crowdfunding op basis van een beloning krijgen donateurs wel een (kleine) tegenprestatie, die zij vaak zelf kunnen uitkiezen. In 2018 was filantropische crowdfunding goed voor 10% van het totale geefbedrag voor crowdfunding (Crowdfundingcijfers.nl, 2019). De overige 90% komt binnen via crowdfunding op basis van lening of aandelen. Bij crowdfunding in de vorm van een krediet lenen financiers een bepaald bedrag aan een ondernemer. Bij crowdfunding op basis van aandelen ontvangen financiers een aandeel van het bedrijf in ruil voor hun financiering. Crowdfunding op basis van een lening of aandelen is sinds de economische crisis die na 2008 de economie in zijn greep hield steeds populairder geworden, maar is geen filantropie.

Nederlanders steunen vooral crowdfunding projecten waarvan ze de initiatiefnemer kennen

Onder respondenten die een crowdfundingproject hebben gesteund blijkt de relatie met de initiatiefnemer een belangrijke motivatie te zijn om te geven, zo blijkt uit figuur 1.16. De meest genoemde reden om te doneren is de

relatie met de initiatiefnemer (34%). Als Nederlanders de initiatiefnemer kennen, dan is het in de meeste gevallen een vriend (47%), een familielid (30%) of een collega (23%).



Exclusief vermogende respondenten

Figuur 1.16: Motivaties voor geven aan een crowdfunding project (in %)

Bij crowdfunding kunnen zowel goede-doelenorganisaties als privépersonen een project starten om giften in te zame-len. De respondenten die aan crowdfun-dingprojecten hebben gegeven noemen de bekendheid van de organisatie niet vaak als belangrijkste reden om te geven (10%). Vaker noemen respondenten het belang van het project als reden om te doneren (22%).

Bij crowdfunding is het gebruikelijk dat gevers kleine tegenprestaties krijgen aangeboden, zoals op Voordekunst, Kickstarter NL en Cinecrowd. De tegen-prestaties kunnen uiteenlopen van een geschreven bedankje tot een rondleiding door een museum. Slechts een kleine groep gevers (10%) zegt voornamelijk te geven vanwege de tegenprestatie.

1.13 Manieren waarop Nederlanders geven en gevraagd zijn

Van de respondenten geeft een meerderheid (58%) aan in de twee weken voorafgaande aan het onderzoek niet benaderd te zijn door goededoelenorganisaties. Tabel 1.10 laat zien dat wanneer respondenten wel benaderd zijn, dit in de meeste gevallen gebeurt in een huis-aan-huiscollecte (22%), via een collecte op straat (9%), met het verzoek iemand te sponsoren (9%) of een loterijactie (8%).

Tabel 1.10 geeft ook het percentage weer van Nederlanders die, mits ze zijn gevraagd, ook daadwerkelijk geven. De hoogste kans op een gift na gevraagd te zijn vinden we in de kerk, moskee, tempel of synagoge (58%). Verzoeken zijn vaker niet dan wel succesvol bij collectes op straat (36%), collectes aan de deur (35%) en via het internet/e-mail/sociale media.

We zien de hoogste bedragen als reactie op een collecte in een kerk, moskee, tempel of synagoge. Een klein aantal uitschieters beïnvloedt dit bedrag sterk. De helft van de respondenten die op deze manier geeft doneert minder dan €9. De laagste bedragen zien we bij de twee methodes die het vaakst worden ingezet door goededoelenorganisaties om Nederlanders te benaderen, namelijk de huis-aan-huis collecte en de collecte op straat. De helft van de respondenten doneert daarbij minder dan €3.

	<i>Gevraagd afgelopen twee weken (in %)</i>	<i>Geven indien gevraagd (in %)</i>	<i>Bedrag afgelopen twee weken (in €)</i>	<i>Mediaan afgelopen twee weken (in €)</i>
Huis-aan-huiscollecte	22	35	4	3
Collecte op straat	9	36	4	2
Iemand sponsoren	9	14	23	11
Collecte in de kerk, moskee, tempel of synagoge	4	58	82	9
Collecte via vereniging	1	a	a	a
Collecte op het werk	1	a	a	a
Radio- of televisieactie	4	14	a	a
Brief met acceptgiro	7	8	a	a
Via internet, e-mail of sociale media	6	22	17	16
Via een telefoontje	1	a	a	a
Na oproep in pers	1	a	a	a
Collecte bij manifestatie	1	a	a	a
Meespelen in loterij	8	12	a	a
Iets kopen aan de deur	2	5	a	a
Via toegangsprijs van een liefdadigheidsevenement	a	a	a	a

^a Te weinig respondenten om percentages te geven

Tabel 1.10: Manieren waarop Nederlanders gegeven en gevraagd zijn te geven

1.14 Andere manieren van geven naast geld

Naast geld geven aan goede doelen kunnen Nederlanders ook op andere manieren bijdragen aan een betere wereld. Op welke manier willen Nederlanders het liefst iets doen voor goede doelen? Tabel 1.11 laat zien dat Nederlanders aangeven te willen bijdragen door persoonlijk voor iemand uit hun eigen omgeving te zorgen (16%). Daarnaast is milieubewuster of duurzamer leven een manier waarop Nederlanders iets voor een goed doel willen doen (14%). Vrijwilligerswerk is naast het geven van geld een veel genoemde manier om te dragen aan een betere wereld (13%). Slechts een beperkt deel geeft aan dat ze het liefste geld geven (7%). Eén op negen Nederlanders wil op geen enkele manier bijdragen aan goede doelen (11%).

Persoonlijke zorg voor Nederlanders in mijn eigen omgeving	16
Milieubewuster of duurzamer leven	14
Vrijwilligerswerk doen	13
Spullen geven aan Nederlanders in mijn omgeving	8
Geld geven aan goededoelenorganisaties	7
Spullen inleveren voor goede doelenorganisatie	7
Fair Trade- of duurzame producten kopen	5
Een petitie tekenen	5
Iemand sponsoren voor een goed doel	5
Geld geven aan Nederlanders in omgeving	4
Maatschappelijk beleggen bij een duurzame bank	1
Een app op telefoon om levensstijl te monitoren	1
Demonstreren	1
Zelf een actie opstarten	1
Via social media Nederlanders beïnvloeden	^a
Wil niets bijdragen aan goede doelen	11

^a Te weinig respondenten om een percentage te geven
Exclusief vermogende huishoudens

Tabel 1.11: Andere manieren van geven (in %)

Wat vinden ouderen de belangrijkste manier om een bijdrage te leveren, en wat vinden jongeren de belangrijkste manier? In de special kijken we of er een verschil is tussen ouderen en jongeren in hun voorkeuren voor verschillende manieren om bij te dragen aan goede doelen.

We zien de wens om milieubewuster te leven ook terug in de reacties op de vraag hoe goededoelenorganisaties eventuele ergernis kunnen verminderen. Respondenten geven als tip aan goede doelen om het aantal brieven en post in het algemeen te verminderen.



Respondent aan het woord

Minder post sturen en het mogelijkheid maken om aan te kunnen geven geen post meer te willen ontvangen.

Alleenstaande hoger opgeleide man, 63 jaar, geeft aan goede doelen

1.15 Wie geeft er?

Hoe ziet het geefgedrag van de verschillende demografische groepen in Nederland eruit? In tabel 1.12 staan de resultaten weergegeven van analyses die

deze vragen beantwoorden. We bekijken zowel de kans dat Nederlanders uit verschillende groepen geven als het gemiddelde bedrag dat zij per jaar geven. We

maken hiervoor gebruik van multiële regressieanalyse, waarmee we statistisch rekening houden met verschillen tussen de groepen.

	%	Kans	Bedrag (in €) onder gevers	Bedrag
Vrouw	82	/	241	/
Man	81	0	489	+
Leeftijd: 35 jaar of jonger	71	/	172	/
Leeftijd: 35-55 jaar	88	+	221	0
Leeftijd: 55 jaar of ouder	86	+	554	+
Niet getrouwd	78	/	311	/
Getrouwd	87	+	421	0
Geen kinderen in huishouden	80	/	225	/
Kinderen in huishouden	87	0	575	+
Geen betaald werk	87	/	540	/
Betaald werk	79	-	260	-
Gepensioneerd	85	0	378	0
Huishoudinkomen: 1e kwintiel ^a	70	/	156	/
Huishoudinkomen: 2e kwintiel ^a	91	0	327	(+)
Huishoudinkomen: 3e kwintiel ^a	88	+	475	+
Huishoudinkomen: 4e kwintiel ^a	87	+	997	+
Huishoudinkomen: 5e kwintiel ^a	88	+	1510	+
Geen eigen huis	78	/	220	/
Eigen huis	91	(+)	537	0
Opleiding: mavo of lager	80	/	217	/
Opleiding: mbo/havo/vwo	81	0	226	0
Opleiding: hbo/wo	86	0	558	+
Niet gelovig	82	/	245	/
Rooms-katholiek	79	+	772	+
Protestant	93	(+)	734	(+)
Bezoek kerk: nooit of zelden	82	/	253	/
Bezoek kerk: een of enkele malen per maand	100	0	1446	+
Bezoek kerk: vaker	96	+	1344	+

^a Onder respondenten met een positief huishoudinkomen

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

Tabel 1.12: Achtergrondkenmerken van huishoudens die geven en een hoger bedrag geven

We zien de vrijgevigheid van Nederlanders terug onder zeer uiteenlopende bevolkingsgroepen. De kans op een gift is hetzelfde onder mannen en vrouwen, maar mannen geven wel hogere bedragen. Huishoudens met kinderen geven even vaak als huishoudens zonder kinderen, maar huishoudens met kinderen geven wel hogere bedragen. Nederlanders ouder dan 55 jaar geven vaker en ook hogere bedragen dan Nederlanders van 35 jaar of jonger. In de generatiespecial blijkt dat de meeste verschillen tussen leeftijdsgroepen niet veroorzaakt worden door het ouder worden, maar door generatieverschillen. Verschillen in de kans om te geven naar het hebben van een eigen huis verdwijnen als we rekening houden met andere kenmerken van huishoudens. Nederlanders met betaald werk doneren minder vaak en ook lagere bedragen dan Nederlanders zonder betaald werk. Gepensioneerde Nederlanders doneren even vaak en

vergelijkbare bedragen als Nederlanders met betaald werk. Huishoudens met een hoger inkomen geven vaker en ook hogere bedragen dan huishoudens met een lager inkomen.

Onder gelovige respondenten liggen de percentages gevers en de gegeven bedragen hoger dan onder niet-gelovigen. Rooms-katholieken geven vaker en hogere bedragen dan niet-gelovige respondenten. Protestanten geven ook vaker en hogere bedragen dan niet-gelovige respondenten, maar dit verschil verdwijnt wanneer we rekening houden met de frequentie van kerkbezoek. In de generatiespecial zien we dat kerkelijkheid een belangrijke verklaring is voor geefgedrag en verschillen tussen generaties.

1.16 Huishoudens met een migratieachtergrond

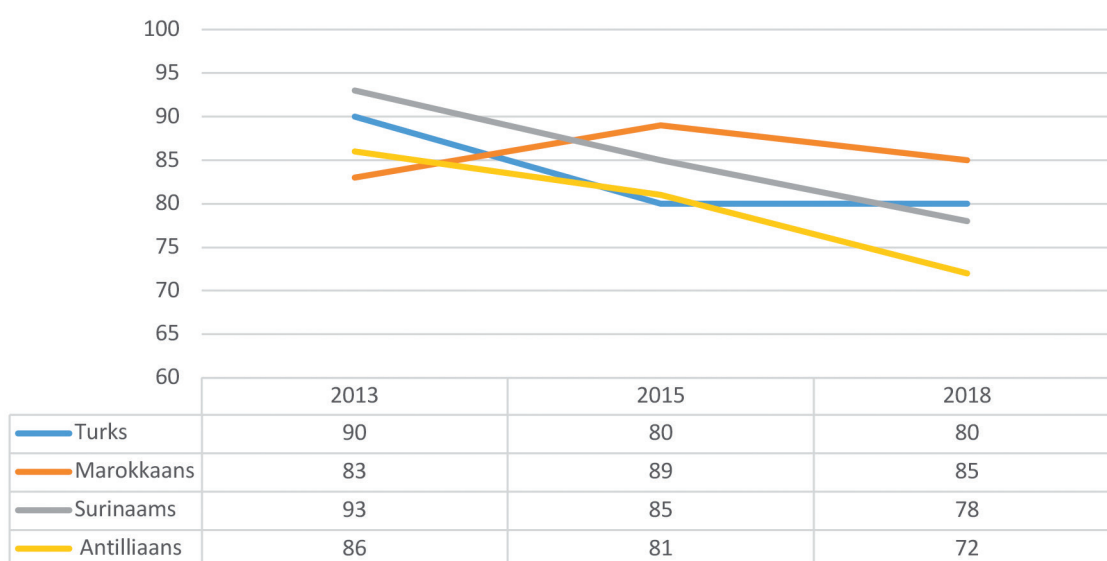
	%	€ onder gevers	€ onder allen
Geld	78	303	227
Goederen	40	149	59
Geld en goederen	79	366	286

Tabel 1.13: Percentage van huishoudens met een migratieachtergrond dat geld en goederen geeft en waarde van de giften, 2018

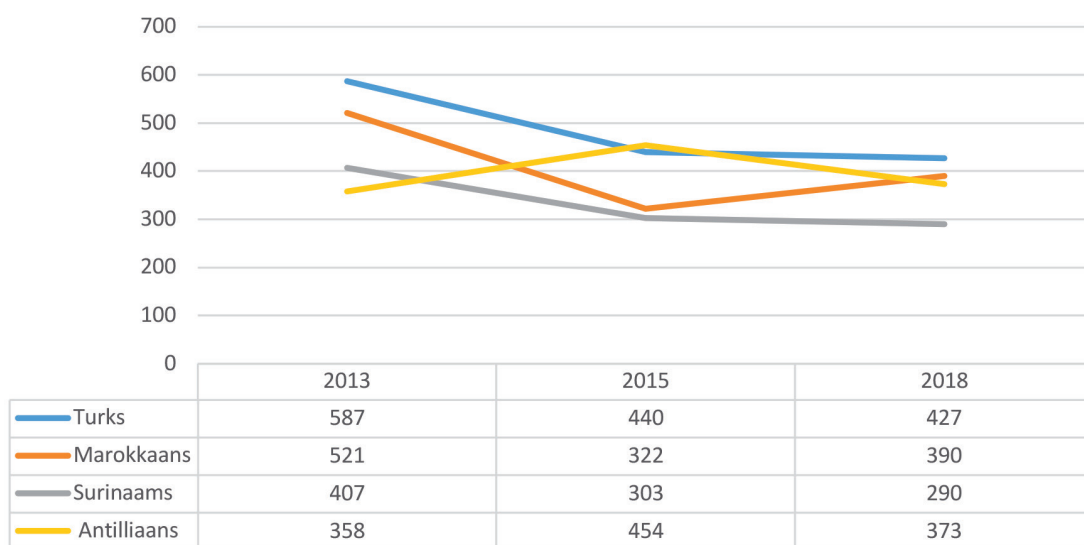
In deze paragraaf bespreken we hoeveel geld Nederlandse huishoudens met een migratieachtergrond aan goede doelen hebben gegeven.

Onder huishoudens met een migratieachtergrond verstaan wij in dit onderzoek huishoudens waarvan de respondent of diens ouders een Turkse, Marokkaanse, Surinaamse of Antilliaanse achtergrond heeft. Hoe verschilt het geefgedrag tussen deze groepen? Tabel 1.13 geeft de cijfers weer van het geefgedrag in 2018. We zien dat onder huishoudens met een migratieachtergrond het gemiddelde bedrag €286 is. Van de huishoudens geeft 79% geld of goederen aan goede doelen.

Figuur 1.17 geeft het percentage van huishoudens met een migratieachtergrond weer dat geeft in de jaren 2013, 2015 en 2018. We zien een afname in het percentage van gevers onder Surinaamse en Antilliaanse huishoudens sinds 2013.



Figuur 1.17: Percentage van de huishoudens met een migratieachtergrond dat geeft, 2013-2018 (in %)



Figuur 1.18: Gemiddelde bedrag aan giften van huishoudens met een migratieachtergrond, 2013-2018 (in €)

Figuur 1.18 geeft de gemiddelde donatiebedragen weer. We zien dat terwijl het percentage gevers onder Marokkaanse huishoudens is afgenomen, het donatiebedrag is toegenomen. In de andere groepen zien we een daling in het donatiebedrag.

Doelen waaraan huishoudens met een migratieachtergrond geven

Het percentage van huishoudens met een migratieachtergrond dat geeft is het hoogste op het terrein van kerk en levensbeschouwing (65%). Dit doel ontvangt ook de hoogste gemiddelde bedragen. Daarnaast geeft 50% van de

huishoudens aan gezondheid. Cultuur is minder populair onder huishoudens met een migratieachtergrond, slechts 5% geeft hieraan. Huishoudens met een migratieachtergrond die goederen done- ren doen dat vaak aan kerk en levensbe- schouwing (40%).

	Geld		Goederen	
	%	€ ^a	%	€ ^a
Kerk en levensbeschouwing	65	307	40	102
Gezondheid	50	71	9	44
Internationale hulp	30	90	5	128
Milieu	10	35	9	48
Natuurbehoud	12	38	b	b
Dierenbescherming	13	38	b	b
Onderwijs en onderzoek	8	49	b	b
Cultuur	5	25	b	b
Sport en recreatie	10	56	b	b
Maatschappelijke en sociale doelen	19	32	21	106
Overig	17	137	6	111
Nationale acties	11	36	b	b
Alle doelen	75	303	40	149

^a Onder huishoudens met een migratieachtergrond die geven

^b Te weinig respondenten om een bedrag te geven

Tabel 1.14: Percentage van de huishoudens met een migratieachtergrond dat giften van geld geeft en waarde van giften onder de huishoudens die geven

Manieren waarop huishoudens met een migratieachtergrond gevraagd zijn te geven aan goededoelenorganisaties

Het percentage van de huishoudens met een migratieachtergrond dat geeft ligt voor de meeste doelen lager (met uitzondering van kerk en levensbeschouwing) dan onder huishoudens zonder een migratieachtergrond. Een verklaring hiervoor die we hebben onderzocht en uit kunnen sluiten is dat huishoudens met een migratieachtergrond minder vaak benaderd worden door goededoelenorganisaties. Van de respondenten met een migratieachtergrond geeft iets meer dan de helft (52%) aan in de twee weken voorafgaande aan het onderzoek benaderd te zijn door goededoelenorganisaties. Onder huishoudens zonder migratieachtergrond is dit percentage lager, 42%. 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%).

Een kanttekening is dat de tabel zich beperkt tot de methodes waarvan de groepsgrootte groot genoeg was om een percentages weer te geven en gemiddelde te berekenen. Voor wat betreft het meedoen aan een loterij, iets kopen aan de deur en radio- en televisieacties waren er te weinig respondenten om een percentage te geven.

Wanneer een huishouden met een migratieachtergrond gevraagd is via een huis-aan-huis collecte, is de kans op een gift met 65% duidelijk hoger dan bij huishoudens zonder een migratieachtergrond (35%). De gemiddelde bedragen liggen ook hoger onder huishoudens met een migratieachtergrond dan bij huishoudens zonder migratieachtergrond, bij zowel een huis-aan-huis collecte (€6 versus €4) als bij collectes op straat (€11 versus €4). Echter, bij collectes via de kerk, moskee, tempel of synagoge ligt het bedrag lager, namelijk op €11 versus €82 onder huishoudens zonder migratieachtergrond.

	<i>Gevraagd afgelopen twee weken (in %)</i>	<i>Gegeven indien gevraagd (in %)</i>	<i>Bedrag afgelopen twee weken (in €)</i>
Huis-aan-huiscollecte	21	63	6
Collecte op straat	16	37	11
Iemand sponsoren	6	34	11
Collecte in de kerk, moskee, tempel of synagoge	13	46	15
Brief met acceptgiro	6	8	^a
Via internet, e-mail of sociale media	8	31	^a

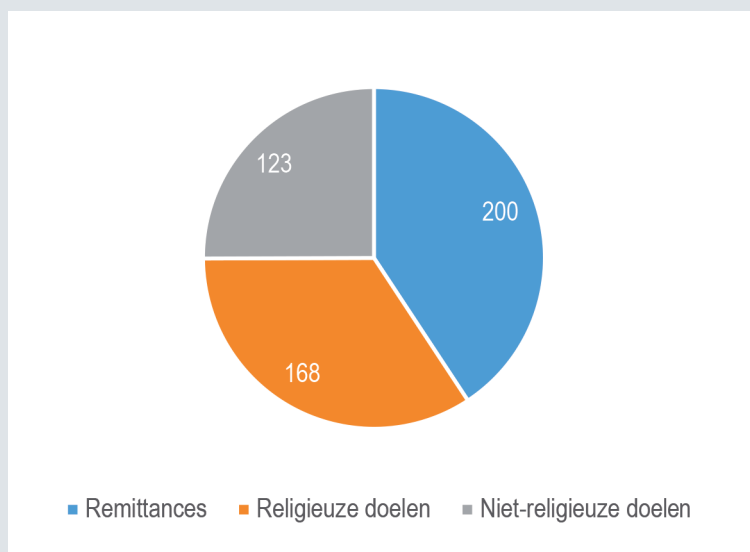
^a Te weinig respondenten om een bedrag te geven

Tabel 1.15: Manieren waarop respondenten met een migratieachtergrond gegeven hebben en gevraagd zijn te geven

Geven onder Nederlanders met een niet-westerse migratieachtergrond

Als we alleen giften aan fondsenwervende goededoelenorganisaties bekijken dan ontstaat er een vertekend beeld over het geefgedrag van Nederlanders met een niet-westerse migratieachtergrond. Zij doen namelijk veel aan religieuze giften en informele geldzendingen aan familie en vrienden in het buitenland (zgn. *remittances*).

Voor haar masterscriptie analyseerde Hafsa el Yakoubi (2019) de giften van Nederlanders met een niet-westerse herkomst in 2015 op basis van de gegevens uit het vorige Geven in Nederland onderzoek. Uit de analyses blijkt dat 28% van de respondenten met een niet-westerse migratieachtergrond geeft in de vorm van *remittances*, 42% van de respondenten aan religieuze doelen en 70% van de respondenten aan niet-religieuze doelen (zoals gezondheid, maatschappelijke doelen of internationale hulp). Figuur 1.19 geeft een overzicht van de hoogte van de giften. *Remittances* blijken de grootste waarde te hebben: €200 miljoen. Daarna volgen religieuze doelen met €168 miljoen en niet-religieuze doelen met €123 miljoen.



Figuur 1.19: Totaal gegeven bedragen per jaar door niet-westerse migrantengroepen, 2015 (in € miljoen)

Deze doelen sluiten elkaar overigens niet uit. Niet-westerse migranten die niet alleen in de vorm van *remittances* geven maar ook aan religieuze doelen geven ook hogere giften. Hieruit blijkt dat de verschillende vormen van geven elkaar niet vervangen, maar vaak naast elkaar bestaan.

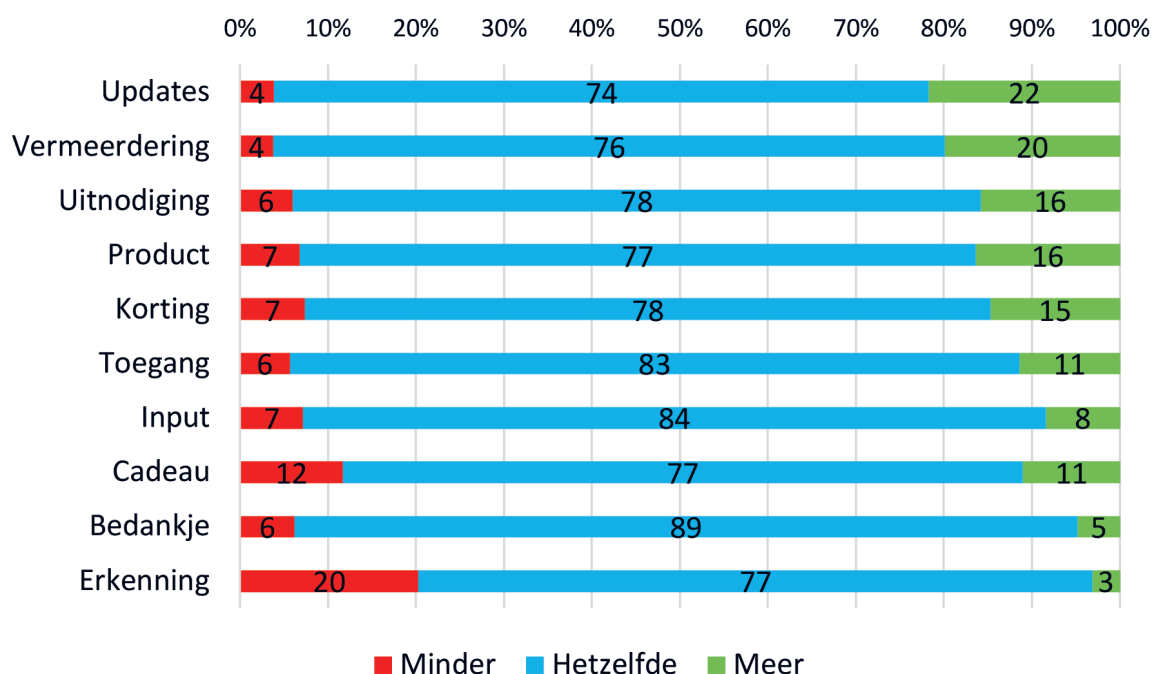
1.17 Hoe presteert de tegenprestatie?

Soms levert een gift aan een goed doel een tegenprestatie op. Denk hierbij aan een cadeautje of gratis toegang. Naast deze meer traditionele tegenprestaties zijn er ook minder gebruikelijke tegenprestaties mogelijk zoals het geven van input, waarbij een donateur medezeggenschap krijgt over een activiteit die zij steunt. De mogelijkheid voor het geven van input zien we voornamelijk bij crowdfunding projecten waarbij de initiatiefnemers een product ontwikkelen. Welke tegenprestatie stimuleert Neder-

landers het sterkste om meer te geven en welke tegenprestatie zorgt ervoor dat Nederlanders minder gaan geven?

Figuur 1.20 laat het percentage van respondenten zien dat aangeeft minder, hetzelfde, of meer te gaan geven als goede doelen een bepaalde tegenprestatie aanbieden. Van alle tegenprestaties die we genoemd hebben geven de respondenten aan dat ze het terugkoppelen van informatie over wat er met de gift gebeurd is en de mate waarin het doel bereikt is (updates) het aantrekkelijkste

vinden. Voor updates is de groep die meer zou geven (22%) vijf keer groter dan de groep die minder zou geven (4%). Daarnaast geven respondenten aan dat het aanbieden van een vermeerdering van de eigen gift door een andere partij een aantrekkelijke reden is om meer te geven. Van de respondenten zegt 20% meer te gaan geven als goede doelen een vermeerdering aanbieden en 4% zou minder geven.



Exclusief vermogende respondenten

Figuur 1.20: Percentage van respondenten die aangeven minder, hetzelfde, of meer te gaan geven als goede doelen een bepaalde tegenprestatie aanbieden

Voor enkele tegenprestaties blijkt de groep die zegt er minder door te geven groter te zijn dan de groep die zegt meer te gaan geven. Dit zien we terug bij het geven van erkenning: het publiek maken van iemands naam. Dit opvallende resultaat suggereert dat het in Nederland de norm is dat mensen niet moeten pronken met hun giften.

Voor de meeste tegenprestaties is de groep die zegt meer te gaan geven (ongeveer) even groot als de groep die minder zou geven. Dit zien we bij het aanbieden van een product dat mede door de donatie mogelijk is gemaakt. Denk bijvoorbeeld aan een kleine draadloze oplader als tegenprestatie voor een gift aan een crowdfundingproject dat geld inzamelt voor de ontwikkeling van draadloze opladers. Een ander voorbeeld is het ontvangen van een cadeau dat niet mogelijk is gemaakt door een project, maar daar los van staat, zoals een pen, ansichtkaart of knuffelbeer.

Goededoelenorganisaties kunnen tegenprestaties niet zomaar achterwege laten, ook al zeggen respondenten dat ze daarvoor niet meer of minder zullen geven. Ook wanneer bepaalde tegenprestaties Nederlanders niet stimuleren om meer te geven, dan kunnen zij nog wel een voorwaarde zijn om überhaupt iets te geven. Er blijken duidelijke verschillen te zijn tussen ouderen en jongeren in de voorkeur voor tegenprestaties. In de special gaan we hierop in.

Respondent aan het woord



“Mijn dochter (van toen 6) vond het raar dat je een cadeautje krijgt als je lid wordt, dat kunnen ze toch veel beter gebruiken voor die Nederlanders of dieren, zei ze, en ik moet toch lid worden omdat ik dat wil en niet voor het cadeautje, mama?? Slim kind”

Vrouw, alleenstaand, 51 jaar, opleiding MBO, geeft niet aan goede doelen

1.18 Opvattingen over goededoelenorganisaties

Naast het feitelijke geefgedrag brengen we in Geven in Nederland ook de opvattingen over geefgedrag en over goededoelenorganisaties in kaart. Het gaat hier om de percepties van de respondenten, die niet altijd waar hoeven te zijn.

Goededoelenorganisaties vervullen een belangrijke rol

Net als in de vorige editie zien we dat iets meer dan de helft van de respondenten van mening is dat goede doelen een belangrijke functie in de maatschappij vervullen. Sinds 2014 zien we in tabel 1.16 een stijging in het percentage van Nederlanders dat aangeeft dat goede doelen een effectieve bijdrage leveren

aan de problemen in de wereld, van 29% in 2014 naar 38% in 2019. Daartegenover staat dat ongeveer de helft van de respondenten aangeeft van mening te zijn dat veel van het geld dat naar goede doelen gaat verspild wordt. Een kwart zegt dat veel goede doelen slecht werk leveren (25%) en één op de zes vindt dat geld geven aan een goed doel geen zin heeft (16%).

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

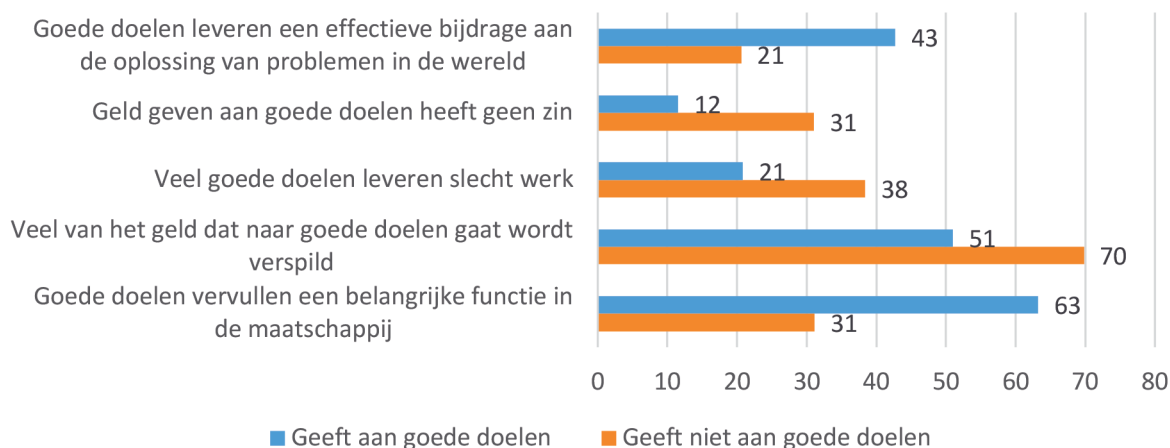
Exclusief respondenten met een migratieachtergrond en vermogende respondenten

Tabel 1.16: Opvattingen over de goededoelenorganisaties (% dat het 'eens' of 'helemaal eens' is met de stelling)

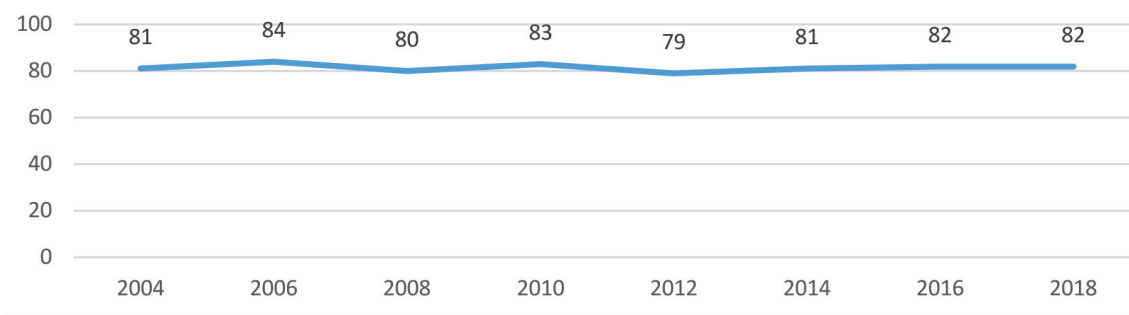
Nederlanders die aan goede doelen geven zijn duidelijk positiever in hun opvattingen over goededoelenorganisaties, zo laat Figuur 1.21 zien. Het

verschil is het kleinste voor de stelling over verspilling, waar ook onder gevers een (nipte) meerderheid het mee eens is. Voor de andere stellingen is de relatief

kleine groep Nederlanders die niet geeft aan goede doelen twee tot drie keer minder positief.



Figuur 1.21: Opvattingen van respondenten die geven aan goede doelen en respondenten die niet geven aan goede doelen (% dat het 'eens' of 'helemaal eens' is met de stelling)



Exclusief vermogende Nederlanders

Figuur 1.22: Percentage van de respondenten dat zegt zich 'wel eens' te ergeren aan het aantal verzoeken om giften

Ergernis gaat voornamelijk over de middelen die goede doelen inzetten om in contact te komen

Figuur 1.22 laat zien dat de frequentie waarmee goededoelenorganisaties om giften vragen veel Nederlanders stoort. Acht op de tien respondenten zegt zich hier weleens aan te ergeren. Dit percentage is niet veranderd in de loop van de tijd. Respondenten die niet geven zeggen vaker zich weleens te ergeren aan de frequentie waarmee zij verzoeken om giften ontvangen (88%) dan respondenten die wel geven (80%).

Als we kijken naar de mate van ergernis zien we een iets genuanceerder beeld. In de vorige editie van het onderzoek

vroegen we de respondenten die aangaven zich weleens te ergeren hoe sterk die ergernis was. Ongeveer de helft van deze respondenten (48% - dat wil zeggen 40% van alle respondenten) antwoordde zich 'een beetje' of 'bijna niet' te ergeren aan de frequentie van verzoeken. Slechts één op de tien respondenten (12% van degenen die eerder aangaven zich wel eens te ergeren) gaf aan zich 'sterk' te ergeren aan het aantal verzoeken. De ergernis is dus niet heel groot. Om beter in kaart te brengen waar respondenten zich aan ergeren hebben we dit jaar respondenten de ruimte gegeven om in open antwoorden zelf te beschrijven waar ze zich aan ergeren.

Het grootste gedeelte van degenen die zich weleens ergeren (42%) geeft aan de middelen die goededoelenorganisaties gebruiken om contact te maken niet prettig te vinden (zie tabel 1.21). Het gaat hier om het sturen van post, cadeaus, brochures, en acceptgiro's. Verder geven respondenten aan dat de frequentie van vragen (20%), manier van aanspreken (14%), en de kosten die goededoelenorganisaties maken (12%) bij hen voor ergernis zorgen. Een klein deel (5%) geeft aan zich te ergeren aan de hoeveelheid goede doelen of het tijdstip van vragen (3%).

Categorie	%	Citaten
Middelen om in contact te komen	42%	"Aan de brieven. Papierverspilling en onnodige kosten. Ik wil dat de gift optimaal besteed wordt. Niet aan papier etc."
Frequentie van vragen	18%	"Er wordt te vaak gevraagd"
Manier van aanspreken	13%	"Dat ze geen nee accepteren en je blijven bellen"
Kosten	12%	"Dat een groot gedeelte op gaat aan veel te hoge salarissen van medewerkers." "Het stoort mij dat de directie verschrikkelijke hoge beloningen ontvangen."
Aantal goede doelen	5%	"Dat er te veel bij de hoog geplaatste leiding blijft hangen." "Het grote aanbod en de onduidelijkheid wat de verschillen zijn tussen de doelen"
Tijdstip van vragen	3%	"Dat het altijd met etenstijd is"
Overig	8%	"Ik heb helemaal niets met goede doelen" "Ik moet zelf hard werken, en kom maar net rond. Betaal genoeg belasting. Dit is een regering/ beleids kwestie"
Exclusief vermogende Nederlanders		

Tabel 1.17: Redenen voor eventuele ergernis (% van respondenten die zeggen zich 'wel eens' te ergeren)

Suggesties om ergernis te verminderen gaan voornamelijk over communicatie

Wat zouden goededoelenorganisaties kunnen doen om ergernis te verminderen? We hebben de respondenten in een tweede open vraag om suggesties gevraagd. In tabel 1.18 hebben we deze suggesties gecategoriseerd. Opvallend is dat slechts 9% als suggestie geeft dat goededoelenorganisaties minder vaak of zelfs helemaal niet om giften vragen. Dit duidt erop dat niet zozeer de frequentie van verzoeken voor veel Nederlanders een probleem is, maar de manier waarop goededoelenorganisaties communiceren over hun werk.

De meeste suggesties die respondenten doen die zich weleens ergeren (36%) gaan dan ook over de manier waarop goededoelenorganisaties communiceren. De context waarin zij dit doen is belangrijk. Dit blijkt ook uit onderzoek dat branchevereniging Goededoelen-Nederland heeft laten uitvoeren (Zest Marketing, 2020). In dat onderzoek beantwoordden respondenten eerst de vraag of zij bereid waren goede doelen te steunen als er zich een grote ramp voor-

doet, zoals een tsunami of een aardbeving. Meer dan de helft (61%) antwoordde 'zeker' of 'zeer zeker'. Vervolgens zei 39% van de respondenten het 'zeker' of 'zeer zeker' aanvaardbaar te vinden dat goededoelenorganisaties belacties houden om giften te werven. Nog eens 32.5% koos 'neutraal' in antwoord op deze vraag.

In GIN zegt bijna drie op de tien respondenten dat zij minder ergernis zouden

ervaren wanneer goededoelenorganisaties minder indringend om giften zouden vragen. Ook geven respondenten (14%) als suggestie dat goededoelenorganisaties meer met elkaar samen kunnen werken. Tenslotte doet ongeveer één op de acht concrete suggesties om de uitgaven te beperken (13%), bijvoorbeeld aan televisiereclames en cadeautjes.

Respondent aan het woord

Wat zouden goededoelenorganisaties volgens u moeten doen om ergernis te verminderen?

Ingezette middelen om in contact te komen minder dwingend maken



"Vroeger' kwam men tijdens erkende actieweken (hartstichting, KWF, MLD-stichting etc.) aan de deur met een collectebus. En dan kon je eenmalig iets geven. Tegenwoordig komt men steeds meer aan de deur met de vraag om donateur te worden. Eenmalig iets geven kan dan niet meer of wordt bemoeilijkt omdat je dan via de website je donateurschap meteen moet opzeggen nadat je de eerste keer gedoneerd hebt. Ik moet te veel doen om eenmalig iets te geven en dus geef ik dan niets meer. Dit vind ik jammer, want ik ben best van plan wat te geven"

Man, alleenstaand, 52 jaar, HAVO-VWO, geeft aan goed

Categorie	%	Citaten
Communicatie verbeteren	36 %	"Transparant zijn over inkomsten en uitgaven" "Meer openheid, laten zien wat er daadwerkelijk gebeurt, waar je aan bijdraagt" "In jaarstukken inkomen van de top vermelden en het percentage aangeven dat werkelijk aan het goede doel wordt besteed" "Laten zien dat al het geld echt geheel aan het doel wordt besteed en niet voor het loon van de organisatie"
Minder indringend aanspreken	28 %	"Geen druk op Nederlanders zetten om maandelijks een vast bedrag geven maar positief te reageren als Nederlanders al bijdragen" "Niet zo aandringen"
Minder vaak op hetzelfde moment/meer samenwerken/met elkaar afspreken	14 %	"Het aantal terugschroeven of meer samenwerking onderling nastreven" "Meer samenwerken, minder concurreren"
Uitgaven beperken	13 %	"Zorgen dat ze niet te snel achter elkaar komen" "Hun dure directeuren schrappen" "Geen dure tv-reclames" "Geen post, ansichtkaarten, pennen en stickers sturen. Zonde van het geld, daar geef ik het geld niet voor"
Minder vaak vragen	9 %	"Minder vaak een verzoeken sturen" "Als je al donateur bent niet om extra gift vragen"
Exclusief vermogende respondenten		

Tabel 1.18: Suggesties om ergernis te verminderen (% van respondenten die zeggen zich 'wel eens' te ergeren)

Respondent aan het woord

Waar stoort u zich aan wanneer goede doelen om giften vragen

Ingezette middelen om in contact te komen



"Aan alle papieren reclame. Dit geld zouden zij beter kunnen besteden voor het goede doel. Via radio tv en sociale media zijn de Nederlanders goed te bekijken. Wij moeten langzaam af van alle brievenbus acties. Hier verdwijnt alles meteen in de papier bak"

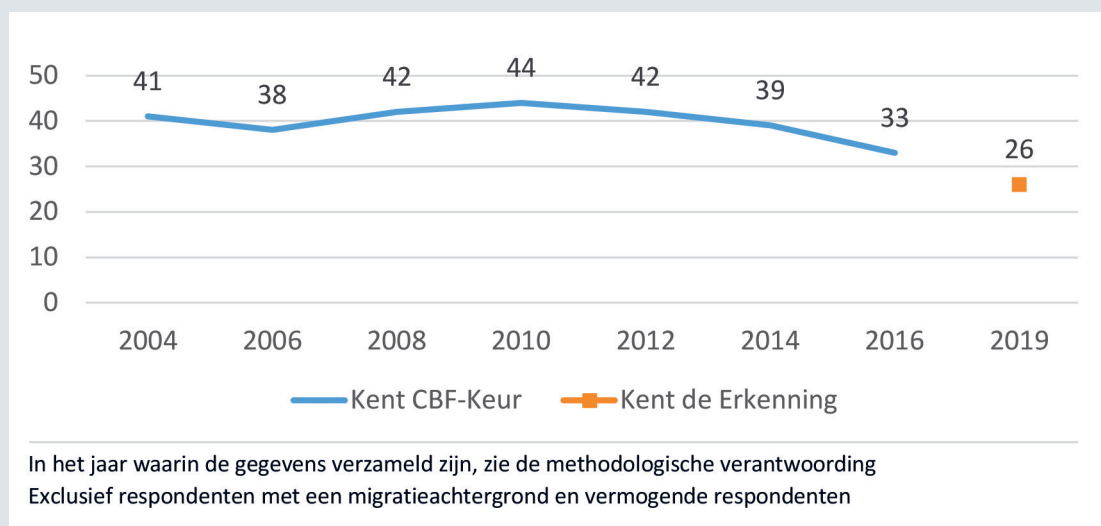
Vrouw, gehuwd, 64 jaar, opleiding MAVO, geeft aan goede doelen

Het vertrouwen in goededoelenorganisaties is weer wat hoger

Na een flinke daling in de periode 2006-2016 zien we dat het vertrouwen in goededoelenorganisaties in 2019 weer wat hoger ligt dan in voorgaande jaren. Het deel van de respondenten dat veel of erg veel vertrouwen heeft in goededoelenorganisaties is wat hoger dan in voorgaande jaren en het percentage dat geen of weinig vertrouwen heeft in goededoelenorganisaties is wat lager. Het vertrouwen in de overheid is ook hoger in 2019 dan in 2016 en in 2012.

Weinig Nederlanders kennen de Erkenning voor goededoelenorganisaties van het CBF

Vanaf 2016 is het CBF-Keur voor goede doelen vervangen door de Erkenning van het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF). Eerder zagen we dat de kennis van het CBF-keurmerk daalde, van 44% in 2010 naar 33% in 2016. Het nieuwe systeem is nog bij weinig mensen bekend. Ongeveer een kwart van de respondenten geeft aan te weten wat het keurmerk Erkend Goed Doel van het CBF.



Figuur 1.23: Bekendheid van het CBF-Keur en de Erkenning (in %)

	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2019
Geen/weinig vertrouwen in goededoelenorganisaties	22	20	21	24	28	28	28	26
Veel/erg veel vertrouwen in goededoelenorganisaties	29	42	35	33	30	29	28	35
Geen/weinig vertrouwen in de overheid					39		28	32
Veel/erg veel vertrouwen in de overheid					22		29	34
In het jaar waarin de gegevens verzameld zijn Exclusief vermogende respondenten								

Tabel 1.19: Vertrouwen in goededoelenorganisaties en de overheid (in %)

Literatuur

Crowdfundingcijfers.nl (2019). *Crowdfunding in Nederland 2018*. Online rapport: <https://www.crowdfundingcijfers.nl/crowdfunding-in-nederland-2018/>

El Yakoubi, H. (2019). *Verhoudingen in het geefgedrag van Nederlanders met een niet-westerse migratieachtergrond*. Master thesis Sociologie, Vrije Universiteit Amsterdam.

Van Teunenbroek, C. (2016). Social Aspects and Successfully Funding a Crowd-Funding Project: The Impact of Social Information. *International Journal of Humanities and Social Sciences*, 10(6), 1765–1776. <http://doi.org/10.5281/zenodo.1124799>

Van Teunenbroek, C. (2019). Crowdfunding in the US and Europe. *Fundraising Verband Austria. 2019 Spenden Bericht*. https://www.fundraising.at/wp-content/uploads/2019/12/Spendenbericht_2019_WEB.pdf

Zest Marketing (2020). *Is er draagvlak voor persoonlijke benadering door goede doelen? Onderzoek onder het Nederlandse publiek*. Weesp: Zest.

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

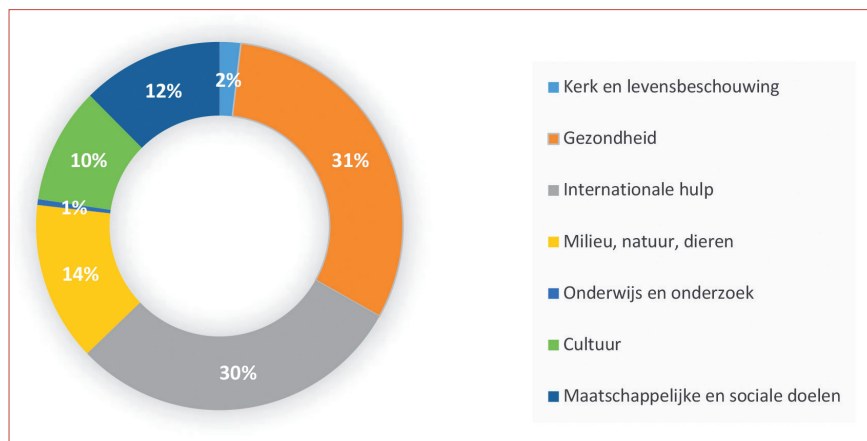
Uit ons onderzoek blijkt dat 33% van de Nederlanders een testament heeft, waarin zij hebben vastgelegd aan wie zij nalaten. Dit kunnen familie of vrienden zijn, maar ook goededoelenorganisaties. Van de 33% die een testament heeft, laat 8% na aan een goed doel. Nalaten gebeurt in de vorm van geld of goederen 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

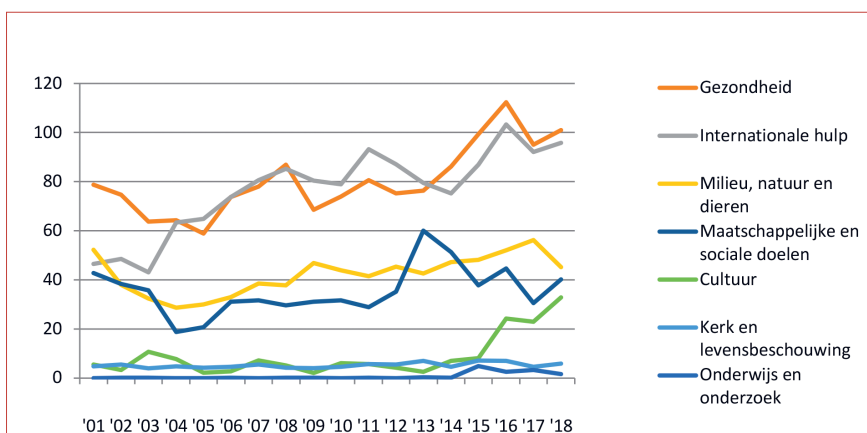
Psychologische eigenschappen en sociale normen zijn van invloed op de beslissing om na te laten aan een goed doel. Uit de resultaten van ons onderzoek blijkt dat mensen die nalaten aan een goed doel hoger scoren op empathie dan mensen die niet nalaten aan een goed doel. Ook het vertrouwen in goede doelen 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 sterftcijfer 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.

Nalatenschappen



2.1 Waarde nalatenschappen in 2018 €323 miljoen

In dit hoofdstuk brengen wij de inkomsten uit nalatenschappen die goede doelen ontvangen in kaart. Over de periode 2001-2018 geven wij een overzicht van het aantal miljoenen euro's dat is nagelaten aan goede doelen. Ook geven we de trends in inkomsten uit nalatenschappen per sector weer. Tot slot gaan we in op de achtergrondkenmerken van de testateurs. Voor dit hoofdstuk zijn huishoudens en vermogende huishoudens ondervraagd en zijn de inkomsten van de goede doelen en fondsen uit de database van het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF) geanalyseerd. Om inzicht in de omvang van nalatenschappen aan goede doelen te krijgen, maken we gebruik van de database van het CBF en heeft er aanvullend onderzoek onder fondsen van universitaire ziekenhuizen en universiteiten plaatsgevonden. De database van het CBF, Toezichthouder Erkende Goede Doelen, geldt hier als meest complete bron van informatie¹. Het CBF verzamelt onder andere gedetailleerde gegevens over de baten (waaronder inkomsten uit nalatenschappen) en lasten van goededoelenorganisaties. De financiële gegevens uit de CBF-database komen uit de aanleverde jaarverslaggeving van deze erkende goededoelenorganisaties. Echter, niet alle ANBI's sturen hun jaarverslag naar het CBF, waardoor de CBF-cijfers geen volledig beeld geven van wat er aan nalatenschappen omgaat. Zo vallen veel kerken en congregaties, kleinschalige lokale fondsenwervende organisaties en non-profitorganisaties (bijv. sommige fondsen van universiteiten, academische ziekenhuizen en culturele organisaties) buiten de dataverzameling van het CBF.

Volgens de financiële gegevens uit de CBF-database werd in 2018 €320 miljoen aan goede doelen nagelaten. De database bevatte op het moment van onderzoek de financiële resultaten van 676 organisaties die een beroep doen op de financiële steun van het publiek. Van de 676 organisaties die in de CBF-database zijn opgenomen, ontvingen 215 organisaties één of meer nalatenschappen. Voor deze editie hebben wij – net als bij de vorige editie – aanvullend onderzoek gedaan onder fondsen van universiteiten en academische ziekenhuizen die niet in de CBF-database zijn opgenomen. Deze fondsen hebben in totaal ongeveer €2 miljoen aan nalatenschappen ontvangen (zie tabel 15.7 in de methodologische verantwoording voor een gedetailleerd overzicht). Als de gegevens over nalatenschappen van het CBF en het aanvullende onderzoek naar fondsen van universiteiten en academische ziekenhuizen bij elkaar worden opgeteld, geeft dit het beeld zoals weergegeven in tabel 2.1. In totaal hebben goededoelenorganisaties in 2018 voor €323 miljoen aan nalatenschappen ontvangen. Dit moet als absolute ondergrens worden gezien, omdat niet alle fondsenwervende organisaties en hun inkomsten uit nalaten-

¹ Voor nalatenschappen hanteert het Centraal Bureau voor de Statistiek de gegevens van de Belastingdienst als bron. Voor de nalatenschappen aan ANBI's levert dit een incompleet beeld op, aangezien ANBI's zijn vrijgesteld van erfbelasting en daarom geen aangifte hoeven te doen. In deze editie van het Geven in Nederland-onderzoek hebben wij dan ook besloten geen gegevens over nalatenschappen van het Centraal Bureau voor de Statistiek op te nemen.

Rosan van Niekerk
Florian van Heijningen
Barbara Gouwenberg
Theo Schuyt

	Inkomsten uit nalatenschappen (in € miljoenen)	Deel van het totaal (%)
Kerk en levensbeschouwing	6	2
Gezondheid	101	31
Internationale hulp	96	30
Milieu, natuur en dieren	45	14
Onderwijs en onderzoek	2	1
Cultuur	33	10
Sport en recreatie	0	0
Maatschappelijke en sociale doelen	40	12
Totaal ^a	323	100

^a Totaalbedrag is een optelsom van de inkomsten uit nalatenschappen van fondsenwervende organisaties uit de database van het CBF, december 2019 (€320,1 miljoen) en het aanvullende onderzoek van de VU onder fondsen van academische ziekenhuizen en universiteiten die niet in de CBF-database zijn opgenomen (€2,4 miljoen).

Tabel 2.1: Inkomsten uit nalatenschappen in 2018 per doel

schappen bekend zijn bij het CBF. De organisaties die actief zijn op het gebied van gezondheid konden in 2018 op het grootste bedrag aan nalatenschappen rekenen (€101 miljoen). Op de tweede plaats staat internationale hulp (€96 miljoen), gevolgd door milieu, natuur en dieren (€45 miljoen).

KWF Kankerbestrijding staat met €40 miljoen aan inkomsten boven aan in de top 10 van goede doelen die in 2018 nalatenschappen hebben ontvangen (zie tabel 2.2). KWF Kankerbestrijding is daarmee verantwoordelijk voor 12% van de totale nalatenschappen gerapporteerd aan het CBF. Samen blijkt deze

top 10 goed te zijn voor bijna de helft van het totaal aan nalatenschappen in Nederland.

	Inkomsten uit nalatenschappen (in € miljoenen)	Deel van het totaal (% van €323 miljoen)
1 KWF Kankerbestrijding	40	12
2 Prins Bernhard Cultuurfonds	22	7
3 Artsen zonder Grenzen	15	5
4 Hartstichting	15	5
5 Leger des Heils Fondsenwerving	12	4
6 Rode Kruis	12	4
7 Dierenbescherming	12	4
8 Nierstichting	8	2
9 Cordaid	8	2
10 Natuurmonumenten	7	2
Totaal	152	47

Bron: CBF-database, december 2019

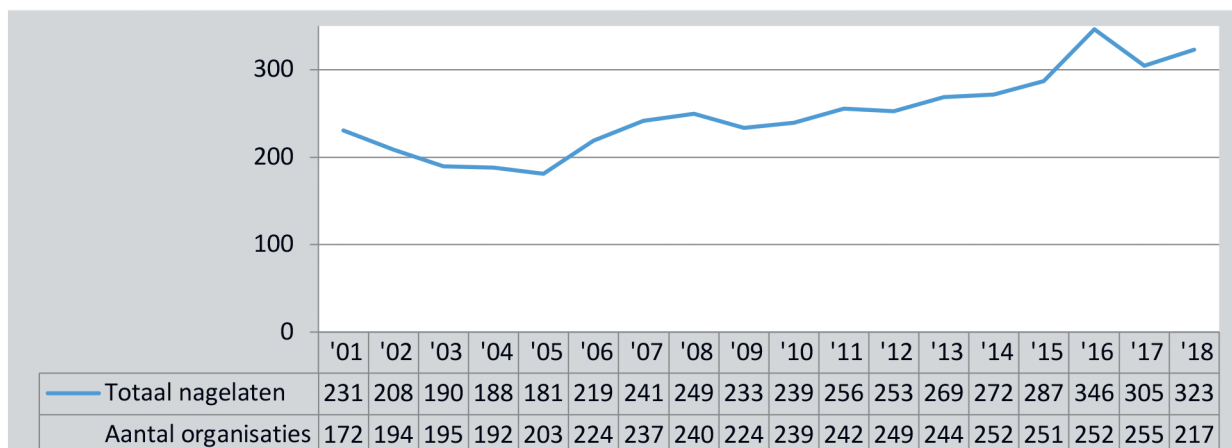
Tabel 2.2: Top 10 van fondsen die de meeste inkomsten uit nalatenschappen ontvingen in 2018

2.2 Trends in nalatenschappen

Dankzij de verzameling van de financiële resultaten van de aan het CBF rapporterende fondsenwervende organisaties, zijn de gegevens over nalatenschappen van deze organisaties sinds de start van het Geven in Nederland-onderzoek bekend. Hieruit komt naar voren dat de totale gerapporteerde omvang van de inkomsten uit nalatenschappen sinds 2005 sterk gestegen is (zie figuur 2.1).

Hoe de inkomsten uit nalatenschappen zich de komende jaren zullen ontwikkelen, hangt af van de ontwikkeling van de vermogenspositie van Nederlandse particulieren, het sterftecijfer, en de opname van goededoelenorganisaties in testamenten. Sinds 2013 is het vermogen van Nederlandse huishoudens aan het stijgen, met de hoogste vermogens onder de 65-plussers. Dit is voornamelijk omdat de waarde van woningen is gestegen en de 65-plussers een kleine of zelfs geen hypotheekschuld hebben (CBS,

2019). De sterftecijfers onder de rijkere babyboomgeneratie, geboren vlak na het einde van de Tweede Wereldoorlog, zullen ook stijgen. Deze ontwikkelingen, waarin een grote vermogensoverdracht plaatsvindt tussen generaties, ook wel de 'gouden eeuw van filantropie' genoemd (Bekkers, 2013), zouden een positief effect op het aantal nalatenschappen kunnen hebben.



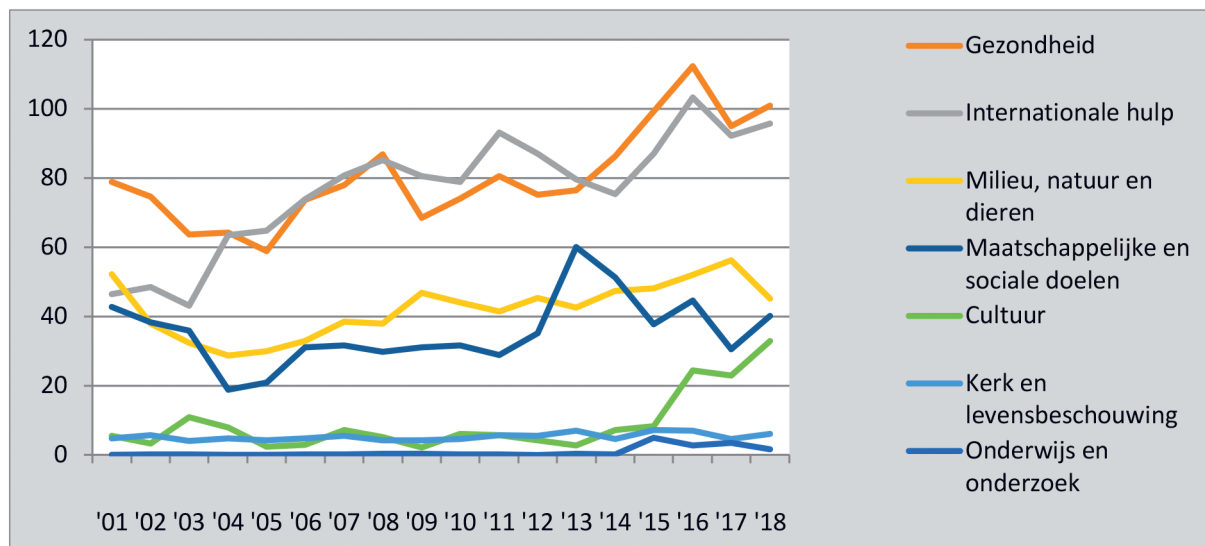
Voor alle jaren hebben we gewerkt met zo recent mogelijke cijfers, waardoor afwijkingen kunnen optreden ten opzichte van de gepubliceerde gegevens in eerdere edities van Geven in Nederland.

De cijfers over 2015 en 2018 zijn inclusief het aanvullende onderzoek onder academische ziekenhuizen en universiteiten; dat is een trendbreuk met voorgaande jaren, toen alleen de CBF-database als bron werd gebruikt. Zonder de gegevens van het aanvullende onderzoek zou het totaalbedrag, gebaseerd op de cijfers van het CBF in 2015 €283 miljoen zijn en in 2018 €320 miljoen.

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

Figuur 2.1: Totaal aantal miljoenen euro's nagelaten aan goede doelen en aantal organisaties dat minstens één nalatenschap ontvangen heeft (2001-2018)

2.3 Trends in nalatenschappen per sector



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

Figuur 2.2: Totaal aantal miljoenen euro's uit nalatenschappen ontvangen (2001-2018)

Figuur 2.2 geeft de trends voor zeven van de acht onderscheiden sectoren over de periode 2001-2018 weer. In dit figuur ontbreekt de sector 'sport en recreatie' omdat volgens de CBF-database er nauwelijks nalatenschappen ontvangen zijn in deze sector (ongeveer €0,4 miljoen in 2018). De doelen zijn geordend naar de totale waarde van de nalatenschappen over de onderzochte periode.

De nalatenschappen aan goede doelen op het terrein van internationale hulp zijn vanaf 2001 het meest gestegen in absolute waarde. Waar in 2001 €47 miljoen nagelaten werd aan goede doelen die zich inzetten voor internationale hulp, bedraagt dit in 2018 €96 miljoen. Het meeste geld werd in 2018 echter nagelaten aan fondsen die zich inzetten voor gezondheid en medisch onderzoek (€101 miljoen), een trend die in 2014 is ingezet. Voor de fondsen in de categorie milieu, natuur en dieren, is sinds 2017 een daling in inkomsten door nalatenschappen te herkennen. Dit is opvallend, gezien het feit dat de inkomsten op alle andere

terreinen (op kerk en levensbeschouwing en onderwijs en onderzoek na) wel stijgen. Deze daling valt te verklaren door de daling van de inkomsten uit nalatenschappen van de grote fondsen in deze categorie. In 2017 verworven het WWF-NL en de Dierenbescherming respectievelijk €12 miljoen en €16 miljoen uit nalatenschappen. In 2018 was dit beduidend minder. In 2018 ontvingen deze fondsen respectievelijk €5 miljoen en €12 miljoen. Op het terrein van de maatschappelijke en sociale doelen valt een opvallende stijging in 2013 te zien. Deze stijging zou lager zijn uitgekomen zonder uitschieters bij de Zonnebloem en het Leger des Heils. De uitkomsten (tijdelijke pieken of dalingen) passen bij de grilligheid van de inkomsten uit nalatenschappen.

Tot slot valt op te merken dat fondsen die op het culturele vlak opereren sinds 2015 een opvallende stijging in nalatenschappen hebben doorgemaakt. Dit kan voornamelijk verklaard worden door de grotere nalatenschappen aan het Prins Bernhard Cultuurfonds (PBCF). Waar in

2013 de inkomsten uit nalatenschappen van het PBCF €1 miljoen bedroegen, waren de inkomsten uit nalatenschappen in de hierop volgende jaren fors hoger (€4 miljoen, €17 miljoen, €10 miljoen en €22 miljoen in het jaar 2018). Deze stijging in de inkomsten van het PBCF uit nalatenschappen ligt in lijn met de verwachting uitgesproken door Schuyt, Mariani, en Felix (2017) rondom de gouden eeuw van filantropie. Het aantal kinderloze en vermogende ouderen dat aan goededoelenorganisaties nalaat, neemt toe (Bekkers, 2013). Daarbij is cultuur onder vermogende Nederlanders een populair doel: het is het derde doel, na gezondheid en kerk en levensbeschouwing, waaraan vermogende respondenten zeggen na te laten (Franssen & Bekkers, 2016). Dit kan een verklaring zijn voor de toename in inkomsten uit nalatenschappen voor de culturele sector, maar het is te vroeg om hier op basis van de huidige gegevens conclusies aan te verbinden.

Begrippenkader

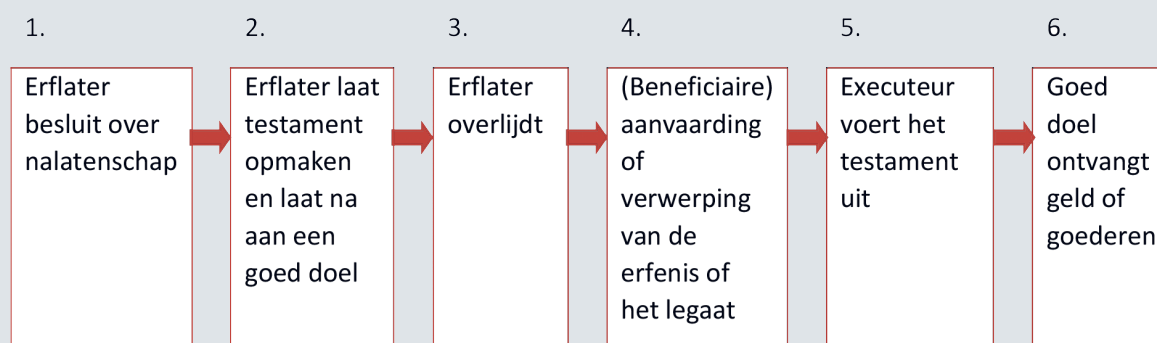
Voor een goed begrip van de in dit hoofdstuk opgenomen cijfers maken we gebruik van het begrippenkader en definities, zoals deze in de vorige editie van *Geven in Nederland* uiteengezet zijn (Schuyt, Mariani en Felix, 2017). Een ‘nalatenschap’ of ‘erfenis’ is het geheel van bezittingen en schulden dat een overledene achterlaat. In een uiterste wil kan worden vastgelegd wie op de nalatenschap aanspraak kunnen maken. De meest gangbare vorm van een uiterste wil is het testament, vastgelegd in een notariële akte. In het testament kunnen onder meer erfgenamen worden aangewezen (dit is een erfstelling) en kunnen legaten worden gemaakt.

Een *erfgenaam* krijgt van rechtswege de gehele erfenis of een evenredig deel daarvan. Van rechtswege wil zeggen ‘automatisch’, zonder dat hij er iets voor hoeft te doen. De erfgenaam kan ervoor kiezen de erfenis *beneficiair* te aanvaarden. Deze manier van aanvaarden voorkomt dat hij, wanneer de erfenis meer lasten dan baten bevat, schulden uit zijn eigen vermogen moet voldoen. Zijn er nog bezittingen over nadat de schulden zijn voldaan, dan ontvangt de erfgenaam die. Een *legaat* wijst bepaalde goederen of een bepaald geldbedrag aan een legataris toe. De *legataris* krijgt

het aan hem vermaakte niet van rechtswege, maar heeft een vordering die hij kan opeisen. De posities van beide begunstigten verschillen wezenlijk. Een legataris krijgt iets (eventueel onder voorwaarden). Erfgenaam zijn gaat veel verder: de erfgenaam krijgt ook de schulden en de vorderingen van de overledene.

