



UHASSELT

KNOWLEDGE IN ACTION

Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de toegepaste economische
wetenschappen: handelsingenieur

Masterthesis

Doneren aan liefdadigheidsinstellingen: de invloed van transparantie op het donorgedrag

Michiel Vanduren

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische wetenschappen:
handelsingenieur, afstudeerrichting accountancy en financiering

PROMOTOR :

Prof. dr. Nadine LYBAERT



UHASSELT

KNOWLEDGE IN ACTION

www.uhasselt.be

Universiteit Hasselt
Campus Hasselt:
Martelarenlaan 42 | 3500 Hasselt
Campus Diepenbeek:
Agoralaan Gebouw D | 3590 Diepenbeek

2017
2018



Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de toegepaste economische
wetenschappen: handelsingenieur

Masterthesis

Doneren aan liefdadigheidsinstellingen: de invloed van transparantie op het donorgedrag

Michiel Vanduren

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische wetenschappen:
handelsingenieur, afstudeerrichting accountancy en financiering

PROMOTOR :

Prof. dr. Nadine LYBAERT

Woord vooraf

Deze masterproef vormt het sluitstuk van mijn opleiding master Handelsingenieur, afstudeerrichting Accountancy en Financiering, aan de Universiteit Hasselt. Deze masterproef is ook het einde van een zeer leerrijke en interessante studieperiode die er voor gezorgd heeft dat ik veel nieuwe mensen heb mogen ontmoeten en veel kennis heb kunnen vergaren. Het afwerken van deze masterproef kon ik uiteraard niet alleen, waardoor ik van deze opportuniteit gebruik zou willen maken om de betrokken personen even te bedanken.

Eerst en vooral gaat mijn oprechte dank uit naar prof. dr. Nadine Lybaert. Zij heeft mij vanaf de opstart van het onderzoeksplan tot de algemene conclusie met raad en daad bijgestaan om er voor te zorgen dat mijn onderzoek op het juiste pad bleef. Haar kennis, suggesties en geduld hebben een grote invloed gehad op de vervolmaking van deze masterproef, waarvoor mijn dank.

Daarnaast zou ik ook graag mijn familie en meer specifiek mijn ouders willen bedanken voor de steun, niet alleen bij het schrijven van deze masterproef, maar gedurende mijn hele studieperiode. Zonder hen had ik niet de mogelijkheid gehad om deze studie aan te vatten en was het zeker niet gelukt om dit tot een goed einde te brengen. Daarnaast hebben ze ook de nodige tijd gestoken in het nalezen en verbeteren van deze masterproef om tot dit resultaat te komen.

Tot slot wil ik graag alle respondenten willen bedanken die de tijd en moeite hebben genomen om de vragenlijst in te vullen. Zonder hen had ik de nodige informatie niet kunnen verkrijgen en had ik niet dezelfde conclusies kunnen nemen. Daarnaast zou ik ook graag enkele organisaties willen bedanken, met name WWF, Greenpeace en Rikolto. Zij hebben mij bijgestaan met de nodige praktijkgerichte kennis die ik heb kunnen toetsen aan de verkregen resultaten.

Lummen, mei 2018

Michiel Vanduren

Samenvatting

De non-profit sector is voor elke economie een zeer belangrijke schakel, vooral door het hoog aantal jobs. Het onderzoek binnen dit studiegebied blijft nochtans op een relatief laag pitje, maar de reden hiervoor is nog steeds ongekend. Nochtans zou het voor non-profit organisaties zeer interessant zijn om te weten wat donors belangrijk vinden om op die manier te kunnen inspelen op die behoeften en er zelf ook sterker uit te komen.

Transparantie is vandaag de dag een steeds belangrijker aspect aan het worden, vooral investeerders van commerciële organisaties gaan vaak eerst een diepe analyse maken om de juiste organisatie te vinden. De vraag die nu rijst is of dat voor donors van non-profit organisaties ook het geval is. Het winstaspect bij deze organisaties is dan wel afwezig, maar mogen mensen er dan ook van uit gaan dat deze organisaties altijd het moreel juiste gedrag zullen vertonen, enkel en alleen omdat ze een non-profit organisatie zijn? Is het bijgevolg ook voor donors, die niets in *return* krijgen, interessant om organisaties door te lichten alvorens deze te steunen?

Deze masterproef tracht een antwoord te vinden op de vraag in welke mate transparantie invloed heeft op het donorgedrag. Om een iets specifiekere focus op vlak van organisaties te verkrijgen, worden enkel liefdadigheidsinstellingen onderzocht. De andere soort non-profit organisaties, zoals sportclubs of onderwijsinstellingen worden niet betrokken, omdat het donatieproces zich vooral focust op liefdadigheidsinstellingen. De probleemstelling, de centrale onderzoeksvragen en de bijhorende deelvragen en tot slot het onderzoeksopzet worden besproken in **Hoofdstuk 1**.

Hoofdstuk 2 vormt het eerste deel van de literatuurstudie en zal de huidige vzw-omgeving proberen in kaart te brengen. Eerst en vooral zal de vzw-wetgeving die momenteel van kracht is, worden besproken. Deze wetgeving heeft betrekking op openbaarmakingsformaliteiten en zal duidelijk maken in welke mate vzw's hun informatie moeten delen. Daarnaast worden ook de meest, toegepaste financieringsbronnen in Belgische context besproken. In dit gedeelte zal duidelijk worden vanuit welke bronnen vzw's de meeste fondsen halen. Nadien zal kort worden besproken welke motieven donors zoal kunnen hebben om te doneren aan een vzw. Tot slot behandelt dit hoofdstuk ook de belangrijkste persoonsgebonden elementen die invloed hebben op het donorgedrag. Dit heeft betrekking op verschillen tussen mannen en vrouwen, tussen jongeren en ouderen, enzovoort.

In **Hoofdstuk 3** wordt meer gedetailleerd ingegaan op de invloed van financiële informatie op het donorgedrag. Meer specifiek worden de meer organisationele aspecten onderzocht in dit hoofdstuk. De belangrijkste vraag hier is welke elementen van de financiële verslaggeving de grootste invloed hebben op het donorgedrag. De tweede sectie van hoofdstuk 3 zal zich meer focussen op een specifiek verslag, met name het duurzaamheidsverslag. Net zoals voor de financiële verslaggeving, zal voor het duurzaamheidsverslag onderzocht worden of dit invloed heeft op het donorgedrag.

Nadat de literatuurstudie is afgerond, zal **Hoofdstuk 4** de hypothesen formuleren voor het empirisch gedeelte. De hypothesen worden opgesteld zowel op basis van de gedane literatuurstudie als van de eigen verwachtingen.

Hoofdstuk 5 zal vervolgens focussen op het onderzoeksopzet van het empirisch gedeelte. Doordat er redelijk veel variabelen aan te pas komen in het onderzoek, zal de eerste sectie van dit hoofdstuk een duidelijke beschrijving geven van de gebruikte variabelen. Daarnaast zal kort worden beschreven hoe het onderzoek zal worden uitgevoerd om tot slot een analyse te doen van de verkregen steekproef. Aan de hand van deze analyse zal duidelijk worden in welke mate de steekproef overeen komt met de populatie.

De uiteindelijke analyse van de resultaten van het empirische onderzoek zal in **Hoofdstuk 6** gebeuren. De opdeling van dit hoofdstuk is analoog met de literatuurstudie: eerst zullen donaties in het algemeen worden bestudeerd, met nadien een analyse van de invloed van eerst de financiële verslaggeving en nadien van het duurzaamheidsverslag. Tot slot zal een kleine studie worden uitgevoerd met betrekking tot de actualiteit.

Het laatste hoofdstuk van deze masterproef zal een algemene conclusie formuleren over de verkregen resultaten. In **Hoofdstuk 7** zal naast een algemene conclusie ook de beperkingen en aanbevelingen voor verder onderzoek worden toegelicht.

Inhoudsopgave

WOORD VOORAF	I
SAMENVATTING	III
INHOUDSOPGAVE	V
TABELLENLIJST	VII
FIGURENLIJST	IX
HOOFDSTUK 1: INLEIDING	1
1.1 PROBLEEMSTELLING	1
1.2 ONDERZOEKSVRAGEN	3
1.3 ONDERZOEKSMETHODEN	4
HOOFDSTUK 2: DE VZW-OMGEVING	7
2.1 DE VZW-WETGEVING	7
2.2 FINANCIERINGSBRONNEN VAN NON-PROFIT ORGANISATIES	11
2.2.1 DONATIES	11
2.2.2 SPONSORING	12
2.2.3 SUBSIDIES	13
2.2.4 EVENEMENTEN	14
2.3 MOTIEVEN OM TE DONEREN	14
2.4 INVLOEDEN OP HET DONORGEDRAG	16
HOOFDSTUK 3: HET BELANG VAN TRANSPARANTIE EN HET DONORGEDRAG	19
3.1 INVLOED VAN FINANCIËLE INFORMATIE OP HET DONORGEDRAG	19
3.1.1 EFFICIËNTIE VAN HET BEREIKEN VAN DE BEDRIJFSDOELEN	20
3.1.2 FINANCIËLE STABILITEIT	21
3.1.3 INFORMATIE OMTRENT FONDSWERVING	22
3.1.4 REPUTATIE VAN DE VZW	22
3.1.5 EFFECTIVITEIT VAN HET BEREIKEN VAN DE BEDRIJFSDOELEN	23
3.1.6 CHARITY RATINGS	23
3.2 HET DUURZAAMHEIDSVERSLAG	24
3.2.1 DE INHOUD EN HET BELANG VAN HET DUURZAAMHEIDSVERSLAG	25
3.2.2 AWARDS VOOR DUURZAAMHEIDSVERSLAGGEVING IN BELGIË	27

HOOFDSTUK 4: FORMULERING HYPOTHESEN	29
4.1 INVLOED VAN FINANCIËLE INFORMATIE OP HET DONORGEDRAG	29
4.2 INVLOED VAN HET DUURZAAMHEIDSVERSLAG OP HET DONORGEDRAG	30
4.3 INVLOED VAN DE KWALITEIT VAN HET DUURZAAMHEIDSVERSLAG OP HET DONORGEDRAG	31
HOOFDSTUK 5: ONDERZOEKSOPZET	33
5.1 BESCHRIJVING VAN DE VARIABELEN	33
5.1.1 PERSOONLIJKE VARIABELEN	33
5.1.2 ORGANISATIONELE VARIABELEN	34
5.2 DATAVERZAMELING EN STEEKPROEF	36
5.2.1 ONLINE VRAGENLIJSTEN	36
5.2.3 WERKELIJKE STEEKPROEF	38
5.3 ANALYSE VAN DE STEEKPROEF	39
HOOFDSTUK 6: EMPIRISCHE RESULTATEN	43
6.1 DONATIES AAN VZW'S	43
6.2 INVLOED VAN FINANCIËLE INFORMATIE OP DONORGEDRAG	45
6.3 INVLOED VAN DUURZAAMHEIDSVERSLAG OP DONORGEDRAG	48
6.3.1 AANWEZIGHEID VAN DUURZAAMHEIDSVERSLAG	48
6.3.2 KWALITEIT VAN DUURZAAMHEIDSVERSLAG	52
6.4 INVLOED VAN ACTUALITEIT	53
HOOFDSTUK 7: ALGEMENE CONCLUSIE	57
7.1 CONCLUSIES	57
7.2 BEPERKINGEN EN AANBEVELINGEN VOOR VERDER ONDERZOEK	59
LIJST VAN GERAADPLEEGDE WERKEN	61
BIJLAGEN	67

Tabellenlijst

Tabel 1: Financieringsbronnen	11
Tabel 2: Samenvatting van de gebruikte variabelen	36
Tabel 3: Kwartielen van metrische variabelen	39
Tabel 4: Berekening intervallen uitschieters.....	39
Tabel 5: Beschrijvende statistiek variabele 'Donatie'	43
Tabel 6: Regressie analyse 'Donatie'	44
Tabel 7: Kruistabel 'DonatieFinancieel' en 'HogereDonatieFinancieel'	46
Tabel 8: t-test invloed van financiële informatie op gedoneerde bedrag.....	47
Tabel 9: Kruistabel 'InteresseDuurzverslag' en 'KeuzeDuurzverslag'	49
Tabel 10: t-test invloed van de duurzaamheidsverslag op het gedoneerde bedrag	50
Tabel 11: Verschil in percentuele veranderingen donaties	51
Tabel 12: Invloed van actualiteit op het gedoneerde bedrag.....	54

Figurenlijst

Figuur 1: Donatiepiramide.....	12
Figuur 2: Aandeel geslacht in steekproef.....	39
Figuur 3: Aandeel leeftijden in steekproef.....	40
Figuur 4: Aandeel gezinssituatie in steekproef	40
Figuur 5: Interessegebied van steekproef.....	41
Figuur 6: Invloed van financiële informatie op de organisatiekeuze	45
Figuur 7: Invloed van financiële informatie op het gedoneerde bedrag.....	46
Figuur 8: Kennen de respondenten het duurzaamheidsverslag?	48
Figuur 9: Invloed van het duurzaamheidsverslag op het gedoneerde bedrag	50
Figuur 10: Invloed van kwaliteit duurzaamheidsverslag op donorgedrag	52
Figuur 11: Invloed van actualiteit op de organisatiekeuze	54

Hoofdstuk 1: Inleiding

In dit inleidende hoofdstuk wordt eerst ingegaan op de non-profit sector in Belgische context met als doel meer te weten te komen over het belang van deze organisaties in een economie. Er wordt eveneens aangehaald wat juist de problematiek is waarop dit werk zal focussen. In sectie 1.2 volgt een korte omschrijving van de onderzoeksvragen die beantwoord worden om tot slot in sectie 1.3 de onderzoeksmethoden even toe te lichten. Aan het einde van dit hoofdstuk wordt duidelijk waarom nieuw onderzoek in deze sector noodzakelijk is.

“In the absence of information, we jump to the worst conclusions”

Myra Kassim

1.1 Probleemstelling

De non-profit sector die behoort tot de quartaire sector is een zeer belangrijk deel van iedere economie. Uit cijfers van de Nationale Bank van België & de Koning Boudewijnstichting (2013) blijkt dat er in 2010 ongeveer 18 700 non-profit organisaties actief zijn in België. In totaal zou deze sector meer dan 5% van de nationale rijkdom omvatten, maar het is vooral de werkgelegenheid dat een belangrijk aspect is (12%). In België is er ook een hele grote diversiteit van verschillende activiteiten die tot deze sector behoren. Op basis van de NACE-BEL nomenclatuur wordt een onderscheid gemaakt in zeven verschillende groepen: 'landbouw en industrie', 'diensten', 'onderwijs', 'menselijke gezondheidszorg', 'maatschappelijke dienstverlening', 'kunsten, amusement en recreatie' en 'overige diensten'. Wat het aantal vzw's betreft is de laatstgenoemde groep 'overige diensten' het grootst met 37%. In deze groep worden onder andere vakbonden, politieke partijen, religieuze organisaties en jeugdverenigingen opgenomen. Als we dit getal vergelijken met hun percentuele bijdrage aan de Belgische economie is het contrast enorm groot. Amper 11% van de toegevoegde waarde van deze sector vloeit voort uit deze groep. Een tegengesteld beeld wordt opgemerkt in de groep van 'menselijke gezondheidszorg'. Deze groep van organisaties dragen 36% van de totale waarde bij, terwijl ze maar 4% van het totaal aantal organisaties uitmaken. Het verschil tussen deze twee groepen is mede te wijten aan de grootte van de organisatie. In de groep van 'menselijke gezondheidszorg' worden onder andere ziekenhuizen opgenomen die kapitaalintensiever zijn dan jeugdbewegingen. Het verschil in toegevoegde waarde per vzw tussen deze twee groepen is dan ook immens: ongeveer € 9 000 000 voor de gezondheidszorg tegen € 320 000 voor de overige diensten. Op basis van economisch gewicht zijn er twee duidelijke koplopers, met name 'menselijke gezondheidszorg' en 'maatschappelijke dienstverlening'. Mede door de groeiende vergrijzing mag het duidelijk zijn dat deze twee bedrijfstakken de motor zullen blijven van de Belgische non-profit sector.

Een van de belangrijkste functies die de boekhouding en financiële informatie hebben, is te assisteren in de financiële evaluatie van ondernemingen. Potentiële investeerders analyseren en gebruiken deze informatie om nadien gegronde beslissingen te kunnen nemen die betrekking hebben op mogelijke investeringen (Wang et al., 2014). De aanwezigheid van kwaliteitsvolle informatie is vaak cruciaal in deze beslissingsprocessen en het eerdergenoemde citaat bevestigt het belang hiervan. Daarnaast is

de beschikbaarheid van informatie alleen niet voldoende, de juiste analyse en het juist gebruik ervan is ook essentieel (Trussel & Parsons, 2007). Het mag dan ook duidelijk zijn welke gevolgen deze problematiek met zich mee kan brengen. Indien investeerders geen of een slechte financiële doorlichting maken van de potentiële ondernemingen waarin ze willen investeren, bestaat de kans dat het geïnvesteerde bedrag verloren gaat. Het zijn niet alleen de investeerders die in deze problematiek het slachtoffer kunnen worden, ook de economie heeft een grote baat bij kwaliteitsvolle informatie. De meeste ontwikkelde landen leven namelijk op informatie en het is juist dat wat hen draaiende houdt. Des te beter de informatie, des te meer de landen zich verder kunnen ontwikkelen (Floridi, 2013).

Zoals eerder aangehaald, assisteert de boekhouding als evaluator voor potentiële organisaties. Aangezien het winstmotief afwezig is bij donors van non-profit organisaties, worden vzw's minder vaak financieel doorgelicht door donors en is het zelfs niet zeker of donors deze informatie überhaupt analyseren. Nochtans blijft dat een belangrijk proces en blijft transparantie noodzakelijk. Transparantie wordt in de non-profit sector omschreven als een grote beschikbaarheid aan relevante, betrouwbare en volledige informatie over de prestaties, het management en de financiële situatie van de organisatie. Voor non-profit organisaties is het vooral belangrijk om correcte informatie te verspreiden om een verlies in reputatie te vermijden, aangezien zij hierop grotendeels steunen (Patrizia & Massimo, 2014). Daarnaast bestaat er ook de plicht voor non-profit organisaties om haar middelen op een geoorloofde wijze te investeren in haar doel. Tot slot is het voor non-profit organisaties, net zoals bij handelsorganisaties, belangrijk om hun stakeholders op de hoogte te houden van de manier van werken door hen op frequente wijze te voorzien van duidelijke prestatie maatstaven (Ebrahim, 2010).

Het verschil in transparantie verplichtingen is ook duidelijk te zien tussen verschillende Westerse landen. In Duitsland waar de non-profit sector een groot aandeel in de Duitse economie bezit, zijn de verplichtingen met betrekking tot transparantie nogal laag, zeker in vergelijking met de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk (Anheier, Hass, & Beller, 2013). In een onderzoek van Patrizia and Massimo (2014) in Italië werd het belang van verhoogde transparantie bevestigd. Door de grootte en de invloed die deze sector heeft in de nationale economieën, lijkt het noodzakelijk dat de donors in deze sector voldoende correcte informatie kunnen verkrijgen (Unicredit Foundation, 2012). Verder blijkt dat transparantie ook werkt als een vertrouwensopbouwend mechanisme. Hoe beter de informatie vrijgegeven door de non-profit organisaties, hoe meer vertrouwen er zal groeien tussen de organisatie en haar donors (Patrizia & Massimo, 2014).

Een sustainability report (duurzaamheidsverslag) is een mogelijke methode om meer transparantie te verkrijgen. Aan de hand van dit verslag wordt meer informatie vrijgegeven die betrekking heeft op de economische, milieu- en sociale impact van hun dagdagelijkse activiteiten. Daarnaast worden ook de waarden van de non-profit organisaties weergegeven in dit verslag en wordt aangetoond wat de link is tussen hun strategie en hun toevoeging tot een duurzame economie. Het grote voordeel van dit verslag is dat er op een effectieve en efficiënte wijze gecommuniceerd kan worden naar stakeholders toe. Het nadeel is dat er heel veel tijd en moeite moet worden ingestoken om de verschillende invloeden correct weer te geven (Bolton & Guest-Jelley, 2012).

Ondanks het feit dat donors van non-profit organisaties minder gebruik maken van financiële informatie, is het donors wel aan te raden voldoende informatie te verschaffen over de te donoren organisatie. Indien donors geen tijd hebben om de nodige analyses te maken, bestaat voor een beperkt aantal Amerikaanse organisaties de mogelijkheid om eenvoudig en snel veel informatie over die organisatie te vergaren via een zogenoemde Charity Rating van Charity Navigator. Deze organisatie vergelijkt de financiële staten van non-profit organisaties in de Verenigde Staten en geeft op basis hiervan een rating tussen nul en vier (Glassman & Spahn, 2012). In Belgische context is er tot op heden nog geen vergelijkbare ranking, waardoor er voor Belgische non-profit organisaties geen zelfde vergelijking kan worden gedaan.

Het is bijgevolg nog niet echt duidelijk in welke mate (potentiële) donors gebruik maken van organisationele informatie en of dit invloed heeft op het donorgedrag. Deze onduidelijkheden worden onderzocht in deze masterproef en kan interessante informatie bevatten voor vzw's in hun fondswervingsproces.

1.2 Onderzoeksvragen

Hoewel het feit dat er wel al aardig wat internationale literatuur beschikbaar is over deze problematiek, maar dat nationale onderzoeken hierover niet bestaan, wordt aan de hand van deze thesis een studie verricht in Belgische context. De algemene onderzoeksvraag van deze thesis is:

“In welke mate heeft de beschikbaarheid van kwaliteitsvolle financiële informatie van Vlaamse non-profit organisaties invloed op het donorgedrag?”

Vooraleer er wordt ingegaan op het effect van de kwaliteit van informatie op de donaties, is het nuttig om te weten wat de huidige regelgeving is rond de openbaarmaking van de vzw-jaarrekening in België. Aan de hand van deze deelvraag kan er beter worden gekaderd wat donors op dit moment beschikbaar hebben aan informatie. Daarnaast kan er ook worden vergeleken hoe deze financiële informatie verschilt tussen grote en kleine non-profit organisaties. De deelvraag zal als volgt worden beschreven:

- Hoe ziet het huidige regelgevende kader met betrekking tot de openbaarmaking van financiële informatie voor non-profit organisaties er uit?

Daarnaast is het ook belangrijk te weten wie betrokken is bij dit proces. Bijgevolg wordt in de volgende deelvraag gefocust op wie doneert aan non-profit organisaties en met welke motieven dat zij dat doen. Door een antwoord te formuleren op deze vraag, wordt het duidelijk welke actoren het meeste belang hebben in deze problematiek. Na de literatuurstudie zal volgende deelvraag beantwoord worden:

- Wie zijn potentiële donors voor non-profit organisaties en met welke motieven handelen zij?

Nadat eerst een inleidend kader werd geschetst, kan worden ingegaan op de invloed van transparantie op het donorgedrag. Zoals in de probleemstelling aangegeven, zijn er verschillende factoren die hierop invloed kunnen hebben. Zowel persoonlijke als financiële factoren worden in deze deelvraag bestudeerd. Pas wanneer er geweten is welke factoren allemaal invloed hebben op de donor, kan onderzocht worden in welke mate financiële informatie belangrijk wordt geacht. Op het einde van dit gedeelte, zal er een antwoord kunnen worden geboden op deze deelvraag:

- Welke factoren hebben invloed op de donor in zijn/haar beslissingsproces om te doneren aan een vzw?

Het doel van de volgende deelvraag is om te onderzoeken in welke mate de beschikbaarheid van één specifiek element invloed heeft op het donorgedrag. Er zal namelijk dieper worden ingegaan op het duurzaamheidsverslag. Tot op heden is dit verslag nog geen verplicht element van de vzw-jaarrekening, maar toch publiceren sommige non-profit organisaties dit. Aan de hand van deze deelvraag wordt gekeken of het publiceren van het duurzaamheidsverslag ook directe, positieve gevolgen heeft voor de organisatie zelf. Na het onderzoek zal een antwoord op de volgende deelvraag kunnen worden gegeven:

- In welke mate heeft de beschikbaarheid van het duurzaamheidsverslag voor Vlaamse non-profit organisaties invloed op donorgedrag?

De volgende deelvraag gaat verder op het voorgaande onderzoek, met name de analyse van het duurzaamheidsverslag, al zal de volgende analyse zich toespitsen op de kwaliteit van het duurzaamheidsverslag. Het Instituut van de Bedrijfsrevisoren (IBR) reikt tweejaarlijks awards uit voor de meeste innovatieve en beste duurzaamheidsverslagen. Aan de hand van deze deelvraag zal onderzocht worden of de uitdrukkelijke vermelding van deze erkenning invloed heeft op het donorgedrag en bijgevolg op de hoogte van de donatie. De deelvraag is als volgt:

- In welke mate is de kwaliteit van het duurzaamheidsverslag voor Vlaamse non-profit organisaties van belang voor potentiële donors?

Na de literatuurstudie en het bijhorende praktijkonderzoek zal er dus een antwoord kunnen worden gevormd op de algemene onderzoeksvraag. Met dit antwoord kan er met meer zekerheid worden bepaald wie potentiële donors zijn, hoe zij tot hun gedoneerde bedrag komen en wat zij belangrijk achten in zowel de non-profit organisatie zelf als eventueel in de financiële staten van een organisatie. Ook voor non-profit organisaties zelf kan dit antwoord belangrijk zijn voor verder onderzoek. Met deze informatie kunnen zij immers meer doelgericht op zoek gaan naar donors en kunnen zij beter bepalen welke informatie proactief moet worden gedeeld en welke niet.

1.3 Onderzoeksmethoden

Om een beter beeld te krijgen van de gedane studies in het verleden, wordt een uitgebreide literatuurstudie aangevat. Het artikel van Parsons (2003), waarin wordt onderzocht of accounting

informatie nuttig is voor donors, fungeert als basis voor deze masterproef. Nadat er een duidelijker kader wordt beschreven met betrekking tot de huidige regelgeving en wie er zoal doneert aan non-profit organisaties, wordt nadien meer specifiek ingegaan op het beslissingsproces van donors. Aan de hand van de online bibliotheek van de UHasselt, Google scholar en databases zoals Ebscohost wordt onderzocht welke elementen relevant zijn in dit onderzoek. Aangezien er in Belgische context nog maar weinig onderzoek is gedaan naar deze problematiek, wordt vooral gefocust op internationale literatuur. Er wordt gebruik gemaakt van onder andere volgende trefwoorden: non-profit organisatie, donaties, donors, charitable organizations, factors, determinants, information quality, financial information, accounting information, non profits, financial disclosure, financial statements.

Naast een uitgebreide literatuurstudie wordt er ook een eigen praktijkstudie uitgevoerd. Door het gebrek aan Belgisch onderzoek, is nieuwe kennis broodnodig om de Belgische non-profit sector beter te begrijpen. Het eigen onderzoek bestaat eerst en vooral uit een enquête bij potentiële donors en mensen die ooit al eens geld hebben gedoneerd aan een non-profit organisatie. Er wordt in deze vragenlijst onderzocht of bepaalde informatie beïnvloedend is op het gedrag van deze (potentiële) donors. Daarnaast wordt ook gevraagd of de geënquêteerden weten wat het duurzaamheidsverslag inhoudt en of zij hier rekening mee zouden houden indien dit beschikbaar is. Het uiteindelijke doel is na te gaan of dit duurzaamheidsverslag ook een invloed heeft op de hoogte van de donaties. Daarnaast kan ook worden vergeleken of donors rekening houden met meer kwaliteitsvolle verslagen. Iedere twee jaar deelt het IBR prijzen uit voor de beste duurzaamheidsverslagen van dat jaar. Aan de hand van deze awards kan een betrouwbaar verschil worden gemaakt tussen goede en zeer goede duurzaamheidsverslagen. De ondervraagden zullen verschillende realistische voorstellen voorgeschied krijgen, waartussen zij zullen moeten bepalen hoeveel zij willen doneren. De verschillen tussen de non-profit organisaties liggen voornamelijk in de hoeveelheid/kwaliteit informatie die beschikbaar is.

Hoofdstuk 2: De vzw-omgeving

Om een meer gedetailleerd beeld te krijgen van de huidige vzw sector, wordt in dit tweede hoofdstuk een grondige analyse uitgevoerd van de huidige vzw-omgeving. In sectie 2.1 zal eerst en vooral bekeken worden welke wetgeving juist van toepassing is op non-profit organisaties en welke verplichtingen zij hebben met betrekking tot de openbaarmaking van financiële informatie. Nadien zal in sectie 2.2 onderzocht worden welke bronnen vzw's vooral gebruiken om hun activiteiten te financieren. In die sectie zal op één van die financieringsbronnen, met name donaties, dieper worden ingegaan. Sectie 2.3 doet een analyse van wie doneert aan non-profit organisaties en wat hen drijft, gevolgd in sectie 2.4 door een analyse van de factoren die beïnvloedend zijn op donorgedrag.

