

VRIJWILLIGERSWERK PUBLIEK ZIET VAAK ONDERSCHIED NIET TUSSEN VRIJWILLIGER

EN WERVER

BETAALDE STUDENT VERDRINGT 'OUDE' COLLECTANT

BIJNA DE HELFT VAN DE NEDERLANDERS doet vrijwilligerswerk. Dat maakt ons samen met Zweden koploper in Europa. Sportverenigingen, culturele organisaties, zorginstellingen, scholen: ze kunnen niet zonder. De kunst is om al die onbezoldigde energie goed te managen. Deze week een verhaal over vrijwillige collectanten, die steeds vaker concurrentie krijgen van betaalde krachten.

door Anna Mees

Voor veel bewoners van een doorsnee wijk is het wekelijkse kost: rond etenstijd staat een vlotte student voor de deur met een pasje om zijn nek. Met een iPad in zijn hand verleidt hij - mede dankzij een salestraining - mensen om maandelijks geld over te maken aan een goed doel. De werver verdient er aardig mee en het fonds weet zich verzekerd van voldoende nieuwe aanwas.

Wervers krijgen bovenop hun uurloon regelmatig bonussen voor binnengehaalde donateurs. Gemiddeld 100 euro per dag is makkelijk haalbaar, staat op de site van People Marketing. Lots Marketing schrijft over zijn 'uitdagende bonussysteem'.

De vrijwilliger die al jarenlang met zijn collectebus de deuren afloopt, wordt intussen steeds zeldzamer. Goede doelen hebben steeds vaker moeite om collectanten te vinden en te

houden, stelt Stichting Collecteplan (SCP), een samenwerkingsverband van 25 fondsen. Een groot deel van het publiek ziet het onderscheid niet tussen onbezoldigde collectanten en betaalde wervers die om donaties komen vragen, zegt Anoeek Smith van SCP. „Dat kan verwarrend zijn. Ik word weleens gebeld door mensen die zeggen dat een fonds aan de deur staat dat volgens het collecterooster niet zou moeten collecteren.”

Pauke du Bois (67) is een van de oude rotten in het vak. Sinds 1989 gaat ze in Hilversum met haar KWF-collectebus langs de deuren om geld in te zamelen voor onderzoek naar kanker. Ook stuurt ze twintig vrijwilligers aan. Ze noemt zichzelf fanatiek. „Ik wil geen deur in onze wijken overslaan en wil zoveel mogelijk geld ophalen.”

In haar huis in 's Grave-

land liggen mappen vol papierwerk van het Koningin Wilhelmina Fonds voor de Nederlandse Kankerbestrijding (KWF). Namenlijsten, folders en briefjes waarop collectanten schrijven welke bedragen er in hun verzegelde collectebussen zijn gestopt. Per jaar is wijk- en districtshoofd Du Bois er zo'n twee weken mee bezig. Ze zorgt ervoor dat er genoeg collectanten zijn, maakt roosters en brengt informatiepakketten en collectebussen rond. Na afloop van de collecte telt ze met een paar anderen de donaties, brengt het geld naar de bank en de bonnetjes naar de penningmeester.

De gepensioneerd remedial teacher heeft het niet van een vreemde: haar moeder collecteerde tot haar 86^e voor hetzelfde doel. „Ik begon toen zij stopte.” De beslissing om geld voor kankeronderzoek op te halen, kwam ook door het werk van haar broer, zwager en neef. „Mijn zwager is radio-

therapeut-oncoloog, mijn broer en zijn zoon doen onderzoek naar kanker.” De opbrengst in de afgelopen vier jaar was gemiddeld 2750 euro in haar wijk, 6750 euro in haar district en 47.000 euro in heel Hilversum.

De donaties verbazen haar nogal eens. „Soms kom je bij een huis waarvan je denkt dat de bewoner wel wat kan missen, maar die haalt dan 20 cent uit zijn zak. Je komt ook schatten van mensen tegen. Een kind



dat zijn hele spaarpot in de collectebus leeggooit. Of een meneer in de bijstand die toch geld opzij heeft gelegd.”