Welke beslissingen moeten worden genomen voordat een goed doel een nalatenschap ontvangt is in figuur 2.3 schematisch weergegeven. Wanneer iemand het goede doel wil laten delen in zijn of haar nalatenschap (1), dan is daarvoor tijdige actie vereist. Wie geen stappen onderneemt tot het opmaken van een testament (2) laat het vermogen na overlijden, (3) volgens de wet vererven naar familie of, in het uiterste geval wanneer er niemand anders is die kan of wil erven, naar de staat.

Wanneer er een testament is, contacteert de notaris de erfgenamen en legatarissen. De erfgenamen en legatarissen worden op de hoogte gebracht van de inhoud van het testament. Het goede doel kan de nalatenschap of het legaat aanvaarden of verwerpen (4). Op grond van de statuten zijn goede doelen veelal gehouden een erfenis beneficiair te aanvaarden. De executeur wikkelt vervolgens de erfenis af (5).



Figuur 2.3: Het nalaten aan een goed doel

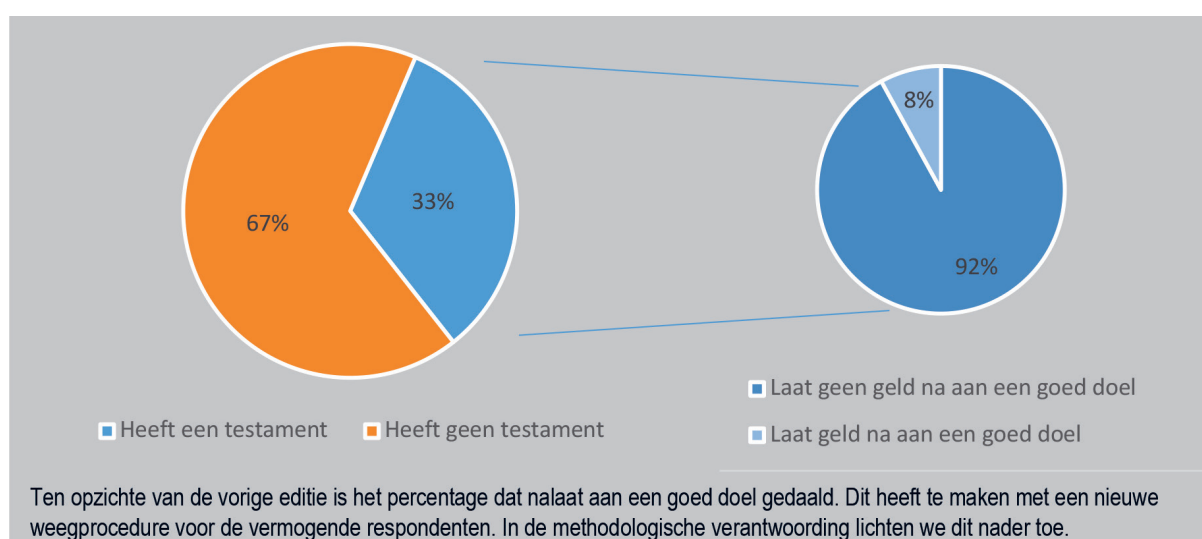
2.4 Wie zijn de testateurs die nalaten aan een goed doel?

Testament en nalatenschap aan goed doel

Net als in de vorige editie van Geven in Nederland hebben wij aan huishoudens en vermogende huishoudens gevraagd of zij een testament hebben. Aan de groep met een testament hebben wij gevraagd of zij geld of goederen nalaten aan een goed doel of aan een door henzelf of familielid opgerichte stichting met een goed doel.

Het nalaten in de vorm van geld komt twee keer zo vaak voor als het nalaten van goederen. Van de mensen met een testament laat 6% geld na aan een goed doel en 3% laat goederen na aan een goed doel. 2% laat na aan een door henzelf of familielid opgerichte stichting met een goed doel. De respondenten die op één van deze manieren nalaten aan een goed doel zijn voor dit hoofdstuk samengevoegd en geanalyseerd.

In figuur 2.4 is te zien dat 67% van de respondenten geen testament heeft. Van de 33% die wel een testament heeft, laat 8% van de respondenten na aan een goed doel, 92% doet dit niet. Het gemiddelde percentage van de nalatenschap dat naar een goed doel gaat is 29%. In de enquête is gevraagd aan respondenten met een testament die op dit moment niet nalaten aan een goed doel of zij dit ooit hebben overwogen. Voor 3% is dit het geval.



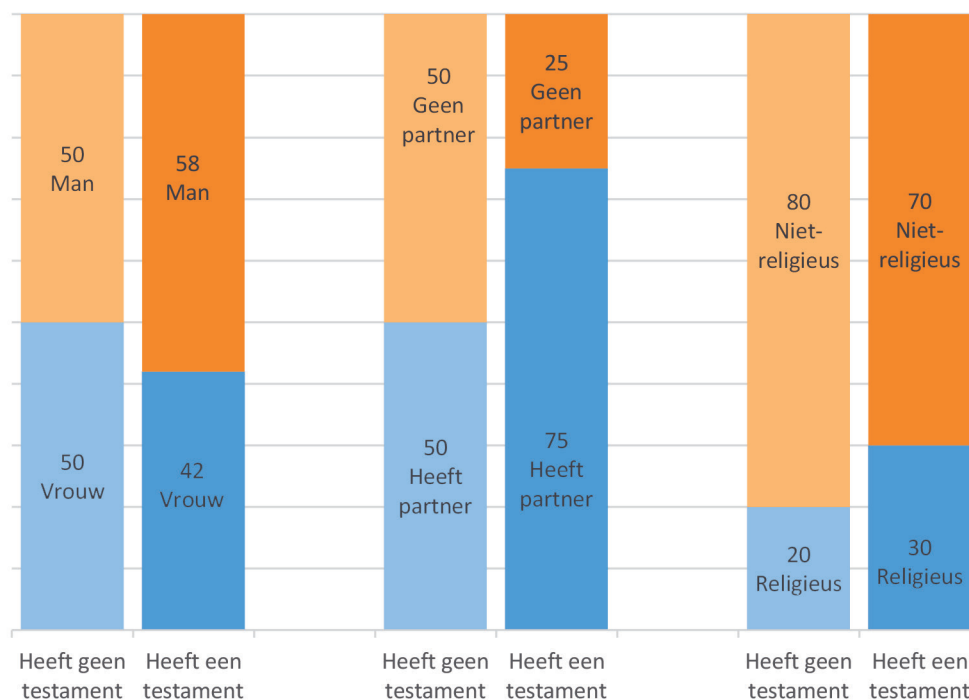
Figuur 2.4: Percentage respondenten met testament en nalatenschap aan goed doel in 2018

Demografische kenmerken

Om meer inzicht te krijgen in de achtergrondkenmerken van de respondenten met een testament en de testateurs die vervolgens nalaten aan een goed doel, vergelijken wij de demografische kenmerken van deze groepen.

Testament

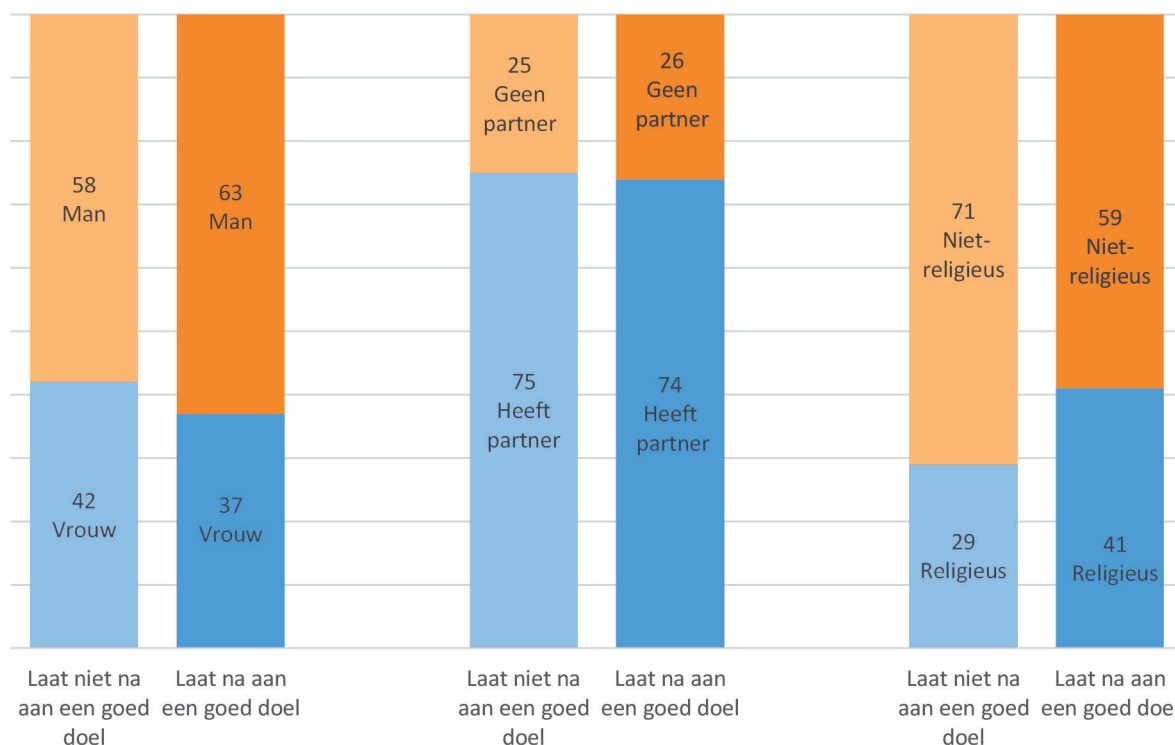
In figuur 2.5 brengen we verschillende demografische kenmerken van respondenten met en zonder testament in kaart. Onder de groep respondenten met een testament is het percentage vrouwen lager (42%) dan onder de groep respondenten zonder testament (50%). De mensen met een testament hebben vaker een partner (75%) dan de mensen zonder een testament (50%). Het aandeel mensen dat religieus is, is groter onder de mensen met een testament (30%) dan onder de mensen zonder testament (20%). Tot slot komt uit de analyse naar voren dat mensen die een testament hebben, gemiddeld ouder zijn (60 jaar) dan de mensen die geen testament opgesteld hebben (47 jaar).



Figuur 2.5: Demografische kenmerken van respondenten met en zonder testament, 2018 (in %)

Nalaten aan een goed doel

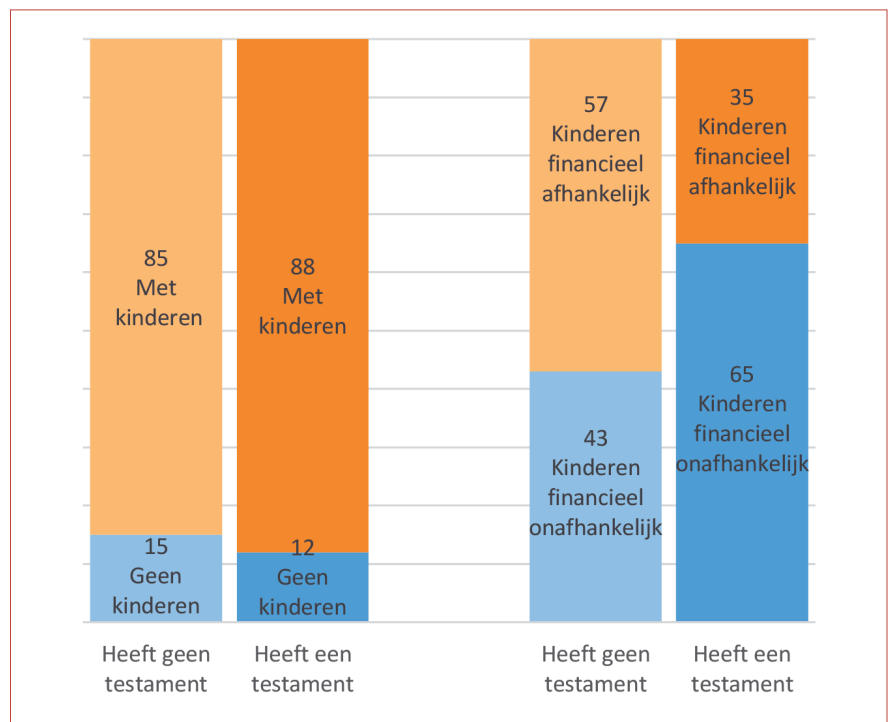
Van de mensen die kenbaar maakten dat ze een testament hebben (33%), hebben we dezelfde demografische kenmerken bekeken onder de mensen die wel en niet nalaten aan een goed doel (zie figuur 2.5). Het aandeel vrouwen is iets lager (37%) onder de groep die nalaat aan een goed doel dan onder de mensen met een testament die niet nalaten aan een goed doel (42%). Net als bij regulier geven lijkt religiositeit van invloed te zijn op het geven via nalatenschappen. Respondenten die nalaten aan een goed doel behoren vaker tot een religieuze gemeenschap (41%) dan respondenten met een testament die niet nalaten aan een goed doel (29%). Tot slot blijkt dat respondenten die nalaten aan een goed doel, gemiddeld ouder zijn (66 jaar) dan de respondenten die niet nalaten aan een goed doel (59 jaar).



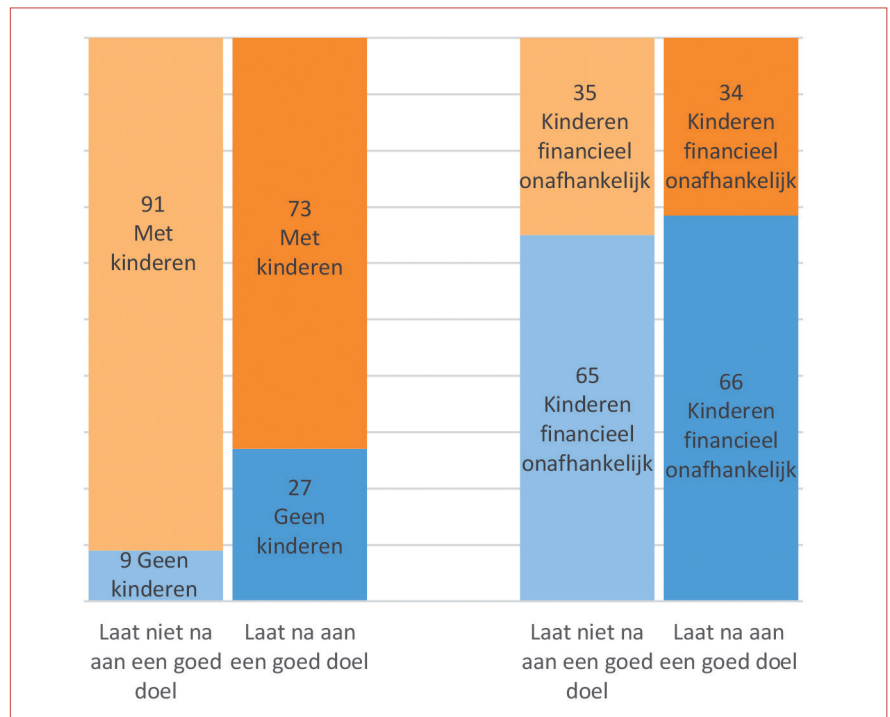
Figuur 2.6: Demografische kenmerken van testateurs die wel en niet nalaten aan een goed doel, 2018 (in %)

Gezinssituatie vermogende huishoudens

Uit de literatuur blijkt dat de gezinssituatie van invloed is op het besluit om na te laten aan een goed doel (Routley, Sargeant en Day, 2018). Het hebben van kinderen zou de kans op nalaten aan een goeddoelenorganisatie verlagen. Onder de steekproef van vermogende huishoudens hebben we de gezinssamenstelling nader bekeken van de respondenten met een testament (zie figuur 2.7) en de respondenten met een testament die al dan wel of niet nalaten aan een goed doel (zie figuur 2.8). Van de respondenten met een testament zijn de kinderen vaker financieel onafhankelijk dan van de mensen zonder een testament, maar dit verschilt nauwelijks met vermogenden die nalaten aan een goed doel. Het aandeel vermogenden zonder kinderen is flink hoger onder nalaters aan een goed doel (27%).



Figuur 2.7: Gezinssamenstelling onder vermogende huishoudens met en zonder testament, 2018 (in %)



Figuur 2.8: Gezinssamenstelling onder vermogende huishoudens met een testament die wel en niet nalaten aan een goed doel, 2018 (in %)

	Geeft aan goede doelen in %	Geeft meer dan €1.000 in %	Gemiddelde giften aan goede doelen in € ^a	Gebruikt giftenaftrek in %	Gemiddelde hoogte giftenaftrek in € ^a
Heeft geen testament	80	17	207	5	31
Heeft een testament					
Laat niet na aan een goed doel	89	54	444	9	91
Laat na aan een goed doel	83	63	1.307	26	429

^a De bedragen zijn gewinsoriseerd. Dit betekent dat de hoogste bedragen zijn teruggezet op het 99^e percentiel

Tabel 2.3: Nalaten aan goede doelen

Geven bij leven onder mensen die nalaten

In het vervolg worden in de tabellen drie groepen onderscheiden: de respondenten zonder testament, de respondenten met een testament die niet nalaten aan een goede doel en de respondenten met een testament die nalaten aan een goed doel. Hierbij gaan we dieper in op hoe testateurs die nalaten aan een goed doel verschillen van de testateurs die dit niet doen.

Zijn de mensen die geld of goederen willen nalaten aan een goed doel ook grotere gevers bij leven? Om deze vraag te beantwoorden hebben we verschillende vormen van geefgedrag onder de nalaters aan een goed doel vergeleken met testateurs die dit niet doen.

In tabel 2.3 is te zien dat respondenten die een testament hebben opgesteld gemiddeld vaker aan een goed doel geven dan mensen die geen testament hebben opgesteld. Het is echter niet zo dat testateurs die nalaten aan een goed doel ook vaker geven bij leven dan testateurs die niet nalaten aan een goed doel. Van de

testateurs die niet nalaten aan een goed doel geeft 89% bij leven, terwijl dit 83% is onder de testateurs die wel nalaten aan een goededoelenorganisatie. Mensen met een testament geven niet alleen vaker aan een goed doel, maar geven ook flink meer, gedurende hun leven. 17% van de mensen zonder testament geeft meer dan €1.000, terwijl dit 54% is onder testateurs en 63% onder de testateurs die nalaten aan een goed doel. Ook de gemiddelde gift (inclusief de respondenten die niet geven) ligt flink hoger onder nalaters aan een goed doel (€1.307) dan onder testateurs die niet nalaten aan een goed doel (€444). Tot slot gebruiken testateurs die nalaten aan een goed doel vaker fiscale voordelen voor giften. Van de erflaters aan een goed doel gebruikt 26% de giftenaftrek. Dit is 9% onder de mensen met een testament die niet nalaten aan een goed doel. De gemiddelde hoogte van de giftenaftrek (inclusief de respondenten die niet gebruik maken van de giftenaftrek) ligt beduidend hoger onder de nalaters aan een goed doel (€429) vergeleken met

testateurs die niet nalaten aan een goed doel (€91).

Mensen die geld of goederen nalaten in hun testament zijn dus ook grotere gevers bij leven. Zij geven flink hogere bedragen en maken vaker gebruik van de giftenaftrek.

De meeste mensen met een testament die niet nalaten aan een goededoelenorganisatie laten geld of goederen na aan familie of vrienden. Geven testateurs die ervoor kiezen om niet na te laten aan een goed doel ook bij leven meer aan hun directe omgeving dan testateurs die wel nalaten aan een goed doel? Dit hebben we onderzocht door te kijken naar het geefgedrag bij leven aan de directe omgeving. Dit betreft geven aan (schoon)ouders, uitwondende (schoon) kinderen, andere familieleden en aan vrienden, kennissen en burens.

Tabel 2.4 laat zien dat het aandeel respondenten dat geeft aan zijn of haar directe omgeving 12% hoger is onder testateurs die nalaten aan een goed doel. Ook het gemiddelde bedrag dat respondenten die nalaten aan een goed

	Geeft aan directe omgeving %	Gemiddelde gift aan directe omgeving (gewinsoriseerd) ^a €
Heeft geen testament	33	315
Heeft een testament		
Laat niet na aan een goed doel	44	1.547
Laat na aan een goed doel	56	2.042

^a De bedragen voor geven aan de directe omgeving zijn gewinsoriseerd. Dit betekent dat de hoogste bedragen zijn teruggezet op het 99^e percentiel

Tabel 2.4: Nalaten aan goede doelen en geven aan mensen in de directe omgeving

	Vermogen (mediaan) €	Jaarlijks inkomen (mediaan) €	Gevoel van financiële zekerheid ^a	Financiële situatie wordt beter %
Heeft geen testament	17.500	24.600	6,2	18
Heeft een testament				
Laat niet na aan een goed doel	190.000	36.334	6,9	21
Laat na aan een goed doel	197.500	38.310	7,8	15

^a1=financieel onzeker 10=financieel zeker

Tabel 2.5: Nalaten aan goede doelen en vermogen, inkomen en financiële zekerheid

doel geven aan hun directe omgeving is hoger (€2.042) dan het bedrag onder de testateurs die niet nalaten aan een goed doel (€1.547). We kunnen niet concluderen dat testateurs die niet nalaten aan een goed doel ook bij leven vaker en meer geven aan hun directe omgeving. Een mogelijke verklaring is dat respondenten die nalaten aan een goed doel vermogender zijn dan testateurs die niet nalaten aan een goed en daarom ook bij leven meer geven aan hun directe omgeving.

Voor deze editie van Geven in Nederland hebben we ook gevraagd of respondenten investeringen hebben gedaan met een maatschappelijk rendement. 6% van de testateurs die nalaten aan een goed doel geeft aan te investeren in zaken met een maatschappelijk rendement, tegenover 3% van de testateurs die niet nalaten aan een goed doel. Het gemiddelde bedrag aan investeringen met een maatschappelijk rendement is ook beduidend hoger onder de respondenten die nalaten aan een goed doel, namelijk €116.496². Dit is €35.069 onder testateurs die niet nalaten aan een goeddoelenorganisatie.

Financiële achtergrond

Het totale vermogen (inclusief de WOZ-waarde van een woning) en het jaarlijks inkomen van huishoudens verschilt sterk tussen mensen met en zonder testament (zie tabel 2.5). De respondenten met een testament hebben met name een flink groter vermogen dan de respondenten zonder testament. Onder de testateurs is er een klein verschil te zien tussen de groep die nalaat aan een goed doel en de groep die dit niet doet. Van de groep die nalaat aan een goed doel heeft 50% een vermogen van €197.500 of meer (de mediaan). Dit is €190.000 of meer voor de testateurs die niet nalaten aan een goed doel. Het jaarlijks inkomen ligt ook iets hoger onder testateurs die nalaten aan een goed doel. Van de testateurs die nalaten aan een goed doel heeft 50% een jaarlijks inkomen van €38.310 of meer. Dit is €36.334 of meer onder de testateurs die niet nalaten aan een goed doel.

In de enquête vragen wij respondenten niet alleen naar hun vermogen en inkomen, maar ook naar hun gevoel van zekerheid en verwachtingen op financieel

gebied. Testateurs voelen zich financieel zekerder dan mensen zonder testament en het gevoel van financiële zekerheid is nog hoger onder erflaters aan een goed doel. Wat verwachten mensen van hun financiële situatie in het komende jaar? 18% van de huishoudens zonder testament verwacht dat hun financiële situatie de komende 12 maanden beter wordt. Verrassend is dat dit percentage lager is (15%) onder de testateurs die nalaten aan een goed doel. Het zou kunnen dat de financiële situatie van de testateurs die nalaten aan een goed doel relatief gezien zo goed is dat zij weinig verbetering kunnen verwachten. Een andere verklaring zou kunnen zijn dat de mensen die nalaten gemiddeld ouder zijn, namelijk 66 jaar. Zij hebben de pensioenleeftijd bereikt en het is onwaarschijnlijk dat zij het komende jaar een hoger inkomen ontvangen.

² De bedragen voor maatschappelijk investeren zijn gewinsoriseerd. Dit betekent dat de hoogste bedragen zijn teruggezet op het 99e percentiel.

	Erfenis/ familievermogen % ^a	Inkomen uit loonarbeid %	Inkomen eigen bedrijf %	Onroerend goed %	Overig %
Heeft geen testament	4	42	17	30	7
Heeft een testament					
Laat niet na aan een goed doel	5	28	26	31	9
Laat na aan een goed doel	6	35	29	21	9

^a Deze percentages zijn gebaseerd op een klein aantal respondenten (n = 32)

Tabel 2.6: Nalaten aan goede doelen en herkomst vermogen onder vermogende respondenten (in %)

	Advies notaris %	Advies private banker, belastingadviseur, accountant %
Heeft geen testament	-	-
Heeft een testament		
Laat niet na aan een goed doel	41	19
Laat na aan een goed doel	52	23

Tabel 2.7: Nalaten aan goede doelen en advies gevraagd bij opstellen testament

Herkomst vermogen

Hangt de herkomst van het vermogen samen met de beslissing om wel of niet na te laten aan een goed doel? Een onderzoek in Duitsland laat zien dat vermogenden vaker nalaten als zij dit vermogen hebben geërfd of verkregen door een vermogende partner (Stroing, 2014). Aan respondenten in de steekproef met alleen vermogende huishoudens is gevraagd wat het belangrijkste bestanddeel van het vermogen van het huishouden is (zie tabel 2.6). Respondenten konden aangeven dat het belangrijkste deel bestaat uit: '1.Erfenis/familievermogen', '2.Inkomen dat u of uw partner zelf verdient uit loonarbeid', '3.Inkomen uit eigen bedrijf van uzelf en/of uw partner', '4.Onroerend goed' en '5.Overig'. Onder vermogenden die nalaten aan een goed doel is het vermogen niet vaker verkregen uit erfenis of familievermogen dan onder vermogenden die niet nalaten aan een goed doel. Dit is in tegenstelling met wat we zouden verwachten op basis van de studie van Stroing (2014). Het totale aantal respondenten dat aangeeft dat het vermogen voornamelijk bestaat uit erfenis of familievermogen is echter zo klein dat we hierover niet met zekerheid uitspraken kunnen doen. Het vermogen onder nalaters aan een goed doel is juist

vaker verkregen door inkomen uit loonarbeid en inkomen uit het eigen bedrijf of het bedrijf van de partner. Onroerend goed is daarentegen minder vaak het belangrijkste bestanddeel van het vermogen voor testateurs die nalaten aan een goed doel (21%) vergeleken met de testateurs die dit niet doen (31%).

Advies bij opstellen van het testament

In de enquête vragen we aan respondenten in welke mate zij bij het opstellen van het testament het gevoel hebben onder druk te zijn gezet door 'a. Gezinsleden of familie', 'b. Een goed doel'. Uit de resultaten van de vorige editie van Geven in Nederland bleek dat bijna niemand zich onder druk gezet voelt door familie of goede doelen bij het opstellen van een testament. Hetzelfde blijkt uit de meest recente gegevens. Van de respondenten met een testament voelt 3% zich onder druk gezet door familie en 2% voelt zich onder druk gezet door een goed doel. Van de respondenten die nalaten aan een goed doel geeft iets meer dan de helft (52%) aan advies te hebben gevraagd aan de notaris bij de keuze van de erfgenamen of legatarissen (zie tabel 2.7). Dit percentage is lager (41%) onder de testateurs die niet nalaten aan een

goed doel. Een kwart van de testateurs die nalaten aan een goed doel vraagt bij het nadenken over de erfenis advies aan de private banker, belastingadviseur of accountant. Testateurs die niet nalaten aan een goeddoelenorganisatie doen dit minder vaak (19%).

In de enquête vragen we respondenten hun eigen financiële kennis in te schatten op een schaal van 1 tot 7 waarbij 1 staat voor 'zeer gering' en 7 voor 'zeer groot'. Ook hebben we gevraagd of zij bekend zijn met de Erkenning van het CBF. In tabel 2.8 is te zien dat het percentage respondenten dat bekend is met de Erkenning van het CBF beduidend hoger is onder de nalaters aan een goed doel. Testateurs schatten hun financiële kennis beter in dan respondenten die geen testament hebben. Nalaters aan een goed doel schatten hun financiële kennis het hoogste in.

	Kent de Erkenning van het CBF %	Financiële kennis ^a
Heeft geen testament	21	4,9
Heeft een testament		
Laat niet na aan goed doel	28	5,1
Laat na aan een goed doel	58	5,4

^a Score op een schaal van 1 ('zeer gering') tot 7 ('zeer groot')

Tabel 2.8: Nalaten aan goede doelen en kennis van CBF-Erkenning en financiële kennis

	Empathie ^a	Heeft vertrouwen in goede doelen %
Heeft geen testament	3,7	36
Heeft een testament		
Laat niet na aan een goed doel	3,6	38
Laat na aan een goed doel	3,8	66

^a 1=Helemaal oneens, 5=Helemaal eens.

Tabel 2.9: Nalaten aan goede doelen, empathie en vertrouwen in goede doelen

Psychologische motieven en sociale normen

Naast de gezinssamenstelling en de financiële situatie van een persoon kunnen psychologische eigenschappen en sociale normen ook van invloed zijn op de beslissing om na te laten (Routley, Sargeant en Day, 2018). Uit een kwantitatieve studie naar de psychologische motieven voor het nalaten aan een goed doel in de gezondheidssector blijkt dat empathie het sterkst van invloed is (Sikkel en Schoenmakers, 2012). In ons onderzoek zijn respondenten vier stellingen voorgelegd die de mate van empathie meten op een 5-puntsschaal. Een voorbeeldstelling is 'Ik word vaak geraakt door wat andere mensen meemaken'. Uit de resultaten blijkt dat respondenten die nalaten aan een goed doel wat hoger scoren op empathie dan de respondenten die niet nalaten aan een goed doel (zie tabel 2.9).

Het vertrouwen in goede doelen hangt sterk samen met het geefgedrag aan goede doelen. Respondenten die nalaten aan een goed doel hebben een stuk meer vertrouwen in goede doelen dan de respondenten die dit niet doen.

Uit tabel 2.10 blijkt dat respondenten die nalaten aan een goede doel het vaker eens zijn met sociale normen die het geven aan anderen onderschrijven. Bijna de helft (46%) van de nalaters aan een goed doel geeft aan dat iedereen aan goede doelen zou moeten geven en meer dan de helft (56%) vindt dat het bezit van vermogen een bijzondere verantwoordelijkheid schept voor de maatschappij. Deze percentages zijn flink lager onder mensen met een testament die niet nalaten aan een goeddoelenorganisatie.

	Ik vind dat iedereen aan goede doelen zouden moeten geven %	Het bezit van vermogen schept een bijzondere verantwoordelijkheid voor de maatschappij %
Heeft geen testament	16	44
Heeft een testament		
Laat niet na aan een goed doel	21	41
Laat na aan een goed doel	46	56

Tabel 2.10: Nalaten aan goede doelen en opvattingen over vermogen en geefgedrag (% dat het eens is met de stellingen)

Literatuur

- Bekkers, R. (2013). De maatschappelijke betekenis van filantropie. Oratie Vrije Universiteit Amsterdam. https://rene-bekkers.files.wordpress.com/2013/04/bekkers_filantropie.pdf
- Franssen, S.E., & Bekkers, R. (2016). Culturele instellingen in Nederland: Veranderingen in geefgedrag, giften, fondsenwerving en inkomsten tussen 2011 en 2014. Amsterdam: Werkgroep Filantropische Studies, Vrije Universiteit Amsterdam. <https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/rapporten/2016/06/09/culturele-instellingen-in-nederland-veranderingen-in-geefgedrag-giften-fondsenwerving-en-inkomsten-tussen-2011-en-2014/culturele-instellingen-in-nederland-2012-2014.pdf>
- Routley, C., Sargeant, A., & Day, H. (2018) *Everything research can tell us about legacy giving in 2018*. University of Plymouth: Hartsook Centre for Sustainable Philanthropy.
- Sikkel, D., Schoenmakers, E. (2012). Bequests to health-related charitable organizations. A structural model. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 17(3), 183-197.
- Schuyt, T.N.M., Mariani, E., & Felix, S. (2017). Nalatenschappen. Pp. 117 – 134 in: Bekkers, R. Schuyt, T.N.M., & Gouwenberg, B.M. (Eds.). *Geven in Nederland 2017: Giften, Sponsoring, Legaten en Vrijwilligerswerk*. Amsterdam: Lenthe.
- Stroing (2014). *Reichtum und gesellschaftliches Engagement in Deutschland*. Dissertation Sociologie Postdam.
- Van den Brakel, M., & Otten, F. (2019) *Welvaart in Nederland 2019*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.

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 financiële 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 overheids-subsidie: 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 bested aan doelstelling n=676	GWF Bestedingen uit (de opbrengst van) het vermogen n=361	VF Totaal bested aan 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

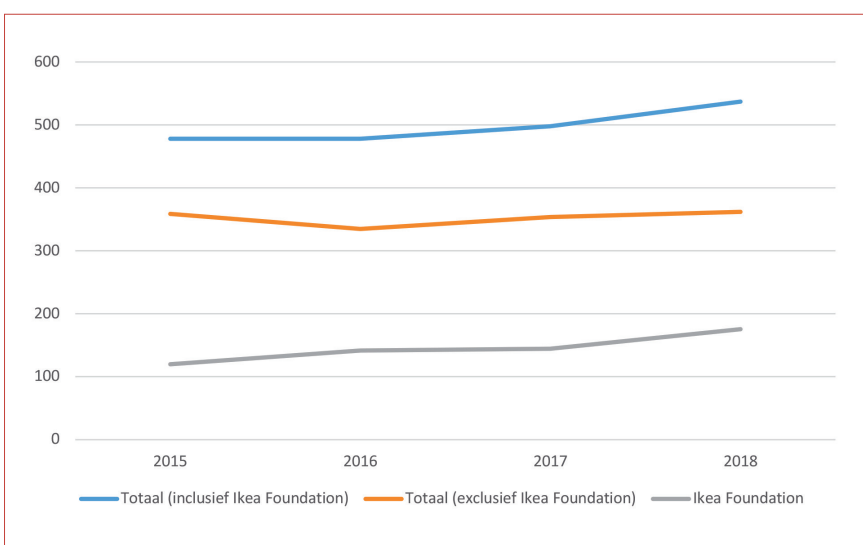
^a In verband met afrondingen tellen de waarden per doel niet altijd op tot de gepresenteerde totaalcijfers

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 € miljoen (n=86)

Wat viel op?

Uit een verkennend onderzoek naar de maatschappelijke rol opvatting 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.

Geven door fondsen



3.1 Typen fondsen in Nederland

Er is een grote variëteit in typen fondsen in Nederland. In deze uitgave onderscheiden we geldwervende fondsen, vermogensfondsen en hybride fondsen. *Geldwervende fondsen* (ook wel fondsenwervende organisaties genoemd) zamelen onder het publiek geld in ter realisatie van hun doelstellingen. Zo verkrijgen KWF Kankerbestrijding, de Nierstichting, het Rode Kruis, Amnesty International, Greenpeace en Human Rights Watch - om enkele voorbeelden te noemen - hun middelen primair via geldwerving. Geldwervende fondsen ontvangen inkomsten uit een verscheidenheid van bronnen, zoals donaties en giften van het Nederlandse publiek en het bedrijfsleven, acties van derden (loterijen), nalatenschappen en subsidies van de overheid.

Onder *vermogensfondsen* verstaan we een brede groep fondsen. Het gaat om onafhankelijke, particuliere non-profitorganisaties met een vermogen en/of structurele inkomstenbron, die ten behoeve van het algemeen nut daaruit steun bieden aan individuen, projecten en organisaties. Voorbeelden zijn de Van Leer Group Foundation, VSBfonds en Start Foundation. Vermogensfondsen die uitsluitend uit het vermogen (en de opbrengsten daarvan) hun bijdrage aan de maatschappij leveren - en derhalve geen andere inkomsten verkrijgen of daarvan afhankelijk zijn - noemen wij *zuivere vermogensfondsen*. Daarnaast zijn er fondsen die jaarlijks gevoed worden door één structurele inkomstenbron afkomstig van een familie of bedrijf. Er is dan niet altijd sprake van een vermogen, of het rendement van het vermogen

maakt maar beperkt deel uit van het budget dat beschikbaar is ten behoeve van het algemeen nut. Een voorbeeld hiervan is de VandenEnde Foundation die jaarlijks donaties ontvangt van Joop en Janine van den Ende. Ander voorbeelden zijn Stichting IKEA Foundation en het KPN Mooiste Contact Fonds, die een jaarlijkse bijdrage van respectievelijk de IKEA groep en KPN ontvangen. Belangrijk aan alle bovengenoemde typen fondsen is dat zij in de regel niet aan actieve fondsenwerving doen. Zij hoeven zich niet tot het publiek te wenden voor het verkrijgen van financiële middelen. Voor de leesbaarheid wordt in de rest van dit hoofdstuk gesproken van 'vermogensfondsen', waarmee wij - tenzij anders aangegeven - bovenstaande brede typering van deze fondsen bedoelen.

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

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

Barbara Gouwenberg
Florian van Heijningen
Rosan van Niekerk

3.2 Geldwervende fondsen

De onderzochte groep

Over een deel van de geldwervende fondsen en hybride fondsen in Nederland zijn gegevens bekend via de CBF-database. Jaarlijks leveren tussen de 800 en 1.000 geldwervende fondsen hun jaarverslag in bij het CBF, toezichthouder goede doelen. Het CBF verwerkt informatie uit het jaarverslag over o.a. de baten en lasten van het fonds in een database. CBF-data zijn gebruikt om inzicht te krijgen in de bestedingen van geldwervende fondsen en een groot aantal hybride fondsen in Nederland. Er is gebruik gemaakt van een bestand (december 2019) met op dat moment de financiële gegevens van 676 fondsen over het jaar 2018. Het databestand van het CBF wordt echter continu aangevuld met fondsen die alsnog hun jaarverslag over 2018 aanleveren. Het CBF geeft aan dat dit met name kleine geldwervende fondsen betreft en daarom geen grote invloed meer heeft op het totaalbedrag.

Inkomsten en bestedingen in 2018

In totaal wordt in 2018 door 676 geldwervende en hybride fondsen €3,9 miljard besteed aan hun doelstellingen. Het totaal aan inkomsten voor 2018

bedraagt bijna €4,5 miljard. Belangrijk om hierbij te vermelden is dat ca. 37% van deze inkomsten afkomstig is van overheidssubsidies (bijna €1,7 miljard). Die overheidssubsidies vinden met name hun weg naar organisaties zoals het Leger des Heils en Cordaid, Oxfam Novib en ICCO.

De inkomsten en bestedingen van geldwervende fondsen leveren ingedeeld naar de Geven in Nederland-rubricering het in tabel 3.1 opgenomen beeld per doel op. In 2018 hebben geldwervende fondsen het meest bijgedragen aan doelen op het terrein van internationale hulp en aan maatschappelijke en sociale doelen.

Trends tussen 2004-2018

Als we in figuur 3.1 kijken naar de totale bestedingen van geldwervende fondsen tussen 2004 en 2018 zien we een stijgende lijn. Ook de inkomsten vertonen een stijgende lijn. Echter, als we de inkomsten uit overheidssubsidies buiten beschouwing laten, zien we de inkomsten vanuit particuliere bronnen vanaf 2016 enigszins stabiliseren. Toekomstige cijfers moeten uitwijzen hoe de inkomsten zich verder zullen gaan ontwikkelen.

Trends in doelen waar geldwervende fondsen aan geven

Al jaren komt het grootste deel van de doelbestedingen van geldwervende fondsen terecht bij doelen op het terrein van internationale hulp (zie figuur 3.2). We zien daarin tussen 2004 en 2013 een stijgende lijn en tussen 2013 en 2018 een zekere stabilisatie. Organisaties rondom maatschappelijke en sociale doelen, op het terrein van milieu, natuur en dieren, en gezondheid staan al jaren op een respectievelijk 2^e, 3^e en 4^e plaats, waarbij opvalt dat met name de bestedingen aan maatschappelijke en sociale doelen de laatste jaren een stijgende lijn vertonen.

	Totaal besteed aan doelstelling n=676	Totale inkomsten (inclusief overheidssubsidies) n=670	Totale inkomsten (exclusief overheidssubsidies) n=432
Kerk en levensbeschouwing	91	104	104
Gezondheid	468	570	467
Internationale hulp	1.627	1.823	1.129
Milieu, natuur en dieren	497	566	381
Onderwijs en onderzoek	6	7	7
Cultuur	168	211	163
Sport en recreatie ^a	122	143	91
Maatschappelijke en sociale doelen	957	1.046	469
Totaal ^b	3.936	4.471	2.810

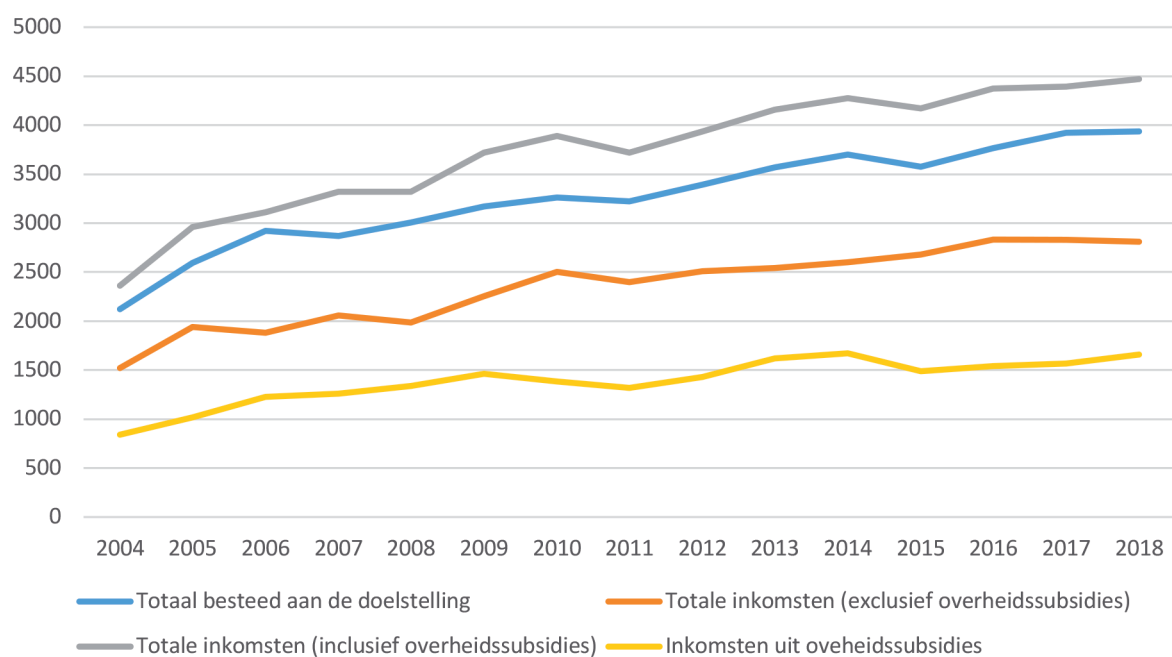
^a De categorie sport en recreatie valt in de CBF-database onder Welzijn. Ten behoeve van de GIN-indeling in sectoren is de categorie 'Welzijn' van de CBF-database uitgesplitst naar de sectoren 'Sport en recreatie' en 'Maatschappelijke en sociale doelen'

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

Bron: CBF-database (december 2019)

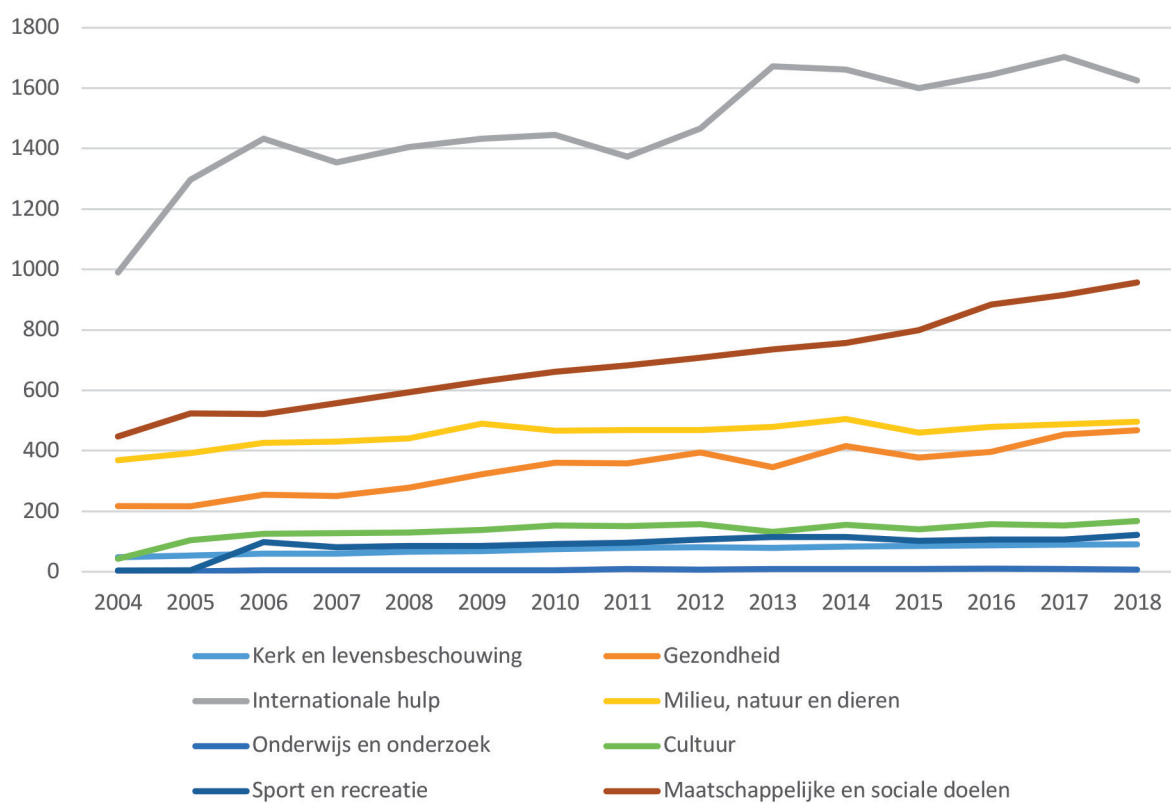
Tabel 3.1: Inkomsten en bestedingen van geldwervende fondsen, 2018 (in € miljoenen)

3. | GEVEN DOOR FONDSEN



Bron: CBF-database (december 2019)

Figuur 3.1: Inkomsten en bestedingen van geldwervende fondsen, 2004-2018 (in € miljoenen)



Bron: CBF-database (december 2019)

Figuur 3.2: Bestedingen per doel van geldwervende fondsen, 2004-2018 (in € miljoenen)

3.3 Vermogensfondsen

De onderzochte groep

In Nederland is er geen centrale database met gegevens over de inkomsten en giften van vermogensfondsen en hybride fondsen die hun jaarverslag niet naar het CBF sturen. Vanwege gebrekkige gegevensbronnen en een onvolledig steekproefkader is het tot op heden niet mogelijk geweest een totaalschatting te maken van de bijdragen van al deze fondsen in Nederland. Zolang er geen centrale database beschikbaar is met gegevens over alle vermogensfondsen in Nederland, zijn de onderzoekers aangewezen op andere methoden om inzicht in hun geefgedrag te krijgen.

Ten behoeve van het macro-economische overzicht van Geven in Nederland 2020 heeft het onderzoek onder vermogensfondsen zich geconcentreerd op de grootste vermogensfondsen - met een geschat doelbestedingsbudget van meer dan €500.000 - in Nederland. Veronderstelling hierbij is dat een klein deel van de vermogensfondsen verantwoordelijk is voor het grootste deel van de uitgaven. Dit principe, ook wel pareto-principe genoemd, zien we eveneens terug bij geven door huishoudens, waar een relatief klein deel van de gevers verantwoordelijk is voor het grootste deel van de giften en bij het Europese onderzoek naar de bijdragen van verschillende typen fondsen op het terrein van onderzoek en innovatie (Gouwenberg et al., 2015).

Met behulp van beschikbare gegevensbronnen en het inschakelen van experts, hebben de onderzoekers onderzocht welke fondsen een geschat bestedingsbudget hebben van meer dan €500.000.

In totaal heeft de zoektocht een lijst opgeleverd met 122 vermogensfondsen. Hybride fondsen die hun jaarverslag bij het CBF hebben aangeleverd, zoals het Prins Bernhard Cultuur Fonds en het Oranje Fonds, vallen hierbuiten. Deze fondsen hebben hun jaarverslag bij het CBF ingediend en zijn op die wijze al in het onderzoek meegenomen.

De 122 geselecteerde vermogensfondsen zijn benaderd met het verzoek een vragenlijst in te vullen. In totaal hebben 63 vermogensfondsen de vragenlijst volledig (of nagenoeg volledig) ingevuld. De onderzoekers hebben de ontbrekende gegevens over doelbestedingen van de 59 resterende vermogensfondsen (aan de hand van secundaire bronnen zoals jaarverslagen en websites) aangevuld.

	Totale doelbestedingen	In %	Aantal fondsen
> €15 miljoen	353	57	7
€10 -15 miljoen	49	8	4
€5 - 10 miljoen	66	11	9
€1 - 5 miljoen	127	20	59
€500.000 - €1 miljoen	22	4	29
€0 – €500.000 ^a	4	1	14
Totaal ^b	621	100	122

^a De vermogensfondsen in dit onderzoek zijn in beginsel geselecteerd op een geschat doelbestedingsbudget > €500.000. Er is echter een aantal fondsen in het onderzoek dat in 2018 een lager doelbestedingsbudget blijkt te hebben. Om de beschikbare informatie te benutten, hebben de onderzoekers besloten deze fondsen mee te nemen in de resultaten.

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

Tabel 3.2: Totale doelbestedingen van vermogensfondsen in 2018 in € miljoenen en aantal fondsen per klassenindeling

Doelbestedingen in 2018

In 2018 hebben de onderzochte 122 vermogensfondsen €621 miljoen bijgedragen aan goede doelen. Door in het onderzoek de nadruk op de grootste vermogensfondsen te leggen, krijgen de onderzoekers beter zicht op het volume van de bestedingen van vermogensfondsen¹. In tabel 3.2 wordt duidelijk dat ook binnen de groep grote vermogensfondsen het pareto-principe van toepassing is. Een klein deel (n=7) is verantwoordelijk voor het grootste deel (57%) van de doelbestedingen. Daarbij geldt dat van de €353 miljoen die deze 7 fondsen hebben gegeven €175 miljoen afkomstig is van de Ikea Foundation.

Doelen waar vermogensfondsen aan geven

Een aanzienlijk deel van de bestedingen van de onderzochte vermogensfondsen is terechtgekomen bij doelen op het terrein van internationale hulp (€226 miljoen). Belangrijk om hierbij te vermelden is dat €175 miljoen afkomstig is van het grootste fonds uit de steekproef dat actief is op dit terrein (Ikea Foundation). Maatschappelijke en sociale doelen en organisaties op het terrein van gezondheid kunnen op respectievelijk €118 en €71 miljoen rekenen.

¹ Door het ontbreken van een volledig steekproefkader is het echter niet mogelijk om generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen.

	Totaal besteed aan doelstelling	In %
Kerk en levensbeschouwing	14	2
Gezondheid	71	11
Internationale hulp	226	36
Milieu, natuur en dieren	34	5
Onderwijs en onderzoek	45	7
Cultuur	67	11
Sport en recreatie	4	1
Maatschappelijke en sociale doelen	118	19
Overig/niet gespecificeerd	43	7
Totaal	621	100

In verband met afrondingen tellen de bedragen per doel niet op tot €621 miljoen en tellen de percentages niet op tot 100%

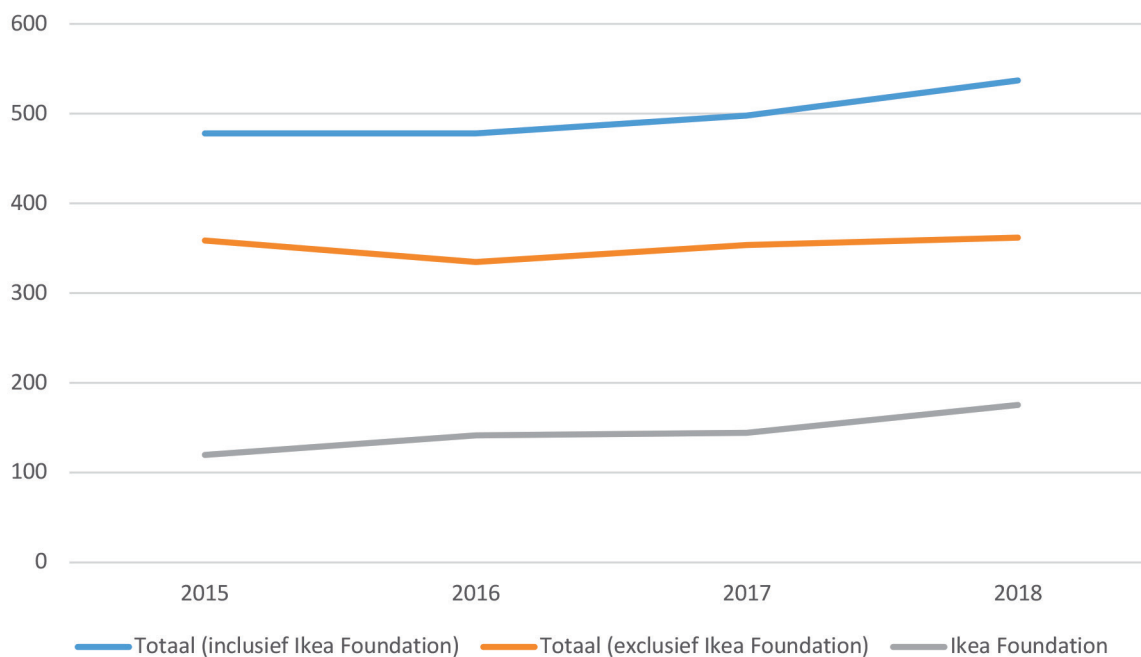
Tabel 3.3: Doelbestedingen van vermogensfondsen per sector in 2018, in € miljoenen (n=122)

Trend bij de longitudinale groep vermogensfondsen

Voor het eerst kunnen we in deze editie iets zeggen over de trend in doelbestedingen bij een groep fondsen. Van 86 fondsen hebben we informatie kunnen verzamelen over hun doelbestedingen in de jaren 2015-2018.

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 deze stijging met name wordt veroorzaakt door de toename in doelbestedingen van de Ikea Foundation (zie figuur 3.3.). Als we de Ikea Foundation buiten de trend houden dan zien we een redelijk stabiele lijn over de jaren heen.

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



Figuur 3.3: Doelbestedingen longitudinale groep vermogensfondsen in 2015-2018, in € miljoenen (n=86)

3.4 Wat tellen we mee voor het macro-overzicht?

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

financiële baten (rentebaten/baten uit beleggingen) worden meegerekend. De baten uit eigen fondsenwerving zijn opgenomen bij de 'gevers' (zie hoofdstuk 1 voor huishoudens en hoofdstuk 4 voor bedrijven), de inkomsten uit nalatenschappen zijn opgenomen in hoofdstuk 2 en de inkomsten uit de kansspelen in hoofdstuk 5. Voor fondsen die niet aan actieve geldwerving doen, zoals vermo-

gensfondsen, 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 niet meegerekend omdat deze bedragen al bij de andere hoofdstukken (Hoofdstuk 1 Geven door huishoudens en hoofdstuk 4 Geven door bedrijven) zijn meegeteld.

	GWF Totaal bested aan doelstelling n=676	GWF Bestedingen uit (de opbrengst van) het vermogen n=361	VF Totaal bested 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 3.4: Bestedingen uit de opbrengsten van het vermogen van geldwervende fondsen en vermogensfondsen in 2018 (minimumwaarde), in € miljoenen

De doelbestedingen uit de opbrengst van het vermogen van geldwervende fondsen (€165 miljoen) en vermogensfondsen (€268 miljoen) tellen op tot €433 miljoen in 2018 (zie tabel 3.4). Het merendeel van de opbrengsten uit het vermogen van geldwervende fondsen zijn terecht gekomen bij doelen op het terrein van internationale hulp. Vermogensfondsen geven uit de opbrengst van het vermogen met name aan

maatschappelijke en sociale doelen (€83 miljoen) en cultuur (€46 miljoen). Resultaten uit andere onderzoeken en eerdere edities van Geven in Nederland laten een vergelijkbaar beeld zien (Schuyt & Gouwenberg, 2000; Gouwenberg & Schuyt, 2004; Geven in Nederland 2009; 2011; 2013; 2015; 2017). Cultuur en maatschappelijke en sociale doelen waren andere jaren ook de meest favoriete doelen van zuivere vermogensfondsen.

Het is niet mogelijk om uitspraken te doen over de trends per doel. De gegevens van de verschillende onderzoeken bij vermogensfondsen zijn moeilijk met elkaar te vergelijken, omdat het aantal aan het onderzoek meewerkende fondsen per editie verschilt en geen representatieve afspiegeling vormt van de totale groep vermogensfondsen.

3.5 Verkennend onderzoek onder vermogensfondsen

De onderzochte groep

Naast het onderzoek naar de doelbestedingen van vermogensfondsen hebben we bij deze groep fondsen ook een verkennend onderzoek gedaan naar een zevental thema's:

- Maatschappelijke rolopvatting van vermogensfondsen
- Vermogensfondsen en innoveren
- Vermogensfondsen en overheid
- Interactie vermogensfondsen met hun omgeving
- Vormen van financiële ondersteuning
- Vormen van niet-financiële ondersteuning
- Vermogensfondsen en impact

Voor dit verkennende onderzoek hebben we 122 vermogensfondsen met een geschat bestedingsbudget van meer dan €500.000 geselecteerd en uitgenodigd om een enquête in te vullen. Iets meer dan de helft van de vermogensfondsen (in totaal 65) heeft de vragenlijst (geheel of gedeeltelijk) ingevuld.

Tabel 3.5 geeft meer inzicht in de doelbestedingen van de vermogensfondsen uit het verkennende onderzoek en hun aandeel ten opzichte van de doelbestedingen van de totale groep vermogensfondsen (122 fondsen). De vermogensfondsen in het verkennende onderzoek hebben in 2018 gezamenlijk €311 miljoen besteed aan hun doelstelling.

Dat is 50% van de doelbestedingen van de totale groep fondsen (€621 miljoen) en 70% van de doelbestedingen als we de Ikea Foundation buiten beschouwing laten.

	Totale groep vermogensfondsen			Vermogensfondsen uit verkennend onderzoek		
	Totale doelbestedingen	In %	Aantal fondsen	Totale doelbestedingen	In %	Aantal fondsen
> €15 miljoen	353	57	7	148	48	5
€10 - €15 miljoen	49	8	4	35	11	3
€5 - €10 miljoen	66	11	9	49	16	6
€1 - €5 miljoen	127	20	59	67	22	31
€500.000 - €1 miljoen	22	4	29	10	3	13
€0 - €500.000 ^a	4	1	14	2	1	7
Totaal ^b	621	100	122	311	100	65

^a De vermogensfondsen in dit onderzoek zijn in beginsel geselecteerd op een geschat doelbestedingsbudget van meer dan €500.000. Er is echter een aantal vermogensfondsen in het onderzoek dat in 2018 een lager doelbestedingsbudget blijkt te hebben. Om de beschikbare informatie te benutten, hebben de onderzoekers besloten deze fondsen mee te nemen in de resultaten.

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

Tabel 3.5: Totale doelbestedingen per klasse in 2018 van de totale groep grote vermogensfondsen (n=122) en de groep vermogensfondsen die meegewerkt heeft aan het verkennende onderzoek (n=65), in € miljoenen

De vermogensfondsen uit het verkennende onderzoek zijn actief voor een breed scala aan doelgroepen, maar kinderen/jongeren (n=39), economisch achtergestelden (n=32), gehandicapten (n=28), vluchtelingen (n=26) en ouderen (n=23) worden het vaakst genoemd. Als we de doelbestedingen rubriceren op basis van de Sustainable Development Goals zien we de volgende top 5: (1) gezondheid en welzijn (n=37), (2) geen

armoede (n=29), (3) ongelijkheid verminderen (n=29), (4) kwaliteitsonderwijs (n=28) en (5) waardig werk en economische groei (n=18). De fondsen zijn zowel in Nederland, in het buitenland, als op lokaal niveau, actief.

Vermogensfondsen en hun maatschappelijke rol opvatting

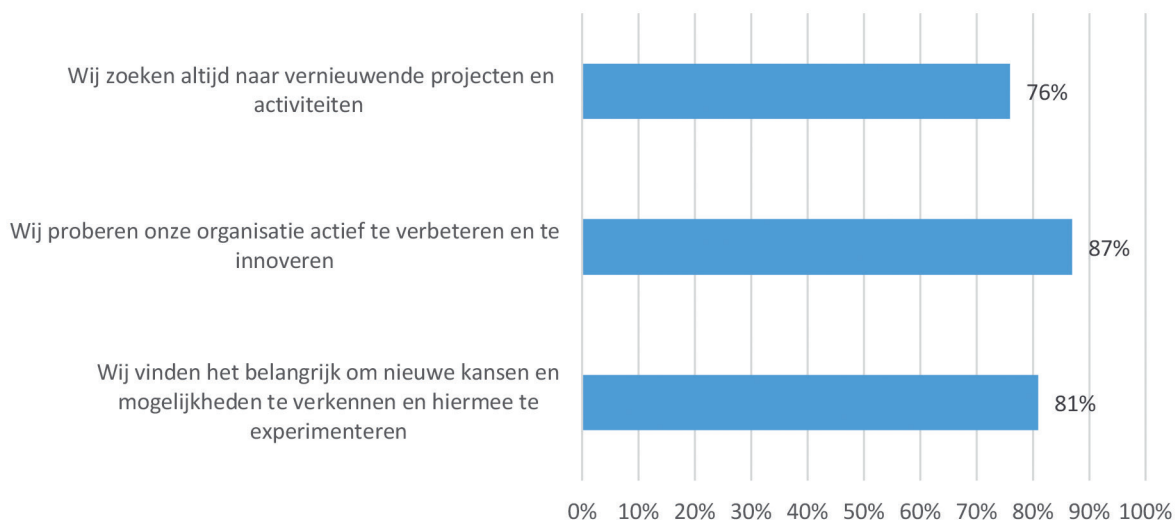
Fondsen kunnen op verschillende manieren – bewust of onbewust - invulling geven aan hun maatschappelijke rol in de samenleving. In dit onderzoek worden 11 rollen onderscheiden die zijn afgeleid van de rollen zoals beschreven in het Duitse onderzoeksrapport *Shape the Future – The Future of Foundations* (2014). Deze rollen hebben we voorgelegd aan de Nederlandse vermogensfondsen die hebben meegewerkt aan het onderzoek. De respondenten hebben op ons verzoek een top 3 gemaakt. Het vaakst herkennen de respondenten zich in de rol van ondersteuner. Het

fonds komt tegemoet aan 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, zodat deze organisaties hun taken op een meer systematische, effectieve en duurzame manier kunnen uitvoeren. De rol van kraamkamer (incubator), initiële ondersteuning bieden voor nieuwe ideeën en innovaties, komt op een derde plaats. In het wetenschappelijke discours over de legitimiteit van vermogensfondsen

wordt het zogenaamde ‘innovatie-argument’ vaak genoemd (Reich, 2013; Anheier & Daly, 2007). Vermogensfondsen zijn vanwege hun autonome positie en het vrije kapitaal bij uitstek geschikt om risico’s te nemen, te experimenteren en innovaties te ondersteunen. Echter, slechts bij 40% van de grote vermogensfondsen die meewerkten aan het onderzoek staat de rol van incubator in de top 3.

Rol	Omschrijving	Aantal keer genoemd
Ondersteuner	Ons fonds komt tegemoet aan specifieke behoeften en vragen vanuit de samenleving	51
Capacitybuilder	Ons fonds ondersteunt de ontwikkeling van kennis, vaardigheden en structuren	29
Kraamkamer (incubator)	Ons fonds biedt initiële ondersteuning voor ideeën	26
Expert	Ons fonds draagt gespecialiseerde kennis bij	18
Bruggenbouwer	Ons fonds brengt mensen van verschillende organisaties samen en bemiddelt tussen verschillende perspectieven	12
Patroon	Ons fonds treedt op als beschermheer of –vrouwe voor (projecten van) individuen	8
Pleitbezorgers	Ons fonds positioneert zich als voorstander en vertegenwoordiger van bepaalde sociale kwesties	4
Denktank	Ons fonds draagt bij aan de veelheid van meningen die gevormd worden	3
Luis in de pels	ons fonds stelt kritische vragen en demonstreert alternatieven	3
Woordvoerders	Ons fonds gebruikt haar eigen reputatie om de stem van minderheden te laten horen	1
Ontwikkelaar van standaarden	Ons fonds stelt normen vast als positieve prikkel voor de professionalisering van organisaties in het maatschappelijke veld	1

Tabel 3.6: Maatschappelijke rol opvatting van vermogensfondsen (n=65)



Figuur 3.4: Uitspraken over innovatie ('mee eens' of 'helemaal mee eens' (in %); n=62)

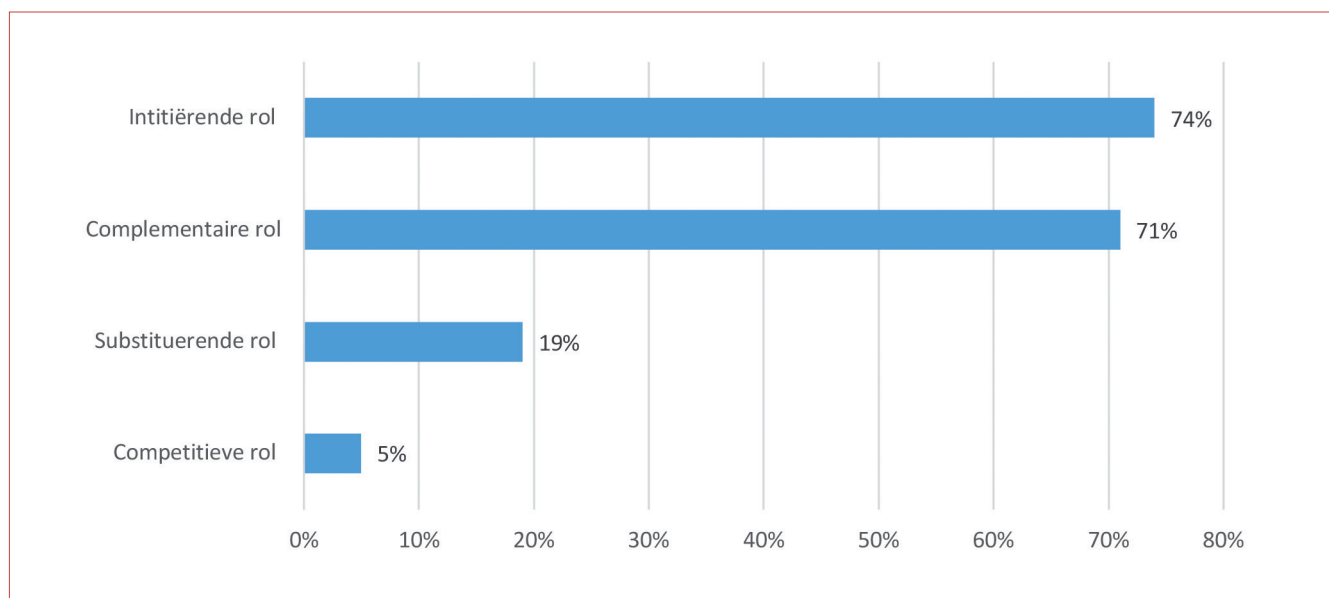
Vermogensfondsen en innovatie

Om meer inzicht te krijgen in de 'vernieuwingsdrang' van fondsen is hen een aantal uitspraken voorgelegd (zie figuur 3.4). Het grootste deel van de fondsen zegt actief bezig te zijn met de verbetering en innovatie van de eigen organisatie, te experimenteren met nieuwe mogelijkheden en op zoek te gaan naar vernieuwende projecten en activiteiten. Het is belangrijk om hierbij te vermelden dat het hier om de zelfperceptie gaat van fondsen.