2.1 De vzw-wetgeving

De Wet van 27 juni 1921 is de oorspronkelijke Belgische wetgeving die zich bezig hield met de verenigingen zonder winstoogmerk, de internationale verenigingen zonder winstoogmerk en de stichtingen. Nadien werden er nog verscheidene wijzigingen aangebracht, de belangrijkste die door de Wet van 2 mei 2002. Er zal in dit deel enkel worden gefocust op de eerste 26 artikels van de aangepaste Wet van 27 juni 1921, aangezien enkel het gedeelte betreffende de wetgeving rond vzw's van belang is voor dit werk.

Een vzw wordt door het Wetboek omschreven als elke vereniging die noch nijverheids-, noch handelszaken drijft en welke niet probeert een stoffelijk voordeel aan haar leden te verschaffen (art 1). Alleen verenigingen die voldoen aan deze definitie worden logischerwijze beschermd door deze wetgeving. Net zoals gewone ondernemingen moeten ook vzw's een oprichtingsakte laten publiceren in het Belgisch Staatsblad. Een absolute vereiste is dat er een precieze omschrijving van de bedrijfsdoeleinden wordt geformuleerd (art 2, eerste lid 2°). Indien er geen vermelding in de statuten wordt gemaakt van de doeleinden, wordt automatisch de nietigheid van de vereniging uitgesproken (art 3bis, 1°). Daarnaast dient elke factuur, bekendmaking, akte, aankondiging of ander stuk die door de vzw wordt uitgegeven, verplicht de naam van de vereniging te vermelden, onmiddellijk gevolgd of voorafgegaan door de woorden « vereniging zonder winstoogmerk » of door de afkorting « vzw », alsook het adres van de hoofdzetel. Indien één van de bovenvermelde stukken niet alle noodzakelijke vermeldingen bevat, wordt elke natuurlijke persoon die in naam van de vereniging heeft meegewerkt aan deze stukken, persoonlijk en hoofdelijk aansprakelijk gesteld voor alle of voor een gedeelte van de verbintenissen die de vereniging volgens dit stuk heeft aangegaan (art 11).

Er kunnen door de leden van de vzw al verbintenissen worden aangegaan, ook al bezit de organisatie op dat moment nog geen rechtspersoonlijkheid. Indien dit het geval is, zijn de leden persoonlijk en hoofdelijk aansprakelijk als de vereniging geen rechtspersoonlijkheid heeft verkregen binnen de twee jaar na de overeenkomst. Hetzelfde geldt als de vereniging niet binnen de zes maanden na het verkrijgen van de rechtspersoonlijkheid de overeenkomst heeft overgenomen van zijn leden (art 3

§2). Verbintenissen die worden aangegaan nadat de vereniging rechtspersoonlijkheid heeft verkregen, kunnen nooit als persoonlijk worden geacht voor haar leden (art 2bis).

Ieder lid van de algemene vergadering heeft een gelijk stemrecht en normaliter worden beslissingen genomen bij meerderheid (art 7, eerste lid). Bij een statutenwijziging is het noodzakelijk dat de wijzigingen uitdrukkelijk worden vermeld in de oproeping en moet ten minste twee derden van de leden aanwezig of vertegenwoordigd zijn (art 8, eerste lid). Een wijziging van de statuten wordt enkel goedgekeurd bij twee derden meerderheid van de aanwezige leden (art 8, tweede lid). Als er tot slot een wijziging van het bedrijfsdoel op tafel ligt, is er logischerwijze een grotere meerderheid nodig, meer specifiek een van vier vijfden (art 8, derde lid).

In de huidige wetgeving wordt volgende vermelding gemaakt met betrekking tot het doneren aan vzw's: *"Met uitzondering van handgiften, behoeft elke gift onder de levenden of bij testament aan een vereniging een machtiging door de minister van Justitie of zijn vertegenwoordiger. Deze machtiging is evenwel niet vereist voor de aanneming van giften waarvan de waarde niet hoger is dan € 100.000."* Hieruit kan worden geconcludeerd dat enkel giften met een waarde hoger dan € 100.000 moeten worden goedgekeurd door de minister van Justitie of zijn vertegenwoordiger. De machtiging door de minister kan in geen geval worden verleend zolang de vzw niet voldaan heeft aan haar plicht tot neerlegging van de oprichtingsakte en haar plicht tot neerlegging van de akte die betrekking heeft op de benoeming van haar bestuurders, commissarissen, enzovoort. Indien de vereniging haar jaarrekening vanaf haar oprichting of van haar laatste drie boekjaren, niet heeft neergelegd bij de griffie van de rechtbank van koophandel, kan ook geenszins machtiging worden verleend (art 16). Artikel 16 verplicht bijgevolg enkel zeer hoge bedragen te laten goedkeuren door de minister van Justitie en daar wil de huidige minister verandering in brengen. Eind april 2017 werd door minister Koen Geens duidelijk gemaakt dat meer transparantie aangaande de geldstromen binnen vzw's noodzakelijk is. Daardoor wil hij nieuwe maatregelen nemen zodat elke vereniging in haar jaarrekening moet prijsgeven wie hen financiert en voor welk bedrag. Door deze maatregel zal de onduidelijkheid die jarenlang heerste over de financiering van vzw's verdwijnen. Allereerst zal de circulatie van zwart geld drastisch verminderen, aangezien nog steeds veel vzw's worden gesteund met zwart geld. Daarnaast is de maatregel ook belangrijk in de strijd tegen terrorisme. Tijdens controles die volgden op de aanslagen in Parijs en Brussel, werden al bijna 200 vzw's ontbonden, omdat ze gelinkt werden aan de terroristische aanslagen. Deze bijkomende maatregel is momenteel nog niet van kracht in de wetgeving, maar er zou wel een voorstel tot Koninklijk Besluit klaarliggen (Bové, 2017; Décré, 2017).

Er kan een onderscheid gemaakt worden tussen drie soorten vzw's: kleine, grote en heel grote vzw's. Deze opdeling heeft invloed op de te voeren boekhouding van de betrokken verenigingen. De Wet van 17 juli 1975, die betrekking heeft op de boekhouding van ondernemingen, is ook van toepassing op verenigingen indien zij op het einde van het boekjaar twee van onderstaande drie cijfers overschrijden. Deze verenigingen worden bestempeld als grote vzw's, voeren een dubbele boekhouding en maken hun jaarrekening op volgens de Wet van 17 juli 1975 (Vlaamse studie- en documentatiecentrum voor vzw's, 2017):

1. Een gemiddeld jaarlijks equivalent van vijf voltijdse werknemers ingeschreven in het personeelsregister.
2. In totaal € 312.000 aan andere dan uitzonderlijke ontvangsten, exclusief de belasting over de toegevoegde waarde.
3. Een balanstotaal van € 1.249.500.

De bovenvermelde bedragen kunnen weliswaar door de Koning worden aangepast door de evolutie van het indexcijfer van de consumptieprijzen in rekening te nemen (art 17, §3). Elke vereniging dient elk jaar en ten laatste binnen zes maanden na afsluiting van het boekjaar, de jaarrekening ter goedkeuring voor te leggen aan de algemene vergadering. Nadat de algemene vergadering de jaarrekening heeft goedgekeurd, moet binnen de dertig dagen dit document worden neergelegd bij de Nationale Bank van België. Daarnaast dient ook de begroting van het volgende boekjaar ter goedkeuring te worden voorgelegd (art 17, §1). De begroting is een document dat door de algemene vergadering aan de raad van bestuur wordt gegeven om het gekozen beleid succesvol uit te voeren binnen een bepaald financieel kader. Er wordt door vzw's niet altijd voldoende tijd gestoken in het opstellen van de begroting, omdat zij vooral gefocust zijn om het bedrijfsdoel te verwezenlijken. Hierdoor kan het gebeuren dat de kostenzijde minder belangrijk wordt geacht en een beetje aan de kant wordt geschoven. Nochtans hebben zij er alle belang bij om dit document met genoeg aandacht en kennis op te stellen en om dit op regelmatige tijdstippen te evalueren (Vlaamse studie- en documentatiecentrum voor vzw's, 2017).

Naast de jaarrekening en de begroting moet ook een document met de namen en voornamen van de bestuurders en, indien nodig, de namen van de commissarissen in functie worden neergelegd, tezamen met hun commissarisverslag (art 17, §6). De criteria die betrekking hebben op het eventueel aanstellen van een commissaris worden in hetzelfde artikel 17 van de Wet van 27 juni 1921 vermeld. Elke vereniging moet sowieso één of meer commissarissen aanstellen die de financiële toestand van de vzw, de jaarrekening en de opvolging van de wet en de statuten controleert indien zij 100 of meer voltijdse equivalenten tewerkstelt. Als de vereniging deze drempel niet te boven gaat, maar zij overschrijden op het einde van het boekjaar wel ten minste twee van de volgende drie cijfers, ook dan zijn zij verplicht een commissaris aan te stellen:

1. Een gemiddeld jaarlijks equivalent van 50 voltijdse werknemers ingeschreven in het personeelsregister.
2. In totaal € 7.300.000 aan andere dan uitzonderlijke ontvangsten, exclusief de belasting over de toegevoegde waarde.
3. Een balanstotaal van € 3.650.000.

In het geval dat een commissaris moet worden aangesteld, worden bijgevolg deze verenigingen bestempeld als zeer grote vzw's. Zij voeren net zoals de grote vzw's een dubbele boekhouding. De Koning heeft ook bij deze criteria de mogelijkheid om bovenvermelde bedragen aan te passen aan de evolutie van het indexcijfer van de consumptieprijzen (art 17, §5).

Kleine vzw's (verenigingen die de eerstgenoemde criteria niet overschrijden) zijn niet verplicht een dubbele boekhouding te voeren, maar zij mogen dat wel doen via een vereenvoudigd schema dat

door de Koning wordt vastgesteld. Dit vereenvoudigd model is eigenlijk een liquiditeitsboekhouding, waarin de "ontvangsten en uitgaven" worden bijgehouden in twee afzonderlijke dagboeken. Ontvangsten en uitgaven worden, zoals de naam al doet vermoeden, pas geboekt vanaf het moment dat de gelden op het bankuittreksel zijn vermeld/verdwenen of als zij in contant geld worden ontvangen/uitgegeven. Deze mutaties worden bijgehouden in een dagboek volgens model van bijlage A. Bijlage B is het tweede document dat moet worden bijgehouden door kleine vzw's. Dit model wordt gebruikt om de staat van ontvangsten en uitgaven weer te geven. Tot slot is het ook verplicht om jaarlijks een inventaris op te maken die betrekking heeft op de bezittingen, vorderingen, schulden en verplichtingen. Hiermee samen dient ook duidelijk te worden vermeld welke waarderingsregels worden toegepast en of hier aanpassingen aan werden gedaan in vergelijking met de vorige boekjaren. Dit model kan teruggevonden worden in bijlage C en moet tezamen met bijlage B worden neergelegd bij de griffie van de rechtbank van koophandel. Kleine vzw's zijn niet verplicht om het vereenvoudigde schema toe te passen, maar hebben ook de keuze om hun boekhouding te voeren volgens het volledige model, zoals dat van toepassing is voor (heel) grote vzw's. Indien zij deze optie kiezen, moeten zij hun rekeningen niet neerleggen bij de Nationale Bank van België, maar wel bij de griffie van de Rechtbank van Koophandel (Vlaamse studie- en documentatiecentrum voor vzw's, 2017).

Voor elke Belgische vzw die zich in België heeft gevestigd, wordt op de griffie van de Rechtbank van Koophandel een dossier bijgehouden. In dit dossier worden onder andere de statuten, de akten met betrekking tot de benoeming van de bestuurders, eventuele rechterlijke beslissingen, de jaarrekening van de vereniging, enzovoort bewaard. Elke persoon kan kosteloos de neergelegde stukken van een bepaalde vereniging inkijken. Er kan zelfs een volledige of gedeeltelijke kopie worden verkregen, weliswaar tegen betaling van griffierechten. De stukken en de beslissingen die volgens deze wet moeten worden neergelegd, kunnen pas vanaf de dag van neerlegging worden tegengeworpen aan derden, behalve indien de vereniging kan aantonen dat die derden reeds kennis ervan hadden. Derden kunnen onmogelijk een beroep doen op stukken en beslissingen die niet zijn neergelegd of bekendgemaakt. Indien er tegenstrijdigheid bestaat tussen de neergelegde tekst en de tekst die werd bekendgemaakt in de bijlagen van het Belgisch Staatsblad, kan deze laatste niet aan derden worden tegengeworpen (*art 26novies*).

Verenigingen die zich op geldige wijze in het buitenland hebben opgericht en die één of meerdere vestigingen in België willen openen, zullen de Wet van 27 juni 1921 moeten volgen. Net zoals voor Belgische vzw's, wordt ook voor dergelijke verenigingen een dossier bijgehouden op de griffie van de Rechtbank van Koophandel waar onder meer de statuten, het adres van de zetel en de akten met betrekking tot de benoeming van bestuurders, worden bijgehouden. De genoemde stukken moeten worden opgesteld of worden vertaald in één van de officiële talen van de rechtbank waar het dossier gehouden wordt. Elk stuk dat door de vereniging wordt uitgegeven dient verplicht enkele zaken te vermelden, zoals de naam en het adres, alsook de naam en het adres van de zetel. Elke persoon die meewerkt aan het opstellen van deze documenten en waarop niet elke vermelding werd aangebracht, kan persoonlijk aansprakelijk worden gesteld voor alle of voor een gedeelte van de verbintenissen die deze vestiging in die akte heeft aangegaan. Volgens de huidige wetgeving is het ook voor buitenlandse verenigingen verplicht een machtiging te verkrijgen door de minister van Justitie indien

de gift het bedrag van € 100.000 overschrijdt. Aangezien de huidige wetgeving hier geen onderscheid maakt tussen buitenlandse verenigingen in België en Belgische verenigingen, verwachten we ook niet dat dat het geval gaat zijn voor het nieuwe Koninklijke Besluit van minister Koen Geens dat nog in de maak is. In het geval dat één van de centra van werkzaamheden van de vereniging op ernstige wijze in strijd is met de statuten, de wet of de openbare orde, kan de rechtbank van eerste aanleg deze vestiging sluiten op verzoek van elke belanghebbende. Tot slot geldt dezelfde aansprakelijkheid voor personen die een buitenlandse vzw in België besturen als voor personen die een Belgische vzw besturen (*art 26octies*).

2.2 Financieringsbronnen van non-profit organisaties

Nadat in de vorige sectie duidelijk werd gemaakt wat de huidige regelgeving is voor verenigingen zonder winstoogmerk, kan nu worden stilgestaan bij de financiering van deze organisaties. Het kan interessant zijn om te weten wie hen financiert of via welke methodes de vzw's hun inkomsten halen. Met het nieuwe Koninklijke Besluit van minister van Justitie Koen Geens wordt ook meer transparantie gevraagd met betrekking tot deze financieringsbronnen.

Financieringsbron	
Donatie	Volgens Verstegen (2007) zijn er negen verschillende manieren voor non-profit organisaties om via externe bronnen hun organisatie te financieren. Deze worden weergegeven in tabel 1. Donaties en sponsoring vormen de grootste bronnen van private financiering. Overheidsfinanciering gebeurt daarnaast via subsidies, maar ook commerciële activiteiten zoals het organiseren van eigen evenementen kunnen belangrijke inkomstenbronnen zijn (Froelich, 1999). Er zal in deze sectie vooral worden gefocust op private donaties en de overheidssubsidies.
Sponsoring	
Giftenactie	
Subsidie	
Vermogensfonds	
Legaat en erfstelling	
Loterij	
Collecte	
Merchandising	

Tabel 1: Financieringsbronnen

2.2.1 Donaties

Ondanks het feit dat de non-profit sector een groot aandeel heeft in de Benelux-economieën, worden maar heel weinig inkomsten gegenereerd uit filantropische bronnen, de zogenoemde "vrijwillige bijdragen aan het algemene nut op basis van betrokkenheid" (Verstegen, 2007). In Nederland bijvoorbeeld zijn de grootste groep private donors de huishoudens, zij donoren het vaakst op gebied van religie, gevolgd door doelen die betrekking hebben op gezondheid en internationale hulp (Schuyt, Gouwenberg, & Bekkers, 2009).

Via de donatiepiramide weergegeven in figuur 1 heeft Verstegen (2007) een model opgebouwd om op de meest ideale manier donors te verwerven. Zoals de figuur weergeeft, is het voor non-profit

organisaties belangrijk om eerst op zoek te gaan naar prospects, of een potentiële donor. Eens de vzw een donor heeft kunnen aantrekken en deze een eerste gift heeft gedaan, moet de vzw trachten om deze donor aan zich te binden. Een goed 'donor development' beleid is in dit proces cruciaal, zodat giften op een regelmatige basis worden ontvangen. Als de donor en de organisatie een goede relatie hebben opgebouwd, bestaat de kans dat er steeds grotere giften worden gegeven, met als hoogst haalbare de erfstellingen en legaten (Verstegen, 2007).



Figuur 1: Donatiepiramide

De vergrijzing heeft er voor gezorgd dat erfstellingen en legaten een steeds belangrijkere financieringsbron worden. Ouderen zijn namelijk vaak welvarender en hebben dus meer mogelijkheden om te donoren. Tot slot verwacht Schuyt et al. (2009) wel een verdere ontwikkeling voor vermogende particulieren. Volgens hun onderzoek willen sommige donors meer en meer betrokken raken bij het beleid van vzw's, waardoor donaties tijdens hun leven niet zullen uitblijven. De keerzijde van deze ontwikkeling is wel dat de mogelijkheid bestaat dat particulieren eigen initiatieven gaan opzetten om volledige controle te hebben over het beleid. Hierdoor zal minder gedoneerd worden aan andere vzw's, maar meer in de eigen organisaties (Schuyt et al., 2009).

2.2.2 Sponsoring

Een tweede vorm van financiering is sponsoring, waarbij beide partijen voordeel kunnen halen uit de overeenkomst. Deze overeenkomst is in de meeste gevallen van zakelijke aard, waardoor het vooral bedrijven zijn die via deze methode hun steentje willen bijdragen (Froelich, 1999). In tegenstelling tot donaties is er bij sponsoring dus wel een tegenprestatie door de non-profit organisatie. Het gaat dan vaak over een prestatie van communicatieve aard, zoals het vermelden van de naam van de sponsor (Van der Westen, 2006).

Er kan in deze financieringsmethode nog een opsplitsing worden gemaakt tussen strategische en non-strategische sponsoring. In het eerste geval betreft het sponsoring waarbij er een duidelijke overlap is tussen de doelstellingen of het product van de vzw en de sponsor. In het andere geval is dit raakvlak minder zichtbaar en wordt de tegenprestatie minder belangrijk geacht. Het vermelden van de naam van de sponsor heeft bij non-strategische sponsoring minder effect voor het sponsorende bedrijf. Ongeveer een derde van de totale donaties in Nederland zijn afkomstig van

bedrijven. Het gaat dan vaak over sponsoring voor sport en recreatieve doeleinden, maar ook sociale doelen en onderwijs worden door zo'n bedrijven bijgestaan (Schuyt et al., 2009).

Uit cijfers van Nederland blijkt dat sinds 2005 er wel een daling is op te merken in het aantal bedrijven dat zich kandidaat stelt als sponsor. Naast het aantal bedrijven is ook het totale bedrag van sponsoring gedaald. In die periode is er een andere invalshoek van 'geven' ontstaan. Er wordt namelijk minder in kapitaal gegeven, maar meer in mankracht. Op deze manier worden meer kansen geboden voor werknemers om deel te nemen aan maatschappelijke projecten (Schuyt et al., 2009).

2.2.3 Subsidies

Een groot deel van de non-profit organisaties zijn voor hun inkomsten afhankelijk van de overheid en worden dus gesteund via overheidssubsidies (Grønbjerg, 1991). Zowel bij regionale, provinciale, nationale en Europese overheden kunnen vzw's een beroep doen op financiering. Deze financieringsmethode is vooral voor kleine en middelgrote vzw's een handige methode om meer inkomsten te verkrijgen, ook al kost het vaak meer moeite om overheidsgeld te krijgen (Grønbjerg, 1993). Een groot nadeel van overheidssubsidies is het veranderen van de organisatiestructuur, doordat de overheid mee gaat bepalen wat er gebeurt en hier controle op uitoefent. Meer bureaucratie, hogere kosten en minder managementdiscretie zijn de negatieve gevolgen van deze financieringsmethode. Voor veel vzw's worden middelen in deze omstandigheden belangrijker geacht dan het resultaat, waardoor zij hun eigen karakter verliezen en zich meer beginnen te gedragen als een overheidsinstantie (Froelich, 1999).

Uit de bestaande literatuur komt ook veel onderzoek naar voor die de relatie bestudeert tussen eventuele overheidsfinanciering en private donaties. Abrams & Schmitz (1984) denken dat er een negatieve relatie bestaat tussen deze twee componenten, omdat private donors overheidsfinanciering zien als een substituut voor hun bijdragen, waardoor zij minder geneigd zijn om zelf te doneren. Aan de andere kant kan overheidsfinanciering ook gezien worden als een positieve stimulans om te doneren omdat er door de overheid een indirect signaal wordt gegeven dat zij toekomst zien in deze organisatie, wat kan leiden tot meer private donaties (Smith, 2007). In de culturele sector (kunst, musea, dans, theater...) bestaat er in de literatuur veel onduidelijkheid over de relatie tussen deze twee componenten. Sommige onderzoeken (Dokko, 2005; Kingma, 1989) vinden een negatieve relatie (crowding-out), terwijl andere auteurs een positief effect vinden van overheidsfinanciering op private donaties (crowding-in) (Brooks, 2000; Smith, 2007). Een eerder onderzoek van Payne (1998), dat verenigingen bestudeerde die zich inzetten tegen armoede, concludeerde dat er crowding-out bestaat, maar dat deze niet volledig is. Hiermee wordt bedoeld dat per geïnvesteerde euro door de overheid, ongeveer vijftig cent minder wordt gedoneerd door private donors. Hieruit blijkt dus wel dat non-profit organisaties minder inkomsten verkrijgen, maar dat eerder een gevolg is van minder individuele bijdragen dan van een verdwijning van bestaande donors (Payne, 1998).

2.2.4 Evenementen

Veel non-profit organisaties proberen ook geld in te zamelen via het organiseren van evenementen, zoals spaghettiavonden, sportevenementen, muzikale activiteiten en dergelijke (Verstegen, 2007). Het organiseren van zo'n evenementen heeft niet alleen tot doel om de eigen organisatie meer naambekendheid te geven, maar ook om potentiële donors te werven (Higgins & Lauzon, 2002). Nochtans blijkt dat de meeste auteurs hun twijfels hebben bij het financiële succes van dergelijke evenementen. Volgens Webber (2004) kan dit verklaard worden doordat kleine vzw's vaak geen goed beleid voeren om donors te werven. Gelukkig kunnen evenementen nog georganiseerd worden voor andere doeleinden dan geld inzamelen. Het is namelijk ook een mogelijkheid om de verschillende sponsors en donors samen te brengen en hen te bedanken voor hun steun (Higgins & Lauzon, 2002).

2.3 Motieven om te doneren

In de voorgaande sectie werd onderzocht op welke manier vzw's hun organisatie financieren. Dat kunnen zowel private personen, bedrijven of zelfs de verschillende overheden zijn. In dit deel zal er meer gefocust worden op wat deze mensen/organisaties drijft om deze verenigingen te steunen.

Volgens Ziemek (2003) zijn er drie verschillende soorten baten die aan de basis kunnen liggen om te doneren: *altruistic benefits*, *personal benefits* en *exchange value benefits*. *Altruistic benefits* zijn baten die gebaseerd zijn op het feit dat de donor iemand anders zijn baten wil verhogen. Voorbeelden van organisaties zijn *Kom op tegen Kanker*, *SOS Kinderdorpen*, enzovoort. Indien de donor op de een of andere manier toch baat heeft naar aanleiding van zijn donatie, wordt er gesproken over een *personal benefit*. Het betreft dan vaak zaken in verband met de opwarming van de aarde of sociale integratie (*Natuurpunt*, *Greenpeace*). Ook *exchange value benefits* zijn baten waar de donor voordelen uithaalt, maar het gaat in dit geval eerder over het verstrekken van meer informatie, meer invloed in de organisatie, enzovoort.

Sargeant (2014) maakt daarentegen een opsplitsing op basis van het nut dat donors verkrijgen. Hij maakt hiervoor vijf categorieën:

1. *Emotional utility*: donors zijn meer geneigd om te doneren bij organisaties als ze het gevoel hebben dat ze het juiste hebben gedaan en waar zelfwaarde het hoogste is.
2. *Familial utility*: donors prioriteren soms organisaties waarvan vrienden of familie baat bij hebben (gehad). Een groot aantal donaties wereldwijd gebeurt naar aanleiding van het verlies van een geliefde. Voorbeelden van dergelijke organisaties zijn *Kom op tegen Kanker*, *Make-a-Wish*, *Cliniclowns*, enzovoort.
3. *Demonstrable utility*: vaak kiezen donors voor een organisatie waarbij ze de grootste impact van hun donatie kunnen waarnemen, zodat ze het gevoel hebben dat zij mee hebben kunnen helpen aan dat probleem. In deze visie worden donors gezien als rationele mensen die verschillende concurrerende organisaties vergelijken om daarna te kiezen voor die organisatie waar zij het grootste verschil mee kunnen maken.

4. *Practical utility*: donors kunnen ook kiezen om te doneren omdat er praktische voordelen aan zijn verbonden. Een voorbeeld hiervan is The National Trust in het Verenigd Koninkrijk. Deze organisatie zet zich in om historische plaatsen of monumenten te beschermen. Donaties aan deze organisatie hebben als voordeel dat ze onder andere toegang krijgen tot bepaalde plaatsen, ceremonies, enzovoort. Evenzeer kan sociale erkenning hieronder worden geplaatst, omdat donors ook nut kunnen halen uit de erkenning die ze krijgen naar aanleiding van een (grote) donatie.
5. *Spiritual utility*: sommige donaties geven een individu zijn persoonlijke spirituele of religieuze identiteit weer. In dit geval geven donors omdat ze geloven dat dat ervoor zorgt om zich korter te brengen tot hun God.

Daarnaast kan ook een onderscheid worden gemaakt tussen drie groepen van motieven die aan de basis liggen van het beslissingsproces bij donors: altruïsme, egoïsme en investeringen (Hladká & Hyánek, 2015; Mann, 2006). Bij de groep altruïsme horen onder andere motieven zoals sociale verantwoordelijkheid, empathie, mededogen, solidariteit, het geloof in gerechtigheid, morele of religieuze plicht. In de tweede groep (egoïsme) worden motieven zoals egocentrisme, erkenning en reputatie onderverdeeld. Tot slot kan er ook gedoneerd worden om bijvoorbeeld persoonlijke contacten, job opportuniteiten of vaardigheden te verkrijgen. Deze motieven behoren tot de groep van investeringen. Uit de resultaten van het onderzoek van Hladka & Hyanek (2015) kan worden geconcludeerd dat donors veeleer doneren aan een vzw om de baten van anderen te verhogen, zonder zelf per se voordeel te halen uit hun handelingen. Altruïsme is met name het kernmotief. De andere twee groepen van motieven werden door de ondervraagden matig tot niet van toepassing geacht (Hladká & Hyánek, 2015).

Sociale determinanten zijn daarnaast ook heel bepalende factoren in dit proces. Enerzijds is er een bepaalde sociale status verbonden met het doneren aan vzw's, omdat dat alleen kan gedaan worden door personen die daar de middelen voor hebben. Ostrower (1997) ziet dit dan ook eerder als een manier om te pronken met geld om op die manier een beter imago te verkrijgen. Aan de andere kant kunnen donaties ook gezien worden als een mogelijkheid om iets terug te geven aan de maatschappij, omdat die ervoor gezorgd heeft dat zij zo welvarend zijn geworden (Brown, 2000). In tegenstelling tot Ostrower (1997) en Brown (2000) die het doneren aan vzw's alleen zien als een proces voor de rijken, besluiten Havens & Schervish (1999) dat ook de lage en middenklassen mee doneren. Ongeveer 40% van de gedoneerde euro's komt inderdaad van de 4% rijkste huishoudens, maar dat wil ook zeggen dat het overgebleven gedeelte komt van de huishoudens die over minder middelen beschikken (Havens & Schervish, 1999). Individuen die tot die hogere sociale klasse behoren, zullen volgens onderzoek meer doneren wanneer hun donaties gefocust zijn op zichzelf, zowel voor korte als lange termijn gevolgen. Voor individuen van lagere sociale klasse liggen de conclusies iets anders. Zij doneren meer als de uitkomsten gefocust zijn op anderen en doneren eerder in het belang van anderen (Ye, Teng, Yu, & Wang, 2015).

