



Slecht zicht op goede doelen

Een collectant aan de deur. In een paar seconden moet je beslissen: een paar euro in de bus doen of nee zeggen. Geven geeft een goed gevoel. Maar later komen soms de twijfels: komt het geld wel op de juiste plek terecht?

Tekst Else Meijer



De komende jaren wordt er flink bezuinigd op ontwikkelingssamenwerking. Veel goedbedoelenorganisaties zullen daardoor sterker moeten leunen op giften van particulieren. Ook organisaties die zich op andere doelen richten, zijn druk bezig om fondsen te werven. Hoewel sommige wervingspraktijken irritatie oproepen, zijn we nog altijd bereid in de buidel te tasten. Wel neemt het aantal donateurs af. Dat blijkt uit nieuw onderzoek van de Consumentenbond, dat we kunnen vergelijken met dat uit 2005. Het geld moet op de juiste plek terechtkomen, daar is iedereen het over eens. Tegelijkertijd is slechts een op de drie gevers ervan overtuigd dat de organisaties waaraan zij geven het geld juist besteden. Hoe is dat mogelijk? Waarom is het zo moeilijk om

zicht te krijgen op goede doelen? We ondervroegen ons panel en spraken erover met mensen die thuis zijn in de goededoelenwereld.

Veel geld

De goeddoelensector is groot. Er wordt jaarlijks een kleine €5 miljard gegeven. Er zijn veel organisaties die 'iets goeds' doen. Maar hoeveel precies, dat weet niemand. Het zijn er duizenden. Veel instanties richten zich op eenzelfde doel, bijvoorbeeld dierenwelzijn of het bestrijden van een bepaalde ziekte. KWF Kankerbestrijding haalt jaarlijks veruit het meeste geld op, €125 miljoen (zie het overzicht op pagina 41). Dit is ruim vier keer zo veel als de nummer tien op de lijst, Oxfam/Novib. De meeste organisaties krijgen slechts een fractie van dit bedrag. Uit de enquête onder onze panelleden blijkt dat ze jaarlijks gemiddeld aan 9 verschillende doelen geven, en door 16 organisaties worden benaderd. Van veel goedbedoelenorganisaties die er zijn, zullen de mees-

Goed geven

Op een website moeten minstens contactgegevens, een financiële verantwoording en een overzicht van de bestuursleden staan.

ten nog nooit gehoord hebben. Onbekend maakt onbemind en vaak onvertrouwd. Dit is niet altijd terecht, want ook een kleine organisatie kan veel goeds doen

en effectief te werk gaan. Maar om dit te kunnen beoordelen is wél goede informatie nodig.

Weinig overzicht

Veel organisaties hebben een website waarmee ze een betrouwbaar beeld van hun activiteiten willen bieden. Wie op zoek gaat, kan best veel informatie vinden, zoals jaarverslagen, een overzicht van de bestedingen, en wie er in het bestuur zitten. Maar hoe moet je al deze gegevens als eenvoudige donateur op waarde schatten? Een geënquêteerde donateur: 'niet iedereen is controller of accountant'.

Het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF) houdt een register bij waar financiële en organisatiegegevens in staan van zo'n 1500 goede doelen. Het CBF: 'hier is te zien of een organisatie openheid van zaken geeft'. Maar de cijfers worden niet beoordeeld. Voor donateurs blijft het daardoor lastig om iets

Eigen stichting

Mevrouw Heuvel uit Wadenoijen geeft niet meer aan grote goedbedoelenorganisaties, maar heeft zelf een stichting opgericht die ontwikkelingswerk doet. 'Ik weet dat er soms geld op de verkeerde plaats terechtkomt. Controle is dus heel belangrijk.

Als gever wil je weten waaraan het geld, dat je vanuit je hart hebt gegeven, wordt besteed. Goede doelen zouden op hun website en in de brieven die ze sturen meer moeten laten zien wat precies ze hebben gedaan. Bijvoorbeeld: hoeveel huizen er zijn gebouwd en voor hoeveel gezinnen.'



met deze informatie te doen. Ook goedbedoelenmonitor.nl en goeddoelentest.nl publiceren gegevens van goede doelen (5600 respectievelijk 500). De sites vergelijken goede doelen op een aantal aspecten, zoals transparantie en de manier waarop organisaties hun activiteiten opzetten en controleren. Maar ook hier moet je de informatie nog steeds zelf interpreteren. Viola Lindeboom en Bart Hartman, initiatiefnemers van deze sites, willen donateurs zelf de keuze laten en niet voor hen beslissen aan welk doel ze moeten geven. Toch wil de meerderheid van de geënquêteerden het liefst een lijst met 'goede' goede doelen.