We hebben de fondsen ook een tweetal uitspraken voorgelegd waarbij gevraagd werd een keuze te maken tussen twee alternatieven (zie tabel 3.7). Het antwoord links (<) is telkens het 'behoudende' alternatief, het antwoord rechts (>) het 'vernieuwende'. Fondsen konden ook een middenpositie (=) kiezen. 60% van de fondsen zegt risico's te nemen als het gaat om de projecten en activiteiten die zij ondersteunen, terwijl 10% van de fondsen liever veilige keuzes maakt. Bij onzekere situaties neemt 39% van de fondsen een krachtige en assertieve houding aan om het aantal (potentiele) kansen te maximaliseren. 23% van de fondsen zegt in deze situatie eerder geneigd te zijn de kat uit de boom te kijken.

	<	=	>	
Wij maken veilige keuzes qua projecten en activiteiten	10%	31%	60%	Wij nemen risico's qua projecten en activiteiten
Bij onzekere situaties, kijken wij eerst de kat uit de boom om te voorkomen dat we overhaaste beslissingen nemen	23%	39%	39%	Bij onzekere situaties, nemen wij een krachtige en assertieve houding aan om het aantal (potentiële) kansen te maximaliseren
In verband met afrondingen tellen de percentages niet op tot 100%				

Tabel 3.7: Uitspraken over risicobereidheid (n=62)



Figuur 3.5: Relatie vermogensfondsen en overheid, maatschappelijke rolopvatting ('mee eens' of 'helemaal mee eens' (in %); n=65)

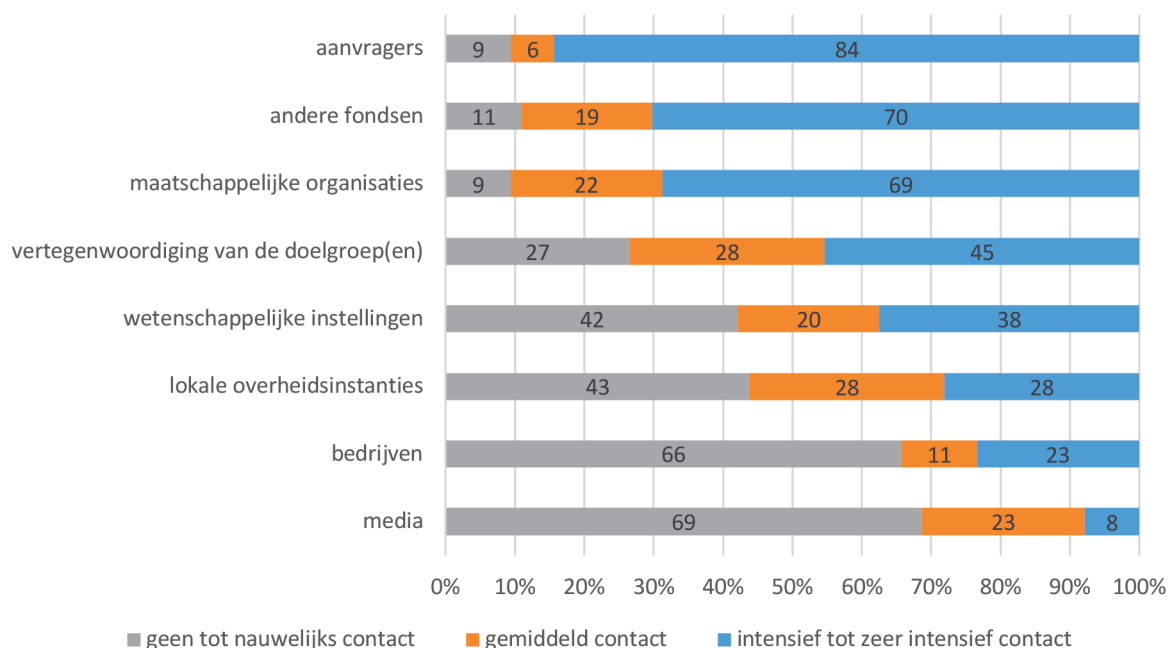
Vermogensfondsen en overheid

Overheden en vermogensfondsen die zich op hetzelfde maatschappelijke domein begeven, kunnen hun werkzaamheden ten opzichte van elkaar op verschillende wijze afbakenen en zo mogelijk op elkaar afstemmen. Op basis van een analyse voor de WRR (zie Gouwenberg (2018) voor achtergronden) onderscheiden we vier rollen die grotendeels zijn afgeleid uit theoretische zienswijzen over de maatschappelijke rol van de non-profitsector als geheel en de relatie met de overheid:

- **De complementaire rol:** steun van fondsen is aanvullend ten opzichte van wat (lokale) overheden doen.
- **De substituerende rol:** steun van fondsen is in plaats van/ter vervanging van wat (lokale) overheden deden.
- **Competitieve rol:** steun van fondsen is tegengesteld aan of strijdig met wat (lokale) overheden doen.
- **Initiërende rol:** steun van fondsen is gericht op het aanjagen en initiëren van ideeën en initiatieven. Deze laatste rol staat meer op zichzelf en los van wat overheden doen.

De resultaten laten zien dat de vermogensfondsen in dit onderzoek zich met name herkennen in de initiërende rol, het aanjagen en initiëren van ideeën en initiatieven. Onafhankelijk van de gunst van donateurs en onafhankelijk van de overheid steunen zij initiatieven en projecten die anders niet van de grond zouden zijn gekomen. Dat de Nederlandse vermogensfondsen zich het meest lijken te herkennen in deze rol, werd al duidelijk in het eerste verkennende onderzoek onder vermogensfondsen in Nederland (Schuyt & Gouwenberg, 2000). In relatie tot de overheid zien vermogensfondsen hun steun toch overwegend als aanvulling op steun van de (lokale) overheid. Bijna driekwart van de fondsen geeft aan dat zij zich herkennen in de complementaire rol. 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) zijn niet favoriet onder vermogensfondsen. Over het algemeen vullen fondsen niet graag de 'gaten' die de overheid met haar bezuinigingsbeleid op sommige terreinen

achterlaat (Gouwenberg, Van der Jagt & Schuyt, 2007). Desondanks zien we dat bijna 20% van de vermogensfondsen uit dit onderzoek zegt initiatieven te steunen die eerder door de overheid werden gesteund. Slechts 5% van de fondsen uit het onderzoek ziet zich als tegenstander van overheidsbeleid door initiatieven te ondersteunen die tegengesteld zijn aan het overheidsbeleid. In deze rol ontpoppen vermogensfondsen zich volgens Meijs (2015) tot 'eigenwijze' filantropen door doelen te steunen die mogelijk tegengesteld zijn aan de doelen van de politieke parlementaire meerderheid.

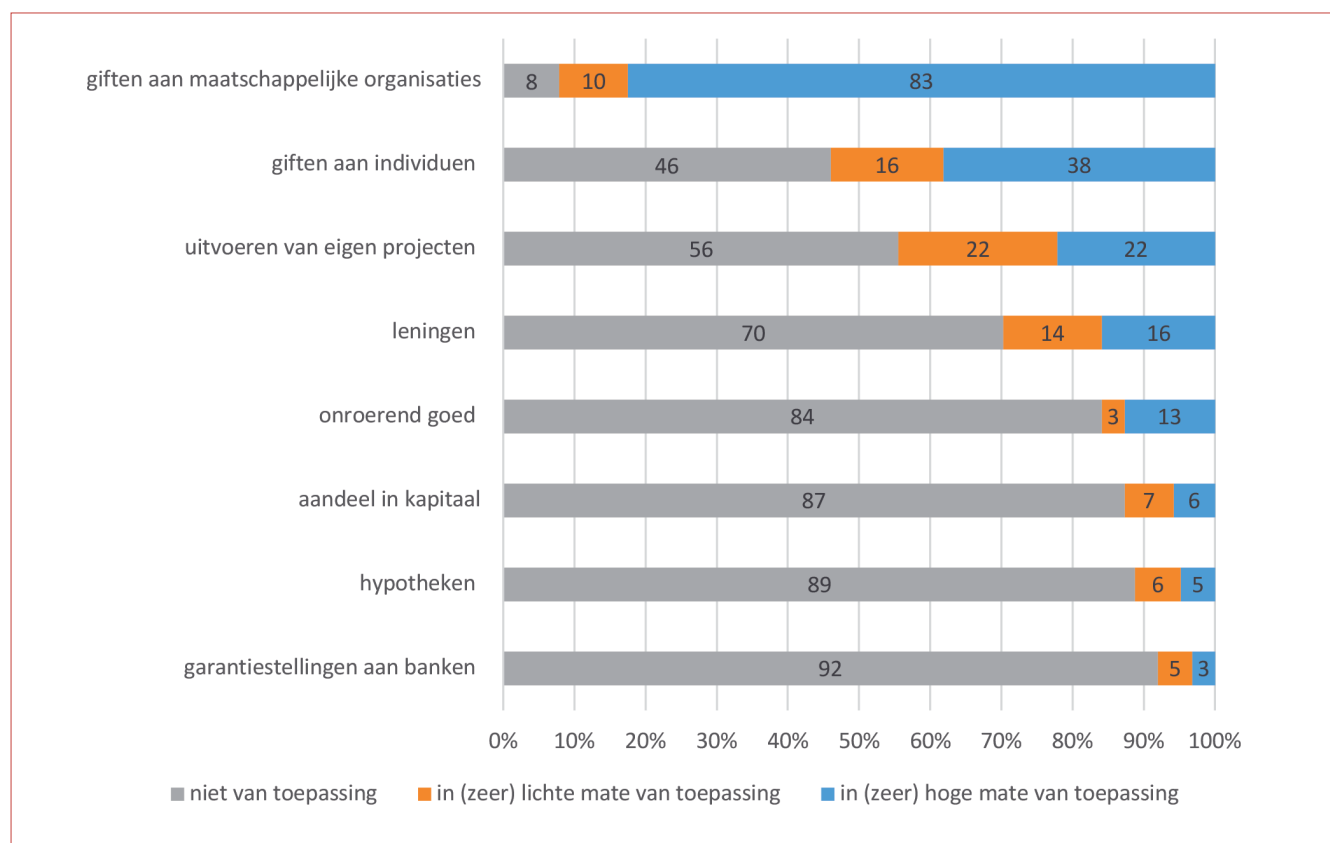


Figuur 3.6: Interactie van vermogensfondsen met stakeholders in hun omgeving ('niet/nauwelijks' contact, 'gemiddeld' contact en 'intensief tot zeer intensief' contact (in %); n=64)

Interactie van vermogensfondsen met hun omgeving

Het dagelijks werk van vermogensfondsen brengt met zich mee dat zij contact hebben met een breed scala aan stakeholders. Om meer inzicht in de interactie van vermogensfondsen met hun omgeving te krijgen, hebben wij gevraagd naar de intensiteit van het contact met een achttal stakeholders (zie figuur 3.6) en vervolgens is gevraagd naar het doel van het contact. We zien dat vermogensfondsen het meest intensief contact hebben met hun aanvragers, andere fondsen en maatschappelijke organisaties en het minst met de media en bedrijven. Bijna 70% van de vermogensfondsen uit het onderzoek heeft niet of nauwelijks contact met de media. 28% van de vermogensfondsen uit het onderzoek heeft intensief tot zeer intensief contact met (lokale) overheidsinstanties.

Aan de vermogensfondsen die gemiddeld tot intensief en/of zeer intensief contact hebben met een of meerdere van deze stakeholders hebben we vervolgens gevraagd wat het doel van het contact is. Is het contact gericht op kennisverwaring (over een bepaald thema of over de effectiviteit van de te ondersteunen interventie), informatieverstrekking (positionering op het thema), afstemming van het project/programma (financieel of inhoudelijk) en/of samenwerking? Opvallend is dat het contact van fondsen met hun stakeholders meestal meerdere van bovengenoemde doelen dient. Een duidelijk patroon is hierin – ook vanwege het lage aantal fondsen dat deelneemt aan het onderzoek – niet te herkennen. Alleen bij fondsen die contact hebben met de media valt op dat het doel daarvan overwegend gericht is op informatieverstrekking om zich te positioneren op het thema.



Figuur 3.7: Manieren van financiële ondersteuning aan maatschappelijke organisaties (niet van toepassing, in (zeer) lichte mate van toepassing en in (zeer) hoge mate van toepassing, in %; n=63)

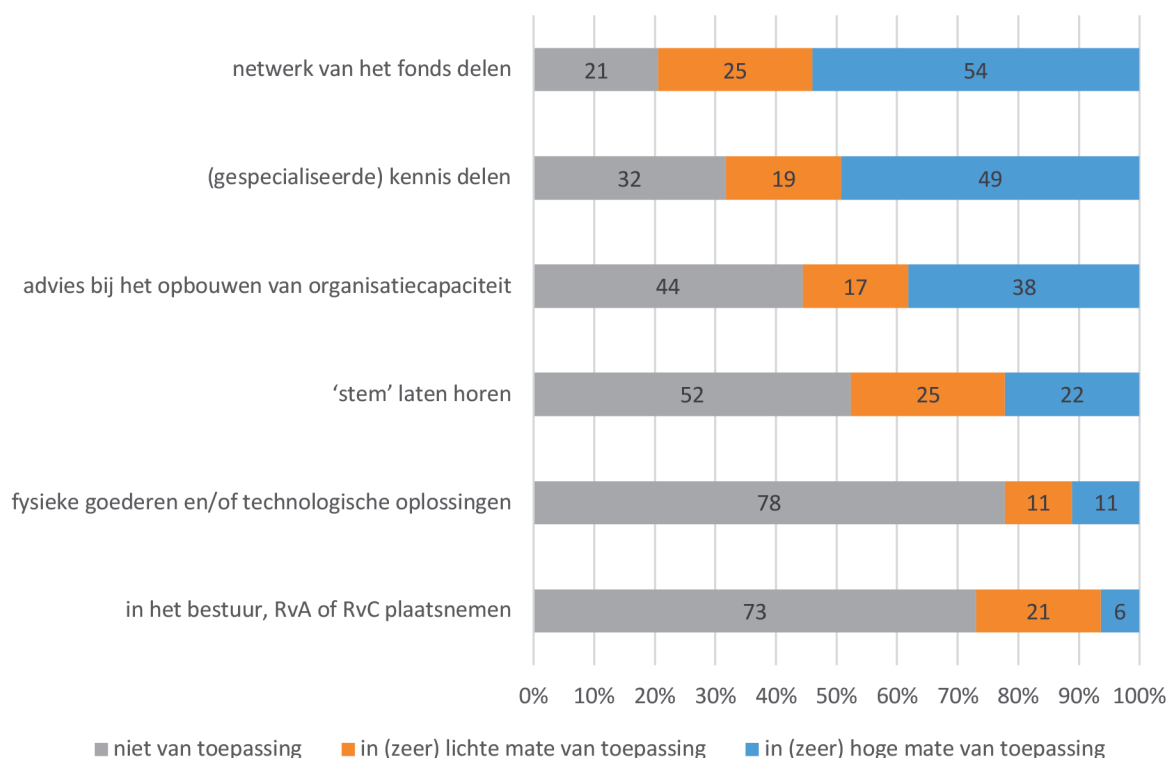
Vormen van financiële ondersteuning

De laatste jaren zien we dat fondsen nieuwe of alternatieve vormen van filantropie verkennen (Bekkers, 2017; Gouwenberg, 2018). Er zijn verschillende manieren waarop fondsen financiële ondersteuning kunnen bieden aan maatschappelijke organisaties. Naast het geven van klassieke donaties, zien we dat fondsen ook andere manieren zoeken waarop zij kunnen bijdragen aan de missie van hun fonds. Denk bijvoorbeeld aan het verstrekken van leningen met gunstige voorwaarden en investeringen die naast een maatschappelijk rendement, ook een financieel rendement nastreven. Met maatschappelijk rendement bedoelen we dat er door investeringen een bijdrage wordt geleverd aan de missie van het fonds. De verwachting is dat met name grote vermogensfondsen zich bewegen naar deze meer ondernemende vorm van filantropie. In hoeverre zien we deze en andere

manieren van financiële ondersteuning terug bij de grote fondsen die aan dit onderzoek hebben meegewerkt? Het merendeel van de fondsen is sterk gericht op de 'klassieke vorm van geven' in de vorm van het verstrekken van donaties (zie figuur 3.7). Voor 83% van de vermogensfondsen in dit onderzoek is het geven van giften aan andere organisaties in (zeer) hoge mate van toepassing. Voor giften aan individuen (eventueel door tussenkomst van een rechtspersoon) ligt dat percentage op 38% en voor zelfwerkzame vermogensfondsen (vermogensfondsen die eigen projecten uitvoeren) op 22%. De andere financiële vormen van ondersteuning komen beperkt voor. Het verstrekken van leningen aan maatschappelijke organisaties met gunstige voorwaarden is weliswaar voor 30% van de vermogensfondsen van toepassing, maar voor slechts 16% in (zeer) hoge mate. Hierbij kan gedacht worden aan renteloze leningen, leningen tegen een lagere rente dan

op de reguliere kapitaalmarkt betaald had moeten worden, rentedragende leningen met een onbepaalde looptijd of andere gunstige (niet financiële) voorwaarden of leningen met een hoog risico dat deze niet of slechts gedeeltelijk wordt terugbetaald. Het geven van garantiestellingen aan banken die leningen verstrekken aan maatschappelijke organisaties komt onder deze groep vermogensfondsen nauwelijks voor evenmin als het verstrekken van hypotheken aan maatschappelijke organisaties.

Het aantal vermogensfondsen dat investeert in maatschappelijke organisaties en sociale ondernemingen door middel van een aandeel in het kapitaal van deze organisaties is eveneens beperkt onder de onderzochte groep fondsen. Het bouwen of exploiteren van onroerend goed en dit tegen gunstige voorwaarden verhuren aan maatschappelijke organisaties is voor 13% van de vermogensfondsen in (zeer) hoge mate van toepassing.



Figuur 3.8: Manieren van niet-financiële ondersteuning aan maatschappelijke organisaties (niet van toepassing, in (zeer) lichte mate van toepassing, in (zeer) hoge mate van toepassing, (in %); n=63)

Vormen van niet-financiële ondersteuning

Naast financiële ondersteuning kunnen vermogensfondsen ook op een andere manier bijdragen aan de missie van hun fonds (zie figuur 3.8).

Fondsen verlenen bijvoorbeeld immateriële steun aan maatschappelijke organisaties door de inzet van hun kennis en netwerk. Ze adviseren maatschappelijke organisaties bij het opbouwen van hun organisatiecapaciteit. Ze helpen maatschappelijke organisaties of komen op voor de belangen van bepaalde doelgroepen door hun 'stem' te laten horen. Medewerkers nemen soms plaats in het bestuur, RvA of RvC van een maatschappelijke organisatie. Fondsen kunnen ook fysieke goederen en/of technologische oplossingen bieden. In hoeverre zien we deze vormen van niet-financiële ondersteuning terug bij de grote vermogensfondsen die aan dit onderzoek hebben meegewerkt? Van de genoemde vormen

van niet-financiële steun, lijkt de inzet van het netwerk en het delen van kennis het meest favoriet onder de vermogensfondsen die hebben meegewerkt aan het onderzoek. Ongeveer de helft van de fondsen deelt in (zeer) hoge mate hun netwerk of gespecialiseerde kennis met maatschappelijke organisaties.

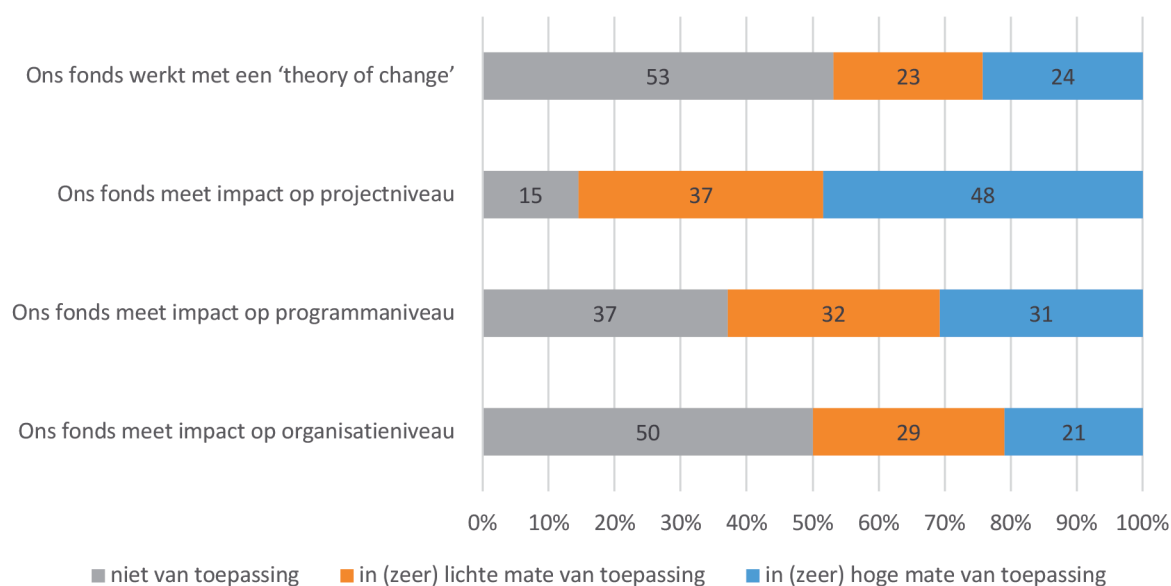
Impact

Het belang voor fondsen om prestaties en impact te meten groeit vanwege de toegenomen aandacht voor transparantie en accountability. Het oude paradigma 'Doe goed en zie niet om' is veranderd in 'Doe goed en doe het de volgende keer beter' (Ten Hoorn & Stubbe, 2013). De verwachting is dan ook dat steeds meer fondsen willen weten wat de resultaten van hun interventies zijn en hoe zij dat kunnen verbeteren. 'Impact' is het buzzwoord van de afgelopen jaren, maar in hoeverre zien we een verschuiving naar een op impact gerichte werkwijze terug bij de grote vermogensfondsen in Nederland? In dit verkennende onderzoek onder grote fondsen is gevraagd of zij de impact van hun werk meten. Onder impact wordt verstaan: de bijdrage van de interventies aan de doelstelling op project-, programma-, en organisatieniveau. Daarnaast is gevraagd of zij werken vanuit een 'theory of change',

een verandertheorie, die bestaat uit een beschrijving van de probleemanalyse en een veranderingsaanpak.

Iets minder dan de helft van de grote vermogensfondsen in het onderzoek werkt in (zeer) lichte of (zeer) hoge mate met een dergelijke verandertheorie. Voor slechts 24% van de vermogensfondsen is dit echter in (hoge) mate van toepassing. Als we kijken naar de drie niveaus waarop vermogensfondsen impact kunnen meten, dan zien we dat het meten van impact op projectniveau het meest gebruikelijk is; het gaat dan om de bijdrage van de interventies aan de doelstelling op projectniveau (de ondersteunde projecten van maatschappelijke organisaties). Bijna de helft van de vermogensfondsen geeft aan dat dit voor hun fonds in hoge tot zeer hoge mate van toepassing is. Dat betekent dat de andere helft hier niet of slechts in (zeer) lichte mate mee bezig is en/of de eerste stappen op dit terrein heeft gezet.

Voor het meten van impact op programmaniveau, de bijdrage van de interventies aan de doelstelling op programmaniveau (de ondersteunde projecten van maatschappelijke organisaties binnen één programma van het fonds), ligt dat percentage op 31%. Het meten van de bijdrage van de interventies aan de doelstelling op organisatieniveau (onderzoeken of alle interventies tezamen hebben bijgedragen aan de doelstelling van het fonds), is nog minder van toepassing. 79% van de vermogensfondsen is hier niet of in (zeer) lichte mate mee bezig.



Figuur 3.9: Het meten van impact (niet van toepassing, in (zeer) lichte mate van toepassing, in (zeer) hoge mate van toepassing, (in %); n=63)

Literatuur

- Anheier, H.K., & Daly, S. (2007). *The Politics of Foundations. A comparative analysis*. London: Routledge.
- Bekkers, R.H.F.P. (2017). Inleiding. In R.H.F.P. Bekkers, Th.N.M., Schuyt, & B.M. Gouwenberg, (Red.), *Geven in Nederland 2017* (pp. 21-29). Amsterdam: Lenthe.
- Gouwenberg, B.M. (2018). Vermogensfondsen in Nederland. Uit de Schaduw in het Licht. In P. Goede, E. De Schrijvers, & M. de Visser (Red.), *Filantropie op de grens van overheid en markt* (pp. 103-132). Den Haag: WRR. Beschikbaar op: <https://www.wrr.nl/publicaties/verkenningen/2018/10/31/verkenning-filantropie-op-de-grens-van-overheid-en-markt>
- Gouwenberg, B.M., & L.K. Hoolwerf (2017). Geven door fondsen. In R.H.F.P. Bekkers, Th.N.M. Schuyt, & B.M. Gouwenberg (Red.), *Geven in Nederland 2017* (pp. 135-147). Amsterdam: Lenthe.
- Gouwenberg, B.M., & L.K. Hoolwerf. (2015). Geven door fondsen. In R.H.F.P. Bekkers, Th.N.M. Schuyt, & B.M. Gouwenberg (Red.), *Geven in Nederland 2015* (pp. 87-101). Amsterdam: Reed Business.
- Gouwenberg, B.M. (2013). Geven door fondsen. In Th.N.M. Schuyt, B.M. Gouwenberg, & R.H.F.P. Bekkers. (Red.), *Geven in Nederland 2013* (pp. 75-83). Amsterdam: Reed Business.
- Gouwenberg, B.M. (2011). Geven door fondsen. In Th.N.M. Schuyt, B.M. Gouwenberg, & R.H.F.P. Bekkers. (Red.), *Geven in Nederland 2011* (pp. 67-74). Amsterdam: Reed Business.
- Gouwenberg, B.M. (2009). Geven door fondsen. In Th.N.M. Schuyt, B.M. Gouwenberg, & R.H.F.P. Bekkers. (Red.), *Geven in Nederland 2009*. Amsterdam: Reed Business.
- Gouwenberg, B.M., Jagt, Van der, C. & Schuyt, Th.N.M. (2006). The Netherlands. In Anheier, H. & Daly, S. (red.) *The Politics of Foundations. A comparative analysis*. London/New York: Routledge.
- Gouwenberg, B.M., & Schuyt, Th.N.M. (2004). *Vermogensfondsen in Nederland nader onderzocht*. Amsterdam: Vrije Universiteit Amsterdam.
- Gouwenberg, B.M., Karamat Ali, D.R., Hoolwerf, L.K., Bekkers, R.H.F.P., Schuyt, Th.N.M., & Smit, J.H. (2015). *EUFORI Study: Synthesis Report*. Brussels: EC.
- Meijs, L. (2015). *Eigenwijze filantropen zijn van toegevoegde waarde*. Sociale Vraagstukken. Beschikbaar op: <https://www.socialevraagstukken.nl/eigenwijze-filantropen-zijn-van-toegevoegde-waarde/>
- Reich, R. (2013). *Repugnant to the very idea of democracy? On the role of foundations*. Beschikbaar op: www.law.berkeley.edu/wp-content/uploads/2016/01/Repugnant-to-the-Whole-Idea-of-Democracy_On-the-Role-of-Foundations-in-Democratic-Societies..pdf
- Roland Berger Strategy Consultants (2014). *Shape the future. The future of foundations*. Robert Bosch Stiftung: Stuttgart.
- Schuyt, Th.N.M., & Gouwenberg, B.M. (2000). *Vermogensfondsen in Nederland: een verkenning*. Amsterdam: Vrije Universiteit Amsterdam.
- Ten Hoorn, E.M., & Stubbe, W.D. (2013). *Resultaat- en Impactmeting voor goede doelen. Op weg naar beter evalueren, meten en verantwoorden van bestedingen*. Amsterdam: Centraal Bureau Fondsenwerving.

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 ontplooiën 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.

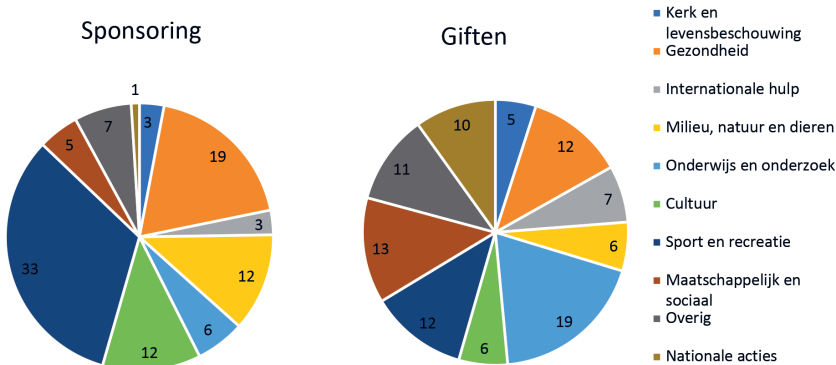
	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2018
Kerk en levensbeschouwing	49	67	60	86	55	57	177	367	73
Gezondheid	50	169	89	47	161	73	155	229	304
Internationale hulp	46	37	168	95	77	66	67	85	88
Milieu, natuur en dieren	22	39	39	61	85	34	47	98	172
Onderwijs/onderzoek	89	245	232	254	232	94	148	141	219
Cultuur	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 ontplooiën 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 ontplooiën op maatschappelijk gebied. Veel bedrijven doen aan medewerkers-vrijwilligerswerk, 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.

Geven door bedrijven



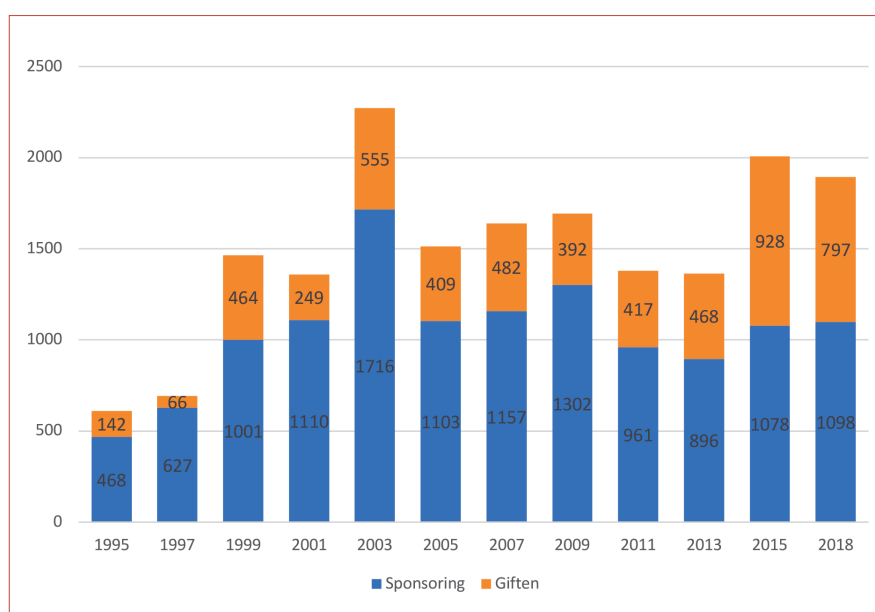
4.1 Bedrijven geven naar schatting €1,9 miljard in 2018

In 2018 geven bedrijven in Nederland voor ongeveer €1,9 miljard aan goede doelen in de vorm van sponsoring en/of giften. Sponsoring heeft betrekking op geven met een zakelijk belang, die in de belastingaangiften worden gerekend tot aftrekbare bedrijfskosten. Bij sponsoring doet het ontvangende doel vaak een tegenprestatie, zoals het genereren van 'gratis' publiciteit. Daarentegen gaat het bij giften om het geven zonder zakelijk belang, zonder tegenprestatie. Iets meer dan de helft (58%) van het gegeven bedrag bestaat uit sponsoring, €1,1 miljard (zie figuur 4.1). Verder geven bedrijven €800 miljoen aan giften.

Een vergelijking met de vorige meting over 2015 laat een afname van ongeveer

6% zien in het totaal gegeven bedrag via sponsoring en/of giften, voornamelijk veroorzaakt door een afname van de giften (van ongeveer 14%).

Zoals altijd is enige voorzichtigheid geboden bij het interpreteren van de cijfers. De cijfers betreffen grove schattingen en het kan voorkomen dat een beperkt aantal bedrijven een stevige impact heeft op die schattingen. Gegeven de grotendeels nieuwe steekproef (zie ook de methodologische verantwoording) is eerder de stabiliteit van de resultaten opvallend dan de bescheiden afname ten opzichte van het resultaat uit 2015. De overige resultaten uit dit hoofdstuk geven verdere context ten behoeve van de interpretatie van deze cijfers.



Figuur 4.1: Totaal gegeven bedragen via sponsoring en giften in 2018 (in € miljoen)

Dick de Gilder

Claire van Teunenbroek

4.2 Sponsoring en giften door bedrijven per doel

In tabel 4.1 hebben we de geschatte bedragen die bedrijven uitgeven aan sponsors en giften bij elkaar opgeteld en uitgesplitst naar de verschillende doelen waaraan bedrijven geven. We hebben apart gevraagd naar sponsoring en giften ten behoeve van Giro 555. In 2018 was er een nationale actie voor de slachtoffers van de aardbevingen en tsunami op het Indonesische eiland Sulawesi. Sport en recreatie is zoals altijd het meest populaire doel. De 'winnaars' in 2018 zijn de 'groene' doelen: milieu, natuur en dieren. Maar ook onderwijs en onderzoek en gezondheid hebben

in 2018 beduidend meer gekregen dan in voorgaande jaren. Kerk en levensbeschouwing hebben in 2018 een bedrag gekregen dat tot 2011 gebruikelijk was. In 2013 en 2015 was de schatting beduidend hoger. Omdat het percentage bedrijven dat kerk en levensbeschouwing steunt laag is (zie tabel 4.4) is dit doel dus afhankelijk van enkele grote gevers. Steekproeffluctuaties kunnen bij dergelijke doelen een grote impact hebben.

	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2018
Kerk en levensbeschouwing	10	25	53	49	67	60	86	55	57	177	367	73
Gezondheid	73	47	236	50	169	89	47	161	73	155	229	304
Internationale hulp	33	20	113	46	37	168	95	77	66	67	85	88
Milieu, natuur en dieren	53	15	53	22	39	39	61	85	34	47	98	172
Onderwijs/onderzoek	37	57	205	89	245	232	254	232	94	148	141	219
Cultuur	57	49	116	274	516	135	235	296	124	80	219	174
Sport en recreatie	216	388	507	630	845	574	590	598	585	433	396	456
Maatschappelijke en sociale doelen	127	73	184	115	258	152	148	100	177	139	113	158
Overig	4	19	^a	83	95	65	124	90	65	117	338	160
Giro 555												89
Totaal	610	693	1.467	1.358	2.271	1.514	1.514	1.694	1.375	1.363	2.007	1.895
n (ongewogen)	1.122	1.092	1.010	998	1.005	1.002	1.058	1.182	1.163	1.196	1.007	1.017

^a De categorie overig is in 1999 niet als aparte categorie aangeboden

De bedragen per doel tellen als gevolg van afrondingsverschillen niet altijd op tot de totalen

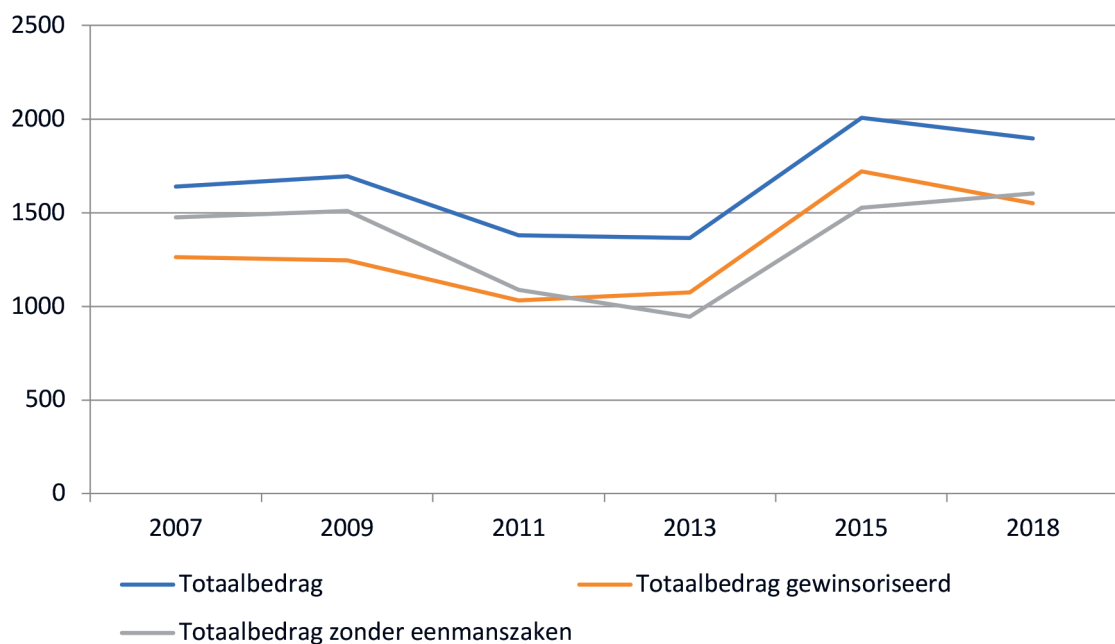
Tabel 4.1: Totaalbedragen sponsoring en giften door bedrijven per doel, 1995-2018 (in € miljoenen)

4.3 Robuuste meerjarige trends

In de vorige editie van het hoofdstuk over geven door bedrijven hebben we voor het eerst naar de robuuste meerjarige trend gekeken. Daarvoor hebben we uitschieters geïdentificeerd: bedrijven die een grote invloed hebben op het geschatte totaalbedrag aan sponsoring en giften. Om te onderzoeken wat de meerjarige trend is zonder deze extreme waarden, hebben we ook een analyse gedaan waarbij we de 1% hoogste bedragen op hetzelfde niveau hebben gezet als de

hoogste waarde van de andere 99% van de bedrijven (gewinsoriseerd op het 99e percentiel). Bovendien hebben we het totaal aan sponsoring en giften berekend zonder de eenmanszaken mee te tellen. Eenmanszaken maken een zeer belangrijk onderdeel uit van het Nederlandse bedrijfsleven; tenminste 60% van de bedrijven is een eenmanszaak. Sponsoring en giften door eenmanszaken kunnen we in principe ook als privégiften zien (zie

de methodologische verantwoording). Teneinde in kaart te brengen hoe groot de bijdrage van eenmanszaken is aan het totale bedrag aan sponsoring/giften, is berekend wat het totaalbedrag zou zijn geweest zonder de gegevens van de eenmanszaken in de analyse te betrekken. Omwille van de vergelijkbaarheid van de resultaten over de jaren heen, zijn de resultaten van de eenmanszaken in alle tabellen en figuren meegenomen, net als in alle voorgaande edities.



Figuur 4.2: Totaalbedrag aan sponsoring/giften, met gewinsoriseerd totaalbedrag en totaalbedrag zonder eenmanszaken, 2007-2018 (in € miljoenen)

Figuur 4.2 brengt in beeld dat de resultaten voor 2018 in lijn zijn met de resultaten van eerdere jaren. Grote gevers (de bovenste één procent) dragen stevig bij aan het totaalbedrag (over de jaren heen telkens rond de 15% à 25%) en dat beeld is behoorlijk stabiel. Met andere woorden, in iedere editie is er een aantal

grote gevers en het is aannemelijk dat de gegeven bedragen realistisch zijn. De analyse van het totaalbedrag met uitzondering van de eenmanszaken laten in 2018 zien dat de eenmanszaken wat minder invloed op het totaalbedrag hadden dan we in de laatste twee edities gewend waren; in 2018 is dat 15%. Maar

verder zijn de resultaten niet uitzonderlijk. Eenmanszaken blijven via sponsoring en giften belangrijk voor goede doelen.

4.4 De aparte cijfers voor sponsoring per doel

De schattingen voor gesponsorde bedragen zijn voor ieder doel apart berekend en vervolgens in percentages omgezet om duidelijk te kunnen maken welke doelen bedrijven relatief veel en relatief weinig ondersteunen. Tabel 4.2 toont die percentages, en die laten zien dat er vooral een sterke toename is qua sponsoring bij gezondheid en de 'groene' doelen milieubehoud, natuurbehoud en dierenbescherming (in de tabellen verkort tot Milieu, natuur en dieren). Er

is een grote afname bij kerk en levensbeschouwing in vergelijking met 2015, maar gegeven de resultaten uit alle voorgaande edities was die in 2015 eigenlijk een vreemde uitschieter, vermoedelijk veroorzaakt door enkele zeer gulle gevers in de steekproef van dat jaar.

	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2018
Kerk en levensbeschouwing	1	3	3	1	2	3	4	3	3	4	10	3
Gezondheid	13	4	13	1	4	4	2	7	4	11	10	19
Internationale hulp	2	3	3	3	1	8	5	4	3	4	4	3
Milieu, natuur en dieren	2	2	3	1	1	3	4	5	2	3	5	12
Onderwijs en onderzoek	7	9	15	6	12	11	14	13	6	12	9	6
Cultuur	8	8	9	22	26	11	16	18	11	7	12	12
Sport en recreatie	41	60	39	52	38	45	38	39	48	43	29	33
Maatschappelijke en sociale doelen	25	9	13	7	12	10	9	6	11	10	6	5
Overig	1	2	^a	7	5	5	7	4	11	7	14	7
Giro 555											1	1
Totaal gesponsord ^b	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (ongewogen)	1.122	1.092	1.010	998	1.005	1.002	1.058	1.182	1.163	1.201	1.007	1.017

^a De categorie overig is in 1999 niet als aparte categorie aangeboden.

Tabel 4.2: Sponsoring door bedrijven per doel, 1995-2018 (in %)

4.5 De aparte cijfers voor giften per doel

Ook de schattingen voor giften zijn apart per doel berekend en vervolgens in percentages omgezet om duidelijk te kunnen maken welke doelen bedrijven relatief veel en relatief weinig ondersteunen (zie tabel 4.3). Hier zijn duidelijke uitschieters voor onderwijs en onderzoek en maatschappelijke en sociale doelen. Wederom is de afname bij kerk en levensbeschouwing opvallend. Ook hier biedt het feit dat relatief weinig bedrijven kerk en levensbeschouwing

steunen, in combinatie met de sterk vernieuwde steekproef een verklaring. Eigenlijk zijn de gevonden resultaten voor 2018 eerder een terugkeer naar waarden die gebruikelijk waren tot en met 2011.

	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2018
Kerk en levensbeschouwing	4	10	5	16	7	6	8	4	7	30	28	5
Gezondheid	9	35	22	14	18	11	4	12	8	12	13	12
Internationale hulp	17	5	17	6	4	19	6	8	8	6	4	7
Milieu, natuur en dieren	29	2	5	3	3	2	4	4	4	4	4	6
Onderwijs en onderzoek	2	2	11	8	7	27	19	16	8	9	5	19
Cultuur	13	2	5	13	14	4	11	16	4	4	10	6
Sport en recreatie	16	16	24	23	34	19	31	23	28	13	9	12
Maatschappelijke en sociale doelen	8	22	11	14	10	10	8	6	18	11	6	13
Overig	2	6	*	5	3	3	8	10	14	11	20	11
Giro 555												10
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N (ongewogen)	1.122	1.092	1.010	998	1.005	1.002	1.058	1.182	1.163	1.201	1.007	1.017

* De categorie 'overig' is in 1999 niet als aparte categorie aangeboden.

Tabel 4.3: Giften door bedrijven per doel, 1995-2018 (in %)

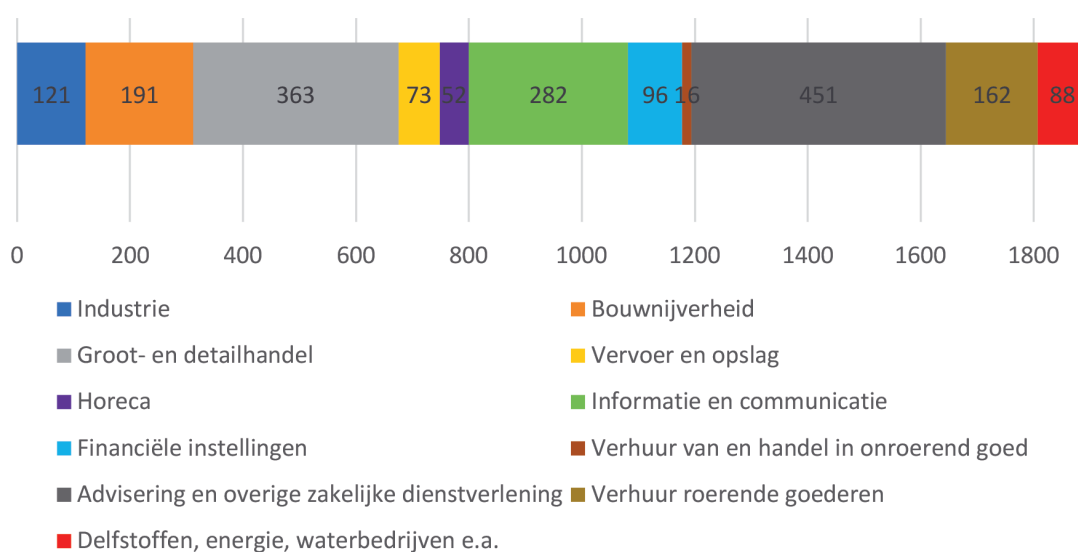
4.6 Grote verschillen tussen branches in gegeven bedragen

We hebben ook een verdere profilering gemaakt van de relatie tussen branche en geefgedrag. Figuren 4.3 en 4.4 laten zien dat er grote verschillen zijn qua gegeven bedragen tussen de verschillende branches.

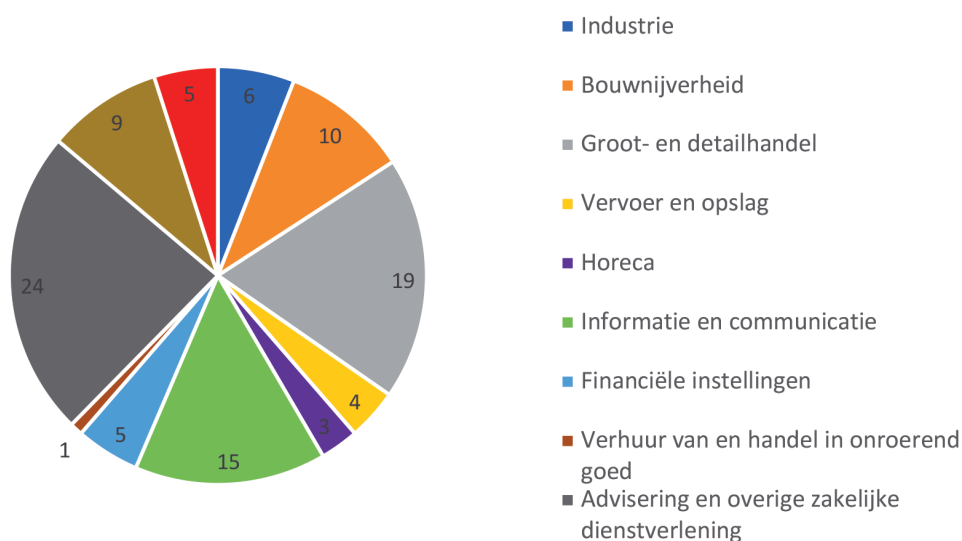
Tegelijk kunnen er grote verschillen zijn tussen branches in de omzet en winst die bedrijven maken en het totale aandeel van het bedrijfsleven. We kunnen

daardoor niet zomaar concluderen dat bedrijven in bepaalde branches duidelijk vrijgevier zijn dan in andere branches. Met name bedrijven die zich bezighouden met advisering, groot- en detailhandel, en informatie en communicatie geven veel. Daarentegen is het aandeel van de branches verhuur van en handel in onroerend goed, horeca en vervoer en opslag het laagst. Voor de trouwe lezers

van Geven in Nederland is het relevant op te merken dat de indeling in branches sterk verschilt met die in vorige edities. De nieuwe indeling is gebaseerd op de Standaard Bedrijfsindeling (SBI-code). De nieuwe indeling maakt het moeilijk vergelijkingen te maken met eerdere edities.



Figuur 4.3: Omvang giften door branches, in € miljoenen



Figuur 4.4: Omvang giften door branches, in %

4.7 Gulle gevers versus brede steun

De gegevens bieden de mogelijkheid nader uit te zoeken welk aantal (c.q. percentage) bedrijven aan de verschillende typen doelen geeft. Deze gegevens kunnen duidelijk maken of bepaalde typen doelen afhankelijk zijn van zeldzame gulle gevers of bredere ondersteuning krijgen, derhalve met relatief kleine bedragen. In tabel 4.4 zijn deze gegevens weergegeven. Bij sport en recreatie en bij cultuur is het percentage sponsors beduidend hoger dan het percentage gevers. Wellicht is het bij sport- en cultuurevenementen makkelijker om een zichtbare tegenprestatie te bewerkstelligen voor bedrijven. Bij de overige doelen is er geen groot verschil tussen het percentage sponsors en gevers. In de

derde kolom staan de feitelijke percentages die de verschillende typen doelen in 2018 naar schatting hebben gekregen van de absolute bedragen.

Als het cijfer in de derde kolom lager is dan het percentage bedrijven dat sponsort en het percentage bedrijven dat giften doet, dan is dat doel breed gedragen: er zijn relatief veel gevers die relatief kleine bedragen geven. De resultaten laten zien dat in 2018 vooral maatschappelijk en sociale doelen en internationale hulp relatief veel donateurs hebben (die derhalve relatief kleine bedragen geven).

Naarmate het cijfer in de derde kolom hoger is dan het percentage bedrijven dat sponsort en het percentage bedrijven

dat giften doet, dan ontvangt het doel relatief vaak steun van enkele grote gevers. Enkele doelen ontvangen bijdragen van enkele zeer gulle gevers. In 2018 geldt dat voor de 'groene' doelen, onderwijs en onderzoek, gezondheid, en sport en recreatie.

De resultaten laten verder zien dat sport en recreatie, gezondheid, cultuur, en maatschappelijke en sociale doelen de breedste basis hebben: relatief veel sponsors en gevers.

	% bedrijven dat sponsort	% bedrijven dat giften doet	% totaalbedrag aan sponsoring en giften ^a
Kerk en levensbeschouwing	3	3	4
Gezondheid	9	11	16
Internationale hulp	4	5	5
Milieu, natuur en dieren	5	5	9
Onderwijs en onderzoek	5	4	12
Cultuur	10	5	9
Sport en recreatie	18	8	24
Maatschappelijke en sociale doelen	8	6	8
Overig	6	3	8

^a De percentages in de onderste rij tellen niet op tot 100% omdat 5% van de sponsoring/giften aan Giro 555 is gegeven

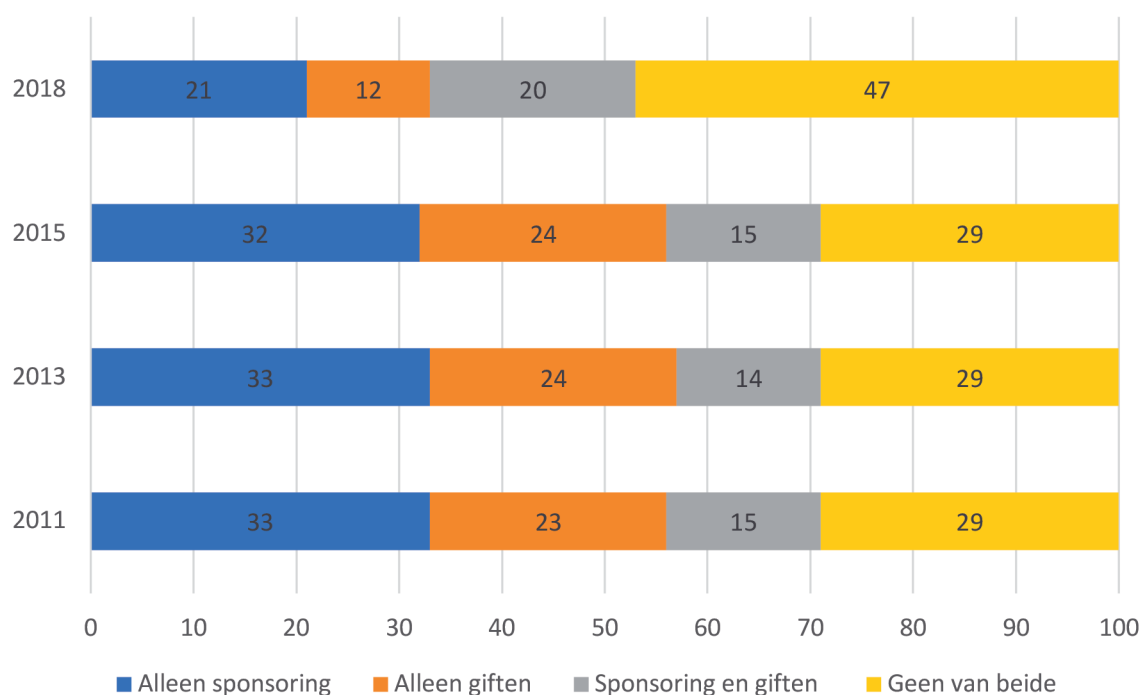
Tabel 4.4: Het percentage bedrijven dat sponsort/geeft naar het type doel in 2018

4.8 Veel bedrijven geven helemaal niet

In onderstaande figuur 4.5 is het percentage weergegeven van het aantal bedrijven dat geeft en/of sponsort. Hier wijken de resultaten van de steekproef van 2018 drastisch af van die uit eerdere edities. Het percentage bedrijven dat helemaal niet aan sponsoring of giften deed was in 2018 veel hoger dan in eerdere edities. Tegelijk is het aantal bedrijven dat zowel aan sponsoring als giften doet juist iets groter dan in voorgaande edities. Het

hoge percentage bedrijven dat niet geeft kunnen we verklaren door een verandering in de samenstelling van de steekproef die in het onderzoek is bevraagd. Er zijn relatief meer eenmanszaken in de steekproef opgenomen en er is een sterk verband tussen bedrijfsgrootte en geven. Van de bedrijven met minder dan 25 medewerkers doet 50% aan sponsoring en/of giften; van de bedrijven met 25 of meer medewerkers is dat 71%. Grote(re)

bedrijven geven per bedrijf in absolute zin ook heel veel meer dan kleine bedrijven, maar het (geschatte) totaalbedrag dat kleine(re) bedrijven geven mogen we niet onderschatten. Vele kleine bijdragen vormen bij elkaar genomen toch een fors totaalbedrag. We hebben geen reden om aan te nemen dat het draagvlak voor het geven aan goede doelen smaller is dan voorheen (zie ook de methodologische verantwoording).



Figuur 4.5: Bedrijven die actief zijn bij sponsoring en/of giften 2011-2018 in %

Hebben bedrijven een sterke focus op één type doel of geven ze liever aan meerder typen doelen? In tabel 4.5 is het aantal verschillende typen doelen vermeld die bedrijven uit onze steekproef sponsoren, terwijl de cijfers voor giften in tabel 4.6 zijn opgenomen. Het hierboven beschreven resultaat dat in de

huidige steekproef minder bedrijven zitten die aan sponsoring en/of giften doen is uiteraard zichtbaar. Maar wanneer we alleen kijken naar de bedrijven die sponsoren of giften doen dan zien we dat zij nog sterker dan voorheen één doel kiezen om te steunen. Aangezien het totaalbedrag aan sponsoring en giften

in 2018 toch behoorlijk op peil blijft in vergelijking met 2015, kunnen we vaststellen dat bedrijven die aan sponsoring en/of giften doen dus relatief hogere bedragen zijn gaan geven aan de doelen waaraan ze geven.

	2011		2013		2015		2018	
	Aantal bedrijven	%	Aantal bedrijven	%	Aantal bedrijven	%	Aantal bedrijven	%
0	608	52	592	50	544	54	617	61
1	219	19	224	19	175	17	201	20
2	155	13	185	16	107	11	92	9
3	93	8	92	8	86	9	54	5
4	47	4	47	4	44	4	18	2
5	25	2	32	3	31	3	15	2
6	11	1	13	1	14	1	9	1
7	3	<1	7	1	4	<1	5	1
8	2	<1	3	<1	2	<1	3	<1
9	0	0	1	<1	0	0	3	<1

Tabel 4.5: Aantal verschillende typen doelen dat bedrijven sponsoren, 2011-2018 in aantallen en %

	2011		2013		2015		2018	
	Aantal bedrijven	%	Aantal bedrijven	%	Aantal bedrijven	%	Aantal bedrijven	%
0	727	63	760	64	620	62	739	73
1	162	14	195	16	147	15	132	13
2	131	11	129	11	92	9	68	7
3	72	6	64	5	76	8	40	4
4	37	3	24	2	32	3	17	2
5	21	2	15	1	17	2	9	1
6	11	1	2	<1	16	2	2	<1
7	2	<1	4	<1	3	<1	3	<1
8	0	0	1	<1	1	<1	1	<1
9	0	0	2	<1	3	<1	6	1

Tabel 4.6: Aantal verschillende typen doelen waar bedrijven aan geven, 2011-2018 in aantallen en %

Bedrijven krijgen nog steeds vaak verzoeken om te sponsoren of giften te doen. Ongeveer 85% van de bedrijven geeft aan minstens één keer gevraagd te zijn om te sponsoren en ongeveer 64% om te geven. Het aantal verzoeken dat bedrijven ontvangen is vrij stabiel. Voor sponsoring en giften stelden respectievelijk 65% en 61% van de bedrijven dat het aantal verzoeken gelijk gebleven is. Tegelijk denkt 19% dat het aantal sponsorverzoeken en 15% dat het aantal verzoeken om giften is toegenomen, en 8%, respectievelijk 6%, dat het aantal verzoeken is afgenomen. De resultaten laten zien dat, ondanks dat meer bedrij-

ven ervaren dat het aantal verzoeken toeneemt ten opzichte van bedrijven die ervaren dat het aantal verzoeken afneemt, de vragen om sponsoring en giften niet leiden tot een groter percentage bedrijven dat geeft, noch leiden tot een groter percentage bedrijven dat aan meer dan één doel geeft. Flinke percentages bedrijven geven aan meer dan 10 keer benaderd te zijn om te sponsoren (21%) of te geven (15%). Er is een zeer zwak, maar statistisch significant positief verband tussen het aantal gerapporteerde verzoeken om sponsoring en het totaal gegeven bedrag aan sponsoring, maar niet tussen aantal verzoeken en

aantal doelen dat bedrijven sponsoren. Er is geen enkel verband tussen het aantal gerapporteerde verzoeken om giften en de feitelijke hoogte van de giften of het aantal doelen waar bedrijven aan geven (alle analyses gecorrigeerd voor bedrijfs grootte). Het lijkt er op dat de effectiviteit van het grote aantal verzoeken zeer beperkt is.

4.9 Geven in geld, natura en mankracht

We hebben de bedrijven in onze steekproef gevraagd om per doel te specificeren welk bedrag ze aan geld hebben gegeven, welk bedrag in natura (in €, waarbij de respondenten die schatting zelf maken) en welk bedrag in tijd/mankracht (eveneens in €, waarbij de respondenten eveneens die schatting zelf maken). Alle bedragen in geld, natura en

mankracht zijn bij elkaar opgeteld, voor sponsoring en giften apart. Vervolgens is berekend welk percentage van de bedragen is gegeven voor deze drie manieren van geven. Zowel bij sponsoring als bij giften is ongeveer twee derde in 2018 gegeven in de vorm van geld. Volgens deze gegevens waren de gegeven bedragen in natura in 2018 relatief hoog en de ge-

ven bedragen in mankracht relatief laag in vergelijking met de resultaten van de laatste edities (zie tabel 4.7). Ondanks de grotendeels vernieuwde steekproef tenderen de resultaten naar het langjarig gemiddelde.

		2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2018
Sponsoring	Geld	75	78	67	63	70	64	59	64
	Natura	17	14	17	20	12	13	13	19
	Mankracht	8	7	16	18	18	24	28	18
Giften	Geld	79	83	70	70	59	69	63	67
	Natura	14	11	12	15	9	11	11	15
	Mankracht	7	5	19	15	32	21	27	17

Tabel 4.7: Manieren van geven, 2003-2018 (in % van het totaalbedrag)

We hebben specifiekier uitgezocht of verschillende doelen ook verschillende soorten bijdragen ontvangen (zie tabel 4.8). Kerk en levensbeschouwing en maatschappelijke en sociale doelen krijgen een relatief groot deel van hun

bijdragen in de vorm van mankracht. Internationale hulp, de dierenbescherming en overige doelen kregen in 2018 relatief veel in natura of goederen.

	Geld	Natura	Mankracht
Kerk/ levensbeschouwing	57	17	26
Gezondheid	73	11	16
Internationale hulp	37	44	19
Milieu	63	22	15
Natuur	73	7	20
Dieren	49	34	17
Onderwijs/onderzoek	71	9	20
Cultuur	64	15	21
Sport/recreatie	67	18	15
Maatschappelijke en sociale doelen	49	14	35
Overig	49	39	12

Tabel 4.8: Manieren van geven per doel in 2018 (in % van het totaalbedrag)

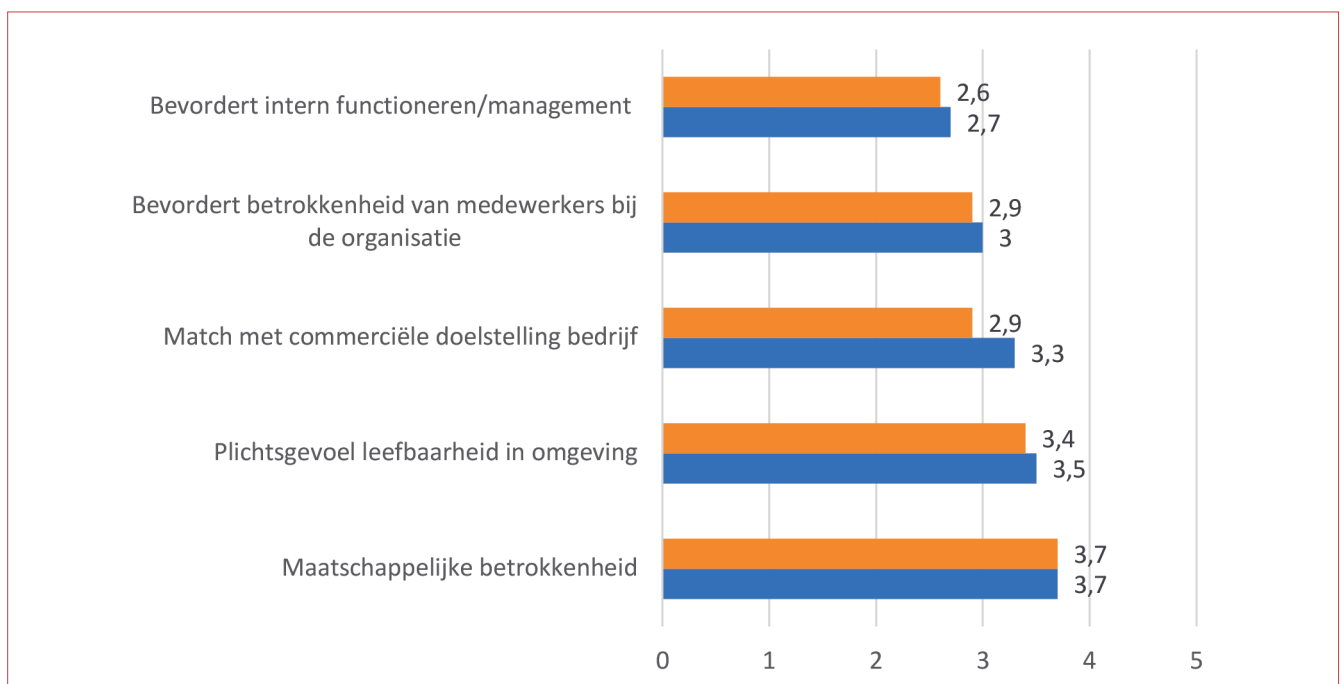
4.10 Motieven voor sponsoring en giften

Aan de respondenten is gevraagd wat de motieven van hun bedrijf zijn om te sponsoren en giften te doen (zie figuur 4.6). Net als in eerdere edities is voor enkele motieven apart gevraagd hoe belangrijk ze voor het bedrijf zijn. Ieder motief is bevraagd met behulp van een 5-puntsschaal (1 = zeer onbelangrijk tot en met 5 = zeer belangrijk). De figuur laat de gemiddelden zien. De vragen zijn alleen voorgelegd aan bedrijven die sponsoren en giften doen. De resultaten voor sponsoring wijken weinig af

van die in eerdere edities van Geven in Nederland, maar ieder van de motieven is in 2018 relatief iets belangrijker. Het betekent ook dat bedrijven vaak meerdere motieven tegelijk hebben om te sponsoren. Net als in de eerdere edities is het motief 'maatschappelijke betrokkenheid' de belangrijkste.

De resultaten voor giften wijken wat meer af van die in eerdere edities: zowel de commerciële belangen als de betrokkenheid van het personeel zijn in 2018 veel belangrijker motieven dan

voorheen. Toch is ook voor giften de maatschappelijke betrokkenheid het belangrijkste motief. Al met al kunnen we vaststellen dat de motieven voor sponsoring en giften nog niet eerder zo dicht bij elkaar hebben gelegen als in deze editie. Het onderscheid tussen sponsoring en giften lijkt wat minder belangrijk te worden, al is het commerciële motief nog altijd wat sterker bij sponsoring dan bij giften.



Figuur 4.6: Motieven voor sponsoring en giften (op een 5 punt schaal)

4.11 Organisatiebeleid omtrent sponsoring en giften bij bedrijven met 25 of meer medewerkers

Ons eerdere onderzoek heeft laten zien dat bedrijven sterk van elkaar verschillen als het gaat om beleid omtrent sponsoring en/of giften. Die eerdere onderzoeken lieten stevast zien dat kleine bedrijven zeer zelden beleid hebben ontwikkeld. Voor het huidige onderzoek is specifiek gekeken naar het beleid van bedrijven met 25 of meer medewerkers. Onderstaande resultaten hebben dus vooral betrekking op die groep bedrijven.