2.4 Invloeden op het donorgedrag

Het laatste element in de analyse naar de huidige vzw-omgeving heeft betrekking op het onderzoek naar welke factoren invloed hebben op het gedrag van de donors en in welke mate dit invloed heeft op het gedoneerde bedrag.

Allereerst heeft het inkomen van een individu of van een huishouden een grote impact op de hoogte van de donatie. Onderzoek in zowel Canada (Kitchen, 1992) als de Verenigde Staten (Greene & McClelland, 2001) concludeerde dat hogere inkomens relatief ook hogere bedragen doneren dan lagere inkomens. Als individuen of huishoudens met een hoger gemiddeld inkomen ook daadwerkelijk meer doneren, zullen staten, provincies en regio's met een hoger inkomen per capita dus ook meer ontvangsten verkrijgen die betrekking hebben op donaties (Greene & McClelland, 2001; Kitchen, 1992; Reed, 1998).

Samenhangend met het inkomen heeft ook de leeftijd van een individu of het hoofd van het huishouden invloed op het gedoneerde bedrag. Oudere huishoudens zijn vaak al verder gevorderd in hun carrière en hebben dan ook vaker een hoger loon. Daarom hebben zij meer mogelijkheden om een bepaald gedeelte van hun inkomen af te staan aan een goed doel (Kitchen, 1992). Ander onderzoek concludeerde dat het niet alleen de leeftijd is die van belang is, maar vooral het stadium in hun leven waarin ze op dat moment zitten. Zo zouden individuen in de leeftijdscategorie tussen de 35 en 54 jaar minder doneren dan personen buiten die categorie. Dit zou te wijten kunnen zijn aan het feit dat personen rond die leeftijd vaak minder beschikbaar inkomen over hebben om te doneren, omdat zij dat nodig hebben voor andere zaken (zorgen voor hun kinderen, ouders, lening afbetalen...) (Gittell & Edinaldo, 2006; Reed, 1998). Hieruit blijkt dat er nog geen eenduidig antwoord is op de invloed van de leeftijd op het gedoneerde bedrag, maar wat wel duidelijk mag zijn, is dat oudere personen die geen andere verplichtingen hebben (zoals een lening, kinderen) meer mogelijkheden hebben om te doneren.

Daarnaast bestaat er ook een relatie tussen scholingsgraad en de hoogte van de donatie. Een hoger opgeleid individu verdient vaker meer, waardoor hij meer mogelijkheden heeft om een gedeelte van zijn inkomen aan de kant te zetten en weg te schenken aan vzw's. Daarbovenop zijn hoger opgeleiden ook meer bewust van het nut van donaties en voelen zij zich ook meer sociaal verplicht om hun steentje bij te dragen en bijgevolg te doneren (Gittell & Edinaldo, 2006; Reed, 1998).

Naast bovenstaande factoren blijken ook beroepsstatus, aantal kinderen en sociale klasse beïnvloedend te zijn, niet alleen op de keuze om te doneren, maar ook op de hoeveelheid. Verder worden er door Bennett (2003) ook persoonlijke eigenschappen aangehaald, zoals empathisch vermogen, geloof, gevoel voor sociale verantwoordelijkheid en zelfvertrouwen. Het behoren tot een sociale groep (religieus, artistiek, wetenschappelijk...) is ten slotte ook belangrijk, omdat dat een soort samenhorheidsgevoel geeft aan zijn leden. Dat gevoel zal ervoor zorgen dat zij een verlangen zullen voelen om bij te dragen aan de algemene welvaart en deze trachten te verhogen door middel van donaties (Lohmann, 1992; Ostrower, 1997).

Uit onderzoek van Shang (2014) kwam naar voor dat de hoogte van de donatie ook afhankelijk is van de mate van gebruik door de sociale kring. Indien er uitdrukkelijk werd gevraagd aan de donors om na te denken in welke mate hun sociale kring gebruik maakte van de diensten waar die non-profit organisatie voor zorgde, bleek dat er meer werd gedoneerd als ze tot inziens kwamen dat die organisatie door vrienden of familie gebruikt werden. Uit de resultaten van dat onderzoek kwam zelfs naar voor dat die bewustwording een positieve invloed van zo'n 10% (impact op het gedoneerde bedrag) met zich meebracht (Shang, 2014).

De omvang van subsidies door de overheid is de volgende determinant die invloed kan hebben op de hoogte van de donaties door private donors. Zoals eerder vermeld in 2.2.3 is het uit de literatuur nog niet duidelijk welke impact de overheid heeft op private donors. Sommige auteurs denken dat het meespelen van de overheid in deze markt een negatieve invloed heeft op private donors, omdat die donors het gevoel krijgen dat zij niet meer nodig zijn. Dit fenomeen wordt ook wel eens *crowding-out* genoemd. Lammam & Gabler (2012) maken nog een onderscheid tussen twee soorten *crowding-out*: *classic crowding-out* en *fundraising crowding-out*. De eerstgenoemde heeft te maken met belastinginkomsten van de overheid. Doordat de overheid vzw's gaat subsidiëren, kan het zijn dat huishoudens het gevoel gaan krijgen dat ze hun 'verplichting' om te doneren al hebben voldaan, omdat die subsidies worden gefinancierd door belastinginkomsten. Hierdoor bestaat de kans dat private donors minder tot niets meer zelf gaan doneren. De tweede vorm van *crowding-out* is de meest voorkomende en heeft eerder te maken met het verwerven van fondsen door de organisatie. Indien de vzw al voldoende gefinancierd wordt door de overheid, bestaat de kans dat de organisatie niet meer gemotiveerd is om extra fondsen te verwerven via private donors (Lammam & Gabler, 2012). Aan de andere kant kan de overheid ook een positieve invloed hebben, omdat een investering door de overheid een signaal kan geven aan donors dat zij geloof hebben in die organisatie en hen daarom steunen. Dit fenomeen wordt *crowding-in* genoemd (Brooks, 2000; Smith, 2007).

Theoretisch gezien heeft een potentiële donor de keuze tussen eigen consumptie/sparen of het doneren van een gedeelte van zijn loon. Indien aan bepaalde voorwaarden wordt voldaan, zijn giften aan bepaalde instellingen fiscaal aftrekbaar (45%), waardoor dat de netto-kost nog maar 55% bedraagt (Federale Overheidsdienst Financiën). Meer voordelige tarieven voor belastingverminderingen hebben dus kans op meer donaties aan vzw's (Lammam & Gabler, 2012). Daarnaast zal de keuze tussen doneren en consumeren ook een bepaald nut voor de donor met zich meebrengen. Beide elementen kunnen dus invloed hebben op de hoogte van het gedoneerde bedrag. Iemand die bijvoorbeeld heel altruïstisch is ingesteld, zal zijn eigen nut eerder aan de kant schuiven en bijgevolg meer doneren om de huidige situatie van anderen te verbeteren (Hood, Martin, & Osberg, 1977).

Bepaalde van bovenstaande factoren hebben niet alleen invloed op de hoogte van het bedrag, maar ook op de keuze van de non-profit organisatie die donors wensen te steunen. Zo blijkt uit de resultaten van Reed (1998) dat hoge inkomens minder doneren aan daklozenorganisaties of aan organisaties die zich inzetten voor kinderen. Die groep zou zich eerder toespitsen op Derde Wereld- en milieuproblemen. Verder zou de interesse voor gezondheidsproblemen toenemen met de leeftijd, waarschijnlijk omdat dergelijke problemen voor deze groep mensen meer van toepassing zullen zijn.

Jongere donors (18-24 jaar) zouden zich eerder inzetten voor daklozen, kinderen, de Derde Wereld en het milieu, om zich met de loop der jaren meer te focussen op de gezondheidsproblematiek (Reed, 1998). De impact van persoonlijke waarden op de keuze van organisatie is daarnaast ook niet te onderschatten. Uit onderzoek blijkt dat vrijwilligers die voor een bepaald doel werken (gezondheid, cultuur, onderwijs) andere waarden belangrijk achten. In het geval zij volgend op de ondervraging een donatie zouden doen aan een non-profit organisatie, zouden er grote verschillen ontstaan in de keuze van organisatie. Dit is te wijten aan het feit dat deze mensen andere waarden belangrijk vinden en daarom kiezen voor een organisatie waar zij kort bij betrokken zijn en meer aansluit bij hun waarden (Wymer, 1997).

Alle voornoemde elementen zijn belangrijk bij het begrijpen van het donorgedrag, maar het is minstens even belangrijk om bestaande donors zo goed mogelijk aan de organisatie te binden. Het belang van een goed donorbeleid is dus cruciaal, want uit onderzoek blijkt dat 50% van de cash donors (individuen die niet op regelmatige basis doneren) afhaakt na de eerste donatie (Merchant, Ford, & Sargeant, 2010). Om sterke banden met haar donors te creëren, moet een non-profit organisatie de relatie met haar donors ontwikkelen en koesteren, door hen een kwaliteitsvolle service te geven (Kelly, 2001; Nudd, 1991). Een tweede argument om bestaande donors te behouden in plaats van nieuwe aan te trekken, is de kost die nieuwe donors met zich meebrengt (Greenfield, 1996). Het zou volgens onderzoek drie keer zo duur zijn om € 10 van een nieuwe donor te verkrijgen in vergelijking met hetzelfde bedrag van een bestaande donor (Kelly, 2001). Een heel eenvoudige maar toch efficiënte tool om goede relaties te behouden is door middel van een bedankje. Vooral voor nieuwe donors kan dit een zeer effectieve methode zijn om hen aan de organisatie te binden. Een eenvoudig bedankbriefje zorgt voor verhoogde positieve emoties ervaren door de donors en vermindert de eventuele negatieve emoties. In het geval de organisatie de donor niet uitdrukkelijk bedankt, zal deze persoon minder geneigd zijn om in de toekomst diezelfde organisatie te steunen. Deze methode is een zeer effectieve wijze om nieuwe donors aan de organisatie te binden, maar dat betekent niet dat dit niet gedaan moet worden voor de trouwe donors. Ook zij verdienen een extra bedankje of geschenkje voor hun regelmatige donaties (Merchant et al., 2010).

Hoofdstuk 3: Het belang van transparantie en het donorgedrag

In het laatste hoofdstuk van de literatuurstudie wordt er dieper ingegaan op de financiële verslaggeving. Het hoofdstuk opent met een analyse van financiële informatie in sectie 3.1. In deze sectie wordt bekeken welke financiële factoren invloed hebben op het donorgedrag. Sectie 3.2 focust zich meer op een specifiek verslag dat vzw's vrijwillig kunnen vrijgeven, met name het duurzaamheidsverslag en wordt een conclusie gemaakt over de impact van het duurzaamheidsverslag op het donorgedrag.

3.1 Invloed van financiële informatie op het donorgedrag

Zoals in hoofdstuk 1 werd aangegeven, is één van de belangrijkste functies van de financiële verslaggeving het bijstaan van potentiële investeerders in de evaluatie en analyse van ondernemingen. In de commerciële sector wordt dat bij schering en inslag gedaan om gegronde investeringsbeslissingen te maken en de kans op verlies van geld te minimaliseren. In de non-profit sector is er daarentegen geen gelijkaardig winstmotief voor donors en is het onduidelijk welke maatstaven zij gebruiken om de prestaties van een non-profit organisatie te beoordelen. Daarnaast is het onduidelijk of donors überhaupt gebruik maken van financiële maatstaven. Toch zijn er enkele belangrijke redenen die de waarde van financiële data aanduiden. Eerst en vooral is de grootte en het economisch belang van de non-profit sector niet te onderschatten. Daarnaast kunnen donaties gezien worden als een 'investering' in non-profit organisaties en is het bijgevolg belangrijk dat donors de juiste beslissingen nemen (Parsons, 2003).

In het voorgaande hoofdstuk werd geconcludeerd dat persoonlijke eigenschappen een grote invloed hebben op het gedoneerde bedrag en de organisatie. Volgens Khumawala & Gordon (1999) hebben eigenschappen zoals geslacht, inkomen, religieuze afkomst, de mate van altruïsme, enzovoort invloed op de keuze van het doel dat ze willen steunen, maar niet rechtstreeks invloed op de keuze van een bepaalde organisatie. Pas vanaf het moment dat een donor heeft beslist een bepaald bedrag te doneren aan een bepaald doel, zal financiële informatie gebruikt worden om te beslissen welke organisatie hij/zij wenst te steunen. De vraag die dan bij vele onderzoekers rijst, is welke data en financiële ratio's belangrijk zijn in het beslissingsproces van deze donors (Khumawala & Gordon, 1999). Om de relevantie van financiële informatie te onderzoeken nam Hyndman (1991) vragenlijsten af bij (potentiële) donors. Zij concludeerde dat donors financiële informatie zien als een belangrijk aspect in hun beslissingsproces. Ook uit de resultaten van Khumawala & Gordon (1997) kwam naar voor dat financiële informatie, en met name ratio-analyse, belangrijk werd geacht voor donors. Hieruit zou kunnen blijken dat donors wel degelijk belang hechten aan accounting informatie, ook al is het winstmotief afwezig en kunnen donors er zelf geen financieel voordeel uit halen. Echter werden de donors in deze onderzoeken verplicht om de financiële verslaggeving te bekijken en werd er hen dus niet de keuze gelaten om deze simpelweg te negeren. Op deze manier worden de donors al meteen in een bepaalde richting geduwd en is de vrije keuze om die informatie te bestuderen verdwenen (Trussel & Parsons, 2007).

Trussel & Parsons (2007) stellen zelf enkele verslaggevingsfactoren voor die impact kunnen hebben op donors en hun donaties: de efficiëntie van de organisatie om middelen in te zetten om hun doelen te bereiken, de financiële stabiliteit, de verkrijgbare informatie voor donors en de reputatie van de organisatie. Parsons (2003) voegt aan deze factoren nog een extra determinant toe, met name de effectiviteit van de vzw om haar doelen te behalen. Tot slot kan nog een laatste bepalende factor worden toegevoegd, namelijk de zogenoemde charity ratings.

3.1.1 Efficiëntie van het bereiken van de bedrijfsdoelen

Efficiëntie wordt door Parsons (2003) gedefinieerd als de mate waarin een non-profit organisatie haar verkregen middelen kan omzetten in het bereiken van het doel. Wat donors op financieel vlak het meest belangrijk vinden, is het percentage van de totale uitgaven die in het uiteindelijke doel wordt geïnvesteerd. Hoe meer uitgaven er bestaan die geen voordelig effect hebben op de verwezenlijking van het doel, hoe groter de kans is dat donors zullen afhaken na een eerste donatie (Hyndman, 1991; Khumawala & Gordon, 1997). Er bestaan instellingen zoals 'Better Business Bureau's Wise Giving' en 'the American Institute of Philanthropy' die donors begeleiden door hen enkel organisaties voor te stellen die een voldoende hoog percentage halen op vlak van efficiëntie. Hierop volgend worden enkele ratio's opgesomd die door Trussel & Parsons (2007) worden aangeraden. Het doel van deze ratio's is donors een basis geven om financiële cijfers beter te kunnen analyseren en vergelijken met andere organisaties.

1. *Price of output*: deze maatstaf wordt gedefinieerd als de kost voor donors om € 1 output te verkrijgen ten voordele van het doel en kan in twee perspectieven worden bekeken. In sectie 2.4 werd aangehaald dat in België donaties voor een gedeelte aftrekbaar zijn van de belastingen (indien aan bepaalde voorwaarden wordt voldaan), dus de kost voor de donor om 1 euro output te verkrijgen is lager dan 1 euro als deze donatie aftrekbaar is. In het geval dat alle inkomsten worden uitgegeven aan het doel zou de donor maar een netto-kost hebben van € 0,55 (aangezien 45% kan worden afgetrokken van de belastingen) en is de kost dus betrekkelijk lager dan de output. Jammer genoeg is dit ideale scenario niet mogelijk, omdat non-profit organisaties ook andere kosten maken zoals administratiekosten, fondsverwervingskosten en overheadkosten. Stel dat een non-profit organisatie 80% van haar inkomsten uitgeeft aan haar doel, zal de donor, zonder de aftrekbaarheid van belastingen in rekening te nemen, ongeveer € 1,25 moeten doneren om 1 euro output te verkrijgen. Het belastingeffect wordt in vele studies genegeerd, omdat die normaal gezien niet verschillen tussen organisaties, maar enkel tussen landen en omdat donors vaak binnen dezelfde landsgrenzen een organisatie uitzoeken. Een meer efficiënte organisatie (bv.: waarvan 90% van de inkomsten naar het doel gaan), zal een lagere prijs kennen, namelijk € 1,11 (Callen, 1994; Tinkelman, 1998; Trussel & Parsons, 2007).

2. *Program ratio*: $\frac{1}{\text{Price of output}}$

Dit is eigenlijk de inverse van bovenstaande *Price of output* en is bijgevolg de uitgaven aan het doel gedeeld door de totale uitgaven door de organisatie (Roberts, Smith, & Taranto, 2006).

3. *Administrative cost ratio*: $\frac{\text{Administratieve uitgaven}}{\text{totale uitgaven}}$

Deze laatste maatstaf is nog een afgeleide van de twee voorgaande methodes en bestudeert de fractie van de administratieve uitgaven ten opzichte van de totale uitgaven (Trussel & Parsons, 2007).

3.1.2 Financiële stabiliteit

Naast het feit dat donors geïnteresseerd zijn in organisaties die hun middelen efficiënt gebruiken, is het ook zeer belangrijk voor hen om te weten in welke mate de organisatie kan verder blijven bestaan. Deze maatstaf wordt ook wel eens financiële stabiliteit genoemd en is dus een tweede belangrijke factor voor donors. Parsons (2003) definieert financiële stabiliteit als het vermogen van een non-profit organisatie om haar werking verder te zetten, ook al wordt zij geconfronteerd met een vermindering van middelen. 'The Better Business Bureau's Wise Giving Alliance', 'the American Institute of Philanthropy' en 'Charity Navigator' adviseren donors om vooral de reserves en de operationele winstmarge te bestuderen.

1. *Adequacy of equity*: $\frac{\text{Netto-activa}}{\text{totale omzet}}$

Deze ratio geeft weer hoeveel periodes omzet een organisatie op dat moment achter de hand heeft. Een organisatie met meer netto-activa heeft een lagere kans om in de nabije toekomst failliet te worden verklaard en heeft een hogere kans om geld te lenen als dat nodig zou worden geacht (Tuckman & Chang, 1991).

2. *Revenue Concentration*: $\sum_{i=1}^n \left(\frac{\text{inkomsten bron}_i}{\text{totale inkomsten}} \right)^2$

Naast het feit dat een organisatie met meer netto-activa meer kans heeft om te overleven, is een organisatie met meer verschillende financieringsbronnen minder gevoelig voor financiële shocks. Een organisatie die daarentegen afhankelijk is van één of een klein aantal bronnen, zal veel meer verschil voelen bij het afhaken van één van die donors. Tuuuckman & Chang (1991) hebben een index ontwikkeld (vergelijkbaar met de Herfindahl Index die betrekking heeft op marktconcentraties) die weergeeft in welke mate een non-profit organisatie afhankelijk is van zijn bronnen. Meer specifiek is deze index gelijk aan de som van de gekwadrateerde percentages die elke bron heeft ten opzichte van de totale inkomsten. Als er maar één bron aanwezig is, zal deze index gelijk zijn aan 1, meer bronnen zullen ervoor zorgen dat deze index naar beneden wordt geduwd (Tuckman & Chang, 1991).

3. *Operating margin*: $\frac{\text{totale inkomsten} - \text{totale uitgaven}}{\text{totale inkomsten}}$

De operationele winstmarge is een goede indicatie voor de mate van continuïteit van een organisatie. Een hoge waarde (dichtbij waarde 1) voor deze ratio duidt op een voordelige verhouding tussen uitgaven en inkomsten en garandeert min of meer het voortbestaan van de organisatie (Tuckman & Chang, 1991).

3.1.3 Informatie omtrent fondswerving

Om ervoor te zorgen dat non-profit organisaties voldoende donaties zullen ontvangen, moeten zij hun (potentiële) donors attent maken van de missie van de organisatie en hun plicht als donor. Fondswervingsacties werken op dezelfde manier als andere marketingacties, door voldoende informatie over de organisatie en haar werking te verschaffen aan haar donors. Volgens Hansmann (1980) gebruiken donors financiële informatie om zich te verzekeren dat hun donaties op een correcte manier zullen worden gebruikt, waardoor de aanwezigheid van informatie als derde belangrijk element wordt bestempeld.

1. *Fundraising Expense: Som van de totale uitgaven aan fondswerving*

Deze maatstaf kan gebruikt worden voor de hoeveelheid informatie die donors verkrijgen. Deze redenering wordt gemaakt omdat deze kost vergeleken kan worden met marketingkosten die for-profit bedrijven maken en het een methode is om informatie te transfereren naar hun donors. Onderzoek toont daarbovenop aan dat totale fondswervingskosten positief gerelateerd zijn aan totale bijdragen door donors (Weisbrod & Dominguez, 1986).

2. *Fundraising Efficiency Ratio: $\frac{\text{Uitgaven met betrekking tot fondswerving}}{\text{Bijdrage door donors}}$*

Deze maatstaf geeft een indicatie van de kost die nodig is om de huidige bijdragen te verkrijgen. Het gaat hierbij dus om de efficiëntie van de fondsverwerving en niet om de efficiëntie van de werking. De ratio bestaat dan ook twee uit delen: uitgaven met betrekking tot fondsverwerving in de teller, bijdragen door donors in de noemer (Trussel & Parsons, 2007).

3.1.4 Reputatie van de vzw

De laatste factor die door Trussel and Parsons (2007) belangrijk wordt geacht is de huidige reputatie van een organisatie. Donors zijn logischerwijze meer geneigd organisaties te steunen die een betere service/kwaliteit bieden, maar die conclusies kunnen niet rechtstreeks worden gehaald uit de output. Donors zullen deels moeten vertrouwen op de reputatie die organisaties hebben.

1. *Organization Age: Leeftijd van de organisatie*

Een eerste manier om reputatie te kwantificeren is aan de hand van de leeftijd van de organisatie. Jonge organisaties hebben vaak nog de tijd nodig om naambekendheid te verwerven en zullen eerst kwaliteitsvolle diensten moeten verlenen om een goede reputatie te krijgen (Weisbrod & Dominguez, 1986).

2. *Organizational Size: $\ln(\text{totale activa})$*

De grootte van een organisatie is daarnaast een tweede methode om reputatie te kwantificeren. Een organisatiegroei kan alleen maar worden bereikt vanaf het moment dat de organisatie op regelmatige basis voldoende omzet draait. De grootte van een organisatie kan daardoor de mogelijkheid bieden om aan te tonen dat die organisatie zijn missie kan

bereiken en investeerders kan aantrekken. Eén mogelijkheid is om deze maatstaf te kwantificeren als het natuurlijk logaritme van het totaal aan activa (Tinkelman, 1998).

3. *Government Grants and Indirect Donations: Bijdragen door de overheid of andere instellingen*
Ook de overheid of andere instellingen (zoals United Way in de Verenigde Staten) kunnen op indirecte wijze hun steentje bijdragen. Deze instellingen bestuderen de non-profit sector en gaan op zoek naar organisaties die volgens hen extra steun verdienen. Donors zien deze instellingen dan ook als experts op dat vlak en vinden hun meningen dan ook zeer belangrijk. Indirecte bijdragen blijken uit onderzoek ook invloed te hebben op de donaties van private donors, ook al is nog niet duidelijk of dat een positieve of negatieve invloed is (Tinkelman, 1998).

3.1.5 Effectiviteit van het bereiken van de bedrijfsdoelen

Effectiviteit wordt door Parsons (2003) omschreven als de mate van voldoening van de wensen en noden van de begunstigen, maar kan ook omschreven worden als de mate van het bereiken van de organisatiedoelstellingen binnen een bepaalde periode. Uit onderzoek blijkt wel dat deze determinant moeilijker te kwantificeren is dan de voorgaande factoren, maar een mogelijke manier om dit weer te geven is via een zogenoemd SEA-rapport (Service Efforts and Accomplishments) (Parsons, 2003). Dit rapport omvat informatie over de diensten die door de organisatie worden aangeboden en het effect van die diensten op het bereiken van de doelen. De algemene doelstelling van SEA-rapportering is geïnteresseerde partijen te assisteren in het beoordelen van de prestaties die de organisatie levert (Governmental Accounting Standards Board, 2017). In het geval er bij het fondswervingsverzoek een SEA-rapport werd bijgevoegd, werd dat door donors aanzien als een duidelijke meerwaarde aan informatie. Donors zijn dan beter geïnformeerd over de werking van de organisatie en hebben meer kennis over de resultaten uit het verleden. Daarbovenop zorgt de aanwezigheid van een dergelijk rapport dat de betrokken non-profit organisatie wordt aanzien als een zeer kwaliteitsvolle organisatie en steeg het percentage van potentiële donors aanzienlijk (Buchheit & Parsons, 2006). De impact van deze extra informatie op het aantal donaties is minimaal, maar donors zien dit wel als een belangrijk element in het beslissingsproces om te doneren (Parsons, 2003). Een later onderzoek van dezelfde onderzoekster bevestigt het feit dat SEA-rapporten niet tot meer donors zullen leiden, maar wel tot een verhoogde individuele donatie van bestaande donors (Parsons, 2007).

3.1.6 Charity ratings

Een laatste bepalende factor die betrekking heeft op de financiële informatie van een non-profit organisatie zijn de zogenoemde charity ratings. Charity ratings zijn maatstaven die worden ontwikkeld door onder andere Charity Navigator om belanghebbenden meer informatie te verschaffen over de werking van non-profit organisaties. Charity Navigator zal elke non-profit organisatie een score toewijzen tussen nul en vier (Gordon, Knock, & Neely, 2009). Uit de resultaten van de onderzoeken uitgevoerd door Gordon et al. (2009) en Ling & Neely (2013) blijkt dat deze charity rating een grote invloed heeft op het donorgedrag. Ondanks het feit dat Charity Navigator

enkel gebruik maakt van publiek bereikbare informatie (die donors dus zelf ook kunnen bereiken), is het voor donors wel de ideale manier om veel informatie op een geconsolideerde manier te analyseren. Daarnaast kunnen verschillende organisaties ook vergeleken worden via dezelfde website/databank. Beide onderzoeken concludeerden dat zowel de huidige rating als de verandering in rating een belangrijke impact heeft op het gedoneerde bedrag. Een organisatie waarvan de rating stijgt (daalt), zal in de daaropvolgende periode meer (minder) kans op verhoogde bijdragen van donors mogen verwachten (Gordon et al., 2009; Ling & Neely, 2013). Ling & Neely (2013) gingen in hun studie nog een stap verder. Zij wilden graag onderzoeken of de kwaliteit van de financiële informatie varieert met de rating van Charity Navigator. Uit dit onderzoek blijkt dat organisaties met een hogere rating vaker hun prestaties zullen overwaarderen. Uitgaven ten voordele van het programma worden vervolgens verhoogd en fondswervingsuitgaven worden systematisch verlaagd. Hierdoor zouden donors kunnen concluderen dat deze organisaties efficiënter omgaan met hun financieringsmiddelen, alhoewel dat niet altijd het geval is (Ling & Neely, 2013).

Als donors daadwerkelijk beïnvloed worden door financiële informatie, bestaat de kans dat non-profit organisaties die informatie op een dergelijke wijze gaan aanpassen zodat zijzelf de meeste donors zullen aantrekken. Een studie van Krishnan, Yetman, & Yetman (2004) bracht aan het licht dat de programma-uitgaven van non-profit organisaties verschilden tussen twee verschillende databanken, hoewel dat eigenlijk niet het geval zou mogen zijn. Uit het onderzoek bleek dat één van de twee databanken toegankelijk was voor het grote publiek, in tegenstelling tot de andere databank die wel de werkelijke cijfers omvatte. Daarbovenop bleek een groot aantal van de onderzochte organisaties ook geen fondsverwervingsuitgaven te vermelden, hoewel er duidelijke aanwijzingen waren dat er wel degelijk uitgaven werden gedaan om fondsen te verwerven. De betrokken uitgaven werden bijgevolg onderverdeeld in programma-uitgaven of zelfs de administratieve uitgaven. De algemene impact van deze manipulaties is nog niet heel duidelijk, aangezien niet alle donors financiële informatie gebruiken bij hun beslissingsproces. Als donors wel een meerwaarde zien aan de vrijwillige openbaarmaking van financiële informatie, blijken deze manipulaties een effectieve, maar niet altijd legale, methode te zijn om extra donors aan de organisatie te binden (Krishnan et al., 2004; Tinkelman, 2006).

Uit alle bovenstaande onderzoeken kan zeker en vast besloten worden dat de aanwezigheid van positieve financiële informatie een voordelige invloed kan hebben op het donorgedrag en bijgevolg op de donaties. Donors die al eens een donatie hebben gedaan zullen zelfs drie keer meer geneigd zijn om een bijdrage te leveren indien de organisatie hen voorziet van financiële informatie (Parsons, 2003, 2007).

