

## Wat en hoe geven jongeren?

### Samenvatting

In deze special onderzoeken we het geefgedrag van jongeren. Uit het *Geven in Nederland*-onderzoek blijkt dat het geefgedrag van zelfstandig wonende jongeren (van 18 tot 34 jaar) niet sterk afwijkt van het geefgedrag van oudere leeftijdsgroepen, zeker wanneer we rekening houden met het feit dat jongeren minder financiële mogelijkheden hebben voor het geven van geld dan ouderen.

Jongere huishoudens geven vaker geld aan goede doelen wanneer ze kerkelijk verbonden zijn, een eigen huis hebben en meer vertrouwen hebben in goede doelenorganisaties. Ze geven hogere bedragen wanneer ze kerkelijk zijn, een HBO of universitair diploma hebben, kinderen hebben en een inkomen behorende bij de twintig procent hoogste inkomens van Nederland.

Sommige van deze kenmerken zien we terug bij de meest vrijgevege donateurs aan de 'Serious Request' actie van het radiostation 3fm voor het Rode Kruis. De meeste donateurs van deze actie zijn tussen de 26 en 35 jaar. Ook voor deze actie geldt dat mensen met een hogere opleiding en inkomen de hoogste bedragen geven. Daarnaast is opvallend dat vrouwen lagere bedragen geven.

Dit hoofdstuk laat zien dat jongeren niet zo 'narcistisch' zijn als sommige media doen geloven. Jongeren blijken zeker bereid om op verschillende manieren een bijdrage te leveren aan de samenleving.

### 15.1 Inleiding

Een terugkerend onderwerp in de media is de bezorgdheid over de sociale betrokkenheid van jongeren. De 'jeugd van tegenwoordig' is narcistisch, houdt zich bezig met mode, mobieltjes en hyves, en heeft te weinig oog voor de samenleving, zo luidt de klacht (Bergsma en Schöttelndreier, 2008; SCP, 2008). Mede hierdoor is er in het overheidsbeleid steeds meer aandacht voor de maatschappelijke participatie van de jeugd. Het kabinet heeft een minister voor Jeugd & Gezin en in het onderwijs wordt de maatschappelijke stage ingevoerd om middelbare scholieren 'kennis te laten maken met de samenleving'.

In deze special besteden we aandacht aan het geefgedrag van jongeren<sup>1</sup>. Wat geven jongeren eigenlijk aan goede doelenorganisaties? Welke soorten organisaties hebben hun voorkeur? Waarom geven jongeren? De antwoorden op deze vragen zijn interessant omdat ze een beeld kunnen schetsen van het geefgedrag in de toekomst. Wat zullen de jongeren van tegenwoordig geven als ze volwassen zijn geworden? We beantwoorden deze vragen met

---

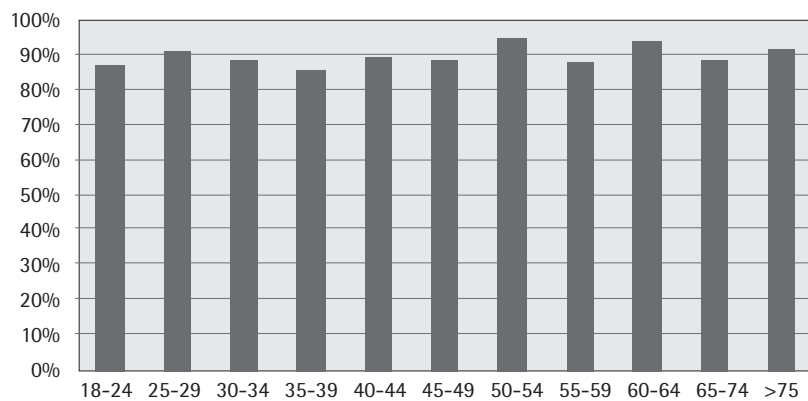
1 We beschouwen mensen in de leeftijdscategorie tussen 18 en 34 jaar als 'jongeren'

analyses van twee gegevensbestanden. Uit het *Geven in Nederland*-onderzoek krijgen we een beeld van het geefgedrag van zelfstandig wonende jong volwassenen in Nederland (18-34 jaar). Landelijk representatieve gegevens over jongeren onder de 18 jaar zijn niet beschikbaar. Wel hebben we de beschikking over gegevens uit onderzoek naar giften aan de 3fm Serious Request actie van 2007. Aan deze actie geven relatief veel jongeren.