Verschillen tussen bedrijven met en zonder sponsorbeleid

Van de groep bedrijven met 25 of meer medewerkers heeft bijna 43% een specifiek sponsorbeleid, waarin is vastgelegd hoe het bedrijf beslissingen neemt over aanvragen voor sponsoring.

Het hebben van zo'n sponsorbeleid is gerelateerd aan andere beleidsaspecten rondom sponsoring. Dergelijke bedrijven hebben namelijk vaker een maximumbedrag vastgesteld dat zij jaarlijks aan sponsoring besteden, terwijl bedrijven die geen sponsorbeleid hebben veel vaker een variabel budget hebben dat al dan niet aan de winst is gerelateerd. Ook hebben bedrijven met een beleid iets vaker een lijst met organisaties die zij het liefst sponsoren dan bedrijven zonder beleid. Tot slot hebben bedrijven met een beleid vaker iemand in het bedrijf met een functie om zich met het sponsorbeleid bezig te houden.

Bedrijven met een sponsorbeleid communiceren ook veel vaker over hun sponsoractiviteiten via populaire media gericht op bedrijven en publiek (64%) dan bedrijven zonder sponsorbeleid (20%). Dat geldt in nog sterkere mate voor communicatie gericht op de eigen medewerkers (77% versus 33%).

Bedrijven met een sponsorbeleid (in vergelijking met bedrijven zonder sponsorbeleid) zijn duidelijk positiever over de effecten van sponsoring op de bedrijfsresultaten en geven vaker aan dat sponsoring en giften leiden tot een concurrentievoordeel ten opzichte van andere bedrijven. Ook evalueren bedrijven met een sponsorbeleid veel vaker hun sponsoractiviteiten.

Interessant is ook dat bedrijven met een sponsorbeleid gemiddeld meer geven dan bedrijven zonder sponsorbeleid, ook wanneer we corrigeren voor bedrijfsgrootte (het ligt immers voor de hand dat de omzet van een bedrijf – en meestal ook de winst – hoger is in grote bedrijven dan in kleinere bedrijven, en dat er dan meestal ook een groter budget is voor sponsoring).

Verschillen tussen bedrijven met en zonder giftenbeleid

De meeste resultaten die hierboven beschreven staan voor sponsorbeleid vinden we ook voor giftenbeleid. Hierop zijn twee uitzonderingen. Bedrijven met een giftenbeleid geven echter niet vaker dan bedrijven zonder giftenbeleid aan dat giften doen leidt tot een concurrentievoordeel. Verder geven bedrijven met een giftenbeleid gemiddeld niet significant meer dan bedrijven zonder giftenbeleid.

4.12 Sponsoring en giftenbeleid in de complete steekproef

Hoe kiezen bedrijven goede doelen uit?

We hebben gevraagd hoe bedrijven doelen uitkiezen om te sponsoren of aan te geven. Bedrijven zeggen vooral doelen te sponsoren/giften te doen als er een persoonlijke band met het doel is (55%). Voor 36% geldt dat bedrijven vooral sponsoren en/of geven als het doel betrouwbaar is, voor 28% als het bedrijf degene die om sponsoring/giften vraagt persoonlijk kent, voor 28% als het bedrijf persoonlijk is gevraagd om bij te dragen en voor 11% als het bedrijf een goed jaar heeft gehad. Deze resultaten lijken sterk op die uit 2015, zowel in absolute als in relatieve zin.

Wie neemt het initiatief? Wie de beslissingen?

Wanneer we kijken naar de besluitvorming rondom sponsoring en giften, blijkt dat de rol van de baas/directie/bestuur zeer groot is. In ongeveer 75% van de bedrijven neemt deze persoon, of een groep personen, het initiatief voor sponsoring en bij giften is dat bijna gelijk: 76%. Sponsoring gebeurt bij 11% van de bedrijven op initiatief van de medewerkers, waar dat bij giften voor 12% van de bedrijven geldt. Actiegroepen en/of media krijgen weinig respons van bedrijven, maar ongeveer 3% van de bedrijven geeft daar wel gehoor aan bij sponsoring en 5% bij giften. Ruim 19% van de bedrijven geeft aan dat zij doelen sponsoren uit het persoonlijk netwerk van de directeur/directie/management, en dat geldt voor 16% van de bedrijven die giften doen.

Wanneer we alleen de bedrijven met minstens 25 medewerkers bekijken, blijkt dat de initiatieven van de medewerkers wel heel belangrijk kunnen zijn. Bij 56% van die bedrijven neemt het personeel initiatieven om te sponsoren en bij 50% van de bedrijven om giften te doen.

De directeur/CEO neemt bijna altijd de uiteindelijke beslissing om te sponsoren/geven (86%), en in sommige gevallen is dat het managementteam (5%). Bij bedrijven met 25 of meer medewerkers

is dat respectievelijk 46% en 42%. Grote(re) bedrijven hebben natuurlijk ook vaker een managementteam dan kleine(re) bedrijven.

Inzamelingsacties

Ongeveer 5% van de bedrijven organiseert weleens een inzamelingsactie voor het goede doel, 9% van de bedrijven doet dit af en toe (zoals bij acties als Giro 555 (Sulawesi) of 'Serious Request'), en 79% van de bedrijven doet dit nooit. Bij een analyse van de bedrijven met minstens 25 medewerkers blijken die percentages behoorlijk anders te liggen: bij 10% van die bedrijven vinden daar jaarlijks één of meer inzamelingsacties plaats en gebeurt dat bij 34% van de bedrijven af en toe. We kunnen niet nagaan of bedrijven de opbrengsten van dergelijke acties zien als giften namens het bedrijf (die we in dat geval mee zouden moeten tellen bij het schatten van het totaalbedrag aan sponsoring/giften door bedrijven) of als gift door het personeel.

Geven bedrijven aan lokale en/of landelijke doelen

Bedrijven verschillen onderling sterk in hun keuze om landelijke of juist lokale doelen te steunen: 25 % van de bedrijven sponsort helemaal geen doelen binnen de gemeente; 43% sponsort juist alleen doelen binnen de eigen gemeente. Bij bedrijven met 25 of meer medewerkers zijn deze percentages lager (16% niet de gemeente en 23% juist alleen doelen binnen de gemeente). Maar sowieso is er veel variatie tussen bedrijven in hun keuze om landelijke of lokale doelen te steunen.

Bij giften besteden bedrijven slechts 28% aan doelen binnen de eigen gemeente en krijgen doelen buiten de gemeente 39% van de giften. Bij bedrijven met 25 of meer medewerkers zijn deze percentages lager (15% binnen de gemeente en 21% buiten de gemeente).

Verzoeken voor sponsoring komen vooral van organisaties uit de eigen gemeente (50%), vanuit landelijke organisaties (22%), of van beide typen organisaties even vaak (22%), terwijl 6% het niet weet

of geen antwoord geeft. De verzoeken om giften te doen komen relatief minder van organisaties uit de eigen gemeente (31%) dan vanuit landelijke organisaties (33%). 26% van de verzoeken komt zowel vanuit lokale als vanuit landelijke doelen; 10% weet het niet of geeft geen antwoord. Bij deze resultaten zijn geen grote verschillen tussen kleine en grote bedrijven.

De lokale aanpak is ook succesvol voor goede doelen: bedrijven die verzoeken krijgen om aan lokale doelen te geven doen dat ook beduidend meer dan bedrijven die niet - of veel minder vaak - door lokale doelen om sponsoring of giften worden gevraagd. De resultaten komen overeen met die uit 2015.

4.13 Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen: definities

Sinds 2009 is in het Geven in Nederland-onderzoek plaats ingeruimd voor vragen over maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). MVO is vaak gerelateerd aan sponsoring en giften. Zo maken bedrijven bijvoorbeeld in jaarverslagen weinig onderscheid tussen de verschillende filantropische activiteiten. Desgevraagd geven de respondenten in het huidige onderzoek ook aan dat zij, als verantwoordelijke voor sponsoring en giften, in bijna 94% van de gevallen ook verantwoordelijk zijn voor MVO in beleid en/of uitvoering. Gegeven deze bevindingen, maar ook omdat er nog steeds weinig representatief onderzoek bestaat naar MVO door Nederlandse bedrijven, is besloten ook in deze editie vragen over MVO te stellen en op te nemen in dit hoofdstuk. Net als in de vorige editie hanteren we de volgende definitie van MVO:

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

In deze definitie zien we vijf dimensies van MVO terug: een sociale dimensie, een ecologische dimensie, een ethische dimensie, een stakeholderdimensie en een economische dimensie.

De sociale dimensie komt bijvoorbeeld tot uiting in de aanwezigheid van een werknemersvrijwilligerswerkprogramma, het bewust kiezen voor het in dienst hebben van mensen uit groepen die een afstand tot de arbeidsmarkt hebben (zoals minderheden, gehandicapten en ouderen), zorg voor het welzijn van medewerkers (zoals veiligheid, gezondheid, ontwikkeling en zelfontplooiing) en verantwoordelijkheden voor het welzijn van mensen in de toeleveringsketen van bedrijven (zoals mensenrechten en kinderarbeid).

De ecologische dimensie betreft milieuaspecten van de bedrijfsvoering, zoals activiteiten gericht op energiebesparing en het maken van milieubewuste keuzes op het terrein van transport, mobiliteit en productie.

De ethische dimensie en de stakeholderdimensies richten zich op de mate waarin bedrijven bewuste keuzes maken op het terrein van integriteit en in hoeverre zij rekening houden met effecten van het eigen handelen op anderen. Ook de verantwoordingsplicht of transparantie valt hieronder.

Ten slotte onderscheiden we de economische dimensie in de financiële overwegingen bij het aangaan van MVO-activiteiten.

Natuurlijk zijn er ook andere definities. Binnen de ministeries van Economische Zaken en Buitenlandse Zaken is het gebruikelijk om te refereren naar de OESO-richtlijnen (Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling), die voorschrijven voor dat bedrijven rekening houden met de internationale effecten van hun activiteiten, en die van hun keten partners, op mens en milieu. Het gaat om 'due diligence', dat wil zeggen risico's in de gehele keten identificeren, aanpakken en hierover transparant rekenschap afleggen." Omdat de meeste bedrijven die wij ondervragen klein zijn en sterk op Nederland gericht, hanteren we onze eigen definitie, die qua inhoud verder dichtbij de OESO-richtlijnen blijft.

4.14 MVO-activiteiten door Nederlandse bedrijven in 2018

Bekendheid met ‘maatschappelijk verantwoord ondernemen’

De bekendheid met het begrip MVO onder alle Nederlandse bedrijven is vrij hoog. Ruim 68% geeft aan bekend te zijn met de term, maar dat is wel iets lager dan in 2015. Kijken we alleen naar bedrijven met 25 of meer medewerkers, dan zijn die veel beter bekend met het begrip MVO (84%). Het kan natuurlijk zijn dat bedrijven wel bekend zijn met de internationaal bekende term ‘Corporate Social Responsibility’ (CSR), maar dat is niet gevraagd.

Deelname MVO en MVO-beleid

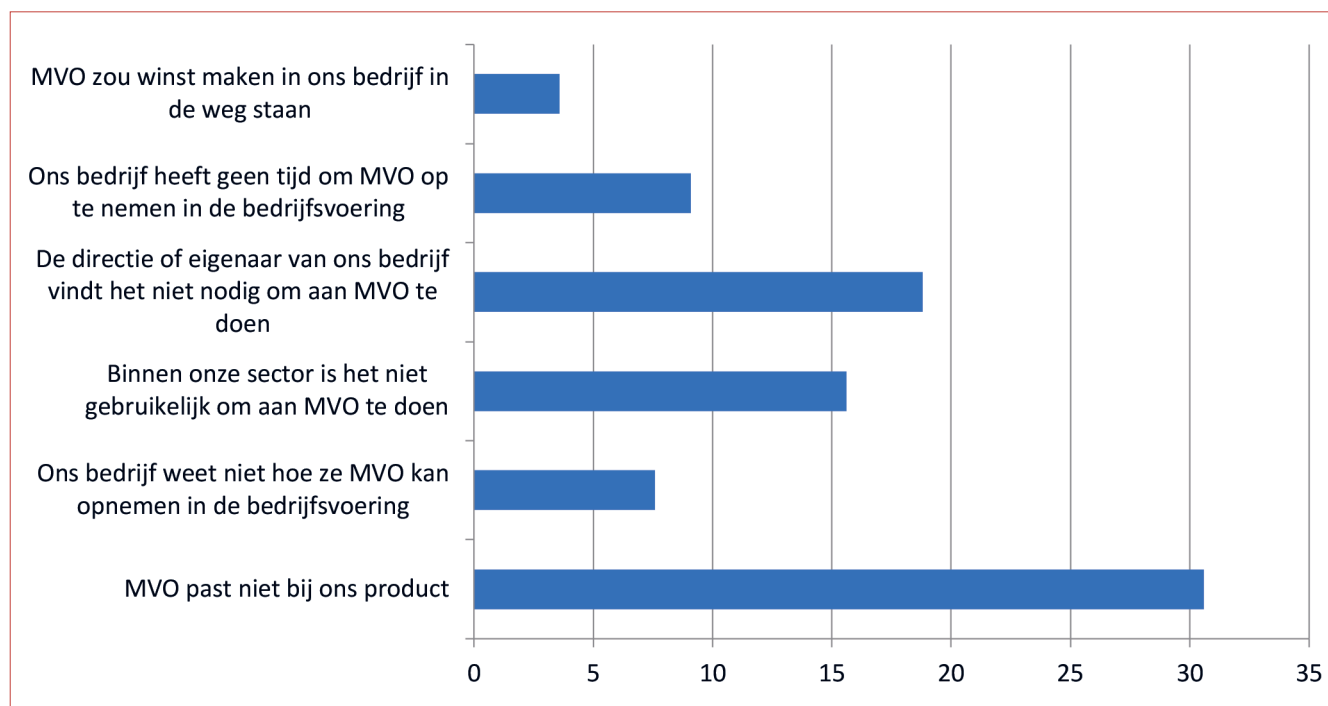
Ook als bedrijven niet bekend zijn met de term ‘maatschappelijk verantwoord ondernemen’ is het mogelijk dat zij activiteiten ondernemen die eigenlijk prima onder dit label zouden kunnen vallen. Alle deelnemers aan het onderzoek zijn na het voorleggen van de gehanteerde definitie dan ook gevraagd of hun bedrijf - gegeven de omschrijving van de term - op één of meerdere aspecten maatschappelijk verantwoord onderneemt. Het percentage bedrijven dat aan MVO doet

is bijna 36%; ruim 51% van de bedrijven doet niet aan MVO; de rest geeft geen antwoord of weet het niet. In eerdere edities was het percentage bedrijven dat aan MVO deed rond de 48%. Ogen-schijnlijk lijkt de deelname aan MVO in Nederlandse bedrijven dus af te nemen, maar dat kan worden verklaard door het feit dat het aantal eenmanszaken in de steekproef van 2018 relatief groot is: eenmanszaken doen niet vaak aan MVO (36%). Er is overigens een duidelijke relatie tussen bedrijfsgrootte en participatie in MVO: bedrijven met 25 of meer medewerkers doen veel vaker aan MVO (62%), net als in eerdere edities. In 2018 geeft 20% van de Nederlandse bedrijven aan een MVO-beleid te hebben, enkele procenten hoger dan in 2015 (toen 17%) en vergelijkbaar met 2013 (21%). Dat percentage is derhalve al een aantal jaren stabiel. Dat percentage is veel hoger bij bedrijven met 25 of meer medewerkers (58%).

Redenen om niet aan MVO te doen

De bedrijven die geen invulling geven aan MVO, dragen hiervoor verschillende

redenen aan (zie figuur 4.7). De bedrijven konden in het onderzoek meer dan één reden geven voor het feit dat zij niet maatschappelijk verantwoord ondernemen. Net als in de vorige editie vinden relatief veel bedrijven MVO niet passen bij het product (29%). Bijna 15% geeft aan dat de directie of eigenaar het niet nodig vindt om aan MVO te doen. Bedrijven geven ook als reden dat het ongebruikelijk is binnen de sector (16%), dat zij geen tijd hebben (9%) of geen idee hebben hoe zij MVO in de bedrijfsvoering kunnen opnemen (21%). 5% geeft aan dat ze denken dat het ten koste zou gaan van de winstgevendheid. Een grote groep bedrijven geeft andere redenen op (19%). De meeste bedrijven in deze groep geven aan dat ze te klein zijn om aan MVO te doen. Een aantal bedrijven geeft verder aan MVO als weinig zinvol te zien. Bedrijven die niet aan MVO doen lijken MVO-activiteiten in veel gevallen nog steeds te zien als losstaand van de kernactiviteiten van het bedrijf.



Figuur 4.7: Redenen van bedrijven om niet aan MVO te doen, in % (n = 516)

4.14 MVO-activiteiten door Nederlandse bedrijven in 2018

De sociale dimensie van MVO

Medewerkersvrijwilligerswerk

Onderdeel van het nemen van de maatschappelijke verantwoordelijkheid door bedrijven is medewerkers de gelegenheid te geven (al dan niet ten dele of geheel onder werktijd) tot het doen van vrijwilligerswerk (bijvoorbeeld door detachering bij maatschappelijke organisaties, via bestuurswerk of door advisering). Dergelijk vrijwilligerswerk kan plaatsvinden in door de bedrijven gespecificeerde projecten of door medewerkers in de gelegenheid te stellen vrijwilligerswerk van eigen keuze te doen. Bij bedrijven met 25 of meer medewerkers doet ongeveer 22% aan vrijwilligerswerk, vergelijkbaar met 2015. Bestuurswerk en advisering blijft de meest populaire vorm van medewerkersvrijwilligerswerk (43%). Ook teamprojecten zoals een 'klussendag' of 'NL doet' zijn populair (36% van de bedrijven die medewerkersvrijwilligerswerk doen). Bijna 12% van de bedrijven detachert medewerkers voor kortere of langere tijd bij een maatschappelijke organisatie. Ruwweg 30% laat medewerkersvrijwilligerswerk doen tijdens werktijd, bij 17% moet dat buiten werktijd gebeuren en bij de grootste groep, 38%, kan het allebei. Het initiatief voor medewerkersvrijwilligerswerk ligt wederom vooral bij de directie (78%), maar het percentage is lager dan in 2015 (83%). In 13% van de bedrijven nemen medewerkers initiatieven. Ook bij grotere bedrijven is de directie de belangrijkste initiatiefnemer (75%) maar spelen de medewerkers eveneens een belangrijke rol (45%).

Bewuste keuze voor in dienst nemen van minderheden, gehandicapten en ouderen

Een ander aspect van de sociale dimensie van MVO is het bewust kiezen voor het in dienst hebben van mensen uit groepen met een afstand tot de arbeidsmarkt, zoals minderheden, gehandicapten en ouderen. Bedrijven proberen hiermee hun personeelsbestand een afspiegeling van de samenleving te laten zijn en mensen met een afstand tot de

arbeidsmarkt kansen op werk(ervaring) te geven.

De resultaten laten zien dat het bewust in dienst nemen van ouderen relatief vaak gebeurt (23%) en dat een kleine groep bedrijven gehandicapten (9%) en mensen met een migratieachtergrond (9%) bewust in dienst neemt. Men kan uiteraard leden van deze groepen in dienst hebben zonder dat nu heel duidelijk is of dat een bewuste keuze is. Verder is het natuurlijk zo dat er heel veel kleine bedrijven in de steekproef zitten die (dus) weinig personeel in dienst hebben en wellicht ook een heel stabiel personeelsbestand hebben. In 2018 is 9% van de bedrijven die aan MVO doen begonnen met (extra) activiteiten op dit terrein. Bij deze kwestie blijken spectaculaire verschillen te zijn tussen kleine en grote(re) bedrijven: bij bedrijven met 25 of meer medewerkers geldt dat maar liefst 46% initiatieven heeft genomen om een divers personeelsbestand te bevorderen.

De ecologische dimensie van MVO

Net als in de voorgaande edities was bewust omgaan met het milieu verreweg de meest populaire MVO-activiteit onder Nederlandse bedrijven in 2018. Bijna alle Nederlandse bedrijven die invulling geven aan MVO rapporteren dat ze zich op een of andere manier bezighouden met het bewust omgaan met het milieu, zoals door middel van energiebesparing en afvalscheiding. Ongeveer 10% van de bedrijven neemt veel maatregelen om energie te besparen, bijna 22% in tamelijk hoge mate, bijna 35% in beperkte mate en ongeveer 13% in zeer beperkte mate. Ruim 20% doet helemaal niet aan energiebesparing. Naar schatting 16% van de Nederlandse bedrijven doet heel veel aan milieu (afvalscheiding, recycling, veranderingen in de bedrijfsvoering), 38% zegt dat in tamelijk hoge mate te doen, 27% in beperkte mate, bijna 10% in zeer beperkte mate en ruim 9% doet dat helemaal niet. Ongeveer 7% van de bedrijven heeft een financiële tegemoetkoming voor werknemers om te stimuleren met het

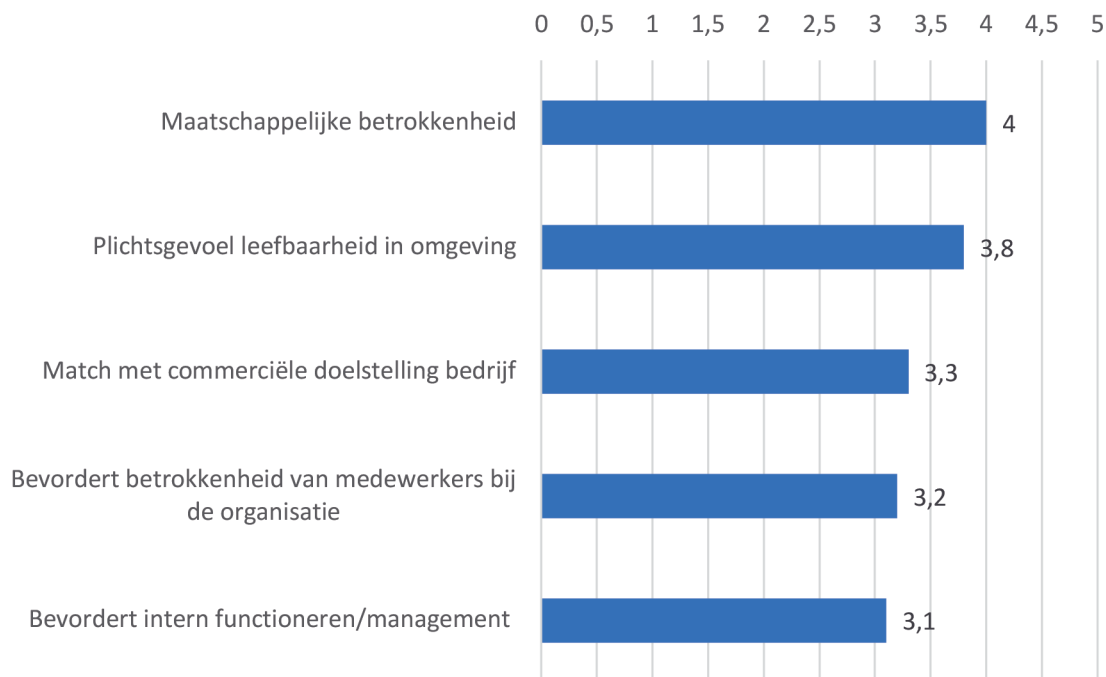
openbaar vervoer of fiets naar het werk te komen. Hiervoor geldt weer wel dat bedrijven met 25 of meer medewerkers dit veel vaker aanbieden (39%).

In 2018 zijn bedrijven veel nieuwe activiteiten begonnen op het gebied van energiebesparing (44%), milieu (35%) en woon-werkverkeer (24%). Bij bedrijven vanaf 25 medewerkers lagen die percentages hoger (respectievelijk 71%, 63% en 38%).

De ethische dimensie van MVO

Bij de ethische dimensie gaat het bijvoorbeeld om de vraag of het bedrijf rekening houdt met ethische aspecten bij financiële zaken als leningen, beleggen of investeringen. Bijna 26% van de bedrijven doet dat (tamelijk) veel, 36% enigszins, maar 38% doet dat helemaal niet. 9% van de bedrijven is in 2018 nieuwe activiteiten begonnen op het gebied van ethisch financieel beheer. Verder heeft van alle Nederlandse bedrijven ongeveer 16% van de bedrijven een gedragscode of integriteitsbeleid. Bij bedrijven met 25 of meer medewerkers is dat maar liefst 61%. Van de bedrijven werkt nog geen 4% structureel samen met een ontwikkelingsorganisatie of ander goed doel (13% voor grote(re) bedrijven). De meeste bedrijven stellen geen eisen aan hun leveranciers als het gaat om MVO (69%); 11% is in 2018 wel begonnen om leveranciers daartoe aan te sporen.

4.15. Motieven om maatschappelijk verantwoord te ondernemen



Figuur 4.8: Motieven van bedrijven om aan MVO te doen

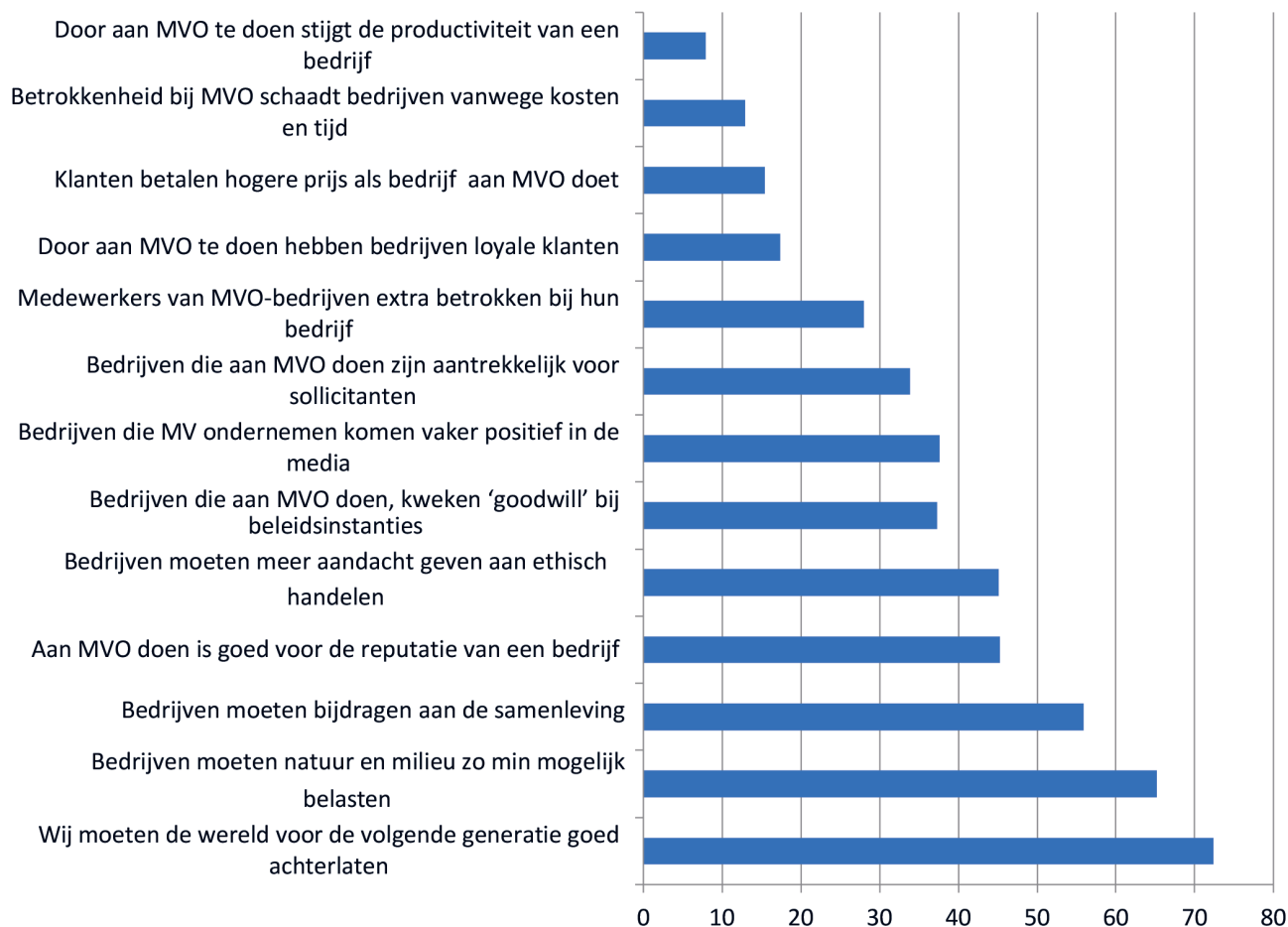
De respondenten hebben we gevraagd naar de motieven van hun bedrijf om aan MVO te doen (zie figuur 4.8). Deze motieven hebben we op dezelfde wijze bevraagd als bij sponsoring en giften en kunnen we daardoor onderling vergelijken. Net als bij sponsoring en giften hebben bedrijven ook verschillende motieven om aan MVO te doen. De verschillende motieven zijn iets belangrijker dan in eerdere edities van Geven in Nederland. De leefbaarheid en de betrokkenheid van medewerkers zijn bij MVO relatief belangrijker motieven dan bij sponsoring en giften. Veel van de MVO-activiteiten hebben rechtstreeks met het bedrijf zelf te maken (energiebesparing, medewerkersvrijwilligerswerk, representatief personeelsbestand). Dat maakt het relatief grote belang van het motief 'betrokkenheid van de medewerkers' begrijpelijk. Wederom zien we duidelijk dat bedrijven meerdere motieven tegelijkertijd kunnen hebben om aan MVO te doen.

Verwachte impact van MVO

In de literatuur rond MVO is het uitgangspunt dat er naast ethische motieven ook een economisch belang aan verbonden is en dat blijkt ook uit de hierboven beschreven resultaten omtrent de motieven om aan MVO te doen. In onze steekproef geeft een beperkt aantal bedrijven aan dat MVO goed is voor de productiviteit van een bedrijf (8%), terwijl 15% denkt dat klanten bereid zijn een hogere prijs te betalen als ze weten dat ze kopen bij een bedrijf dat aan MVO doet. Ongeveer 17% denkt dat het de loyaliteit van de klanten bevordert, 28% denkt dat het de betrokkenheid van de eigen medewerkers vergroot, bijna 34% denkt dat bedrijven die aan MVO doen aantrekkelijker zijn voor sollicitanten, 38% denkt dat MVO-bedrijven vaker positieve publiciteit krijgen, 37% dat dergelijke bedrijven goodwill kweken bij beleidsinstanties en 45% dat het goed is voor de reputatie. De percentages zijn veelal iets hoger dan in 2015.

Attitude ten opzichte van maatschappelijke taken van bedrijven

De attitude ten opzichte van MVO is in 2018 opnieuw positief (zie figuur 4.9), gezien het aantal bedrijven dat de stellingen ondersteunt dat bedrijven moeten bijdragen aan de samenleving (56%) en de wereld goed moeten achterlaten voor generaties die na ons komen (72%); iets hogere percentages dan in 2015. Bedrijven geven in twee nieuwe vragen verdere steun aan MVO: bedrijven vinden dat ze natuur en milieu dienen te sparen bij hun activiteiten (65%) en een grote groep vindt ook dat bedrijven meer aandacht moeten besteden aan ethisch handelen (47%). Een beperkte groep (9%) is niet positief over MVO: die is het eens met de stelling dat deelname aan MVO bedrijven beschadigt, doordat geld en tijd aan het primaire bedrijfsdoel wordt onttrokken; een lager percentage dan in 2015.



N.B. sommige stellingen zijn korter weergegeven ten behoeve van de overzichtelijkheid van de figuur

Figuur 4.9: Attitudes van bedrijven ten aanzien van MVO en de economische opbrengsten van MVO (% dat het 'eens' of 'helemaal eens' is met de stelling)

Extrinsieke motivatie voor MVO

Toch zijn er ook praktische, extern gedreven redenen om aan MVO te doen: zo zegt 19% van alle Nederlandse bedrijven aan MVO te doen omdat het anders op termijn wordt afgedwongen door wetgeving. Ongeveer 26% denkt dat deelname aan MVO een positieve invloed heeft op de financiële prestatie van het bedrijf, maar er is ook een – veel kleinere – groep bedrijven die juist denkt dat het een negatief effect heeft. Bij grote(re) bedrijven is dat maar iets hoger: in bedrijven met 25 of meer medewerkers denkt 39% dat MVO positieve financiële gevolgen heeft, tegenover 10% die denkt dat MVO negatieve gevolgen heeft.

Bedrijven denken dat hun klanten het belangrijk vinden dat het bedrijf aan MVO doet (34%), terwijl 18% denkt dat de eigen medewerkers dit belangrijk vinden: duidelijk lagere percentages dan in 2015. Leveranciers (10%) en banken (4%) vinden dat volgens de respondenten veel minder belangrijk. Een aantal bedrijven is van mening dat de aandacht voor MVO bij klanten afneemt (10%) maar een veel groter aantal dat het juist toeneemt (ruim 32%). Dat laatste percentage is veel hoger dan in 2015.

Communicatie door bedrijven over hun MVO-activiteiten

Ook al doen veel bedrijven aan MVO, de

communicatie daarover naar externe en interne belanghebbenden gebeurt nog steeds weinig: van alle Nederlandse bedrijven die aan MVO doen communiceert 11% over hun MVO-activiteiten richting bedrijven en publiek; 10% communiceert via bedrijfsmedia richting hun eigen medewerkers. Iets hoger dan in 2015, maar nog steeds zeer beperkte percentages. De resultaten bij uitsluitend de bedrijven met 25 of meer medewerkers zijn heel anders: 30% van die bedrijven communiceert wel degelijk extern, terwijl maar liefst 48% dat doet richting het eigen personeel. Wederom heel vergelijkbaar met de percentages uit 2015.

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-geoordeeld geld.

Een lange traditie

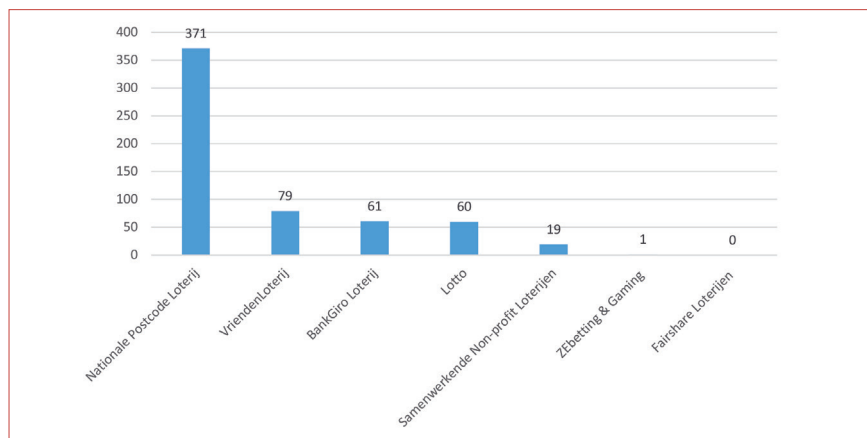
Reeds in de vijftiende eeuw werden in Nederland loterijen georganiseerd, waarvan de opbrengsten meestal bestemd waren voor de stadskas. Zo werd in 1444 in de stad Utrecht de eerste (onofficiële) loterij georganiseerd. Vanaf de zestiende eeuw werden ook liefdadigheidsloterijen georganiseerd. De winsten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



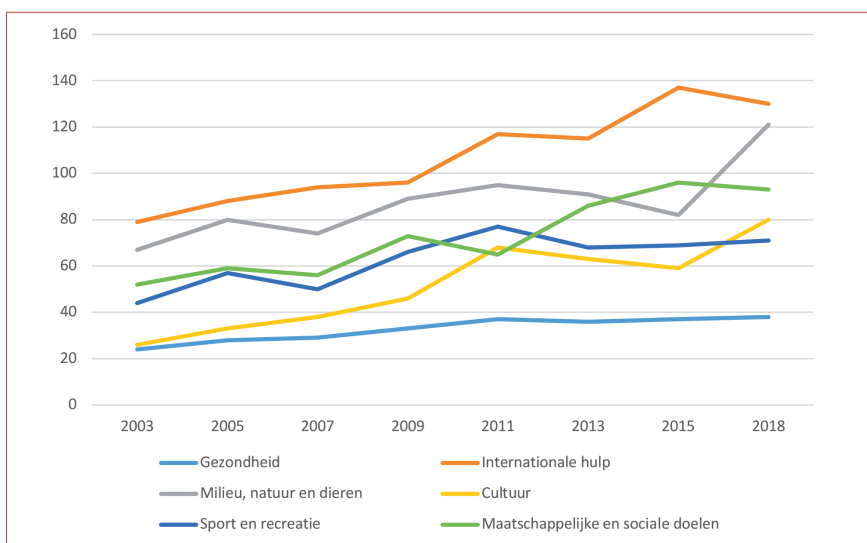
Figuur: Afdrachten aan goede doelen per kansspelvergunninghouder in 2018 (in miljoenen euro's)

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 Raffid.
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%.

Geven door kansspelen



5.1 Over de geschiedenis van de loterijen

Reeds in de vijftiende eeuw werden in Nederland loterijen georganiseerd (Huisman & Koppenol 1991). De opbrengsten waren meestal bestemd voor de stadskas. Zo werd in 1444 in de stad Utrecht de eerste (onofficiële) loterij georganiseerd. Vanaf de zestiende eeuw werden ook liefdadigheidsloterijen georganiseerd. De winsten waren bijvoorbeeld bestemd voor de restauratie van kerken en/of het stichten van gasthuizen, zoals in Leiden in 1596. In Amsterdam werd in 1592 een loterij georganiseerd waarvan de opbrengst ten goede kwam aan de uitbreiding van het Dolhuis. Vanaf 1726 werden loterijen met de instelling van de Generaliteitsloterij (de latere Staatsloterij) wettelijk gereguleerd en ten nutte gemaakt voor het algemeen belang: de staatskas (Van 't Veer, 1998; Kingma, 2002). Na de Tweede Wereldoorlog zetten enkele sociale entrepreneurs loterijen op om gelden te werven voor goede doelen, voornamelijk katholieke goede doelen zoals 'Katholieke Actie', 'Actie van God' en katholieke volkshogescholen. Een pionier van de jaren vijftig en zestig die handig gebruik wist te maken van de media - de radio - was Albert Bergers (Schmitz, 2002, p. 10). Hij verwierf bekendheid met de Sla Uw Slag (SUS)-loterijen en de Steentjesactie ten behoeve van de bouw van een gedachteniskerk op de Grebbeberg. De initiatieven uit deze naoorlogse tijd werden bestuurlijk begeleid door een maatschappelijke elite, van wie belangrijke woordvoerders een bancaire achtergrond hadden, zoals

Van Emden en Van Lanschot (Schmitz, 2002; De Heer, 2003). De KNVB begon in 1961 met sportprijsvragen (later overgenomen door De Lotto) en in datzelfde jaar ontstond vanuit de SUS-loterijen de Giro Loterij, later de BankGiro Loterij. De Sponsor Bingo Loterij (later VriendenLoterij) werd in 1989 vanuit de Vereniging Humanitas opgezet. Een latere pionier op het vlak van goededoelenloterijen was Boudewijn Poelmann. Afkomstig van Oxfam Novib en bekend met de mogelijkheden van moderne tv-show-programma's begonnen hij en drie andere initiatiefnemers in 1989 met de Nationale Postcode Loterij. De Nationale Postcode Loterij, de BankGiro Loterij en de VriendenLoterij zijn sinds 2004 ondergebracht onder de Holding Nationale Goede Doelen Loterijen NV. In 2016 is Lotto B.V. gefuseerd met de Nederlandse Staatsloterij en zijn zij beide onderdeel van de Nederlandse Loterij. De afdrachten van de Lotto gaan naar goede doelen, de afdrachten van de Staatsloterij vallen ten deel aan de staat. Sinds het openstellen van de markt voor goededoelenloterijen in 2016 zijn er 3 nieuwkomers met een vergunning voor een loterij bijgekomen: Lottovate, Fairshare Loterijen/Lot of Happiness en de Impact Loterij.

Barbara Gouwenberg
Theo Schuyt

5.2 Kansspelen en goede doelen

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*, richt zich op mens en natuur in binnen- en buitenland (ontwikkelingssamenwerking en mensenrechten, natuur en milieu, en sociale cohesie in Nederland).
2. De *BankGiro Loterij*, draagt bij aan cultuur en het behoud van cultureel erfgoed.
3. De *VriendenLoterij* doet giften ten behoeve van welzijn en gezondheid (waaronder sport als middel tot welzijn en gezondheid).
4. De *Samenwerkende Non-profit Loterijen (SNL)*
Enkele goede doelenorganisaties organiseren een eigen loterij. De grootste vijf (KWF Kankerbestrijding, de Grote Club Actie/Support Actie, Jantje Beton, de Zonnebloem en Scouting) zijn sinds 2003 verenigd in de stichting Samenwerkende Non-profit Loterijen (SNL).
5. *Lotto B.V* (Lotto, Krasloterij en Toto), de opbrengsten gaan voor het grootste deel naar de sportsector en voor een klein deel naar cultuur, maatschappelijk welzijn en gezondheid. De Lotto is in 2016 gefuseerd met de Nederlandse Staatsloterij en zijn beide onderdeel van de Nederlandse Loterij.
6. *ZEbetting & Gaming (voorheen Sporttech BV)*, aanbieder van weddenschappen op paardenraces en bekend onder de naam Runnerz. Draagt met name bij aan de draf- en rensport in Nederland.
7. *Fairshare Loterijen*, in augustus 2018 lanceerde Fairshare haar eerste loterij: Lot of Happiness, gericht op het welbevinden van kinderen.
8. *Lottovate*, nieuwkomer sinds 2017, heeft een vergunning maar is in 2019 gestopt met de lotverkoop van hun loterij Raffld¹.

9. *Impact Loterij*, nieuwkomer sinds oktober 2018, heeft een vergunning maar biedt (nog) geen loterij aan op de Nederlandse kansspelmarkt.

De giften ten behoeve van het goede doel van bovengenoemde kansspelvergunninghouders gaan ofwel rechtstreeks naar goede doelen (bijvoorbeeld Natuurmonumenten of een van de Rijksmusea) ofwel naar verdeelfondsen (bijvoorbeeld NOC*NSF, Prins Bernhard Cultuurfonds of Stichting DOEN). Sinds 2002 hebben beneficianten (meer dan 230) van de Nationale Postcode Loterij, de BankGiro Loterij, de VriendenLoterij, en later ook van De Nederlandse Loterij en de Samenwerkende Non-Profit Loterijen zich verenigd in het Goede Doelen Platform, dat bij wijzigingen in het Nederlandse kansspelbeleid opkomt voor hun gezamenlijk belang.

¹ Piersma, J. (2019, 18 februari). Britse nieuwkomer op loterijmarkt uit de lucht. Financieel Dagblad. Geraadpleegd van <https://fd.nl/ondernemen/1289470/britse-nieuwkomer-op-loterijmarkt-uit-de-lucht>

5.3 Verplichte afdrachtspercentages aan het goede doel

In Nederland worden kansspelen gereguleerd door de Wet op de kansspelen (Wok). De Kansspelautoriteit (Ksa) is de toezichthouder op de markt voor de kansspelen en verleent vergunningen aan aanbieders van kansspelen. Dit hoofdstuk bespreekt negen landelijke meerjarige kansspelvergunninghouders die een verplichting hebben een bepaald percentage af te dragen aan het goede doel.

Niet-incidentele goededoelen-loterijen¹

Zeven vergunninghouders (Nationale Postcode Loterij, VriendenLoterij, de BankGiro Loterij, de Samenwerkende Non-profit Loterijen/SNL, Lottovate, de Impact Loterij en Fairshare Loterijen) hebben een niet-incidentele vergunning op basis van artikel 3 van de Wok om goededoelenloterijen te organiseren. Voor niet-incidentele goededoelenloterijen geldt een zogenaamd open stelsel: er is geen beperking aan het aantal (Kansspelautoriteit, jaarverslag 2018). In 2018 (het jaar waarover wij rapporteren in het onderzoek) waren zij (met uitzondering van de SNL) verplicht ten minste 50% van de nominale waarde van de verkochte loten af te dragen ten behoeve van het algemeen belang. Met ingang van 1 januari 2020 is het verplichte minimum afdrachtspercentage voor de goededoelenloterijen gewijzigd van 50% naar 40%. De gedachte achter deze maatregel is de verwachting dat een verlaging van het afdrachtspercentage - via een verhoging van het prijzengeld - leidt tot een aantrekkelijker aanbod van goededoelenloterijen, waardoor de omzet van de vergunninghouders op peil blijft en daarmee ook de afdracht aan de vaste beneficianten (Staatsblad 2019, 353). Wat deze verlaging daadwerkelijk voor de beneficianten gaat betekenen, zal de toekomst moeten uitwijzen. Voor de Samenwerkende Non-profit Loterijen (SNL) geldt overigens een verplichte afdracht van 75%.

Wettelijke monopolies

De meerjarige vergunningen van de

Lotto (voor het lottospel, krasloterijen en de toto) en ZEBetting & Gaming vallen onder andere artikelen van de Wok en zijn zogenoemde wettelijke monopolies. Er geldt een wettelijk gesloten stelsel, dat wil zeggen dat er één vergunning voor een lottospel, één vergunning voor een instantloterij, één vergunning voor sportprijzenvragen en één vergunning voor weddenschappen op paardenraces wordt verleend. Zij hebben andere afdrachtspercentages dan de niet-incidentele goededoelenloterijen; Voor de Lotto (lottospel, krasloterijen en de toto) is dat 18% van de inleg en voor ZEBetting & Gaming 2,5% van de inleg. De Lotto heeft bovendien een vastgelegde verdeelsleutel voor afdrachten aan de begunstigden (Kansspelautoriteit, jaarverslag 2018).

Wat weten we uit eerder Geven in Nederland onderzoek?

- In Geven in Nederland 2015 is onderzocht of mensen die meespelen met een van de drie grote goededoelenloterijen (Nationale Postcode Loterij, VriendenLoterij, de BankGiro Loterij) weten wat het juiste afdrachtspercentage is. Slechts 15% van de deelnemers aan deze loterijen gaf het juiste antwoord. 46% noemde een te laag percentage en 39% een te hoog percentage.
- In Geven in Nederland 2017 is naar de attitude van respondenten gevraagd. Wat vinden de deelnemers aan deze drie loterijen van het wettelijke afdrachtspercentage van (destijds) 50%? Zou het hoger of lager dan 50% moeten zijn of zou het gelijk moeten blijven? Om respondenten inzicht te geven in de gevolgen van hun keuze, werden zij geïnformeerd over wat er met de andere helft gebeurt (prijzengeld en organisatiekosten). 40% van de deelnemers was van mening dat de Nationale Postcode Loterij, de VriendenLoterij en de BankGiro Loterij meer dan 50% van hun omzet (het destijds wettelijke percentage) moeten afdragen aan het goede doel. Meer dan de helft (54%) vond dat dit

percentage gelijk moet blijven en 6% van de Nederlanders wilde dat dit percentage omlaag gaat.

¹ Er zijn ook eenmalige kansspelvergunninghouders die incidenteel een loterij organiseren. Deze loterijen vallen buiten dit onderzoek.

5.4 Bijdragen kansspelen aan goede doelen

	2009	2011	2013	2015	2018
Nationale Goede Doelen Loterijen	365	396	414	443	511
• Nationale Postcode Loterij	258	284	303	328	371
• BankGiro Loterij	59	64	63	63	79
• VriendenLoterij	48	48	49	53	61
Samenwerkende Non-profit Loterijen (SNL)	19	19	19	19	19 ^b
• de Zonnebloem	2	2	2	2	2
• Jantje Beton	1	1	1	1	1
• Scouting Nederland	1	1	1	^a	^c
• KWF Kankerbestrijding	5	5	7	7	8
• Grote Clubactie/Support Actie	9	9	9	9	9
Lotto	74	81	59	59	60
ZEbetting & Gaming	3	2	2	2	1
Fairshare Loterijen					^d
Totaal ^e	461	498	494	523	591

^a 2015: Scouting Nederland heeft € 164.000 vanuit eigen loterijen bijgedragen aan het goede doel

^b 2018: In verband met afrondingen tellen de afzonderlijke bedragen van de SNL niet op tot € 19 miljoen

^c 2018: Scouting Nederland heeft € 484.422 vanuit eigen loterijen bijgedragen aan het goede doel

^d 2018: Fairshare Loterijen heeft € 159.612 afgedragen aan het goede doel

^e 2018: Lottovate en Impact Loterij hebben een vergunning, maar bieden (nog) geen loterij aan op de kansspelmarkt

Bron: de cijfers voor 2011 - 2018 zijn afkomstig van de jaarverslagen van de Nationale Goede Doelen Loterijen, de Lotto, de Samenwerkende Non-profit Loterijen (SNL) en het jaarverslag van de Kansspelautoriteit. De cijfers van 2009 zijn ontleend aan het Jaarverslag 2009 van het College van Toezicht op de Kansspelen.

Tabel 5.1: Bijdragen van zeven landelijke kansspelvergunninghouders aan goede doelen, in 2009 - 2018 (in € miljoenen)

In totaal hebben in 2018 zeven landelijke kansspelvergunninghouders 591 miljoen euro bijgedragen aan goede doelen (zie tabel 5.1), tegenover 523 miljoen in 2015. Deze stijging wordt met name veroorzaakt door de bijdragen van de drie loterijen van de Nationale Goede Doelen Loterijen en is onder meer toe te schrijven aan een toename van het aantal verkochte loten (zie ook tabel 5.2) en de verhoogde lotprijzen.

	2015	2018
Nationale Postcode Loterij	4.145.272	4.282.085
BankGiro Loterij	877.750	863.592
VriendenLoterij	689.232	734.224

Tabel 5.2: Aantal verkochte loten Nationale Postcode Loterij, BankGiro Loterij en VriendenLoterij per december 2015 en 2018

5.5 Bijdragen kansspelen aan goede doelen per sector

Bij welke goede doelen is het geld van de kansspelvergunninghouders terecht gekomen? Als we de beneficianten van de kansspelvergunninghouders indelen naar de acht sectoren van de Geven in Nederland-indeling ontstaat het overzicht in tabel 5.3.

De doelen op het terrein van internationale hulp en milieu, natuur en dieren ontvangen in 2018 het meest van de kansspelvergunninghouders (respectievelijk 130 miljoen en 121 miljoen euro). We zien een sterke stijging in de bijdragen aan doelen op het terrein van milieu, natuur en dieren, van 82 miljoen euro in 2015 naar 121 miljoen euro in 2018. 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. Voor de beneficianten zijn de inkomsten uit de kansspelen een belangrijke bron van inkomsten, het betreft veelal structureel en on-geoormerkt geld.

Sommige beneficianten zijn intermediaire organisaties die fungeren als 'verdeelstation' voor meerdere maatschappelijke doelen. Nederland kent een bloeiend maatschappelijk middenveld en telt vele stichtingen en verenigingen 'ten algemene nutte' die gedragen worden door vele vrijwilligers. Het geld uit de kansspelen vindt ook via deze intermediaire organisaties zijn weg naar talloze (lokale) goede doelen en initiatieven. Stichting DOEN bijvoorbeeld, ontving in 2018 30 miljoen euro en financierde daarmee vele initiatieven. Ook het Prins Bernhard Cultuurfonds en het Oranje Fonds zijn intermediairs die jaarlijks bijdragen aan diverse goede doelen en projecten. Zij ontvingen in 2018 respectievelijk 22 en 20 miljoen euro van de kansspelvergunninghouders.

Als de bijdragen van Stichting DOEN toegevoegd worden aan bovenstaande doelen, ziet de verdeling er als volgt uit:

- Stichting DOEN uit de BankGiro Loterij, bestemd voor cultuur: 4,3 miljoen euro;
- Stichting DOEN uit de VriendenLoterij, bestemd voor welzijn en gezondheid: 3 miljoen euro;
- Stichting DOEN uit de Nationale Postcode Loterij, bestemd voor internationale hulp, natuur en milieu en maatschappelijke en sociale doelen: 22,5 miljoen euro.

Top 10 Begunstigde Kansspelen

In de top 10 van begunstigden (zie tabel 5.4) staan NOC*NSF, Stichting DOEN, het Prins Bernhard Cultuur Fonds en het Oranje Fonds al jaren bovenaan. Dit zijn verdeelfondsen die de bijdragen op hun beurt weer verdelen onder sportbonden, andere organisaties en projecten. De rangorde en de samenstelling van de top 10 verschilt echter per jaar.

	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2018
Kerk en levensbeschouwing ^a	--	--	--	--	--	--	--	--
Gezondheid	24	28	29	33	37	36	37	38
Internationale hulp	79	88	94	96	117	115	137	130
Milieu, natuur en dieren	67	80	74	89	95	91	82	121
Onderwijs en onderzoek ^a	--	--	--	--	--	--	--	--
Cultuur	26	33	38	46	68	63	59	80
Sport en recreatie	44	57	50	66	77	68	69	71
Maatschappelijke en sociale doelen	52	59	56	73	65	86	96	93
Flexibele bestemming (overige doelen)	21	22	18	18	5	3	14	28
Stichting DOEN	56	29	35	36	34	32	30	30
Totaal ^b :	369	396	394	456	497	494	524	591

^a Kerk en levensbeschouwing en onderwijs en onderzoek zijn categorieën die niet tot begunstigden van kansspelvergunninghouders behoren.

^b Als gevolg van afrondingsverschillen komen de totaalbedragen in 2011 en 2015 niet overeen met eerder genoemde totaalbedragen van respectievelijk € 498 miljoen en € 523 miljoen.

Bron: de cijfers voor de jaren 2003-2009 zijn ontleend aan het jaarverslag van het College van Toezicht op de Kansspelen (2009, p. 63-68; 2007, p. 66-69; 2005, p. 71-73; 2003, p. 78-79). De cijfers voor 2011-2018 zijn ontleend aan de jaarverslagen en websites van de kansspelvergunninghouders zelf.

Tabel 5.3: Bijdragen aan goede doelen van zeven landelijke kansspelvergunninghouders per begunstigde sector, 2003-2018 (in € miljoenen)

Top 10		
1	NOC NSF	43
2	Doen	30
3	Prins Bernhard Cultuur Fonds	22
4	Oranje Fonds	20
5	Vogelbescherming	17
6	WNF	16
7	Natuurmonumenten	14
8	Artsen zonder grenzen	14
9	Oxfam Novib	14
10	UNICEF	14
11	Landschappen NL	14

Bron: ontleend aan de jaarverslagen van de Nationale Goede Doelen Loterijen en de Nederlandse Loterij. Er kunnen verschillen bestaan met de gerapporteerde bedragen in de jaarverslagen van de begunstigden zelf. Het verschil tussen bedragen wordt o.a. veroorzaakt door het jaar waarin de uitkering wordt geboekt.

Tabel 5.4: Top 10 begunstigden van kansspelvergunninghouders, 2018 (in € miljoenen)

Literatuur

- | | | |
|--|--|--|
| <p>BankGiro Loterij (2012). <i>Jaarverslag 2011</i>. Amsterdam: BankGiro Loterij.</p> <p>BankGiro Loterij (2014). <i>Jaarverslag 2013</i>. Amsterdam: BankGiro Loterij.</p> <p>BankGiro Loterij (2016). <i>Jaarverslag 2015</i>. Amsterdam: BankGiro Loterij.</p> <p>BankGiro Loterij (2019). <i>Jaarverslag 2018</i>. Amsterdam: BankGiro Loterij.</p> <p>College van Toezicht op de Kansspelen. <i>Jaarverslag 2003</i>. Den Haag: College van Toezicht op de Kansspelen.</p> <p>College van Toezicht op de Kansspelen. <i>Jaarverslag 2005</i>. Den Haag: College van Toezicht op de Kansspelen.</p> <p>College van Toezicht op de Kansspelen. <i>Jaarverslag 2007</i>. Den Haag: College van Toezicht op de Kansspelen.</p> <p>College van Toezicht op de Kansspelen. <i>Jaarverslag 2009</i>. Den Haag: College van Toezicht op de Kansspelen.</p> <p>Heer, W. de (2003). <i>Van sporttoto tot de Lotto. De ontwikkeling van de Stichting de Nationale Sporttotalisator van 1960 tot 2003</i>. Haarlem: De Vrieseborch.</p> | <p>Huisman A. & Koppenol, J. (1991). <i>Daer compt de lotery met trommels en trompetten! Loterijen in de Nederlanden tot 1726</i>. Hilversum: Verloren.</p> <p>Kansspelautoriteit (2019). <i>Jaarverslag 2018. Extra aandacht voor jongeren</i>. Den Haag: Kansspelautoriteit. Zie ook: https://kansspelautoriteit.nl/soorten-kansspelen/loterijen/meerjarige-loterijen/</p> <p>Kingma, S. (2002). <i>Het gokcomplex. Verzelfstandiging van vermaak</i>. Amsterdam: Rozenberg.</p> <p>Lotto (2012). <i>Jaarverslag 2011</i>. Rijswijk: Lotto.</p> <p>Lotto (2014). <i>Jaarverslag 2013</i>. Rijswijk: Lotto.</p> <p>Lotto (2016). <i>Jaarverslag 2015</i>. Rijswijk: Lotto.</p> <p>Nederlandse Loterij (2019). <i>Jaarverslag 2018</i>. Rijswijk: Nederlandse Loterij.</p> <p>Nationale Postcode Loterij (2012). <i>Jaarverslag 2011</i>. Amsterdam: Nationale Postcode Loterij</p> | <p>Nationale Postcode Loterij (2014). <i>Jaarverslag 2013</i>. Amsterdam: Nationale Postcode Loterij.</p> <p>Nationale Postcode Loterij (2016). <i>Jaarverslag 2015</i>. Amsterdam: Nationale Postcode Loterij.</p> <p>Nationale Postcode Loterij (2019). <i>Jaarverslag 2018</i>. Amsterdam: Nationale Postcode Loterij.</p> <p>Schmitz, B. (2002). <i>Een vangnet van 250 miljoen. Kroniek van vijftig jaren Stichting Katholieke Noden</i>. Nijmegen: Valkhof Pers.</p> <p>Veer, A. van 't (1998). <i>Spelregels</i>. Gouda: Quint.</p> <p>VriendenLoterij (2012). <i>Jaarverslag 2011</i>. Amsterdam: VriendenLoterij.</p> <p>VriendenLoterij (2014). <i>Jaarverslag 2013</i>. Amsterdam: VriendenLoterij.</p> <p>VriendenLoterij (2016). <i>Jaarverslag 2015</i>. Amsterdam: VriendenLoterij.</p> <p>VriendenLoterij (2019). <i>Jaarverslag 2018</i>. Amsterdam: VriendenLoterij.</p> |
|--|--|--|

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

* Generalisatie inclusief respondenten met een migratieachtergrond

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

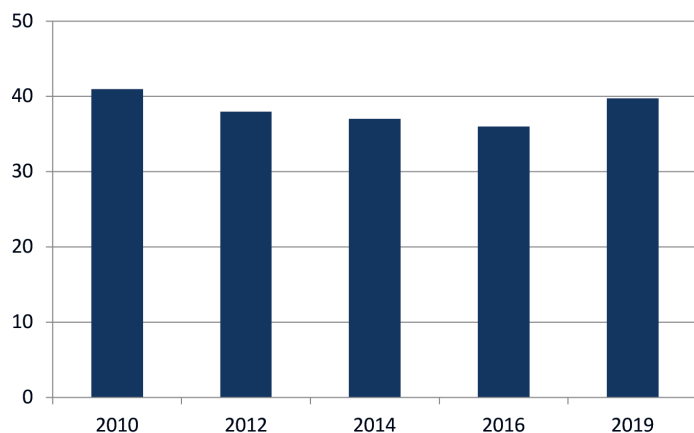
Online vrijwilligerswerk

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 van tijd



6.1 Vrijwilligerswerk in Nederland

Hoeveel vrijwilligerswerk doet Nederland? Welke activiteiten worden er gedaan? Hoe ziet het profiel van de vrijwilliger eruit? Op dit soort vragen geven we in dit hoofdstuk antwoord.¹

Vier op de tien Nederlanders doet vrijwilligerswerk

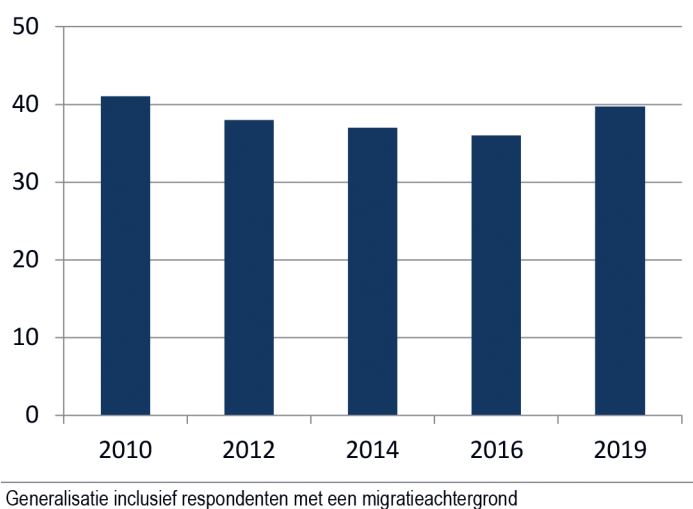
Naar schatting is bijna 40% van de Nederlanders actief in vrijwilligerswerk. Dat is meer dan in 2016, toen het percentage vrijwilligers op 36% lag. Figuur 6.1 toont het percentage vrijwilligers vanaf 2010, het moment dat we Nederlanders met een migratieachtergrond hebben meegenomen in de schattingen.

Geen duidelijke trend

Op de lange termijn zien we geen duidelijke toe- of afname in het deel van de Nederlanders dat vrijwilligerswerk doet. Figuur 6.2 toont het percentage vrijwilligers in de data die we vanaf 2002 ver-

zamelen. In deze periode zijn fluctuaties te zien tussen 37% en 47%, maar is geen eenduidige trend te onderscheiden. Dit beeld is vergelijkbaar met cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek (2020) en het Sociaal en Cultureel Planbureau (Kuyper et al., 2019, p. 231). Het zou kunnen dat er op de lange termijn een afname is, waarbij de toename in 2019 een eenmalige piek is in een verder grotendeels dalende trend. Toekomstige metingen moeten uitwijzen hoe de participatie in vrijwilligerswerk zich verder ontwikkelt.

¹ We gebruiken hiervoor data van onze vaste steekproef van Nederlandse huishoudens en de aparte steekproef onder Nederlanders met een niet-westerse migratieachtergrond. We vragen respondenten of zij de twaalf maanden voorafgaand aan het interview vrijwilligerswerk hebben gedaan, in dit geval de periode juli 2018 t/m juni 2019.



Figuur 6.1: Percentage vrijwilligers, 2010-2019

Arjen de Wit

Rosan van Niekerk

De helft van de vrijwilligers besteedt meer dan 10 uur per maand aan vrijwilligerswerk

Gemiddeld besteden vrijwilligers in Nederland 15 uur per maand aan vrijwilligerswerk. Dit gemiddelde wordt disproportioneel beïnvloed door een klein aantal respondenten dat uitzonderlijk veel uren besteedt aan vrijwilligerswerk, tot meer dan 100 uur per maand. Een robuustere maat is de mediaan, het getal dat precies in het midden van de verdeling ligt: die ligt op 10. Dit betekent dat de helft van de vrijwilligers meer dan 10 uur per maand aan vrijwilligerswerk besteedt, de andere helft minder dan 10.

28% van de vrijwilligers doet vrijwilligerswerk voor meerdere organisaties

Van de vrijwilligers heeft 75% het afgelopen jaar vrijwilligerswerk gedaan voor één organisatie. 21% is als vrijwilliger actief voor twee organisaties, en 7% is vrijwilliger bij drie of meer organisaties. Bij elkaar doet dus 28% van de vrijwilligers vrijwilligerswerk voor meer dan één organisatie.

Meer dan de helft is wekelijks actief

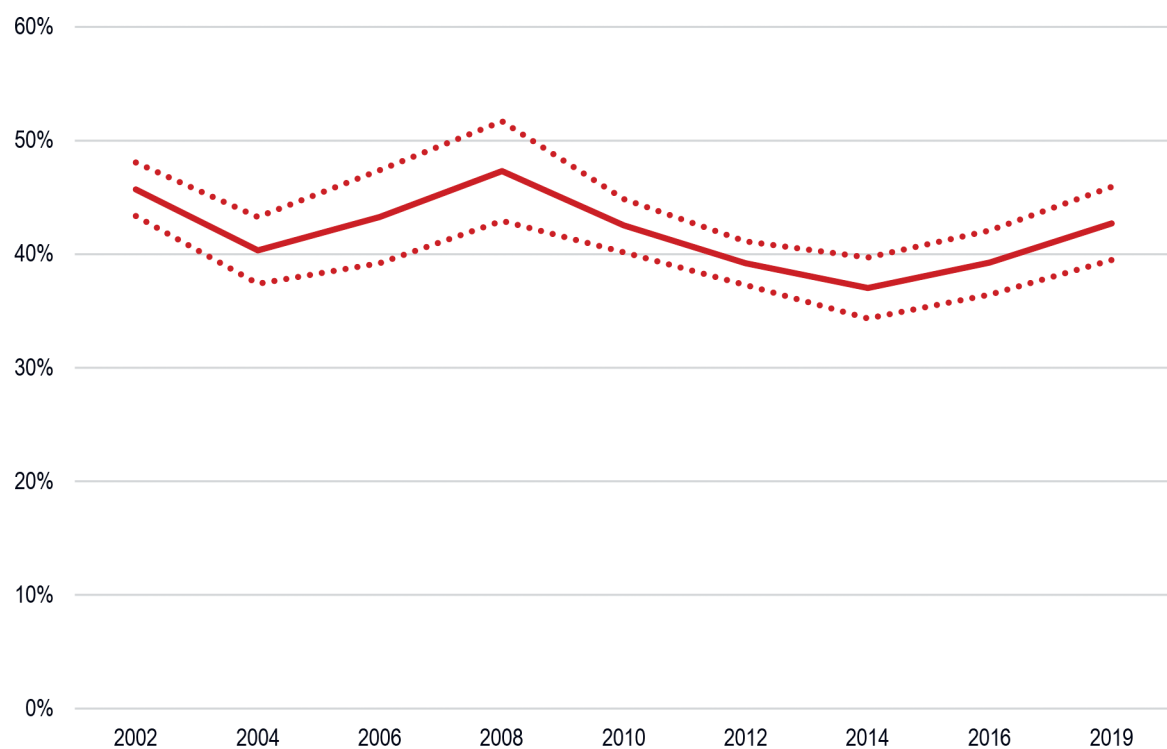
In tabel 6.1 is te zien hoe intensief vrijwilligers zich inzetten. Meer dan de helft is wekelijks of vaker dan wekelijks

actief. In vergelijking met eerdere jaren lijkt er een daling te zijn van het aandeel vrijwilligers dat maar één keer per jaar vrijwilligerswerk doet (7%, ten opzichte van 10% in 2014 en 9% in 2016) en van het aandeel vrijwilligers dat vaker dan wekelijks actief is (26%, ten opzichte van 30% in 2014 en 27% in 2016). Het percentage dat wekelijks actief is neemt juist toe (van 22% in 2014 en 26% in 2016 naar 28% in 2018). Dit is in tegenspraak met de vermeende trend richting minder stabiel en meer 'episodisch' vrijwilligerswerk (Cnaan & Handy, 2005; Hyde et al., 2016).