3.2 Het duurzaamheidsverslag

Zoals reeds duidelijk werd in hoofdstuk 1 worden non-profit organisaties geconfronteerd met een almaar stijgende vraag naar transparantie. Vooral de hoeveelheid informatie die de organisatie vrijgeeft aan stakeholders over zichzelf en hoe snel en eerlijk zij dat doen is van belang. In de non-profit sector heerst er daarnaast ook nog een ethische plicht om eerlijk en transparant te handelen,

omdat zij in het belang van de maatschappij werken. Om meer transparantie te verkrijgen kan een organisatie kiezen om een duurzaamheidsverslag op te stellen. Dit document is geen verplicht element van de vzw-boekhouding, maar kan door donors wel aanzien worden als een meerwaarde (Gazzola, Ratti, & Amelio, 2017).

3.2.1 De inhoud en het belang van het duurzaamheidsverslag

Duurzaamheidsverslaggeving is een communicatiehulpmiddel die zowel vzw's als ondernemingen kunnen gebruiken om transparanter over te komen. Daarnaast kunnen managers dit ook gebruiken om niet-financiële elementen beter te analyseren en te verbeteren (Fernandez-Feijoo, Romero, & Ruiz, 2014). Het duurzaamheidsverslag is een breed begrip en is een synoniem voor de rapportering van economische, sociale en milieu gerelateerde zaken (MVO-rapport, triple bottom line). Het doel van het duurzaamheidsverslag is het weergeven van de duurzaamheid van een organisatie, zowel positief als negatief (Global reporting, 2006). Een bijkomend voordeel is dat organisaties zichzelf kunnen toetsen aan de hand van dit verslag. Er komt namelijk informatie naar boven die aanvankelijk misschien nog niet gekend was. Hierdoor kan geanalyseerd worden hoe hun werkmiddelen verminderd kunnen worden, hoe de efficiëntie kan verhoogd worden en hoe de operationele prestaties kunnen verbeterd worden (Gazzola et al., 2017). Jones & Mucha (2014) voegen daaraan toe dat het regelmatig opmaken van dergelijke verslagen het bestuur en haar stakeholders kan laten zien waar momenteel goed wordt gescoord en waar nog verbetering mogelijk is. Het grote nadeel van het duurzaamheidsverslag is de lange tijd en hoge kosten die dit met zich meebrengt en dit element wordt door organisaties vaak aanzien als de grootste uitdaging (Ernst & Young, 2013).

Om een algemeen aanvaard systeem voor deze verslaggeving te kunnen bereiken, zijn al tal van richtlijnen opgesteld die het gebruik van het duurzaamheidsverslag moeten vereenvoudigen. GRI (Global Reporting Initiative), AccountAbility en ISO (International Organization for Standardization) hebben hiervoor allemaal een eigen framework opgesteld. De 'GRI Sustainability Reporting Standards' is veruit het meest toegepaste kader (Jones & Mucha, 2014). GRI heeft in 1997 richtlijnen opgesteld die, ongeacht de grootte, de locatie of het doel, gebruikt kunnen worden door elke organisatie. Het constant blijven verbeteren van deze richtlijnen zodat duurzaamheidsverslaggeving nog kwalitatiever wordt, is de drijfveer voor het bestaan van het GRI (Global reporting, 2006). De richtlijnen trachten organisaties aan het denken te zetten om ook andere aspecten dan het financiële te analyseren en verder uit te diepen. Met behulp van het kader opgesteld door GRI kunnen organisaties op een uniforme en transparante manier communiceren over de sociale, economische en milieu-impacten van hun bedrijvigheden en worden ook negatieve elementen besproken (MVO Vlaanderen, 2012).

Bij het opstellen van een duurzaamheidsverslag worden de organisaties aangeraden om het verslag op te stellen aan de hand van de richtlijnen. De uiteindelijke vorm van het verslag is voor elke organisatie verschillend, want de keuze om het jaarverslag of andere financiële informatie bij te voegen is vrij. De organisaties zijn daarnaast ook vrij zelf te bepalen welke richtlijnen ze willen/kunnen behandelen. Een startende, onervaren organisatie zal de eerste keer best kiezen welke

richtlijnen zij gaat opnemen en kan nadien meer complexe, tijdrovende elementen toevoegen. Aan de hand van deze keuze zal het verslag een bepaald niveau krijgen (A,B of C), afhankelijk van het aantal gebruikte indicatoren. Elke organisatie is dus verplicht de reikwijdte van haar verslaggeving duidelijk weer te geven. Op deze manier is het voor de lezers meteen duidelijk in welke mate het GRI-kader werd toegepast en kunnen de opstellers een pad opstellen om op termijn het aantal indicatoren uit te breiden (Global reporting, 2006; MVO Vlaanderen, 2012).

Roca & Searcy (2012) gingen in hun onderzoek nog een stap verder en analyseerden bij ongeveer 95 non-profit organisaties welke GRI-richtlijnen het meest werden gebruikt in het duurzaamheidsverslag. Uit de resultaten kwam naar voren dat de drie elementen uit de triple bottom line zo goed als evenredig worden vertegenwoordigd. Manetti & Toccafondi (2014) gingen de richtlijnen nog iets specifiekker bestuderen, namelijk de 20 meest gebruikte richtlijnen over de onderzochte rapporten. Bij deze analyse blijkt het sociale aspect het meest vertegenwoordigd, want van de 20 meest populaire richtlijnen zijn ongeveer de helft sociaal gelinkt. Het gaat dan over zaken zoals het aantal andersvalide werknemers, het aantal werknemers, het aantal letsels per 1.000 werknemers, enzovoort (Manetti & Toccafondi, 2014; Roca & Searcy, 2012).

Hoewel het openbaar maken van het duurzaamheidsverslag tal van voordelen met zich mee brengt, vooral met betrekking tot het imago van de onderneming, is het op dit moment nog niet vanzelfsprekend dat organisaties zich op dit vlak bloot zullen geven. Uit Australisch onderzoek van Stubbs, Higgins, & Milne (2013) blijkt dat de meeste niet-verslaggevers dit niet doen, enerzijds door tijdsgebrek, anderzijds door het feit dat niemand hierom vraagt (Stubbs, Higgins, & Milne, 2013). Deze stelling kan bevestigd worden door de resultaten uit het onderzoek van Fernandez-Feijoo et al. (2014). Zij bevestigen dat meer druk van stakeholdersgroepen zal leiden tot meer transparantie. Vooral werknemers en (potentiële) donors hebben een belangrijke invloed op het eventueel vrijgeven van het duurzaamheidsverslag (Fernandez-Feijoo et al., 2014).

Het duurzaamheidsverslag kan door vzw's ook gebruikt worden bij fondswerving om haar (potentiële) donors meer informatie te geven over zowel financiële als niet-financiële zaken. Zo kan bijvoorbeeld gekozen worden om naast de traditionele fondswervingsbrief een duurzaamheidsverslag (of een samenvatting hiervan) op te stellen om (potentiële) donors duidelijk te maken in welke mate zij maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Aangezien de internationale literatuur nog niet veel onderzoek kent naar de invloed van het duurzaamheidsverslag op het donorgedrag, is het moeilijk om hierover gegronde conclusies te trekken. Parsons (2007) heeft dit in haar onderzoek wel getest door na te gaan of donors bereid zijn meer te donoren als een dergelijk verslag beschikbaar is. In tegenstelling tot de invloed van financiële informatie concludeert Parsons (2007) dat het duurzaamheidsverslag niet hetzelfde effect zou hebben op de donaties, hoewel donors dit document wel informatief vinden bij het analyseren van verschillende vzw's. Doordat donors wel aangeven het duurzaamheidsverslag informatief te vinden, is er misschien wel een impact op het donorgedrag in het algemeen (i.e. keuze van de organisatie), maar is er geen impact waar te nemen op het gedoneerde bedrag. Het verschil in conclusies is

volgens haar deels te wijten aan het feit dat het duurzaamheidsverslag niet zo gemakkelijk is te lezen als grafieken in een samenvatting van de financiële informatie (Parsons, 2007).

3.2.2 Awards voor duurzaamheidsverslaggeving in België

Sinds eind jaren 90 reikt het IBR jaarlijks prijzen uit om de beste Belgische duurzaamheidsverslagen te bekronen. Eind 2016 werd beslist om een grondige hervorming door te voeren met betrekking tot de frequentie van de uitreiking. Vanaf 2018 worden de awards tweejaarlijks uitgereikt, met als doel om vooral kleinere organisaties meer kans te geven een duurzaamheidsverslag op te stellen. Door het feit dat een duurzaamheidsverslag veel tijd, middelen en capaciteit vergt, is het jaarlijks opstellen van dit verslag voor kleine organisaties anders niet mogelijk. In de beginjaren van de uitreiking was het vooral de bedoeling te focussen op duurzaamheid en de ecologische impact van de organisaties. Het doel van de awards veranderde over de jaren en momenteel worden ook de andere twee aspecten van de triple bottom line (people en profit) in rekening genomen. Daarnaast is de visie dat enkel grote organisaties duurzaamheidsverslagen kunnen rapporteren verdwenen en zijn er steeds meer KMO's, vzw's, NGO's en publieke instellingen die het belang van het duurzaamheidsverslag inzien.

Het doel van het IBR met betrekking tot het uitreiken van deze awards is vierledig:

1. Het stimuleren van organisaties om te rapporteren over duurzame ontwikkeling door het aanbieden van richtlijnen.
2. Het aanmoedigen van externe zekerheid van niet-financiële informatie door een erkende auditor van het IBR.
3. Het verhogen van het bewustzijn van Belgische organisaties over het belang van duurzaamheidsverslaggeving en dit te gebruiken om transparanter te kunnen communiceren naar haar stakeholders.
4. Het boosten van sociale verantwoordelijkheid tussen organisaties en het belonen van relevante en transparante informatie met betrekking tot duurzame ontwikkeling.

(Instituut van de Bedrijfsrevisoren, 2016)

Elke organisatie die een duurzaamheidsverslag opstelt over haar activiteiten op Belgisch grondgebied, ongeacht de grootte van de organisatie, komt in aanmerking voor de awards. Het verslag moet zich focussen op de activiteiten van een Belgische organisatie of de activiteiten van een buitenlandse organisatie in België. De organisatie dient te rapporteren over elk element van de triple bottom line, dus zowel over people, planet als profit. Voor de editie van 2018, die plaatsvindt op 27 november, zijn enkel duurzaamheidsverslagen die betrekking hebben op 2017 relevant. In uitzonderlijke omstandigheden kan een verslag van voor die periode worden ingediend, op voorwaarde dat dit verslag nog niet werd ingediend in vorige edities.

Er worden door het Instituut van de Bedrijfsrevisoren (2016) twee grote categorieën van organisaties gemaakt: één voor grote organisaties (meer dan 250 voltijdse equivalenten), één met alle andere soorten organisaties (vzw's, NGO's, KMO's, publieke instellingen, enzovoort). Daarnaast

worden ook twee verschillende soorten awards uitgedeeld. De 'Best first report' heeft betrekking op het beste duurzaamheidsverslag over de twee categorieën heen. De tweede award die 'Best impact report' wordt genoemd, wordt uitgereikt voor zowel de grote organisaties als de andere organisaties. De jury bestaat uit een waaier van verschillende mensen om ervoor te zorgen dat de duurzaamheidsverslagen met verschillende visies wordt bestudeerd. Er zijn vertegenwoordigers uit de academische wereld, vertegenwoordigers uit de publieke sector, economische actoren, journalisten en auditors aanwezig in de jury. Sinds enkele jaren mogen ook ex-winnaars zetelen in de jury. De jury van de editie in 2016 bestond uiteindelijk uit één voorzitter en 25 overige juryleden. Van alle ingestuurde duurzaamheidsverslagen maakt de jury dan in de eerste fase een shortlist van de meest in het oog springende verslagen. De jury leest nadien elk van de geselecteerde verslagen door en zal aan de hand van een kritische analyse bepalen wie met de hoofdprijs aan de haal gaat. De 'Best impact report' wordt niet gekozen door de jury, maar wordt bepaald aan de hand van een publieke stemming. De geselecteerde organisaties uit de shortlist krijgen op de ceremonie de kans hun duurzaamheidsverslag te presenteren en op basis hiervan wordt nadien gestemd om de winnaar te bepalen.

De evaluatiecriteria zijn gebaseerd op de richtlijnen van GRI die eerder al werden besproken. De GRI (G4) richtlijnen worden veruit het vaakst toegepast en zijn ook zeer duidelijke criteria, waardoor het GRI-kader de perfecte basis is om duurzaamheidsverslagen te kunnen analyseren. In 2018 worden ook de 'Sustainable Development Goals' (SDG) van de Verenigde Naties opgenomen als evaluatiecriteria. De SDG is een set van universele richtlijnen die betrekking heeft op duurzame ontwikkeling. De 17 verschillende doelen gaan van klimaatverandering en innovatie tot het vechten voor rechtvaardigheid. Om deze doelen duidelijker te kunnen onderverdelen worden vijf categorieën gemaakt: people, planet, prosperity, peace en partnerships. De SDG is dus eigenlijk een uitbreiding van de triple bottom line. De jury zal zich enerzijds focussen op duurzaamheidsverslagen die er door hun expertise en innovatie uitspringen. Anderzijds zal ook gekeken worden hoe de organisaties hun strategie op één lijn kunnen brengen met de triple/quintuple bottom line en hoe zij hun contributie aan de SDG gaan managen. De evaluatiecriteria zijn opgedeeld in drie groepen: inhoud van het verslag, kwaliteit van het verslag en algemene impressie. Deze drie categorieën tellen mee voor respectievelijk 55%, 30% en 15%. Een meer gedetailleerde opsplitsing van de gebruikte criteria zijn beschikbaar op de volgende website:

http://www.sustainabilityreports.be/sites/default/files/criteria_and_guidelines/public_criteria_for_the_jury_re_bbsr_2016.pdf

Over de voorbije jaren zijn onder andere volgende organisaties naar huis gegaan met een award: Antwerp World Diamond Centre (2014), Arcelor (2003), Delhaize Group (2009, 2011 en 2012), Electrabel (2002), Port of Antwerp (2012), Pro Natura (2015), Protos (2016) en Vredeseilanden (2014) (Instituut van de Bedrijfsrevisoren, 2016, 2017, 2018).

Hoofdstuk 4: Formulering hypothesen

In dit hoofdstuk wordt gefocust op de formulering van de hypothesen. Aan de hand van de literatuurstudie kunnen hypothesen worden geformuleerd om de verwachtingen en de resultaten aan elkaar te toetsen. Vooraleer de eigenlijke hypothesen te formuleren is het handig om de algemene onderzoeksvraag even te herhalen. In hoofdstuk 1 werd al meteen duidelijk dat de informatiebehoefte van (potentiële) donors nog niet heel duidelijk was. Dit is een duidelijke tegenstelling met de behoefte van investeerders van for-profit bedrijven, want zij analyseren mogelijke organisaties veel meer vooraleer zij er hun geld in investeren. De algemene onderzoeksvraag van deze masterproef is:

“In welke mate heeft de beschikbaarheid van kwaliteitsvolle financiële informatie van Vlaamse non-profit organisaties invloed op de hoogte van de donaties bij potentiële donors?”

De formulering van de hypothesen zal telkens starten met een beknopte weergave van de relevante resultaten uit de eerder vermelde literatuurstudie. Uit deze samenvatting volgt vervolgens steeds een hypothese die in het empirisch onderzoek zal worden getoetst.

4.1 Invloed van financiële informatie op het donorgedrag

In hoofdstuk 3 kwamen tal van onderzoeken naar boven die trachtten te analyseren in welke mate financiële informatie invloed heeft op het donorgedrag. Hieruit werd geconcludeerd dat allerhande demografische factoren invloed hebben op het donorgedrag. Deze factoren zoals leeftijd, inkomen en thuissituatie, zijn vooral van belang bij de keuze van een doel. Eens mensen een doel hebben gekozen dat ze willen steunen, zullen zij een keuze moeten maken tussen vzw's. Een mogelijkheid om die keuze te vergemakkelijken is het gebruik van financiële informatie, aangezien hieruit kan worden afgeleid of een vzw efficiënt met haar middelen omgaat (Khumawala & Gordon, 1999). Hyndman (1991) onderzocht of financiële informatie wel degelijk belangrijk wordt geacht door (potentiële) donors. De resultaten van dit onderzoek waren positief en toonden daadwerkelijk aan dat donors het nut van financiële informatie inzien (Hyndman, 1991). Trussel & Parsons (2007) probeerden dezelfde vraag te beantwoorden en kwamen uiteindelijk tot eenzelfde conclusie. Volgens hen wordt financiële informatie, en ratio-analyse in het bijzonder, zeker aanzien als een belangrijk aspect in het beslissingsproces (Trussel & Parsons, 2007). Verder werd geen onderzoek gevonden dat een negatieve impact verwacht bij het vrijwillig versturen van (een samenvatting van) de financiële staten. Daarnaast kan het donorgedrag ook in het algemeen worden bestudeerd, aangezien het donorgedrag omvangrijker is dan enkel het gedoneerde bedrag. Hypothese 1 zal zich meer specifiek toespitsen op de keuze van de vzw indien de ondervraagde informatie krijgt van twee verschillende organisaties met hetzelfde doel. Hypothese 2 focust zich daarentegen op de hoogte van het gedoneerde bedrag. Op basis van de eigen verwachtingen en de resultaten van eerder onderzoek worden hypothesen 1 en 2 als volgt geformuleerd:

Hypothese 1: Een vzw die aan de fondswervingsbrief ook (een samenvatting van de) financiële staten toevoegt, zal verkozen worden boven een vzw die enkel een fondswervingsbrief doorstuurt.

Hypothese 2: Het toevoegen van (een samenvatting) van de financiële staten aan de fondswervingsbrief van een vzw leidt tot een grotere donatie dan wanneer die financiële informatie niet wordt toegevoegd.

4.2 Invloed van het duurzaamheidsverslag op het donorgedrag

Naast financiële informatie in het algemeen, wordt ook de impact van één specifiek element op het donorgedrag bestudeerd, met name het duurzaamheidsverslag. Het duurzaamheidsverslag behandelt zowel de positieve als negatieve impact van de werking van de vzw op drie pijlers: people, planet en profit. Op dit moment is het duurzaamheidsverslag nog geen verplicht element van de financiële verslaggeving, maar er komt wel steeds meer druk op vzw's om transparanter te zijn op alle vlakken. Aangezien het duurzaamheidsverslag bij vzw's momenteel nog niet vaak wordt gepubliceerd, is er op dit moment weinig tot geen relevante literatuur beschikbaar. Enkel Parsons (2007) trok in haar onderzoek conclusies over deze impact. In tegenstelling tot de invloed van financiële informatie, besluit zij dat het duurzaamheidsverslag geen invloed zal hebben op de hoogte van de donatie. Wat daarnaast ook kan worden geconcludeerd, is dat donors wel aangeven dit verslag te zien als relevante informatie. Parsons (2007) merkte op dat het verschil tussen financiële informatie en het duurzaamheidsverslag mogelijk te wijten is aan de moeilijker leesbaarheid van het duurzaamheidsverslag in vergelijking met de financiële informatie (Parsons, 2007). Door het feit dat de literatuur zeer beperkt en bijgevolg niet echt veralgemeenbaar is, worden de volgende twee hypothesen geformuleerd op basis van eigen verwachtingen:

Hypothese 3: Een vzw die aan de fondswervingsbrief ook (een samenvatting van) het duurzaamheidsverslag toevoegt, zal verkozen worden boven een vzw die enkel een fondswervingsbrief doorstuurt.

Hypothese 4: Het toevoegen van (een samenvatting) van het duurzaamheidsverslag aan de fondswervingsbrief van een vzw leidt niet tot een grotere donatie dan wanneer dat verslag niet wordt toegevoegd.

4.3 Invloed van de kwaliteit van het duurzaamheidsverslag op het donorgedrag

Het duurzaamheidsverslag wordt in dit onderzoek nog verder geanalyseerd door ook de kwaliteitsimpact te onderzoeken. Meer specifiek wordt onderzocht of vzw's die een erkenning krijgen voor de kwaliteit van hun duurzaamheidsverslag ook sneller en/of een hogere donatie zullen ontvangen. Om duurzaamheidsverslagen van elkaar te kunnen onderscheiden op basis van kwaliteit worden de awards van het IBR (Instituut van de Bedrijfsrevisoren) als maatstaf genomen. Winnaars worden bepaald door expertise en innovatie in acht te nemen bij de analyse van de duurzaamheidsverslagen. Indien vzw's deze erkenning krijgen, is het mogelijk dat zij dit uitdrukkelijk zullen melden aan hun donors. Deze waardering kan invloed hebben op haar donors en bijgevolg op de donaties.

De literatuur met betrekking tot duurzaamheidsverslagen is vrij beperkt en deze deelvraag is daarbij ook heel specifiek voor België, aangezien dergelijke awards in het buitenland niet bestaan. Omwille hiervan werd dan ook geen relevante internationale literatuur gevonden en is het dus niet mogelijk terug te vallen op eerder gemaakt analyses. De vijfde en zesde hypothese wordt geformuleerd op basis van de eigen verwachtingen:

Hypothese 5: De kwaliteit van het duurzaamheidsverslag is wel beïnvloedend op de keuze van vzw die de donor wil steunen.

Hypothese 6: De kwaliteit van het duurzaamheidsverslag is niet beïnvloedend op het gedoneerde bedrag.

Hoofdstuk 5: Onderzoeksopzet

Dit hoofdstuk heeft als doel het onderzoeksopzet toe te lichten. In sectie 5.1 wordt eerst en vooral toegelicht welke verschillende variabelen in het onderzoek worden gebruikt. Deze sectie verduidelijkt verder ook waarom deze variabelen worden gekozen en wat deze juist betekenen in de context van het onderzoek. Sectie 5.2 focust zich op de vorming van de steekproef en geeft ook aan hoe de data voor dit onderzoek werd verzameld. Meer specifieke eigenschappen van de steekproef worden in sectie 5.3 behandeld.

5.1 Beschrijving van de variabelen

In deze sectie worden alle gebruikte variabelen toegelicht, zowel persoonlijke als organisationele variabelen. Er wordt telkens aangehaald welke mogelijke antwoorden de respondent kan geven per vraag en hoe deze bijgevolg worden gewaardeerd in de verdere analyse.

5.1.1 Persoonlijke variabelen

In het begin van de vragenlijst worden enkele persoonlijke vragen gesteld om verschillen tussen bepaalde groepen te kunnen waarnemen. Op deze manier worden deze variabelen niet gecatalogeerd als niet-waargenomen variabelen en is de kans op correlatie tussen de foutterm en de variabelen van belang kleiner. Hieronder worden de persoonlijke variabelen elk apart verder toegelicht. Een samenvatting van alle variabelen is terug te vinden in tabel 2.

- 1) Geslacht: deze variabele kan logischerwijze twee verschillende waardes aannemen, namelijk mannelijk of vrouwelijk. In dit onderzoek wordt geopteerd om de dummy **Man** aan te nemen. Hierdoor is deze variabele in het geval van een vrouw gelijk aan 0 en in het geval van een man gelijk aan 1.
- 2) Leeftijd: voor deze variabele werden zeven leeftijdscategorieën opgesteld. Enkel meerderjarige personen kunnen geld doneren aan vzw's, dus respondenten in de groep 'jonger dan 18 jaar' werden onmiddellijk naar het einde van de vragenlijst gestuurd. Opnieuw werden dummy's gecreëerd voor de overige leeftijden, met uitzondering van de jongste categorie '18-25 jaar'. Dit werd gedaan om de dummy variable trap te vermijden.
- 3) Gezinssituatie: vervolgens heeft ook de huidige gezinssituatie van de geënquêteerde in bepaalde mate invloed op de hoogte van het (gezamenlijk) inkomen. Om deze reden werden de volgende twee categorieën geformuleerd: 'alleenstaand' en 'samenwonend/gehuwd'. Om de dummy variable trap opnieuw te vermijden zal maar één dummy worden opgenomen, namelijk **Samenwonend**.
- 4) Bestaande donor: deze variabele zal er voor zorgen dat een onderscheid kan gemaakt worden tussen bestaande en nieuwe donors. De variabele zal geformuleerd worden als **BestaandeDonor**.

- 5) Voltooide vragenlijst: de variabele **Voltooid** werd ontwikkeld om enerzijds snel een beeld te krijgen van het voltooiingspercentage. Anderzijds konden niet-afgewerkte vragenlijsten op deze manier snel worden opgemerkt en werden deze antwoorden verwijderd vooraleer de uiteindelijke analyses werden uitgevoerd.
- 6) Problematiek rond vzw's: tijdens het rondsturen van de vragenlijsten was de problematiek rond onder andere Oxfam heel actueel nieuws (VRT News, 2018). Om deze reden kon een bijkomende analyse worden uitgevoerd die bestond uit een opsplitsing van de steekproef. Er kon namelijk onderzocht worden of respondenten die na het uitkomen van dat nieuws anders gingen antwoorden op de vragenlijst. Een dummy **PostOxfam** werd gemaakt die de huidige steekproef opdeelt in twee subgroepen. Aangezien dit schandaal op 11 februari 2018 's avonds publiekelijk werd, kregen alle respondenten die de vragenlijst vanaf 12 februari 2018 hadden ingevuld de waarde 1 voor deze variabele.

Nadien krijgen de respondenten een vraag over verschillende soorten goede doelen. Er worden zes soorten goede doelen opgesomd, steeds vergezeld van een organisatie die dit doel momenteel al steunt: dierenwelzijn (WWF), natuur & milieu (Greenpeace), ontwikkelingshulp (SOS Kinderdorpen), ziektes (Kom op tegen Kanker), Armoede in Vlaanderen (Welzijnszorg) en aandoeningen in het algemeen (Sensoa). Aan de hand van deze vraag wordt gekeken welk doel de respondent het liefst (VRT News, 2018) zou willen steunen indien hij/zij een donatie zou overwegen. Deze vraag is geen focus van het onderzoek, maar er kan uiteraard wel bekeken worden of verschillende leeftijden/geslacht andere interesses hebben. Bovendien heeft deze vraag invloed op het verdere verloop van de vragenlijst. Afhankelijk van het goed doel dat de respondent aanduidt, wordt hij/zij doorgestuurd naar een case die hetzelfde doel steunt. De geënquêteerde zal informatie krijgen over een fictieve vzw en zal nadien moeten aangeven hoeveel hij/zij op jaarbasis bereid is te donoren aan deze organisatie. Het antwoord op deze vraag zal samengevat worden in de variabele **Donatie**. Het doorsturen van de respondent naar een bepaalde case wordt gedaan om er voor te zorgen dat de respondent interesse heeft in het doel. Indien dat niet wordt gedaan, bestaat de kans dat hij/zij niets zal willen doneren, omdat er geen band of interesse is met het doel.

5.1.2 Organisationele variabelen

Nadat enkele persoonlijke vragen worden gesteld aan de respondenten, komen de eerste manipulaties van het onderzoek aan bod. Deze manipulaties hebben betrekking op organisationeel vlak en meer specifiek op de hoeveelheid informatie die de respondenten verkrijgen van een fictieve organisatie.

- 1) Financiële informatie: nadat de respondenten enkele persoonlijke vragen hebben beantwoord, worden manipulaties in het onderzoek ingevoerd. Een eerste case beschrijft dat een vzw naast de fondswervingsbrief ook extra informatie (bv. financiële informatie) kan meesturen naar de donor. Zo kan een organisatie vermelden welk percentage van haar inkomsten wordt gespenseerd aan het doel. De respondent wordt vervolgens gevraagd of deze extra informatie zijn/haar keuze van vzw die hij/zij wil steunen wijzigt. De antwoorden

worden samengevat in de variabele **KeuzeFinancieel**. Daarnaast wordt ook gevraagd of de respondent meer zou doneren aan die organisatie als hij/zij die informatie verkrijgt. Hiervoor werd de variabele **HogereDonatieFinancieel** gemaakt. De eventuele verhoging in donatie wordt samengevoegd in de variabele **DonatieFinancieel**. Indien de respondent geen hoger bedrag wenst te doneren, zijn de variabelen *Donatie* en *DonatieFinancieel* aan elkaar gelijk.

