

EN WERVER



Aantal vrijwillige collectanten 2015

KWF Kankerbestrijding	80.000
Nierstichting	62.000
Reumafonds	57.000
Ned. Brandwonden Stichting	55.105
Hartstichting	50.462
Jantje Beton	41.000
Longfonds	37.534
Prinses Beatrix Spierfonds	30.000
Prins Bernhard Cultuurfonds	25.000
Het Rode Kruis	25.000
Epilepsiefonds	22.500
Diabetes Fonds	22.000
Nationaal Fonds Kinderhulp	20.000
Alzheimer Nederland	20.000
Amnesty International	18.507
Hersenstichting	18.000
Maag Lever Darm Stichting	15.171
Dierenbescherming	14.000
Nationaal MS Fonds	12.342
NSGK	10.690
Leger des Heils	10.000
Fonds Gehandicaptensport	9.900
Natuurmonumenten	8.400

morgen maar terug."

Vrijwillige collectanten als Du Bois hebben door de betaalde wervers steeds meer concurrentie aan de deur. Filantropiehoogleraar Theo Schuyt van de Vrije Universiteit Amsterdam vindt dat logisch. „Geld werven kost namelijk geld. Goede doelen moeten dat aan het publiek kenbaar maken." Wel vindt hij dat het verschil tussen collectanten en wervers goed zichtbaar moet zijn. „Mensen denken

'Je komt echt schatten van mensen tegen'

dat goede doelen enkel bestaan uit vrijwilligers, maar dat is onzin. Zeker als wervers een hesje dragen van bijvoorbeeld Warchild of Greenpeace, wordt een verkeerde suggestie gewekt. Want als je donateurs binnenhaalt, word je daar aar-

dig voor betaald."

Hoogleraar vrijwilligerswerk Lucas Meijs (Rotterdam School of Management) zou zelf niet geven aan betaalde wervers. „Als iemand er openlijk voor uitkomt, misschien wel. Maar niet aan een beroepskracht

die zich heeft vermomd als vrijwilliger." Een van de redenen waarom mensen doneren, is volgens Meijs dat ze graag aan een bepaald persoon geven. „Zeker via vrijwilligers, omdat zij er geen financieel belang bij hebben hoeveel ik geef."

De deur-aan-deur-werver profiteert volgens Meijs van het imago van de vrijwillige collectant. „Mensen denken vaak 'leuk, een goed bedoelende vrijwilliger'. Als dat niet zo is, roept het een andere emotie op en wordt het een heel ander gesprek. Ik verwacht dat als mensen zouden weten dat deze wervers betaald krijgen, de opbrengst aardig terug zou lopen."

Vrijwilliger Pauke Du Bois is alweer bezig met de voorbereidingen van de collecteweek in september en denkt nog niet aan stoppen. Hoewel ze soms denkt dat de huis-aan-huis-collecte niet meer van deze tijd is, zoals ze regelmatig te horen krijgt. „Omdat mensen minder vaak contant geld in huis hebben, ouderen het vaak niet prettig vinden om herkenbaar met geld over straat te lopen en het steeds moeilijker wordt om collec-

Pauke du Bois zet zich als vrijwilligster al 28 jaar in voor het KWF. Ook zij ondervindt bij haar werk als collectant concurrentie van betaalde krachten.

FOTO ALDO ALLESSIE

tanten te werven. Maar als we dan weer met zijn allen in Hilversum een kleine vijf-

tigduizend euro ophalen, ben ik supertrots en heel blij om dit te doen."

'Het kost wel geld'

Goede doelen huren bureaus in om structurele donateurs binnen te halen omdat deur-aan-deur-werving „een van de beste manieren is om persoonlijk contact te leggen en in gesprek te komen met potentiële donateurs", zegt Kyra van der Meulen, woordvoerder van branchevereniging Goede Doelen Nederland.

„Het kost natuurlijk geld. Maar het is de investering nog zeker waard", meent de woordvoerder van het KWF, Mischa Stubenitsky.

Het KWF maakt op kleine schaal gebruik van wervingsbureaus, maar dat wordt vanwege de kosten steeds minder.

Dat merkt ook Direct Dialogue Donateurwervers Nederland (DDDn).

Hierbij zijn de vijf grootste donateurswervingsbureaus, samen goed voor ruim negentig procent van alle huis-aan-huis-werving voor goede doelen, aangesloten.

DDDn-directeur Henk Dokter: „Toen het bel-niet-register in 2009 kwam

en telefonisch werven terugliep, was er een stijging van onze werkzaamheden. Die lijn is nu flink afgevlakt."

Volgens Van der Meulen van Goede Doelen Nederland blijft een geworven donateur gemiddeld een aantal jaren. „Daarom is deur-aan-deur-werving effectief en duurzaam."

Over hoeveel er binnenkomt via wervingsbureaus en wat het kost, doen Goede Doelen Nederland en de DDDn geen uitspraken.

Collecterooster

Voor de collectes van 25 goede doelen gaan jaarlijks tussen februari en december zo'n 700.000 vrijwilligers de straat op. Zij halen 40 tot 50 miljoen euro aan contante bijdragen op.

Toezichthouder Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF) heeft voor deze periode een 'collecterooster' opgesteld. Dat moet voorkomen dat verschillende goede doelen in een week voor de deur staan. Omdat bewoners steeds minder vaak kleingeld in

huis hebben, beginnen collectanten dit jaar aan een proef met 500 collectebussen waarop mensen kunnen pinnen en een contactloze donatie kunnen doen. Hanneke Desing, directeur van het Diabetes Fonds: „We gaan kijken of het technisch werkt en hoe mensen reageren. We wisselen de bussen uit met twintig fondsen, omdat het een vrij dure investering is en we zo de kosten voor iedereen zo laag mogelijk houden."