

The background features a close-up of a wooden surface with a magnifying glass and a red pushpin. The magnifying glass is positioned on the left, and the red pushpin is on the right. The wooden surface has some faint, embossed markings. The text is centered in a white oval with a red border.

Geven in Nederland 2015
Geven door bedrijven
Dick de Gilder

Veerkracht



Veerkracht

- Bedrijven blijven (ongeveer) even veel geven;
ruwe schatting:

1.4 miljard euro

0,9 miljard aan sponsoring

(met concrete, afdwingbare tegenprestatie)

0.5 miljard aan giften

(zonder afdwingbare tegenprestatie)

Veerkracht

- Bedrijven blijven (ongeveer) even veel geven; ruwe schatting: 1,4 miljard
- Even veel bedrijven geven: 71% doet aan sponsoring of giften

Veerkracht

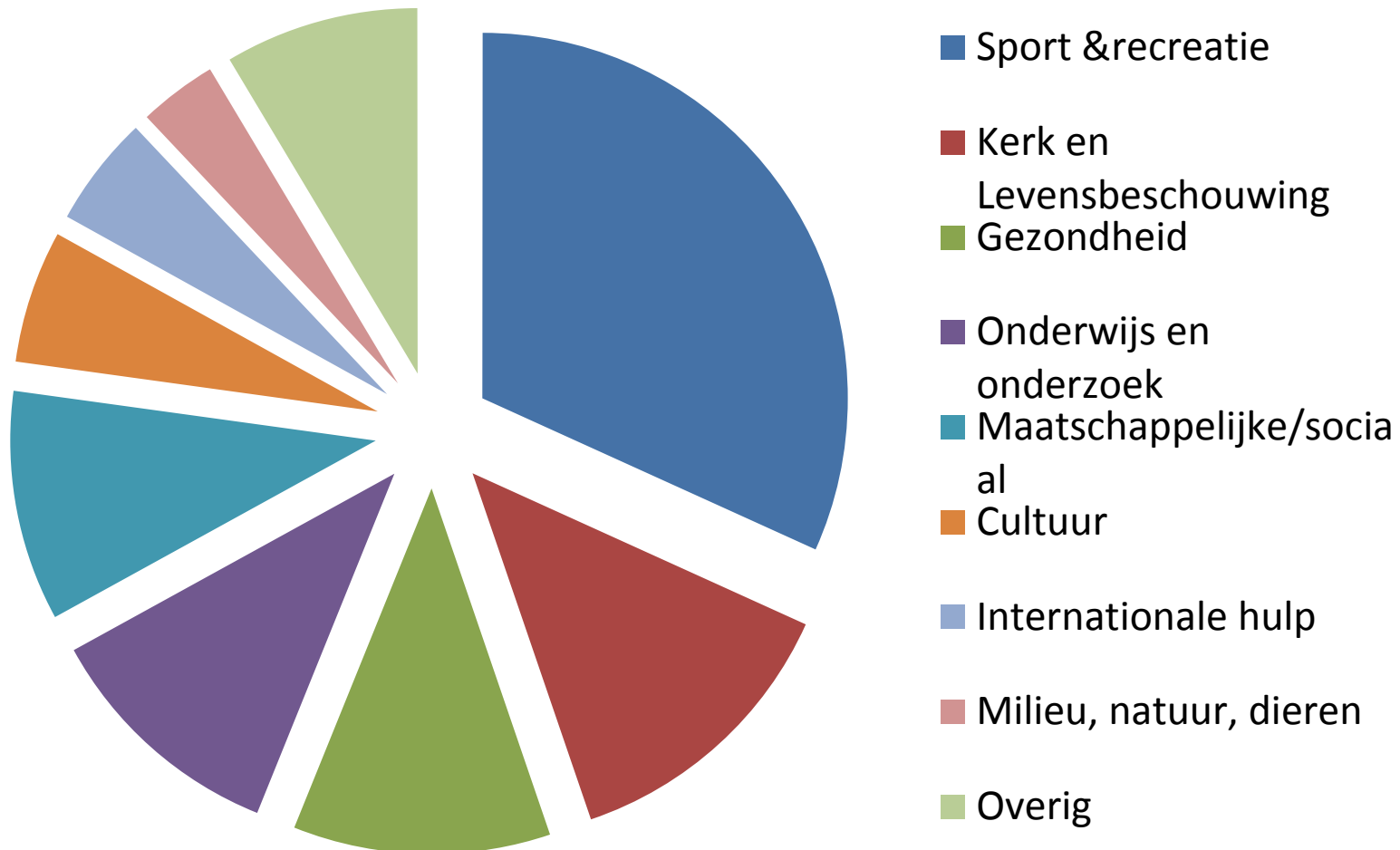
- Bedrijven blijven (ongeveer) even veel geven; ruwe schatting: 1,4 miljard
- Even veel bedrijven geven: 71% doet aan sponsoring of giften
- Even veel bedrijven doen aan Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen: 48% doet aan MVO