	2008	2010	2012	2014	^a 2014	^a 2016	^a 2019
Eén keer	10	9	10	11	10	9	7
Twee of drie keer	20	20	19	15	15	16	18
Maandelijks	20	20	19	21	21	22	21
Wekelijks	24	23	24	22	22	26	28
Vaker	24	27	29	30	30	27	26

^a Generalisatie inclusief respondenten met een migratieachtergrond

Tabel 6.1: Frequentie van vrijwilligerswerk in de afgelopen twaalf maanden onder vrijwilligers, 2008-2019 (in %)

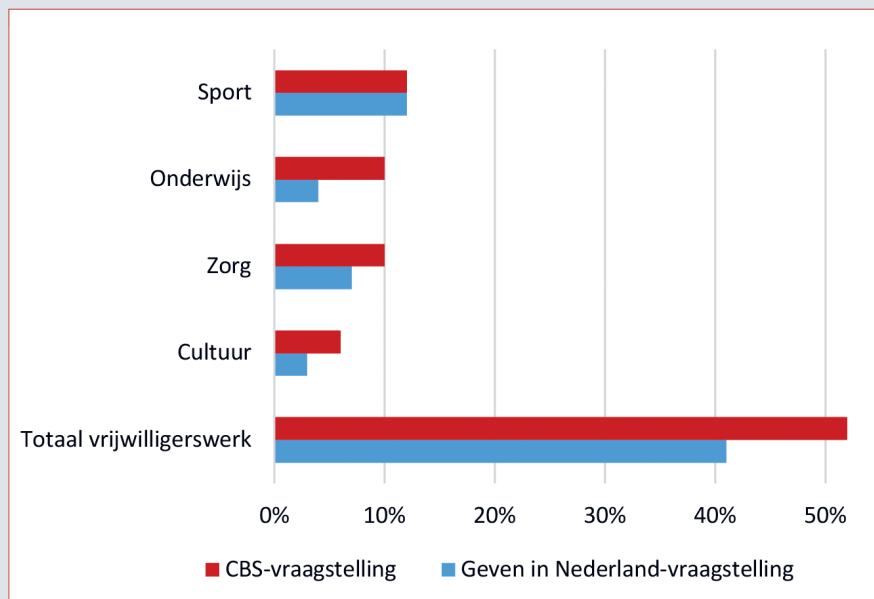


Exclusief respondenten met een migratieachtergrond

Figuur 6.2: Percentage vrijwilligers, 2002-2019 (met 95% betrouwbaarheidsinterval)

Vergelijking met de schattingen van het CBS

Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) komt al jaren op een hoger percentage vrijwilligers uit dan Geven in Nederland: het CBS schat dat in 2018 48% van de Nederlanders vrijwilligerswerk deed (CBS, 2020). Een mogelijke verklaring is het verschil in vraagstelling. Om dat verschil te testen hebben we een zogeheten gerandomiseerd experiment opgenomen, waarin 25% van onze respondenten de vraagstelling kreeg voorgelegd die wordt gebruikt in de enquêtes van het CBS. De andere 75% kreeg de vraagstelling zoals die voorheen werd gebruikt in Geven in Nederland. Welke vraagstelling een respondent kreeg, werd bepaald op basis van toeval. Waar de GIN-vraagstelling, exclusief respondenten met een migratieachtergrond, op 41% aan vrijwilligers komt, zou dit volgens de CBS-variant 52% zijn (zie figuur 6.3).¹



Figuur 6.3: Percentage respondenten dat vrijwilligerswerk doet, naar experimentele groep

Hoe kan dat? Een mogelijke verklaring is de omschrijving van het vrijwilligerswerk. In de vraagstelling van het CBS worden meer voorbeelden genoemd van vrijwillige activiteiten. Zo wordt er niet gesproken van 'Kunst en cultuur' maar van 'Voor culturele verenigingen, zoals bijvoorbeeld een muziek- of toneelvereniging of een tekenclub'. Door een uitgebreidere omschrijving te geven en meer voorbeelden te noemen, worden respondenten herinnerd aan de activiteiten die ze hebben gedaan, en identificeren meer respondenten zich als vrijwilli-

ger (Rooney, Steinberg, & Schervish, 2004). Er zijn ook andere verschillen tussen de twee manieren van bevragen die een verklaring kunnen zijn. Zo wordt in de GIN-vraagstelling het woord 'werkzaamheden' genoemd, wat meer nadruk legt op vrijwilligerswerk als werk. Ook krijgen respondenten in de GIN-vraagstelling een lijst met soorten organisaties waarbij ze vinkjes moeten zetten, terwijl respondenten in de CBS-vraagstelling voor elk type vrijwilligers-

Tabel 6.2: Frequentie van vrijwilligerswerk in de afgelopen twaalf maanden onder vrijwilligers, naar experimentele groep (in %)

	GIN-vraagstelling	CBS-vraagstelling
Minder dan eens per maand	25	40
Maandelijks	21	20
Wekelijks of vaker	54	40
Exclusief respondenten met een migratieachtergrond		

respondenten besteden meer dan honderd uur per maand aan hun vrijwilligerswerk. Als we alleen kijken naar de respondenten die maximaal 40 uur per maand vrijwilligerswerk doen, is het gemiddelde in de CBS-groep 10 uur per maand, en in de GIN-groep 11 uur per maand. Ook de mediaan van de verdeling ligt in de CBS-groep lager (8 uur per maand) dan in de GIN-groep (10 uur per maand).

Van de respondenten die zich identificeren als vrijwilliger in de GIN-groep doet 54% wekelijks of vaker dan wekelijks vrijwilligerswerk, tegenover 40% van de respondenten die zich als vrijwilliger identificeren in de CBS-groep (zie tabel 6.2). In de CBS-groep zitten juist meer vrijwilligers die minder dan maandelijks actief zijn. Dit suggereert dat het hogere percentage vrijwilligers in de CBS-variant vooral komt doordat er in die groep meer respondenten zijn die wel vrijwilligerswerk doen, maar minder dan maandelijks actief zijn.

Het is duidelijk dat de methode van het CBS leidt tot een hogere schatting van het percentage vrijwilligers. Waarschijnlijk zijn het vooral vrijwilligers die niet heel actief zijn die zich niet identificeren als vrijwilliger in de vraagstelling van Geven in Nederland. Het is goed om hiermee rekening te houden bij de interpretatie.

Voor de cijfers in dit hoofdstuk (met uitzondering van paragraaf 6.4 over online vrijwilligerswerk) gebruiken we alleen de respondenten die de reguliere GIN-vraagstelling hebben gekregen, omdat dit vergelijkbaar is met eerdere jaren.

werk moeten kiezen tussen 'ja' en 'nee'. Als we de twee groepen nader bekijken, zien we dat respondenten die zich als vrijwilliger identificeren in de CBS-variant meer uren besteden aan hun vrijwilligerswerk. Vrijwilligers in de CBS-variant besteden gemiddeld 17 uur per maand aan hun vrijwilligerswerk, wat redelijk overeenkomt met de 4 uur per week die het CBS in haar eigen onderzoeken vindt (Arends, 2015). In de GIN-variant is het gemiddeld aantal uur 15 per maand. Deze gemiddelden worden sterk beïnvloed door uitbijters: sommige

¹ Het percentage vrijwilligers volgens de CBS-methode is in onze steekproef dus nog hoger dan in de onderzoeken van het CBS zelf. Dit verschil zou kunnen komen door factoren als de steekproeftrekking, selectieve respons, of het feit dat Geven in Nederland een longitudinale studie is in plaats van een cross-sectionele studie.

6.2 Hoe zetten vrijwilligers zich in?

Sport, religie en zorg

Tabel 6.3 toont het percentage van de Nederlandse bevolking dat vrijwilligerswerk doet in verschillende sectoren. Evenals in vorige jaren komt vrijwilligerswerk het vaakst voor in de sector sport. Daarna volgt vrijwilligerswerk voor religieuze organisaties en gezondheidsorganisaties. In het algemeen zijn de percentages vrijwilligers in verschillende soorten organisaties redelijk stabiel.

Takenpakket

Vrijwilligers houden zich het vaakst bezig met bestuurlijke taken (zie tabel 6.4). 32% van de vrijwilligers heeft een bestuurlijke of coördinerende rol. Dat is fors meer dan in de vorige meting. 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.

De groep bestuurlijke vrijwilligers verklaart een deel, maar lang niet de gehele toename in het totale percentage vrijwilligers. Ook als het gaat om andere activiteiten, zoals informatie of advies geven, is een groter deel van de Nederlanders actief.

Het is opvallend dat een groot deel van de vrijwilligers (35%) aangeeft andere activiteiten te doen dan aangegeven in de lijst. De genoemde activiteiten zijn vrij algemeen geformuleerd ('Klussen', 'Bezoeken afleggen of gezelschap houden'), en mogelijk kunnen veel respondenten hun werkzaamheden daarom niet onder een van deze categorieën scharen. Met name onder de groep die aangeeft vrijwilliger te zijn bij organisaties op het gebied van recreatie en hobby, onderwijs, buurthuiswerk of slachtofferhulp, zijn er relatief veel vrijwilligers die 'andere activiteiten' noemen.

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

	'02	'04	'06	'08	'10	a '10	a '12	a '14	a '16	a '19
<i>Bestuurlijke taken</i>										
Bestuurlijke taken	37	35	31	33	29	28	28	27	23	32
<i>Organisatie intern</i>										
Fondsen werven/collecteren	19	22	18	15	13	13	11	12	10	9
Kantoorwerk/administratie	24	21	23	22	21	20	23	19	21	19
Belangen behartigen	10	9	6	7	7	7	10	7	5	6
<i>Externe dienstverlening</i>										
Klussen	29	25	21	21	21	21	20	20	15	15
Vervoer bieden	26	18	16	14	17	17	14	13	9	11
Informatie of advies geven	25	16	15	16	13	14	18	19	16	17
Training of scholing	15	15	14	13	16	17	17	17	18	14
Bezoek/gezelschap	22	14	15	13	14	14	13	14	16	16
Persoonlijke raadgeving	16	10	9	8	7	7	8	9	9	9
Therapeutisch/verzorging	5	3	4	5	7	7	4	4	4	5
Onderzoeksprojecten										2
Andere activiteiten	28	25	27	34	32	32	36	36	38	35

^a Generalisatie inclusief respondenten met een migratieachtergrond

Tabel 6.4: Aandeel vrijwilligers dat in de afgelopen twaalf maanden bepaalde activiteiten heeft verricht, 2002-2019 (in procenten)

6.3 Wie doet vrijwilligerswerk?

Het profiel van de vrijwilliger

Tabel 6.5 laat zien hoe prevalent vrijwilligerswerk is in verschillende sociale groepen. 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. Maar liefst een kwart van de respondenten zonder betaalde baan doet wekelijks vrijwilligerswerk.

Religieuze participatie (het bezoeken van kerk, moskee of tempel) hangt sterk samen met het doen van vrijwilligerswerk. Uit eerder onderzoek weten we dat gelovigen over het algemeen meer vrijwilligerswerk doen dan niet-gelovigen, en dat er aanzienlijke verschillen zijn tussen verschillende geloofsgroepen als het gaat om vrijwillige betrokkenheid (Bekkers & Schuyt, 2008; Schmeets, 2019). Deze verschillen vinden we ook hier terug. Zowel protestanten als rooms-katholieken doen vaker vrijwilligerswerk dan moslims en niet-gelovigen.

Van de Nederlanders zonder migratieachtergrond is 22% wekelijks of vaker actief. Voor Nederlanders met een migratieachtergrond is dit percentage lager. Uit eerder onderzoek is bekend dat Nederlanders met een migratieachtergrond in vergelijking met Nederlanders zonder migratieachtergrond minder vaak vrijwilligerswerk doen voor niet-religieuze organisaties, maar vaker voor religieuze organisaties (Carabain & Bekkers, 2011).

	Nooit	Vrijwilligerswerk ^a		
		Enkele keren per jaar	Eens per maand	Eens per week of vaker
Man	64	9	7	19
Vrouw	61	9	9	21
Leeftijd: 35 jaar of jonger	69	10	7	15
Leeftijd: 35-55 jaar	57	11	10	22
Leeftijd: 55 jaar of ouder	63	6	7	24
Niet getrouwd	66	9	7	18
Getrouwd	59	9	9	23
Geen kinderen in huishouden	64	8	7	20
Kinderen in huishouden	60	12	8	20
Opleiding: mavo of lager	66	9	6	20
Opleiding: mbo/havo/vwo	64	8	9	19
Opleiding: hbo/wo	57	12	9	24
Betaald werk	63	11	8	17
Geen betaald werk	63	6	6	24
Gepensioneerd	61	6	8	25
Huishoudinkomen: 1e kwintiel ^b	63	5	4	28
Huishoudinkomen: 2e kwintiel ^b	64	8	6	22
Huishoudinkomen: 3e kwintiel ^b	54	9	10	27
Huishoudinkomen: 4e kwintiel ^b	60	12	12	16
Huishoudinkomen: 5e kwintiel ^b	59	11	8	21
Geen eigen huis	67	6	7	20
Eigen huis	59	11	9	21
Bezoek kerk/moskee/tempel: nooit of zelden	66	9	7	18
Bezoek kerk/moskee/tempel: een of enkele malen per maand	31	11	4	53
Bezoek kerk/moskee/tempel: vaker	33	10	15	42
Niet gelovig	66	9	6	19
Rooms-katholiek	60	11	9	21
Protestant	43	14	14	30
Islam	65	12	7	16
Andere religie	63	10	6	21
Geen migratieachtergrond	61	9	9	22
Achtergrond: Turks	70	10	3	17
Achtergrond: Marokkaans	62	11	10	18
Achtergrond: Surinaams	68	12	6	13
Achtergrond: Antilliaans	74	8	3	15

^a Generalisatie inclusief respondenten met een migratieachtergrond

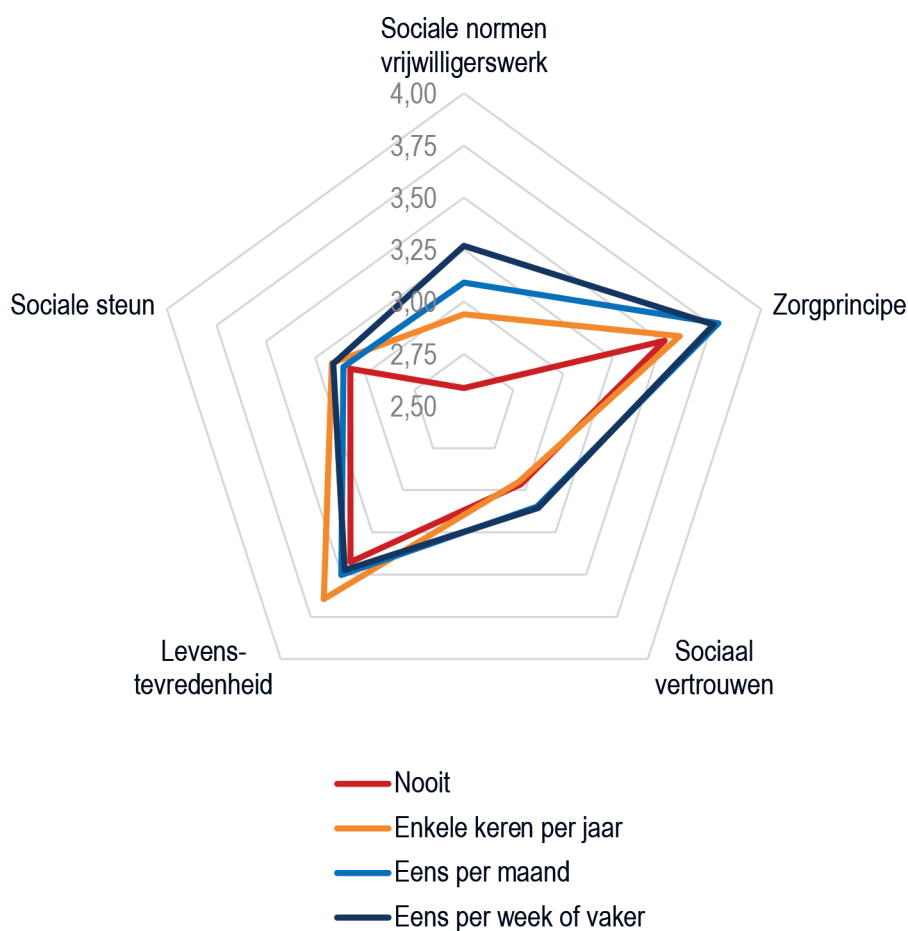
^b Onder respondenten met een positief huishoudinkomen

Tabel 6.5: Achtergrondkenmerken, naar frequentie van vrijwilligerswerk (in %)

Actieve vrijwilligers hebben sterkere normen

Figuur 6.4 toont de gemiddelde score van vrijwilligers en niet-vrijwilligers op sociale normen over vrijwilligerswerk ('In hoeverre vindt u het vanzelfsprekend om vrijwilligerswerk te doen?'), het zorgprincipe ('In hoeverre vindt u het belangrijk om voor anderen te zorgen?'), sociaal vertrouwen ('In hoeverre heeft u vertrouwen in de medemens?'), levensstevredenheid ('In hoeverre bent u tevreden met uw leven?') en sociale steun ('In hoeverre heeft u voldoende mensen om u heen?').

Actieve vrijwilligers, die minstens elke maand vrijwilligerswerk doen, scoren hoger op sociale normen over vrijwilligerswerk, het zorgprincipe en sociaal vertrouwen. Met name voor sociale normen, die meten of vrijwilligerswerk normaal is om te doen en goed is om te doen, zijn de verschillen groot. De sporadische vrijwilligers (enkele keren per jaar vrijwilligerswerk) zijn het meest tevreden met hun leven.



Exclusief respondenten met een migratieachtergrond

Figuur 6.4: Attitudes, naar frequentie van vrijwilligerswerk

6.4 Online vrijwilligerswerk

Online vrijwilligerswerk

Bij vrijwilligerswerk zou je kunnen denken aan koffie schenken in het verpleeghuis of helpen in het buurtcafé: hulp die ter plekke wordt gegeven. Een steeds groter deel van ons leven speelt zich echter digitaal af. Dit heeft tot gevolg dat er vormen van vrijwilligerswerk zijn ontstaan die online plaatsvinden. Voor deze editie van Geven in Nederland hebben we hier voor het eerst onderzoek naar gedaan.

Er bestaan verschillende vormen van online vrijwilligerswerk. Allereerst is er vrijwilligerswerk waarbij er een (vrijwilligers)organisatie betrokken is, maar waar het werk online wordt uitgevoerd. Bijvoorbeeld het onderhouden van een website, het werken aan online onderzoeksprojecten of online advies geven aan een 'buddy'.

Het online vrijwilligersprogramma van de Verenigde Naties (www.unv.org) is wereldwijd bekend. Hierbij worden vrij-

willigers aan organisaties gekoppeld om bijvoorbeeld te helpen met fondsenwerving via sociale media of bij het vertalen van teksten.

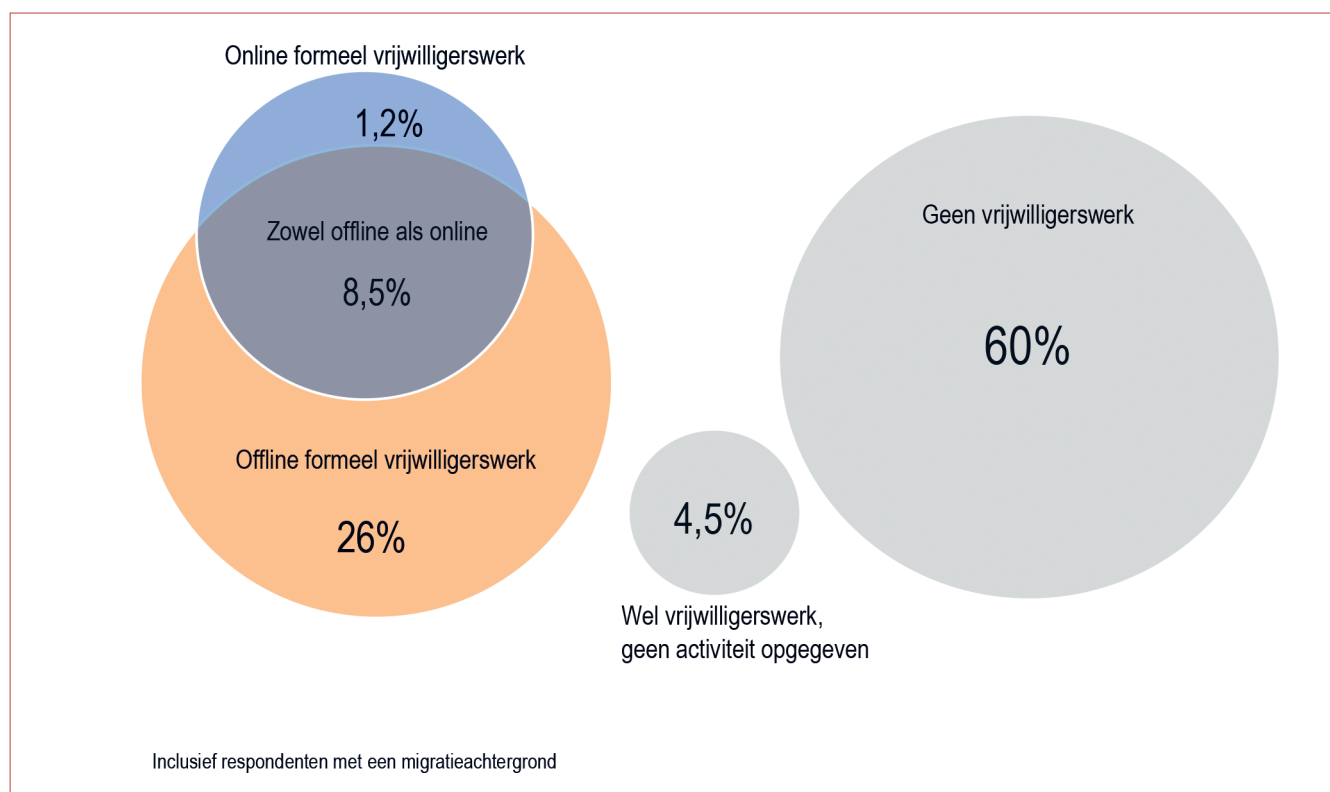
Naast dit 'formele' vrijwilligerswerk onderscheiden we ook informeel vrijwilligerswerk, waarbij de activiteiten niet voor een organisatie worden gedaan. Bestaat er ook online informeel vrijwilligerswerk?

Er zijn twee belangrijke criteria voor vrijwilligerswerk: de hulp komt ten goede aan het publieke goed en de hulpgever ontvangt geen substantiële tegenprestatie. Er zijn veel activiteiten die online plaatsvinden die voldoen aan deze twee criteria. Denk bijvoorbeeld aan het bijdragen aan een routeapp, het geven van advies op fora, het schrijven van open source software of initiatieven als 'Be My Eyes' waarbij blinden of slechtzienden via een app worden gekoppeld aan ziende vrijwilligers.

Online formeel vrijwilligerswerk in Nederland

Om formeel (met betrokkenheid van een organisatie) online vrijwilligerswerk te meten is er voor elke taak (zie tabel 6.4 eerder in dit hoofdstuk) gevraagd of deze voornamelijk ter plekke plaatsvindt, voornamelijk online plaatsvindt of beide¹. In figuur 6.5 is te zien dat het percentage online formele vrijwilligers klein is. 1,2% van de Nederlanders (3% van de vrijwilligers) doet alleen online formeel vrijwilligerswerk en 8,5% van de Nederlanders (21% van de vrijwilligers) combineert online en offline vrijwilligerswerk. De grootste groep is nog steeds de vrijwilliger die ter plekke hulp biedt.

¹ Om te bepalen of iemand een vrijwilliger is, is er voor een kwart van de respondenten in deze editie de vraagstelling die het CBS hanteert gebruikt (zie het kader 'Hoe meet je vrijwilligerswerk?' eerder in dit hoofdstuk). De respondenten die de vraagstelling van het CBS hebben gekregen zijn ook meegenomen in de analyses over online vrijwilligerswerk.



Figuur 6.5: Venn diagram van Nederlanders die offline vrijwilligerswerk doen, online vrijwilligerswerk doen, zowel offline als online vrijwilligerswerk doen, of geen vrijwilligerswerk doen

	Totaal	Vrouwen	18-35	36-55	55 >	mavo of lager	mbo, havo, vwo	hbo, wo
Doet geen online informeel vrijwilligerswerk	80	50	30	37	33	39	41	19
Doet online informeel vrijwilligerswerk	20	54	42	42	16	21	41	37
Inclusief respondenten met een migratieachtergrond								

Tabel 6.6: Kenmerken online informele vrijwilligers (in %)

Online informeel vrijwilligerswerk

Ook informeel online vrijwilligerswerk lijkt nog een klein fenomeen te zijn. Het meest voorkomend is het schrijven van een recensie of beoordeling (13%). 5% van de respondenten draagt bij aan een kennisdelingswebsite of een online kaart en 5% van de respondenten schrijft wel eens iets op een forum, een blog of online nieuwsbrief (zie bijlage 6.1 voor een tabel met de informele online vrijwilligersactiviteiten die in het onderzoek aan respondenten is voorgelegd).

Wie doen online informeel vrijwilligerswerk?

Wie zijn de online vrijwilligers en verschillen zij van traditionele vrijwilligers? Biedt online vrijwilligerswerk aan andere groepen in de samenleving de mogelijkheid om maatschappelijk te participeren?

We bekijken hier de groep respondenten die actief is in één of meer van de informele online vrijwilligersactiviteiten: dit is het soort activiteiten dat het meest verschilt van wat traditioneel gezien wordt als vrijwilligerswerk. In tabel 6.6 wordt deze groep vergeleken met de groep die geen online informeel vrijwilligerswerk doet. 20% van de respondenten is online informeel vrijwilliger. Van degenen die online vrijwilligerswerk doen is 54% vrouw. Het aandeel jongeren en mensen van middelbare leeftijd is groter onder de online 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.

Verder zien we dat net als bij traditioneel vrijwilligerswerk hoger opgeleiden vaker online informeel vrijwilligerswerk doen. 37% van de online vrijwilligers heeft een hbo- of wo-opleiding, tegenover 19% onder de niet-vrijwilligers. De participatieongelijkheid tussen opleidingsgroepen, die bestaat voor veel vormen van maatschappelijke participatie, lijkt dus ook te bestaan voor online informeel vrijwilligerswerk. Als we kijken naar hoe belangrijk respondenten het vinden om voor anderen te zorgen (het zorgprincipe) zien we geen verschil tussen de online informele vrijwilliger en de niet-vrijwilliger. Zij scoren gemiddeld even hoog (3,7 op een schaal van 1 tot 5) op de zorgprincipe-schaal. Hiermee onderscheidt deze vorm van vrijwilligerswerk zich van andere vormen van maatschappelijke participatie, waarin mensen met sterkere prosociale attitudes over het algemeen vaker participeren.

6.5 Informele hulp en actief burgerschap

Burgerschap op verschillende terreinen

In deze paragraaf kijken we naar actief burgerschap: bewonersinitiatieven op lokaal niveau, zonder (of met minieme) bemoeienis van een stichting, vereniging of overheidsinstelling. Uit de tabel hieronder blijkt dat 15% van de Nederlanders weleens een in-

spraakavond van de gemeente of andere organisatie bezoekt. 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%).

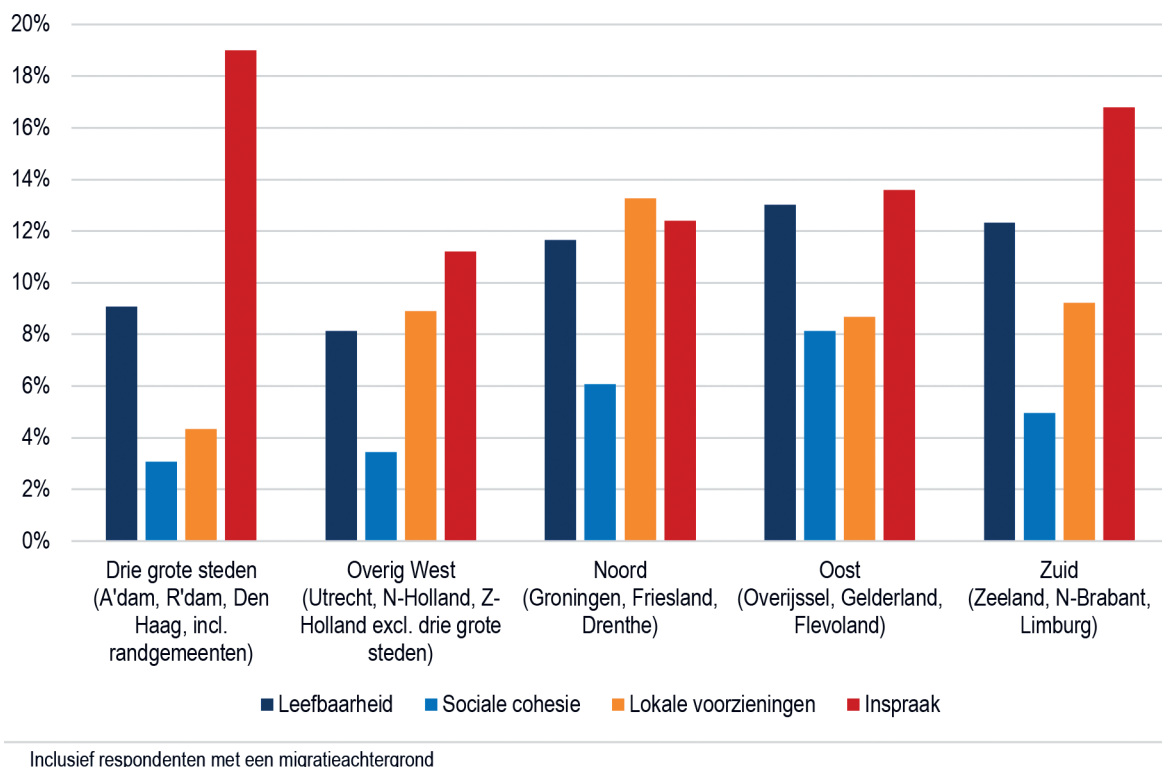
	2014	2016	2019
<i>Leefbaarheid en openbare ruimte</i>			
Onderhoud verrichten aan de openbare ruimte, zoals een park of gemeenschappelijke tuin	6	5	5
Samen met burens toezicht houden in de buurt	6	6	7
<i>Sociale cohesie</i>			
Een sociale activiteit in de buurt organiseren, zoals een barbecue of een spelletjesmiddag	6	4	5
Deelnemen aan een actie om aandacht te vragen voor maatschappelijke problemen in uw buurt zoals discriminatie, rommel op straat of een ongezonde leefstijl	2	3	1
<i>Lokale voorzieningen</i>			
Helpen bij het beheren en uitbaten van een buurtrestaurant, buurthuis of andere (sociale) voorziening	1	1	2
Losse klussen voor een buurtbewoner doen, zoals een ritje naar het ziekenhuis, onderhoud in huis of boodschappen doen	8	7	6
Samen zorg inkopen of elkaar helpen bij gezondheidsproblemen	1	0	0
<i>Inspraak</i>			
Aanwezig geweest bij een vergadering of inspraakavond van de gemeente(raad), wijk- of dorpsraad, woningbouwvereniging of andere organisatie	15	13	15
Inclusief respondenten met een migratieachtergrond			

Tabel 6.7: Percentage respondenten dat de afgelopen 12 maanden informele hulp en activiteiten in de buurt verrichtte

Verder lezen?

De cijfers over actief burgerschap sluiten aan bij een publieke discussie over de omvang en impact van burgerinitiatieven. Volgens sommigen (waaronder hoogleraar Jan Rotmans) markeren burgerinitiatieven een transitie naar een nieuwe maatschappelijke ordening, anderen (zoals Evelien Tonkens en Jan Willem Duyvendak) relativeren het belang van deze ontwikkeling. Met de cijfers in dit hoofdstuk proberen we een empirische basis te geven voor het duiden van verschillende vormen van actief burgerschap.

- Rotmans, J. (2014). [Nederland kantelt ondanks of dankzij de scep sis](#). Socialevraagstukken.nl, 16 december.
- Tonkens, E. & Duyvendak, J.W. (2015). [Graag meer empirische en minder eufore kijk op burgerinitiatieven](#). Socialevraagstukken.nl, 17 januari.
- Rotmans, J. (2015). [Kom uit de ivoren toren, welkom in de nieuwe wereld](#). Socialevraagstukken.nl, 20 januari.
- De Wit, A., & Hoolwerf, L.K. (2015). [Maak lokaal actief burgerschap niet groter dan het is](#). Socialevraagstukken.nl, 20 april.
- Ham, M., & Van der Meer, J. (2015). [De ondernemende burger: De woelige wereld van lokale initiatieven](#). Utrecht: Movisie.



Figuur 6.6: Deelname aan verschillende vormen van actief burgerschap, naar regio

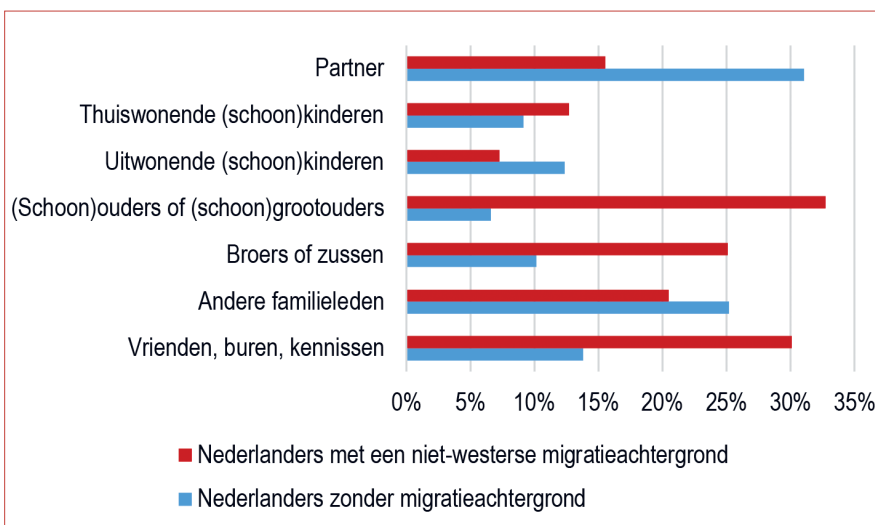
Regionale verschillen

Actief burgerschap verschilt behoorlijk tussen regio's (zie figuur 6.6). Zo helpt in de noordelijke provincies 13% wel eens aan lokale voorzieningen, zoals werken in een buurtthuis of een klusje doen voor een buurtbewoner, terwijl dat in de grote

steden 4% is. Ook samen helpen aan leefbaarheid van de buurt komt minder voor in de Randstad. In de grote steden gaan juist wel meer mensen naar een politieke vergadering of inspraakavond dan in andere delen van het land.

Twée op de drie Nederlanders verleent informele hulp

Twée op de drie Nederlanders verleent wel eens informele hulp aan anderen, beter bekend als het verlenen van mantelzorg¹. Denk bijvoorbeeld aan persoonlijke verzorging, emotionele ondersteuning, huishoudelijke taken of iemand helpen met de administratie. Nederlanders met een niet-westerse migratieachtergrond helpen relatief vaak hun (groot)ouders of andere familieleden (zie figuur 6.7). In vergelijking met migrantengroepen helpen Nederlanders zonder migratieachtergrond vaker hun partner. Deze uitkomsten lijken te duiden op verschillen in huishoudenssamenstelling en familiebanden, waarbij Nederlanders met een niet-westerse migratieachtergrond vaak een nauwere band met hun (groot)ouders hebben.



Figuur 6.7: Aandeel Nederlanders dat onbetaalde hulp geeft aan verschillende ontvangers, naar herkomstgroep

¹ Hoeveel respondenten aangeven informele hulp te verlenen hangt sterk af van het meetinstrument. Zie De Boer et al. (2016) voor een methodologische discussie over het meten van mantelzorg in vragenlijsten.

Literatuur

- Arends, J. (2015). Vrijwilligerswerk. In: CBS, *Sociale samenhang 2015: Wat ons bindt en verdeelt*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek, pp. 64-74
- Bekkers, R., & Schuyt, T. (2008). And who is your neighbor? Explaining denominational differences in charitable giving and volunteering in the Netherlands. *Review of Religious Research*, 74-96.
- Boer, A. de, De Klerk, M., De Wit, A., & Bekkers, R. (2016). Twee manieren om te vragen of iemand mantelzorg geeft. *Tijdschrift voor gezondheidswetenschappen*, 94(7), 256-258.
- Carabain, C. L., & Bekkers, R. (2011). Religious and secular volunteering: A comparison between immigrants and non-immigrants in the Netherlands. *Voluntary Sector Review*, 2(1), 23-41.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2020). *Sociale contacten en maatschappelijke participatie*. Geraadpleegd via <http://statline.cbs.nl> op 20 januari 2020.
- Cnaan, R. A., & Handy, F. (2005). Towards understanding episodic volunteering. *Vrijwillige Inzet Onderzocht*, 2(1), 29-35.
- Hyde, M. K., Dunn, J., Bax, C., & Chambers, S. K. (2016). Episodic volunteering and retention: An integrated theoretical approach. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 45(1), 45-63.
- Kuyper, L., Van Houwelingen, P., Dekker, P., & Steenbekkers, A. (2019). Maatschappelijke en politieke participatie en betrokkenheid. In: A. Wennekers, J. Boelhouwer, C. van Campen, & J. Kullberg (Red.) *De sociale staat van Nederland 2019*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 223-247.
- Rooney, P., Steinberg, K., & Schervish, P. G. (2004). Methodology is destiny: The effect of survey prompts on reported levels of giving and volunteering. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 33(4), 628-654.
- Schmeets, H. (2019). *Religie en sociale cohesie*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.

Bijlage 6.1

Online informele vrijwilligersactiviteiten

In de vragenlijst van Geven in Nederland wordt altijd gevraagd naar vrijwilligersactiviteiten die respondenten voor een organisatie verrichten. In deze editie hebben we de volgende vraag toegevoegd: “Naast onbetaalde werkzaamheden die ter plekke worden verricht kunt u ook op het internet iets voor anderen doen. Het gaat hier om activiteiten die gedeeld worden op een online platform, zonder inhoudelijke bemoeienis van een stichting, vereniging of overheidsinstelling. Welke van de volgende online activiteiten heeft u de afgelopen 12 maanden verricht, zonder er geld voor te ontvangen?”

- Iets bijdragen aan een kennisdelingswebsite (bv. wiki's) of een online kaart (bv. OpenStreetMap, Google Maps of online kaarten met hardloop- of fietsroutes)
- Een recensie schrijven of een beoordeling geven over films, tv-series, boeken, restaurants, toeristische activiteiten etc.
- Een bijdrage schrijven op een forum, een blog of een online nieuwsbrief
- Informatieve voorbeeldvideo's of -foto's maken en delen op YouTube of soortgelijke platforms
- Informatieve podcasts maken en delen
- Meedoen aan open source projecten (bv. Linux, open office, R, GitHub)
- Online hulp, advies of expertise bieden (bv. via een online forum of vraagapp.nl)
- Diensten of goederen gratis aanbieden via deelplatforms (bv. Peerby, Couchsurfing)
- Anders, namelijk...

Doelen waaraan gegeven wordt

Theo Schuyt

Rosan van Niekerk

Barbara Gouwenberg

René Bekkers

Dick de Gilder

Claire van Teunenbroek

Florian van Heijningen

Inleiding

In het eerste deel van dit boek zijn de bronnen van filantropische bijdragen (geld, goederen, en vrijwilligerswerk) in kaart gebracht; in dit tweede deel wordt weergegeven wat maatschappelijke doelen ontvangen van huishoudens, uit nalatenschappen, van fondsen, van bedrijven en van goededoelenloterijen. Aan elk van deze maatschappelijke doelen is een hoofdstuk gewijd. Het betreft de doelen:

- Kerk en levensbeschouwing
- Gezondheid
- Internationale hulp
- Milieu, natuur en dieren
- Onderwijs en onderzoek
- Cultuur
- Sport en recreatie
- Maatschappelijke en sociale doelen (nationaal)

Omdat cijfers van Geven in Nederland sinds 1997 beschikbaar zijn, is te zien welke maatschappelijke doelen het meest ontvangen, welke het minst en of er veranderingen in de rangorde van doelen is opgetreden. Voor elk maatschappelijk doel beschrijven we hoeveel het doel van welke bron ontvangt. Aan welk doel geven huishoudens het meest; welk doel is voor bedrijven in 2018 favoriet? Bij alle cijfers worden ook trends weergegeven: welke doelen zitten in de lift; bij welke bronnen tekent zich een neerwaartse trend af?

Maatschappelijke trends

Welke nieuwe trends zijn te verwachten? Wij leven in de tijd van “Do it yourself”, waar het bestaan en het functioneren van bepaalde instituties en organisaties niet langer als vanzelfsprekend wordt ervaren en burgers andere, directere wegen uitvinden, zoals in het geval van AirBnB, van Uber of Bitcoins.¹ Laat deze ontwikkeling zich ook zien in de wijze waarop burgers zich voor bepaalde maatschappelijke doelen inzetten? Creëren zij eigen platforms zoals bij crowdfunding? Zijn belangrijke verschuivingen waarneembaar? Groeit bijvoorbeeld het aantal filantropische initiatieven nu armoede, schuldhulpverlening en

armoedebestrijding aandacht krijgen? Nemen ook bijdragen aan milieu toe vanwege het vraagstuk van klimaatverandering?

In sommige gevallen heeft de overheid zelf initiatieven genomen om burgers en filantropische organisaties bij maatschappelijke vraagstukken te betrekken. Zo heeft onder andere het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport de actie “Eén tegen Eenzaamheid” gelanceerd waarvoor een “Nationale coalitie” met maatschappelijke organisaties is gevormd. Op zijn beurt heeft het Ministerie van Economische Zaken in het kader van het Topsectoren-beleid contact gelegd met de Samenwerkende Gezondheidsfondsen (SGF).

Ook kan het overheidsbeleid jegens culturele instellingen – hoewel van eerdere datum – worden vermeld. Met de grote bezuinigingen op cultuur in 2011 stelde de overheid als tegemoetkoming aan de culturele sector leertrajecten ter beschikking om inkomsten uit de markt en inkomsten uit het ‘maatschappelijk draagvlak’ te vergroten. Dit waren respectievelijk het project “Cultureel ondernemerschap” en het project “Wijzer werven” ter stimulering van het oprichten van steunfondsen en vriendenstichtingen. Daarvoor werden tevens vanuit de Ministeries van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en Financiën fiscale faciliteiten (de multiplier-regeling in de Geefwet) ingezet. Zullen de effecten van dit beleid terug te vinden zijn in de toename van filantropische bijdragen aan cultuur?

Overheid en filantropie

Voor alle maatschappelijke doelen geldt dat ze in Nederland grotendeels samen vallen met beleidsterreinen van ministeries, waar de overheid beleidsmatig en financieel de belangrijkste rol speelt. Op een enkele uitzondering na. Bij het doel kerk en levensbeschouwing is vanwege de scheiding van kerk en staat de overheidsrol bescheiden, hoewel daarentegen het behoud van historische

kerkgebouwen onder Monumentenzorg valt.

Filantropie – vrijwillige bijdragen van geld en tijd aan maatschappelijke doelen – kent in Nederland een eeuwenoude traditie. Bij de uitbouw van de verzorgingsstaat in de jaren zestig en zeventig van de vorige eeuw zijn deze vrijwillige bijdragen grotendeels door volledige overheidsfinanciering vervangen. De overheid nam toen tevens de beleidsverantwoordelijkheid over: “wie betaalt, bepaalt”. Daarmee verdween niet alleen de financiële, maar ook en vooral de filantropische betrokkenheid bij de doelen.

Begin jaren negentig echter herleefde filantropie door een sterke groei van het aantal geldwervende fondsen en vermogensfondsen. Goede doelen raakten weer ‘in’. Filantropische organisaties verenigden zich landelijk; fondsenwerkers stichtten een eigen beroepsgroep en een sector, de sector filantropie begon zich af te tekenen.² In 2010 vond dit proces zijn voorlopig eindpunt in de oprichting van de Samenwerkende Brancheorganisaties Filantropie, de SBF, dat de brancheorganisaties van geldwervende fondsen, vermogensfondsen en kerken vertegenwoordigt als gesprekspartner voor de overheid op het punt van wettelijke en financiële condities en voorwaarden.

¹ Waal, S. de. (2018). *Civil Leadership as the Future of Leadership. Harnessing the disruptive power of citizens*. Amsterdam: Warden Press.

² Schuyt, Th. (2001). *De Filantropische Sector en “Philanthropic Studies” in Nederland. Wetenschappelijke belangstelling voor een maatschappelijke sector in wording*. Houten/Diegem: Bohn Stafleu Van Loghum (Oratie); Bekkers, R. (2013) *De maatschappelijke betekenis van filantropie*. Amsterdam: Vrije Universiteit (Oratie).

Ook van overheidszijde was een kentering waarneembaar. Werd in de jaren tachtig van de vorige eeuw, toen de grenzen van de verzorgingsstaat waren bereikt en de bomen niet meer tot in de hemel groeiden, alle hoop op ‘marktwerking’ gevestigd, in het eerste decennium van de nieuwe 21e eeuw kreeg de overheid oog voor maatschappelijk draagvlak en filantropische betrokkenheid. Overheid en filantropie kwamen elkaar weer vaker tegen.

Dit leidde ertoe dat er in 2011 tussen het kabinet en de sector filantropie een convenant werd gesloten³. Met de volgende intentieverklaring:⁴

“De (Rijks)overheid en de sector filantropie richten zich beide op het publieke belang. De sector filantropie doet dit vanuit haar maatschappelijke betrokkenheid. Op een aantal deelterreinen, zoals gezondheidszorg en ontwikkelingssamenwerking, is sprake van een hechte samenwerking tussen de overheid en de sector.

Met de toename van de professionalisering van de filantropische sector zijn nu meer dan ooit de noodzaak en kansen toegenomen om als partners inzake het publieke belang op te trekken. Partners die met behulp van vaste structuren en mechanismen kennis delen en waar mogelijk hun beleid en investeringen op elkaar afstemmen. Zo kan op een slimme wijze versterking plaatsvinden van de kwaliteit van de samenleving en kan meer ruimte worden geboden aan actieve bijdragen van burgers, in de vorm van geven van geld maar bijvoorbeeld ook in de vorm van vrijwilligerswerk. Met het sluiten van dit convenant erkent het Kabinet het maatschappelijke belang van de filantropische instellingen en verklaart het Kabinet zich bereid een gezamenlijke inzet ten behoeve van een betere samenleving te bevorderen.”

De volgende ontwikkelingen vonden plaats:

Uit het zogenoemd ‘Catshuis overleg’, waar een aantal grote Nederlandse filantropen/ondernemers een gesprek voerden met de premier en leden van het kabinet ontstond in 2015 de Maatschappelijke Alliantie om samenwerking en verbinding tussen fondsen, bedrijven en overheid te faciliteren.

De koepel SBF en de aangesloten

brancheorganisaties werkten aan transparantie en toezicht’ in de sector als uitvloeisel van één van acht afspraken die in het Convenant waren gemaakt.⁵ De FIN ontwikkelde de “Code Goed Bestuur”. Deze code bevat de door de leden opgestelde normen over effectief en verantwoord bestuur. FIN-leden die verklaren dat zij aan deze normen voldoen en zich vrijwillig laten toetsen onderschrijven daarmee het belang van goed en professioneel bestuur.⁶ Wat betreft het toezicht op de fondsenwerving/goede doelen bleef de ANBI-regeling van kracht. Goede Doelen Nederland en het Centraal Bureau Fondsenwerving werkten samen een erkenningsregeling uit, als opvolger van het CBF-keurmerk. De andere afspraken uit het Convenant omtrent afstemming en consultatie (Afspraken 1 en 2) zijn niet uitgewerkt.

De Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) zet in 2017 filantropie op haar beleidsagenda en brengt in 2018 de WRR-verkenning “Filantropie op de grens van overheid en markt” uit.⁷ Daarin wordt filantropie kortweg gedefinieerd als “vrijwillig particulier initiatief dat primair gericht is op het algemeen maatschappelijk belang”.⁸ Ten aanzien van de relatie overheid – sector filantropie formuleert de WRR “bouwstenen van een beleidsvisie op filantropie” met één algemene hoofdconclusie: “erken en respecteer de eigen aard van filantropie. De voornaamste opdracht aan de overheid, maar ook aan de filantropische sector zelf, is om haar grenzen met overheid en markt te bewaken”.⁹ De verkenning formuleert vervolgens “funderende uitgangspunten” die een kader bieden voor de relatie overheid – filantropie:

- “Erken vrije keuze als wezenskenmerk van filantropie
- Heb oog voor de complementaire functies van filantropie bij publieke belangen
- Beschouw filantropie niet als substituuat voor overheidsvoorzieningen
- Onderken de toegevoegde waarde voor sociale cohesie en een pluriforme democratie
- Wees alert op ontwikkelingen die afbreuk doen aan de functies van filantropie”¹⁰

Als vervolg op – en in lijn met deze WRR verkenning, heeft de Minister van Justitie en Veiligheid op 18 oktober 2019 de “Beleidsvisie inzake filantropie” naar de Tweede Kamer gestuurd.¹¹

Daarin wordt het filantropiebeleid geschetst dat uit drie punten bestaat:

- “Stimuleren van geefgedrag
- Vergroten van de transparantie en betrouwbaarheid van de sector
- Samenwerking tussen overheid en filantropie in de aanpak van maatschappelijke opgaven”¹²

De Interdepartementale Werkgroep Filantropie

Het coördinerende Ministerie van Justitie en Veiligheid heeft ook de ‘Interdepartementale Werkgroep Filantropie’ in het leven geroepen, waaraan de Ministeries deelnemen waarvan de beleidsterreinen raakvlakken hebben met filantropie.

³ Ruimte voor geven. Convenant tussen het kabinet en de sector filantropie (2011). www.rijksoverheid.nl

⁴ o.c. p. 3.

⁵ De afspraken betroffen: 1. Afstemming, 2. Consultatie, 3. Onderzoek, 4. Innovatieve financieringswijzen, 5. Verduurzamen projecten, 6. Lokale gemeenschapsfondsen, 7. Vergroten representativiteit SBF, 8. Toezicht/ verantwoording

⁶ <https://fondseninnederland.nl/fin-code-goed-bestuur>

⁷ Goede, P. de., E. Schrijvers en M. de Visser. (Red.). (2018). Filantropie op de grens van overheid en markt. Den Haag: WRR, Verkenning 40

⁸ O.c. p. 14

⁹ O.c. p. 43

¹⁰ O.c. pp. 43-47

¹¹ Min. J&V, DG Straffen en Beschermen, kenmerk 2726601

¹² O.c. pp. 4-7

Verkennd onderzoek Rijksoverheid en Filantropie

Bij de voorbereiding van het onderhavige onderzoek is aan de leden van de Interdepartementale Werkgroep Filantropie en aan collega-ambtenaren uit verschillende ministeries die thematische betrokkenheid op hun beleidsterrein met filantropie hebben een korte vragenlijst toegezonden.

Gevraagd werd naar:

- *Bekendheid met/ filantropie in beleid:* “komt het onderwerp filantropie/charitatieve geldstromen/particulier initiatief/vrijwilligerswerk voor in beleidsstukken van uw directie/afdeling? Zo ja, op welke wijze en op welke beleidsterreinen?”;
- *Actuele contacten en samenwerking:* “Is er op uw beleidsterrein contact met filantropische organisaties? Zo ja, met welke organisaties? Wordt er ook samengewerkt? Zo ja, met welke organisaties?”;
- *Toekomstverwachtingen:* “Op welke wijze kunnen uw directie/ministerie en filantropische organisaties elkaar in de toekomst versterken?”

Tot slot werd gevraagd naar collega's van andere afdelingen/directies binnen het betreffende ministerie die zich met aan filantropie gerelateerde onderwerpen bezig houden, met het verzoek de vragenlijst door te sturen.

Alle benaderde leden van de Interdepartementale Werkgroep Filantropie hebben gerespondeerd. Daarbij moet worden opgemerkt dat deze respons niet representatief kan worden geacht voor het beleid van het betreffende ministerie. De respondenten hebben zo goed mogelijk verslag gedaan van de hen bekende informatie.

Uit de respons valt op dat filantropie veel beleidsterreinen zijdelings raakt; niet beleidsmatig is ingebed bij de Rijksoverheid / ministeries; dat contacten zeer divers zijn en meestal – op enkele uitzonderingen na – niet structureel van aard zijn.

In dit Deel B sluiten we elk hoofdstuk af met een paragraaf ‘Rijksoverheid en

filantropie’ waarin we de informatie uit dit onderzoek, naast informatie uit andere bronnen (o.a. analyses van websites) opnemen. Deze paragrafen zijn een verkenning van de stand van zaken vanuit overheidsgezichtspunt ten aanzien van de relaties met de sector filantropie. Ook als een eerste stap die – hopelijk – uitnodigt tot meer beleidsmatige aandacht voor de samenwerking overheid – filantropie zoals in het WRR-rapport en de Beleidsvisie van het Ministerie van Justitie en Veiligheid wordt aanbevolen.

Omdat het Ministerie van Financiën, net als het coördinerende Ministerie van Justitie en Veiligheid een algemene betrokkenheid bij filantropie heeft, wordt hiervan nu gerapporteerd, vooruitlopend op de afzonderlijke beleidsterreinen die in volgende hoofdstukken aan de orde komen.

Bekendheid/ filantropie in beleid bij het Ministerie van Financiën

Bij het Ministerie van Financiën, de DG Fiscale Zaken, directie Directe Belastingen is er beleidsmatige aandacht voor de filantropie zoals af te lezen valt van de kabinetsreactie op de evaluaties van de giftenaftrek en van de praktijk rond ANBI's en sociaal belang behartigende instellingen (SBBI's).¹³ Hetzelfde is te zien in de kabinetsvoorstellen tot verbetering van de uitvoering van de giftenaftrek en ANBI-regeling zoals de brief van 28 maart 2019 aan de Tweede Kamer vermeldt.¹⁴

Contact en samenwerking

In de tweede helft van 2018 heeft een werkgroep van ambtenaren van het Ministerie van Financiën en vertegenwoordigers van de Samenwerkende Branche-organisaties Filantropie (SBF) in totaal 16 verbeteropties voor de giftenaftrek en ANBI-regeling onderzocht. Het rapport van deze werkgroep vormde de basis voor de kabinetsvoorstellen inzake deze onderwerpen in de brief van 28 maart 2019 aan de Tweede Kamer.¹⁵

Toekomstverwachtingen

Er is regulier overleg van de Belastingdienst met de SBF (twee à drie keer per

jaar) waarbij ook de directie Directe Belastingen vertegenwoordigd is; men weet elkaar te vinden.

Andere afdelingen/ collega's

Collega's van de directie Algemene Fiscale Politiek en van de Belastingdienst (directie Uitvoerings- en Handhavingsbeleid, directie Fiscaal-juridische Zaken) houden zich eveneens met filantropie bezig, evenals het ANBI-team in Eindhoven.

¹³ Kamerstukken II 2017/18, 34785, nr. 84.

¹⁴ Kamerstukken II 2018/19, 35026, nr. 63.

¹⁵ Kamerstukken II 2018/19, 35026, nr. 63.

Rangorde van begunstigde doelen

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*
Kerk en levensbeschouwing	685 (1)	650 (3)	885 (1)	1.099 (1)	903 (1)	1.001 (1)	892 (1)	811 (1)	977 (1)	1.088 (1)	997 (1)	841 (3)
Gezondheid	339 (4)	732 (1)	444 (4)	633 (3)	505 (5)	461 (5)	621 (3)	469 (5)	531 (5)	678 (3)	731 (3)	1.004 (1)
Internationale hulp	382 (3)	665 (2)	613 (3)	537 (6)	853 (2)	585 (3)	591 (4)	584 (3)	598 (2)	716 (2)	759 (2)	879 (2)
Milieu, natuur en dieren	218 (6)	357 (6)	277 (7)	338 (7)	385 (6)	375 (7)	439 (7)	379 (6)	359 (6)	487 (6)	468 (7)	632 (5)
Onderwijs en onderzoek	92 (8)	240 (7)	131 (8)	309 (8)	283 (8)	295 (8)	285 (8)	150 (8)	208 (8)	190 (8)	204 (8)	283 (8)
Cultuur	95 (7)	174 (8)	340 (6)	614 (4)	332 (7)	386 (6)	453 (6)	293 (7)	284 (7)	385 (7)	539 (5)	439 (7)
Sport en recreatie	418 (2)	605 (4)	696 (2)	937 (2)	691 (3)	687 (2)	715 (2)	702 (2)	555 (3)	506 (5)	511 (6)	604 (6)
Maatschappelijke en sociale doelen	287 (5)	470 (5)	403 (5)	580 (5)	538 (4)	554 (4)	460 (5)	525 (4)	542 (4)	584 (4)	563 (4)	669 (4)
Overig (niet gespecificeerd)	53 (-)	62 (-)	171 (-)	232 (-)	231 (-)	216 (-) (-)	251 (-)	350 (-)	321 (-)	570 (-)	541 (-)	309 (-)
Totaal	2.570	3.955	3.962	5.279	4.722	4.560	4.707	4.262	4.374	5.204	5.313	5.663

De totaalcijfers kunnen als gevolg van afrondingen iets afwijken met de totaalcijfers in andere tabellen. Vanwege toegepaste correcties verschillen deze cijfers van de cijfers in voorgaande edities van Geven in Nederland. De cijfers tussen haakjes geven de rangorde aan.

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

Tabel 1: De begunstigde doelen in tijdsperspectief, 1997-2018 (in € miljoenen)

Wat laat ons onderzoek zien over de begunstigde doelen in Nederland? Welke doelen zitten in de lift en welke doelen ontvangen juist steeds minder giften?

In tabel 1 geven we een overzicht van de bijdragen die de begunstigde doelen hebben ontvangen over de periode 1997-2018. De rangorde van de doelen in het desbetreffende jaar geven we aan tussen haakjes, waarbij 1 overeenkomt met het meest begunstigde doel.

Voor het eerst sinds 2001 is kerk en levensbeschouwing niet meer het doel waaraan het meest is gegeven. In 2018 staat kerk en levensbeschouwing op de derde plek. De daling kan worden verklaard door fluctuaties in de bijdragen van bedrijven. Het aantal bedrijven dat bijdraagt aan kerk en levensbeschouwing is klein waardoor enkele bedrijven een grote invloed hebben op de totaal-schatting. Er is dan sprake van uitschieters, zoals te zien was in de vorige twee

edities van Geven in Nederland: een aantal bedrijven die grote giften doneerde hadden veel invloed op de schatting van het totaal aan kerk en levensbeschouwing. Daarentegen is er in 2018 juist sprake van een daling in de giften van bedrijven aan kerk en levensbeschouwing. Dit jaar zien we een stijging in de giften van bedrijven aan gezondheid.

In 2018 staat gezondheid op de eerste plek en internationale hulp op de tweede (net als in 2013 en in 2015). In 2015 stond gezondheid nog op de derde plek. Kortom, de rangorde wordt beïnvloed door de fluctuaties in de giften van bedrijven, welke grotendeels verantwoordelijk zijn voor de wisselingen in de top drie ten opzichte van de voorgaande twee edities.

Rangorde over meerdere jaren

Naast de rangorde over 2018 kunnen we ook een gemiddelde rangorde bereke-

nen over de periode 1997-2018. Hiervoor berekenen we wat gemiddeld gezien over de gehele periode van 1997-2018 de volgorde is van de meestbegunstigde doelen. De rangorde van de begunstigde doelen over de gehele periode 1997-2018 ziet er als volgt uit:

1. Kerk en levensbeschouwing
2. Internationale hulp
3. Sport en recreatie
4. Gezondheid
5. Maatschappelijke en sociale doelen
- 6/7. Cultuur
- 6/7. Milieu, natuur en dieren
8. Onderwijs en onderzoek

Over de periode 1997-2018 krijgt kerk en levensbeschouwing het meest en onderwijs en onderzoek het minst. Het eerste is verklaarbaar uit de scheiding tussen kerk en staat. De verminderde steun voor onderwijs en onderzoek kan worden verklaard vanuit de veronder-

Bronnen en doelen in 2018

	Huishoudens ^a	Nalatenschappen	Fondsen ^b Uit de opbrengst van het vermogen			Bedrijven	Kansspelen	Totaal	%
	Geld en goederen		GWF	VF	Totaal	Giften en sponsoring			
Kerk en levensbeschouwing	755	6	3	4	7	73	0	841	15
Gezondheid	487	101	33	41	74	304	38	1.004	18
Internationale hulp	394	96	45	39	83	177	130	879	16
Milieu/natuur/ dieren	263	45	20	11	31	172	121	632	11
Onderwijs/ onderzoek	40	2	0	23	23	219	0	283	5
Cultuur	78	33	28	46	75	174	80	439	8
Sport/recreatie	67	0	6	3	9	456	71	604	11
Maatschappelijke/ sociale doelen	263	40	31	83	114	158	93	669	12
Overig (niet gespecificeerd)	75	0	0	16	16	160	58	309	5
Totaal	2.421	323	165	268	433	1.895	591	5.663	100

De cijfers van huishoudens en bedrijven betreffen gegeneraliseerde bedragen. Met andere woorden: er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. We benadrukken dat door het ontbreken van een volledig steekproefkader het onmogelijk is generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen en nalatenschappen.

^a Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

^b GWF = geldwervende fondsen, VF = vermogensfondsen. De bijdrage van geldwervende fondsen en vermogensfondsen (€433 miljoen) bestaat, om dubbeltellingen te voorkomen, alleen uit de 'opbrengsten van het vermogen'.

Tabel 2: Totaalbedrag goede doelen waar huishoudens, individuen (nalatenschappen), fondsen (zowel geldwervende fondsen als vermogensfondsen), bedrijven en kansspelen aan geven, 2018 (in € miljoenen)

stelling dat financiering van deze sector een taak van de overheid is. Aanvullen de middelen van particulieren, fondsen en bedrijven zijn echter zeer waardevol voor onderwijs en voor onderzoek bij de kennisinstellingen en daarmee voor het welzijn en de welvaart van de (Nederlandse) samenleving. Sport en recreatie is over de periode 1997-2018 gedaald naar de derde plek en internationale hulp heeft de tweede plek ingenomen.

Iedere bron zijn eigen favoriete doel

Wat zijn de meest begunstigde doelen van huishoudens, nalatenschappen, fondsen, bedrijven en kansspelen? Tabel 2 geeft weer hoeveel de verschillende doelen ontvangen van de verschillende bronnen.

De meest opvallende conclusies zijn de volgende:

- Huishoudens geven het meest aan kerk en levensbeschouwing.
- Nalatenschappen komen vooral ten goede aan doelen op het terrein van gezondheid, direct gevolgd door internationale hulp.
- Geldwervende fondsen geven uit de opbrengst van het vermogen het meest aan internationale hulp.
- Vermogensfondsen geven uit de opbrengst van het vermogen het meest aan maatschappelijke en sociale doelen.
- Sport en recreatie is het meest populaire doel onder bedrijven, gevolgd door gezondheid.
- Uit de kansspelen ontvangen doelen op het gebied van internationale hulp het meeste geld.

Doelen van giften van huishoudens in 2018

	Geld		Goederen ^a		Geld en goederen
	%	€ ^b	%	€ ^c	Totaalbedrag (in € miljoenen)
Kerk en levensbeschouwing	20	440	6	102	755
Gezondheid	62	96	2	67	487
Internationale hulp	36	111	9	113	394
Milieu, natuur en dieren	46	69	4	54	263
Onderwijs en onderzoek	6	73	1	43	40
Cultuur	13	72	1	30	78
Sport en recreatie	11	69	1	28	67
Maatschappelijke en sociale doelen	28	65	14	100	263
Overig (niet gespecificeerd)	3	88	3	179	75
Totaal	80	334	31	141	2.421

Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

^a Goederen kunnen bijvoorbeeld zijn: kleding, schoenen, meubelen, apparatuur en onroerend goed

^b Gemiddeld gegeven bedrag aan geld door de gevers

^c Gemiddeld gegeven bedrag aan goederen door de gevers

Tabel 3: Geld en goederen per doel door huishoudens, het percentage van de huishoudens dat geeft en de gemiddelde waarde van giften onder de gevers, 2018

Hoe ziet het geefgedrag van huishoudens eruit? Aan welke doelen geven zij het vaakst en het meest en aan welke doelen wordt er minder gegeven? Tabel 3 geeft weer hoeveel huishoudens geven in de vorm van geld en/of goederen aan de verschillende doelen.

De meest opvallende conclusies:

- Doelen op het terrein van gezondheid kunnen rekenen op de meeste gevers (62% van de huishoudens heeft in 2018 geld aan deze doelen gegeven).
- Maatschappelijke en sociale doelen kunnen op de meeste gevers rekenen als het goederen betreft (14% van de huishoudens heeft in 2018 goederen aan deze doelen gegeven).
- Kerk en levensbeschouwelijke ontvangen van alle doelen het hoogste bedrag aan giften en goederen (€755 miljoen) van huishoudens. Tevens is het gemiddeld gegeven bedrag aan geld door gevers aan kerk en levensbeschouwing het hoogst. Voor het gemiddeld gegeven bedrag aan goederen door gevers geldt dat dit het hoogst is voor internationale hulp.



Kerk en levens- beschouwing

7.1 Cijfers

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*
Huishoudens	656	589	829	1025	835	898	826	743	787	710	619	755
Nalatenschappen	3	5	5	4	4	5	4	6	7	7	7	6
Fondsen ^a	1	3	2	3	4	12	7	5	6	3	3	7
Bedrijven	25	53	49	67	60	86	55	57	177	367	367	73
Kansspelen	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt
Totaal	685	650	885	1.099	903	1.001	892	811	977	1.088	997	841

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

De cijfers van huishoudens en bedrijven betreffen gegeneraliseerde bedragen. Met andere woorden: er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. We benadrukken dat door het ontbreken van een volledig steekproefkader het onmogelijk is generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen en nalatenschappen.

^a De cijfers zijn een optelsom van de bijdragen aan kerk en levensbeschouwing uit de opbrengsten van het vermogen van vermogensfondsen (n=9) en geldwervende fondsen (n=16).