- 2) Duurzaamheidsverslag: Eerst werden de respondenten gevraagd of ze ooit al eens hadden gehoord over het duurzaamheidsverslag. Nadien werd gevraagd of ze als (potentiële) donor deze informatie interessant zouden vinden om vzw's te analyseren. Deze twee antwoorden werden samengevat in respectievelijk de variabelen **Duurzaamheidsverslag** en **InteresseDuurzverslag**. Vervolgens werden dezelfde soort manipulaties doorgevoerd zoals bij het financiële gedeelte. Eén vzw bezorgde de donor extra informatie (het duurzaamheidsverslag in dit geval), een andere vzw stuurde enkel een fondswervingsbrief mee. Opnieuw werd onderzocht of deze manipulaties invloed had op de keuze van vzw en/of het gedoneerde bedrag. Hiervoor werden de variabelen **KeuzeDuurzverslag**, **HogereDonatieduurzverslag** en **DonatieDuurzverslag** gecreëerd. Ook in dit geval is *Donatie* gelijk aan *DonatieDuurzverslag* als de respondent geen hoger bedrag wenst te doneren.
- 3) Kwaliteit van het duurzaamheidsverslag: tot slot werd ook onderzocht of gekregen awards van het IBR beïnvloedend zijn op enerzijds het gedoneerde bedrag en anderzijds op de keuze van vzw. De respondenten werden in deze laatste case niet gevraagd een specifiek bedrag te vermelden, maar dienden enkel aan te duiden of zij meer zouden doneren aan een vzw die deze erkenning heeft verkregen. De variabele **AwardDuurzverslag** kon bijgevolg worden samengevat in één enkele waarde.

Naam variabele	0	1	2
Man	Vrouw	Man	-
Leeftijd2635	Leeftijd niet tussen 26-35 jaar	Leeftijd tussen 26-35 jaar	-
Leeftijd3645	Leeftijd niet tussen 36-45 jaar	Leeftijd tussen 36-45 jaar	-
Leeftijd4655	Leeftijd niet tussen 46-55 jaar	Leeftijd tussen 46-55 jaar	-
Leeftijd5665	Leeftijd niet tussen 56-65 jaar	Leeftijd tussen 56-65 jaar	-
Leeftijd66	Jonger dan 65 jaar	Ouder dan 65 jaar	-
Samenwonend	Alleenstaand	Samenwonend/gehuwd	-
BestaandeDonor	Nog nooit gedoneerd	Wel al gedoneerd	-
Voltooid	Enquête niet volledig afgewerkt	Enquête volledig afgewerkt	-
PostOxfam	Enquête gestart voor 12-02-2018	Enquête gestart na 12-02-2018	-

KeuzeFinancieel	Extra informatie niet beïnvloedend	Keuze voor vzw met financiële informatie	-
HogereDonatieFinancieel	Geen hogere donatie	Hogere donatie door financiële informatie	-
Duurzaamheidsverslag	Duurzaamheidsverslag niet gekend	Duurzaamheidsverslag wel gekend	-
InteresseDuurzverslag	Duurzaamheidsverslag niet nuttig bij donatieproces	Duurzaamheidsverslag wel nuttig bij donatieproces	-
KeuzeDuurzverslag	Extra informatie niet beïnvloedend	Keuze voor vzw met duurzaamheidsverslag	-
HogereDonatieduurzverslag	Geen hogere donatie	Hogere donatie door duurzaamheidsverslag	-
AwardDuurzverslag	Award geen invloed op bedrag of vzw	Award invloed op zowel bedrag als vzw	Award invloed op vzw, maar niet op bedrag

Tabel 2: Samenvatting van de gebruikte variabelen

5.2 Dataverzameling en steekproef

Om de nodige conclusies te kunnen nemen, is het nodig de juiste informatie te vergaren van de juiste personen. De data die voor dit onderzoek noodzakelijk is, is niet terug te vinden in een bestaande database, waardoor zelf data moest worden vergaard. Aan de hand van deze informatie worden de eerder genoemde hypothesen getoetst. Aangezien het niet gemakkelijk is om te bepalen wie juist geïnteresseerd is om donator te worden en wie niet, wordt elke natuurlijke persoon ouder dan 18 jaar in de populatie opgenomen. Elke natuurlijk persoon in deze leeftijdscategorie is namelijk een potentiële donator voor goede doelen.

5.2.1 Online vragenlijsten

Om de vragenlijst op een wetenschappelijke manier op te stellen, werden de richtlijnen van Sekaran & Bougie (2013) toegepast. Voor de eigenlijke start van de vragenlijst wordt de onderzoeker voorgesteld en wordt in brede zin aangehaald wat het onderzoek juist inhoudt. Verder wordt ook vermeld dat de vragenlijst anoniem en vertrouwelijk wordt behandeld, net als de verwachte totale duur om de enquête te vervolledigen. Tot slot kunnen vragen of opmerkingen met betrekking tot de vragenlijst worden verstuurd naar de afnemer, met als doel fouten aan te passen of onduidelijkheden op te helderen. De bewoordingen in de eigenlijke enquête worden eenvoudig en objectief gehouden om de geënquêteerde niet te beïnvloeden in zijn/haar keuzes. Om er voor te zorgen dat de vragenlijst niet te veel tijd in beslag neemt, was een goede, duidelijke vraagstelling noodzakelijk. De vragen worden bijgevolg kort en bondig gesteld, zonder dat er veel ruimte voor interpretatie is. Tot slot worden enkele persoonlijke vragen gesteld, zoals geslacht, leeftijd en gezinssituatie.

Zoals eerder vermeld trachtte het onderzoek van Parsons (2007) dezelfde onderzoeksvraag te beantwoorden, maar werd geen vragenlijst gebruikt. Haar onderzoek was in samenwerking met een vzw om daadwerkelijke stortingen te vergelijken bij verschillende manipulaties (Parsons, 2007). De inhoud van de vragen voor dit onderzoek werden bijgevolg volledig zelf opgesteld en werden niet overgenomen van eerdere onderzoeken uit de literatuurstudie. De volledige enquête bestaat uit 21 vragen, maar aan de hand van het interessegebied wordt de respondent enkel doorgestuurd naar relevante cases. Hierdoor dient de respondent dertien vragen te beantwoorden, maar hij/zij wordt wel verplicht elke vraag in te vullen, ten einde volledige informatie te verkrijgen. Indien de geënquêteerde een vraag wil overslaan, zal een foutmelding op het scherm verschijnen die hem/haar verplicht een antwoord te selecteren. Om te testen of alle functies en doorverwijzingen correct zijn, werden eerst een vijftal piloottesten uitgevoerd in de kennissenkring. Aan de hand van deze testen werden fouten of onduidelijkheden aangepast. In bijlage D is een blanco versie van de vragenlijst terug te vinden.

5.2.2 Bepaling steekproefgrootte

Zoals eerder aangehaald is het moeilijk om de populatie te beschrijven, omdat het niet duidelijk is wie kan gezien worden als potentiële donor en wie niet. Om deze reden wordt de populatie bepaald als elke natuurlijke persoon ouder dan 18 jaar die in het Vlaams Gewest woont. Deze extra beperking is het gevolg van het feit dat de vragenlijst enkel in het Nederlands werd opgesteld. Deze populatie was om die reden op 01 januari 2017 gelijk aan ongeveer 5.000.000 personen (Statbel, 2017).

Aan de hand van de populatiegrootte, z-score en de foutenmarge kan de minimale steekproefgrootte berekend worden (National Statistical Service, 2017):

$$n = \frac{\frac{z^2 * p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 * p(1-p)}{e^2 * N}\right)}$$

Waarbij:

n = minimale steekproefgrootte

z = de waarde van de standaardnormale stochastische variabele in de rechterstaart van de verdeling (bij een betrouwbaarheid van 95% is z = 1,96)

p = populatiefractie (aangezien deze onbekend is, nemen we hiervoor de meest gebruikte waarde, namelijk p = 0,5)

e = foutenmarge (in dit onderzoek is e = 0,08)

Als deze gegevens in de formule worden ingevuld

$n = \frac{\frac{1,96^2 * 0,5(1-0,5)}{0,08^2}}{1 + \left(\frac{1,96^2 * 0,5(1-0,5)}{0,08^2 * 5.000.000}\right)}$ wordt een minimale steekproefgrootte gevonden van 151. Door de lage,

verwachte respons werden dus heel wat vragenlijsten rondgestuurd om deze grens te kunnen bereiken.

5.2.3 Werkelijke steekproef

De vragenlijst werd, met uitzondering van enkele kopijen in de familiekring, vooral via sociale media uitgestuurd vanaf 5 februari 2018. De keuze voor het verspreiden via sociale media was bewust om zo veel mogelijk mensen te kunnen bereiken in een korte periode. Eerst en vooral werd de vragenlijst gedeeld via mijn persoonlijk Facebook- en LinkedIn-profiel. In een week tijd waren ongeveer een twintigtal enquêtes ingevuld, maar viel de algemene respons wat stil. Nadien werd geopteerd om de vragenlijsten ook te delen in studentengroepen (Master handelsingenieur UHasselt, Hermes, Dip's) of andere groepen op Facebook en LinkedIn die zich specifiek bezig houden met donaties aan goede doelen en de vzw-werking in het algemeen (Protos vzw, Trias ngo, Velt vzw, Mamas for Africa vzw, Rikolto ngo, enzovoort). Dit heeft gezorgd voor een veel grotere respons-ratio, met name van de studenten. Het gevolg was uiteraard wel dat één leeftijdscategorie een veel groter aandeel heeft in de steekproef. De vragenlijst werd meer specifiek in een tiental groepen gedeeld, waar gemiddeld ongeveer 1.000 mensen lid van waren. Na twee weken waren zo'n 170 vragenlijsten ingevuld. In de week daaropvolgend werden nog een vijftiental vragenlijsten ingevuld, waarvan de laatste 7 maart werd ingediend. De totale steekproef bestond bijgevolg uit 184 respondenten, maar niet alle informatie was bruikbaar omwille van onder andere onvolledige data. Het voltooiingspercentage zou dan ongeveer gelijk moeten zijn 1,76 percent.

Een belangrijke beperking van de populatie is meerderjarigheid, aangezien het voor minderjarigen onmogelijk is om geld te doneren aan een vzw. Ondanks het feit dat deze beperking expliciet werd vermeld bij het verspreiden van de vragenlijst, duidde toch één respondent aan minderjarig te zijn. Hij/zij werd automatisch naar het einde van de vragenlijst gestuurd, waardoor geen enkele bruikbare informatie werd verkregen. Daarnaast waren ook 26 vragenlijsten niet volledig ingevuld, waardoor ook zij werden verwijderd uit de steekproef (bruikbare steekproef is gelijk aan 157). Respondenten die alle vragen met betrekking tot het financiële aspect wel hadden ingevuld, maar nadien afhaakten werden wel in de steekproef gehouden. De reden is dat deze data wel kan gebruikt worden om de impact van financiële informatie te bestuderen, aangezien zij deze vragen wel volledig hebben beantwoord.

Op het moment dat alle data volledig is, moet eerst nog bekeken worden of alle informatie correct kan zijn, of er namelijk geen onmogelijke antwoorden (zoals een negatieve donatie) in zijn ingediend. Deze analyse leverde een positief resultaat op, want er werd bijvoorbeeld nergens een negatieve donatie ingevoerd. Als de respondent de waarde één heeft ingevuld bij de variabele *HogereDonatieFinancieel* of *HogereDonatieDuurzverslag*, dan dient het bijhorende gedoneerde bedrag ook hoger te zijn dan de waarde ingevuld bij *Donatie*. Ook deze analyse leverde geen negatief resultaat op, waardoor verdere aanpassingen niet nodig waren. Om tot slot de finale steekproef te bekomen, worden de metrische variabelen nog gecontroleerd op uitschieters. Dit werd gedaan door een interval op te stellen dat weergaf welke data bruikbaar is voor de verdere analyse. Gegevens die buiten dit interval vielen, werden bestempeld als uitschieters. Deze manier om uitschieters te bestuderen wordt ook wel Tukey's methode genoemd (Hair Jr., Black, Babin, & Anderson, 2014).

	Donatie	DonatieFinancieel	DonatieDuurzverslag
Kwartiel 1	15	25	20
Kwartiel 2	50	50	50
Kwartiel 3	90	100	120
Interkwartielafstand	75	75	100

Tabel 3: Kwartielen van metrische variabelen

De twee intervaluiteinden werden berekend aan de hand van de volgende twee formules:

Ondergrens: $Q_1 - 1,5 \cdot (Q_3 - Q_1)$

Bovengrens: $Q_3 + 1,5 \cdot (Q_3 - Q_1)$

De uitkomsten van deze berekening zijn terug te vinden in volgende tabel:

	Donatie	DonatieFinancieel	DonatieDuurzverslag
Ondergrens	-97,5	-87,5	-130
Bovengrens	202,5	212,50	220
Interval	[-97,5;205,5]	[-87,5;212,50]	[-100;270]

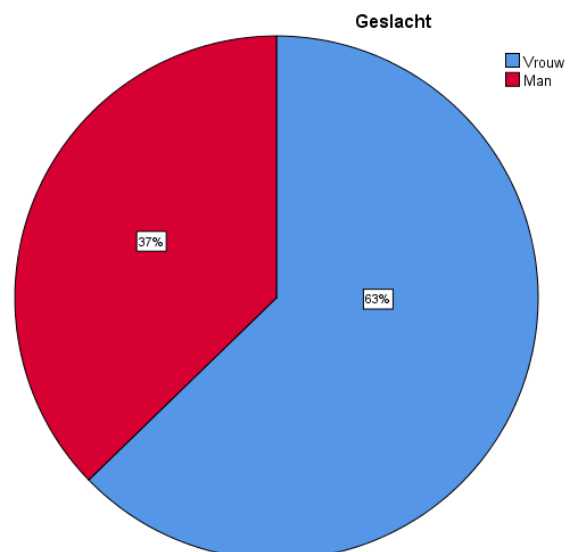
Tabel 4: Berekening intervallen uitschieters

Aangezien de ondergrens van de intervallen telkens negatief is en de data uit de vragenlijsten nooit negatief kunnen zijn, moet enkel de bovengrens bekeken worden. Als bovenstaande intervallen worden toegepast op de verkregen data, dienen nog twee observaties te worden verwijderd. De finale steekproef is bijgevolg gelijk aan 155, wat de eerder berekende minimale steekproefgrootte juist overstijgt.

5.3 Analyse van de steekproef

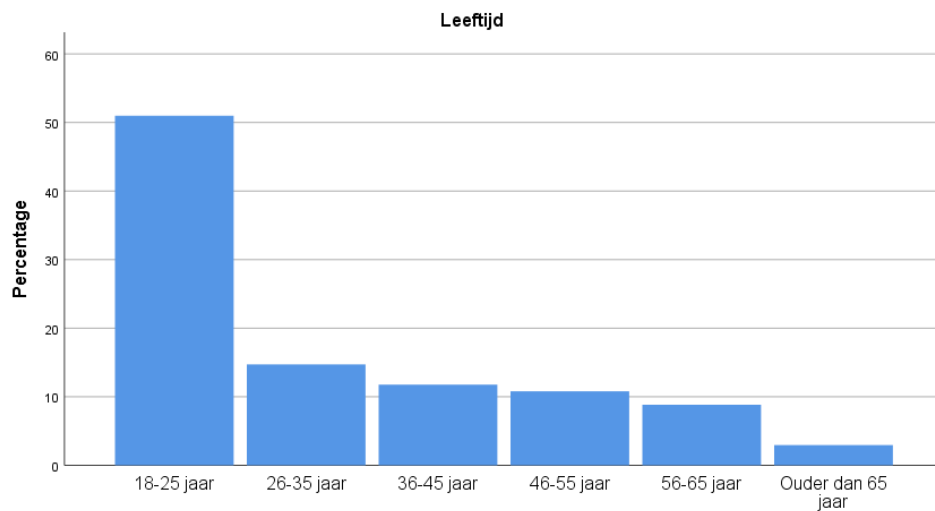
De steekproef die zal gebruikt worden voor de toetsing van de hypothesen bevat 155 respondenten. Hierop volgend zal een beschrijvende analyse worden gedaan die weergeeft welk aandeel onder andere geslacht en leeftijd hebben in de gebruikte steekproef. Deze informatie wordt visueel beschreven aan de hand van enkele grafieken.

Figuur 2 geeft weer welk aandeel mannen en vrouwen hebben in de totale steekproef. Hieruit blijkt dat vrouwen veel meer vertegenwoordigd zijn, namelijk bijna twee derde van alle respondenten zijn vrouwen. Dit resultaat is zeker niet onlogisch, aangezien er al onderzoek is gebeurd naar verschillen in donorgedrag tussen mannen en vrouwen. Mesch (2010) concludeerde dat vrouwen veel sneller geneigd



Figuur 2: Aandeel geslacht in steekproef

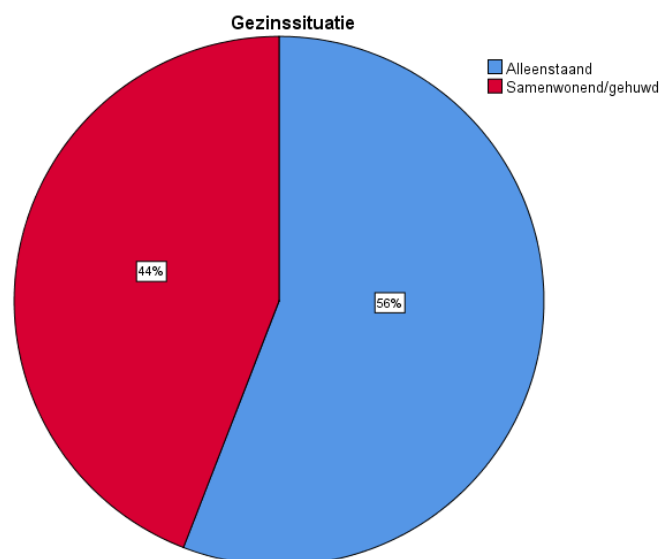
zijn om te doneren aan een goed doel, voornamelijk te wijten aan het feit dat zij altruïstischer en emotioneler zijn. Bij het bekijken van de vragenlijsten voelden vrouwen zich waarschijnlijk meer betrokken bij het onderwerp, waardoor de kans groter werd dat zij de volledige vragenlijst zouden invullen.



Figuur 3: Aandeel leeftijden in steekproef

Een verdeling van de verschillende leeftijdscategorieën is terug te vinden in figuur 3. Wat meteen opvalt is dat meer dan de helft van de steekproef jonger is dan 25 jaar. Dit is vooral te wijten aan het feit dat deze leeftijdscategorie dezelfde is als die van de afnemer, waardoor in de directe omgeving meer personen van dezelfde leeftijdscategorie worden aangesproken. Daarbovenop was de responseratio vooral heel groot bij het verspreiden van de vragenlijsten in de studentengroepen. Deze groep beseft waarschijnlijk beter hoe belangrijk het is om voldoende data te verkrijgen voor een masterproef, waardoor zij sneller geneigd zijn de vragenlijst in te vullen om medestudenten te steunen.

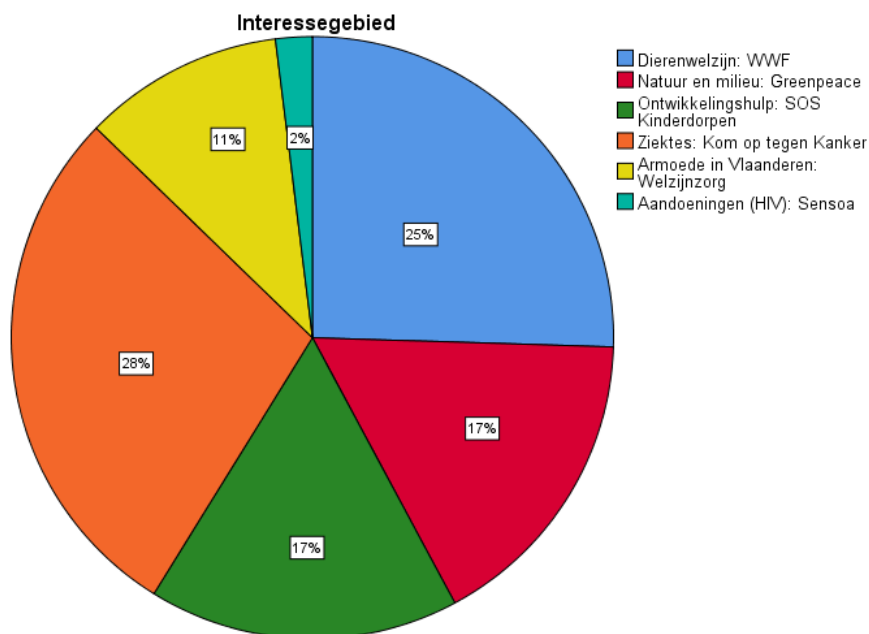
De volgende vraag die de respondenten kregen voorgeschoteld was hun huidige gezinssituatie. Zoals eerder vermeld werd deze vraag gesteld om te corrigeren voor eventuele verschillen in donaties omwille van de gezinssituatie. Iemand die getrouwd of samenwonend is, heeft normaal gezien een hoger gezamenlijk inkomen dan een alleenstaande persoon, waardoor de kans groter is dat zij een hogere donatie zullen doen. Figuur 4 geeft de verdeling van deze twee groepen visueel weer. In tegenstelling tot de variabele geslacht zijn de twee groepen hier meer evenredig verdeeld, met een



Figuur 4: Aandeel gezinssituatie in steekproef

kleine meerderheid voor de groep van alleenstaanden. De meerderheid voor de alleenstaanden is mogelijk te wijten aan het grote aandeel jongeren/studenten in de steekproef. Daarnaast is in Vlaanderen momenteel iets minder dan de helft van de meerderjarigen alleenstaand, maar er wordt wel verwacht dat deze groep over enkele jaren de meerderheid zal vormen (De Decker, 2017).

Verder blijkt uit de data ook dat bijna twee derde van de respondenten al eens een donatie aan een goed doel heeft gedaan in het verleden. Dit percentage is zeer positief, omdat dit weergeeft dat de steekproef op dit vlak zeker bruikbaar is. Aangezien veel van de ondervraagden ervaring hadden met doneren, konden zij beter inschatten hoeveel te doneren, welke informatie zij belangrijk vinden, enzovoort.



Figuur 5: Interessegebied van steekproef

Figuur 5 geeft weer welke interessegebieden de respondenten het meest aanspreken om aan te doneren. Zoals eerder vermeld werd deze vraag gesteld om de respondent een case voor te stellen die hem/haar interesseerde, waardoor automatisch meer interesse zou ontstaan. De resultaten zijn relatief goed verdeeld over de verschillende onderwerpen. Goede doelen die ziektes bestrijden zoals Kom op tegen Kanker en ALS-liga blijken het populairst. De werkelijkheid toont eveneens hetzelfde beeld: de Vlaming blijkt het meest geïnteresseerd te zijn in ziektebestrijding (Racquet, 2017). Daarnaast blijkt in de steekproef ook dierenwelzijn, de natuur in het algemeen en ontwikkelingshulp heel populair. Tot slot werd lokale armoedebestrijding (in Vlaanderen) door iets meer dan 10% van de respondenten gekozen. Onderzoek toont aan dat dezelfde volgorde in interessegebieden van toepassing is, ook al wordt dan geconcludeerd dat de Vlaming armoedebestrijding belangrijker acht dan milieuproblematiek (Racquet, 2017). Over het algemeen is een verdeling over de verschillende interessegebieden te zien die de werkelijkheid goed benadert.

Hoofdstuk 6: Empirische resultaten

In dit hoofdstuk zullen eerder genoemde hypothesen worden getest. Daarnaast zullen extra analyses worden gedaan die ook voortvloeien uit de informatie uit de vragenlijst. De indeling van het hoofdstuk is als volgt: sectie 6.1 behandelt de donaties die voortkomen uit het basisscenario. Het basisscenario is wanneer de respondent enkel een fondswervingsbrief kreeg, zonder bijkomende manipulaties. Sectie 6.2 zal vervolgens de eerste manipulatie testen. Meer specifiek zal getoetst worden of de aanwezigheid van financiële informatie invloed heeft op het donorgedrag. Op dezelfde wijze zal de invloed van het duurzaamheidsverslag getest worden in sectie 6.3, zowel de aanwezigheid als de kwaliteit van dit verslag zal afzonderlijk worden geanalyseerd. Tot slot wordt in dit hoofdstuk ook een gedeelte van de actualiteit toegepast, wat zal gebeuren in sectie 6.4.

6.1 Donaties aan vzw's

Eerst en vooral zal deze sectie een beschrijvende analyse doen van de variabele *Donatie*. De waarden die in deze variabele zitten, vloeien voort uit de donatie die de respondenten zouden doen indien zij enkel de fondswervingsbrief kregen. De resultaten zijn teug te vinden in tabel 5. Het gemiddelde dat de 155 respondenten zouden doneren in het gekozen interessegebied is € 56,14, met een standaard afwijking van € 45,5680. Indien dit bedrag wordt vergeleken met de realiteit, is er wel een groot verschil op te merken. Vorig jaar concludeerde Racquet (2017) dat de Belg gemiddeld ongeveer € 165,00 doneert aan goede

Beschrijvende statistiek variabele 'Donatie'		
N	Geldig	155
	Ontbrekend	0
Gemiddelde		56,1386
Standaard afwijking		45,5680
Variantie		2076,441
Minimum		5,00
Maximum		200,00
Bereik		195,00
Mediaan		50,00
Modus		50,00
Skewness		1,405
Std. afw. Skewness		0,240
Kurtosis		1,973
Std. afw. Kurtosis		0,476

Tabel 5: Beschrijvende statistiek variabele 'Donatie'

doelen. Dit verschil kan aan de hand van enkele zaken verklaard worden. Eerst en vooral omvat de steekproef vooral mensen jonger dan 25 jaar, waardoor de kans op een lagere donatie vergroot. Daarnaast was er een meerderheid van alleenstaanden in de steekproef aanwezig, wat ook kan leiden tot een lagere donatie omwille van een lager/geen inkomen (in de meeste gevallen). Tot slot werd in de vragenlijst niet expliciet vermeld dat vanaf een donatie van € 40,00, een gedeelte van dat bedrag fiscaal kan worden afgetrokken. Op deze manier bestaat de kans dat mensen die hier geen weet van hebben, meer zouden doneren indien zij wisten van dat fiscale voordeel. Dat verschil tussen de steekproef en de werkelijkheid is absoluut geen probleem, aangezien dat niet de focus is van dit onderzoek. Er wordt namelijk bekeken of mensen meer (zowel absoluut als relatief) zouden doneren

indien zij meer informatie zouden verkrijgen, waardoor de waarde van de initiële donatie enkel samen wordt gebruikt met de andere donaties.

De minimum en maximum donatie zijn respectievelijk gelijk aan € 5,00 en € 200,00, met de exclusie van eventuele uitschieters. Hierdoor is het bereik van deze variabele gelijk aan € 195,00. De mediaan en de modus zijn vervolgens gelijk aan elkaar (€ 50,00). Tot slot worden ook de waarden van skewness en kurtosis weergegeven, om na te gaan of de variabele *Donatie* univariaat normaal verdeeld is. Om dit na te gaan, werd voor beide elementen een statistische waarde berekend. De gebruikte formules zijn als volgt: $z_{skewness} = \frac{skewness}{\sqrt{6/N}}$; $z_{kurtosis} = \frac{kurtosis}{\sqrt{24/N}}$. De verkregen getallen voor

beide berekeningen zijn respectievelijk 5,7645 en 4,0674. Beide waarden zijn groter dan 1,96, waardoor de variabele *Donatie* niet normaal verdeeld is. Dezelfde conclusie kan worden gemaakt aan de hand van de Shapiro-Wilk test, die de nulhypothese van normale verdeling verwerpt. Deze conclusie is geen dermate groot probleem, aangezien de steekproef relatief veel respondenten omvat waardoor de normale verdeling normaliter zal voortvloeien uit de centrale limietstelling.

