

Onderzoek: door Oekraïne vergeten donateurs Afrika

Door: Redactie DDB

13-07-2023

Goede Doelen Nieuws

Sinds het uitbreken van de oorlog in Oekraïne, begin 2022, zijn donateurs minder betrokken bij arme landen. Dit blijkt uit het Goede Doelen Merkenonderzoek van Hendrik Beerda Brand Consultancy. Het onderzoek registreert sinds 2010 de reputatie en groeipotentie van ‘alle organisaties die actief zijn in de Nederlandse goede-doelensector’.

Beerda: ‘Al jaren neemt de neiging toe om vooral te geven aan doelen die dicht bij huis zijn.’ Anders gezegd: Nederlanders kruipen steeds meer in hun schulp en hebben primair oog voor de problemen in eigen leefomgeving. Goed doelen die in arme landen actief zijn worden veelal gepercipieerd als ‘minder effectief’. Er bestaat twijfel over de betrouwbaarheid van de organisaties en men heeft het gevoel dat er te weinig resultaten worden geboekt’, aldus het onderzoek.

Goede doelen met de grootste stijging in ‘merkkraft’ sinds 2022: Oogfonds, Giro555 en Alzheimer Nederland. Goede doelen met de grootste daling in merkkraft sinds 2022: Leprastichting, Cordaid en SOS Kinderdorpen. Merkkraft wordt gemeten aan de hand van (geholpen) naamsbekendheid, waardering en binding.

Kijken we naar reputatie dan staat KWF Kankerbestrijding in absolute zin nog steeds op de eerste plaats. Een sterke stijger (van plaats 6 naar 2) is Voedselbank. KiKa gaat van plaats 2 naar 3 en de Hartstichting van 3 naar 4; het Rode Kruis van 4 naar 5.