

Culturele instellingen in Nederland

Veranderingen in geefgedrag, giften, fondsenwerving en inkomsten tussen 2011 en 2014

Saskia Franssen en René Bekkers

Wergroep Filantropische Studies, Vrije Universiteit Amsterdam

Samenvatting

- Nederlandse huishoudens zijn na de invoering van de Geefwet in 2012 niet meer gaan geven aan culturele instellingen. De sponsoring door bedrijven is wel toegenomen.
- Culturele instellingen zijn na de invoering van de Geefwet in 2012 meer actief geworden in het werven van eigen inkomsten. Ongeveer 40% van de instellingen is hierin succesvol geweest. De toename in de inkomsten uit fondsenwerving is in 2013 niet voldoende geweest om de totale inkomsten van culturele instellingen op peil te houden. In 2014 is deze inhaalslag wel gemaakt.

Aanleiding en onderzoeksvragen

- In 2012 werd de Geefwet ingevoerd met een multiplier die de aftrekbaarheid van giften aan culturele instellingen verhoogde. Bovendien kregen culturele instellingen meer mogelijkheden eigen inkomsten te genereren uit commerciële activiteiten. Tegelijk kregen veel instellingen te maken met bezuinigingen en de vraag om meer ondernemerschap.
- Hoe hebben Nederlandse particulieren en bedrijven met een hart voor cultuur gereageerd op de verhoogde aftrekbaarheid van giften aan cultuur? Zijn zij ook inderdaad meer gaan geven? En hoe hebben de culturele instellingen gereageerd op de bezuinigingen enerzijds en de multiplier anderzijds? Wat voor instellingen hebben de omslag naar ondernemerschap wel kunnen maken en wat voor instellingen niet?

Deelonderzoek geefgedrag huishoudens, bedrijven en vermogende particulieren

- Het geefgedrag van huishoudens in Nederland is ondanks de invoering van de multiplier niet toegenomen.
- Onder vermogende Nederlanders is het geven aan cultuur weliswaar wat populairder geworden, maar het gemiddelde bedrag dat aan cultuur wordt gegeven is juist afgenomen.
- Bedrijven zijn in 2014 beduidend meer aan culturele instellingen gaan besteden, met name in de vorm van sponsoring.
- Het aantrekkelijker maken van giften aan cultuur door de verhoogde aftrekbaarheid heeft in 2013 en in 2014 nog niet geleid tot hogere giften aan cultuur door huishoudens.

- De kennis over de Geefwet laat te wensen over: bijna de helft van de vermogende particulieren weet niet dat giften aan culturele ANBI's verhoogd aftrekbaar zijn. Van de bedrijven weet twee derde dit niet, en van alle huishoudens in Nederland is dat zelfs drie kwart.

Deelonderzoek culturele instellingen

- De multiplier in de Geefwet zorgt er op zichzelf niet voor dat culturele instellingen voldoende eigen inkomsten genereren om de effecten van bezuinigingen op overheidssubsidie te compenseren. Voor een toename in inkomsten uit andere bronnen is ook een inspanning van culturele instellingen nodig.
- We zien culturele instellingen over de gehele linie, van zeer klein tot zeer groot, in beweging komen. Instellingen die voor de invoering van de multiplier en de Geefwet zich niet of nauwelijks bezighielden met het genereren van eigen inkomsten zijn daar in de afgelopen drie jaar actiever in geworden.
- In vrijwel alle categorieën instellingen, van zeer klein tot zeer groot, zien we een toename optreden in de inkomsten uit fondsenwerving wanneer zij actief communiceren over de Geefwet. Deze bevindingen geven aanleiding tot optimisme over de potentie van de Geefwet op langere termijn.
- Investerings in marketing en fondsenwerving en communicatie over de Geefwet zijn van groot belang gebleken om meer inkomsten te genereren uit giften en sponsoring.
- We zien een zogenaamd *Mattheüseffect* optreden. De instellingen die wel actief over de Geefwet communiceren wisten meer inkomsten te realiseren uit sponsoring en private bronnen wanneer zij al ervaring hadden met fondsenwerving en in het verleden meer inkomsten uit fondsenwerving hebben gerealiseerd.
- Investerings in fondsenwerving betalen zichzelf op de langere termijn terug. Culturele instellingen hebben meer tijd nodig om ervaring op te doen met fondsenwerving.

Methode van onderzoek

- Dit rapport doet verslag van onderzoek dat de Werkgroep Filantropische Studies van de Vrije Universiteit Amsterdam op verzoek van het ministerie van OCW heeft uitgevoerd naar de veranderingen in het geefgedrag aan culturele instellingen en de wijze waarop potentiële donateurs en sponsors worden benaderd na de invoering van de Geefwet in 2012.
- Het onderzoek is uitgevoerd onder representatieve steekproeven van meer dan 1.000 huishoudens, meer dan 1.100 bedrijven, onder meer dan 800 vermogende particulieren en bijna 1400 culturele instellingen over de jaren 2011 tot en met 2014. Longitudinale groepen van bijna 500 huishoudens en 300 culturele instellingen namen twee maal aan het onderzoek deel.