## 15.2 Geven door jongere huishoudens

In figuur 15.1 is het percentage van de GIN respondenten weergegeven dat in 2007 gegeven zegt te hebben aan goede doelenorganisaties voor elf leeftijdsgroepen. Let wel: jongeren in het *Geven in Nederland*-onderzoek zijn zelfstandige jongeren, die alleen of met partner en eventueel kinderen een huishouden vormen, inclusief uitwonende studenten.

Figuur 15.1 Percentage van de respondenten dat geeft aan goede doelenorganisaties in elf leeftijdsgroepen

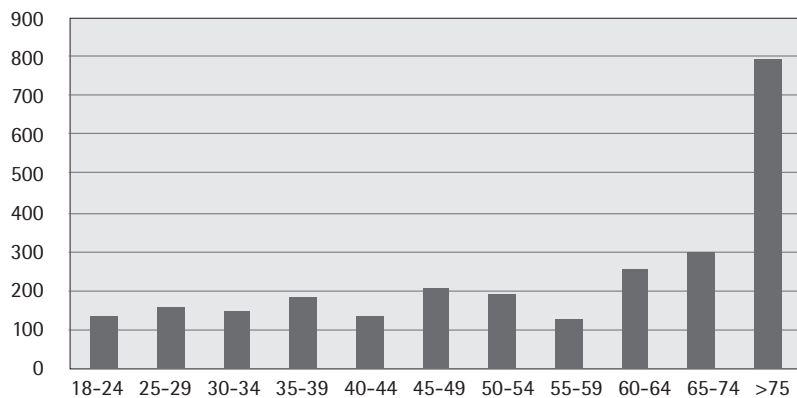


We zien in deze figuur eigenlijk helemaal geen grote verschillen. Er is geen sterk verband tussen de leeftijd en de kans om te geven aan goede doelenorganisaties. Het percentage van de huishoudens dat geeft aan goede doelenorganisaties schommelt tussen de 85 en 95. De jongste drie leeftijdsgroepen geven niet minder vaak dan de oudere leeftijdsgroepen. De groep 35-39 jarigen geeft het minst vaak. Het vaakst geven de 50-54 jarigen. Kort samengevat: alle Nederlanders geven aan goede doelen, zowel jong als oud.

In figuur 15.2 geven we het gemiddelde bedrag weer dat door respondenten in de elf leeftijdscategorieën wordt gegeven. In deze figuur zien we wel opvallend grote verschillen tussen jongere en middelbare respondenten en respondenten in de hoogste leeftijdscategorieën. We zien een toename van giften met de leeftijd: de drie jongste leeftijdsgroepen geven lagere bedragen dan de oudere groepen. De 75-plussers geven verreweg het meest, gemiddeld bijna € 800. Maar ook de 60-64 jarigen geven flink meer dan de 18-24 jarigen: bijna het dubbele. Deze bevinding komt overeen met resultaten op basis van eerdere *Geven in Nederland* onderzoeken (Bekkers, 2007). Jongeren onder 25 jaar gaven in het eerste

*Geven in Nederland*-onderzoek van 1995 gemiddeld slechts € 30 (gecorrigeerd voor inflatie). Maar tien jaar later, in 2005, gaf dezelfde groep huishoudens – intussen 25 tot 35 jaar oud – gemiddeld € 183. Een belangrijke verklaring voor deze stijging ligt in de toegenomen financiële mogelijkheden en zekerheden van deze groep huishoudens. Eenzelfde levensfase effect zien we overigens ook onder de groep 65-plussers uit 1995. Deze groep gaf in 1995 nog gemiddeld € 414. In 2005 gaf dezelfde groep – intussen 75-plussers geworden – gemiddeld € 572.<sup>1</sup> Met het naderen van het levenseinde nemen de giften sterk toe. Internationaal gezien is de bevinding echter een uitzondering op de regel. In het meeste onderzoek uit het buitenland (doorgaans de VS) blijkt namelijk een toename van giften met de leeftijd die na 75 jaar weer afbuigt naar beneden (Bekkers en Wiepking, 2007).

