



# GIVN

*Geven* in Nederland

Het turbulente jaar 2022 in kaart.

## Sneak Preview Geven in Nederland

Hoe het geefgedrag van bedrijven in 2022 veranderde

Door: Stephanie Koolen-Maas

02-05-2024

*Filantropie*

---

**2022 was een turbulent jaar. Het betekende het einde van beperkende coronamaatregelen, maar ook het begin van nieuwe crises in binnen- en buitenland: de oorlog in Oekraïne, de energie- en stikstofcrisis, hoge inflatie en toenemende financiële onzekerheid. Hoe ziet het geefgedrag van huishoudens, nalaters, fondsen, bedrijven en loterijen eruit ten tijde van deze grote veranderingen en crises?**

---

Deze vraag ligt ten grondslag aan de veertiende editie van *Geven in Nederland*. In deze bijdrage lichten we enkele wetenswaardigheden over het geefgedrag van bedrijven in 2022 toe. Bedrijven voelen bijvoorbeeld steeds meer de urgentie om bij te dragen aan een betere wereld. Dit doen ze door maatschappelijk verantwoord te ondernemen en door duurzaamheid in hun bedrijfsvoering te integreren.

Daarnaast willen ook steeds meer bedrijven sociale of maatschappelijke problemen aanpakken. Bedrijfsfilantropie ofwel corporate philanthropy of corporate giving verwijst naar de vrijwillige bijdrage van bedrijfsmiddelen aan maatschappelijke initiatieven zoals maatschappelijke organisaties, stichtingen, verenigingen of goededoelenorganisaties. Deze bedrijfsmiddelen kunnen bestaan uit geld en goederen of het beschikbaar stellen van werknemers.

In *Geven in Nederland 2020* bleek dat bedrijven in het coronajaar 2020 een belangrijke steun zijn geweest voor maatschappelijke initiatieven. Voor het eerst sinds 1995 bleken bedrijven ook de belangrijkste gevers in Nederland. Naar schatting gaf het bedrijfsleven in 2020 bijna € 2.2 miljard aan goededoelenorganisaties. Dit was 39% van het totaalbedrag. 61% van de bedrijven droeg in 2020 bij aan goededoelenorganisaties. Hoe zit het met de vrijgevigheid van het bedrijfsleven in 2022?

### ***Bedrijven droegen relatief meer bij aan goede-doelenorganisaties in de vorm van tijd***

Onderzoeksresultaten in *Geven in Nederland 2024* laten zien dat bedrijven licht verschoven zijn in de typen bedrijfsmiddelen die zij zijn gaan geven aan goededoelenorganisaties. Bedrijven gaven in 2022 meer in de vorm van tijd dan in eerdere jaren. Ondanks dat de bijdragen van bedrijven aan goededoelenorganisaties nog altijd veelal van financiële aard zijn (63%), is maar liefst 29% van de bijdragen een ondersteuning geweest met tijd (werknemersvrijwilligerswerk of pro-bonowerk). De resterende 8% zijn bijdragen in natura (goederen).

In 2018 en 2020 was het aandeel van de bijdragen in de vorm van tijd maximaal 19%. Opvallend is dat vooral de terreinen onderwijs en onderzoek, cultuur, milieu, natuur en dieren en overig relatief vaker bijdragen ontvangen in de vorm van tijd dan de andere terreinen. Van de bijdragen van bedrijven aan gezondheid is 59% in de vorm van tijd, bij cultuur 39% en bij milieu, natuur en dieren is dit 36%.

## Maatschappelijke inzet werknemers

In een special naar de maatschappelijke inzet van werknemers in de vorm van werknemersvrijwilligerswerk en pro-bono werk, zien we dat onder 286 bedrijven van minimaal vijf werknemers 26% werknemers van het bedrijf de mogelijkheid biedt om deel te nemen aan werknemersvrijwilligerswerk of pro-bonowerk. Onder bedrijven met meer dan 50 of 250 werknemers is dit percentage zo'n tweemaal hoger! Wanneer we de vraag echter stellen aan mensen met betaald werk, dan heeft 7% van de mensen met betaald werk de mogelijkheid om via de werkgever deel te nemen aan werknemersvrijwilligerswerk; 1% heeft de mogelijkheid om pro-bonowerk te verrichten via de werkgever.

Bijna de helft van de mensen met betaald werk vindt het belangrijk om via de werkgever de mogelijkheid te hebben om zich in te zetten voor de maatschappij. De special laat zien dat er veel mogelijkheden zijn om de vrijwillige en maatschappelijke inzet van werknemers te vergroten! Zo blijkt de bereidheid van werknemers om zich vrijwillig in te zetten af te hangen van de omstandigheden waaronder de maatschappelijke inzet via de werkgever plaats vindt.