Vervolgens zal worden geanalyseerd of in de steekproef verschillen bestaan tussen mannen-vrouwen, tussen leeftijden of tussen alleenstaanden-samenwonenden. Dit zal gedaan worden aan de hand van een regressieanalyse met *Donatie* als afhankelijke variabele:

<i>Donatie</i> = $\alpha + \beta_1 * Man + \beta_2 * Leeftijd2635 + \beta_3 * Leeftijd3645 + \beta_4 * Leeftijd4655 + \beta_5 * Leeftijd5665 + \beta_6 * Leeftijd66 + \beta_7 * Samenwonend + \beta_8 * BestaandeDonor + \mu$				
	Coëfficiënt	Std. afw.	t-waarde	Significantie
Constante	52,199	9,396	5,555	0,000
Man	-6,172	11,997	-0,514	0,608
Leeftijd2635	-0,133	14,212	-0,009	0,993
Leeftijd3645	28,339	18,564	1,527	0,130
Leeftijd4655	-13,702	16,888	-0,811	0,419
Leeftijd5665	-7,796	21,466	-0,363	0,717
Leeftijd66	30,517	36,828	0,829	0,409
Samenwonend	10,926	11,330	0,964	0,337
BestaandeDonor	0,030	10,763	0,003	0,998

Tabel 6: Regressie analyse 'Donatie'

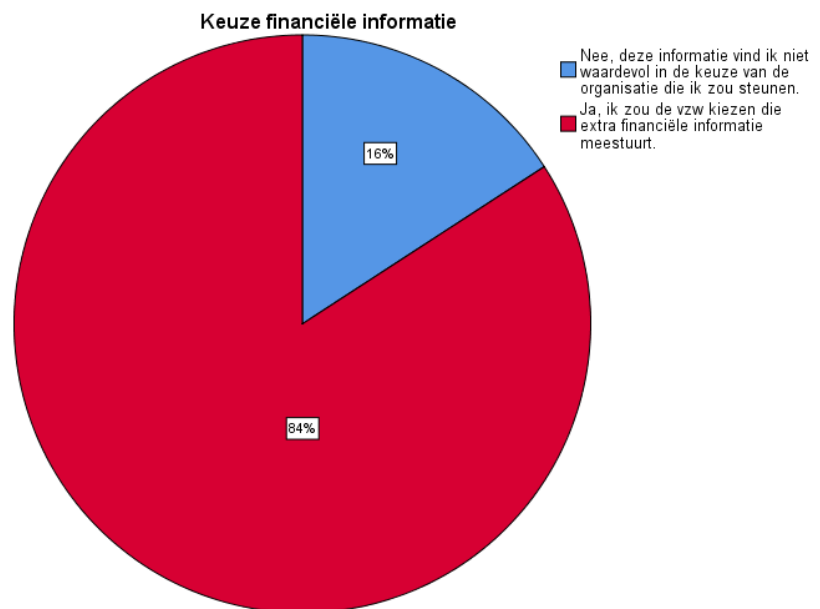
Het meest belangrijke element uit de tabel is uiteraard terug te vinden in de laatste kolom van tabel 6: de significantiewaarden. Wat meteen opvalt is dat van alle gebruikte variabelen, geen enkele van de coëfficiënten significant is op $\alpha = 0,05$ en zelf niet op $\alpha = 0,10$. Dit betekent dat uit de steekproef kan geconcludeerd worden dat er geen verschil bestaat tussen het gedoneerde bedrag van mannen en vrouwen, er geen verschil is op te merken tussen de verschillende leeftijdscategorieën, dat samenwonenden niet meer/minder doneren dan een alleenstaande en dat iemand die al eens een donatie heeft gedaan ook niet meer doneert dan iemand zonder eerdere ervaring. Deze resultaten zijn toch wat verrassend aangezien er onderzoek bestaat dat besluit dat vrouwen gemiddeld meer doneren (Mesch, 2010). Daarnaast lijkt het intuïtief ook logisch dat oudere mensen, samenwonenden

en bestaande donors meer zouden doneren. Deze resultaten kunnen deels te wijten zijn aan een te kleine steekproef of aan het feit dat personen zich in een fictieve omgeving gaan overschatten qua donatie. Zo zou het kunnen zijn dat jongeren (jonger dan 25 jaar) aangeven meer te doneren dan dat ze in werkelijkheid zouden doen. Op zich is dit verschil geen probleem, aangezien dit niet de focus is van het onderzoek, maar eerder een bijkomende analyse van de steekproef. De volgende secties 6.2 en 6.3 gaan zich meer focussen op de toetsing van de hypothesen.

6.2 Invloed van financiële informatie op donorgedrag

In deze sectie zal worden ingegaan op de eerste manipulatie in de vragenlijst, met name het toevoegen van extra financiële informatie aan de (potentiële) donor. In dit deel zullen hypothesen 1 en 2 worden getoetst en zal aan het einde kunnen worden geconcludeerd of financiële informatie invloed heeft op het donorgedrag.

Donorgedrag kan worden opgesplitst in twee aparte elementen: enerzijds de organisatiekeuze, anderzijds het gedoneerde bedrag. Figuur 6 geeft weer welk aandeel van de steekproef aangeeft financiële informatie doorslaggevend te vinden in de organisatiekeuze. In de vragenlijst werd *program ratio*, oftewel het percentage van de totale inkomsten die aan het doel worden besteed, als financiële informatie aangegeven. Dit blijkt enorm



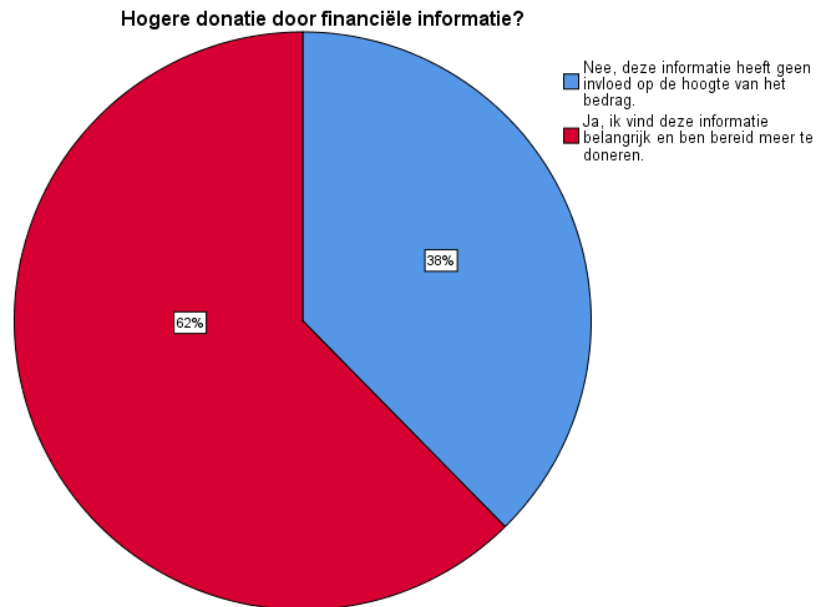
Figuur 6: Invloed van financiële informatie op de organisatiekeuze

belangrijk te zijn, want maar liefst 84% van de respondenten geeft aan de organisatie te steunen die aangeeft welk percentage van haar inkomsten naar haar doel gaat. Het resterende percentage, namelijk 16%, geeft aan dat dit geen invloed heeft op de organisatiekeuze. Zij kiezen bijgevolg meer op gevoel dan op basis van informatie. Mensen blijken het daarom heel belangrijk te vinden dat het gedoneerde geld ook daadwerkelijk wordt gespenseerd zoals men verteld is geweest.

Hypothese 1 die aangeeft dat financiële informatie wel degelijk beïnvloedend is op de organisatiekeuze van donors, kan worden geaccepteerd.

De tweede factor die onder donorgedrag kan worden verstaan, is de hoogte van het gedoneerde bedrag. De respondenten werden in de vragenlijst gevraagd of zij bereid waren meer te doneren aan een tweede, meer transparante organisatie, wetende dat de eerder ingevulde waarde onder *Donatie*

zou gedoneerd worden aan de minst transparante organisatie. De resultaten zijn terug te vinden in figuur 7. Ook in dit geval geeft het merendeel (62%) van de respondenten aan meer te willen doneren aan een transparante organisatie.



Figuur 7: Invloed van financiële informatie op het gedoneerde bedrag

Een kruistabel tussen de variabelen *KeuzeFinancieel* en *HogereDonatieFinancieel* is terug te vinden in tabel 7. Hierin wordt weergegeven welke keuzes de respondenten maakten met betrekking tot de extra financiële informatie.

		Gedoneerde bedrag		Totaal
		Geen invloed	Meer doneren	
Keuze organisatie	Geen invloed	9,9%	5,9%	15,8%
	Transparante vzw	27,7%	56,4%	84,2%
Totaal		37,6%	62,4%	100%

Tabel 7: Kruistabel 'DonatieFinancieel' en 'HogereDonatieFinancieel'

Het merendeel van de respondenten (56,4%) geeft aan financiële informatie heel belangrijk te vinden, want dit heeft bij hen zowel invloed op de organisatiekeuze als op het gedoneerde bedrag. Daarnaast blijkt juist geen 10% aan te geven dit absoluut niet belangrijk te vinden, want zij zouden hun beslissing/donatie niet laten afhangen van extra financiële informatie. Meer dan één vierde van de steekproef zou wel kiezen voor de meest transparante organisatie, maar zou de donatie niet laten beïnvloeden. Tot slot geeft bijna 6% een tegenstrijdig antwoord op deze twee vragen: zij geven namelijk aan dat extra financiële informatie niet beïnvloedend is op de organisatiekeuze, maar dat ze wel meer zouden doneren. Dit voelt intuïtief heel tegenstrijdig aan en er wordt dan ook vermoed dat deze respondenten een verkeerd antwoord hebben ingevuld bij de variabele *KeuzeFinancieel*. De redenering hierachter is het feit dat de waarde bij *DonatieFinancieel* daadwerkelijk hoger is dan de waarde onder de variabele *Donatie*, waardoor zij echt meer willen doneren. In de vragenlijst kon logischerwijze niet worden teruggaan naar vorige vragen, waarin de verklaring kan worden gezien dat enkele respondenten tegenstrijdige antwoorden hebben gegeven.

Om meer specifiek in te gaan op het gedoneerde bedrag zal ook worden bestudeerd of er een significant verschil bestaat tussen de donaties. Een meerderheid geeft wel aan meer te willen doneren, maar een diepere analyse zal tot betere conclusies leiden. De eerste stap in dit proces is het creëren van een nieuwe variabele **VershilFinancieel**. Deze variabele wordt berekend als verschil tussen de variabelen *DonatieFinancieel* en *Donatie*. Respondenten die aangeven meer te willen doneren, zullen bijgevolg een positief getal verkrijgen voor *VershilFinancieel*. Respondenten die daarentegen niet meer wensten te doneren, zullen daarom de waarde nul verkrijgen voor deze variabele, aangezien voor hen de waardes onder *DonatieFinancieel* en *Donatie* gelijk zijn aan elkaar. Nadien zal getest worden of *VershilFinancieel* significant verschillend is van nul. De nulhypothese en alternatieve hypothese voor deze test zijn als volgt:

$$H_0: \mu_1 = 0$$

$$H_1: \mu_1 \neq 0$$

	Test waarde = 0					
	t	df	Significantie	Gemiddeld verschil	95% BI voor het verschil	
					Ondergrens	Bovengrens
VershilFinancieel	8,821	154	0,000	13,01980	10,0914	15,9482

Tabel 8: t-test invloed van financiële informatie op gedoneerde bedrag

De uitkomst van deze t-test geeft een significantie van 0,000. Dit zorgt ervoor dat de nulhypothese die de variabele *VershilFinancieel* gelijkstelt aan nul, kan worden verworpen op 95% betrouwbaarheidsniveau. Verder is er een gemiddeld verschil tussen de variabelen *DonatieFinancieel* en *Donatie* op te merken van ongeveer € 13,02. Om te kunnen concluderen hoeveel donors percentageel meer zouden willen doneren, werd in SPSS dit percentage berekend aan de hand van de volgende formule: $Percent = \frac{DonatieFinancieel - Donatie}{Donatie}$, maar dit enkel voor de respondenten die de waarde één hadden voor *HogereDonatieFinancieel*. Nadien diende enkel nog het gemiddelde te worden berekend. Het uiteindelijk verkregen percent is gelijk aan 55,21%. De respondenten die bijgevolg aangaven meer te willen doneren, vulden een bedrag in dat gemiddeld 55% hoger was dan het eerder ingevulde bedrag in de variabele *Donatie*. Uit deze analyse kan dus besloten worden dat financiële informatie een zeer belangrijke invloed heeft op het gedoneerde bedrag, want (potentiële) donors zijn bereid om maar liefst 55,21% meer te doneren in het geval financiële informatie wordt vrijgegeven, zoals de *program ratio*.

Hypothese 2 die stelt dat het toevoegen van extra financiële informatie aan de fondswervingsbrief een significant, positieve invloed heeft op het gedoneerde bedrag kan worden geaccepteerd op een betrouwbaarheidsniveau van 95%.

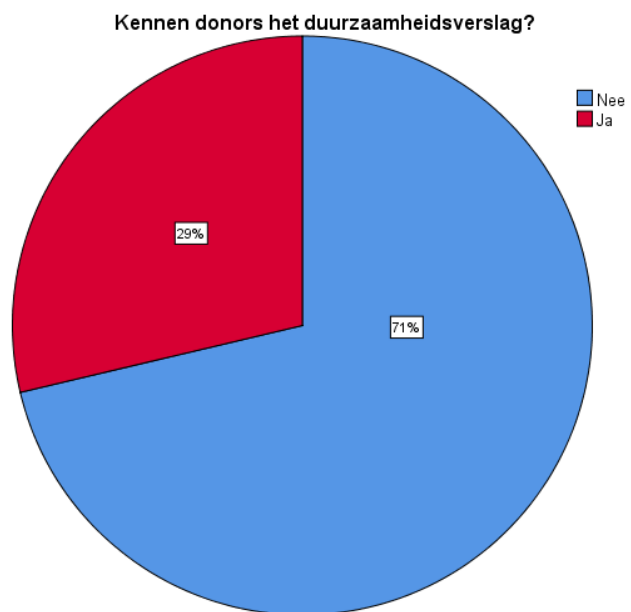
6.3 Invloed van duurzaamheidsverslag op donorgedrag

Sectie 6.3 zal een gelijkaardige analyse doen als in sectie 6.2, maar dan met betrekking tot het duurzaamheidsverslag. Eerst en vooral zal gefocust worden op de aanwezigheid van het duurzaamheidsverslag bij het fondswervingsproces. In België worden daarnaast ook awards uitgereikt om organisaties in bepaalde mate te motiveren zich bezig te houden met andere aspecten dan winst. Deze invloed zal behandeld worden in sectie 6.3.2.

6.3.1 Aanwezigheid van duurzaamheidsverslag

Tot op heden is het duurzaamheidsverslag geen verplicht element van de financiële verslaggeving, maar toch offeren meer en meer organisaties (zowel met als zonder winst oogmerk) tijd en middelen op om hun stakeholders te kunnen voorzien van meer informatie. Aangezien bij vzw's het winst oogmerk afwezig is, zou het logisch zijn dat zij meer focussen op andere aspecten zoals het milieu of diversiteit. Het duurzaamheidsverslag is daarvoor het ideale instrument om de organisatie te beoordelen op deze aspecten. Het doel van sectie 6.3.1 is te onderzoeken of (potentiële) donors het nut inzien van dit verslag en of dit daadwerkelijk invloed heeft op hun donorgedrag.

De eerste vraag die in de vragenlijst werd gesteld die betrekking had op het duurzaamheidsverslag, was of de respondenten ooit al eens van dit verslag hadden gehoord. Figuur 8 geeft de resultaten over deze vraag weer in een taartdiagram. Wat meteen opvalt, is dat meer dan 70% van de respondenten aangeeft niet te weten wat het duurzaamheidsverslag is. Deze resultaten zijn op zich zeker niet verrassend, aangezien dit verslag enkel vrijblijvend kan worden opgemaakt en dit tot op heden nog niet op grote schaal wordt gedaan. Het zijn vaak enkel de grote organisaties die voldoende middelen hebben, die hiertoe mogelijkheden



Figuur 8: Kennen de respondenten het duurzaamheidsverslag?

hebben. Daarnaast is het duurzaamheidsverslag op zich nog niet echt gekend onder die naam. Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) is bijvoorbeeld meer gekend bij de mensen, ook al behandelt dit eigenlijk dezelfde inhoudelijke aspecten. Indien de vraag zou gesteld worden omtrent MVO, zou een groter percentage met het antwoord "Ja" waarschijnlijk zijn.

Vervolgens werd aan de respondenten meer uitleg gegeven over het nut en de inhoud van het duurzaamheidsverslag en werd gevraagd of zij dergelijke informatie interessant zouden vinden om verschillende vzw's met elkaar te vergelijken. Deze informatie werd in de variabele

InteresseDuurzverslag opgeslagen. Tabel 9 geeft een kruistabel weer tussen de variabelen *InteresseDuurzverslag* en *KeuzeDuurzverslag*:

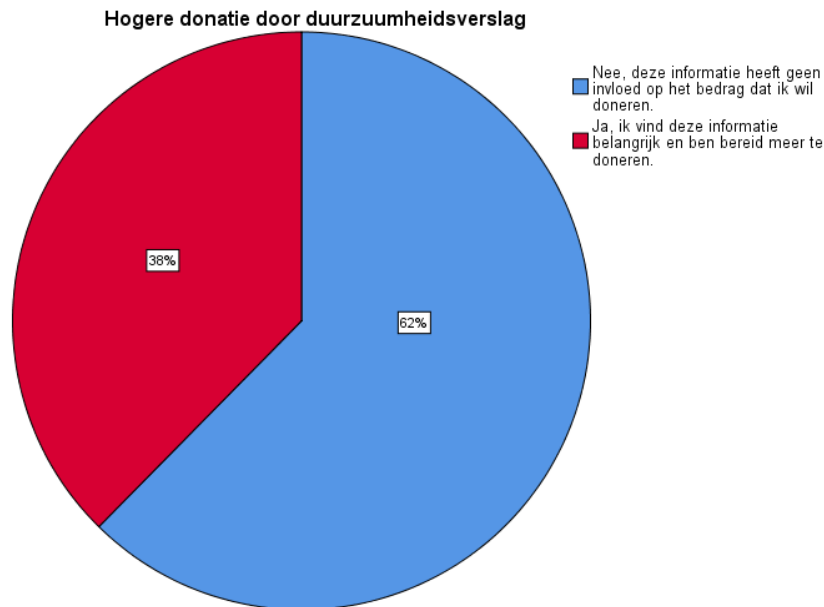
		Keuze organisatie		Totaal
		Geen invloed	Transparante vzw	
Interessant bij analyse?	Nee	13,9%	6,9%	20,8%
	Ja	12,9%	66,3%	79,2%
Totaal		26,8%	73,2%	100%

Tabel 9: Kruistabel 'InteresseDuurzverslag' en 'KeuzeDuurzverslag'

Bij het bekijken van de opsplitsing van de rijen van tabel 9 kan worden geconcludeerd dat een grote meerderheid (79,2%) aangeeft het duurzaamheidsverslag interessant te vinden om verschillende organisaties te analyseren en te vergelijken. Uit de derde en vierde kolom kan een gelijkaardige conclusie worden genomen: met betrekking tot deze vraag kiest bijna drie vierde van de respondenten voor de meest transparante organisatie indien er een onevenwicht zou bestaan met betrekking tot het verkrijgen van informatie. Een vergelijking met sectie 6.2 waar de invloed van financiële informatie werd bestudeerd, kent eenzelfde maar sterkere conclusie (84% versus 73%). Tabel 9 geeft nog een verdere uitdieping van deze twee variabelen weer. Er is namelijk 80,2% (13,9% + 66,3%) die eenduidig antwoordt op deze twee vragen. Dit aandeel van de steekproef vindt het duurzaamheidsverslag duidelijk helemaal niet of helemaal wel beïnvloedend in hun donatieproces. Een ander deel van de respondenten (12,9%) geeft aan het duurzaamheidsverslag wel een interessant document te vinden, maar de uiteindelijke beslissing over de organisatie zou hiervan niet afhangen. De overige 6,9% is moeilijker te volgen in hun redenering, want zij geven aan het duurzaamheidsverslag niet interessant genoeg te vinden om te gebruiken als analysemateriaal. Daarentegen duiden ze in de fictieve case wel aan een voorkeur te hebben voor de meest transparante organisatie.

Hypothese 3 die aangeeft dat het duurzaamheidsverslag wel degelijk beïnvloedend is op de organisatiekeuze van donors, kan met een grote meerderheid worden geaccepteerd.

De tweede factor die onder donorgedrag kan worden verstaan, is de hoogte van het gedoneerde bedrag. In de vragenlijst werden de respondenten een case voorgesteld waarin één organisatie enkel een fondswervingsbrief meegaf, een tweede organisatie gaf ook informatie mee omtrent people en planet. Bijgevolg werden de respondenten gevraagd of zij bereid waren meer te doneren aan de tweede organisatie, wetende dat de eerder ingevulde waarde onder *Donatie* zou gedoneerd worden aan de minst transparante organisatie. Op deze manier werd getest of de aanwezigheid van extra informatie invloed heeft op het gedoneerde bedrag. Deze resultaten zijn verder terug te vinden in figuur 9. In tegenstelling tot de conclusie in sectie 6.2 verkiest een meerderheid van bijna twee derde niet meer te doneren, ook al wordt transparanter gehandeld naar de stakeholders toe.



Figuur 9: Invloed van het duurzaamheidsverslag op het gedoneerde bedrag

Figuur 9 geeft wel aan dat een meerderheid van de respondenten het gedoneerde bedrag niet zou verhogen, maar er zal toch een bijkomende analyse worden gedaan om te kijken of de variabelen *DonatieDuurzverslag* en *Donatie* wel degelijk significant gelijk zijn aan elkaar. De eerste stap in dit proces is het creëren van een nieuwe variabele *VerschiIDuurzverslag*. Deze variabele wordt berekend als verschil tussen de variabelen *DonatieDuurzverslag* en *Donatie*. Respondenten die aangeven meer te willen doneren, zullen bijgevolg een positief getal verkrijgen voor *VerschiIDuurzverslag*. Respondenten die daarentegen niet meer wensten te doneren, zullen daarom de waarde nul verkrijgen voor deze variabele, aangezien voor hen de waardes onder *VerschiIDuurzverslag* en *Donatie* gelijk zijn aan elkaar. Nadien zal getest worden of *VerschiIDuurzverslag* significant verschillend is van nul. De nulhypothese en alternatieve hypothese voor deze test zijn als volgt:

$$H_0: \mu_1 = 0$$

$$H_1: \mu_1 \neq 0$$

	Test waarde = 0					
	t	df	Significantie	Gemiddeld verschil	95% BI voor het verschil	
					Ondergrens	Bovengrens
VerschiIDuurzverslag	4,511	154	0,000	8,71287	4,8807	12,5450

Tabel 10: t-test invloed van de duurzaamheidsverslag op het gedoneerde bedrag

De uitkomst van deze t-test geeft een significantie van 0,000. Dit zorgt ervoor dat de nulhypothese die de variabele *VerschiIDuurzverslag* gelijkstelt aan nul, kan worden verworpen op 95% betrouwbaarheidsniveau. Verder is er een gemiddeld verschil tussen de variabelen *VerschiIDuurzverslag* en *Donatie* op te merken van ongeveer € 8,71. Om te kunnen concluderen hoeveel donors percentageel meer zouden willen doneren, werd in SPSS dit percentage berekend aan de hand van de volgende formule: $Percent = \frac{DonatieDuurzverslag - Donatie}{Donatie}$, maar dit enkel voor de respondenten die de waarde één hadden voor *HogereDonatieDuurzverslag*. Nadien diende enkel nog

het gemiddelde te worden berekend. De uiteindelijk verkregen verhouding is gelijk aan 64,71% De respondenten die bijgevolg aangaven meer te willen doneren, vulden een bedrag in dat gemiddeld 65% hoger was dan het eerder ingevulde bedrag in de variabele *Donatie*. Uit deze analyse kan dus besloten worden dat het duurzaamheidsverslag wel degelijk een beïnvloedende factor is in het donatieproces van (potentiële) donors, want zij zijn bereid om ongeveer 65% meer te doneren in het geval informatie omtrent het duurzaamheidsverslag wordt vrijgegeven.

Hypothese 4 die stelt dat het toevoegen van het duurzaamheidsverslag geen significante invloed heeft op het gedoneerde bedrag moet worden verworpen op een betrouwbaarheidsniveau van 95%.

De conclusies met betrekking tot de verandering in percentages dienen toch met een zekere korrel zout genomen te worden. Eerst en vooral zitten in dit percentage enkel de respondenten die effectief meer wilden doneren en dit is voor het duurzaamheidsverslag een veel kleiner aandeel van de steekproef (38% versus 62%). Daarnaast tonen tabel 8 en 10 aan dat het gemiddeld verschil tussen *Donatie* en *DonatieFinancieel/DonatieDuurzverslag* een stuk groter is voor financiële informatie, wat wel te verwachten was. De uiteindelijke reden voor dit percentuele verschil, is te wijten aan de grootte van het initieel ingevulde bedrag bij de variabele *Donatie*. De volgende tabel geeft in een voorbeeld weer in welke mate het percentage een verkeerd beeld kan geven.

	Donatie	Donatie Financieel	Percentuele stijging	Donatie Duurzverslag	Percentuele stijging
1	€ 10,00	-	-	€ 30,00	200%
2	€ 50,00	€ 75,00	50%	-	-
3	€ 100,00	€ 120,00	20%	€ 120,00	20%
Gemiddelden	€ 53,33	€ 97,50	35%	€ 75,00	110%

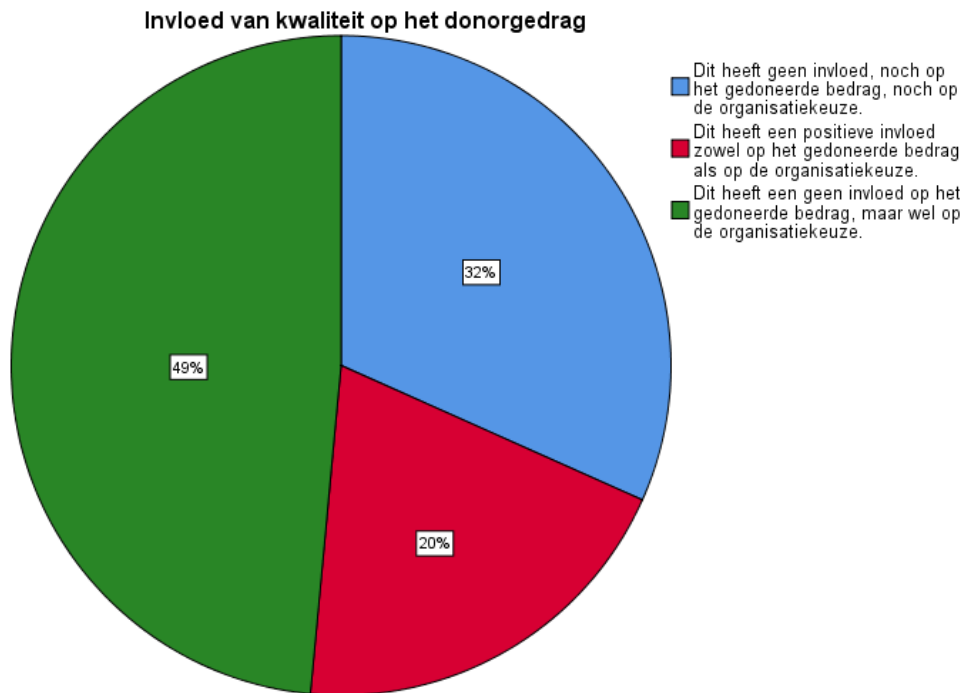
Tabel 11: Verschil in percentuele veranderingen donaties

Tabel 11 geeft weer hoe een klein initieel bedrag tot een veel groter percentueel gemiddelde zal leiden. Zo doneert respondent 1 eerst amper € 10,00, maar verhoogt de donatie voor het duurzaamheidsverslag tot € 30,00. Dit leidt tot een stijging van € 20,00, maar is wel een stijging van 200%. Respondent 2 heeft een absolute stijging van € 25,00, wat groter is dan de stijging van respondent 1. Maar door het feit dat zijn initiële donatie een stuk groter is, is de percentuele verandering vier keer zo klein. Het gevolg is dat de gemiddelde stijgingen een nogal verkeerd beeld geven, want een vzw zal liever respondent 3 aan zich binden dan respondent 1, ook al is zijn/haar stijging veel groter.

Het is tot slot belangrijk niet te hard te focussen op de percentuele veranderingen, maar eerder op de gemiddelde verschillen die terug te vinden zijn in tabellen 8 en 10. De uiteindelijke conclusie van sectie 6.3.1 mag uiteraard niet vergeten worden en is uiteindelijk wel positief. Er is een significant verschil in donaties tussen enkel de fondswervingsbrief en extra informatie uit het duurzaamheidsverslag.

6.3.2 Kwaliteit van duurzaamheidsverslag

Nadat in de vorige sectie 6.3.1 de aanwezigheid van het duurzaamheidsverslag werd getest, zal 6.3.2 nog een stapje verder gaan in die analyse. In België wordt het opstellen van dit niet-verplichte verslag aangemoedigd door het uitreiken van awards door het Instituut van de Bedrijfsrevisoren (IBR). Dit gegeven brengt een heleboel nieuwe analysemogelijkheden met zich mee, want er kan ook onderzocht worden of organisaties die een expliciete erkenning kregen van het IBR ook voordelen kunnen verkrijgen in de vorm van meer donors en/of hogere donaties.



Figuur 10: Invloed van kwaliteit duurzaamheidsverslag op donorgedrag

Figuur 10 geeft weer in welke mate elk antwoord werd vertegenwoordigd in de steekproef. Voor deze vraag werd geopteerd om hypothesen 5 en 6, die respectievelijk de organisatiekeuze en het gedoneerde bedrag behandelen, niet op te splitsen in twee aparte vragen in de enquête. In tegenstelling tot de vorige analyses werden de respondenten ook niet gevraagd om een specifiek bedrag te vermelden indien ze meer zouden willen doneren. Dit werd gedaan omwille van het feit dat deze analyse eerder als bijkomend werd gezien en zodat de respondenten niet altijd dezelfde soort vragen voorgeschoteld kregen.