Figuur 15.2 Totaalbedrag aan giften in elf leeftijdsgroepen

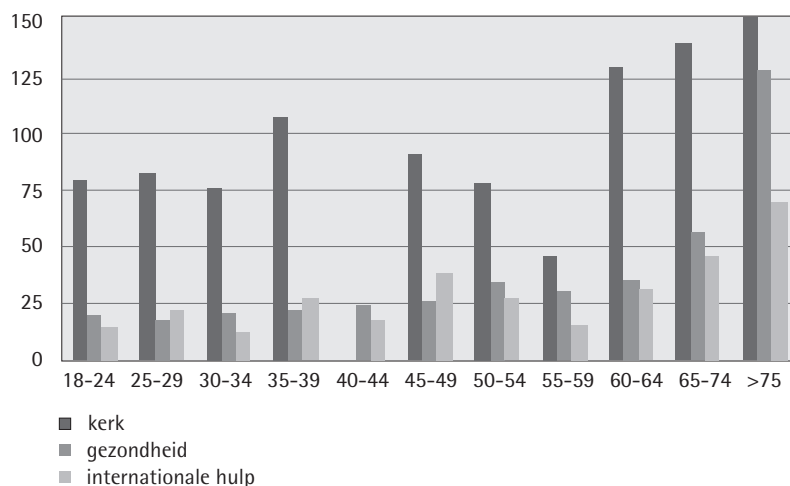


In figuur 15.3 is de hoogte weergegeven van giften in de elf leeftijdsgroepen in drie goede doelensectoren: kerk en levensbeschouwing, gezondheid en internationale hulp. Dit zijn de doelen waar Nederlandse huishoudens per jaar het meest aan geven. De cijfers zijn inclusief de huishoudens die niet aan deze doelen geven, zij zijn op 0 gesteld<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Wederom gecorrigeerd voor inflatie.

<sup>2</sup> Dit zijn gemiddelde bedragen onder alle respondenten, waarbij niet-gevers een 0 hebben gekregen

Figuur 15.3 Gemiddelde gift in drie sectoren in elf leeftijdsgroepen

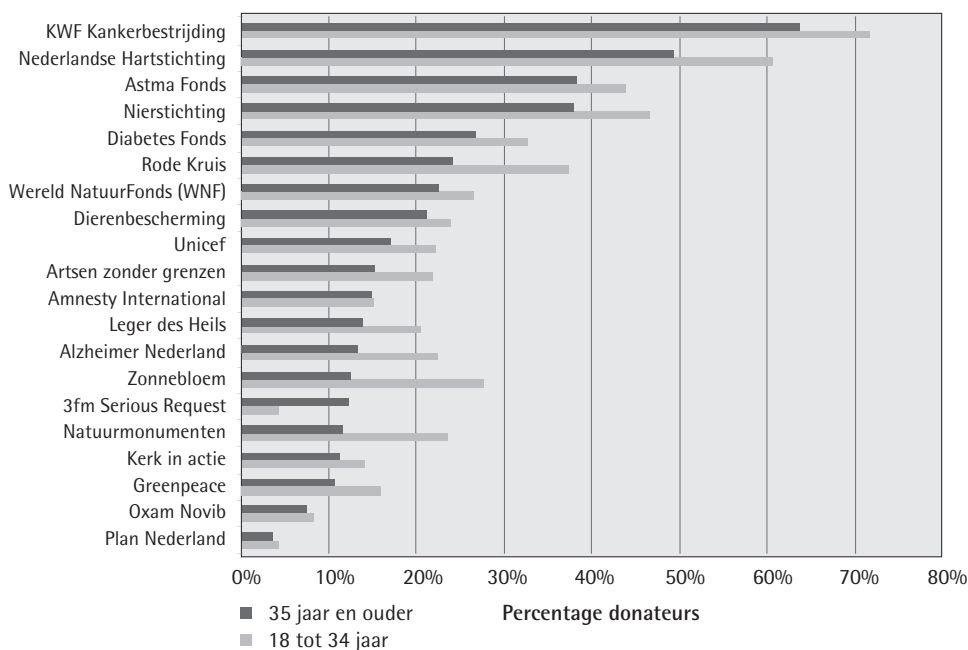


NB: de hoogte van giften aan de kerk onder de 75-plus huishoudens is niet volledig weergegeven in de grafiek. Deze waarde is € 502.