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

Tabel 7.1: Bijdragen aan kerk en levensbeschouwing, 1997-2018 (in € miljoenen)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*
Huishoudens	96	91	94	93	92	90	93	92	81	65	62	90
Nalatenschappen	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1
Fondsen	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1
Bedrijven	4	8	6	6	7	9	6	7	18	34	37	9
Kansspelen	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Als gevolg van afrondingen tellen niet alle percentages op tot 100%

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

Tabel 7.2: Bijdragen aan kerk en levensbeschouwing, 1997-2018 (in %)

Geven door huishoudens

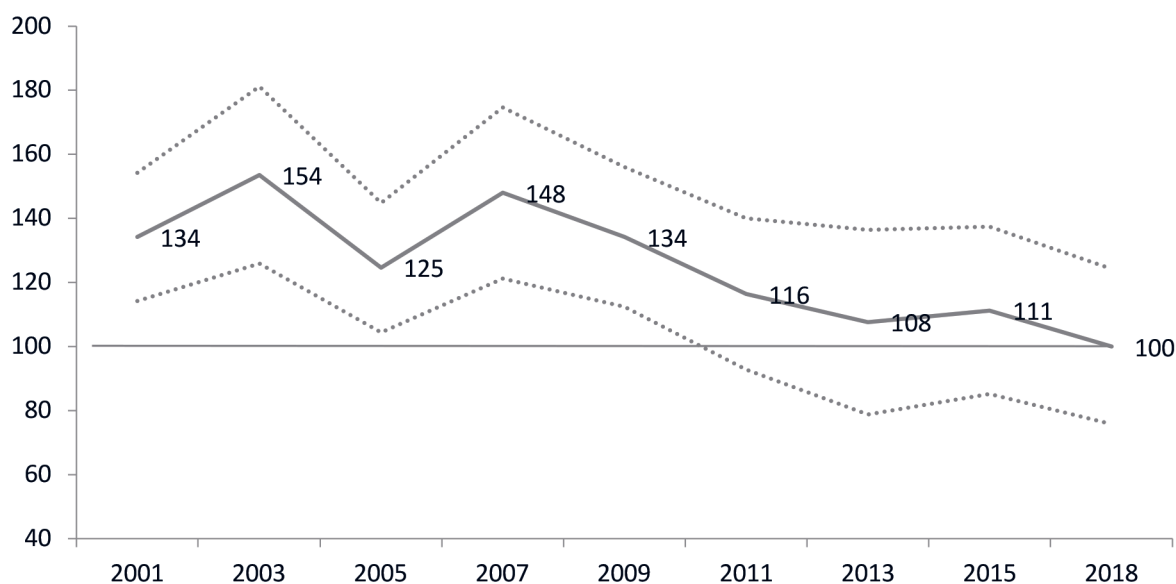
In 2018 gaven huishoudens in Nederland voor €755 miljoen aan kerk en levensbeschouwing in de vorm van geld en/of goederen (zie tabel 7.1). De gemiddelde gift op jaarbasis in geld en/of goederen onder de gevers was €432 en 22% van de huishoudens gaf geld en/of goederen aan kerk en levensbeschouwing. Voor giften in de vorm van geld was dit €440, 20% van de huishoudens gaf een gift in geld. Voor giften in de vorm van goederen was dit €102, 6% van de huishoudens gaf een gift in goederen. Uit eerder onderzoek is bekend dat kerkelijke Nederlanders - en dan met name gereformeerde protestanten - zogenoemde 'veelgevers' zijn.¹ Gereformeerde protestanten geven niet alleen vaak en veel aan de eigen kerk, maar ook vaker en meer aan andere doelen.

Het totaalbedrag in geld en goederen dat door huishoudens wordt gegeven aan kerk en levensbeschouwing neemt af (zie figuur 7.1). In figuur 7.1 presenteren we het geïndexeerde totaalbedrag in geld en goederen gegeven door Nederlandse huishoudens, waarbij het jaar 2018 op 100 is gezet. Om trends in de tijd

te kunnen bepalen, zijn deze cijfers gecorrigeerd voor inflatie. De schattingen zijn gemaakt op basis van gemiddelden uit de brede steekproef van huishoudens die zijn behandeld voor uitschieters². Het beeld wijkt daardoor wat af van de trend in tabel 7.1. Het totaalbedrag dat wordt gegeven aan kerk en levensbeschouwing daalt sinds 2007. Na een afvlakking in 2015 lijkt de dalende trend zich door te zetten.

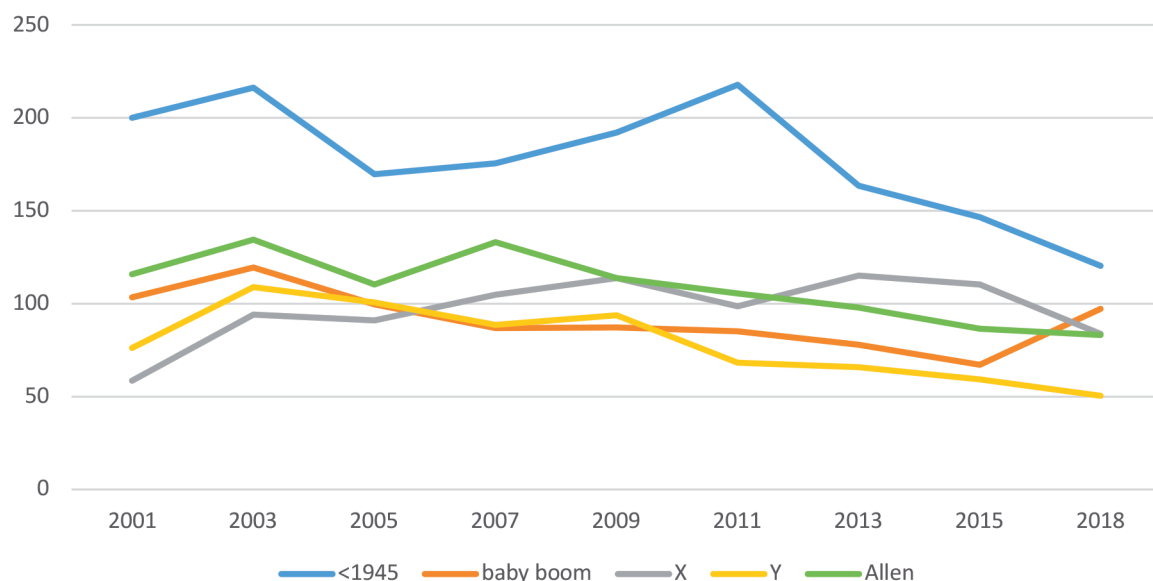
¹ Bekkers, R., Schuyt, T.N.M. (2008). And who is your neighbor? Explaining the effect of religion on charitable giving and volunteering. *Review of Religious Research*, 50, 74-69.

² De 1% hoogste bedragen zijn teruggezet op het 99e percentiel. In de methodologische verantwoording lichten we deze procedure nader toe.



De doorgetrokken lijn is de gemiddelde schatting, de stippellijnen vormen de boven- en ondergrens van het 95% betrouwbaarheidsinterval. Exclusief vermogende huishoudens

Figuur 7.1: Geïndexeerd (2018=100) totaalbedrag in geld en goederen van de Nederlandse huishoudens aan kerk en levensbeschouwing, met inflatiecorrectie, 2001-2018



Exclusief vermogende huishoudens

<1945=geboren voor 1945, baby boom= geboren tussen 1945 en 1964, X=geboren tussen 1965 en 1976, Y=geboren tussen 1977 en 1999

In 2007 zorgden uitschieters voor grote fluctuaties in de giften van de generatie <1945. We hebben de uitschieters vervangen door het gemiddelde van het voorafgaande en het daaropvolgende jaar.

Figuur 7.2: Gemiddeld bedrag aan giften per huishouden aan kerk en levensbeschouwing naar generatie, met inflatiecorrectie, 2001-2018 (in €)

Giften aan kerk en levensbeschouwing verschillen sterk tussen generaties (zie figuur 7.2).

De vooroorlogse generatie geeft in alle jaren het meest, in 2001 bijna het viervoudige van de generatie X en het dubbele van de babyboomgeneratie. De hoogte van de giften uit de vooroorlogse generatie is in de loop van de jaren sterk afgenomen. De giften van de generatie X zijn toegenomen tot 2013, maar vertonen de laatste jaren ook een daling. Ook de giften aan kerk en levensbeschouwing uit generatie Y nemen af sinds 2003.

Nalatenschappen

Goede doelen op het gebied van kerk en levensbeschouwing ontvingen in 2018 €6 miljoen aan nalatenschappen (CBF-database, december 2019). Voorbeelden van goede doelen op het gebied van kerk en levensbeschouwing zijn De Gereformeerde Zendingsbond, Christenen voor Israël en Interserve Nederland. Wat de kerken zelf aan nalatenschappen

ontvangen is niet bekend. Deze gegevens zijn niet beschikbaar. We vermoeden daarom dat de bedragen die via nalatenschappen bij kerk en levensbeschouwing terecht komen in werkelijkheid veel hoger liggen.

Fondsen

De cijfers van fondsen zijn een optelsom van de bijdragen uit de opbrengsten van het vermogen van 122 vermogensfondsen met een bestedingsbudget van meer dan €500.000 en 676 fondsenwervende instellingen. Van deze totale groep hebben 25 fondsen €7 miljoen uit de opbrengst van het vermogen bijgedragen aan de kerk en levensbeschouwelijke organisaties. Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997–2018 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen.

Bedrijven

Doelen op het gebied van kerk en levensbeschouwing hebben in 2018 naar

schatting €73 miljoen gekregen van Nederlandse bedrijven. Dat is een bedrag dat tot 2011 redelijk gebruikelijk was. Alleen in de laatste twee edities hebben enkele heel grote gevers het beeld enigszins vertroebeld en heeft waarschijnlijk een overschatting plaatsgevonden. Kerk en levensbeschouwing is een weinig populair doel onder bedrijven, aangezien ongeveer 3% van de bedrijven sponsort en 3% van de bedrijven giften doet. Veel van die sponsoring en giften gaat door middel van giften in natura en mankracht (43%). Die smalle basis bij Nederlandse bedrijven kan er gemakkelijk voor zorgen dat een gering aantal grote gevers een grote invloed heeft gehad op de schatting van het totaalbedrag in 2013 en vooral 2015.

Kansspelen

Kerken en levensbeschouwelijke organisaties ontvangen (nagenoeg) geen inkomsten vanuit de kansspelen.

7.2 Welke huishoudens geven aan kerk en levensbeschouwing?

Onderstaande resultaten zijn gebaseerd op een multiële regressieanalyse. De verbanden die worden beschreven zijn gecontroleerd voor de andere variabelen in het model. Zij blijven overeind als de respondenten op alle andere kenmerken die in de analyse zijn opgenomen hetzelfde zijn.

Wie geeft?

Wat is kenmerkend voor mensen die geld en/of goederen geven aan kerk en levensbeschouwing? Ten eerste, en wellicht niet zo verwonderlijk, zijn gevers op het gebied van kerk en levensbeschouwing vaker religieus en bezoeken zij vaker de kerk, tempel, moskee of synagoge. Andere kenmerken van de gevers op dit gebied zijn het hebben van een hbo of wo-opleiding, getrouwd zijn en het hebben van een hoger huishoudinkomen. Verder zien we dat vrouwen minder vaak geven aan kerk en levensbeschouwing dan mannen. Als we kijken naar de migratieachtergrond van gevers op het gebied van kerk en levensbeschouwing zien we dat Turkse en Marokkaanse Nederlanders vaker geven dan Nederlanders zonder migratieachtergrond. Surinaamse en Antilliaanse Nederlanders geven niet vaker of minder vaak aan kerk en levensbeschouwing vergeleken met Nederlanders zonder migratieachtergrond.

Wie geeft meer?

Als we kijken naar de groep die geeft aan kerk en levensbeschouwing, wat is dan kenmerkend voor de hoogte van de bedragen? Ofwel: wie geeft er meer op dit terrein? Allereerst wordt er meer gegeven aan kerk en levensbeschouwing naarmate men vaker naar de kerk, tempel, moskee of synagoge gaat. Verder zien we dat mensen die behoren tot een kleinere religieuze stroming, waaronder de islam, het hindoeïsme en het boeddhisme, hogere bedragen geven dan niet-gelovigen. Protestante en katholieke gevers geven geen hogere bedragen aan kerk en levensbeschouwing in vergelijking met niet-gelovigen. Een ander kenmerk van de grotere gever op het

gebied van kerk en levensbeschouwing is het hebben van een hoger huishoudinkomen. Huishoudens met een hoger inkomen geven meer dan huishoudens met een lager inkomen. Hoewel Turkse en Marokkaanse Nederlanders vaker geven aan religieuze instellingen, geven zij minder hoge bedragen dan Nederlanders zonder migratieachtergrond.

Wie doet vrijwilligerswerk?

In 2019 deed 6% vrijwilligerswerk op het gebied van kerk en levensbeschouwing. Zoals men zou verwachten doen gelovigen en mensen die regelmatig de kerk, tempel, moskee of synagoge bezoeken vaker vrijwilligerswerk op dit gebied dan niet-gelovigen. Ook zijn hogeropgeleiden vaker vrijwilliger voor een kerkelijke of levensbeschouwelijke organisatie dan lageropgeleiden. Marokkaanse en Turkse Nederlanders doen minder vaak vrijwilligerswerk op het gebied van kerk en levensbeschouwing dan Nederlanders zonder migratieachtergrond. Dit geldt niet voor Surinaamse en Antilliaanse Nederlanders.

7.3 Rijksoverheid en filantropie

De Minister van Justitie heeft beleidsmatig de contacten met de Kerkgenootschappen in zijn portefeuille. Door de scheiding van kerk en staat zijn kerkelijke organisaties vrijwel geheel afhankelijk van de bijdragen van de eigen leden en kunnen nauwelijks aanspraak maken op overheidsfinanciering. Dit verklaart dat, ondanks de ontkerkelijking, kerk en levensbeschouwing de laatste ruim twintig jaar bovenaan de lijst van begunstigde doelen staat. Ondanks dat kerk en levensbeschouwing dit jaar is gedaald naar de derde plek in de rangorde, is het nog steeds het meest begunstigde doel onder huishoudens. Over nalatenschappen aan dit doel zijn nauwelijks cijfers bekend, maar het is waarschijnlijk dat het aanzienlijke bedragen uit deze inkomstenbron krijgt.

De kerken zijn traditioneel intermediair waar het giften betreft. Zij zijn ontvangers en gevers tegelijk. Een deel van de giften die zij ontvangen is bedoeld voor de kerken zelf en hun organisatie en personeel en een ander deel wordt doorgegeven aan maatschappelijke doelen in binnen- en buitenland. Voor de islamitische instellingen geldt dat via *sadaqah* (liefdadigheid) en *zakaat* (verplicht percentage van het bezit) ook veel aan het eigen informele kerkelijke netwerk wordt gegeven.

Over de precieze verdeling van de giften zijn geen harde gegevens bekend, maar de schattingen liggen op 50% voor de kerken zelf en 50% voor de maatschappelijke doelen.

Behalve financieel intermediair zijn kerkgenootschappen kristallisatiepunten van vrijwilligerswerk. De gegevens uit het hoofdstuk 6 over vrijwilligerswerk spreken in dit verband boekdelen. Levensbeschouwelijk en kerkelijk actief betekent maatschappelijk actief, zowel door het geven van geld als door het geven van tijd.

De door levensbeschouwelijke instellingen begunstigde maatschappelijke doelen betreffen in Nederland met name armoede, uitsluiting, eenzaamheid, vluchtelingen en illegaliteit. In het

buitenland zijn de doelen voornamelijk noodhulp, voedselhulp, gezondheidszorg en onderwijs. Zij bewegen zich op beleidsterreinen van meerdere ministeries: Sociale Zaken, VWS en Buitenlandse Zaken.

De overheidsbemoeienis bij de vele monumentale kerkgebouwen is omvangrijk. Monumentaal religieus erfgoed maakt 80% van al het monumentale erfgoed in Nederland uit. Het Ministerie van OCW, de Directie Erfgoed en Kunsten voert via haar Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed (RCE) een beleid in deze.

In 2014 heeft de Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed de *Agenda toekomst religieus erfgoed* gepresenteerd. Deze agenda werd door kerkelijke en niet-kerkelijke organisaties ondertekend. Aanleiding voor de Rijksdienst om partijen bijeen te brengen was de groeiende leegstand van kerken en kloosters, onder meer als gevolg van teruglopend kerkbezoek in combinatie met economische en demografische omstandigheden.



Gezondheid

8.1 Cijfers

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*
Huishoudens	185	337	282	336	277	264	287	238	216	279	333	487
Nalatenschappen	62	99	79	64	59	78	69	81	76	99	99	101
Fondsen ^a	45	60	33	40	52	43	71	40	48	33	33	74
Bedrijven	47	236	50	169	89	47	161	73	155	229	229	304
Kansspelen	nvt	nvt	nvt	24	28	29	33	37	36	37	37	38
Totaal	339	732	444	633	505	461	621	469	531	678	731	1.004

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

De cijfers van huishoudens en bedrijven betreffen gegeneraliseerde bedragen. Met andere woorden: er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. We benadrukken dat door het ontbreken van een volledig steekproefkader het onmogelijk is generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen en nalatenschappen.

^a De cijfers zijn een optelsom van de bijdragen aan gezondheid uit *de opbrengsten van het vermogen* van vermogensfondsen (n=23) en geldwervende fondsen (n=56).

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

Tabel 8.1: Bijdragen aan gezondheid, 1997-2018 (in € miljoenen)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*
Huishoudens	55	46	64	53	55	57	46	51	41	41	45	48
Nalatenschappen	18	14	18	10	12	17	11	17	14	15	14	10
Fondsen	13	8	7	6	10	9	11	9	9	5	5	7
Bedrijven	14	32	11	27	18	10	26	16	29	34	31	30
Kansspelen	nvt	nvt	nvt	4	6	6	5	8	7	5	5	4
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Als gevolg van afrondingen tellen niet alle percentages op tot 100%

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

Tabel 8.2: Bijdragen aan gezondheid, 1997-2018 (in %)

Huishoudens

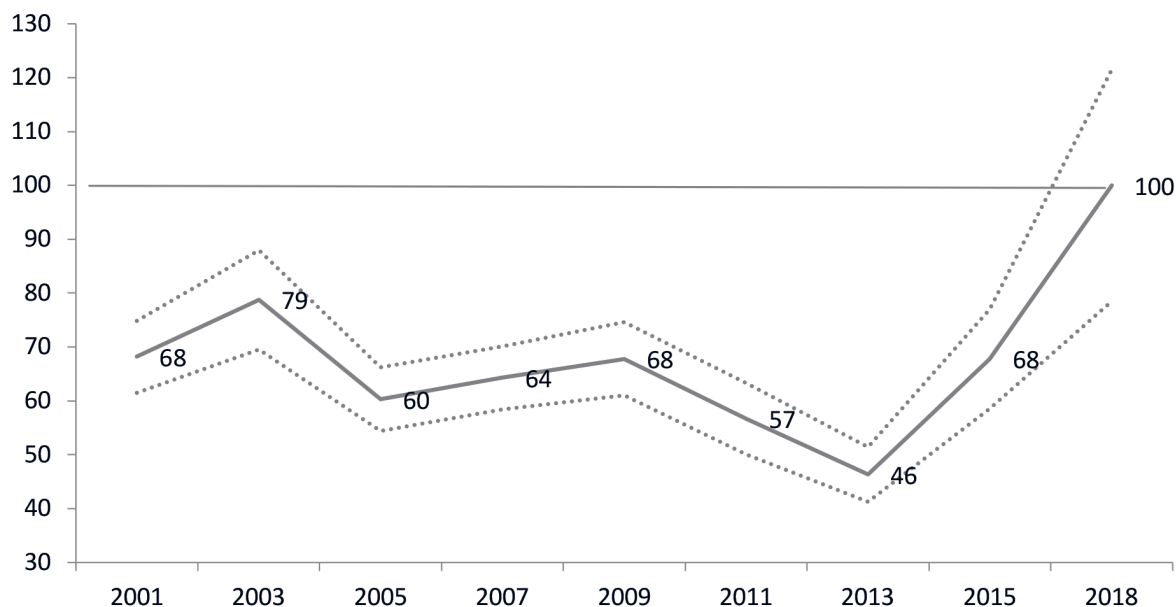
In 2018 gaven huishoudens in Nederland voor €487 miljoen aan gezondheid in de vorm van geld en goederen (zie tabel 8.1). De gemiddelde gift op jaarbasis in geld en/of goederen onder de gevers was €100 en 62% van de huishoudens gaf geld en/of goederen aan gezondheid. Voor giften in de vorm van geld was dit €96, 62% van de huishoudens gaf een gift in geld. Voor giften in de vorm van goederen was dit €67, 2% van de huishoudens gaf een gift in goederen.

Voorbeelden van goede doelen op dit terrein zijn KWF Kankerbestrijding, de Nederlandse Hartstichting en de Nierstichting. Van alle doelen die we in Geven in Nederland onderscheiden, wordt er in 2018 het vaakst gegeven aan goede doelen op het gebied van gezondheid.

Het totaalbedrag in geld en goederen dat door huishoudens wordt gegeven aan goede doelen op het terrein van gezondheid neemt sterk toe (zie figuur 8.1). In figuur 8.1 presenteren we het geïndexeerde totaalbedrag in geld en

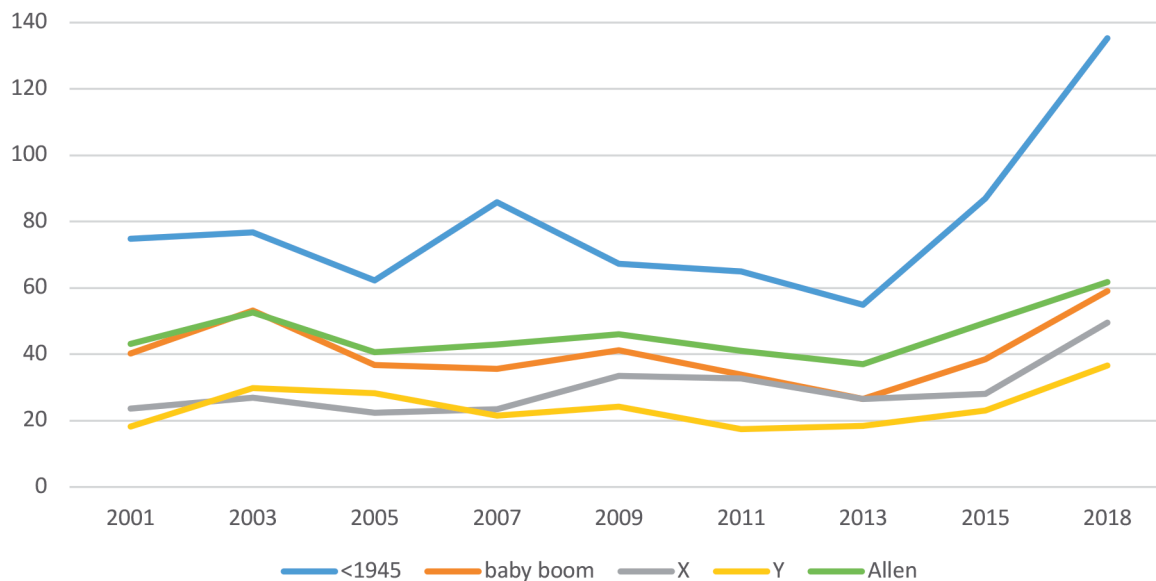
goederen gegeven door Nederlandse huishoudens, waarbij het jaar 2018 op 100 is gezet. Om trends in de tijd te kunnen bepalen, zijn deze cijfers gecorrigeerd voor inflatie. De schattingen zijn gemaakt op basis van gemiddelden uit de brede steekproef van huishoudens die zijn behandeld voor uitschieters¹. Het beeld wijkt daardoor wat af van de trend in tabel 8.1. De stijging die in 2013 is ingezet in het totaalbedrag dat wordt gegeven aan goede doelen op het gebied van gezondheid zet zich duidelijk door in 2018.

¹ De 1% hoogste bedragen zijn teruggezet op het 99e percentiel. In de methodologische verantwoording lichten we deze procedure nader toe.



De doorgetrokken lijn is de gemiddelde schatting, de stippellijnen vormen de boven- en ondergrens van het 95% betrouwbaarheidsinterval. Exclusief vermogende huishoudens

Figuur 8.1: Geïndexeerd (2018=100) totaalbedrag in geld en goederen van de Nederlandse huishoudens aan gezondheid, met inflatiecorrectie, 2001-2018



Exclusief vermogende huishoudens

<1945=geboren voor 1945, baby boom= geboren tussen 1945 en 1964, X=geboren tussen 1965 en 1976, Y=geboren tussen 1977 en 1999

In 2018 zorgden uitschieters voor grote fluctuaties in de giften van de generatie <1945. We hebben de uitschieters vervangen door een lineair geëxtrapoleerde trend op basis van de cijfers uit 2013-2015.

Figuur 8.2: Gemiddeld bedrag aan giften per huishouden aan gezondheid naar generatie, met inflatiecorrectie, 2001-2018 (in €)

Giften aan gezondheid verschillen sterk naar generaties (zie figuur 8.2).

De vooroorlogse generatie geeft in alle jaren het meest, in 2001 meer dan drie keer het bedrag dat de generatie Y geeft en het dubbele van de babyboomgeneratie. De giften uit de generatie X nemen toe na 2007. Na 2013 nemen de giften aan gezondheid in alle generaties toe. Met name de oudste generatie springt eruit: daarin nemen de giften aan gezondheid het sterkst toe.

Nalatenschappen

Goede doelen en fondsenwervende instellingen op het gebied van gezondheid ontvangen sinds 2014 het grootste bedrag uit nalatenschappen. In 2018 ontvingen zij €101 miljoen uit nalatenschappen (CBF-database, december 2019 en aanvullend onderzoek onder fondsen van academische ziekenhuizen). Dit is iets minder dan in 2015 maar nog steeds 31% van alle inkomsten uit nalatenschappen die bekend zijn bij het CBF. KWF Kankerbestrijding is de grootste

ontvanger. Zij ontving in 2018 €40 miljoen uit nalatenschappen. De Hartstichting, het Rode Kruis en KWF Kankerbestrijding zijn samen verantwoordelijk voor één vijfde van alle inkomsten uit nalatenschappen.

Fondsen

De cijfers van fondsen zijn een optelsom van de bijdragen uit de opbrengsten van het vermogen van 122 vermogensfondsen met een bestedingsbudget van meer dan €500.000 en 676 fondsenwervende instellingen. Van deze totale groep hebben 79 fondsen €74 miljoen uit de opbrengst van het vermogen bijgedragen aan gezondheid. Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997-2018 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen.

Bedrijven

Gezondheid was voor bedrijven een populair doel in 2018. Naar schatting is maar liefst €304 miljoen gegeven,

voor het overgrote deel in de vorm van geld (73%). Niet eerder is er zo'n groot bedrag gegeven aan gezondheid. Ook relatief wordt er veel gegeven: van alle giften gaat 16% naar gezondheid; alleen sport & recreatie kreeg in 2018 meer. Het is ook één van de doelen met een wat bredere steun onder bedrijven dan de meeste andere doelen: ongeveer 9% van de bedrijven sponsort en 11% geeft aan gezondheidsdoelen. Alleen sport en recreatie heeft een bredere steun.

Kansspelen

De inkomsten die gezondheidsdoelen uit de kansspelen ontvangen zijn in 2018 ten opzichte van 2013 licht gestegen, van €36 miljoen naar €38 miljoen. Doelen op het terrein van gezondheid kunnen met name rekenen op bijdragen vanuit de VriendenLoterij (€25 miljoen) en de eigen loterij van KWF Kankerbestrijding (€8 miljoen).

8.2 Welke huishoudens geven aan gezondheid?

Onderstaande resultaten zijn gebaseerd op een multipele regressieanalyse. De verbanden die worden beschreven zijn gecontroleerd voor de andere variabelen in het model. Zij blijven overeind als de respondenten op alle andere kenmerken die in de analyse zijn opgenomen hetzelfde zijn.

Wie geeft?

Welke kenmerken zijn bepalend voor het geven van geld en/of goederen aan goededoelenorganisaties op het gebied van gezondheid? Ten eerste geven huishoudens met kinderen vaker aan een goed doel op het gebied van gezondheid dan mensen zonder kinderen in het huishouden. Mensen tussen de 50 en 60 jaar oud geven vaker aan gezondheidsdoelen dan jongeren tussen de 20 en 30 jaar oud, maar dit geldt niet voor mensen tussen de 30 en 50 jaar oud. De financiële situatie van een huishouden lijkt ook samen te hangen met het geven aan goededoelenorganisaties op het gebied van gezondheid. Hoe hoger het huishoudinkomen, hoe vaker men geeft. Ook mensen met een eigen woning geven vaker op dit terrein. De kans dat iemand geeft aan gezondheid is eveneens hoger onder mensen met een hoog algemeen sociaal vertrouwen (vertrouwen in een onbekende ander). Als we kijken naar de migratieachtergrond zien we dat Nederlanders met een niet-westerse migratieachtergrond minder vaak geven aan goededoelenorganisaties op het gebied van gezondheid dan Nederlanders zonder migratieachtergrond. Dit geldt ook voor mensen die behoren tot een kleinere religieuze stroming. Zij geven minder aan gezondheid dan niet-gelovigen.

Wie geeft meer?

Wat zijn de kenmerken van de grotere gevers op het gebied van gezondheid? Ten eerste geven de oudere generaties (60 jaar of ouder) grotere bedragen dan de jongeren tussen de 20 en 30 jaar oud. Ook blijkt er een positief verband te bestaan tussen opleidingsniveau en de hoogte van de gift aan gezondheid en

tussen huishoudinkomen en de hoogte van de gift aan gezondheid. Tot slot geven vrouwen minder hoge bedragen op het terrein van gezondheid dan mannen.

Wie doet vrijwilligerswerk?

6% van de Nederlanders doet vrijwilligerswerk op het terrein van gezondheid. Zien we dat huishoudens met kinderen vaker geven aan goede doelen op het gebied van gezondheid, geldt het tegenovergestelde als we kijken naar vrijwilligerswerk. Mensen met kinderen in het huishouden zijn minder vaak vrijwilliger op het terrein van gezondheid. Voor mensen zonder een betaalde baan geldt dat zij vaker vrijwilligerswerk doen voor gezondheidsdoelen dan mensen met een betaalde baan. Als we kijken naar de migratieachtergrond van vrijwilligers zien we dat Nederlanders met een Antilliaanse migratieachtergrond minder vaak vrijwilliger zijn op het gebied van gezondheid dan Nederlanders zonder migratieachtergrond. Nederlanders met een Marokkaanse, Turkse of Surinaamse migratieachtergrond zijn niet vaker of minder vaak vrijwilliger op dit terrein dan Nederlanders zonder migratieachtergrond.

8.3. Rijksoverheid en filantropie

Op landelijk niveau hebben meerdere ministeries - Ministeries van Economische Zaken en Klimaat (EZK), Volksgezondheid Welzijn en Sport (VWS) en Onderwijs Cultuur en Wetenschap (OCW) - overleg met de Samenwerkende Gezondheidsfondsen (SGF) in het kader van het innovatiebeleid. Met de Topconsortia voor Kennis en Innovatie (TKI)-toeslag stimuleert het Ministerie van Economische Zaken privaatsamenwerking tussen onderzoeksorganisaties en bedrijven. Vanuit de samenwerking met de Topsector Life Sciences & Health (LSH) lopen meerdere programma's en projecten.

Zo is op medisch-wetenschappelijk gebied langduriger samenwerking gerealiseerd bij het Onco Institute, dat bestaande krachten in de Nederlandse onderzoekswereld bundelt en inzichten zo snel mogelijk vertaalt in toepasbare methoden voor diagnose en behandeling. In het Onco Institute verenigen ruim 800 Nederlandse toponderzoekers op het gebied van kanker van 12 verschillende instituten zich om het verschil te maken voor de patiënt. KWF Kankerbestrijding investeert samen met de ministeries van EZK, OCW en VWS, Health-Holland, de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO), de Nederlandse organisatie voor gezondheidsonderzoek en zorginnovatie (ZonMW) en de negen partnerinstituten in totaal €120 miljoen in Onco Institute tot 2022.

Ook in het programma RegMedXB werken vier gezondheidsfondsen samen met overheden, universiteiten en bedrijfsleven. Dit programma stimuleert onderzoek op het gebied van regeneratieve geneeskunde - in het bijzonder nierziekten, diabetes, hartfalen en artrose.

Deze vormen van samenwerking zijn in lijn met wat in Europees onderzoek naar filantropische fondsen op het terrein van onderzoek en innovatie wordt aanbevolen. In dit onderzoek, bekend onder de naam EUFORI Study², komen gezondheidsfondsen als belangrijke spelers

naar voren. Op basis van de resultaten beveelt de studie meer overleg met overheden en bedrijfsleven aan. Voor de verdere uitwerking ervan is door het Directoraat Generaal Research and Innovation van de Europese Commissie de Expert Group "Foundations, Venture Philanthropy and Social Investments" ingesteld die in 2018 het rapport "Driving Progress for Research and Innovation in Europe. The potential of R&I foundations" heeft gepubliceerd³. In dit rapport is een deel gewijd aan nieuwe "financial instruments" ter stimulering van de wetenschap en de kennis-economie. Wetenschappelijk beleggen, "venture philanthropy", "impact investments" en andere mogelijkheden worden gepresenteerd. Een apart deel van het rapport bevat voorbeelden van - en suggesties voor - samenwerking tussen fondsen onderling en tussen overheden en fondsen.

² www.euforistudy.eu

³ Schuyt, Th., Gouwenberg, B. (Eds.) (2018). *Driving Progress for Research and Innovation in Europe: The potential of R&I foundations*. European Commission, Directorate-General for Research and Innovation, Directorate B - Open Innovation and Open Science, Unit B3 - SMEs, Financial instruments and State Aid.



Internationale hulp

9.1 Cijfers

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*
Huishoudens	312	452	438	361	521	298	284	283	305	337	380	394
Nalatenschappen	24	29	47	43	65	81	80	93	80	87	87	96
Fondsen ^a	26	71	82	17	12	17	54	25	31	49	49	83
Bedrijven	20	113	46	37	168	95	77	66	67	106	106	177
Kansspelen	nvt	nvt	nvt	79	88	94	96	117	115	137	137	130
Totaal	382	665	613	537	853	585	591	584	598	716	759	879

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

De cijfers van huishoudens en bedrijven betreffen gegeneraliseerde bedragen. Met andere woorden: er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. We benadrukken dat door het ontbreken van een volledig steekproefkader het onmogelijk is generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen en nalatenschappen.

^a De cijfers zijn een optelsom van de bijdragen aan internationale hulp uit de opbrengsten van het vermogen van vermogensfondsen (n=21) en geldwerende fondsen (n=123).

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

Tabel 9.1: Bijdragen aan internationale hulp, 1997-2018 (in € miljoenen)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*
Huishoudens	82	68	71	67	61	51	48	48	51	47	50	45
Nalatenschappen	6	4	8	8	8	14	14	16	13	12	11	11
Fondsen	7	11	13	3	1	3	9	4	5	7	6	9
Bedrijven	5	17	7	7	20	16	13	11	11	15	14	20
Kansspelen	nvt	nvt	nvt	15	11	16	16	20	19	19	18	15
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Als gevolg van afrondingen tellen niet alle percentages op tot 100%

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

Tabel 9.2: Bijdragen aan internationale hulp, 1997-2018 (in %)

Huishoudens

In 2018 gaven huishoudens in Nederland voor €394 miljoen aan internationale hulp in de vorm van geld en goederen (zie tabel 9.1). De gemiddelde gift op jaarbasis in geld en/of goederen onder de gevers was €128 en 39% van de huishoudens gaf geld en/of goederen aan goede doelen op het gebied van internationale hulp. Voor giften in de vorm van geld was dit €111, 36% van de huishoudens gaf een gift in geld. Voor giften in de vorm van goederen was dit €113, 9% van de huishoudens gaf een gift in goederen.

Bekende goede doelen op het gebied van internationale hulp zijn Oxfam Novib, Unicef en Artsen zonder Grenzen. Ook tellen we het geld dat is ingezameld bij de nationale actie voor slachtoffers van de aardbevingen en tsunami op het Indonesische eiland Sulawesi hier mee.

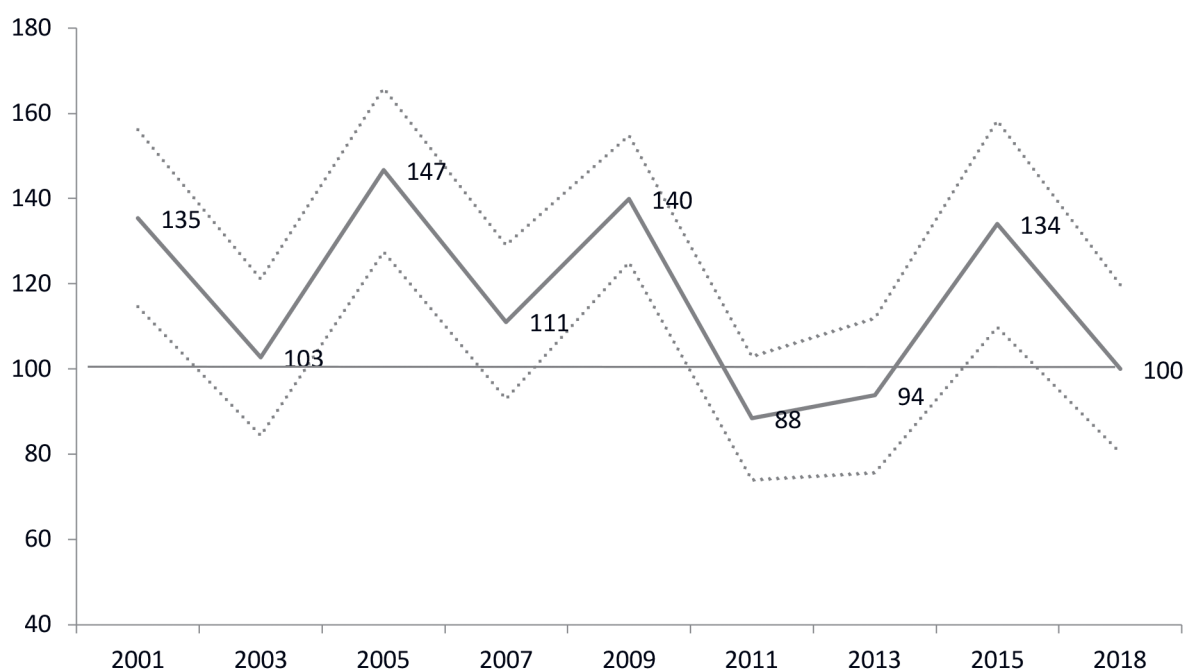
De gemiddelde waarde van de gift in de vorm van goederen is het hoogst voor goede doelen op het gebied van internationale hulp.

Het totaalbedrag in geld en goederen dat door huishoudens wordt gegeven aan goede doelen op het terrein van internationale hulp fluctueert (zie figuur 9.1). In figuur 9.1 presenteren we het geïndexeerde totaalbedrag in geld en goederen gegeven door Nederlandse huishoudens, waarbij het jaar 2018 op 100 is gezet. Om trends in de tijd te kunnen bepalen, zijn deze cijfers gecorrigeerd voor inflatie. De schattingen zijn gemaakt op basis van gemiddelden uit de brede steekproef van huishoudens die zijn behandeld voor uitschieters¹. Het beeld wijkt daardoor wat af van de trend in tabel 9.1. Er is geen duidelijke trend waar te nemen in de giften aan goededoelenorganisaties op het gebied

van internationale hulp. Na een stijging die in 2011 is ingezet, is er sprake van een daling in 2018.

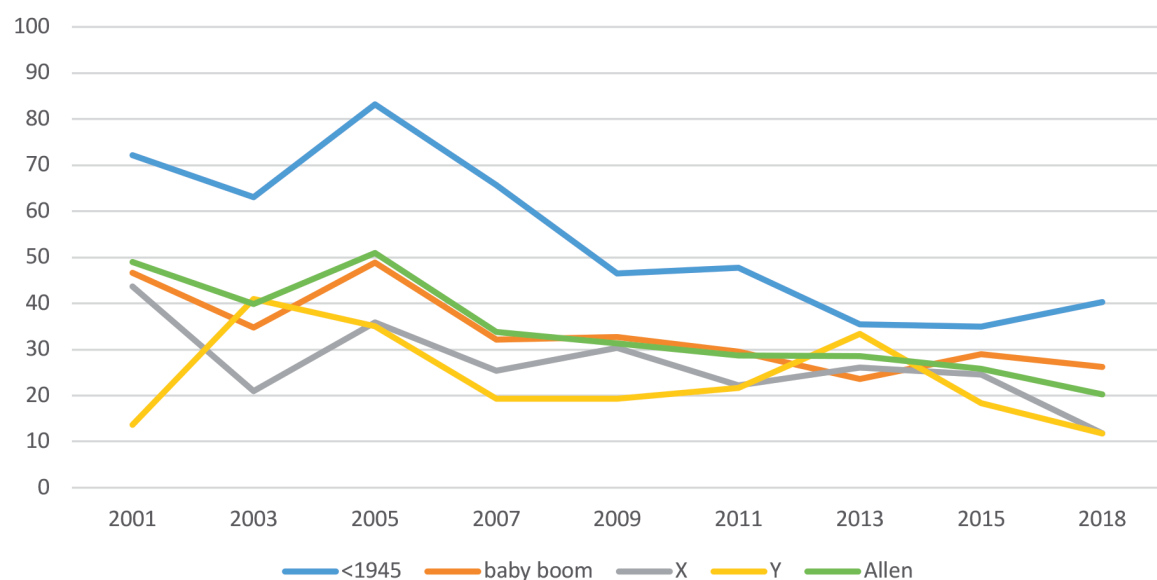
In de hoogte van giften aan internationale hulp zien we grote generatieverschillen (zie figuur 9.2). De vooroorlogse generatie geeft het meest, op afstand gevolgd door de babyboomgeneratie. De hoogte van de giften uit de generatie X en Y fluctueert, maar ligt in de meeste jaren lager dan voor oudere generaties. Sinds 2001 daalt de hoogte van de giften aan internationale hulp voor de meeste generaties. Het jaar 2005 laat een incidentele piek zien, mede door de acties voor slachtoffers van de tsunami. Daarna zet de afname zich door, met name in de oudste generatie.

¹ De 1% hoogste bedragen zijn teruggezet op het 99e percentiel. In de methodologische verantwoording lichten we deze procedure nader toe.



De doorgetrokken lijn is de gemiddelde schatting, de stippellijnen vormen de boven- en ondergrens van het 95% betrouwbaarheidsinterval. Exclusief vermogende huishoudens

Figuur 9.1: Geïndexeerd (2018=100) totaalbedrag in geld en goederen van de Nederlandse huishoudens aan internationale hulp, met inflatiecorrectie, 2001-2018



Exclusief vermogende huishoudens

<1945=geboren voor 1945, baby boom= geboren tussen 1945 en 1964, X=geboren tussen 1965 en 1976, Y=geboren tussen 1977 en 1999

Figuur 9.2: Gemiddeld bedrag aan giften per huishouden aan internationale hulp naar generatie, met inflatiecorrectie, 2001-2018 (in €)

Nalatenschappen

Vanaf 2003 zien we een stijging in de waarde van nalatenschappen voor goede doelen op het gebied van internationale hulp. Na een kleine daling in 2013, zet deze stijging zich door in 2018. In 2018 bedroegen de inkomsten uit nalatenschappen voor goede doelen op het gebied van internationale hulp €96 miljoen (CBF-database, december 2019). Dit is 30% van de totale inkomsten uit nalatenschappen in 2018. Hiermee is internationale hulp het op één na grootste doel binnen het totaalbedrag aan nalatenschappen dat bekend is bij het CBF. Deze toename in nalatenschappen staat tegenover de afname van giften door huishoudens onder de oudste generatie gevers (figuur 9.2). Artsen zonder Grenzen is de grootste ontvanger op het gebied van internationale hulp. Zij ontvingen in 2018 €15 miljoen aan nalatenschappen.

Fondsen

De cijfers van fondsen zijn een optelsom

van de bijdragen uit de opbrengsten van het vermogen van 122 vermogensfondsen met een bestedingsbudget van meer dan €500.000 en 676 fondsenwervende instellingen. Van deze totale groep hebben 144 fondsen €83 miljoen uit de opbrengst van het vermogen bijgedragen aan internationale hulp. Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997-2018 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen.

Bedrijven

Giften van bedrijven aan doelen op het gebied van internationale hulp laten sinds 2007 een heel stabiel patroon zien. Telkens wordt rond de 5% van het totaalbedrag aan giften door Nederlandse bedrijven aan internationale hulp gedaan, in 2018 naar schatting €88 miljoen. Volgens onze gegevens gebeurde dat in 2018 vooral in natura (44%). Ongeveer 4% van de bedrijven sponsort internationale hulp en 5% doet giften.

Kansspelen

Doelen op het terrein van internationale hulp ontvangen jaarlijks aanzienlijke bedragen vanuit de kansspelen (met name de Nationale Postcode Loterij). Van de totale afdrachten van kansspelen aan goede doelen (in 2018 in totaal €591 miljoen) gaat ruim 20% naar organisaties op dit terrein. Goededoelenloterijen vormen, naast giften van huishoudens, een belangrijke inkomstenbron voor organisaties op het gebied van internationale hulp. De inkomsten die doelen op het terrein van internationale hulp uit de kansspelen ontvangen, zijn sinds 2003 gestegen van €79 miljoen naar €130 miljoen in 2018. Ten opzichte van 2015 zien we echter wel een daling van 137 naar €130 miljoen. Of dit een tijdelijke daling is geweest of dat er een dalende trend wordt ingezet zal in de volgende editie van Geven in Nederland duidelijk worden.

9.2 Welke huishoudens geven aan internationale hulp?

Onderstaande resultaten zijn gebaseerd op een multipele regressieanalyse. De verbanden die worden beschreven zijn gecontroleerd voor de andere variabelen in het model. Zij blijven overeind als de respondenten op alle andere kenmerken die in de analyse zijn opgenomen hetzelfde zijn.

Wie geeft?

Welke kenmerken zijn bepalend voor het geven van geld en/of goederen aan internationale hulp? Het blijkt dat vrouwen vaker geven dan mannen, hogeropgeleiden vaker geven dan lageropgeleiden en midden en hogere huishoudinkomens vaker geven dan lage huishoudinkomens. Katholieken geven vaker aan goededoelenorganisaties op het terrein van internationale hulp dan niet-gelovigen, maar dit geldt niet voor protestanten. Mensen die vaak naar de kerk, moskee, tempel of synagoge gaan geven vaker aan internationale hulp dan mensen die nooit een gebedshuis bezoeken. Net als bij het geven aan gezondheid geven mensen met een hoog algemeen sociaal vertrouwen vaker aan internationale hulp dan mensen die weinig algemeen vertrouwen hebben. De relatie tussen leeftijd en de kans op het geven aan internationale hulp is niet eenduidig. Vergeleken met de jongste generatie, mensen tussen de 20 en 30 jaar oud, geven mensen van 80 jaar of ouder vaker aan internationale hulp. Voor mensen tussen de 40 en de 50 jaar oud geldt echter dat zij minder vaak geven dan de jongste generatie. Tot slot geven Turkse Nederlanders vaker aan een goed doel op het terrein van internationale hulp dan mensen zonder migratieachtergrond. Dit geldt niet voor Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaanse Nederlanders.

Wie geeft meer?

Welke kenmerken zijn bepalend voor de hoogte van de gift aan internationale hulp? Onder de groep gevers aan internationale hulp geven de hogeropgeleiden (hbo/wo), mensen met een hoger huishoudinkomen en mensen met een

hogere leeftijd hogere bedragen. Ook wordt er meer gegeven aan internationale hulp door mensen die vaak naar de kerk, moskee, tempel of synagoge gaan vergeleken met mensen die niet of minder vaak een gebedshuis bezoeken. Onder de gevers geven huishoudens met kinderen juist kleinere bedragen aan internationale hulp dan huishoudens zonder kinderen.

Wie doet vrijwilligerswerk?

2% van de Nederlanders doet in 2019 vrijwilligerswerk op het terrein van internationale hulp. Dit zijn vaker Nederlanders die een hbo of wo opleiding hebben. Interessant is ook dat mensen die hoog scoren op de zorgprincipeschaal, vaker vrijwilliger zijn op het gebied van internationale hulp. De zorgprincipeschaal meet in hoeverre het belangrijk wordt gevonden om voor anderen te zorgen. Een voorbeeld van een stelling van de zorgprincipeschaal is *'Mensen moeten bereid zijn om anderen te helpen die het minder goed hebben'*.

9.3 Rijksoverheid en filantropie

Bij het maatschappelijke doel 'internationale hulp' en het beleidsterrein 'internationale samenwerking' bestaat tussen het Ministerie van Buitenlandse Zaken (Directeur – Generaal Internationale Samenwerking (DGIS) en de filantropische Nederlandse internationale ontwikkelingsorganisaties sinds jaar en dag overleg en contact over de cofinanciering van overheidsinspanningen en filantropische bijdragen. Nederland geeft uit filantropische bronnen van oudsher veel aan internationale hulp en ontwikkelingssamenwerking.

Als belangrijke medefinancier heeft de overheid ontwikkelingssamenwerking beleidsmatig gekoppeld aan economische doelstellingen. De verbinding tussen buitenlandse handel, publiek gefinancierde en filantropische ontwikkelingssamenwerking brengen de tijden van de 'koopman, de regent en de dominee' weer tot leven.

In het Nederlandse ontwikkelingsbeleid spelen Publiek-Private Partnerschappen (PPP's) een belangrijke rol. PPP's zijn samenwerkingen tussen overheden, het bedrijfsleven, kennisinstellingen en maatschappelijke organisaties. Dit model heet ook wel de Dutch Diamond Approach². Het doel van PPP's is economische ontwikkeling te stimuleren en bij te dragen aan armoedebestrijding in ontwikkelingslanden. PPP's maken het mogelijk kennis, kunde en financiering te bundelen: de efficiënte en marktgerichte aanpak van het bedrijfsleven; de lokale kennis van de maatschappelijke organisaties; de expertise van de kennisinstellingen en met de overheid als verbindende partij en medefinancier.

We zien deze aandacht voor PPP's ook in andere Europese landen. Het Franse Ministerie van Ontwikkelingssamenwerking 'Agence Française de Développement' heeft door het Centrum voor Filantropische Studies aan de VU een studie laten verrichten over de mogelijkheden tot samenwerking met grote internationale 'Development Aid Foundations'³.

Bij DGIS is het begrip filantropie bekend in het beleid en wel als vorm van private financiering in de sector van ontwikkelingssamenwerking. Het Directoraat-Generaal heeft contacten met een aantal foundations zoals Bill & Melinda Gates, Rockefeller, McArthur, maar ook met family offices zoals PYMWYMIC⁴. Er wordt niet samengewerkt. Wel ziet men toekomst in betere afstemming van welke rollen wie oppakt, zorgen dat complementair en in samenhang wordt gewerkt.

Van het Ministerie van Buitenlandse Zaken heeft de Directie Noord-Afrika en het Midden Oosten bemoeienis met het thema van de buitenlandse financiering van Nederlandse religieuze instellingen⁵. De thematiek van 'ongewenste buitenlandse inmenging'. De Directie heeft via ambassades contact met charitatieve instellingen in het Midden-Oosten, met name in de Golflanden. Er wordt niet met deze organisaties samengewerkt.

Bij het Bureau Internationale Samenwerking (BIS) van de DG Internationale Samenwerking van het Ministerie van Buitenlandse Zaken komt filantropie niet in beleidsstukken voor. Vanuit DGIS - BIS is er onder andere contact met de goededoelenloterijen, maar er wordt ook hier niet samengewerkt. Wel wordt een betere afstemming op de overheidsinzet wenselijk geacht, zodat complementariteit bereikt kan worden.

² www.rijksoverheid.nl/onderwerpen

³ Schuyt, T., D. Verkaik & L.K. Hoolwerf. (2016). *Better together? A Study on Philanthropy and Official Development Assistance. The Role of Private Foundations and the Potential for Collaboration*. Paris: Agence Française de Développement

⁴ <https://pymwymic.com>. Pymwymic is a community of impact investors that supports the transition towards a new and sustainable economy that serves people and planet.

⁵ <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2019/02/11/kamerbrief-integrale-aanpak-problema-tisch-gedrag-en-ongewenste-buitenlandse-financiering-van-maatschappelijke-en-religieuze-instellingen>

Remittances

	Totaalbedrag aan transfers in geld en goederen (in € miljoenen)	% huishoudens dat geld stuurt	Gemiddeld ^a bedrag (geld)	% huishoudens dat goederen stuurt	Gemiddeld ^b bedrag (goederen)
Turkse Nederlanders	27	22	600	13	328
Marokkaanse Nederlanders	89	35	821	23	1.388
Surinaamse Nederlanders	34	19	598	34	260
Antilliaanse Nederlanders	6	8	557	13	200
Totaal	133	20	666	18	533

^a Gemiddelde bedrag onder huishoudens die geld stuurden

^b Gemiddelde bedrag onder huishoudens die goederen stuurden

Tabel 9.3: Remittances in geld en goederen vanuit Nederland naar de landen van herkomst, in 2018

Remittances zijn giften door immigranten die niet aan een goededoelenorganisatie in Nederland worden gegeven, maar direct aan familie, kennissen of een goed doel in het land van herkomst. Wij schatten dat Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaanse migrantengroepen samen jaarlijks €133 miljoen in de vorm van geld en/of goederen naar het land van herkomst sturen. Ongeveer 20% van deze migrantengroepen heeft geld gestuurd naar het land van herkomst. Marokkaanse Nederlanders geven het meest aan het land van herkomst. Dit geldt zowel voor remittances in geld als in goederen. Surinaamse Nederlanders sturen percentueel gezien het vaakst goederen naar het land van herkomst. Antilliaanse Nederlanders geven beduidend minder vaak geld en/of goederen aan het land van herkomst.



Milieu, natuur en dieren

10.1 Cijfers

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*
Huishoudens	131	177	160	183	187	174	182	191	152	228	209	263
Nalatenschappen	17	42	52	32	30	38	47	42	43	48	48	45
Fondsen ^c	55	85	43	17	49	28	36	17	26	31	31	31
Bedrijven	15	53	22	39	39	61	85	34	47	98	98	172
Kansspelen	nvt	nvt	nvt	67	80	74	89	95	91	82	82	121
Totaal	218	357	277	338	385	375	439	379	359	487	468	632

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

De cijfers van huishoudens en bedrijven betreffen gegeneraliseerde bedragen. Met andere woorden: er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. We benadrukken dat door het ontbreken van een volledig steekproefkader het onmogelijk is generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen en nalatenschappen.

^a De cijfers zijn een optelsom van de bijdragen aan milieu, natuur en dieren uit *de opbrengsten van het vermogen* van vermogensfondsen (n=14) en geldwervende fondsen (n=54).

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

Tabel 10.1: Bijdragen aan milieu, natuur en dieren, 1997-2018 (in € miljoenen)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*
Huishoudens	60	50	58	54	49	46	41	50	42	47	45	42
Nalatenschappen	8	12	19	9	8	10	11	11	12	10	10	7
Fondsen	25	24	16	5	13	7	8	4	7	6	7	5
Bedrijven	7	15	8	12	10	16	19	9	13	20	21	27
Kansspelen	nvt	nvt	nvt	20	21	20	20	25	25	17	18	19
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Als gevolg van afrondingen tellen niet alle percentages op tot 100%

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

Tabel 10.2: Bijdragen aan milieu, natuur en dieren, 1997-2018 (in %)

	Totaalbedrag in geld en goederen (in € miljoenen)	% huishoudens dat geld geeft	Gemiddeld ^a bedrag (geld)	% huishoudens dat goederen geeft	Gemiddeld ^b bedrag (goederen)
Milieu	53	15	41	1	36
Natuur	117	31	45	1	30
Dieren	92	26	40	3	34
Totaal	263	46	69	4	54

^a Gemiddelde bedrag onder huishoudens die geld geven

^b Gemiddelde bedrag onder huishoudens die goederen geven

Tabel 10.3: Giften aan milieu, natuur en dieren in 2018, uitgesplitst naar ontvangende doel

Huishoudens

In 2018 gaven huishoudens in Nederland voor €263 miljoen aan milieu, natuur en dieren in de vorm van geld en goederen (zie tabel 10.1). De gemiddelde gift op jaarbasis in geld en/of goederen onder de gevers was €72 en 47% van de huishoudens gaf in geld en/of goederen aan doelen op het gebied van milieu, natuur en dieren. Voor giften in de vorm van geld was dit €69, 46% van de huishoudens gaf een gift in geld. Voor giften in de vorm van goederen was dit €54, 4% van de huishoudens gaf een gift in goederen.

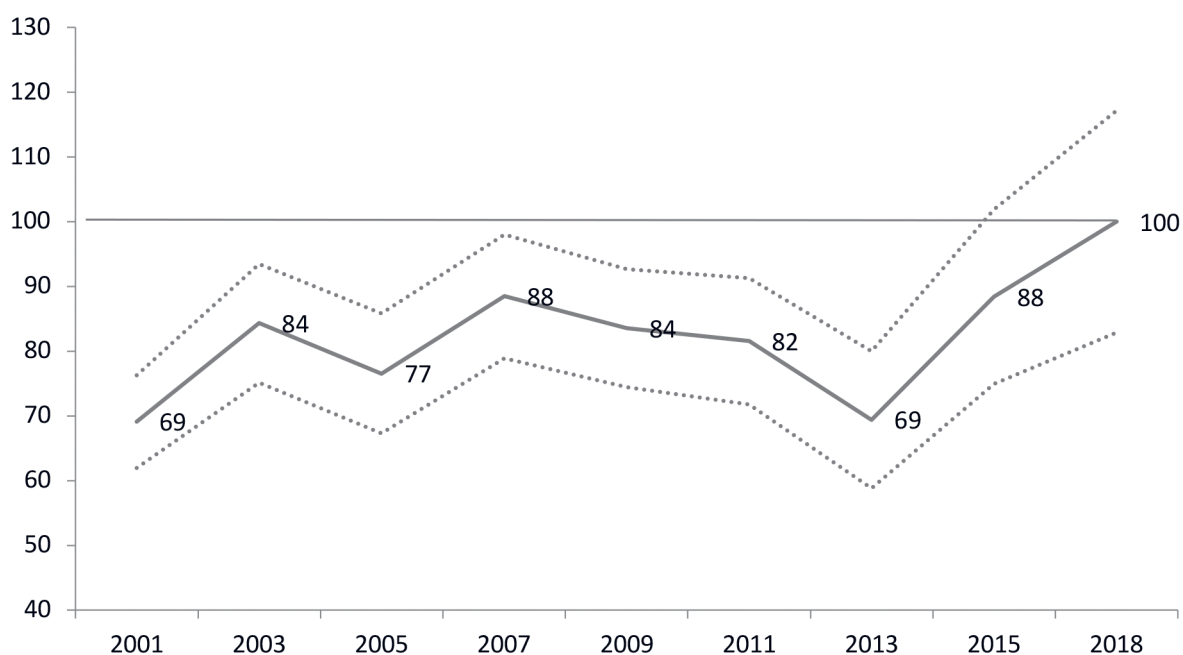
Bekende goededoelenorganisaties op het gebied van natuur zijn het WNF, Natuurmonumenten en de Waddenvereniging. Op het gebied van milieu zijn bekende organisaties Greenpeace en Milieudefensie. Bekende goededoelenorganisaties op het gebied van dieren zijn de Dierenbescherming, Proefdiervrij en Wakker Dier. In tabel 10.2 worden de giften aan milieu, natuur en dieren uitgesplitst per domein. Er wordt minder vaak gegeven aan goede doelen op het gebied van milieu dan op het gebied van natuur en dieren. Ook het totaalbedrag dat wordt gegeven aan milieu is lager (€53 miljoen) dan bij natuur (€117 miljoen) en dieren (€92 miljoen).

Het totaalbedrag in geld en goederen dat door huishoudens wordt gegeven aan goede doelen op het terrein van milieu, natuur en dieren neemt toe (zie figuur

10.1). In figuur 10.1 presenteren we het geïndexeerde totaalbedrag in geld en goederen gegeven door Nederlandse huishoudens, waarbij het jaar 2018 op 100 is gezet. Om trends in de tijd te kunnen bepalen, zijn deze cijfers gecorrigeerd voor inflatie. De schattingen zijn gemaakt op basis van gemiddelden uit de brede steekproef van huishoudens die zijn behandeld voor uitschieters¹. Het beeld wijkt daardoor wat af van de trend in tabel 10.1. De stijging in giften in geld en goederen aan milieu, natuur en dieren die in 2013 is ingezet, zet zich door in 2018.

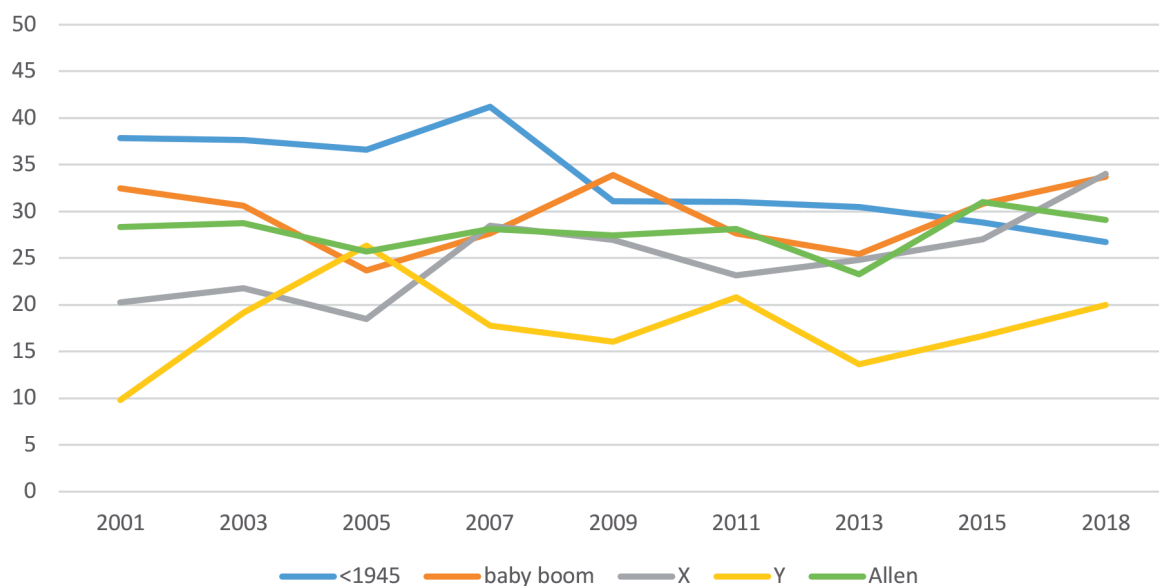
Generatieverschillen in giften aan milieu, natuur en dieren vertonen in 2001 nog het patroon dat we ook voor de andere doelen steeds zien: de vooroorlogse generatie geeft het meest, gevolgd door de babyboomgeneratie, de generatie X en tenslotte de generatie Y (zie figuur 10.2). Vanaf 2005 stijgen de giften van de babyboomgeneratie en de generatie X. De giften van de vooroorlogse generatie nemen sinds 2007 juist af. Daardoor zien we in 2018 een heel ander patroon dan in 2001: de generatie X en de babyboomgeneratie geven het meest en wijken nauwelijks van elkaar af. De generatie Y geeft het minst, maar is sinds 2013 wel steeds meer gaan geven.

¹ De 1% hoogste bedragen zijn teruggezet op het 99e percentiel. In de methodologische verantwoording lichten we deze procedure nader toe.



De doorgetrokken lijn is de gemiddelde schatting, de stippellijnen vormen de boven- en ondergrens van het 95% betrouwbaarheidsinterval. Exclusief vermogende huishoudens

Figuur 10.1: Geïndexeerd (2018=100) totaalbedrag in geld en goederen van de Nederlandse huishoudens aan milieu, natuur en dieren, met inflatiecorrectie, 2001-2018



Exclusief vermogende huishoudens

<1945=geboren voor 1945, baby boom= geboren tussen 1945 en 1964, X=geboren tussen 1965 en 1976, Y=geboren tussen 1977 en 1999

In 2011 en 2015 zorgden uitschieters voor grote fluctuaties in de giften van de generatie <1945. We hebben de uitschieters vervangen door het gemiddelde van het voorafgaande en het daaropvolgende jaar.

Figuur 10.2: Gemiddeld bedrag aan giften per huishouden aan milieu, natuur en dieren naar generatie, met inflatiecorrectie, 2001-2018 (in €)

Nalatenschappen

De waarde van nalatenschappen aan milieu, natuur en dieren is redelijk stabiel sinds 2009. In 2018 ontvingen goede doelen op het gebied van milieu, natuur en dieren €45 miljoen uit nalatenschappen (CBF-database, december 2019). De Dierenbescherming en Natuurmonumenten zijn de twee grootste ontvangers van nalatenschappen. Respectievelijk ontvingen zij €12 miljoen en €7 miljoen. Het aandeel van alle doelen op het gebied van milieu, natuur en dieren in de totale waarde van nalatenschappen in 2018 is 14%.

Fondsen

De cijfers voor fondsen zijn een optelsom van de bijdragen uit de opbrengsten van het vermogen van 122 vermogensfondsen met een bestedingsbudget van meer dan €500.000 en 676 fondsenwervende instellingen. Van deze totale groep hebben 68 fondsen €31 miljoen uit de opbrengst van het vermogen bijgedragen aan milieu, natuur en dieren. Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997–2018 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen.

Bedrijven

Slechts 5% van de bedrijven geeft aan goede doelen op het gebied van milieu, natuur en dieren. Dit is bijzonder, omdat deze 'groene doelen' in 2018 wel 9% van alle giften ter waarde van €172 miljoen hebben gekregen. Duidelijk is dat deze doelen afhankelijk zijn van een aantal gulle gevers. Die enigszins smalle basis werd ook al in eerdere edities gevon-

den. Milieu en dierenwelzijn hebben de laatste jaren veel aandacht gekregen in de media, dus wellicht heeft dat meegespeeld bij de beslissingen van bedrijven om aan deze doelen te geven. Een volgend onderzoek zal laten zien of er zich een trend aandient.

Kansspelen

De Nationale Postcode Loterij is de enige kansspelorganisatie die doelen op het terrein van milieu, natuur en dieren begunstigt. Alhoewel de afdrachten aan doelen op dit terrein tussen 2011 en 2015 zijn gedaald (van €95 miljoen in 2011 naar €82 miljoen in 2015) kunnen milieu-, natuur- en dierenorganisaties in 2018 op aanzienlijk meer steun rekenen (€121 miljoen). Hiermee staan de doelen op dit terrein op een tweede plaats in de ranglijst van begunstigden van de kansspelen en zij belanden daardoor - anders dan in 2015 - boven maatschappelijke en sociale doelen.