Volgens Esther Jacobs, zeven jaar actief in de goedbedoelenwereld, onder andere met haar stichting Coins for Care en de Donateursvereniging, kun je goede doelen niet zomaar vergelijken. Zij noemt het voorbeeld van twee organisaties die in Afrika aids bestrijden door condooms uit te delen. De ene organisatie doet dat

in steden en hiermee bereik je relatief goedkoop veel mensen. De andere organisatie richt zich op het platteland, waar condooms moeilijk te krijgen zijn en waar weinig mensen wonen. De laatstgenoemde organisatie maakt meer kosten, terwijl er min-

Goed geven

Bel als u vragen heeft. Een goede organisatie staat een gever goed te woord.

der condooms worden uitgedeeld. Welke organisatie is dan het 'best' bezig? Omdat het lastig is om appels met peren te vergelijken is transparantie volgens haar onontbeerlijk: 'maak als goed doel duidelijk wat je doet, hoeveel dat kost en waarom je het doet. Wees bovenal eerlijk. Mensen kunnen dan zelf bepalen of ze willen geven'. Joop Daalmeijer, oud-voorzitter van de Vereniging van Fond-

Drie worden door het CBF uitgegeven. Het verschil tussen de drie zit in de zwaarte van de criteria. Daarnaast is er een keurmerk voor christelijke goede doelen (RBF) en zijn er twee voor kleinere goede doelen (Keurmerk Goede Doelen en Keurmerk Goed Besteed). Al deze keurmerken geven geen garantie dat het opgehaalde geld goed terecht komt. Ze kijken of de financiële huishouding van

Goed geven

Wilt u niet ongevraagd benaderd worden? Hiervoor bestaan het Postfilter en het Bel-me-niet Register. De Consumentenbond pleit voor een Bel-niet-aan Register. Totdat dit er is, kan een sticker worden gekocht bij www.goededoelensticker.nl of www.nietaandedeur.nl. Zie ook het artikel op pagina 56.

'Het zelfreinigend vermogen in de goededoelensector is nul'

senwervende Instellingen (VFI), Bart Hartman en Viola Lindeboom vinden dat vooral het resultaat bekendgemaakt moet worden. Het gaat er niet zozeer om hoeveel geld een goed doel uitgeeft, maar om hoe het wordt besteed, en wat er concreet wordt bereikt.

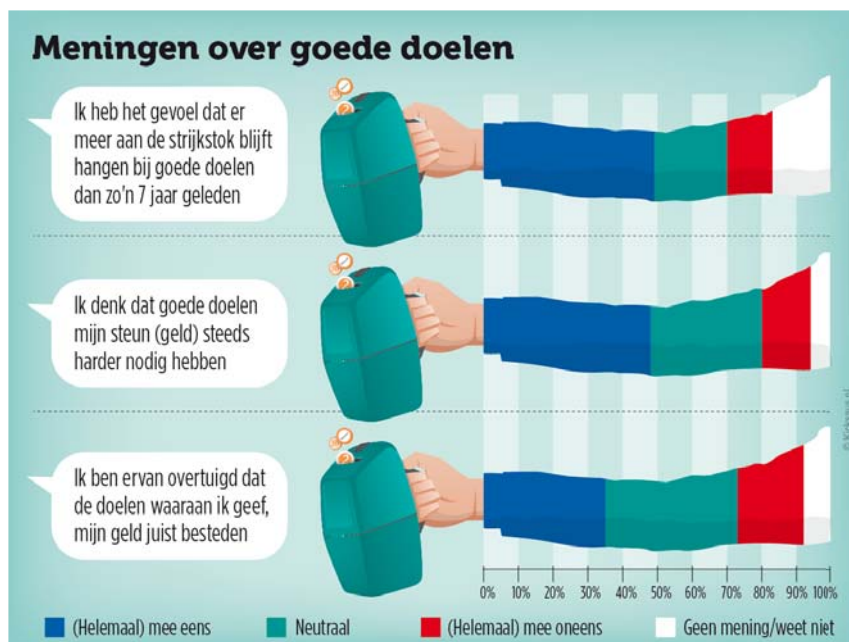
Keurmerk

Is een keurmerk dan niet de oplossing? Op dit moment zijn er maar liefst zes.

de goede doelen op orde is, maar bekijken niet of de methode om het doel te bereiken juist is. Dit is echter wel wat ruim de helft van de door de Consumentenbond geënquêteerde panelleden denkt. Een ander misverstand is dat een keurmerk betekent dat er ter plekke wordt gecontroleerd of het geld goed wordt besteed. Toch stelt het CBF dat een organisatie die een CBF-keurmerk heeft, een betrouwbaar goed doel is. Irene Mol van

het particuliere vermogensfonds Peque-no is het hier niet mee eens, omdat het CBF alleen in Nederland controleert, maar geen zicht heeft op wat er in het buitenland gebeurt. 'Het is te kostbaar om alle daadwerkelijke bestedingen in binnen- en buitenland te controleren', aldus het CBF.