We zien dat de jongste drie leeftijdsgroepen (18-24, 25-29 en 30-34 jaar) toch gemiddeld iets meer dan € 75 geven aan kerk en levensbeschouwing. Dit bedrag is niet lager dan de gemiddelde gift onder 35-64 jarigen. Giften aan doelen op het terrein van gezondheid nemen wel toe met de leeftijd. Ook giften aan internationale hulp nemen toe met de leeftijd, ook al is er een dip in de 50-64 jarigen. We zien in alle drie de sectoren dat 65-plussers (veel) meer geven dan jongere huishoudens.

In figuur 15.4 staat het percentage 'jongere' (< 35 jaar) en 'oudere' (> 35 jaar) huishoudens weergegeven dat zegt geld te geven aan de twintig specifieke goede doelen die zijn opgenomen in het Geven in Nederland onderzoek. Zowel onder jongeren als ouderen zijn gezondheidsdoelen, zoals KWF Kankerbestrijding en de Nederlandse Hartstichting, het populairst. Dit effect kan grotendeels worden verklaard doordat gezondheidsdoelen vaker geld inzamelen via huis-aan-huis collectes (Wiepking, 2008). Hierdoor bereiken ze gemiddeld een groot aantal donateurs. Daar staat tegenover dat de gemiddelde donatie aan gezondheidsdoelen lager is dan de gemiddelde donatie aan bijvoorbeeld doelen op het gebied van internationale hulp, zoals Plan Nederland en Oxfam Novib. Uit figuur 15.4 blijkt verder dat jongeren en ouderen in grote lijn geven de voorkeur aan dezelfde doelen geven. Het minst populair zijn doelen op het gebied van internationale hulp. Het enige doel waaraan meer jongeren dan ouderen geven is de 3fm Serious Request actie, waar we later in dit hoofdstuk verder op in gaan. Duidelijk minder populair onder jongeren dan onder ouderen zijn doelen die zich (voornamelijk) richten op ouderen, zoals de Zonnebloem en Alzheimer Nederland.

**Figuur 15.4 Percentage giften aan specifieke goede doelen onder 'jongere' (<35) en 'oudere'(> 35) huishoudens**



*Welke jongeren geven?*

In paragraaf 1.5 hebben we gezien welke kenmerken van huishoudens samengaan met een hogere kans om te geven en hogere gemiddelde giften. In tabel 15.1 van deze special hebben we weergegeven hoe deze verbanden liggen voor twee groepen respondenten: de jongere huishoudens van 18-34 jaar en de oudere huishoudens van 35 jaar en ouder.

We zien dat geefgedrag onder jongere huishoudens samengaat met een kleiner aantal kenmerken dan geefgedrag onder oudere huishoudens. Onder de jongere huishoudens blijken alleen kerkelijke verbondenheid (Hervormd, gereformeerd of overig), het bezit van een eigen huis en vertrouwen in goede doelenorganisaties samen te gaan met een hogere kans om te geven. Giften zijn hoger onder jongere huishoudens met een HBO/WO diploma, huishoudens met thuiswonende kinderen, huishoudens die vaker de kerk bezoeken, kerkelijk verbonden zijn en een inkomen behorende bij de twintig procent hoogste inkomens van Nederland (het hoogste kwintiel).

Dat de (grotere) gevers onder jongere huishoudens een minder uitgesproken profiel hebben dan de gevers onder de groep oudere huishoudens komt gedeeltelijk doordat deze groep nog niet 'gesetteld' is en levensomstandigheden zich nog kunnen uit kunnen kristalliseren. Er bestaan weinig verschillen tussen jongeren in kenmerken die geefgedrag voorspellen. Lang niet alle respondenten in de jongere huishoudens hebben hun opleidingscarrière al afgesloten of bezitten al een eigen huis. Ook het inkomen zal nog toene-

men in de loop van het leven. Verschillen in geefgedrag tussen mensen ontstaan dus pas op latere leeftijd.