Veerkracht

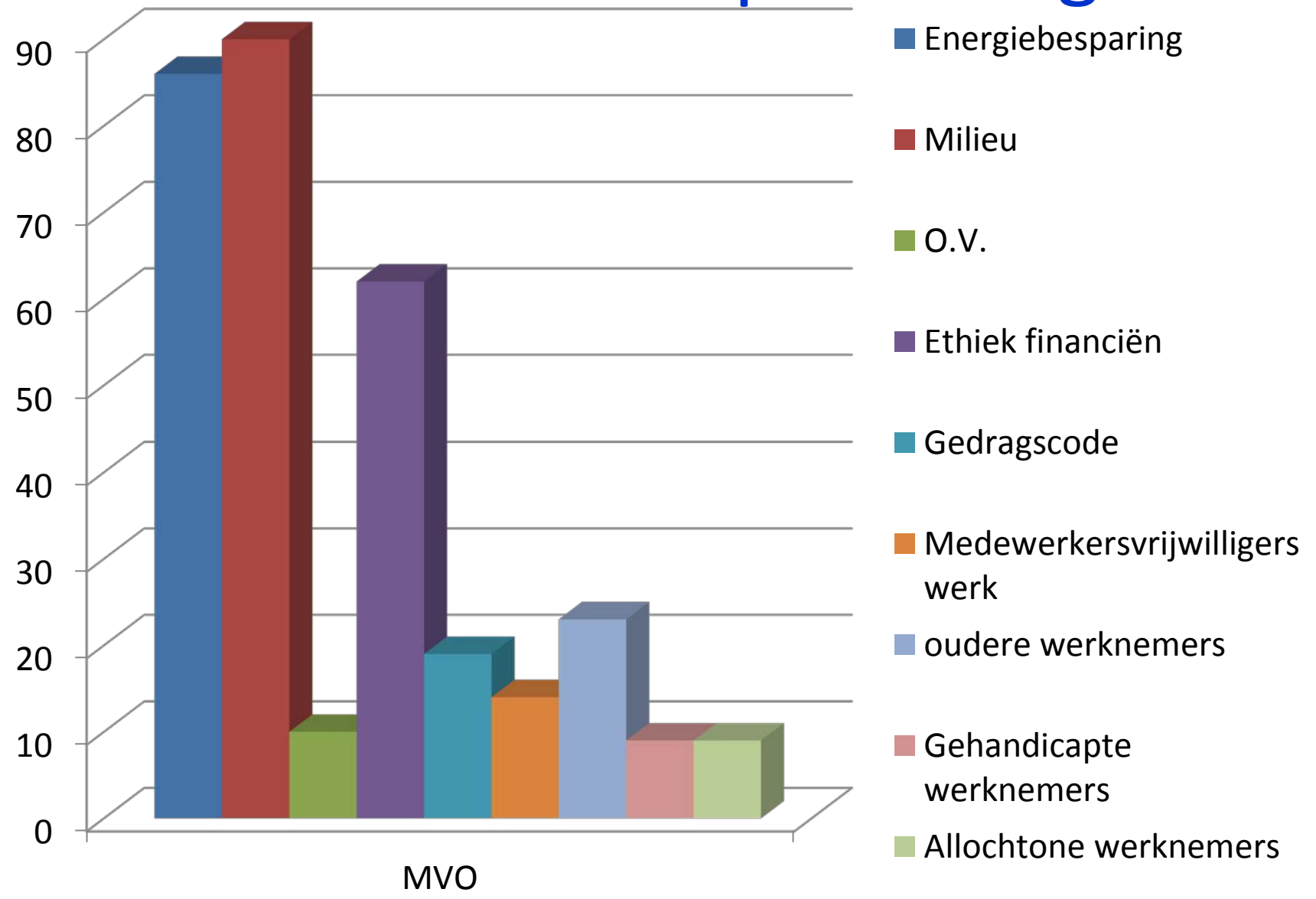
- Bedrijven blijven (ongeveer) even veel geven; ruwe schatting: 1,4 miljard
- Even veel bedrijven geven: 71% doet aan sponsoring of giften
- Even veel bedrijven doen aan Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen: 48% doet aan MVO
- Deelname aan MVO gaat niet ten koste van sponsoring en giften

Doelen waaraan wordt gegeven

Doelen



MVO-doelen in percentages



Is de rek er uit?



Is de rek er uit?

- Bedrag aan sponsoring en giften neemt niet toe

Is de rek er uit?

- Bedrag aan sponsoring en giften neemt niet toe
- Percentage bedrijven dat sponsort/geeft neemt niet toe

Is de rek er uit?