Figuur 10 bestaat vervolgens uit drie delen: personen die dit niet belangrijk vinden in hun keuze (blauw), personen die dit wel belangrijk vinden en waarbij kwaliteit invloed heeft op beide elementen van het donorgedrag (rood) en personen die geen hogere donatie willen uitvoeren, maar wel kiezen voor de erkende organisatie (groen). Een vierde mogelijkheid zou zijn dat personen wel meer zouden willen doneren en dat de keuze van de organisatie niet bepalend is, maar dit is een nogal tegenstrijdend antwoord dat bijgevolg niet tussen de mogelijkheden zat. Als de grootte van de drie delen in figuur 10 worden geanalyseerd, is er een gelijkaardig patroon op te merken als in sectie

6.3.1. Amper 20% van de respondenten is bereid meer te doneren, ten opzichte van 80% die zich hierdoor niet laat beïnvloeden. Daarbovenop kiest bijna 70% (49%+20%) wel voor de organisatie die een erkenning kreeg voor haar duurzaamheidsverslag (dit percentage komt uit het rode en groene stuk), wat in die mate wel voordelen kan opleveren voor de erkende organisatie. Het merendeel van de respondenten (ongeveer de helft) is bijgevolg van mening die award te aanzien als een zeer kwalitatieve waardemeter, aangezien die ook wordt uitgereikt door een gekende instantie (IBR), maar dat zij hun initiële donatie hiervoor niet zouden verhogen. Dit patroon was ook op te merken in het gedeelte rond invloed van de aanwezigheid van het duurzaamheidsverslag waar de meerderheid van de respondenten niet zouden kiezen voor een verhoogde donatie.

Hypothese 5 die zegt dat de kwaliteit van het duurzaamheidsverslag beïnvloedend is op de organisatiekeuze kan worden geaccepteerd.

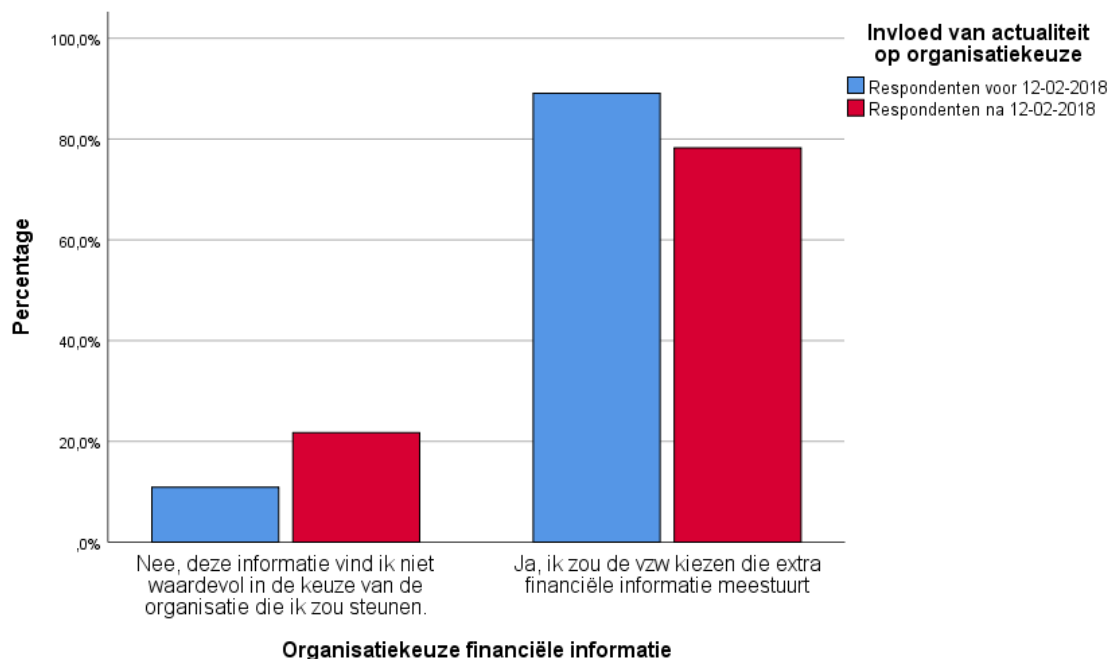
Hypothese 6 die zegt dat de kwaliteit van het duurzaamheidsverslag niet beïnvloedend is op het gedoneerde gedrag kan worden geaccepteerd.

6.4 Invloed van actualiteit

De laatste analyse van het empirische gedeelte focust zich meer op de actualiteit die zich afspeelde tijdens het verspreiden van de vragenlijsten. In die periode kwam het schandaal rond Oxfam namelijk naar buiten, waar de publieke opinie toch nogal minachtend tegenover reageerde. In deze sectie zal vervolgens geanalyseerd worden of de actualiteit invloed had op de keuzes die de respondenten maakten. Er wordt meer specifiek gekeken of respondenten anders reageerden binnen het aspect van financiële informatie, aangezien dat het meest van toepassing is op de actualiteit. Hiervoor werd een nieuwe variabele aangemaakt *PostOxfam* die de gehele steekproef opdeelt in twee aparte groepen: respondenten die de vragenlijsten voor 12-02-2018 instuurden (84 in totaal) en respondenten die de vragenlijsten startten na 12-02-2018 (71 in totaal).

Eerst en vooral werd de organisatiekeuze bestudeerd tussen de twee deelgroepen. Figuur 11 geeft de resultaten weer in staafdiagram. Over het algemeen zijn de keuzes van de respondenten voor en na het uitkomen van het Oxfam-schandaal redelijk gelijkaardig. Wat wel op te merken is, is het feit dat een lager percentage van de respondenten die de vragenlijst na 12-02-2018 hebben ingevuld, kiezen voor de meest transparante organisatie. Deze resultaten waren niet echt te verwachten voor aanvang van de analyse, maar kunnen wel verklaard worden aan de hand van enkele elementen. Eerst en vooral werd financiële informatie al zeer belangrijk geacht in het donatieproces bij de eerste groep van respondenten. Ongeveer 90% van deze groep gaf toen al aan deze informatie beïnvloedend te vinden in de organisatiekeuze. Hierdoor is het uitermate moeilijk om dit percentage te evenaren of zelfs te verbeteren door de tweede groep. Daarnaast zijn mensen misschien ook meer minachtend komen te staan tegenover bepaalde organisaties, omdat ze niet meer 100% willen/kunnen geloven dat de informatie die zij verkrijgen ook daadwerkelijk correct is. Zo wil een

donor enkel dat zijn/haar donatie zo efficiënt en effectief mogelijk aan het beoogde doel wordt gespendeerd, ook al is dat zeker niet altijd het geval.



Figuur 11: Invloed van actualiteit op de organisatiekeuze

Als tweede werd gekeken naar de hoogte van de donatie die de twee verschillende groepen gaven. Er wordt bestudeerd of er tussen deze twee groepen een significant verschil bestaat in wijziging van de donaties. Aangezien in sectie 6.2 al een nieuwe variabele werd aangemaakt die het verschil in donatie weergaf indien extra financiële informatie werd meegegeven, kan deze variabele hier opnieuw worden gebruikt. Het doel van deze test is nagaan of er een verschil is in een metrische variabele *VershilFinancieel* tussen twee verschillende groepen. Deze test werd uitgevoerd aan de hand van de Levene's test. Tabel 12 geeft de resultaten van deze test weer.

H_0 : Gelijke gemiddelden voor twee groepen

H_1 : Geen gelijke gemiddelden voor twee groepen

Vershil in donatie tussen twee deelgroepen					
		Levene's test gelijkheid varianties		t-test gelijkheid gemiddelden	
		F	Sig.	t	Sig. (2 tailed)
VershilFinancieel	Gelijke varianties	0,108	0,744	0,668	0,506
	Niet gelijke varianties	-	-	0,672	0,503

Tabel 12: Invloed van actualiteit op het gedoneerde bedrag

Eerst en vooral is het in deze tabel belangrijk te kijken naar de Levene's test van gelijke varianties. De waarde van 0,744 overschrijdt ruim 0,05 waardoor de hypothese van een verschil in variantie niet kan worden aangenomen. Voor de verdere analyse dient dus gekeken te worden naar de significantiewaarde in de rij van gelijke varianties. Ook dit getal (0,506) overschrijdt ruim de kritische waarde waardoor opnieuw niet kan worden aangenomen dat er een significant verschil qua invloed van financiële informatie is tussen respondenten die de vragenlijst voor en na 12-02-2018 hebben ingevuld.

Hoofdstuk 7: Algemene conclusie

Het laatste hoofdstuk van deze masterproef zal een algemene conclusie formuleren over het onderzoek. Deze conclusies zullen worden besproken in sectie 7.1. Sectie 7.2 bespreekt ten slotte de beperkingen van de gedane studie en zal ook enkele aanbevelingen formuleren voor eventueel verder onderzoek.

7.1 Conclusies

Het doel van deze masterproef was om te onderzoeken of donors van non-profit organisaties (meer specifiek van liefdadigheidsinstellingen) dezelfde behoefte aan transparantie hebben als investeerders van commerciële vennootschappen. Om deze analyse te kunnen uitvoeren, werd een online vragenlijst opgesteld om de mening van (potentiële) donors hierover te verkrijgen. Aan de hand van de deelvragen kon er meer gedetailleerd worden ingegaan op verschillende aspecten, zoals het duurzaamheidsverslag.

De analyse van de steekproef toonde aan dat er niet altijd een perfecte representatie was van de populatie, maar dat de verschillen grotendeels konden worden verklaard. Op basis van de interessegebieden is de steekproef wel zeer representatief. Vlamingen blijken vooral geïnteresseerd te zijn in goede doelen omtrent ziektebestrijding, waarschijnlijk omdat zo goed als iedereen wel eens in aanraking komt met iemand die erg ziek is. De respondenten zouden ook eerder armoede in de wereld steunen dan armoede in Vlaanderen. De reden hiervoor is misschien dat veel mensen de perceptie hebben dat armoede ergens anders erger is dan in Vlaanderen, terwijl dat uiteraard niet altijd het geval is.

Over de gehele steekproef doneerden de respondenten gemiddeld € 56,00 per persoon. In vergelijking met de realiteit (€ 165,00) is dit een groot verschil, maar dit is vooral te wijten aan de jonge steekproef die waarschijnlijk geen tot een zeer laag inkomen hebben. Daarnaast hebben de respondenten misschien geen weet van de fiscale aftrekbaarheid van een gedeelte van hun donatie, terwijl dit in de realiteit wel wordt vermeld (J. Devroey, Supporters Service Officer WWF, 09 mei 2018).

Met betrekking tot de invloed van financiële informatie op het donorgedrag waren de resultaten in lijn met de gemaakte hypothesen. Eerst en vooral zal een potentiële donor kiezen voor de organisatie die extra transparant is (84% van de gevallen). Daarnaast is deze donor ook sneller geneigd om meer te doneren (62% van de gevallen). De respondenten die aangaven meer te willen doneren, vulden een bedrag in dat 55% hoger was in vergelijking met de fondswervingsbrief alleen.

Bijna drie kwart van de respondenten had nog nooit gehoord over het duurzaamheidsverslag. De kans bestaat zeker dat sommige respondenten het verslag eerder kennen als MVO-verslaggeving en niet specifiek onder de naam duurzaamheidsverslag. Een grote meerderheid van bijna 80% denkt

het duurzaamheidsverslag interessant te vinden bij de analyse van non-profit organisaties. Nadien werd de invloed van dit verslag op het donorgedrag op dezelfde manier getest als de invloed van financiële informatie. Opnieuw zou bijna drie kwart van de respondenten kiezen voor de meest transparante organisatie. Met betrekking tot een eventuele hogere donatie, kwam een andere conclusie naar boven dan in de hypothese beschreven. Meer dan de helft gaf aan niet meer te willen doneren, maar een bijkomende analyse toonde aan dat er wel een significant verschil was in de hoogte van de donatie. In het geval van het duurzaamheidsverslag waren de respondenten bereid om zelfs 65% meer te doneren dan bij de fondswervingsbrief alleen. Zoals eerder vermeld in de empirische resultaten dient deze ratio met een korrel zout te worden genomen. Het aantal respondenten dat verkiest om meer te doneren is veel lager en een percentuele stijging houdt geen rekening met het beginbedrag (tabel 11). Een organisatie is logischerwijze meer geïnteresseerd in een stijging die in absolute termen groter is dan een grotere relatieve stijging.

De awards voor duurzaamheidsverslagen, die kunnen dienen als maatstaf voor kwaliteit, was het volgende analyseobject. Opnieuw waren de resultaten in lijn met de verwachtingen, aangezien de respondenten transparantie bepalend vinden in de keuze van de organisatie, maar niet noodzakelijk in het gedoneerde bedrag.

Tot slot werd nog een bijkomende analyse gedaan omtrent de invloed van actualiteit op het donorgedrag. De Levene's test geeft aan dat er geen significant verschil is tussen de respondenten voor en na het Oxfam-schandaal. Een grote meerderheid van de respondenten (90%) die de vragenlijst instuurden voor het uitkomen van dit schandaal, kozen voor de meest transparante organisatie. Het is daarom extra moeilijk om nog een significant verschil te vinden als de eerste groep transparantie al zo belangrijk vindt.

De resultaten van het empirisch gedeelte lijken misschien wat vertekend doordat enkel de donors werden ondervraagd. Om deze reden werd ook de andere kant van het verhaal bevraagd, met name de non-profit organisaties. Drie organisaties (WWF, Greenpeace en Rikolto) hebben mij meer informatie hierover gegeven. Ze zijn het er alle drie over eens dat transparantie op dit moment het belangrijkste element is om een organisatie wel/niet te steunen, ongeacht de leeftijd. Jongeren vinden transparantie minstens even belangrijk, maar zullen in vergelijking met oudere donors wel minder doneren (M. Van Roosbroeck, Head of Engagement Greenpeace, 26 april 2018). Wat WWF momenteel meer en meer doet is het proactief delen van financiële informatie om donors overtuigd te houden. Het is volgens hen niet meer voldoende om dergelijke cijfers enkel online te publiceren, al is dat vandaag de dag wel een onderdeel van het fondswervingsproces.

De uiteindelijke conclusie van deze masterproef is dat transparantie alleen maar belangrijker wordt en dat non-profit organisaties dit dienen mee te nemen tijdens hun fondswervingsproces. Organisaties zoals WWF hebben ondervonden dat het proactief delen van financiële informatie een belangrijk voordeel kan geven om donors te overtuigen om te doneren.

7.2 Beperkingen en aanbevelingen voor verder onderzoek

Een eerste beperking heeft te maken met de selectie van de steekproef. Eerst en vooral is er een grote meerderheid van jongeren (jonger dan 25 jaar) en geeft de steekproef niet echt een realistisch beeld van de populatie qua leeftijdsgroepen. Jongeren zijn immers niet de groep die het snelst zullen doneren, omwille van een laag/geen inkomen. Dit heeft logischerwijze een bepalende invloed op de hoogte van het gedoneerde bedrag, dat lager zal uitvallen door het aandeel van de jongeren in de steekproef.

Daarnaast werd in het empirisch gedeelte geopteerd voor een fictieve case, waarbij respondenten moesten aangeven hoeveel zij bereid waren te doneren aan een fictieve organisatie. Door het feit dat de respondenten geen daadwerkelijke stortingen moesten doen, bestaat de mogelijkheid dat zij zichzelf gaan overschatten en meer gaan invullen dan dat ze werkelijk zouden doen. Er kan zeker ook een overschatting van het gedoneerde bedrag zijn door het feit dat een deel van de respondenten de afnemer persoonlijk kent, waardoor zij meer gaan invullen dan voor een werkelijke organisatie. Daarentegen werd in de vragenlijst niet vermeld dat donaties vanaf een bepaald bedrag (€ 40,00) voor een gedeelte (45%) fiscaal aftrekbaar zijn. Indien de respondenten dit wisten, zijn zij waarschijnlijk sneller geneigd om een donatie boven dit drempelbedrag te doen. Het is voor de betrokken organisatie uiteraard positief en de donor zal er ook niet financieel slechter van worden.

Er werd ook gekozen om een specifiek element van zowel de financiële verslaggeving als het duurzaamheidsverslag te vermelden in de case. *Program ratio* is voor donors waarschijnlijk de belangrijkste indicator qua financiële informatie, maar voor het duurzaamheidsverslag is dit minder eenduidig. Indien een organisatie dergelijke, niet financiële informatie proactief wil delen met haar (potentiële) donors, zal zij waarschijnlijk het gehele duurzaamheidsverslag meesturen. Hierdoor heeft de donor een beter beeld over de gehele invloed van de organisatie op haar omgeving en kan die donor zelf uitmaken welke aspecten hij/zij belangrijk vindt. Voor deze vragenlijst was het meesturen van het volledige duurzaamheidsverslag niet mogelijk, enkel en alleen door het feit dat dat te veel tijd in beslag zou nemen voor de respondenten om alle informatie door te nemen.

Tot slot konden de respondenten in de vragenlijst elk natuurlijk getal invullen dat ze wilden, waardoor een erg grote variantie was tussen verschillende personen. Sommige personen wilden initieel € 10,00 doneren, maar verhoogden dat bedrag tot € 20,00 in het geval de *program ratio* werd meegedeeld. Anderen gaven aan om initieel € 100,00 te doneren en verhoogden dat bedrag tot € 125,00 bij een eerste manipulatie. Op die manier is het moeilijk om verschillende personen te vergelijken op basis van absolute of relatieve verschillen qua donaties. Een mogelijke oplossing voor verder onderzoek is het toekennen van een vast budget (bijvoorbeeld € 100,00 op jaarbasis) aan elke respondent. Vervolgens kan dan gevraagd worden om dat bedrag te alloceren aan verschillende organisaties die elk andere informatie meegeven aan de respondent. Die organisaties dienen evenwel hetzelfde doel te beogen om verschillen in interessegebieden te vermijden. Op die manier kan gemakkelijker geanalyseerd worden in welke mate een respondent financiële informatie of het duurzaamheidsverslag belangrijk vindt in hun beslissingsproces.

Lijst van geraadpleegde werken

- Abrams, B., & Schmitz, M. (1984). The crowding-out effect of governmental transfers on private charitable contributions: crosssection evidence. *National Tax Journal*, 37, 563-568.
- Anheier, H. K., Hass, R., & Beller, A. (2013). Symposium-Accountability and Transparency in the German Nonprofit Sector: A Paradox? *International Review of Public Administration*, 18(3), 69-84.
- Bennett, R. (2003). Factors underlying the inclination to donate to particular types of charity. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1), 12-29. doi:10.1002/nvsm.198
- Bolton, E. B., & Guest-Jelley, A. (2012). *Working with Nonprofit Organizations in Community Settings: Governance, Accountability and Transparency*. University of Florida.
- Bové, L. (2017). Vzw's moeten prijsgeven wie hen geld geeft. Retrieved from <http://www.tijd.be/politiek-economie/belgie-federaal/Vzw-s-moeten-prijsgeven-wie-hen-geld-geeft/9887483>
- Brooks, A. (2000). Public subsidies and charitable giving: crowing out, crowding in, or both? *Journal of Policy Analysis and Management*, 19, 451-464.
- Brown, A. (2000). *Wealth, taxes, and the new philanthropists*. Retrieved from Los Angeles, California: The Center on Philanthropy and Public Policy:
- Buchheit, S., & Parsons, L. M. (2006). An experimental investigation of accounting information's influence on the individual giving process. *Journal of Accounting and Public Policy*, 25(6), 666-686. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2006.09.002>
- Callen, J. L. (1994). Money donations, volunteering and organizational efficiency. *The Journal of Productivity Analysis*, 5, 215-228.
- De Decker, M. (2017). Het aantal singles in België blijft toenemen. Retrieved from http://www.standaard.be/cnt/dmf20170306_02766296
- Decré, H. (2017). Regeling in de maak om financiering boven bepaald bedrag aan vzw's in kaart te brengen. Retrieved from <http://deredactie.be/cm/vrtnieuws/binnenland/1.2963295>
- Dokko, J. (2005). *Does the NEA crowd out private charitable contributions to the arts?* (Ph.D. dissertation), University of Michigan.
- Ebrahim, A. (2010). *The Many Faces of Nonprofit Accountability*. (Working paper no. 10-069) Ernst & Young. (2013). *The Value of Sustainability Reporting*. London.
- Federale Overheidsdienst Financiën. Giften. Retrieved from <https://financien.belgium.be/nl/particulieren/belastingvoordelen/giften>
- Fernandez-Feijoo, B., Romero, S., & Ruiz, S. (2014). Effect of Stakeholders' Pressure on Transparency of Sustainability Reports within the GRI Framework. *Journal of Business Ethics*, 122(1), 53-63. doi:10.1007/s10551-013-1748-5
- Floridi, L. (2013). Information Quality. *Philosophy & Technology*, 26(1), 1-6. doi:10.1007/s13347-013-0101-3
- Froelich, K. A. (1999). Diversification of revenue strategies: Evolving resource dependence in nonprofit organizations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 28, 246-267.
- Gazzola, P., Ratti, M., & Amelio, S. (2017). CSR and Sustainability Report for Nonprofit Organizations. An Italian Best Practice. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 5(3), 355-376. doi:<http://dx.doi.org/10.25019/MDKE/5.3.03>
- Gittell, R., & Edinaldo, T. (2006). Charitable giving: Factors influencing giving in US States. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 35(4), 721-736.
- Glassman, D. M., & Spahn, K. (2012). Performance Measurement for Nonprofits. *Journal of Applied Corporate Finance*, 24(2), 72-77. doi:10.1111/j.1745-6622.2012.00381.x
- Global reporting. (2006). GRI-richtlijnen voor duurzaamheidsrapportage. Retrieved from <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Dutch-G3-Reporting-Guidelines.pdf>

- Gordon, T. P., Knock, C. L., & Neely, D. G. (2009). The role of rating agencies in the market for charitable contributions: An empirical test. *Journal of Accounting and Public Policy*, 28(6), 469-484. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2009.08.001>
- Governmental Accounting Standards Board. (2017). Basic Facts about Service Efforts and Accomplishments Reporting. Retrieved from <http://gasb.org/cs/BlobServer?blobkey=id&blobwhere=1175821106852&blobheader=application%2Fpdf&blobcol=urldata&blobtable=MungoBlobs>
- Greene, P., & McClelland, R. (2001). Taxes and charitable giving. *National Tax Journal*, 54(3), 433-453.
- Greenfield, J. M. (1996). *Fund-raising cost effectiveness: A self assessment workbook*. New York: Wiley.
- Grønbjerg, K. A. (1991). How nonprofit human service organizations manage their funding sources: Key findings and policy implications. *Nonprofit Management & Leadership*, 2, 159-175.
- Grønbjerg, K. A. (1993). Understanding nonprofit funding: managing revenues in social services and community development organizations.
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (Sevnth edition ed.). Essex: Pearson Education Limited.
- Hansmann, H. B. (1980). The role of nonprofit enterprise. *The Yale Law Journal*, 89(5), 835-901.
- Havens, J., & Schervish, P. (1999). *Millionaires and the millennium: New estimates of the forthcoming wealth transfer and the prospects for a golden age of philanthropy*. Retrieved from Boston, Massachusetts: Boston College's Social Welfare Research Institute:
- Higgins, J. W., & Lauzon, L. (2002). Finding the funds in fun runs: Exploring physical activity events as fundraising tools in the nonprofit sector *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(4), 363-377.
- Hladká, M., & Hyánek, V. (2015). Motives for Donating: What Inspires Our Decisions to Make a Donation to Non-profit Organisations?1. *Review of Economic Perspectives*, 15(4), 357-382. doi:<http://dx.doi.org/10.1515/revecp-2015-0026>
- Hood, R. D., Martin, S. A., & Osberg, L. S. (1977). Economic determinants of individual charitable donations in Canada. *Canadian Journal of Economics*, 10(4), 653.
- Hyndman, N. (1991). Contributions to charities - a comparison of their information needs and the perceptions of such by the providers of information. *Financial Accountability and Management*, 7(2), 69-82.
- Instituut van de Bedrijfsrevisoren. (2016). Awards for the best Belgian sustainability reports. Retrieved from http://www.sustainabilityreports.be/sites/default/files/documents/2016/06.12.2016_slides_awards_2016_logo_ok.pdf
- Instituut van de Bedrijfsrevisoren. (2017). Nieuwe formule voor Awards for Best Belgian Sustainability Reports. Retrieved from https://www.ibr-ire.be/nl/het_instituut/actualiteit/ibr_nieuws/Pages/nieuwe-formule-voor-awards-for-best-belgian-sustainability-reports.aspx
- Instituut van de Bedrijfsrevisoren. (2018). Sustainability reports. Retrieved from <http://www.sustainabilityreports.be/awards>
- Jones, K. R., & Mucha, L. (2014). Sustainability Assessment and Reporting for Nonprofit Organizations: Accountability "for the Public Good". *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 25(6), 1465-1482. doi:10.1007/s11266-013-9399-9
- Kelly, K. S. (2001). Stewardship: The fifth step in the public relations process. *Handbook of public relations*, 279-290. Retrieved from
- Khumawala, & Gordon. (1997). Bridging the credibility of GAAP: Individual donors and the new accounting standards for nonprofit organizations. *Accounting Horizons*, 11(3), 45-68.

- Khumawala, & Gordon. (1999). The demand for nonprofit financial statements: A model for individual giving. *Journal of Accounting Literature*, 18, 31-56.
- Kingma, B. (1989). An accurate measure of the crowd-out effect, income effect, and price effect for charitable contributions. *Journal of Political Economy*, 97, 1197-1207.
- Kitchen, H. (1992). Determinants of charitable donations in Canada: a comparison over time. *Applied Economics*, 24(7), 709-713.
- Krishnan, R., Yetman, M. H., & Yetman, R. J. (2004). *Financial Disclosure Management by Nonprofit Organizations*. University of California, Davis
- Lammam, C., & Gabler, N. (2012, Mar/Apr 2012). Determinants of charitable giving: A review of the literature. *Fraser Forum*, 12-15,14.
- Ling, Q., & Neely, D. G. (2013). Charitable Ratings and Financial Reporting Quality: Evidence from the Human Service Sector. *Journal of public budgeting, accounting & financial management*, 25(1), 69-90.
- Lohmann, R. (1992). *The Commons: New Perspectives on Nonprofit Organizations and Voluntary Action*. New York.: Jossey-Bass.
- Manetti, G., & Toccafondi, S. (2014). Defining the Content of Sustainability Reports in Nonprofit Organizations: Do Stakeholders Really Matter? *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 26(1), 35-61. doi:10.1080/10495142.2013.857498
- Mann, H. H. (2006). EXPLORING THE MOTIVATION FACTORS OF CHARITABLE GIVING AND THEIR VALUE STRUCTURE: A CASE STUDY OF SEOUL, KOREA. *Social Behavior and Personality*, 34(6), 661-680.
- Merchant, A., Ford, J. B., & Sargeant, A. (2010). 'Don't forget to say thank you': The effect of an acknowledgement on donor relationships. *Journal of Marketing Management*, 26(7-8), 593-611. doi:10.1080/02672571003780064
- Mesch, D. J. (2010). Women give: New research about women and giving. Retrieved from https://scholarworks.iupui.edu/bitstream/handle/1805/6337/women_give_2010_report.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- MVO Vlaanderen. (2012). GRI- Richtlijnen voor duurzaamheidsverslaggeving. Retrieved from <https://www.mvovlaanderen.be/gri-richtlijnen-voor-duurzaamheidsverslaggeving>
- National Statistical Service. (2017). Sample size calculator. Retrieved from <http://www.nss.gov.au/nss/home.nsf/pages/Sample+size+calculator>
- Nationale Bank van België & de Koning Boudewijnstichting. (2013). Het economische gewicht van instellingen zonder winstoogmerk in België. Retrieved from <https://www.nbb.be/doc/dq/n/dq3/histo/nnsb13.pdf>
- Nudd, S. P. (1991). Thinking strategically about information. *Achieving excellence in fundraising*, 349-365. Retrieved from
- Ostrower, F. (1997). *Why the Wealthy Give : The Culture of Elite Philanthropy*. Princeton, UNITED STATES: Princeton University Press.
- Parsons, L. M. (2003). IS ACCOUNTING INFORMATION FROM NONPROFIT ORGANIZATIONS USEFUL TO DONORS? A REVIEW OF CHARITABLE GIVING AND VALUE-RELEVANCE. *Journal of Accounting Literature*, 22, 104-129.
- Parsons, L. M. (2007). The Impact of Financial Information and Voluntary Disclosures on Contributions to Not-For-Profit Organizations. *Behavioral Research in Accounting*, 19, 179-196.
- Patrizia, G., & Massimo, R. (2014). TRANSPARENCY IN ITALIAN NON PROFIT ORGANIZATIONS. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 23(1), 125-135.
- Payne, A. A. (1998). Does the government crowd-out private donations? New evidence from a sample of non-profit firms. *Journal of Public Economics*, 69(3), 323-345. doi:[http://doi.org/10.1016/S0047-2727\(98\)00005-X](http://doi.org/10.1016/S0047-2727(98)00005-X)
- Racquet, E. (2017). Belg steeds vrijgeviger voor goede doelen. Retrieved from <https://www.tijd.be/netto/budget/Belg-steeds-vrijgeviger-voor-goede-doelen/9886629>
- Reed, D. (1998). Giving is receiving. *Precision Marketing*, 17-18.