Tabel 15.1 Factoren die samenhangen met de kans om te geven en het gemiddelde bedrag aan giften onder 'jongere' (< 35) en 'oudere' (> 35) huishoudens

	<i>Geven nee/ja</i>		<i>Bedrag</i>	
	<i>'Jong'</i>	<i>Ouder</i>	<i>'Jong'</i>	<i>Ouder</i>
Vrouw	0	+	0	0
MBO/HAVO/VWO	0	+	0	0
HBO/WO	0	+	+	+
Geboren voor 1941	0	0	n.v.t.	+
Grote stad	0	-	0	+
Katholiek	0	+	0	0
Hervormd	+	+	+	+
Gereformeerd	+	+	+	+
Overige religie	+	+	+	+
Partner	0	0	0	-
Kinderen	0	0	+	0
Gemiddeld inkomen	0	+	0	0
Hoge inkomens	0	+	0	0
Hoogste inkomens	0	+	+	0
Eigen huis	+	+	0	+
Vermogen	0	0	0	+
Kerkbezoek	0	+	+	+
Altruïstische waarden	0	+	0	+
Vertrouwen	+	+	0	+
Vaak gevraagd	0	+	0	0
Sociale norm	0	+	0	+

Er zijn geen kenmerken die tegenovergestelde verbanden vertonen met geefgedrag onder de 'jongere' en de 'oudere' huishoudens. Voor fondsenwervende organisaties betekent dit dat de jongere gevers er niet veel anders uitzien dan de oudere gevers.

### 15.3 Give it Away, Give it Away, Give it Away Now!, de 'Serious Request' actie van 3FM en het Rode Kruis

In Nederland worden jaarlijks verschillende terugkerende acties gehouden om geld op te halen voor goede doelen. Een voorbeeld van zo'n actie die zich richt op jongeren, is de 'Serious Request' actie. Deze actie wordt door het radiostation 3fm in de decembermaand georganiseerd om geld op te halen voor het Nederlandse Rode Kruis. Na drie voorgaande succesvolle edities gericht op Darfur, Congo en slachtoffers van landmijnen werd in 2007 geld ingezameld voor een andere stille ramp: Het wereldwijde gebrek aan schoon drinkwater.<sup>1</sup> Drie 3fm dj's, Michiel Veenstra, Rob Stenders en Gerard Ekdorf werden zes dagen

<sup>1</sup> In december 2008 is intussen een nieuwe 3fm Serious Request actie gehouden, ditmaal voor vluchtelingen.

opgesloten in een Glazen Huis in Den Haag. Vanuit dit Glazen Huis verzorgden ze een week voor Kerst non-stop radio met voortdurende aandacht voor het goede doel. Luisteraars konden op allerlei manieren geld geven aan de Serious Request actie. De meest populaire manier van geven was het aanvragen van een plaatje. Via internet of de telefoon konden mensen een verzoek doen om hun favoriete liedje op de radio te laten draaien, in ruil voor een donatie van minimaal tien euro. Andere manieren waarop mensen konden bijdragen is door zelf acties te organiseren, bijvoorbeeld met de school of het bedrijf. Naar aanleiding van Serious Request 2007 is een onderzoek uitgevoerd naar de motieven van mensen om deel te nemen aan deze actie. Het onderzoek was gericht op de donaties die mensen via internet hebben gedaan, in ruil voor het aanvragen van een plaatje. Nadat deze mensen een plaatje hadden aangevraagd, werd ze een internet enquête voorgelegd. 82% van de mensen die de enquête hebben geopend, heeft deze ook daadwerkelijk ingevuld. Dit zijn in totaal 8509 respondenten, ongeveer éénderde van het totaal aantal internet donateurs.

De leeftijd van de donateurs die via de Serious Request actie aan het Rode Kruis geven, staat in schril contrast met de leeftijd van de reguliere Rode Kruis donateurs. Gemiddeld zijn mensen die aan het Rode Kruis geven namelijk 51 jaar. De grootste groep Serious Request donateurs is tussen de 26 en 35 jaar, maar ook jongeren tussen 16 en 25 en 'oudere jongeren' met een leeftijd tussen 36 en 45 jaar geven ruimhartig aan de actie. Slechts 8% van de Serious Request donateurs is ouder dan 45 en dus in leeftijd vergelijkbaar met de normale Rode Kruis donateurs.

