

Corona drukt inkomsten goede doelen, collectanten haken af

Nederlandse goede doelen moeten het dit jaar doen met minder collectanten en daardoor ook met minder inkomsten. De eindbalans moet nog worden opgemaakt, maar het beeld is duidelijk: er is aangebeld bij minder deuren, en de collecte-inkomsten liggen zo'n 20 tot 30 procent lager. Maar dat biedt wel ruimte voor creativiteit, met online acties en evenementen als resultaat.

Uit een rondgang van de NOS onder goede doelen die recent hebben gecollecteerd, blijkt dat de terugloop algemeen is. KWF Kankerbestrijding verwacht zeker een miljoen euro minder opgehaald te hebben dan de gebruikelijke 6 miljoen. De Nierstichting ziet een terugloop van ongeveer 20 procent, en het Prinses Beatrix Spierfonds ontving ruim een kwart minder. Bij de Brandwonden Stichting lijkt het collecteresultaat dit jaar bijna 30 procent lager uit te vallen.

“We zien dat sommige collectanten dit jaar liever niet langs de deuren gaan, omdat ze bang zijn om ziek te worden of omdat er in hun buurt veel mensen uit een risicogroep wonen”, zegt een woordvoerder van KWF Kankerbestrijding. Hetzelfde geldt voor Alzheimer Nederland: “Maar we horen ook dat veel collectanten juist gullere donaties hebben gekregen dan voorgaande jaren.”

(Bron en volledig artikel NOS)

Corona raakt Nederlandse goede doelen (maar helpt ook groeien)

Covid-19 verenigt en verdeelt. We maken de crisis samen door, voelen ons meer verbonden, maar we moeten afstand houden en zijn dus toch apart. Die dualiteit voelen goede doelen ook in verschuivingen van hun inkomsten en werking. Er is meer bereidheid om te helpen, maar het geld komt moeilijker binnen en de hulpverlening moet vaak anders. Maar wat wel: 'Meer bedrijven doen grote donaties.'

Betrokken mensen zijn de spil van goede doelen. Vrijwilligers en mensen met de juiste kennis of skills worden ingezet om anderen in nood te helpen. Daar is geld voor nodig, donaties van nog andere mensen. Maar nu fysiek contact aan banden wordt gelegd en andere zorgnoden de kop opsteken, moeten goede doelen vaak creatief zijn om de coronacrisis door te komen.



Persoonlijk contact is cruciaal om mensen bij de missie van organisaties te betrekken, stelt Margreet Plug, directeur van Goede Doelen Nederland. 'Je moet als goed doel je verhaal kunnen vertellen. Dus juist nu, in deze coronatijd, zien we dat telefonisch contact erg belangrijk is voor de betrokkenheid bij de missie van een goed doel. Dat gaat niet alleen over geldwerving, maar ook de inzet van vrijwilligers, van kennis en netwerken.'

(Bron en volledig artikel Radar)