Van alle duizenden goede doelen hebben er 400 een keurmerk. Het zijn vooral de goede doelen met een grote omzet. Veel goededoelenorganisaties hebben de 'Anbi-status': de organisatie is door de Belastingdienst erkend als Algemeen nut beogende instantie. Dit betekent dat je giften aan deze organisaties onder bepaalde voorwaarden voor de belasting mag aftrekken. Om de status te krijgen, moeten de organisaties aan een aantal eisen voldoen, maar deze gaan niet over de daadwerkelijke besteding van het geld. Een keurmerk is het dus niet, hoe-



wel sommige mensen dit wel denken. Helaas zijn er goedbedoelenorganisaties die het zo presenteren.

Rotte appels

Waarom zijn er verscheidene informatie-registers, keurmerken en ook meerdere brancheverenigingen? De critici die wij spraken zijn het erover eens: het ontbreekt aan samenwerking omdat veel spelers in de goedbedoelen-wereld vooral hun eigen belang nastreven. Bart Hartman: 'Bij nogal wat organisaties krijg ik de indruk dat het in stand houden van de eigen organisatie belangrijker is dan het doel waarvoor zij zijn opgericht.'

De brancheverenigingen VFI en Instituut Fondsenwerving (IF) zijn het hier niet mee eens. 'Er wordt juist veel samengewerkt. Elke organisatie denkt tot op zekere hoogte dat zij nodig is voor het oplossen of aanpakken van een probleem in de samenleving, anders was zij niet opgericht. Een organisatie die dat bestaansrecht niet meer waarmaakt, zal niet overleven.' Joop Daalmeijer maakt zich vooral zorgen om partijen die het donateurs-

vertrouwen niet waard zijn. 'Het zelfreinigend vermogen in de sector is nul. Er zijn een paar rotte appels. Het lukt de branche niet om deze uit hun midden te verwijderen. Dit is hard nodig, want ze leggen een smet op de hele sector.'

VFI en IF: 'Als appels aantoonbaar rot zijn worden ze uit onze verenigingen verwijderd. Het moet wel worden aangetoond, anders is er sprake van willekeur. Wat ons betreft moet bij een goed doel van enige omvang een onafhankelijke instantie controleren of het zich aan de regels houdt.'

Verbetering?

In 2011 is er een convenant gesloten tussen de overheid en de Samenwerkende Brancheorganisaties Filantropie (SBF). Het moet zorgen voor meer transparantie om het vertrouwen in goede doelen te bevorderen. Eind 2013 moet er één keurmerk zijn, één gedragscode en elk goed doel moet een website hebben met daarop financiële informatie en een verantwoording van de resultaten. De afspraken berusten op zelfregulering, wat betekent dat de branche zelf zijn functioneren laat controleren.

Wie aan een goed doel geeft, doet dit in goed vertrouwen. Maar de gever moet beter kunnen zien dat het geld

Goed geven

Doneren via een 'doneerwebsite'? Let op of alles naar het goede doel gaat, of dat de site een deel achterhoudt.

Goed geven

Meer weten over:

- financiële gegevens en informatie over de CBF-keurmerken: www.cbf.nl
- goede doelen in het algemeen: www.goededoelen.nl
- transparantie van goede doelen: www.goededoelentest.nl, www.goededoelenmonitor.nl
- gift aftrekken voor de belasting: www.belastingdienst.nl/giften
- hoe duurzaam goede doelen beleggen: www.vbdo.nl

DE GROOTSTE FONDSEN-WERVERS 2011

Organisatie	In € (miljoenen)
KWF Kankerbestrijding	125
Unicef	56
Rode Kruis	47
Wereld Natuur Fonds	44
Artsen zonder Grenzen	43
Cordaid	37
Hartstichting	37
Natuurmonumenten	33
Plan Nederland	31
Oxfam/Novib	28

Bron: Volkskrant

goed wordt besteed. Meer transparantie is nodig – de sector is nu aan zet. Hoe wenselijk het ook is, een lijst met goede doelen waarvan bewezen is dat ze het geld echt goed besteden, kan de Consumentenbond niet geven. Wel de tip van Irene Mol: 'geef bewust. Kies één of een paar goede doelen die zich richten op doelen die jij belangrijk vindt. Verdiep je hier eens in, stel ze vragen. Op deze manier zijn je giften minder versnipperd en voel je je meer betrokken.' 