***0,1% tot 2,0% van de winst naar goede-doelenorganisaties:  
het merendeel van de bedrijven (62%) vindt dit passend;  
één op tien denkt aan percentages tussen 5% en 10% (!)***

We hebben in Geven in Nederland 2024 niet alleen onderzocht hoe bedrijven geven, maar ook wat zij een 'passend percentage van de winst' vinden om jaarlijks bij te dragen aan goededoelenorganisaties. Veel bedrijven gaven aan dat dit voor ieder bedrijf anders kan zijn en dat het percentage grotendeels afhankelijk is van de omzet, winst en bedrijfsgrootte. Het merendeel van de bedrijven vindt echter een percentage van 0,1% tot maximaal 2% van de winst passend (62%). Bijna een op de tien bedrijven vindt dat dit percentage een stuk hoger zou moeten liggen, namelijk tussen de 5% en 10%.

Het budget wat beschikbaar is voor bedrijfssponsoring en -giften is voor veel bedrijven wél variabel maar is niet afhankelijk van de winst (67%). Bij 24% van de bedrijven is dit budget wel afhankelijk van de winst. 10% van de bedrijven met een budget, hebben dit budget voor meerdere jaren vastgesteld. Overigens heeft zo'n 10% van de bedrijven een sponsor- of giftenbeleid, onder bedrijven met meer werknemers loopt dit op tot zo'n op de drie bedrijven.

Bij 85% van de bedrijven neemt de directeur, de CEO of de eigenaar de uiteindelijke beslissingen om bij te dragen aan goededoelenorganisaties. Dit percentage wordt beïnvloed door het grote aantal eenmanszaken en -ondernemingen in Nederland.

## Andere bevindingen

In Geven in Nederland 2024 is er ook aandacht voor de vraag in hoeverre bedrijven bijdragen aan lokale goededoelenorganisaties. Ook onderzochten we hoe bedrijven die bijdragen verschillen van bedrijven die niet bijdragen aan goededoelenorganisaties. Zo laten de resultaten zien dat bedrijven die vaker sponsor- of geefverzoeken ontvangen ook vaker bijdragen. Het loont dus om bedrijven te benaderen met verzoeken. Maar we bekijken ook de relatie tussen het aantal verzoeken en de ergernis binnen bedrijven

rondom het aantal verzoeken – wat licht werpt op de andere kant van de medaille.

***Op 19 juni verschijnt Geven in Nederland 2024. Het volledige onderzoek is vanaf 19 juni online en als boek beschikbaar.***

<https://www.geveninnederland.nl>



## *Geven in Nederland*

*Geven in Nederland* is het macro-economisch overzicht van filantropie door huishoudens, nalatenschappen, fondsen, bedrijven en loterijen. Sinds 1995 wordt het onderzoek uitgevoerd door het Centrum voor Filantropische Studies aan de Vrije Universiteit Amsterdam. Op 19 juni 2024, de Dag van de Filantropie, komt de 14e editie uit over het geefgedrag in 2022.

*Geven in Nederland 2024* beschrijft het landschap van maatschappelijke initiatieven en hoe we die ondersteunen. Het onderzoek brengt de vijf bronnen van vrijwillige bijdragen in kaart (huishoudens, nalaters, fondsen, bedrijven, loterijen) en besteed aandacht aan elk van de maatschappelijke terreinen die bijdragen ontvangen: religie en levensbeschouwing, gezondheid, internationale hulp, milieu, natuur en dieren, onderzoek en onderwijs, cultuur, sport en recreatie, en maatschappelijke en sociale doelen.

In de 14e editie van *Geven in Nederland* is er speciaal aandacht voor de maatschappelijke initiatieven die de bijdragen van burgers, fondsen, bedrijven en loterijen kanaliseren. Welke soorten organisaties dragen bij aan de verscheidene maatschappelijke terreinen? Hoeveel zijn er van elke soort? Hoeveel geld gaat erin om, en hoeveel vrijwilligers zijn actief op welke terreinen? Hoe worden deze vertegenwoordigt in koepelorganisaties en brancheverenigingen?

Ook is er deze editie extra aandacht voor de maatschappelijke inzet van werknemers in de vorm van werknemersvrijwilligerswerk en pro-bono werk: Hoeveel en wat voor bedrijven stellen werknemers beschikbaar voor werknemersvrijwilligerswerk of pro-bono werk? Welke maatschappelijke terreinen en doelgroepen ondersteunen zij? Hoe kunnen bedrijven werknemers activeren om deel te nemen? En hoe waardevol is deze vrijwillige inzet?