- Bedrag aan sponsoring en giften neemt niet toe
- Percentage bedrijven dat sponsort/geeft neemt niet toe
- Aantal verschillende doelen neemt niet toe:
15% geeft aan 3 doelen of meer

Is de rek er uit?

- Bedrag aan sponsoring en giften neemt niet toe
- Percentage bedrijven dat sponsort/geeft neemt niet toe
- Aantal verschillende doelen neemt niet toe: 15% geeft aan 3 doelen of meer
- Bedrijven worden vaker gevraagd: de kans op succes neemt dus af

Is de Rek er uit?

- Bedrag aan sponsoring en giften neemt niet toe
- Percentage bedrijven dat sponsort/geeft neemt niet toe
- Aantal verschillende doelen neemt niet toe: 15% geeft aan 3 doelen of meer
- Bedrijven worden vaker gevraagd: de kans op succes neemt dus af
- Sportsponsoring is minder populair

Is de Rek er uit?

- Bedrag aan sponsoring en giften neemt niet toe
- Percentage bedrijven dat sponsort/geeft neemt niet toe
- Aantal verschillende doelen neemt niet toe: 15% geeft aan 3 doelen of meer
- Bedrijven worden vaker gevraagd: de kans op succes neemt dus af
- Sportsponsoring is minder populair
- De crisis wordt genoemd om minder te geven/te stoppen met geven

Is de Rek er uit?

- Bedrag aan sponsoring en giften neemt niet toe
- Percentage bedrijven dat sponsort/geeft neemt niet toe
- Aantal verschillende doelen neemt niet toe: 15% geeft aan 3 doelen of meer
- Bedrijven worden vaker gevraagd: de kans op succes neemt dus af
- Sportsponsoring is minder populair
- De crisis wordt genoemd om minder te geven/te stoppen met geven
- Kritiek op goede doelenorganisaties wordt genoemd om niet te geven

Er zit nog rek in



Er zit nog rek in

- Veel bedrijven zijn gestopt met sponsoring en/of giften, veel bedrijven zijn daarmee begonnen: 1/3 doet het anders!
- Het aantal bedrijven dat (wel eens) bereid is te geven is beduidend groter dan 71%

Er zit nog rek in

- Veel bedrijven zijn gestopt met sponsoring en/of giften, veel bedrijven zijn daarmee begonnen: 1/3 doet het anders!
- Het aantal bedrijven dat (wel eens) bereid is te geven is beduidend groter dan 71%
- Het belangrijkste motief blijft toch de maatschappelijke betrokkenheid

Er zit nog rek in

- Veel bedrijven zijn gestopt met sponsoring en/of giften, veel bedrijven zijn daarmee begonnen: 1/3 doet het anders!
- Het aantal bedrijven dat (wel eens) bereid is te geven is beduidend groter dan 71%
- Het belangrijkste motief blijft toch de maatschappelijke betrokkenheid
- Heel veel bedrijven zijn met nieuwe MVO-activiteiten begonnen

Bedrijven zijn wel erg elastisch



Bedrijven zijn wel erg elastisch

- Het is nu eenmaal niet de 'core business'

Bedrijven zijn wel erg elastisch

- Het is nu eenmaal niet de 'core business'
- Bedrijven hebben nauwelijks sponsorbeleid, geefbeleid, MVO-beleid (ook de grotere bedrijven niet)

Bedrijven zijn wel erg elastisch

- Het is nu eenmaal niet de 'core business'
- Bedrijven hebben nauwelijks sponsorbeleid, geefbeleid, MVO-beleid (ook de grotere bedrijven niet)
- Bedrijven communiceren weinig 'strategisch' over sponsoring, geven, MVO

Bedrijven zijn wel erg elastisch

- Het is nu eenmaal niet de 'core business'
- Bedrijven hebben nauwelijks sponsorbeleid, geefbeleid, MVO-beleid (ook de grotere bedrijven niet)
- Bedrijven communiceren weinig 'strategisch' over sponsoring, geven, MVO
- Filantropie is vaak op 'ad hoc' basis

Bedrijven zijn wel erg elastisch

- Het is nu eenmaal niet de 'core business'
- Bedrijven hebben nauwelijks sponsorbeleid, geefbeleid, MVO-beleid (ook de grotere bedrijven niet)
- Bedrijven communiceren weinig 'strategisch' over sponsoring, geven, MVO
- Filantropie is vaak op 'ad hoc' basis
- Toch speelt economisch motief echt wel een rol...

Goed of slecht: u mag het zeggen



Er staat nog een heleboel meer in



Dag van de Filantropie 2015

'Veerkracht van filantropie'

Presentatie van

'Geven in Nederland 2015'

23 april 2015

10.00 uur - 17.30 uur

Vrije Universiteit Amsterdam - Aula

De Boelelaan 1105 Amsterdam