Vaak genoeg krijgen de collectanten echter nul op het rekest. „Sommigen hebben geen contant geld in huis of geven principieel niet aan goede doelen. Of ze doen al maandelijks donaties, maar de collecte is voor extra onderzoek. Anderen denken dat het geld toch in de zakken van de directeur verdwijnt. Of ze zeggen 'ik heb nu geen tijd, komt u morgen maar terug.'”

Vrijwillige collectanten als Du Bois hebben door de betaalde wervers steeds meer concurrentie aan de deur. Filantropiehoogleraar Theo Schuyt van de Vrije Universiteit Amsterdam vindt dat logisch. „Geld werven kost namelijk geld. Goede doelen moeten dat aan het publiek kenbaar maken.” Wel vindt hij dat het verschil tussen collectanten en wervers goed zichtbaar moet zijn. „Mensen denken dat goede doelen enkel bestaan uit vrijwilligers, maar dat is onzin. Zeker als wervers een hesje dragen van bijvoorbeeld Warchild of Greenpeace, wordt een verkeerde suggestie gewekt. Want als je donateurs binnenhaalt, word je daar aardig voor betaald.”

Hoogleraar vrijwilligerswerk Lucas Meijs (Rotterdam School of Management) zou zelf niet geven aan betaalde wervers. „Als iemand er openlijk voor uitkomt, misschien wel. Maar niet aan een beroepskracht die zich heeft vermomd als vrijwilliger.” Een van de redenen waarom mensen doneren, is volgens Meijs dat ze graag aan een bepaald persoon geven. „Zeker via vrijwilligers, omdat zij er geen financieel belang bij hebben hoeveel ik geef.”

De deur-aan-deur-werwer profiteert volgens Meijs van het imago van de vrijwillige collectant. „Mensen denken vaak 'leuk, een goed bedoelende vrijwilliger'. Als dat niet zo is, roept het een andere emotie op en wordt het een heel ander gesprek. Ik verwacht dat als mensen zouden weten dat deze wervers betaald krijgen, de opbrengst aardig terug zou lopen.”

Vrijwilliger Pauke Du Bois

is alweer bezig met de voorbereidingen van de collecte-week in september en denkt nog niet aan stoppen. Hoewel ze soms denkt dat de huis-aan-huis-collecte niet meer van deze tijd is, zoals ze regelmatig te horen krijgt. „Omdat mensen minder vaak contant geld in huis hebben, ouderen het vaak niet prettig vinden om herkenbaar met geld over straat te lopen en het steeds moeilijker wordt om collectanten te werven. Maar als we dan weer met zijn allen in Hilversum een kleine vijftigduizend euro ophalen, ben ik super trots en heel blij om dit te doen.”

'Het kost wel geld'

Goede doelen huren bureaus in om structurele donateurs binnen te halen omdat deur-aan-deur-werving „een van de beste manieren is om persoonlijk contact te leggen en in gesprek te komen met potentiële donateurs”, zegt Kyra van der Meulen, woordvoerder van branchevereniging Goede Doelen Nederland.

„Het kost natuurlijk geld. Maar het is de investering nog zeker waard”, meent de woordvoerder van het KWF, Mischa Stubenitsky. Het KWF maakt op kleine schaal gebruik van wer-

vingsbureaus, maar dat wordt vanwege de kosten steeds minder.

Dat merkt ook Direct Dialogue Donateurwervers Nederland (DDD).

Hierbij zijn de vijf grootste donateurswervingsbureaus, samen goed voor ruim negentig procent van alle huis-aan-huis-werving voor goede doelen, aangesloten.

DDD-directeur Henk Dokter: „Toen het belmeniet-register in 2009 kwam en telefonisch werven terugliep, was er een stijging van onze werkzaamheden. Die lijn is nu flink

afgevlakt.”

Volgens Van der Meulen van Goede Doelen Nederland blijft een geworven donateur gemiddeld een aantal jaren. „Daarom is deur-aan-deur-werving effectief en duurzaam.”

Over hoeveel er binnenkomt via wervingsbureaus en wat het kost, doen Goede Doelen Nederland en de DDD geen uitspraken.

Collecterooster

Voor de collectes van 25 goede doelen gaan jaarlijks tussen februari en december zo'n 700.000 vrijwilligers de straat op. Zij halen 40 tot 50 miljoen euro aan contante bijdragen op.