	Totaalbedrag giften en sponsoring (in € miljoenen)	% bedrijven dat geeft	Gemiddeld bedrag (per bedrijf)
Milieu	68	4	1198
Natuur	62	8	576
Dieren	43	6	540

Tabel 10.4: Giften en sponsoring van bedrijven aan milieu, natuur en dieren, 2018 (uitgesplitst naar ontvangend doel)

10.2 Welke huishoudens geven aan milieu, natuur en dieren?

Onderstaande resultaten zijn gebaseerd op een multiële regressieanalyse. De verbanden die worden beschreven zijn gecontroleerd voor de andere variabelen in het model. Zij blijven overeind als de respondenten op alle andere kenmerken die in de analyse zijn opgenomen hetzelfde zijn.

Wie geeft?

Wie geven er geld en/of goederen op het terrein van milieu, natuur en dieren?

Vrouwen, mensen ouder dan 50 jaar en mensen met een hoger algemeen vertrouwen in anderen geven vaker op het gebied van milieu, natuur en dieren dan mannen, de jongste generatie tussen de 20 en jaar 30 oud en mensen met een laag algemeen vertrouwen in anderen. Ook zien we dat hoe hoger de opleiding en het huishoudinkomen is, hoe groter de kans is dat mensen geld en/of goederen geven op dit terrein. Als we kijken naar de migratieachtergrond van gevers zien we dat Surinaamse Nederlanders en Antilliaanse Nederlanders minder vaak geld en/of goederen geven op dit terrein dan Nederlanders zonder migratieachtergrond. Turkse en Marokkaanse Nederlanders geven niet vaker of minder vaak dan Nederlanders zonder migratieachtergrond. In tegenstelling tot wat we zien bij veel andere doelen die we in Geven in Nederland onderscheiden, lijkt religieuze overtuiging geen rol te spelen bij de kans op het geven aan een goed doel op het gebied van milieu, natuur en dieren.

Wie geeft meer?

Wie zijn de grotere gevers aan goedendoelenorganisaties die zich richten op milieu, natuur en dieren? Onder de groep gevers zijn mensen met een hoog huishoudinkomen, mensen met een eigen woning en mensen met een hogere leeftijd de grotere gevers. Mensen die getrouwd zijn en huishoudens met kinderen geven juist minder hoge bedragen op dit terrein dan mensen die niet getrouwd zijn en huishoudens zonder kinderen.

Wie doet vrijwilligerswerk?

1% van de Nederlanders doet in 2019 vrijwilligerswerk op het terrein van milieu, natuur en dieren. Het zijn vaker mensen zonder kinderen in het huishouden die vrijwilligerswerk doen op dit terrein. Nederlanders die in het bezit zijn van een eigen woning zijn ook vaker vrijwilliger op dit terrein dan Nederlanders die niet een eigen huis hebben.

10.3 Rijksoverheid en filantropie

De verandering die zich bij ontwikkelingssamenwerking heeft voltrokken (maatschappelijke doelen verbinden met economische doelen) doet zich in omgekeerde richting voor op het beleidsterrein milieu, natuur en dieren. De economie incorporeert meer en meer maatschappelijke en ecologische doelen en wordt daar ook op aangesproken en afgerekend. “Duurzaamheid”, “circulaire economie” en de “Sustainable Development Goals” zijn termen die alom aan legitimiteit winnen, ook internationaal.

Het milieu, de natuur, klimaatverandering, kortom de ecologie - nationaal en op wereldniveau - vormt wellicht de belangrijkste reden voor een groeiend gevoel van interdependentie onder de mensen op aarde. Milieu en natuur gaan eenieder aan: jong, oud, arm of rijk. De aarde is uiteindelijk datgene dat alle mensen bindt.

Bij het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat behartigt de Directie Leefomgeving en Circulaire Economie (DLCE) het milieu en het milieubeleid. In het uitvoeringsprogramma circulaire economie 2019-2023 komt filantropie voor bij de actie om financiers te verwerven voor projecten in het “Versnellingshuis Nederland Circulair” en in de beschrijving over de nationale Denktank². Er is een sessie geweest van de directie DLCE en het “Versnellingshuis Nederland Circulair” met filantropen en wel met de werkgroep van de Nederlandse fondsen in Circulaire Economie (onder andere de C&A foundation, het Oranjefonds, de Postcodeloterij en de Goldschmeding Foundation). Dezelfde werkgroep was uitgenodigd voor en had deelgenomen aan een sessie georganiseerd door het “Versnellingshuis Nederland Circulair! duurzaam geld zoekt circulaire ondernemer” in januari 2020.

De werkgroep heeft voorts meegedacht bij de financieringstool voor circulaire ondernemers die het Versnellingshuis in de week van de circulaire economie 2020 heeft gelanceerd. Het doorbraakproject van het Versnel-

lingshuis en icoonproject van de Transitie Agenda consumptiegoederen is de ‘Dutch Circular Textile Valley’ (DCTV). Dit is een samenwerking van verschillende partijen³. Een daarvan is Fashion For Good⁴. Daar is de C&A foundation een onderdeel van.

De Goldschmeding foundation doet mee aan het “Circular Gap report” en stemt dat nauw af met directie DLCE. De Goldschmeding foundation zat in de programmaraad voor de Nationale conferentie Circulaire Economie.

Van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit is de Directie Natuur verantwoordelijk voor het beleid aangaande natuurbehoud. Filantropie als term komt niet zozeer terug in beleidsstukken. Binnen LNV is er op dit moment geen prioriteit om in filantropiebeleid menskracht te steken.

Particulier initiatief/vrijwilligerswerk is wel een belangrijk onderdeel van de “Rijksnatuurvisie 2014 Natuurlijk verder”⁵. Een belangrijk speerpunt voor de toekomst is ‘verantwoordelijkheid voor de natuur’:

‘De natuurvisie verlegt de aandacht van bescherming van natuur tegen de samenleving naar versterking van natuur dóór de samenleving. De overheid treedt niet terug op natuurgebied. Maar om een betere natuur te bereiken is een andere rol van burgers en bedrijven nodig. Burgers en bedrijven blijken het zelf ook belangrijk te vinden om verantwoordelijkheid te nemen voor een sterke natuur.’

Een belangrijke pijler van de visie is de maatschappelijke betrokkenheid bij natuur te vergroten⁶. Het ministerie is zeer terughoudend wat betreft de contacten met filantropische organisaties omdat het niet de indruk wil wekken invloed te willen uitoefenen op de besteding van hun middelen, bijvoorbeeld die van de goedbedoelenloterijen.

Het ministerie is vooral actief om binnen financiële organisaties het belang van natuur deel te laten maken van de inves-

teringsbeslissingen⁷. Zo wil de financiële sector zich onder de vlag van het Platform voor Duurzame Financiering gezamenlijk gaan buigen over scenario's voor CO₂-beprijzing en werken aan een sector-brede aanpak ter behoud van biodiversiteit.

² <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2019/02/08/uitvoeringsprogramma-2019-2023>

³ <https://www.dutchcirculartextile.org/#General>

⁴ <https://fashionforgood.com/>

⁵ <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/natuur-en-biodiversiteit/inhoud/natuurvisie>

⁶ <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/natuur-en-biodiversiteit/natuurbeleid-komende-jaren>

⁷ <https://www.dnb.nl/nieuws/nieuwsoverzicht-en-archief/Persberichten2019/dnb383582.jsp>



Onderwijs en onderzoek

11.1 Cijfers

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*
Huishoudens	35	29	37	52	39	22	41	31	42	26	40	40
Nalatenschappen	nvt	nvt	0	0	0	0	0	0	0	5	5	2
Fondsen ^a	nvt	6	5	12	12	19	12	25	18	18	18	23
Bedrijven	57	205	89	245	232	254	232	94	148	141	141	219
Kansspelen	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt
Totaal	92	240	131	309	283	295	285	150	208	190	204	283

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

De cijfers van huishoudens en bedrijven betreffen gegeneraliseerde bedragen. Met andere woorden: er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. We benadrukken dat door het ontbreken van een volledig steekproefkader het onmogelijk is generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen en nalatenschappen.

^a De cijfers zijn een optelsom van de bijdragen aan onderwijs en onderzoek uit de opbrengsten van het vermogen van vermogensfondsen (n=24) en geldwervende fondsen (n=3).

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

Tabel 11.1: Bijdragen aan onderwijs en onderzoek, 1997-2018 (in € miljoenen)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*
Huishoudens	38	12	28	17	14	7	14	21	20	14	20	14
Nalatenschappen	nvt	nvt	0	0	0	0	0	0	0	3	3	1
Fondsen	nvt	3	4	4	4	6	4	17	9	9	9	8
Bedrijven	62	85	68	79	82	86	81	63	71	74	69	77
Kansspelen	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt	nvt
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Als gevolg van afrondingen tellen niet alle percentages op tot 100%

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

Tabel 11.2: Bijdragen aan onderwijs en onderzoek, 1997-2018 (in %)

Huishoudens

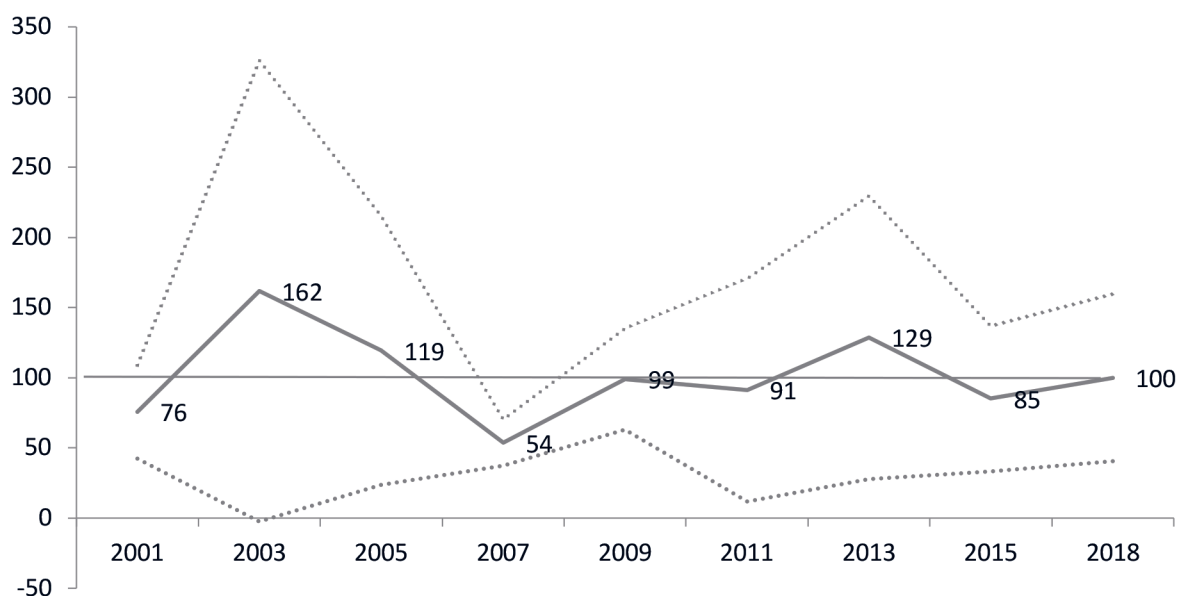
In 2018 gaven huishoudens in Nederland €40 miljoen aan onderwijs en onderzoek in de vorm van geld en goederen (zie tabel 11.1). De gemiddelde gift op jaarbasis in geld en/of goederen onder de gevers was €83 en 6% van de huishoudens gaf in geld en/of goederen aan doelen op het gebied van onderwijs en onderzoek. Voor giften in de vorm van geld was dit €73, 6% van de huishoudens gaf een gift in geld. Voor giften in de vorm van goederen was dit €43, 1% van de huishoudens gaf een gift in goederen.

Bij doelen op het terrein van onderwijs en onderzoek kan gedacht worden aan giften aan scholen (geen ouderbijdragen), universiteiten en wetenschappelijke instituten. In vergelijking tot de andere doelen die we onderscheiden in Geven in Nederland wordt er het minst vaak gegeven aan goede doelen op het gebied van onderwijs en onderzoek.

Het totaalbedrag in geld en goederen dat door huishoudens wordt gegeven aan goede doelen op het terrein van

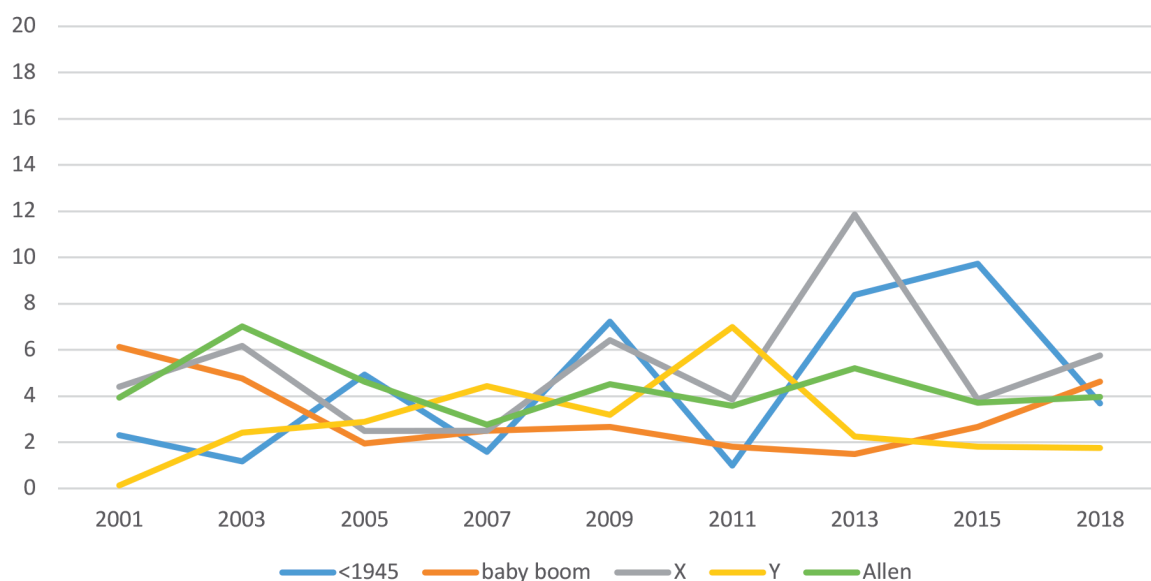
onderwijs en onderzoek is sinds 2007 redelijk stabiel (zie figuur 11.1). In figuur 11.1 presenteren we het geïndexeerde totaalbedrag in geld en goederen gegeven door Nederlandse huishoudens, waarbij het jaar 2018 op 100 is gezet. Om trends in de tijd te kunnen bepalen, zijn deze cijfers gecorrigeerd voor inflatie. De schattingen zijn gemaakt op basis van gemiddelden uit de brede steekproef van huishoudens die zijn behandeld voor uitschieters¹. Het beeld wijkt daardoor wat af van de trend in tabel 11.1. Sinds 2007 zien we een lichte stijging in de giften aan onderwijs en onderzoek. Hoewel er in 2015 sprake is van een daling, neemt het totaalbedrag in 2018 ten opzichte van 2015 weer licht toe.

¹ De 1% hoogste bedragen zijn teruggezet op het 99e percentiel. In de methodologische verantwoording lichten we deze procedure nader toe.



De doorgetrokken lijn is de gemiddelde schatting, de stippellijnen vormen de boven- en ondergrens van het 95% betrouwbaarheidsinterval. Exclusief vermogende huishoudens

Figuur 11.1: Geïndexeerde (2018=100) totaalbedrag in geld en goederen van de Nederlandse huishoudens aan onderwijs en onderzoek, met inflatiecorrectie, 2001-2018



Exclusief vermogende huishoudens

<1945=geboren voor 1945, baby boom= geboren tussen 1945 en 1964, X=geboren tussen 1965 en 1976, Y=geboren tussen 1977 en 1999

In 2004 en 2005 zorgden uitschieters voor grote fluctuaties in de giften van de generatie Y. We hebben de uitschieters vervangen door het gemiddelde van het voorafgaande en het daaropvolgende jaar.

Figuur 11.2: Gemiddeld bedrag aan giften per huishouden aan onderwijs en onderzoek naar generatie, met inflatiecorrectie, 2001-2018 (in €)

We zien geen systematische generatieverschillen in de hoogte van giften aan onderwijs en onderzoek (zie figuur 11.2). De giften van verschillende generaties fluctueren wat van jaar op jaar, maar liggen in alle jaren voor alle generaties vrij laag.

Nalatenschappen

Onderwijs en onderzoek ontvangen nauwelijks inkomsten uit nalatenschappen. Net als in de vorige editie hebben we aanvullend onderzoek gedaan onder universiteitsfondsen omdat zij vaak niet zijn opgenomen in de cijfers van de database van het CBF. De waarde van nalatenschappen aan onderwijs en onderzoek volgens de database van het CBF (december 2019) en dit aanvullende onderzoek is in 2018 €2 miljoen.

Fondsen

De cijfers voor fondsen zijn een optelsom van de bijdragen uit de opbrengsten van het vermogen van 122 vermogensfondsen met een bestedingsbudget van

meer dan €500.000 en 676 fondsen-wervende instellingen. Van deze totale groep hebben 27 fondsen €23 miljoen uit de opbrengst van het vermogen bijgedragen aan onderwijs en onderzoek. Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997–2018 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen.

Bedrijven

Onderwijs en onderzoek als te begunstigen doel is in 2018 tamelijk populair onder de bedrijven, aangezien 12% van alle giften naar onderwijs en onderzoek is gegaan, resulterend in een geschat bedrag van €219 miljoen. Ook dit doel heeft een betrekkelijk smalle basis, omdat 5% van de bedrijven sponsort en 4% giften doen. De resultaten laten dus zien dat het doel sterk leunt op een beperkt aantal grote gevers. Het grootste gedeelte van de giften bestaat uit geld (71%).

Kansspelen

De categorie onderwijs en onderzoek wordt door de kansspelen (nagenoeg) niet begunstigd.

11.2 Welke huishoudens geven aan onderwijs en onderzoek?

Onderstaande resultaten zijn gebaseerd op een multiële regressieanalyse. De verbanden die worden beschreven zijn gecontroleerd voor de andere variabelen in het model. Zij blijven overeind als de respondenten op alle andere kenmerken die in de analyse zijn opgenomen hetzelfde zijn.

Wie geeft?

Welke kenmerken zijn van toepassing op mensen die geven aan onderwijs en onderzoek? Vrouwen, hogeropgeleiden, mensen met een hoger huishoudinkomen en mensen met een eigen huis geven vaker geld en/of goederen op dit terrein dan mannen, lageropgeleiden, mensen met een laag huishoudinkomen en mensen zonder eigen huis. Als we kijken naar de migratieachtergrond van gevers zien we dat Turkse Nederlanders vaker geven op het terrein van onderwijs en onderzoek dan Nederlanders zonder migratieachtergrond. Dit geldt niet voor Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaanse Nederlanders. Tot slot geven mensen die minstens twee keer per maand naar een kerk, moskee, tempel of synagoge gaan vaker geld en/of goederen op het gebied van onderwijs en onderzoek dan mensen die minder vaak of helemaal nooit een gebedshuis bezoeken.

Wie geeft meer?

Onder de groep gevers lijkt de hoogte van het bedrag dat wordt gegeven aan onderwijs en onderzoek niet veel te verschillen tussen verschillende groepen in de samenleving. Wel zien we, en wellicht niet zo verwonderlijk, dat mensen met de hoogste huishoudinkomens hogere bedragen geven aan onderwijs en onderzoek.

Wie doet vrijwilligerswerk?

In 2019 doet 5% van de Nederlanders vrijwilligerswerk op het terrein van onderwijs. Zagen we bij milieu, natuur en dieren dat mensen met kinderen in het huishouden minder vaak vrijwilligerswerk doen, zien we bij onderwijs juist dat mensen in een huishouden met

kinderen vaker vrijwilligerswerk doen. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat mensen met kinderen vaak vrijwilligerswerk doen op de school van hun kinderen. Ook huizenbezitters doen vaker vrijwilligerswerk op het gebied van onderwijs. Nederlanders met betaald werk doen echter minder vaak vrijwilligerswerk op dit terrein dan mensen zonder betaald werk.

11.3 Rijksoverheid en filantropie

Onderwijs en onderzoek staan al meer dan twintig jaar onderaan de lijst van begunstigde doelen, zolang Geven in Nederland gegevens verzamelt. Onderwijs en onderzoek ontvangen in Nederland weinig uit filantropische bronnen (met uitzondering van het onderzoek op het terrein van gezondheid, dat niet tot de categorie onderwijs en onderzoek wordt gerekend maar tot de categorie gezondheid; zie hoofdstuk 8).

Onderwijs en onderzoek wordt door velen gezien als primair een taak van de overheid die de belangrijkste financier is. Voor onderwijs is de overheidsverantwoordelijkheid in de wet vastgelegd. Toch zijn particulieren, fondsen en bedrijven wel bereid wat extra's te doen voor het onderwijs. Bijvoorbeeld het financieel mogelijk maken van schoolzwemmen, muziekonderwijs, studiereizen of het aanbieden van stage- en leerplaatsen.

Het Ministerie van OCW ziet filantropie als deel van de derde geldstroom voor het onderzoek binnen universiteiten. In de Wetenschapsbrief "Nieuwsgierig en betrokken/De waarde van wetenschap" van de Minister van OCW, van Engelshoven, dd. januari 2019 staat:

"(...) De financiering van het onderzoek aan universiteiten bestaat uit drie geldstromen. Het onderzoeksdeel van de eerste geldstroom (€ 1,96 miljard in 2018) wordt rechtstreeks door de overheid verstrekt op basis van een lumpsumfinanciering. Daarnaast is er de tweede geldstroom (€ 764 miljoen in 2018) die via NWO wordt verdeeld, (...). Tot slot is er de derde geldstroom (circa € 1,3 miljard in 2016) waarbij het gaat om financiering uit publieke en private bronnen (met name bedrijven, het Europese kaderprogramma voor onderzoek en innovatie, universiteitsfondsen, gezondheidsfondsen en vermogensfondsen). (...)"²

Universiteiten zijn al lange tijd druk bezig alumni-beleid op te zetten. Zij spreken bij monde van de European

University Association van "diversification of income streams" en hebben daar programma's voor ontwikkeld. Naast valorisatie (marktinkomsten uit opdrachtonderzoek, extern onderwijs en patenten) zijn deze kennisinstituten actief in het opzetten van fondsenwerving (alumnibeleid, geefkringen en universiteitsfondsen); en ook de hogescholen zijn op dit vlak van alumnibeleid en fondsenwerving actief geworden³. Zoals in het hoofdstuk 8 'Gezondheid' is beschreven denken overheden en kennisinstituten ook meer en meer in partnerships om aan extra financiële middelen te komen. Dit ter versterking van de Nederlandse kenniseconomie. Deze belangstelling voor filantropie is niet alleen in Nederland waarneembaar, maar ook in Europa. Zo heeft het *Directorate General (DG) Research and Innovation* van de Europese Commissie meerdere onderzoeken laten uitvoeren om zicht te krijgen op filantropische bijdragen in de EU ter versterking van de kenniseconomie en de concurrentiepositie van Europa⁴.

² <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/publicaties/2019/01/28/nieuwsgierig-en-betrokken>, p. 20

³ Zie bijvoorbeeld de link <https://www.dehaagsehogeschool.nl/over-de-haagse/alumni>

⁴ Zie Breeze, B., Wilkinson, I., Schuyt, Th.N.M., Gouwenberg, B.M., (2011) *Giving in Evidence. Fundraising from philanthropy for research funding in European universities*. Brussels: European Commission, Directorate-General for Research and Innovation; Gouwenberg, B., Karamat Ali, D., Hoolwerf, L., Bekkers, R., Schuyt, T., Smit, J. (2015). *EUFORISTUDY, Synthesis report*. Brussels: European Commission. www.euforistudy.eu en Schuyt, Th., Gouwenberg, B. (Eds.) (2018). *Driving Progress for Research and Innovation in Europe: The potential of R&I foundations*. Brussels: European Commission, Directorate-General for Research and Innovation.



Cultuur

12.1 Cijfers

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*
Huishoudens	30	32	39	26	37	24	33	26	59	36	189	78
Nalatenschappen	nvt	1	5	11	2	7	2	6	3	8	8	33
Fondsen ^a	16	25	22	35	125	82	76	69	79	64	64	75
Bedrijven	49	116	274	516	135	235	296	124	80	219	219	174
Kansspelen	nvt	nvt	nvt	26	33	38	46	68	63	59	59	80
Totaal	95	174	340	614	332	386	453	293	284	385	539	439

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

De cijfers van huishoudens en bedrijven betreffen gegeneraliseerde bedragen. Met andere woorden: er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. We benadrukken dat door het ontbreken van een volledig steekproefkader het onmogelijk is generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen en nalatenschappen.

^a De cijfers zijn een optelsom van de bijdragen aan cultuur uit de opbrengsten van het vermogen van vermogensfondsen (n=33) en geldwervende fondsen (n=17).

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

Tabel 12.1: Bijdragen aan cultuur, 1997-2018 (in € miljoenen)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*
Huishoudens	32	18	12	4	11	6	7	9	21	9	35	18
Nalatenschappen	nvt	1	1	2	1	2	0	2	1	2	2	7
Fondsen	17	14	6	6	38	21	17	24	28	16	12	17
Bedrijven	52	67	80	84	41	61	65	42	28	57	41	40
Kansspelen	nvt	nvt	nvt	4	10	10	10	23	22	15	11	18
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Als gevolg van afrondingen tellen niet alle percentages op tot 100%

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

Tabel 12.2: Bijdragen aan cultuur, 1997-2018 (in %)

Huishoudens

In 2018 gaven huishoudens in Nederland voor €78 miljoen aan cultuur in de vorm van geld en goederen (zie tabel 12.1). De gemiddelde gift op jaarbasis in geld en/of goederen onder de gevers was €76 en 13% van de huishoudens gaf in geld en/of goederen aan doelen op het gebied van cultuur. Voor giften in de vorm van geld was dit €72, 13% van de huishoudens gaf een gift in geld. Voor giften in de vorm van goederen was dit €30, 1% van de huishoudens gaf een gift in goederen.

Voorbeelden van goededoelenorganisaties op het gebied van cultuur zijn toneel-, muziek- en dansgezelschappen, musea, schouwburgen en culturele fondsen.

Het totaalbedrag in geld en goederen dat door huishoudens wordt gegeven aan goede doelen op het gebied van cultuur neemt toe (zie figuur 12.1). In figuur 12.1 presenteren we het geïndexeerde totaalbedrag in geld en goederen gegeven

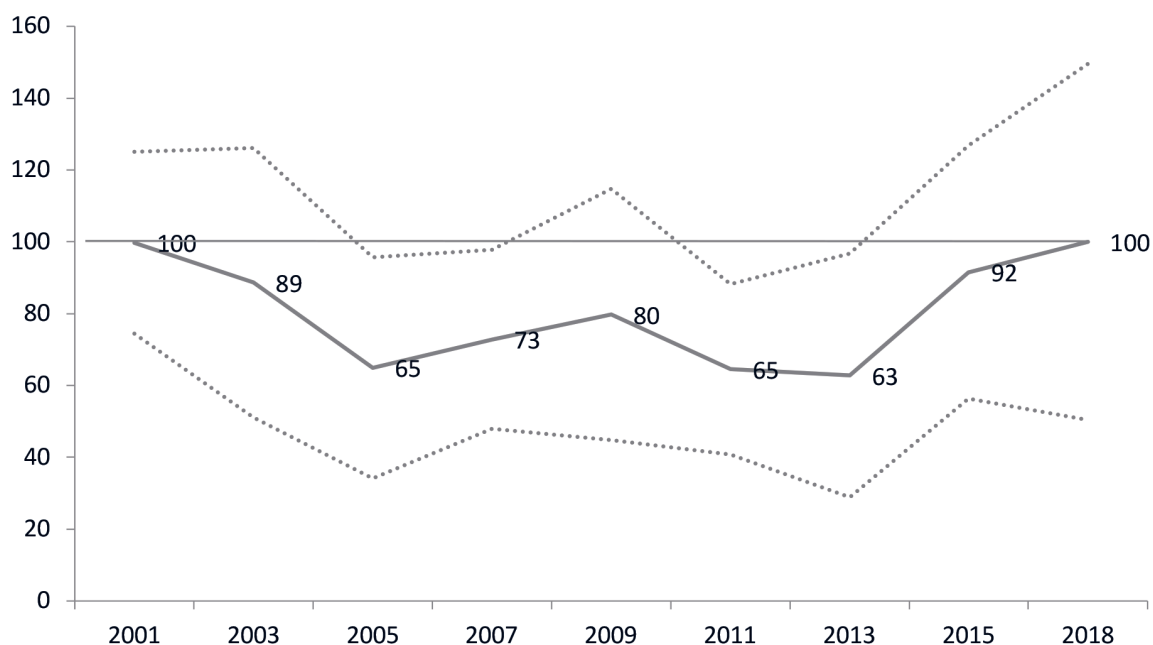
door Nederlandse huishoudens, waarbij het jaar 2018 op 100 is gezet. Om trends in de tijd te kunnen bepalen, zijn deze cijfers gecorrigeerd voor inflatie. De schattingen zijn gemaakt op basis van gemiddelden uit de brede steekproef van huishoudens die zijn behandeld voor uitschieters¹. Het beeld wijkt daardoor wat af van de trend in tabel 12.1. Hoewel er vanaf 2009 sprake was van een lichte daling in giften aan de culturele sector, zien we sinds 2013 weer een stijging. Deze stijging zet zich door in 2018.

De hoogte van giften aan cultuur laten in de meeste jaren het bekende patroon zien van generatieverschillen dat we ook bij andere doelen hebben gezien: de vooroorlogse generatie geeft het meest, gevolgd door de babyboomgeneratie (zie figuur 12.2). De hoogte van de giften uit de generatie X en Y ligt in de meeste jaren dicht bij elkaar, met uitzondering van 2001 en 2005, waarin de generatie Y meer geeft. Opvallend is dat we sinds 2011 zien dat de giften aan cultuur in alle generaties stijgen, met name in de

vooroorlogse generatie. Deze stijging kan erop duiden dat de invoering van de multiplier voor giften aan culturele instellingen het geefgedrag van huishoudens aan cultuur heeft verhoogd. Voor nadere analyse verwijzen we u graag naar ons eerdere onderzoek van De Nooij, Bekkers en Felix (2017)² en de rapportage over inkomsten van culturele instellingen die later dit jaar zal volgen.

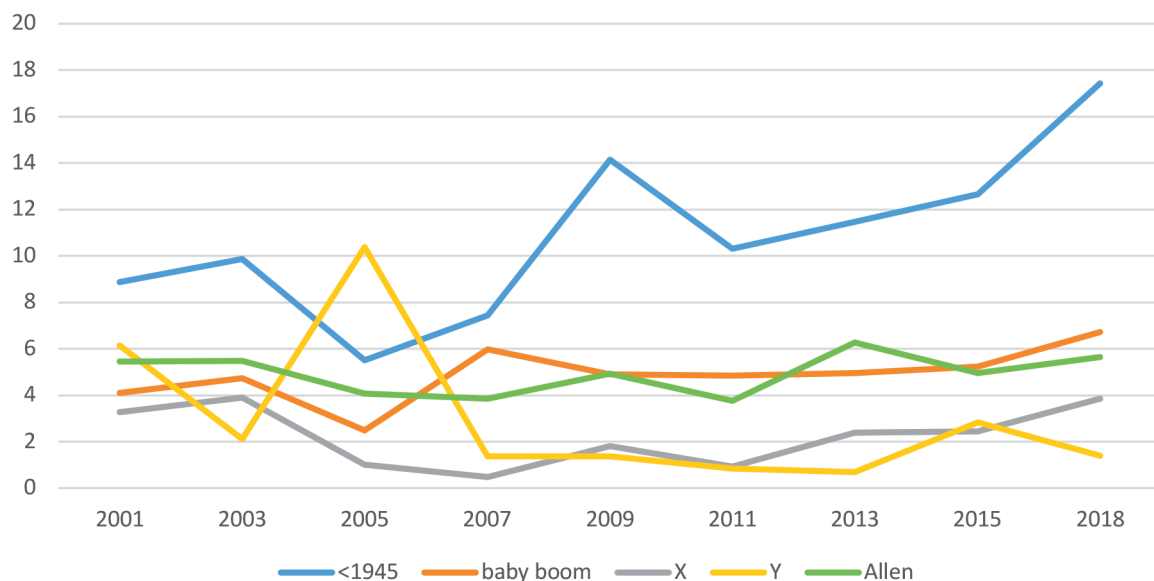
¹ De 1% hoogste bedragen zijn teruggezet op het 99e percentiel. In de methodologische verantwoording lichten we deze procedure nader toe.

² De Nooij, F., Bekkers, R. & Felix, S. (2017). *Ontwikkelingen in giften, sponsoring en andere inkomsten van culturele instellingen in Nederland*. Vrije Universiteit Amsterdam: Werkgroep Filantropische Studies. <https://fcin4.files.wordpress.com/2017/07/ontwikkelingen-in-giften-sponsoring-en-andere-inkomsten.pdf>



De doorgetrokken lijn is de gemiddelde schatting, de stippellijnen vormen de boven- en ondergrens van het 95% betrouwbaarheidsinterval. Exclusief vermogende huishoudens

Figuur 12.1: Geïndexeerd (2018=100) totaalbedrag in geld en goederen van de Nederlandse huishoudens aan cultuur, met inflatiecorrectie, 2001-2018



Exclusief vermogende huishoudens

<1945=geboren voor 1945, baby boom= geboren tussen 1945 en 1964, X=geboren tussen 1965 en 1976, Y=geboren tussen 1977 en 1999

In 2013 zorgden uitschieters voor grote fluctuaties in de giften van de generatie baby boom. We hebben de uitschieters vervangen door het gemiddelde van het voorafgaande en het daaropvolgende jaar.

Figuur 12.2: Gemiddeld bedrag aan giften per huishouden aan cultuur naar generatie, met inflatiecorrectie, 2001-2018 (in €)

Nalatenschappen

De cijfers voor inkomsten uit nalatenschappen voor cultuur komen in 2018 uit op €33 miljoen (CBF-database, december 2019). Dit is vier keer zoveel als er in 2015 aan cultuur werd gegeven via nalatenschappen. Deze opvallende stijging kan voornamelijk verklaard worden door de grotere nalatenschappen aan het Prins Bernhard Cultuurfonds. In 2018 ontving het Prins Bernhard Cultuurfonds €22 miljoen aan nalatenschappen. Hiermee was het Prins Bernhard Cultuurfonds de op een na grootste ontvanger van nalatenschappen in 2018.

Fondsen

De cijfers van fondsen zijn een optelsom van de bijdragen uit de opbrengsten van het vermogen van 122 vermogensfondsen met een bestedingsbudget van meer dan €500.000 en 676 fondsenwervende instellingen. Van deze totale groep hebben 50 fondsen €75 miljoen uit de opbrengst van het vermogen bijgedra-

gen aan cultuur. Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997-2018 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen.

Bedrijven

De waarde van de giften van bedrijven aan cultuur is vergelijkbaar met dat in 2015. Ongeveer 9% van alle giften door Nederlandse bedrijven gaat naar cultuur, voor een geschat bedrag van €174 miljoen. Cultuur krijgt relatief veel via sponsoring (10%) in vergelijking met giften (5%). Cultuur leent zich waarschijnlijk voor eenmalige evenementen waar een bedrijf de naam aan wil verbinden. Een substantieel gedeelte van de giften vindt plaats in natura en mankracht: in totaal 36%.

Kansspelen

Organisaties op het terrein van cultuur ontvingen in 2018 €80 miljoen vanuit de kansspelen (met name afkomstig van de BankGiro Loterij die zich uitsluitend

op de cultuursector richt). Dat is een stijging van €11 miljoen ten opzichte van 2015 toen cultuurorganisaties €59 miljoen uit de kansspelen ontvingen.

12.2 Welke huishoudens geven aan cultuur?

Onderstaande resultaten zijn gebaseerd op een multipele regressieanalyse. De verbanden die worden beschreven zijn gecontroleerd voor de andere variabelen in het model. Zij blijven overeind als de respondenten op alle andere kenmerken die in de analyse zijn opgenomen hetzelfde zijn.

Wie geeft?

Wat zijn de kenmerken van de gevers aan cultuur? Mensen met een hbo of wo-opleiding, een hoog huishoudinkomen en een eigen woning geven vaker geld en/of goederen aan goede doelen op het gebied van cultuur dan lageropgeleiden, mensen met een laag huishoudinkomen en mensen zonder een eigen woning. Protestanten geven eveneens vaker op dit gebied dan niet-gelovigen, maar dit geldt niet voor katholieken. Tot slot geven mensen met een hoog algemeen sociaal vertrouwen vaker op het gebied van cultuur.

Wie geeft meer?

Net als op het gebied van onderwijs en onderzoek geven de mensen met de hoogste huishoudinkomens hogere bedragen aan cultuur. Ook mensen die tot een kleinere religieuze groep behoren (waaronder de islam, het hindoeïsme en het boeddhisme) blijken veelgevers te zijn op het gebied van cultuur in vergelijking met niet-gelovigen.

Wie doet vrijwilligerswerk?

3% van de Nederlanders deed in 2019 vrijwilligerswerk op het gebied van cultuur. Gelovigen doen minder vaak vrijwilligerswerk op het gebied van cultuur dan niet-gelovigen. Surinaamse Nederlanders doen daarentegen vaker vrijwilligerswerk op dit terrein dan Nederlanders zonder migratieachtergrond. Marokkaanse, Turkse en Antilliaanse Nederlanders doen niet vaker of minder vaak vrijwilligerswerk op het gebied van cultuur dan Nederlanders zonder migratieachtergrond.

12.3 Rijksoverheid en filantropie

In 2012 is de Geefwet ingevoerd, die een multiplier voor giften aan culturele instellingen bevat waardoor giften verhoogd aantrekbaar zijn. De multiplier heeft als doel de culturele instellingen aantrekkelijker te maken voor gevers en de giften aan culturele instellingen te verhogen.

Opeenvolgende bewindspersonen van OCW hebben het belang benadrukt van diversificatie in de bronnen van inkomsten voor culturele instellingen, waardoor zij minder afhankelijk worden van overheidssubsidie. Tegelijk met de invoering van de multiplier zijn echter omvangrijke bezuinigingen aangekondigd, die sinds 2013 de culturele sector hard hebben getroffen. De fiscale “multiplier-regeling” bestaat nog steeds. Het Centrum voor Filantropische Studies heeft de ontwikkelingen in giften en andere inkomsten van culturele instellingen in Nederland onderzocht in de periode 2011-2015³. In 2020 verschijnt er een nieuw onderzoeksrapport naar het geefgedrag in de culturele sector.

Een andere ontwikkeling is de toegenomen waarde van vrijwilligers voor culturele instellingen. Door de bezuinigingen op cultuur zijn vele instellingen gedwongen betaalde medewerkers te ontslaan. Movisie, dat specifiek onder musea onderzoek heeft gedaan (Van der Veer, Merkus & Panhuijzen, 2016), rapporteert dat het gemiddelde aantal vrijwilligers per museum in ruim vijf jaar is toegenomen van 53 naar 66 (+25%)⁴. Bijna een derde van de musea die aan het onderzoek hebben deelgenomen blijken geheel zonder betaalde krachten te werken. Zij draaien volledig op vrijwilligers. Waarschijnlijk is dit beeld niet specifiek voor musea, maar geldt het ook voor andere delen van de culturele sector.

Ook crowdfunding is in Nederland steeds prominenter aanwezig in de sector cultuur⁵. Crowdfunding is een manier van financiering van kortdurende, afgebakende projecten met een concreet doel na een oproep via het

internet. In de culturele sector wordt het grootste gedeelte van de crowdfundingprojecten aangeboden via het platform Voordekunst.nl.

Het Ministerie van OCW stimuleert het particulier geven aan de culturele sector. In de uitgangspuntenbrief ‘Cultuurbeleid 2021-2024’ van Minister van Engelshoven staat: “In de periode 2021-2024 stel ik jaarlijks € 0,5 miljoen beschikbaar om het geven van privaat geld te stimuleren. Ik onderzoek samen met de sector welk instrument hiervoor wordt ingezet”⁶. Het ministerie heeft periodieke bijeenkomsten met particuliere fondsen. Er is incidenteel contact met partijen als het Prins Bernhard Cultuurfonds. Daarnaast is contact met de goededoelenloterijen.

Binnen de arbeidsmarktagenda wordt nu vanuit PACCT (coaching voor creatieve ondernemers) gewerkt aan een onderzoek naar het stimuleren van geven in de culturele sector. Hierbij zijn o.a. Voordekunst en het Prins Bernhard Cultuurfonds betrokken. Daarnaast wordt er vanuit de Rijkscultuurfondsen meer samengewerkt met particuliere fondsen. Bijvoorbeeld tussen Fonds Podiumkunsten, Fonds voor Cultuurparticipatie en VSBfonds.

Vanuit de overheid wordt meer contact wenselijk geacht om met elkaar te delen wat de activiteiten zijn. Vooral de samenwerking tussen de Rijksfondsen en particuliere fondsen kunnen een grotere impact hebben. Het Ministerie van OCW ziet daarin voor zichzelf een stimulerende rol weggelegd.

³ De Nooij, F., Bekkers, R. & Felix, S. (2017). Ontwikkelingen in giften en andere inkomsten van culturele instellingen in Nederland. Amsterdam: Werkgroep Filantropische Studies, Vrije Universiteit Amsterdam; Franssen, S.E. & Bekkers, R. (2016). Culturele instellingen in Nederland: Veranderingen in geefgedrag, giften, fondsenwerving en inkomsten tussen 2011 en 2014. Amsterdam: Werkgroep Filantropische Studies, Vrije Universiteit Amsterdam. <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2016/06/09/culturele-instellingen-in-nederland-veranderingen-in-geefgedrag-giften-fondsenwerving-en-inkomsten-tussen-2011-en-2014>

⁴ Van der Veer, K., Merkus, M. & Panhuijzen, B. (2016). Vrijwilligers: pijler onder de musea. Utrecht: Movisie. [https://www.movisie.nl/sites/default/files/alfresco_files/Vrijwilligers-pijler-onder-de-musea%20\[MOV-11008093-1.1\].pdf](https://www.movisie.nl/sites/default/files/alfresco_files/Vrijwilligers-pijler-onder-de-musea%20[MOV-11008093-1.1].pdf)

⁵ Van Teunenbroek (2019), P.S.C. (2019) Crowdfunding in the US and Europe. The Fundraising Verband Austria. 2019 Spenden Bericht. https://www.fundraising.at/wp-content/uploads/2019/12/Spendenbericht_2019_WEB.pdf

⁶ <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/beleidsnota-s/2019/06/11/uitgangspunten-cultuurbeleid-2021-2024>



Sport en recreatie

13.1 Cijfers

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*
Huishoudens	30	96	62	44	34	39	47	36	43	39	45	67
Nalatenschappen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fondsen ^a	nvt	2	4	4	26	8	4	4	11	2	2	9
Bedrijven	388	507	630	845	574	590	598	585	433	396	396	456
Kansspelen	nvt	nvt	nvt	44	57	50	66	77	68	69	69	71
Totaal	418	605	696	937	691	687	715	702	555	506	511	604

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

De cijfers van huishoudens en bedrijven betreffen gegeneraliseerde bedragen. Met andere woorden: er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. We benadrukken dat door het ontbreken van een volledig steekproefkader het onmogelijk is generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen en nalatenschappen.

^a De cijfers zijn een optelsom van de bijdragen aan sport en recreatie uit de opbrengsten van het vermogen van vermogensfondsen (n=12) en geldwervende fondsen (n=2).

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

Tabel 13.1: Bijdragen aan sport en recreatie, 1997-2018 (in € miljoenen)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*
Huishoudens	7	16	9	5	5	6	7	5	8	8	9	11
Nalatenschappen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fondsen	nvt	0	1	0	4	1	1	1	2	0	0	2
Bedrijven	93	84	91	90	83	86	84	83	78	78	77	76
Kansspelen	nvt	nvt	nvt	5	8	7	9	11	12	14	13	12
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Als gevolg van afrondingen tellen niet alle percentages op tot 100%

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

Tabel 13.2: Bijdragen aan sport en recreatie, 1997-2018 (in %)

Huishoudens

In 2018 gaven huishoudens in Nederland voor €67 miljoen aan sport en recreatie in de vorm van geld en goederen (zie tabel 13.1). De gemiddelde gift op jaarbasis in geld en/of goederen onder de gevers was €72 en 12% van de huishoudens gaf in geld en/of goederen aan doelen op het gebied van sport en recreatie. Voor giften in de vorm van geld was dit €69, 11% van de huishoudens gaf een gift in geld. Voor giften in de vorm van goederen was dit €28, 1% van de huishoudens gaf een gift in goederen. Na onderwijs en onderzoek werd er in 2018 het minst vaak gegeven aan doelen op het gebied van sport en recreatie.

Het totaalbedrag in geld en goederen dat door huishoudens wordt gegeven aan goede doelen op het terrein van sport en recreatie neemt licht toe (zie figuur 13.1). In figuur 13.1 presenteren we het geïndexeerde totaalbedrag in geld en goederen gegeven door Nederlandse huishoudens, waarbij het jaar 2018 op 100 is gezet. Om trends in de tijd te

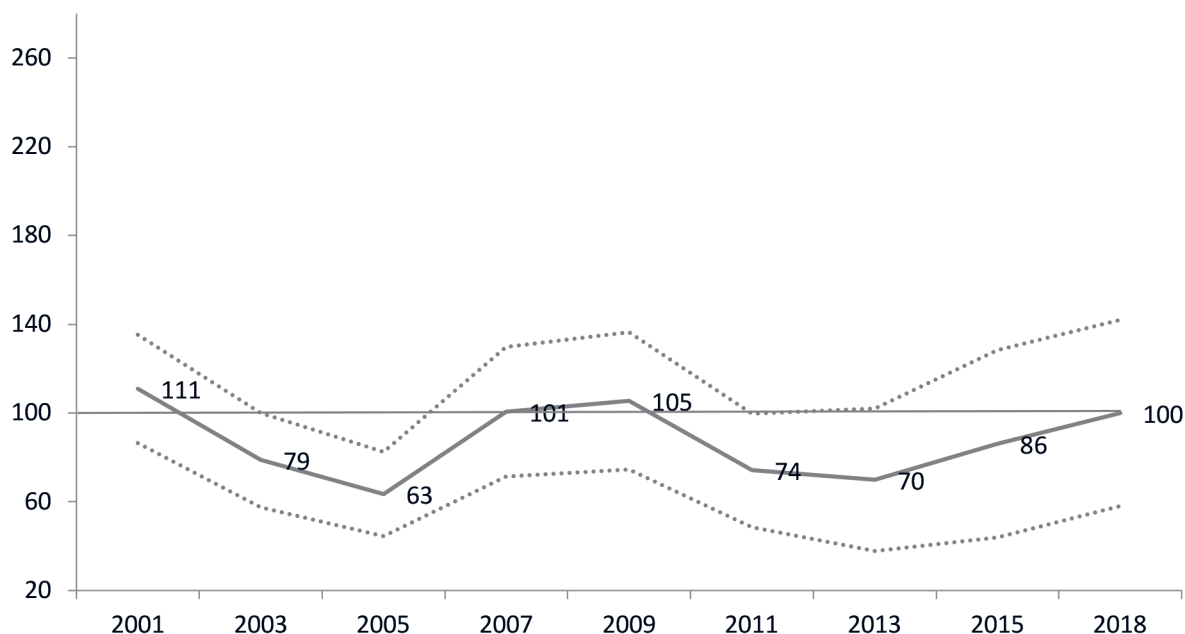
kunnen bepalen, zijn deze cijfers gecorrigeerd voor inflatie. De schattingen zijn gemaakt op basis van gemiddelden uit de brede steekproef van huishoudens die zijn behandeld voor uitschieters¹. Het beeld wijkt daardoor wat af van de trend in tabel 13.1. Vergeleken met de andere doelen zien we in de trend voor sport en recreatie geen grote pieken of dalen. Na een kleine daling in de giften sinds 2009 zien we dat er vanaf 2013 weer sprake is van een lichte stijging. In 2018 is het totaalbedrag dat wordt gegeven door huishoudens aan sport en recreatie op een niveau vergelijkbaar met 2007 en 2009.

Giften aan sport en recreatie vertonen een heel ander patroon van generatieverschillen dan giften aan andere doelen (zie figuur 13.2). Van 2003 tot 2009 geeft de babyboomgeneratie het meest, daarna nemen hun giften af. Sinds 2011 nemen de giften van de generatie X toe, en sinds 2013 geven zij het meest. De generatie Y geeft in de meeste jaren het minst. De vooroorlogse generatie zit meestal tussen de andere generaties in.

Nalatenschappen

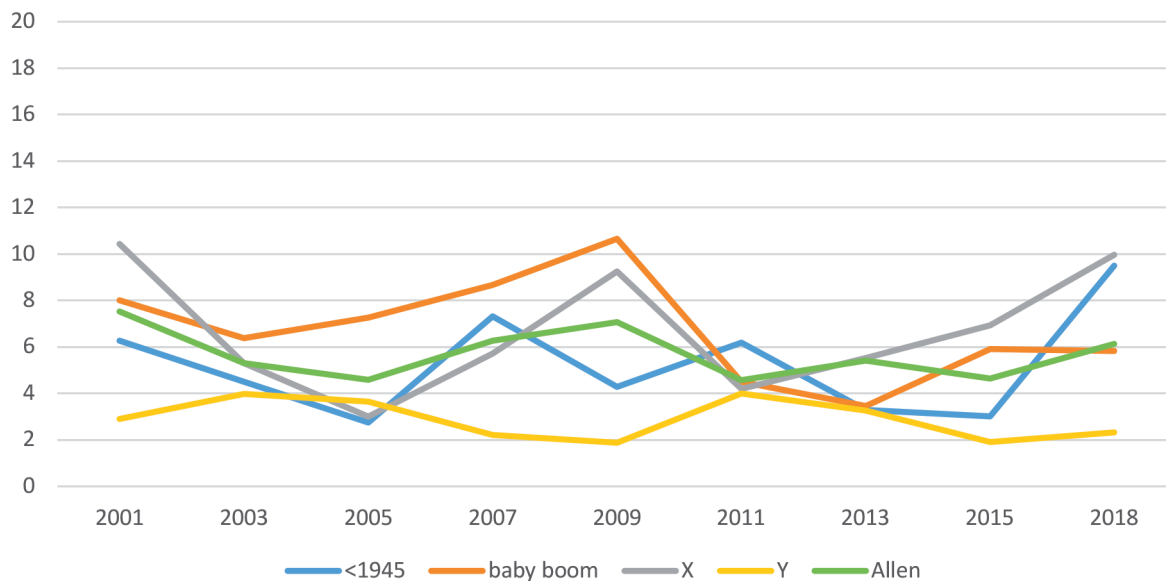
Er valt weinig te zeggen over trends in de tijd als het gaat om nalaten aan sport en recreatie. Dat komt omdat het merendeel van de sportverenigingen niet als Algemeen Nut Beogende Instellingen (ANBI's) worden aangemerkt en we beperkte gegevens hebben over nalatenschappen aan sport en recreatie.

¹ De 1% hoogste bedragen zijn teruggezet op het 99e percentiel. In de methodologische verantwoording lichten we deze procedure nader toe.



De doorgetrokken lijn is de gemiddelde schatting, de stippellijnen vormen de boven- en ondergrens van het 95% betrouwbaarheidsinterval. Exclusief vermogende huishoudens

Figuur 13.1: Geïndexeerd (2018=100) totaalbedrag in geld en goederen van de Nederlandse huishoudens aan sport en recreatie, met inflatiecorrectie, 2001-2018



Exclusief vermogende huishoudens

<1945=geboren voor 1945, baby boom= geboren tussen 1945 en 1964, X=geboren tussen 1965 en 1976, Y=geboren tussen 1977 en 1999

In 2013 zorgden uitschieters voor grote fluctuaties in de giften van de generatie X. We hebben de uitschieters vervangen door het gemiddelde van het voorafgaande en het daaropvolgende jaar.

Figuur 13.2: Gemiddeld bedrag aan giften per huishouden aan sport en recreatie naar generatie, met inflatiecorrectie, 2001-2018 (in €)

Fondsen

De cijfers van fondsen zijn een optelsom van de bijdragen uit de opbrengsten van het vermogen van 122 vermogensfondsen met een bestedingsbudget van meer dan €500.000 en 676 fondsenwervende instellingen. Van deze totale groep hebben 14 fondsen €9 miljoen uit de opbrengst van het vermogen bijgedragen aan sport en recreatie. Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997-2018 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen.

Bedrijven

In alle edities van Geven in Nederland is sport en recreatie altijd het meest populaire doel voor bedrijven geweest. Steevast krijgt dit doel de meeste sponsoring en giften, in 2018 naar schatting maar liefst €456 miljoen. Net als cultuur wordt in 2018 relatief veel gesponsord (18%) in vergelijking met giften (8%).

Sport en recreatie heeft daarmee de breedste steun onder Nederlandse bedrijven. In vergelijking met andere doelen is sport en recreatie de laatste twee edities relatief wat minder populair geworden. Veelal kreeg sport en recreatie vaak meer dan 35% van alle giften. In de laatste twee edities ligt dat in de buurt van de 20-25%.

Kansspelen

Het grootste deel van de opbrengsten van de Lotto² en de ZEbetting & Gaming (voorheen Sporttech³) is bestemd voor de sport. De VriendenLoterij draagt bij aan sport als middel tot welzijn en steunt clubs en verenigingen. Daarnaast is de loterij van de Grote Club Actie een belangrijke speler op het terrein van sport. Tussen 2011 en 2013 zijn de bijdragen vanuit de kansspelen aan de sport gedaald van €77 miljoen naar €68 miljoen. Deze daling werd met name veroorzaakt vanwege de tegenvallende verkoop van loten en abonneeprodukten

van de Lotto. Vanaf 2013 zien we weer een lichte stijging in de afdrachten aan de sport, van €68 miljoen naar €71 miljoen in 2018.

² De Lotto is in 2016 gefuseerd met de Nederlandse Staatsloterij en zijn beide onderdeel van de Nederlandse Loterij.

³ Aanbieder van weddenschappen op paardenraces onder de naam Runnerz

13.2 Welke huishoudens geven aan sport en recreatie?

Onderstaande resultaten zijn gebaseerd op een multipele regressieanalyse. De verbanden die worden beschreven zijn gecontroleerd voor de andere variabelen in het model. Zij blijven overeind als de respondenten op alle andere kenmerken die in de analyse zijn opgenomen hetzelfde zijn.

Wie geeft?

Kenmerken van gevers aan sport en recreatie zijn onder meer het hebben van een hoog huishoudinkomen, het hebben van een eigen woning en het hebben van kinderen in het huishouden. Ook geven mensen met een havo, vwo of mbo-opleiding vaker aan sport en recreatie dan mensen die lager zijn opgeleid (mavo of lager). Mensen met een hbo of wo-opleiding geven niet vaker aan sport en recreatie dan die lager zijn opgeleid, terwijl dit vaak wel het geval is voor de gevers aan de andere doelen die we in Geven in Nederland onderscheiden. Tot slot geven ouderen minder vaak aan sport en recreatie dan jongeren.

Wie geeft meer?

Er zijn niet veel verschillen in de bedragen die verschillende groepen in de samenleving geven aan sport en recreatie. Mensen met de hoogste huishoudinkomens geven vaker hogere bedragen. Vrouwen geven minder aan sport en recreatie dan mannen.

Wie doet vrijwilligerswerk?

11% van de Nederlanders verrichtte in 2019 vrijwilligerswerk in de sport en 4% doet vrijwilligerswerk op het gebied van recreatie/hobby's. Net als bij het geven aan goede doelen op het gebied van sport en recreatie zien we dat de mensen met de hoogste huishoudinkomens vaker vrijwilligerswerk doen. Vrouwen en mensen die regelmatig naar de kerk, moskee, tempel of synagoge gaan doen minder vaak vrijwilligerswerk op het gebied van sport en recreatie dan mannen en mensen die niet regelmatig een gebedshuis bezoeken.

13.3 Rijksoverheid en filantropie

Het Ministerie van VWS, de Directie Sport heeft met de gemeenten (Vereniging Sport en Gemeenten) en de sportbonden (NOC*NSF) de handen ineen geslagen. Samen met de provincies, tal van maatschappelijke organisaties en bedrijven is in 2018 een Nationaal Sportakkoord gesloten. Deze voorziet onder meer in ruim 700 extra buurtsportcoaches, verhoging van de onbelaste vrijwilligersvergoeding van €1.500 naar €1.700 per jaar, €87 miljoen aan subsidie voor sportverenigingen die investeren in accommodaties, een nieuwe code goed sportbestuur en beweegprogramma's voor kinderen onder de 6 jaar⁴.

Sport is historisch gezien een vorm van particulier initiatief. De overheid vervult daarbij van oudsher vooral een randvoorwaardelijke rol. De laatste decennia worden sport en bewegen daarnaast ingezet als beleidsinstrument, om maatschappelijke doelstellingen op het vlak van gezondheid, sociale cohesie en economie te bereiken⁵. Onder andere met het oog daarop is voor de sport het predicaat Sociaal Belang Behartigende Instelling (SBBI) in het leven geroepen. SBBI's zijn stichtingen of verenigingen die bijdragen aan de solidariteit, saamhorigheid en betrokkenheid in de samenleving. Zij ontplooiën activiteiten voor en met mensen, waaraan een grote maatschappelijke waarde kan worden toegekend. Bij sportorganisaties staat vaak het ledenbelang voorop, waardoor zij niet in aanmerking komen voor de ANBI-regeling. In de meeste gevallen vallen zij wel binnen de definitie van SBBI's, waardoor zij in aanmerking komen voor onbelaste ontvangst van giften en nalatenschappen. Daarnaast zijn periodieke giften aan een SBBI fiscaal aftrekbaar voor particuliere gevers en bedrijven.

Periodieke giften aan verenigingen met meer dan 25 leden zijn onder voorwaarden wel aftrekbaar, evenals eenmalige giften aan een steunstichting van een SBBI. Een steunstichting is een speciale stichting die is opgericht om geld in te

zamelen voor een eenmalige, bijzondere actie van een SBBI. Steunstichtingen zijn echter niet populair, met name als gevolg van de extra administratieve lastendruk en de ingebouwde beperkingen.

Volgens het CBS bedroegen de inkomsten van sportclubs in 2018 ruim €1,2 miljard.

"In 2018 werd dit bedrag opgebracht door minder clubs én minder leden. In 2018 telde Nederland 26.510 sportclubs met gemiddeld 192 leden; in 2009 waren er 28.700 clubs met gemiddeld 196 leden. In 2018 bestond 53 procent van de inkomsten van sportclubs en -verenigingen uit contributies, les- en entreegelden. Tussen 2000 en 2018 nam het aandeel van subsidies (overheidssubsidies, bijdragen uit fondsen en donaties en inkomsten uit zelf georganiseerde acties en evenementen) en kantineverkoop licht af"⁶.

Bijdragen van huishoudens, bedrijven, fondsen en goededoelenloterijen aan sport zijn niet alleen bestemd voor nationale sport en grote sportevenementen, maar juist ook voor breedtesport op lokaal niveau. Het lokale bedrijfsleven sponsort lokale sport- en recreatie-activiteiten (zie hoofdstuk 4 over bedrijven). De sport trekt heel veel vrijwilligers (zie hoofdstuk 6 over vrijwilligerswerk). Ook fondsen van bekende sporters (bijvoorbeeld van Richard Krajicek, Esther Vergeer, Bas van de Goor en Dirk Kuyt) zetten zich in voor sport en recreatie (waarbij sport vaak wordt ingezet als middel). Deze fondsen worden mede financieel gesteund door de Vriendenloterij. De Lotto zet zich van oudsher in voor de sport.

Ook dient sport steeds vaker als middel om geld bijeen te brengen voor andere maatschappelijke doelen, bijvoorbeeld met sponsorlopen voor een goed doel. Voorbeelden zijn Alpes d'HuZes en Ride for the Roses.

⁴ <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/sport-en-bewegen/documenten/rapporten/2018/06/29/sportakkoord>

⁵ <http://www.mulierinstituut.nl/projecten/sportbeleid-en-regelgeving.html>; <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/sport-en-bewegen>

⁶ <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/09/inkomsten-sportclubs-ruim-1-2-miljard-euro-in-2018>



Maatschappelijke en sociale doelen (nationaal)

14.1 Cijfers

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*
Huishoudens	113	177	205	168	197	192	180	182	195	253	231	263
Nalatenschappen	29	38	43	36	21	32	31	29	60	38	38	40
Fondsen ^a	72	71	40	66	109	126	76	72	62	85	85	114
Bedrijven	73	184	115	258	152	148	100	177	139	113	113	158
Kansspelen	nvt	nvt	nvt	52	59	56	73	65	86	96	96	93
Totaal	287	470	403	580	538	554	460	525	542	584	563	669

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

De cijfers van huishoudens en bedrijven betreffen gegeneraliseerde bedragen. Met andere woorden: er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van alle huishoudens en bedrijven in Nederland. We benadrukken dat door het ontbreken van een volledig steekproefkader het onmogelijk is generalisaties te maken naar de volledige populatie van vermogensfondsen en nalatenschappen.

^a De cijfers zijn een optelsom van de bijdragen aan maatschappelijke en sociale doelen uit de opbrengsten van het vermogen van vermogensfondsen (n=53) en geldwervende fondsen (n=90).

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

Tabel 14.1: Bijdragen aan maatschappelijke en sociale doelen, 1997-2018 (in € miljoenen)

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2015*	2018*
Huishoudens	39	38	51	29	37	35	39	35	36	43	41	39
Nalatenschappen	10	8	11	6	4	6	7	5	11	6	7	6
Fondsen	25	15	10	11	20	23	17	14	11	15	15	17
Bedrijven	25	39	29	44	28	27	22	34	26	19	20	24
Kansspelen	nvt	nvt	nvt	9	11	10	16	12	16	16	17	14
Totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Als gevolg van afrondingen tellen niet alle percentages op tot 100%

* Volgens verbeterde methode, inclusief vermogende huishoudens

Tabel 14.2: Bijdragen aan maatschappelijke en sociale doelen, 1997-2018 (in %)

Huishoudens

In 2018 gaven huishoudens in Nederland voor €263 miljoen aan maatschappelijke en sociale doelen in de vorm van geld en goederen (zie tabel 14.1). De gemiddelde gift op jaarbasis in geld en/of goederen onder de gevers was €91 en 37% van de huishoudens gaf in geld en/of goederen aan maatschappelijke en sociale doelen. Voor giften in de vorm van geld was dit €65, 28% van de huishoudens gaf een gift in geld. Voor giften in de vorm van goederen was dit €100, 14% van de huishoudens gaf een gift in goederen.

Bij maatschappelijke en sociale doelen kan worden gedacht aan doelen als het Leger des Heils, de CliniClowns en de voedselbanken. In vergelijking met andere doelen die we in Geven in Nederland onderscheiden, ontvingen maatschappelijke en sociale doelen het vaakst giften in de vorm van goederen.

Het totaalbedrag in geld en goederen dat door huishoudens wordt gegeven aan

maatschappelijke en sociale doelen is gestegen in de periode tussen 2001-2018 (zie figuur 14.1). In figuur 14.1 presenteren we het geïndexeerde totaalbedrag in geld en goederen gegeven door Nederlandse huishoudens, waarbij het jaar 2018 op 100 is gezet. Om trends in de tijd te kunnen bepalen, zijn deze cijfers gecorrigeerd voor inflatie. De schattingen zijn gemaakt op basis van gemiddelden uit de brede steekproef van huishoudens die zijn behandeld voor uitschieters¹. Het beeld wijkt daardoor wat af van de trend in tabel 14.1. De bijdragen van huishoudens aan maatschappelijke en sociale doelen nemen duidelijk toe vanaf 2013. Het totaalbedrag in geld en goederen is in 2018 verdubbeld ten opzichte van 2013 en de jaren daarvoor.

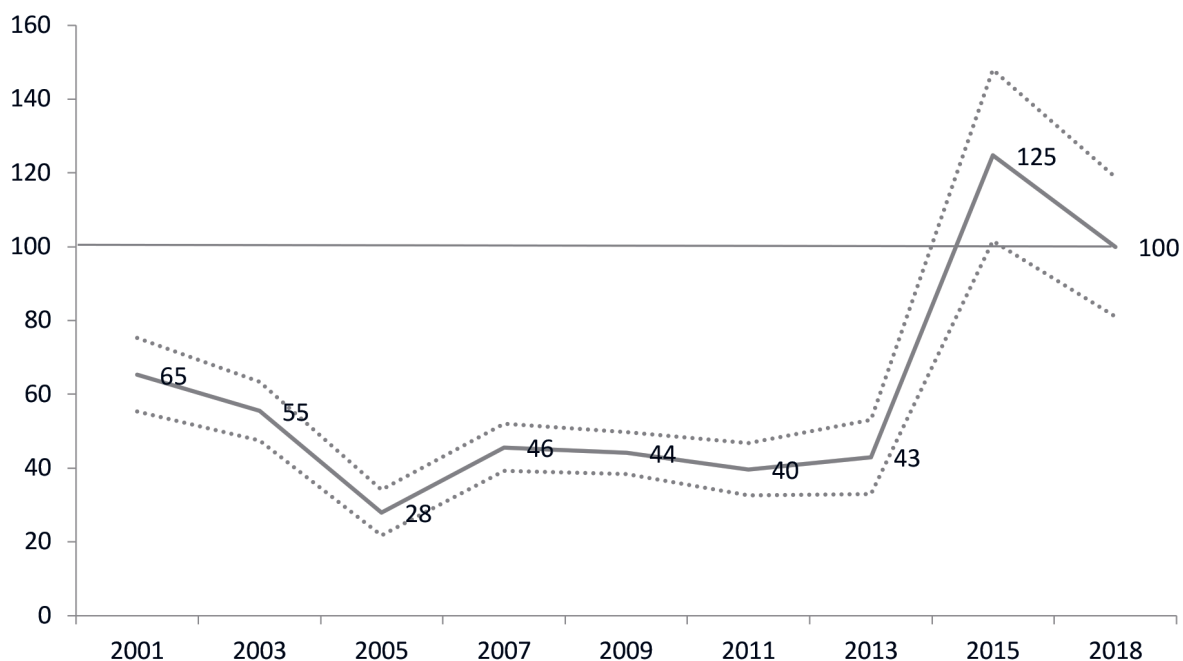
Giften aan maatschappelijke en sociale doelen laten de bekende generatieverschillen zien die we bij de meeste andere doelen ook gezien hebben: de vooroorlogse generatie geeft het meest, op enige afstand gevolgd door de babyboomgeneratie (zie figuur 14.2). De giften van de

generatie Y liggen in de meeste jaren het laagst. De generatie X is in de loop van de tijd meer gaan geven aan maatschappelijke en sociale doelen.