De belangrijkste reden om te geven die Serious Request donateurs zelf noemen, is het steunen van de actie van 3fm. Deze motivatie wordt door 44% van de donateurs genoemd. Mensen leven mee met de dj's die zes dagen zonder eten opgesloten zitten in het Glazen Huis. Daarnaast noemt 30% van de mensen als motivatie 'het helpen van mensen die geen toegang hebben tot schoon drinkwater'. Deze mensen geven dus aan vooral de uiteindelijke beneficianten van de actie te willen steunen met hun donatie. Slechts 1% van de donateurs zegt geld te geven aan de actie omdat hun plaatje op de radio wordt gedraaid. Deze resultaten dienen echter met enige terughoudendheid te worden geïnterpreteerd. In het algemeen geldt, dat wanneer mensen zelf om de reden voor een donatie wordt gevraagd, zij niet altijd de motivatie zullen noemen die uiteindelijk tot de donatie heeft geleid. Ons gedrag wordt door allerlei factoren gestuurd waarvan we ons niet bewust zijn. Bovendien worden mensen vaak door meerdere factoren tegelijk gemotiveerd voor een donatie. Daardoor hebben mensen vaak moeite om de motivatie voor een donatie aan te geven. Tot slot zijn mensen soms geneigd om sociaal wenselijke antwoorden te geven. Als mensen beseffen dat ze zonder de mogelijkheid een plaatje aan te vragen geen geld hadden overgemaakt, zullen ze dat niet altijd toegeven.

De gemiddelde donatie aan de Serious Request actie is € 31. Dit is flink hoger dan de gemiddelde donatie aan het Rode Kruis in 2007: € 4,30. De gemiddelde donatie aan de Serious Request actie ligt onder andere zo hoog, omdat de minimale donatie aan de actie tien euro bedraagt. Het Rode Kruis ontvangt ook veel donaties van minder dan tien euro. Mannen geven gemiddeld minder vaak, maar wanneer ze geven zijn dat hogere bedragen. 42% van de donateurs is man en geeft gemiddeld 35 euro, terwijl de 58% vrouwelijke donateurs gemiddeld 27 euro geeft. Verder hebben mensen met een hoger inkomen en een

hogere opleiding meer geld gegeven aan de Serious Request actie. Ook blijkt het uit te maken met hoeveel mensen je over de actie hebt gesproken. Mensen die met meer dan tien personen over de actie hebben gesproken, geven gemiddeld 37 euro, terwijl mensen die met minder dan vijf personen over de actie hebben gesproken gemiddeld 28 euro geven. Dit kan enerzijds komen doordat donateurs met meer mensen over de actie praten wanneer ze extra gul hebben gegeven, omdat ze op deze manier kunnen laten zien hoe vrijgevig ze zijn. Anderzijds kunnen donateurs die met meer mensen over de actie praten sterker intrinsiek gemotiveerd zijn voor de actie. In dat geval zijn ze erg begaan met mensen zonder drinkwater, het Rode Kruis, of met de 3fm dj's en leidt dit ertoe dat ze zowel met veel mensen over de actie praten en als een grote donatie schenken.

## Literatuur

- Bekkers, R. (2007). 'Secularisering en filantropie in de 21<sup>e</sup> eeuw'. Pp. 190-202 in: Kingma, V. & Van Leeuwen, M.H.D. (Eds.). *Filantropie in Nederland – Voorbeelden uit de periode 1770-2020*. Amsterdam: Aksant
- Bekkers, R., & Wiepking, P. (2007). *Generosity and Philanthropy: A Literature Review*. <http://www.fss.uu.nl/soc/homes/bekkers/understanding/>
- Bergsma, A., en M. Schöttelndreier. (2008). *Geweldig kwetsbaar*. De Volkskrant, 15 november 2008, p.3
- SCP. (2008). *Kwartaalbericht 4. Continue Onderzoek Burgerperspectieven*. Den Haag: SCP
- Wiepking, P. (2008). *For the Love of Mankind. A Sociological Study on Charitable Giving*. Dissertatie, Werkgroep Filantropische Studies, Vrije Universiteit Amsterdam.