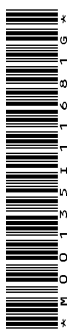
Toezichthouder Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF) heeft voor deze periode een 'collecterooster' opgesteld. Dat moet voorkomen dat verschillende goede doelen in een week voor de deur staan. Omdat bewoners steeds minder vaak kleingeld in huis hebben, beginnen collectanten dit jaar aan een proef met 500 collectebussen waarop mensen kunnen pinnen en een contactloze donatie kunnen doen. Hanneke Desing, directeur van het Diabetes Fonds: „We gaan kijken of het technisch werkt en hoe mensen reageren. We wisselen de bussen uit met twintig fondsen, omdat het een vrij dure investering is en we zo de kosten voor iedereen zo laag mogelijk houden.”

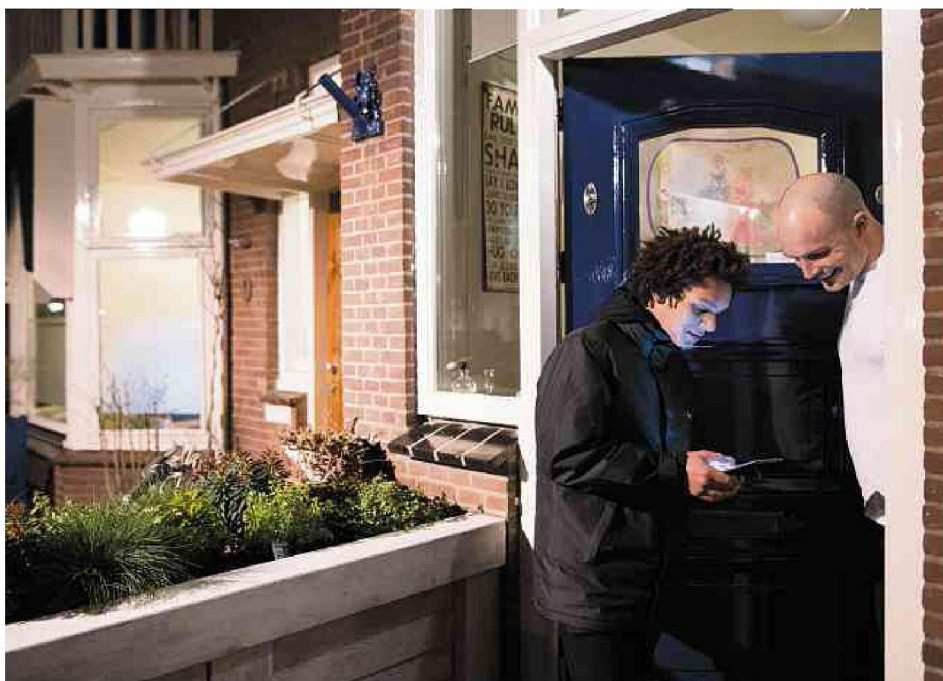
Aantal vrijwillige collectanten 2015

KWF Kankerbestrijding	80.000
Nierstichting	62.000
Reumafonds	57.000
Ned. Brandwonden Stichting	55.105
Hartstichting	50.462
Jantje Beton	41.000
Longfonds	37.534
Prinses Beatrix Spierfonds	30.000
Prins Bernhard Cultuurfonds	25.000
Het Rode Kruis	25.000
Epilepsiefonds	22.500
Diabetes Fonds	22.000
Nationaal Fonds Kinderhulp	20.000
Alzheimer Nederland	20.000
Amnesty International	18.507
Hersenstichting	18.000
Maag Lever Darm Stichting	15.171
Dierenbescherming	14.000
Nationaal MS Fonds	12.342
NSGK	10.690
Leger des Heils	10.000
Fonds Gehandicaptensport	9.900
Natuurmonumenten	8.400

'Je komt echt schatten van mensen tegen'

'Als je donateurs binnenhaalt, word je daar aardig voor betaald'





Het verschil tussen een collectant en een betaalde werver is voor de gulle gever niet altijd duidelijk.

FOTO SERGE LIGTENBERG



Pauke du Bois zet zich als vrijwilligster al 28 jaar in voor het KWF. Ook zij ondervindt bij haar werk als collectant concurrentie van betaalde krachten.

FOTO ALDO ALLESSIE