Nalatenschappen

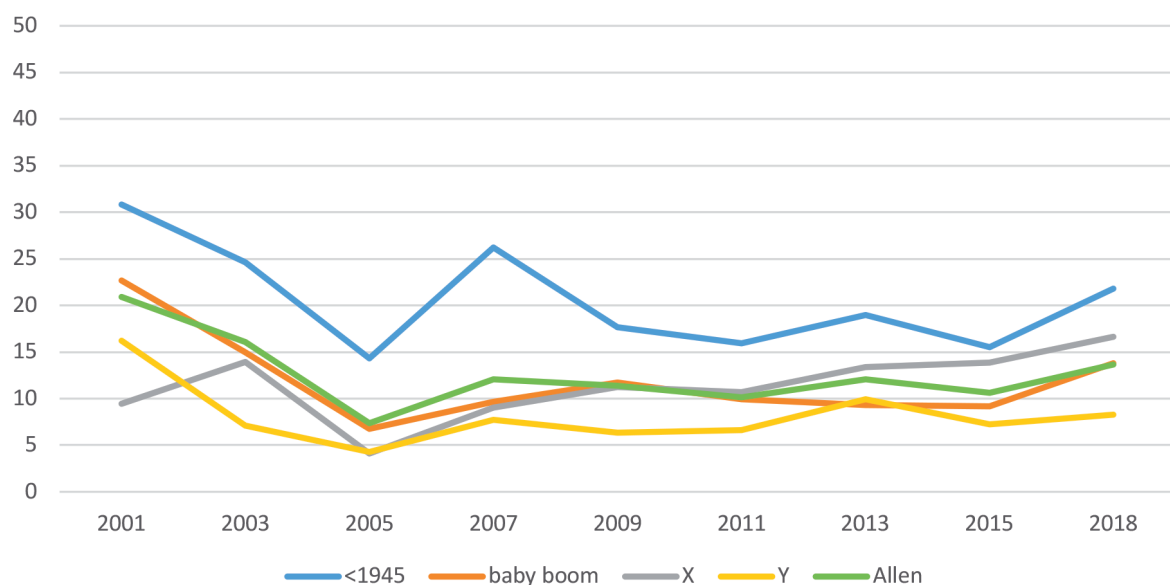
De inkomsten uit nalatenschappen van maatschappelijke en sociale doelen fluctueren over de tijd. Vanaf 2001 tot en met 2005 is er sprake van een daling in de waarde van nalatenschappen. Vanaf 2005 stijgen de inkomsten uit nalatenschappen voor maatschappelijke en sociale doelen, met een piek in 2013. Deze piek werd veroorzaakt door grote nalatenschappen voor het Leger des Heils en De Zonnebloem. In 2018 ontvingen maatschappelijke en sociale doelen €40 miljoen aan nalatenschappen (CBF-database, december 2019).

¹ De 1% hoogste bedragen zijn teruggezet op het 99e percentiel. In de methodologische verantwoording lichten we deze procedure nader toe.



De doorgetrokken lijn is de gemiddelde schatting, de stippellijnen vormen de boven- en ondergrens van het 95% betrouwbaarheidsinterval. Exclusief vermogende huishoudens

Figuur 14.1: Geïndexeerd (2018=100) totaalbedrag in geld en goederen van de Nederlandse huishoudens aan maatschappelijke en sociale doelen, met inflatiecorrectie, 2001-2018



Exclusief vermogende huishoudens

<1945=geboren voor 1945, baby boom= geboren tussen 1945 en 1964, X=geboren tussen 1965 en 1976, Y=geboren tussen 1977 en 1999

Figuur 14.2: Gemiddeld bedrag aan giften per huishouden aan maatschappelijke en sociale doelen naar generatie, met inflatiecorrectie, 2001-2018 (in €)

Fondsen

De cijfers zijn een optelsom van de bijdragen uit de opbrengsten van het vermogen van 122 vermogensfondsen met een bestedingsbudget van meer dan €500.000 en 676 fondsenwervende instellingen. Van deze totale groep hebben 143 fondsen €114 miljoen uit de opbrengst van het vermogen bijgedragen aan maatschappelijke en sociale doelen. Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd te zeggen, omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1997-2018 op verschillende manieren tot stand zijn gekomen.

Bedrijven

Maatschappelijke en sociale doelen krijgen rond de 8% van het totale bedrag aan giften van bedrijven, in absolute termen naar schatting €158 miljoen. Opvallend is dat ongeveer de helft van dat bedrag in natura en mankracht wordt gegeven. Bij geen enkel ander doel wordt in 2018 zoveel in mankracht gegeven, inzet om niet. Bij maatschap-

pelijke en sociale doelen wordt door relatief veel bedrijven gesponsord (6%) en worden relatief weinig giften gedaan (3% van de bedrijven).

Kansspelen

Doelen op maatschappelijk terrein worden vanuit de kansspelen met name door de Nationale Postcode Loterij en de Vriendenloterij ondersteund. Er zijn ook goedbedoelenorganisaties met een eigen loterij, waarvan de opbrengsten ten goede komen aan maatschappelijke doelen, bijvoorbeeld de loterij van Jantje Beton, Scouting Nederland en De Zonnebloem. We zagen tussen 2011 en 2015 een forse stijging van de bijdragen aan maatschappelijke en sociale doelen (van €65 miljoen in 2011 naar €96 miljoen in 2013 en 2015). Ten opzichte van 2015 zien we in 2018 echter een daling van 96 naar €93 miljoen. Of dit een tijdelijke daling is geweest of dat er een dalende trend wordt ingezet zal in de volgende editie van Geven in Nederland duidelijk worden.

14.2 Welke huishoudens geven aan maatschappelijke en sociale doelen?

Onderstaande resultaten zijn gebaseerd op een multipele regressieanalyse. De verbanden die worden beschreven zijn gecontroleerd voor de andere variabelen in het model. Zij blijven overeind als de respondenten op alle andere kenmerken die in de analyse zijn opgenomen hetzelfde zijn.

Wie geeft?

Welke kenmerken zijn van toepassing op de gevers aan maatschappelijke en sociale doelen? Ouderen, huishoudens met kinderen en hogeropgeleiden geven vaker aan maatschappelijke en sociale doelen dan jongeren, huishoudens zonder kinderen en lageropgeleiden. Ook onder de midden en hogere huishoudinkomens is de kans dat men geeft aan maatschappelijke en sociale doelen groter. Mensen met veel vertrouwen in anderen geven eveneens vaker geld en/of goederen op dit gebied dan mensen met weinig algemeen sociaal vertrouwen. Tot slot geven vrouwen en Surinaamse Nederlanders vaker aan maatschappelijke en sociale doelen dan mannen en Nederlanders zonder migratieachtergrond. Nederlanders met een Turkse, Marokkaanse of Antilliaanse migratieachtergrond geven niet vaker of minder vaak aan maatschappelijke en sociale doelen.

Wie geeft meer?

Welke kenmerken zijn van invloed op de hoogte van de giften die worden gegeven aan maatschappelijke en sociale doelen in Nederland? Mensen tussen de 60 en 80 jaar oud geven hogere bedragen aan maatschappelijke en sociale doelen dan mensen tussen de 20 en 30 jaar oud. Daarnaast zijn de grootste gevers aan maatschappelijke en sociale doelen hoger opgeleid en hebben zij een hoger huishoudinkomen.

Wie doet vrijwilligerswerk?

3% van de Nederlanders doet in 2019 vrijwilligerswerk op het gebied van buurtverenigingen, belangenbehartiging en woningbouw- en huurdersverenigingen. 2% van de Nederlanders

verricht vrijwilligerswerk op het gebied van opbouwwerk en club- en buurthuiswerk. Daarnaast wordt door 4% van de Nederlanders vrijwilligerswerk gedaan op het gebied van sociale hulpverlening, rechtshulp, politieke en vakbondsactiviteiten. Mensen die een mbo, hbo of wo-opleiding hebben, doen vaker vrijwilligerswerk op deze terreinen dan Nederlanders met een mavo-opleiding of lager. Mensen die een eigen huis hebben doen juist minder vaak vrijwilligerswerk voor maatschappelijke en sociale doelen dan mensen zonder een eigen huis. Ook Antilliaanse Nederlanders zijn minder actief op deze terreinen dan Nederlanders zonder migratieachtergrond. Tot slot scoren vrijwilligers op het gebied van maatschappelijke en sociale doelen hoger op de zorgprincipeschaal. De zorgprincipeschaal meet in hoeverre het belangrijk wordt gevonden om voor anderen te zorgen. Een voorbeeld van een stelling van de zorgprincipeschaal is *'Mensen moeten bereid zijn om anderen te helpen die het minder goed hebben'*.

14.3 Rijksoverheid en filantropie

Veel Nederlanders, fondsen en bedrijven zetten zich in voor lokale maatschappelijke doelen. Werknemersvrijwilligerswerk groeit (zie hoofdstuk 4 'Bedrijven'). Vrijwilligers zijn actief bij voedselbanken of zetten zich in voor vluchtelingen. Maatschappelijke en sociale doelen liggen het dichtst bij wat vroeger, in de tijd van voor de verzorgingsstaat, verstaan werd onder 'liefdadigheid': zorg voor armen, daklozen, zieken, verwaarloosde kinderen en ouderen. Met het ontstaan van grotere verschillen in inkomen en door toenemende ongelijkheid wordt de particuliere betrokkenheid en bereidheid om wat voor een ander te doen, meer zichtbaar.

Het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, Directie Participatie en Decentrale Voorzieningen (PDV) heeft filantropie een plaats gegeven in het armoede- en schuldenbeleid; op dit gebied werken het Rijk, de gemeenten en maatschappelijke organisaties samen aan de aanpak ervan². Via de subsidie-regeling "armoede en schulden" zijn de afgelopen jaren meerdere projecten van filantropische organisaties gesubsidieerd³. In het kader van kinderarmoede wordt samengewerkt met de Stichting Leergeld, Jarige Job, Jeugdfonds Sport en Cultuur en het Nationaal Fonds Kinderhulp (werken samen onder SAM&) met als doel meer kinderen in armoede te bereiken met "in natura voorzieningen"⁴.

De Alliantie Vrijwillige Schuldhulp krijgt subsidie om te komen tot een landelijk dekkend netwerk van vrijwilligersorganisaties gericht op schuldhulp en financiële begeleiding. De Alliantie bestaat uit Humanitas, het Inspraakorgaan Turken in Nederland (IOT), het Landelijk Stimuleringsnetwerk Thuisadministratie (LSTA), het Leger des Heils, het Samenwerkingsverband Marokkaanse Nederlanders (SMN) en SchuldHulpMaatje⁵.

De Staatssecretaris van SZW heeft regelmatig 'bijpraatmomenten' met filantropische organisaties zoals de Sociale

Alliantie en de Raad van Kerken om actualiteiten uit te wisselen en praktijkervaringen op te halen. Het ministerie wil meer gebruik maken van elkaars kennis en ervaringen alsmede de samenwerking tussen de vrijwillige en professionele sector verder versterken, zoals nu gebeurt in het kader van de subsidie aan de Alliantie Vrijwillige Schuldhulp.

Het Ministerie van VWS, Directie Maatschappelijke Ondersteuning heeft een rijksbrede coördinerende rol t.a.v. het landelijke vrijwilligerswerkbeleid. In de Wet Maatschappelijke Ondersteuning uit 2015 staat dat gemeenten zorg moeten dragen voor gunstige randvoorwaarden die vrijwillige inzet mogelijk maken. Er staat niet beschreven op welke wijze gemeenten hier invulling aan dienen te geven.

VWS geeft invulling aan zijn rol d.m.v. het coördineren van/leiding geven aan enkele domein-overstijgende programma's en trajecten, zoals de regeling 'Gratis VOG', de uitreiking van de landelijke vrijwilligersprijzen, ontwerp en uitvoering van de Maatschappelijke Diensttijd met de ministeries van OCW en SZW en de in het regeerakkoord aangekondigde schrapessies vrijwilligerswerk.

Het laatste uitgebreide/integrale Kamerstuk over vrijwilligerswerkbeleid dateert van medio 2016 en betreft een reactie op de initiatiefnota 'vrijwilligers zijn kampioenen'⁶.

Daarnaast is er vanuit VWS, Directie Maatschappelijke Ondersteuning specifieke inzet voor vrijwilligerswerk binnen het domein van ondersteuning en zorg. Het belang van vrijwilligerswerk komt onder andere tot uitdrukking binnen de beleidsprogramma's 'Langer Thuis' en 'Eén tegen Eenzaamheid'. Het programma 'Samen Ouder Worden' heeft als doel om de samenwerking tussen formele en informele zorg te versterken.

In diverse Kamerstukken is er daarnaast aandacht voor vrijwillige inzet, bijvoorbeeld specifiek voor de regeling 'Gratis

VOG' en de voortgang van het beleidsprogramma 'Langer Thuis'. Binnen de Directie Maatschappelijke Ondersteuning zijn er contacten met onder andere de vrijwilligerskoepel NOV en diverse vrijwilligersorganisaties (Zonnebloem, Rode Kruis, Humanitas, Present, Tijd voor Actie).

Binnen zowel het beleidsprogramma 'Langer Thuis' als het programma 'Eén tegen Eenzaamheid' is contact met diverse maatschappelijke organisaties, zie onder andere de Nationale Coalitie 'Eén tegen Eenzaamheid'⁷. Binnen het programma dak- en thuislozen zijn er onder andere contacten met het Leger des Heils en diverse andere maatschappelijke organisaties die actief zijn op dit terrein. Binnen het beleidsterrein 'oorlogsgetroffenen' zijn er contacten met diverse herinneringscentra en andere filantropische instellingen. Er is een landelijke subsidieregeling voor de ondersteuning en deskundigheidsbevordering van vrijwilligers in de palliatief terminale zorg.

² <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2019/04/01/kamerbrief-ambities-kinderarmoede> en <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2019/10/02/nadere-uitwerking-ambities-kinderarmoede-tk>
<https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2019/05/27/kamerbrief-voortgang-brede-schuldinaanpak>

³ <https://www.rijksoverheid.nl/ministeries/ministerie-van-sociale-zaken-en-werkgelegenheid/subsidieregelingen-szw/subsidie-armoedebestrijding-en-aanpak-schuldenproblematiek>

⁴ <https://www.samenvoorallekinderen.nl/>

⁵ <https://alliantievrijwilligeschuldhulp.nl/>

⁶ <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2016/07/04/kamerbrief-met-reactie-op-initiatiefnota-over-aanbevelingen-om-belemmeringen-voor-vrijwilligers-weg-te-nemen>

⁷ https://www.eentegeneenzaamheid.nl/nationale-coalitie-tegen-eenzaamheid/?fwp_load_more=2

Er wordt met name samengewerkt met de vrijwilligerskoepel NOV. Zij voeren onder andere samen met 10 landelijke vrijwilligersorganisaties het programma ‘Samen Ouder Worden’ uit. De NOV, De Zonnebloem en het Rode Kruis ontvangen daarnaast van VWS een jaarlijkse instellingssubsidie. NOV en de Vriendenloterij zijn partner bij de uitreiking van de landelijke vrijwilligersprijzen. Met diverse andere maatschappelijke/filantropische organisaties onderhoudt VWS contacten bij de uitvoering van diverse programma’s en bij diverse trajecten.

Het Ministerie van VWS financiert de landelijke vrijwilligerskoepel NOV voor het maatschappelijk brede vrijwilligerswerk en het kennisinstituut Movisie voor m.n. de inzet van vrijwilligers t.b.v. (respijt)zorg; zoals in het programma “In voor mantelzorg thuis”. Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) ontvangt middelen voor het in kaart brengen van cijfers over vrijwilligerswerk in Nederland.

Het Ministerie van VWS leidt het dossier bewonersparticipatie/bewonersinitiatieven die actief zijn binnen het domein van ondersteuning en zorg. VWS financiert onder andere de landelijke koepel Nederland zorgt voor Elkaar (NLZvE). De minister van VWS heeft eind 2018 gereageerd op de actieagenda van NLZvE en voert de in de Kamerbrief genoemde acties uit⁸. Kern daarvan is de versterking van bewonersinitiatieven en de sociale samenhang.

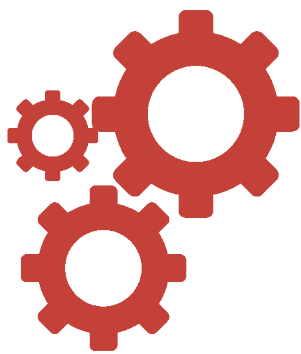
Filantropische organisaties zijn steeds meer betrokken en actief samenwerkingspartner binnen de (beleids) programma’s en trajecten van VWS. Steeds minder in de vorm van subsidie-ontvanger en -verstrekker, maar meer in vormen van gelijkwaardige samenwerking, werkend vanuit dezelfde maatschappelijke doelstellingen.

Ook het Ministerie van Justitie en Veiligheid, de Directie Sanctietoepassing en Jeugd heeft binnen het maatschappelijk domein contacten met filantropie. Bij de Social Impact Bond (SIB) “Werken na

detentie” zorgen sociale investeerders voor de voorfinanciering van de aanpak van een maatschappelijk probleem. In deze SIB worden (ex-)gedetineerden aan werk geholpen met als doel de recidive te verminderen. Bij het behalen van een vooraf afgesproken resultaat kunnen de investeerders hun investering terugverdienen en kunnen zij ook een bescheiden beloning verdienen. De procesevaluatie is gepubliceerd en ook brieven aan de Tweede Kamer waarin de voortgang van de SIB wordt beschreven. In 2021 volgt de effectmeting.

⁸ <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2018/12/17/kamerbrief-over-actieagenda-nederland-zorgt-voor-elkaar>

Methodologische verantwoording



René Bekkers
Rosan van Niekerk
Barbara Gouwenberg
Dick de Gilder
Claire van Teunenbroek
Florian van Heijningen

In dit hoofdstuk bespreken we de wijze waarop de schattingen van het geefgedrag van de verschillende bronnen (huishoudens, nalatenschappen, kansspelen, fondsen en bedrijven) tot stand zijn gekomen. We bespreken de wijze van dataverzameling en de kwaliteit van de data. Tabel 15.1 geeft per bron van filantropie een overzicht van het soort data waarvan we gebruikmaken.

We gebruiken twee soorten gegevens, data verzameld via:

- Enquêtes onder steekproeven van huishoudens, bedrijven en fondsen;
- Financiële jaarverslagen van kansspelen, vermogensfondsen, en fondsenwervende goede doelen organisaties.

De combinatie van de verschillende bronnen biedt een vrij volledig inzicht in de filantropie in Nederland. De bijdragen van kansspelen hebben we volledig in beeld. Voor huishoudens en bedrijven maken we generalisaties naar de totale populatie op basis van enquêtes. Voor nalatenschappen en fondsen kunnen we enkel spreken van een minimumschatting. De bijdragen van fondsen en uit nalatenschappen zijn zeker hoger dan

we hier zichtbaar kunnen maken, maar hoeveel hoger zij zijn weten we niet. De totaalcijfers van Geven in Nederland zijn daarmee zeer waarschijnlijk een onderschatting van het daadwerkelijke totaal. Wanneer we naar de doelen kijken heeft deze werkwijze de meeste impact op de schatting van de bijdragen aan kerk en levensbeschouwing en in mindere mate op de schattingen voor andere doelen.

Geven in Nederland 2020 vond plaats drie jaar na het onderzoek Geven in Nederland in 2017. In Geven in Nederland 2020 hebben we twee verbeteringen toegepast in de schattingsmethoden. De eerste verbetering zit in het onderzoek onder huishoudens. We hebben de gegevens uit een aparte steekproef onder relatief vermogende Nederlanders geïntegreerd in de totaalschattingen van het bedrag dat huishoudens geven. We hebben de weging van deze gegevens verbeterd. We beschrijven deze wijziging onder het kopje 'Verbeterde procedure voor weging van de gegevens'. Een tweede verbetering vond plaats in het fondsenonderzoek. In Geven in Nederland 2017 hebben we al een

extra dataverzameling uitgevoerd onder de relatief grote vermogensfondsen in Nederland met doelbestedingen vanaf ca. €1 miljoen per jaar. Voor Geven in Nederland 2020 hebben we een grotere groep fondsen onderzocht door ook fondsen die een geschat doelbestedingsbudget hebben tussen de €500.000 - €1.000.000 te benaderen.

De online enquêtes afgenomen bij huishoudens en bedrijven zijn uitgevoerd via Kantar Public. Het onderzoek van Geven in Nederland wordt bijgestaan door een onafhankelijke wetenschappelijke begeleidingscommissie en een maatschappelijke klankbordgroep. De maatschappelijke klankbordgroep bewaakt de maatschappelijke relevantie van het onderzoek. De leden geven suggesties voor inhoudelijke onderzoeksthema's, maar hebben geen invloed op de uitvoering van het onderzoek. De wetenschappelijke begeleidingscommissie adviseert over de wetenschappelijke kwaliteit en beslissingen over de data en methoden van Geven in Nederland.

Bron	Onderzochte populatie	Soort gegeven	Resultaat
Huishoudens	Brede steekproef van de bevolking via Kantar Public	Enquête	Generalisatie naar totale bevolking
	Steekproef vermogende Nederlanders via Elite Research	Enquête	
Nalatenschappen	Steekproef Nederlanders met een migratieachtergrond via Kantar Public	Enquête (deels via interview)	Minimumschatting
	CBF-database	Jaarverslagen	
Kansspelen Fondsen	Aanvullend onderzoek onder fondsen universitaire ziekenhuizen en universiteiten	Enquête	Populatie Minimumschatting
	Alle vergunningshouders	Jaarverslagen	
	Groot deel van fondsenwervende goededoelenorganisaties verwerkt door het CBF	Jaarverslagen	
Bedrijven	Selectie grote vermogensfondsen in Nederland (met bestedingsbudget ca. >€500.000)	Jaarverslagen	Generalisatie naar totale populatie
	Brede steekproef van bedrijven via Kantar Public	Enquête	

Tabel 15.1: Gegevens per bron van filantropie

15.1 Huishoudens

Het onderzoek onder huishoudens heeft grotendeels een longitudinale opzet, ook wel een panel studie genoemd. Daarom spreken we in het Engels over de *Giving in the Netherlands Panel Survey* (GINPS). Een geanonimiseerd bestand met de belangrijkste data uit het onderzoek en een handboek met uitgebreide documentatie van de GINPS inclusief de vragenlijsten vindt u op <https://osf.io/4unf9/>.

Steekproeven

Voor het onderzoek naar filantropie door huishoudens gebruiken we gegevens van drie steekproeven: (1) een brede steekproef van huishoudens via Kantar Public; (2) een gerichte steekproef van Nederlanders met een migratieach-

tergrond via Kantar Public; en (3) een gerichte steekproef van vermogende Nederlanders op basis van adressen uit de database van Elite Research. We laten Kantar Public steeds zoveel mogelijk deelnemers uit de brede steekproef uitnodigen die eerder ook de vragenlijst hebben ingevuld. Omdat geen persoonsgegevens opgeslagen worden van de steekproeven onder vermogende Nederlanders en Nederlanders met een migratieachtergrond, kunnen we deze respondenten niet opnieuw benaderen. Voor deze groepen ondervragen we in elke editie steeds nieuwe respondenten. Een analyse van veranderingen in het geefgedrag binnen deze specifieke huishoudens is daardoor niet mogelijk.

	Uitnodigingen	Respons	Respondenten
Deelnemers GIN 2017	1.071	69%	738
Aanvullende steekproef	1.010	46%	463
Totaal	2.081	58%	1.201

Tabel 15.2: Aantallen huishoudens in de brede steekproef, Geven in Nederland 2020

Brede steekproef. De brede steekproef van huishoudens bestaat uit 1201 deelnemers die de vragenlijst via internet hebben ingevuld. Iets meer dan 60% van de respondenten ($n = 738$) heeft in 2017 ook aan de vorige meting van Geven in Nederland deelgenomen (zie tabel 15.2). Het veldwerk liep van 1 juli tot en met 28 juli. De respondenten hadden gemiddeld 32 minuten nodig om de vragenlijst in te vullen.

De brede steekproef is achteraf gewogen naar leeftijd, geslacht, regio, huishoudensgrootte en opleidingsniveau op basis van gegevens van het CBS. De brede steekproef is door de weging representatief voor de Nederlandse bevolking wat betreft leeftijd, geslacht, regio, huishoudensgrootte en opleidingsniveau. In de steekproef zitten alleen weinig Neder-

landers met een migratieachtergrond en weinig vermogende Nederlanders. Om de steekproef representatiever te maken voor de gehele Nederlandse bevolking en statistisch verantwoorde uitspraken te kunnen doen over de ondervetegenwoordigde groepen hebben we ook gegevens verzameld uit gerichte steekproeven onder deze groepen.

In de schattingen van het geefgedrag in hoofdstuk 1 hebben we 127 respondenten buiten beschouwing gelaten omdat ze (1) tot de oververtegenwoordiging van protestante respondenten uit de eerste editie van de panelstudie hoorden, of (2) tot de steekproef hoorden die gebruikt is voor eerder onderzoek van het ministerie van OCW naar de geefcultuur. Beide groepen wijken af in hun mate van geefgedrag van de Nederlandse bevolking.

		Uitnodigingen	Respons	Deelnemers
Surinaams	Online	301	58%	174
	Face-to face Interview			44
Turks	Online	298	49%	147
	Face-to face Interview			42
Antilliaans	Online	285	55%	158
	Face-to face Interview			37
Marokkaans	Online	204	48%	97
	Face-to face Interview			40

Tabel 15.3: Aantallen huishoudens met een migratieachtergrond, Geven in Nederland 2020

Migranten. De steekproef van huishoudens met een migratieachtergrond bestaat uit 739 deelnemers, uit vier groepen: met een Surinaamse achtergrond ($n = 218$), een Antilliaanse/Arubaanse achtergrond ($n = 195$), een Turkse achtergrond ($n = 189$), of een Marokkaanse achtergrond ($n = 137$). 576 deelnemers hebben de vragenlijst via internet ingevuld, 163 deelnemers hebben de vragenlijst in een face-to-face gesprek met interviewers voltooid. De steekproef van huishoudens met een migratieachtergrond is achteraf gewogen op dezelfde manier als de brede steekproef.

Het veldwerk liep van 2 september tot en met 29 september. Het invullen van de online enquêtes duurde gemiddeld 19 minuten. De interviews duurden gemiddeld aanzienlijk langer door onderbrekingen en 'social talk'. Exacte cijfers hebben we hier helaas niet over.

Vermogenden. De steekproef van 1187 vermogende Nederlanders bestaat uit 492 deelnemers die de vragenlijst via internet hebben ingevuld, 398 deelnemers die de vragenlijst schriftelijk

hebben ingevuld, en 297 die een verkorte vragenlijst hebben ingevuld. Deze respondenten hebben gereageerd op de uitnodiging aan een toevallige selectie van 10.000 adressen uit de database van Elite Research, die is opgezet om in Nederland woonachtige miljonairs te lokaliseren. Het veldwerk startte begin augustus 2018 en liep tot halverwege november 2018. Deze respondenten ontvingen op hun huisadres een brief met een uitnodiging om het onderzoek in te vullen. In de envelop zat ook een vragenlijst op papier. Omdat de verwerking van de gegevens efficiënter is als de deelnemers de vragenlijst online invullen hebben we hen in de uitnodigingsbrief daartoe aangemoedigd. De vragenlijsten bevatten geen vragen waardoor de respondenten persoonlijk konden worden geïdentificeerd en waren daardoor anoniem. Door het gebruik van een generieke link gold dit ook voor de online vragenlijsten. Twee weken later stuurden we een herinnering naar alle 10.000 adressen, vergezeld van een verkorte schriftelijke vragenlijst.

Vragenlijsten

Deelnemers aan het onderzoek in de drie steekproeven vulden op verschillende manieren de vragenlijst in (zie tabel 15.4): via internet, schriftelijk, of in een gesprek met een interviewer. We hebben geprobeerd zoveel mogelijk gedetailleerde gegevens te verkrijgen over het geefgedrag, vrijwilligerswerk, pro sociale waarden, opvattingen over het werk van goedbedoelenorganisaties, en een groot aantal kenmerken van huishoudens. De volledige vragenlijst kunt u inzien op <https://osf.io/ufnjs/>. In de basisvragenlijst voor het onderzoek onder Nederlanders met een migratieachtergrond hebben we de vragen over het geefgedrag aan verschillende doelen, vrijwilligerswerk en een kleiner aantal kenmerken van huishoudens opgenomen. De verkorte vragenlijst (2 A4) bevat alleen de vragen over het totale geefgedrag, het gebruik van de giftenaftrek, en de belangrijkste kenmerken van het huishouden.

	Volledig: online	Volledig: schriftelijk	Verkort: schriftelijk	Basis: online	Basis: interview
Brede steekproef	1074				
Vermogende Nederlanders	492	398	297		
Migratieachtergrond				576	163

Tabel 15.4: Respondenten in drie steekproeven voor Geven in Nederland 2020

In de edities die vanaf 2011 tot en met 2017 verschenen, hebben we de generalisatie naar alle huishoudens in Nederland gebaseerd op gegevens uit de brede steekproef en de gegevens uit de gerichte steekproef onder huishoudens met een migratieachtergrond. Door een ommissie in de nieuwste meting onder huishoudens met een migratieachtergrond – de vraag naar het vermogen van huishoudens ontbrak in de vragenlijst – was het niet mogelijk om deze huishoudens mee te nemen in de generalisatie. Omdat het geefgedrag van huishoudens met een migratieachtergrond in 2018 weinig afwijkt van het geefgedrag van huishoudens zonder een migratieachtergrond zorgt dit niet voor een vertekening in de schatting van het totaalbedrag aan giften.

De respondenten rapporteren in de vragenlijsten over de giften die zijzelf en andere leden van het huishouden in het voorafgaande kalenderjaar hebben gedaan. Deze editie bevat dus gegevens over de giften die door Nederlandse huishoudens in 2018 zijn gedaan.

Behandeling van uitschieters

De schatting van het totaalbedrag aan giften kan sterk afhangen van de aanwezigheid van een klein aantal zeer hoge bedragen. Met name omdat we een groot aantal vermogende Nederlanders ondervragen, zitten er in de steekproef een flink aantal zeer grote bedragen aan giften. Om de invloed van uitschieters te verminderen hebben we de afgelopen jaren een procedure ontwikkeld die we ook in deze editie hebben gebruikt. Wanneer we grote bedragen aantreffen in de respons bekijken we eerst aan de hand van de overige kenmerken van de respondent of het bedrag realistisch is. Een totaalbedrag aan giften van €50.000 bijvoorbeeld afkomstig van een alleenstaande respondent zonder vermogen op de bank of in onroerend goed en met een minimuminkomen is hoogst onwaarschijnlijk. In deze versie hebben we geen onrealistische bedragen aangetroffen in de respons. Door toevallige steekproeffluctuaties zijn er dit keer relatief veel zeer hoge bedragen in de respons onder vermogende Nederlanders aanwezig. Dit keer hebben er meer

Nederlanders met een vermogen van meer dan €10 miljoen gereageerd dan in de vorige edities. Daardoor zijn de bedragen die respondenten in de gerichte steekproef onder vermogende Nederlanders hebben gegeven dit keer gemiddeld flink hoger dan in de vorige editie. De invloed van deze hoge bedragen op de totaalschattingen hebben we vermindert door de allerhoogste bedragen te winsoriseren. We houden deze waarnemingen in de steekproef, maar zetten ze terug op het niveau van het 99^e percentiel. Door de 1% allerhoogste bedragen een lagere waarde te geven vermindert hun invloed op het gemiddelde.

Verbeterde procedure voor weging van de gegevens

We wegen de gegevens uit de steekproeven met gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek over de hoogte van het vermogen en het gebruik van de giftenaftrek. De procedure die we daarvoor gebruiken hebben we op twee punten verbeterd. Ten eerste hebben we de gewichten gebaseerd op *alleen* de huishoudens die volledige informatie gaven over de hoogte van hun vermogen en het gebruik van de giftenaftrek. Met deze weging hebben we een betere schatting kunnen maken van de hoogte van het geefgedrag dan voorheen, toen ook huishoudens die geen informatie gaven over de hoogte van hun vermogen of het gebruik van de giftenaftrek werden meegenomen. Het buiten beschouwing laten van huishoudens die geen volledige informatie geven levert een zuiverder beeld op van de populatie. Ten tweede hebben we in de nieuwe procedure pas na de weging de uitschieters gewinsoriseerd. Voorheen kregen sommige waarnemingen uit de ruwe data door de weging een grote invloed op het gemiddelde en het totaalbedrag aan giften. Hierdoor werd de schatting van het totaalbedrag aan giften door de weging alsnog gevoelig voor uitschieters. In de vorige dataverzameling vielen de nadelen van het ontbreken van gegevens over vermogen en de weging niet op, maar in de nieuwe data wel. We hebben op basis van de nieuwe procedure in overleg met de wetenschappelijke begeleidingscommissie

ook de schattingen van het geefgedrag uit het vorige onderzoek gecorrigeerd. Deze correctie heeft de schattingen verlaagd en creëert een trendbreuk. In de tabellen en figuren ziet u de nieuwe schattingen aangeduid met een sterretje. In toekomstige edities zullen we de nieuwe methode gebruiken omdat die minder is gevoelig voor uitschieters. Een uitgebreide verantwoording van deze procedure hebben we beschreven in een aparte notitie, die u hier kunt vinden:

<https://osf.io/auznb/>.

Omdat de uitnodiging voor het invullen van de vragenlijst vermeldt dat het gaat om een onderzoek naar geefgedrag aan goede doelen is de respons waarschijnlijk hoger onder degenen die actief betrokken zijn bij goededoelenorganisaties. De weging op het gebruik van de giftenaftrek corrigeert deze overschatting, omdat het gebruik van de giftenaftrek sterk samenhangt met het geefgedrag.

	Totaalbedrag aan giften (€)		Gebruikt giftenaftrek (%)	Bedrag giftenaftrek (€)	Bedrag giftenaftrek (€)
	ongewogen	gewogen	gewogen	gewogen	Populatie
<5k	142	86	2,47	16	25
5-10k	114	102	4,21	20	30
10-20k	209	178	5,48	19	40
20-50k	431	198	6,34	57	60
50-100k	247	207	7,23	11	80
100-200k	522	363	9,03	115	100
200-500k	569	422	12,65	151	150
500k-1 miljoen	1.078	729	14,89	275	240
1-5 miljoen	1.458	1.121	15,38	708	520
5-10 miljoen	2.910	1.846	17,17	982	2.400
>10 miljoen	3.394	2.688	22,22	3.775	16.000
Gemiddeld	953	265	7,18	113	100

Tabel 15.5: Geefgedrag en giftenaftrek per vermogenscategorie in 2018

De schatting van de giften van geld per vermogenscategorie staat in tabel 15.5. De weging op het gebruik van de giftenaftrek brengt het gemiddelde in elke categorie omlaag. Het percentage dat de giftenaftrek gebruikt is door de weging in elke categorie exact het percentage dat volgens het CBS ook daadwerkelijk de aftrek gebruikt. Het gebruik van de aftrek loopt op met de hoogte van het vermogen: mensen met een groter vermogen maken vaker gebruik van de giftenaftrek. De laatste kolom laat zien voor welk bedrag de respondenten gebruik maken van de giftenaftrek. Dit bedrag loopt ook op met het vermogen. Een vergelijking met het bedrag dat volgens het CBS per vermogenscategorie daadwerkelijk wordt afgetrokken laat zien dat het gemiddelde in de gewogen respons vrij dicht bij de werkelijke waarde ligt. De hoogte van de aftrek in de laagste en de hoogste vermogenscategorieën wordt onderschat, maar daar staat tegenover dat in de vermogenscategorieën van €100.000 tot €5 miljoen de hoogte van de aftrek wordt overschat. We hebben overwogen om de gegevens ook te wegen op de hoogte van de giftenaftrek. We hebben dit niet gedaan omdat de totale vertekening niet

groot is en steekproeffluctuaties in met name de kleine aantallen respondenten uit de hoogste vermogenscategorie de schattingen sterk zouden kunnen beïnvloeden.

Generalisatie

Net als in eerdere jaren generaliseren we de gemiddelden in de steekproef om uitspraken te doen over de totale bevolking. Hiervoor vermenigvuldigen we de gemiddeld gegeven bedragen met het totale aantal particuliere huishoudens in 2018 volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), 7.857.914. Van 7.755.100 huishoudens is het vermogen en het gebruik van de giftenaftrek bekend. Van een klein aantal respondenten die een eigen bedrijf hebben zijn giften die zij namens het bedrijf hebben gedaan niet meegerekend in de schattingen van giften door huishoudens, om dubbelstellingen met giften door bedrijven in hoofdstuk 4 te voorkomen. De schattingen over deelname aan vrijwilligerswerk in hoofdstuk 6 zijn gebaseerd op de gegevens van de brede steekproef en de gerichte steekproef onder Nederlanders met een migratieachtergrond.

15.2 Nalatenschappen

Om inzicht in de omvang van nalatenschappen aan goede doelen te krijgen, maken we gebruik van de database van het CBF (de toezichthouder van het keurmerk Erkende Goede Doelen) en heeft er aanvullend onderzoek plaatsgevonden onder fondsen van universitaire ziekenhuizen en universiteiten. Daarnaast maken we gebruik van data verzameld voor hoofdstuk 1: de brede steekproef en vermogende huishoudens.

CBF-database

Het CBF verzamelt gedetailleerde gegevens over de baten (waaronder inkomsten uit nalatenschappen) en lasten van goededoelenorganisaties. De financiële gegevens in de database komen uit de aangeleverde jaarverslagen van deze erkende goededoelenorganisaties. Echter, niet alle ANBI's sturen hun jaarverslag naar het CBF, waardoor de CBF-cijfers geen volledig beeld geven van wat er aan nalatenschappen in Nederland omgaat. Zo vallen kerken en congregaties, kleinschalige lokale fondsenwervende organisaties en non-profitorganisaties (bijv. fondsen van sommige universiteiten,

academische ziekenhuizen en culturele organisaties) buiten de gegevens van het CBF. De gerapporteerde bedragen dienen dan ook als een ondergrens gezien te worden.

Het CBF actualiseert de cijfers van voorgaande jaren en daarom is het mogelijk dat er verschillen bestaan in de rapportage ten opzichte van de gerapporteerde bedragen in eerdere edities van *Geven in Nederland*. Soms corrigeren ontvangende instellingen de waarde van nalatenschappen nog tot enkele jaren na executie van het testament als de uiteindelijke waarde bekend is. We streven steeds naar de rapportage van de meest recente cijfers.

In tabel 15.6 geven we het aantal instellingen per sector, per jaar weer dat op het moment van meting (met als peildatum 31 mei 2019 voor de jaren 2004 tot en met 2015 en peildatum 11 december 2019 voor de jaren 2016 tot en met 2018) op basis van de CBF-database gebruikt is.

Jaren	Cultuur	Gezondheid	Internationale hulp	Kerk en levensbeschouwing	Maatschappelijke en sociale doelen	Milieu, natuur en dieren	Onderwijs en onderzoek	Totaal
2004	16	66	233	30	130	79	6	560
2005	24	77	281	31	149	87	12	661
2006	35	94	350	40	172	98	17	806
2007	40	106	473	43	203	110	30	1.005
2008	39	108	495	41	220	109	28	1.040
2009	37	110	511	41	215	110	28	1.052
2010	33	116	533	48	236	116	29	1.111
2011	40	115	519	46	254	119	29	1.122
2014	42	107	348	42	226	112	16	893
2015	37	110	341	39	225	109	15	877
2016	45	117	344	41	245	111	17	920
2017	45	119	339	40	250	111	16	920
2018	29	95	237	35	178	96	6	676

Tabel 15.6: Aantal instellingen in de CBF-database, 2004-2018

Aanvullend onderzoek fondsen academische ziekenhuizen en universiteiten

In deze editie voerden wij – net als voor Geven in Nederland 2017 - aanvullend onderzoek uit naar nalatenschappen aan academische ziekenhuizen en universiteiten (tabel 15.7). Dit deden wij omdat niet alle ANBI's in de CBF-database opgenomen worden. Zo vallen veel kerken en congregaties, kleinschalige lokale fondsenwervende organisaties en non-profitorganisaties zoals sommige fondsen van universiteiten en academische ziekenhuizen buiten de dataverzameling van het CBF. Om een completer beeld te krijgen zijn de 66 in Nederland bekende academische ziekenhuizen en universiteitsfondsen nader onderzocht. Hiervan zaten 11 fondsen in de CBF-database. Deze zijn daarom buiten het aanvullende onderzoek gehouden. De overige 55 fondsen zijn benaderd om informatie te verkrijgen over de inkomsten uit nalatenschappen in 2018. In totaal hebben 24 fondsen van academische ziekenhuizen (87% respons) en 13 universiteitsfondsen (50% respons) meegewerkt aan het onderzoek.

Onderzoek naar nalatenschappen aan goede doelen onder huishoudens

Voor deze editie van Geven in Nederland zijn net als in de vorige editie huishoudens ondervraagd over nalatenschappen en hebben wij deze uitkomsten geïntegreerd. Sommige vragen zijn alleen gesteld in het onderzoek onder vermogenden. Als dit het geval is, wordt dit in hoofdstuk 2 vermeld.

De weging van de respondenten in hoofdstuk 2 is veranderd ten opzichte van de vorige editie. Om ervoor te zorgen dat groepen die oververtegenwoordigd zijn in de steekproef geen disproportionele invloed hebben op de cijfers, maken we gebruik van weging. In de vorige editie werd de panelstudie van huishoudens gewogen op basis van geslacht, leeftijd, opleiding, huishoudomvang, provincie en regio aangeleverd door Kantar Public. In deze editie hebben er twee veranderingen plaatsgevonden. We wegen ook de steekproef van vermogende huishoudens. Zij worden gewogen op basis van de vermogenscategorie waarbij we gebruik maken van de vermogenstabel van het CBS en het al dan niet aftrekken van de giften in de inkomstenbelasting. Ten

tweede worden de huishoudens uit de brede steekproef nu niet alleen gewogen op basis van geslacht, leeftijd, opleiding, huishoudomvang en provincie en regio, maar ook op basis van de vermogenscategorie en het al dan niet aftrekken van de giften in de inkomstenbelasting. In de vorige editie hadden wij meer vermogenden in de steekproef dan in de populatie en werden zij in hoofdstuk 2 niet teruggewogen. Hierdoor hadden zij veel invloed op de resultaten in het hoofdstuk over nalatenschappen. Omdat vermogenden vaker nalaten aan een goed doel en wij deze nu terugwegen, is het aandeel testateurs en mensen die nalaten aan een goed doel in deze editie lager dan in de vorige editie. De percentages van deze editie zijn dus ook niet goed te vergelijken met de vorige editie. De percentages van deze editie zijn wel een betere schatting van het nalaten aan goede doelen door de Nederlandse bevolking.

	Academische ziekenhuizen (N=8)	Universiteiten (N=18)
Aantal fondsen	38 (9)	28 (2)
Aantal fondsen met minstens één nalatenschap	8 (6)	4 (1)
Totale hoogte nalatenschappen	€ 853.200	€ 1.576.201
Totale hoogte nalatenschappen incl. fondsen met CBF Erkenning	€ 3.858.430	*€ 1.514.051
Het aantal fondsen waarvan de data al in de CBF-Database zijn opgenomen staat aangegeven tussen haakjes		
* Dit getal is lager door een negatieve nalatenschap in een CBF Erkend fonds		

Tabel 15.7: Aanvullend onderzoek nalatenschappen onder fondsen van universiteiten en academische ziekenhuizen

15.3 Fondsen

In het onderzoek naar fondsen maken we onderscheid tussen geldwervende fondsen en vermogensfondsen.

Geldwervende fondsen

Voor het onderzoek naar geldwervende fondsen gebruiken we cijfers uit de CBF-database. De cijfers zijn ontleend aan de inkomsten en bestedingen die fondsenwervende instellingen hebben gerapporteerd aan het CBF. We gebruiken een bestand uit december 2019, dat op dat moment de financiële gegevens van 676 fondsen over het jaar 2018 bevatte. Het CBF vult het databestand continu aan met fondsen die alsnog hun jaarverslag over 2018 aanleveren. Het CBF geeft aan dat dit met name kleine fondsenwervende instellingen betreft en daarom geen groot gewicht meer heeft op het totaalbedrag. Om dubbeltellingen te voorkomen, rekenen we in het Geven in Nederland-onderzoek alleen de 'rentebaten/inkomsten uit beleggingen' mee. De andere inkomsten van geldwervende fondsen - zoals geldwerving onder Nederlandse huishoudens en bedrijven - zijn reeds bij andere bronnen ondergebracht (geven door huishoudens, geven door loterijen en geven door bedrijven). 2018 was een slecht beleggingsjaar, resulterend in negatieve beleggingsopbrengsten voor sommige fondsen. We tellen alleen de positieve beleggingsresultaten mee voor het totaaloverzicht. In totaal hebben 361 fondsenwervende instellingen (positieve) inkomsten uit beleggingen gerapporteerd. Het CBF hanteert een iets andere indeling van sectoren dan het Geven in Nederland onderzoek. De categorie sport en recreatie valt in de CBF-rubricering onder 'Welzijn'. Ten behoeve van de GIN-rubricering is de categorie 'Welzijn', gebruikt door het CBF, uitgesplitst naar de sectoren 'Sport en recreatie' en 'Maatschappelijke en sociale doelen'.

Voor de jaren 1995, 1997, 1999 en 2001 werden naast de inkomsten uit beleggingen/rentebaten ook nog het aandeel van fondsen in acties van derden (zoals de opbrengsten uit grote loterijen) meegetrekkend. Vanaf 2003 worden alleen nog de inkomsten uit beleggingen/rentebaten gerapporteerd, omdat de opbrengsten uit kansspelen (zoals goededoelen-loterijen) in een apart hoofdstuk zijn ondergebracht.

Vermogensfondsen

In Nederland is er geen centrale database met gegevens over de inkomsten en giften van vermogensfondsen en hybride fondsen die hun jaarverslag niet naar het CBF sturen. Vanwege gebrekkige gegevensbronnen en een onvolledig steekproefkader is het tot op heden niet mogelijk geweest een totaalschatting te maken van de bijdragen van alle vermogensfondsen in Nederland. Daarmee vormen de schattingen van deze groep fondsen al jaren een hiaat in het onderzoek (zie ook evaluaties van Geven in Nederland in 2011, 2013 en 2015). Zolang er geen database beschikbaar is met gegevens over alle vermogensfondsen in Nederland, zijn de onderzoekers aangewezen op andere methoden om inzicht in hun geefgedrag te krijgen. Ten behoeve van het macro-economische overzicht van Geven in Nederland 2020 heeft het onderzoek onder vermogensfondsen zich geconcentreerd op de grootste vermogensfondsen (met een geschat doelbestedingsbudget van > €500.000) in Nederland. Uitgangspunt hierbij is dat een klein deel van de fondsen verantwoordelijk is voor het grootste deel van de uitgaven. Met behulp van beschikbare gegevensbronnen, het inschakelen van experts en de 'sneeuwbal-methode' onderzochten de onderzoekers ten behoeve van Geven in Nederland 2017 welke fondsen een doelbestedingsbudget van meer dan €1 miljoen hadden. Dat leverde destijds een lijst op van 78 fondsen. Voor Geven in Nederland 2020 hebben de onderzoekers de lijst aangevuld met fondsen die een geschat doelbestedingsbudget hebben tussen de €500.000 - €1.000.000. Daarvoor is gebruik gemaakt van de database van het ECSP (2018) die in het kader van het onderzoek 'Filantropische Fondsen in Kaart' data heeft verzameld over 2016. De onderzoekers hebben een lijst met 122 fondsen samengesteld die benaderd zijn voor het onderzoek. Het betreft fondsen die in principe niet afhankelijk zijn van actieve fondsenwerving, maar eigen middelen hebben (vermogen en/of structurele inkomstenbron afkomstig van een familie of bedrijf) om goede doelen te ondersteunen. Hybride fondsen die hun jaarverslag bij het CBF hebben

aangeleverd, zoals het Prins Bernhard Cultuur Fonds en het Oranje Fonds, vallen hierbuiten. Hun gegevens zijn al in de CBF-database opgenomen. De geselecteerde 122 fondsen zijn via e-mail uitgenodigd een online enquête in te vullen over hun doelbestedingen, inkomsten en vermogen in 2018. Daarnaast zijn vragen gesteld over hun maatschappelijke rolopvatting, de relatie met de overheid, contact met stakeholders, vormen van financiële en niet-financiële ondersteuning, impact en innovatie. In totaal hebben 63 fondsen de vragenlijst volledig (of nagenoeg volledig) ingevuld. Voor het macro-economische overzicht van Geven in Nederland hebben de onderzoekers het bestand aangevuld (aan de hand van secundaire bronnen zoals jaarverslagen en websites) met informatie over de doelbestedingen van nog eens 59 fondsen. Voor het eerst kunnen we in deze editie iets zeggen over de trend in doelbestedingen bij deze groep fondsen. Van 86 fondsen hebben we informatie kunnen verzamelen over hun doelbestedingen in de jaren 2015-2018. Voor het jaar 2016 is daarbij gebruik gemaakt van de gegevens in de ECSP-database. Voor de andere jaren heeft de VU data verzameld. Voor de jaren 2015 en 2018 is de data deels afkomstig uit de online enquêtes en deels uit het jaarverslagonderzoek. De data over 2017 is geheel afkomstig uit het jaarverslagonderzoek. Binnen het tijdsbestek van dit onderzoek was het niet mogelijk om de doelbestedingen van deze fondsen voor al deze jaren onder te verdelen naar de acht sectoren van Geven in Nederland. Temeer omdat deze informatie niet altijd terug is te vinden in jaarverslagen en omdat de jaarverslagen van de voorgaande jaren niet altijd meer online beschikbaar zijn. Om dubbeltellingen te voorkomen worden voor het macro-overzicht van Geven in Nederland alleen de doelbestedingen uit de opbrengst van het vermogen meegeteld. Volgens de logica van dit onderzoek telt elke euro voor het goede doel maar één keer mee. Dat betekent dat de doelbestedingen van zuivere vermogensfondsen, fondsen die alleen uit de opbrengst van het vermogen geven, voor 100% meetellen. De

doelbestedingen van fondsen die gevoed worden door een structurele bron van inkomsten afkomstig van een familie of bedrijf tellen we niet mee. Deze bijdragen zijn al bij de andere hoofdstukken (hoofdstuk 1 Geven door huishoudens en hoofdstuk 4 Geven door bedrijven) meegeteld. Er zijn ook vermogensfondsen met een vermogen die (incidenteel) giften ontvangen. We tellen in dat geval de doelbestedingen niet voor 100% mee, de giften worden van de doelbestedingen afgetrokken. De bijdragen van vermogensfondsen in Geven in Nederland 2020 betreffen geen gegeneraliseerde bedragen. Toch hebben de onderzoekers ten opzichte van voorgaande jaren beter inzicht gekregen in het volume van de bestedingen van vermogensfondsen door in de onderzoeksmethode de focus op relatief grote fondsen te leggen. Belangrijk om te vermelden is dat er geen uitspraken kunnen worden gedaan over trends in het geefgedrag van vermogensfondsen, omdat de gegevens over de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1995-2015 op verschillende manieren zijn verzameld.

15.4 Kansspelen

Nederland telt in 2018 negen landelijke kansspelvergunninghouders die verplicht zijn een deel van hun opbrengst af te dragen aan goede doelen. Het betreft de volgende vergunninghouders: de Nationale Postcode Loterij, de BankGiro Loterij, de VriendenLoterij, de Samenwerkende Non-profit Loterijen (SNL), Lotto B.V. (Lotto, Krasloterij en Toto) en ZEBetting & Gaming. Sinds het openstellen van de loterijmarkt in 2016 zijn er 3 nieuwkomers met een vergunning voor een loterij bijgekomen: Fairshare Loterijen/Lot of Happiness, Lottovate en de Impact Loterij. Lottovate en Impact Loterij hebben weliswaar een vergunning, maar bieden in 2018 geen loterij aan op de kansspelmarkt. We rapporteren in het hoofdstuk dus over de bestedingen van zeven landelijke kansspelvergunninghouders.

De gegevens over de giften van deze kansspelvergunninghouders zijn in de periode 2003-2009 ontleend aan het jaarverslag van het College van Toezicht op de Kansspelen, dat op 1 april 2012 is

opgeheven. De Kansspelautoriteit (KSA), die sindsdien toezicht houdt op de kanspelsector, gaat in haar jaarverslagen niet uitgebreid in op de giften van de kansspelvergunninghouders aan goede doelen. De cijfers vanaf 2011 zijn daarom ontleend aan de jaarverslagen/websites van de kansspelvergunninghouders zelf. Voor 2003 rapporteerden we de giften van de goededoelenloterijen als onderdeel van de giften van geldwervende instellingen. Vanaf 2005 bevatten onze rapportages ook de bijdragen van de stichting Samenwerkende Non-profit Loterijen (SNL). De SNL bestaat uit een aantal goede doelenorganisaties met een eigen loterij: KWF Kankerbestrijding, de Grote Clubactie/Support Actie, Jantje Beton, Scouting Nederland en de Zonnebloem.

15.5 Bedrijven

De gegevens over bedrijven zijn verzameld onder een representatieve steekproef van bedrijven die in Nederland gevestigd zijn. De branches 'landbouw', 'overheid', 'onderwijs' 'gezondheidszorg' en 'cultuur, sport en recreatie' zijn uitgesloten om de consistentie met eerdere edities te behouden. Het veldwerk is verricht door Kantar Public en liep van maandag 26 augustus tot en met zondag 1 september, via het internet. Respon-

denten kregen een email met een link naar de online vragenlijst.

Deelnemers en steekproef

1.022 bedrijven hebben de vragenlijst volledig ingevuld (zie tabel 15.8). Vijf bedrijven zijn niet opgenomen in de uiteindelijke analyse. In één geval hebben we een bedrijf verwijderd uit de analyse vanwege de onevenredig grote invloed die het bedrijf had op uitgaven

aan (sport)sponsoring. In de andere vier gevallen hebben we het bedrijf uit de analyse verwijderd omdat de organisatie geen winstoogmerk had en/of werd geclaimd dat er een veel groter bedrag in geld werd gegeven dan er winst was gemaakt in het bedrijf, hetgeen de gift erg onwaarschijnlijk maakt. De gerapporteerde resultaten gaan derhalve uiteindelijk over 1.017 bedrijven.

Kantar Public	
Uitnodigingen deelnemers vorige meting	120
Uitnodigingen Aanvullende steekproef	2.844
Totaal aan uitnodigingen	2.964
Respons	34%
Respondenten	1.022

Tabel 15.8: Aantallen bedrijven Geven in Nederland 2020

De steekproef is ongeveer even groot als in 2016, maar is qua samenstelling sterk veranderd. In voorgaande edities was het mogelijk om longitudinale analyses te doen, omdat een aantal bedrijven meerdere keren had meegedaan aan een 'Geven in Nederland' bedrijvenonderzoek. Deze keer was dat niet mogelijk, omdat de steekproef slechts 120 bedrijven bevat die aan eerdere edities van Geven in Nederland hebben meegedaan. Volgens de gegevens van Kantar Public is de steekproef behoorlijk representatief voor de bedrijven in Nederland. Hiervoor is een vergelijking gemaakt met een CBS-tabel over het totale aantal bedrijven per branche in Nederland en het aantal werkzame personen per bedrijf. Er is wel een groter aantal eenmanszaken opgenomen in de steekproef en de eventuele consequenties daarvan worden besproken in 'Schattingen op basis van de steekproef van bedrijven'.

Procedure en vragenlijst

De vragenlijsten zijn ingevuld door de persoon die binnen het desbetreffende

bedrijf verantwoordelijk is voor sponsoring en giften. Deze persoon blijkt in 96% van de gevallen ook verantwoordelijk te zijn voor beleid of uitvoering van maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). Alle vragen over sponsoring en giften hebben betrekking op het gedrag van bedrijven in 2018. Het onderzoek is in de zomer en vroege herfst van 2019 uitgevoerd. De vragenlijst is afgenomen via internet. Voor 2008 werd de vragenlijst telefonisch afgenomen. De beoogde respondenten zijn door Kantar Public benaderd met het verzoek aan het onderzoek deel te nemen. Sinds 2008 vindt de dataverzameling online plaats, omdat in de vragenlijst naar een groot aantal gedetailleerde gegevens wordt gevraagd. Online dataverzameling biedt de respondent de gelegenheid de vragenlijst op een zelfgekozen tijdstip in te vullen. Bovendien kunnen zo de – vaak financiële – administratieve gegevens worden opgezocht.

De vragenlijst begint met vragen over de bedragen die aan sponsoring en giften

zijn besteed. Net als in de vorige editie is allereerst gevraagd of het bedrijf een strikt onderscheid maakt tussen sponsoring en giften, waarbij is uitgelegd dat sponsoring betrekking heeft op geven met een zakelijk belang, die in de belastingaangiften worden gerekend tot aftrekbare bedrijfskosten, en waarbij vaak een tegenprestatie van het ontvangende doel wordt verwacht. Giften gaat om geven zonder zakelijk belang, waarbij geen tegenprestatie van het ontvangende doel wordt verwacht. Bijna 68% van de bedrijven geeft aan geen strikt onderscheid tussen sponsoring en giften te maken, een wat hoger percentage dan in 2016. Deze respondenten hebben vervolgens de bedragen ingevuld bij sponsoring of giften, waarbij hun is gevraagd de categorie te kiezen die zij zelf het meest van toepassing achten. Ongeveer 15% van de deelnemende bedrijven doet zowel aan sponsoring als aan giften en deze groep bedrijven vult dus de vragen bij beide categorieën in.

In het eerste deel van de vragenlijst worden vervolgens vragen gesteld over sponsoring door het bedrijf. De respondenten werd een aantal doelen voorgelegd (zoals 'instellingen voor cultuur'), waarbij voor elk doel werd gevraagd of het bedrijf dit in 2018 had gesponsord. Aansluitend werd gevraagd naar de hoogte van het bedrag in geld, in natura (in €) en in mankracht (in €). Er werden elf typen doelen onderscheiden. Naast de in elke editie terugkerende doelen was een extra doel toegevoegd omdat die bijzonder veel aandacht trok in 2018: de nationale actie voor slachtoffers van de aardbevingen en tsunami op het Indonesische eiland Sulawesi (giri 555). Hoewel de gegeven bedragen ten behoeve van milieu, natuur en dieren als aparte categorieën werden aangeboden, net als in eerdere edities hebben we er uiteindelijk weer voor gekozen om in de rapportage de bedragen voor deze drie doelen samen te voegen. Juist deze doelen worden door weinig bedrijven gesteund en samenvoeging bood ook een betere mogelijkheid om een vergelijking met eerdere gegevens te maken. Aanvullend hebben we de respondenten gevraagd:

- welk percentage van het bedrag aan sponsoring naar lokale doelen is gegaan;
- of het bedrijf een sponsorbeleid heeft en wat de inhoud hiervan is;
- welke motieven het bedrijf heeft voor sponsoring;
- welke personen of groepen binnen of buiten het bedrijf initiatieven hebben genomen om te gaan sponsoren;
- of het bedrijf de sponsoractiviteiten communiceert via populaire media of bedrijfsmedia;
- wat de frequentie en aard is van de verzoeken om sponsoring die het bedrijf heeft gekregen.

In het tweede deel van de vragenlijst zijn al deze vragen nogmaals gesteld, maar nu voor giften zonder zakelijk belang. Er is ook gevraagd of bedrijven dachten dat sponsoring en het doen van giften een positieve of negatieve uitwerking had op het bedrijf.

Een derde deel van de vragenlijst bevat een aantal vragen over maatschappelijk

verantwoord ondernemen (MVO). MVO wordt in de vragenlijst omschreven als 'naast het streven naar winst (profit) ook rekening houden met het effect van activiteiten op het milieu (planet) en oog hebben voor menselijke aspecten binnen en buiten het bedrijf (people)'. Naast vragen naar concrete activiteiten op het gebied van milieu en personeelsbeleid zijn vragen gesteld over de motieven om aan MVO te doen en werd de respondent een aantal stellingen over MVO en de maatschappelijke taken van bedrijven voorgelegd.

De vragenlijst eindigt met vragen over een aantal achtergrondkenmerken van het bedrijf, zoals het aantal medewerkers, het opleidingsniveau van de medewerkers, de omzet en de winst.

Schattingen op basis van de steekproef van bedrijven

Met het bedrijvenonderzoek streven we naar een zo goed mogelijke schatting van de bedragen die de Nederlandse bedrijven gezamenlijk uitgeven aan sponsoring en aan giften zonder zakelijk belang. De gegevens van de steekproef van de bedrijven die ondervraagd zijn, hebben we geëxtrapoleerd naar de totale populatie van Nederlandse bedrijven. De bedrijven steekproef is gewogen naar branche en bedrijfsgrootte, gebaseerd op het bestand van het CBS over het totaal aantal bedrijven binnen Nederland per branche, inclusief gegevens over de hoeveelheid werkzame personen per bedrijf. Deze wegingsfactor gebruiken we ook in de schattingen van MVO. Vrijwel alle gerapporteerde resultaten zijn gebaseerd op de extrapolaties, behalve die zijn gebaseerd op een beperkt deel van de steekproef (bijvoorbeeld de analyses van bedrijven met meer dan 25 medewerkers).

De weging is cruciaal voor de extrapolatie, omdat de groep deelnemende respondenten niet vanzelf representatief is voor de werkelijke populatie. Hieronder staat daar nadere informatie over, die laat zien dat er in de huidige steekproef een sterke ondervertegenwoordiging is van het aantal eenmanszaken en dat de drie overige categorieën oververtegenwoordigd zijn. Het is verstandig om de in de populatie weinig voorkomende

groepen in de steekproef over te vertegenwoordigen, opdat de generalisatie op basis van de weging betrouwbaarder wordt. Dat is gebeurd bij de bedrijven met 11-100 medewerkers en bedrijven met meer dan 100 medewerkers. Daarvoor wordt gecorrigeerd via de weegfactor.

Ondanks het feit dat er 'maar' 48,1% eenmanszaken in de feitelijke steekproef zitten, wordt dat gebrek aan representativiteit rechtgetrokken via de weegfactor. Ieder bedrijf dat deelneemt 'staat' voor een heleboel andere bedrijven die niet meedoen aan het onderzoek. Bijvoorbeeld als er in de populatie 200 eenmanszaken zijn in een bepaalde branche en er zijn er maar 2 in de steekproef opgenomen, krijgen ze ieder een gewicht 100.

Het gebruik van wegingsfactoren heeft als belangrijkste nadeel dat door weging en generalisatie het kan gebeuren dat de gegevens van één of enkele bedrijven een zeer grote invloed hebben op de totale giften aan een bepaald doel of binnen een bepaalde branche. Als onderzoekers zijn we altijd terughoudend met het verwijderen van respondenten uit ons bestand. We hebben geen reden om aan te nemen dat de betreffende respondenten de vragenlijst niet serieus hebben ingevuld en daarom hebben we ervoor gekozen de resultaten van hun bedrijven te handhaven.

Bedrijfsgrootte in aantallen medewerkers	% in steekproef	% op basis van weging
1	48,1	61,1
2-10	30,9	32,4
11-100	16,3	5,3
>100	4,7	1,1

Tabel 15.9: Respons en samenstelling steekproef naar bedrijfsgrootte na weging

Ondanks het feit dat door de weegfactor de gegevens representatiever gemaakt kunnen worden, heeft de samenstelling van de steekproef waarschijnlijk wel invloed op de schattingen voor de gegeven bedragen. Dat komt omdat in de categorie eenmanszaken in deze steekproef een relatief grote groep bedrijven helemaal niet doet aan sponsoring of giften, en dus geen enkel goed doel steunt (ruim 57%). Voor de bedrijven met 2-10 medewerkers is dat 40%, voor bedrijven van 11-100 medewerkers 33%, en voor de bedrijven met meer dan 100 medewerkers 23%. Gegeven die percentages is er door de grotere groep eenpersoonsbedrijven (in absolute en relatieve zin) in de steekproef een hoger percentage bedrijven in de steekproef dat helemaal niet aan sponsoring en giften doet dan in voorgaande edities van het onderzoek. Dat heeft ook zeer waarschijnlijk invloed op de schatting van de totaalbedragen. Wanneer een even hoog percentage eenpersoonsbedrijven zou hebben meegedaan aan dit onderzoek als in 2016 (destijds 21,6%) zou er waarschijnlijk een hogere schatting van de totaalbedragen worden gerapporteerd. Omdat het percentage eenpersoonsbedrijven in de steekproef van 2019 dichter bij het percentage in de populatie ligt, is de schatting van 2019 waarschijnlijk beter dan die uit 2016.

Sponsoring en giften door eenpersoonsbedrijven

Eenmanszaken vormen een bijzondere en belangrijke categorie bedrijven. We herhalen daarom onderstaande tekst uit Geven in Nederland 2017: “Vele honderdduizenden eenpersoonszaken

en zelfstandigen zonder personeel zijn als bedrijf aangemerkt bij de Kamer van Koophandel. Zij vormen verreweg de grootste categorie bedrijven in Nederland en een groot aantal ervan houdt zich bezig met sponsoring en doet giften. In het kader van de belastingwetgeving hebben eenpersoonsbedrijven wel een bijzonder kenmerk: voor ondernemers die hun inkomen als winst uit onderneming voor de inkomstenbelasting aangeven is het niet mogelijk om zakelijke en privégiften te splitsen. De ondernemer doet aangifte inkomstenbelasting en de giften worden fiscaal gezien als zijn privégiften. In de huidige editie hebben we meer zicht proberen te krijgen op deze groep en hoe die zelf tegen hun filantropische activiteiten aankijkt. Eenmanszaken geven zelf vaak aan hun schenkingen wel degelijk te zien als gedaan vanuit het bedrijf zelf. Het zou niet correct zijn om deze bedrijven zonder meer uit de analyses te verwijderen, omdat veel bedrijven ‘om niet’ hun expertise in dienst stellen van goede doelen. Die expertise zal in veel gevallen wel degelijk aan het bedrijf gekoppeld zijn. Opvallend is verder dat veel respondenten ook zelf aangeven dat ze hun filantropische bijdragen zien als gegeven uit naam van hun bedrijf, al geldt dat voor sponsoring sterker dan voor giften. Volledige weglating zou dus een onderschatting betekenen van de schenkingen door bedrijven, maar volledig handhaven impliceert een overschatting. Door voor een aantal edities in kaart te brengen wat de relatieve bijdrage van eenmanszaken is aan het totaalbedrag aan sponsoring/giften, wordt duidelijk dat die bijdrage sub-

stantieel is, ruwweg tussen de 15 en 25% van het totaalbedrag aan schenkingen. Maar nu is ook zichtbaar hoe groot het totaalbedrag zou zijn zonder deze groep respondenten.”

Literatuur

- Schuyt, Th.N.M. & B.M. Gouwenberg (2000). *Vermogensfondsen in Nederland: een verkenning*, Amsterdam: Vrije Universiteit Amsterdam.
- Gouwenberg, B.M. & Schuyt, Th.N.M. (2004). *Vermogensfondsen in Nederland nader onderzocht*. Amsterdam: Vrije Universiteit Amsterdam, FSW/Werkgroep Filantropie.
- Erasmus Centre of Strategic Philanthropy (2018). *Filantropische Fondsen in Kaart*. Rotterdam: ECSP.

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 goededoelenlosterijen 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