- Roberts, A. A., Smith, P., & Taranto, K. (2006). *Evaluating charitable spending: Marginal versus average performance measures*. University of Texas
- Roca, L. C., & Searcy, C. (2012). An analysis of indicators disclosed in corporate sustainability reports. *Journal of Cleaner Production*, 20(1), 103-118.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.08.002>
- Sargeant, A. (2014). A retrospective - Charitable giving: Towards a model of donor behaviour. *Social Business*, 4(4), 293-303. doi:10.1362/204440814X14185703122847
- Schuyt, T. N. M., Gouwenberg, G. M., & Bekkers, R. H. F. (2009). *Geven in Nederland: Reed Business B.V.*
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research methods for business: A skill building approach* (6th ed. ed.): Wiley.
- Shang, J. (2014). Social Networks and Giving. Retrieved from <http://www.philanthropy.iupui.edu/events/event/wimps-workshop-social-networks-and-giving>
- Smith, T. M. (2007). The impact of government funding on private contributions to nonprofit performing arts organizations. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 78(1), 137-160. doi:10.1111/j.1467-8292.2007.00329.x
- Statbel. (2017). Bevolking naar leeftijd. Retrieved from <https://bestat.economie.fgov.be/bestat/crosstable.xhtml?view=1265590a-13b9-48bc-82c9-6bdf2f8e6e53>
- Stubbs, W., Higgins, C., & Milne, M. (2013). Why Do Companies Not Produce Sustainability Reports? *Business Strategy and the Environment*, 22(7), 456-470. doi:10.1002/bse.1756
- Tinkelman. (2006). The Decision-Usefulness of Nonprofit Fundraising Ratios: Some Contrary Evidence. *Journal of Accounting and Public Policy*, 21(4), 441-462.
- Tinkelman, D. (1998). Differences in Sensitivity of Financial Statement Users to Joint Cost Allocations: The Case of Nonprofit Organizations. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 13(4), 377-393.
- Trussel, J. M., & Parsons, L. M. (2007). Financial Reporting Factors Affecting Donations to Charitable Organizations. *Advances in Accounting*, 23, 263-285. doi:[http://dx.doi.org/10.1016/S0882-6110\(07\)23010-X](http://dx.doi.org/10.1016/S0882-6110(07)23010-X)
- Tuckman, H. P., & Chang, C. F. (1991). A methodology for measuring the financial vulnerability of charitable nonprofit organizations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 20(4), 445-460.
- Unicredit Foundation. (2012). Ricerca sul valore economico del Terzo Settore in Italia. Retrieved from <http://www.forumterzosettore.it/multimedia/allegati/Ricerca.pdf>
- Van der Westen, H. (2006). *Praktijkboek sponsoring en fondsenwerving voor non-profit organisaties*: Zutphen: Walburg Pers.
- Verstegen, M. C. G. (2007). *Fondsenverwerving*: Tekst en Uitleg BV.
- Vlaamse studie- en documentatiecentrum voor vzw's. (2017). VZW en boekhouding. Retrieved from https://www.vsdc-fb.be/NL/Algemeen/VZW_en_boekhouding-16
- VRT News. (2018). Oxfam schandaal. Retrieved from <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/dossiers/2018/02/oxfam-schandaal/>
- Wang, R. Y., Pierce, E. M., Madnick, S., Fisher, C. W., Zwass, V., & Fisher, C. W. (2014). *Information Quality*. Armonk, UNKNOWN: Taylor and Francis.
- Webber, D. (2004). Understanding charity fundraising events. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 9(2), 122-134. doi:10.1002/nvsm.239
- Weisbrod, B. A., & Dominguez, N. D. (1986). Demand for collective goods in private nonprofit markets: Can fundraising expenditures help overcome free-rider behavior? *Journal of Public Economics*, 30, 83-96.
- Wymer, W. (1997). Segmenting volunteers using values, self-esteem, empathy, and facilitation as determinant variables. *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing*, 5(2), 3-28.
- Ye, N., Teng, L., Yu, Y., & Wang, Y. (2015). "What's in it for me?": The effect of donation outcomes on donation behavior. *Journal of Business Research*, 68(3), 480-486. doi:<http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.09.015>

Ziemek, S. (2003). *The economics of volunteer labor supply: an application to countries of a different development level*: New York: Peter Lang.

BIJLAGE B: GENORMALISEERD MINIMAAL SCHEMA VAN DE STAAT VAN DE ONTVANGSTEN EN UITGAVEN

UITGAVEN	BEDRAG	ONTVANGSTEN	BEDRAG
Goederen en diensten		Lidgeld	
Bezoldigingen		Schenken en legaten	
Diensten en diverse goederen		Subsidies	
Andere uitgaven		Andere ontvangsten	
Totaal uitgaven	0	Totaal ontvangsten	0

BIJLAGE C: INVENTARIS VAN ACTIVA, RECHTEN, SCHULDEN EN VERBINTENISSEN

1. SAMENVATTING VAN DE WAARDERINGSREGELS (art. 6)

--

2. AANPASSING VAN DE WAARDERINGSREGELS (art. 7)

--

3. BIJKOMENDE INLICHTINGEN (art. 11)

--

BIJLAGE C: INVENTARIS VAN ACTIVA, RECHTEN, SCHULDEN EN VERBINTENISSEN

4. GENORMALISEERD MINIMAAL SCHEMA VAN DE STAAT VAN HET VERMOGEN (art. 14)			
BEZITTINGEN	BEDRAG	SCHULDEN	BEDRAG
Onroerende goederen (terreinen, ...) - behorend tot de vereniging in volle eigendom - andere		Financiële schulden	
Machines - behorend tot de vereniging in volle eigendom - andere		Schulden ten aanzien van leveranciers	
Roerende goederen en rollend materiaal - behorend tot de vereniging in volle eigendom - andere		Schulden ten aanzien van leden	
Stocks		Fiscale, salariële en sociale schulden	
Schuldvorderingen			
Geldbeleggingen			
Liquiditeiten			
Andere activa		Andere schulden	

RECHTEN	BEDRAG	VERPLICHTINGEN	BEDRAG
Beloofde subsidies		Hypotheken en hypotheekbeloften	
Beloofde schenkingen		Gegeven waarborgen	
Andere rechten		Andere verbintenissen	

BIJLAGE C: INVENTARIS VAN ACTIVA, RECHTEN, SCHULDEN EN VERBINTENISSEN

5. BELANGRIJKE RECHTEN EN VERPLICHTINGEN DIE NIET IN CIJFERS KUNNEN WORDEN WEERGEGEVEN (art. 14)

--

BIJLAGE D: BLANCO VERSIE VRAGENLIJST

Beste

Ik ben Michiel, master student handelsingenieur aan de Universiteit Hasselt. In het kader van mijn masterthesis heb ik voor het voltooien van mijn praktijkstudie uw mening nodig. Frequent worden we wel eens benaderd om aan één of ander doel te schenken, denk maar aan de acties van 11.11.11, het Rode kruis of Damiaanactie. Via mijn masterproef wil ik het gedrag van donoren beter begrijpen. Om de nodige data te kunnen verkrijgen, zou ik u willen vragen volgende vragenlijst in te vullen. Om de vragenlijst te kunnen voltooien is het niet noodzakelijk dat u al eens een donatie hebt gedaan, u dient alleen ouder te zijn dan 18 jaar.

De vragenlijst is anoniem, zal vertrouwelijk verwerkt worden en is wetenschappelijk van aard. De volledige enquête zal tussen de **8 en 10 minuten** in beslag nemen. Het is wel belangrijk dat u uw tijd neemt om de vragen te beantwoorden en ervoor te zorgen dat u alles eerlijk invult.

Indien u verder gaat, bevestigt u akkoord te gaan met uw vrijwillige deelname aan dit onderzoek.

Voor verdere vragen mag u altijd contact opnemen via michiel.vanduren@student.uhasselt.be

Alvast bedankt voor uw medewerking!

Michiel Vanduren

Q1 Wat is uw geslacht?

- Man (1)
 - Vrouw (2)
-

Q2 Tot welke leeftijdscategorie behoort u?

- Jonger dan 18 jaar (1)
- 18-25 jaar (2)
- 26-35 jaar (3)
- 36-45 jaar (4)
- 46-55 jaar (5)
- 56-65 jaar (6)
- Ouder dan 65 jaar (7)

Skip To: End of Survey If Tot welke leeftijdscategorie behoort u? = Jonger dan 18 jaar

Q3 Wat is uw huidige gezinssituatie?

- Alleenstaand (1)
 - Samenwonend/gehuwd (2)
-

Q4 Hebt u ooit al eens geld gedoneerd aan een goed doel zonder dat u hiervoor iets terugkrijgt?
Het kopen van kerstkaarten, wafels of iets dergelijks wordt dus NIET gezien als een donatie.

- Ja (1)
- Nee (2)

Q5 Indien u een donatie zou doen aan een organisatie, in welk van onderstaande doelen zou u het meest geïnteresseerd zijn?

- Dierenwelzijn: WWF (1)
- Natuur en milieu: Greenpeace (2)
- Ontwikkelingshulp: SOS Kinderdorpen (3)
- Ziektes: Kom op tegen Kanker (4)
- Armoede in Vlaanderen: Welzijnzorg (5)
- Aandoeningen (HIV): Sensoa (6)

Skip To: Q6a If Indien u een donatie zou doen aan een organisatie, in welk van onderstaande doelen zou u het mees... = Dierenwelzijn: WWF

Skip To: Q6b If Indien u een donatie zou doen aan een organisatie, in welk van onderstaande doelen zou u het mees... = Natuur en milieu: Greenpeace

Skip To: Q6c If Indien u een donatie zou doen aan een organisatie, in welk van onderstaande doelen zou u het mees... = Ontwikkelingshulp: SOS Kinderdorpen

Skip To: Q6d If Indien u een donatie zou doen aan een organisatie, in welk van onderstaande doelen zou u het mees... = Ziektes: Kom op tegen Kanker

Skip To: Q6e If Indien u een donatie zou doen aan een organisatie, in welk van onderstaande doelen zou u het mees... = Armoede in Vlaanderen: Welzijnzorg

Skip To: Q6f If Indien u een donatie zou doen aan een organisatie, in welk van onderstaande doelen zou u het mees... = Aandoeningen (HIV): Sensoa

Q6a Hieronder vindt u een realistische fondswervingsbrief van een fictieve vzw. Lees het document door en ga nadien verder.



Protect animals vzw

Doolhoflaan 47

3500 Hasselt

Help 'Protect animals' dierenlevens redden

Beste

Wist je dat nog maar 15% van het origineel leefgebied van de Aziatische olifant overblijft sinds 1979? Wist je dat het aantal neushoorns in het wild in de laatste vijftig jaar is gedaald met meer dan 80%? Wist je tot slot dat één op de drie diersoorten met uitsterven is bedreigd? Deze akelige statistieken laten zien dat dierenwelzijn nog steeds een zeer actueel probleem is. De belangrijkste dierengroepen zijn de bruine beer, de ijsbeer, de oerang-oetan, de Europese bizon, de zeeschildpad, maar dit is een lijst die nog wel even kan door gaan.

Wilde dieren zijn onontbeerlijk voor de mens, maar vooral voor de natuur om dit systeem evenwicht te houden. De Aarde telt een enorme biodiversiteit met planten- en diersoorten die de mens die tot op dit moment nog niet eens zijn ontdekt. Jammer genoeg blijkt deze diversiteit in een razendsnel tempo te verminderen door onder andere stroperijen, opwarming van de aarde en vernieling van leefgebieden.

Sinds 2013 zorgt 'Protect animals' voor de bescherming van de natuur en wilde dieren specifiek. Wij zijn een unieke organisatie die ervoor zorgt dat de natuur in evenwicht blijft en dat ook planten en dieren kunnen blijven leven in hun natuurlijke habitat, zonder dat menselijke inmenging invloed heeft op hun voortbestaan.

Om dit zeer belangrijk werk te kunnen verderzetten, **hebben wij uw hulp nodig!** Met uw gift kunnen we blijven investeren in de natuur en zorgen we voor een mooie toekomst voor zij die het niet kunnen uitspreken. Jouw donatie kan letterlijk een wereld van verschil maken voor het voortbestaan van de natuur en haar inwoners.

Met vriendelijke groeten

Michiel Vanduren

Verantwoordelijke Fondsenwerving

Skip To: Q7 If Hieronder vindt u een realistische fondswervingsbrief van een fictieve vzw. Lees het document doo...() Is Displayed

Q6b Hieronder vindt u een realistische fondswervingsbrief van een fictieve vzw. Lees het document door en ga nadien verder.



A green world vzw



A green world vzw

Doolhoflaan 47

3500 Hasselt

Help 'A green world' de Aarde redden

Beste

Wist je dat over de voorbije 200 jaar de gemiddelde temperatuur op Belgisch grondgebied is gestegen met 2,4°C? Wist je dat het zeeniveau in Oostende 11,5 cm hoger ligt dan in 1951? Wist je tot slot dat er 13% meer regen valt dan 200 jaar geleden? Deze akelige statistieken laten zien dat de klimaatverandering één van de meest actuele problemen zijn en dat er dringend nood is aan een oplossing. De belangrijkste probleemgebieden zijn de kustzone, het noorden van de provincie Oost-Vlaanderen en de regio rond Antwerpen.

De opwarming van de Aarde wordt wel langer aangekaart als een dringend probleem, maar de mens neemt maar niet voldoende actie om dit op te lossen. De gevolgen zijn nochtans niet te onderschatten. De kans op overstromingen zal veel hoger liggen, vooral aan de kust en de grens tussen Oost-Vlaanderen en Antwerpen zijn gevaargebieden. In de zomer zal er daarentegen vaker watertekort optreden door extreme hitte. Aangezien land sneller opwarmt dan zee, zullen steden echte hitte-eilanden worden. Vooral Antwerpen, Gent en Mechelen zullen kampen met verhogingen van temperatuur die kunnen leiden tot hitte-stress bij zowel kinderen als ouderen.

Sinds 2013 zorgt 'A green world' voor de bescherming van de natuur. Wij zijn een unieke organisatie die ervoor zorgt dat de natuur in evenwicht blijft en dat mensen, planten en dieren kunnen blijven leven in hun gebied.

Om dit zeer belangrijk werk te kunnen verderzetten, **hebben wij uw hulp nodig!** Met uw gift kunnen we blijven investeren in de natuur en zorgen we voor een mooie toekomst, niet alleen voor onszelf, maar ook voor zij die het niet kunnen uitspreken. Jouw donatie kan letterlijk een wereld van verschil maken voor het voortbestaan van de natuur en haar inwoners.

Met vriendelijke groeten

Michiel Vanduren

Verantwoordelijke Fondsenwerving

Skip To: Q7 If Hieronder vindt u een realistische fondswervingsbrief van een fictieve vzw. Lees het document doo...() Is Displayed

Q6c Hieronder vindt u een realistische fondswervingsbrief van een fictieve vzw. Lees het document door en ga nadien verder.



Child Aid vzw
Doolhoflaan 47
3500 Hasselt

Help 'Child Aid' kinderlevens redden

Beste

Wist je dat er in België maar liefst 94.600 kinderen opgroeien zonder de liefdevolle zorg van een ouder? Wist je dat wereldwijd één kind op de tien, wat neerkomt op 220 miljoen(!) kinderen, niet kan opgroeien met de liefde van een moeder en/of vader? Deze akelige statistieken laten zien dat kinderwelzijn en armoede in het algemeen nog steeds zeer actuele problemen zijn.

Veel van de ouders die leven in armoede kunnen hun kinderen niet laten opgroeien in een warm nest. Een ander groot deel van die kinderen kan gewoonweg niet opgroeien bij zijn/haar eigen ouders. Het mag dan duidelijk zijn dat de toekomst van deze kinderen niet al te rooskleurig is, want hun emotionele, fysieke en mentale ontwikkeling is niet zoals het zou moeten zijn. Zonder liefde kan een kind immers niet opgroeien tot een sterke volwassen persoon en dat is waar 'Child Aid' verandering in wil brengen.

Sinds 2013 zorgt 'Child Aid' voor de bovenstaande en andere noodzakelijke voorzieningen voor zij die moeten opgroeien in een kwetsbare omgeving. Wij zijn een unieke organisatie die ervoor zorgt dat elk kind kan opgroeien in een warm nest en kan uitkijken naar een mooie, waardevolle toekomst, zodat ook zij kunnen leven met zelfvertrouwen, waardigheid en voldoening.

Om dit zeer belangrijk werk te kunnen verderzetten, **hebben wij uw hulp nodig!** Met uw gift kunnen we zorgen dat kwetsbare kinderen als kind kunnen opgroeien, maar dat ze vooral kunnen groot worden in een warm thuis. Jouw donatie kan een wereld van verschil maken voor zij die worden geboren in armoede.

Met vriendelijke groeten

Michiel Vanduren

Verantwoordelijke Fondsenwerving

Skip To: Q7 If Hieronder vindt u een realistische fondswervingsbrief van een fictieve vzw. Lees het document doo...() Is Displayed

Q6d Hieronder vindt u een realistische fondswervingsbrief van een fictieve vzw. Lees het document door en ga nadien verder.



Orange Ribbon vzw
Doolhoflaan 47
3500 Hasselt

Help 'Orange ribbon' mensenlevens redden

Beste

Wist je dat elk uur vijf Vlamingen te horen krijgen dat ze kanker hebben? Wist je dat wereldwijd gemiddeld 8,2 miljoen mensen jaarlijks sterven ten gevolge van kanker en dat wordt verwacht dat dit cijfer in de toekomst zelf nog gaat stijgen? Deze akelige statistieken laten zien dat kanker één van de meest gevaarlijke en dodende ziektes is in de wereld. De meest getroffen bevolkingsgroepen zijn mannen ouder dan 65 jaar. Maar liefst één op de drie mannen wordt met deze ziekte geconfronteerd voor zijn 75^{ste} verjaardag (één op vier bij vrouwen).

Veel van de mensen die worden getroffen door kanker hebben nood aan behandelingen die vaak nog te veel kosten voor de gemiddelde persoon. Gevolg is dat ook de mensen rondom de patiënt worden geteisterd met gezondheidskwalen. Daarnaast is het onderzoek momenteel nog niet zo ver gevorderd dat elke kanker kan worden genezen, waardoor blijvend onderzoek noodzakelijk is. Tot slot hebben patiënten vaak gewoon nood aan ontspanning of een luisterend oor, iemand die luistert naar hun zorgen en angsten.

Sinds 2013 zorgt 'Orange ribbon' voor de bovenstaande en andere noodzakelijke voorzieningen voor zij die getroffen zijn door kanker. Wij zijn een unieke organisatie die er voor zorgt dat mensen met kanker een grotere kans op genezing hebben en kunnen verder leven met zelfvertrouwen, waardigheid en voldoening.

Om dit zeer belangrijk werk te kunnen verderzetten, **hebben wij uw hulp nodig!** Met uw gift kunnen we individuen en families blijven steunen in hun verdere leven. Jouw donatie kan een wereld van verschil maken voor de gezondheid en het welzijn van zij die geteisterd zijn door deze ziekte.

Met vriendelijke groeten

Michiel Vanduren

Verantwoordelijke Fondsenwerving

Skip To: Q7 If Hieronder vindt u een realistische fondswervingsbrief van een fictieve vzw. Lees het document doo...() Is Displayed

Q6e Hieronder vindt u een realistische fondswervingsbrief van een fictieve vzw. Lees het document door en ga nadien verder.



Armoede-netwerk vzw

Doolhoflaan 47

3500 Hasselt

Help 'Armoede-netwerk' mensenlevens redden

Beste

Wist je dat er in Vlaanderen meer dan één op de tien mensen leven in armoede? Wist je dat er op tien jaar tijd amper 30.000 mensen uit de armoede geholpen zijn en dat Decenniumdoelen 2017 op geen enkel vlak werden verbeterd? Deze akelige statistieken laten zien dat kinderarmoede en armoede in het algemeen nog steeds zeer actuele problemen zijn. De meest getroffen bevolkingsgroepen zijn alleenstaande moeders.

Veel van de mensen die leven in armoede hebben nood aan fundamentele menselijke behoeften zoals onderdak, eten en kleding. Anderen kunnen niet de nodige dokters- en ziekenhuisbezoeken doen omwille van de hoge kosten, waardoor de gezondheid van deze mensen ook verslechtert. Nog anderen hebben enkel nood aan een luisterend oor, iemand die luistert naar hun zorgen en angsten.

Sinds 2013 zorgt 'Armoede-netwerk' voor de bovenstaande en andere noodzakelijke voorzieningen voor zij die leven in armoede. Wij zijn een unieke organisatie die ervoor zorgt dat ook gezinnen met minder middelen hun kinderen een mooie, waardevolle toekomst kunnen bieden, zodat ook zij kunnen leven met zelfvertrouwen, waardigheid en voldoening.

Om dit zeer belangrijk werk te kunnen verderzetten, **hebben wij uw hulp nodig!** Met uw gift kunnen we individuen en families blijven steunen in hun verdere leven. Jouw donatie kan een wereld van verschil maken voor de gezondheid en het welzijn van zij die momenteel leven in armoede.

Met vriendelijke groeten

Michiel Vanduren

Verantwoordelijke Fondsenwerving

Skip To: Q7 If Hieronder vindt u een realistische fondswervingsbrief van een fictieve vzw. Lees het document doo...() Is Displayed

Q6f Hieronder vindt u een realistische fondswervingsbrief van een fictieve vzw. Lees het document door en ga nadien verder.



Project Sero vzw
Doolhoflaan 47
3500 Hasselt

Help 'Project Sero' mensenlevens redden

Beste

Wist je dat er in de hele wereld meer dan 36 miljoen mensen leven met HIV? Wist je dat in Afrika zelfs gemiddeld meer dan twee op de honderd mensen getroffen zijn door dit virus? Deze akelige statistieken laten zien dat HIV en Aids nog steeds zeer actuele problemen zijn. De meest getroffen bevolkingsgroepen zijn homoseksuele mannen en zowel mannen als vrouwen uit Sub-Saharaans Afrika.

Veel van de mensen die leven met HIV hebben nood aan fundamentele menselijke behoeften zoals onderdak, eten en kleding. Anderen hebben nood aan transportassistentie om naar de nodige dokters- en ziekenhuisbezoeken te kunnen gaan. Nog anderen hebben enkel nood aan een luisterend oor, iemand die luistert naar hun zorgen en angsten.

Sinds 2013 zorgt 'Project Sero' voor de bovenstaande en andere noodzakelijke voorzieningen voor zij die getroffen zijn door HIV. Wij zijn een unieke organisatie die onafhankelijkheid en zelfredzaamheid promoot, zodat mensen met HIV kunnen leven met zelfvertrouwen, waardigheid en voldoening.

Om dit zeer belangrijk werk te kunnen verderzetten, **hebben wij uw hulp nodig!** Met uw gift kunnen we individuen en families blijven steunen in hun verdere leven. Jouw donatie kan een wereld van verschil maken voor de gezondheid en het welzijn van zij die geteisterd zijn door dit virus.

Met vriendelijke groeten

Michiel Vanduren

Verantwoordelijke Fondsenwerving

Skip To: Q7 If Hieronder vindt u een realistische fondswervingsbrief van een fictieve vzw. Lees het document doo...() Is Displayed

Q7 Na het lezen van deze brief, hoeveel zou u **jaarlijks** (in €) bereid zijn te doneren voor deze vzw?
(Onthoud het ingevulde bedrag voor verdere vragen.)

Q8 Naast een fondswervingsbrief kan een vzw ook extra informatie meegeven, zoals financiële informatie. Stel dat de vzw vermeldt dat ongeveer 92% van haar inkomsten wordt gespendeerd aan haar doel ten opzichte van 80% door haar concurrenten. Heeft dit invloed op het de **keuze van de organisatie** die u wil steunen?

- Nee, deze informatie vind ik niet waardevol in de keuze van de organisatie die ik zou steunen. (1)
- Ja, ik zou de vzw kiezen die extra financiële informatie meestuurt, omdat dit waardevolle informatie is en dit toont ook aan dat de vzw transparanter wil zijn naar haar donoren toe. (2)

Q9 Stel dat u van twee vzw's (die hetzelfde doel beogen) een fondswervingsbrief krijgt, maar één van de vzw's vermeldt ook extra financiële informatie. Heeft dit invloed op het **bedrag** dat u wenst te doneren?

- Nee, deze informatie heeft geen invloed op de hoogte van het bedrag. Ik zou bijgevolg het eerder ingevulde bedrag doneren aan beide organisaties. (1)
- Ja, ik vind deze informatie belangrijk, aangezien dit aangeeft in welke mate de vzw haar middelen besteedt. Als ik het eerder ingevulde bedrag uit Q7 zou doneren aan de minst transparante organisatie (enkel de brief), zou ik de andere organisatie steunen voor €... (2)
-

Q10 Hebt u voor deze vragenlijst al eens gehoord over een duurzaamheidsverslag?

- Ja (1)
- Nee (2)

Q11 Het duurzaamheidsverslag heeft als doel informatie vrij te geven over de impact van een organisatie op het milieu, de samenleving, haar personeel en de economie. Op deze manier wordt de transparantie verhoogd en komen stakeholders centraler te staan. Zou u het als (potentiële) donor interessant vinden om dit verslag, naast de fondswervingsbrief, te verkrijgen om vzw's beter te kunnen beoordelen/analyseren?

- Ja (1)
- Nee (2)

Q12 Een vzw geeft aan dat het volledige elektriciteitsverbruik wordt gewonnen uit **hernieuwbare energie**, enerzijds via PV cellen, anderzijds via de aankoop van groene energie. Daarnaast zet de

vzw sterk in op opleidingen van personeel en diversiteit op de werkvloer. Heeft dit invloed op de **keuze van de organisatie** die u wil steunen?

- Nee, deze informatie vind ik niet waardevol in de keuze van de organisatie die ik zou steunen. (1)
- Ja, ik zou de vzw kiezen die het duurzaamheidsverslag meestuurt, omdat dit waardevolle informatie is en dit toont ook aan dat de vzw transparanter wil zijn naar haar donoren toe. (2)

Q13 Stel dat u van twee vzw's (die hetzelfde doel beogen) een fondswervingsbrief krijgt, maar één van de vzw's stuurt ook een duurzaamheidsverslag mee. Heeft dit invloed op het **bedrag** dat u wenst te doneren?

- Nee, deze informatie heeft geen invloed op het bedrag dat ik wil doneren. (1)
- Ja, ik vind deze informatie belangrijk, aangezien dit aangeeft hoe een vzw inzet op aspecten zoals werkomstandigheden en het milieu. Als ik het eerder ingevulde bedrag uit Q7 zou doneren aan de minst transparante organisatie (enkel de brief), zou ik de andere organisatie steunen voor €... (2) _____

Q14 Beeld u in dat u twee vzw's met een gelijkaardig doel hebt gevonden en beide organisaties bieden u dezelfde soort informatie aan (fondswervingsbrief + duurzaamheidsverslag). U wil maar één vzw steunen dus gaat u een keuze moeten maken op basis van de informatie. Eén organisatie vermeldt expliciet dat zij dit jaar een onderscheiding hebben gekregen voor de kwaliteit van hun duurzaamheidsverslag van het IBR (Instituut van de Bedrijfsrevisoren).

Heeft deze vermelding invloed op de keuze van de organisatie en/of de hoogte van uw donatie? (het betreft een eenmalige donatie)

- Nee, dat verslag vind ik niet belangrijk. Dit heeft geen invloed, noch op het gedoneerde bedrag, noch op de keuze voor de organisatie die ik wil steunen. (1)
- Ja, ik vind dat deze onderscheiding beloond moet worden. Dit heeft invloed op zowel het gedoneerde bedrag als de keuze voor de organisatie die ik wil steunen. (2)
- Ja, ik acht dit verslag als een kwalitatieve waardemeter. Dit heeft invloed op de keuze welke organisatie ik wil steunen, maar heeft geen invloed op het bedrag dat ik wil doneren. (3)

Auteursrechtelijke overeenkomst

Ik/wij verlenen het wereldwijde auteursrecht voor de ingediende eindverhandeling:
Doneren aan liefdadigheidsinstellingen: de invloed van transparantie op het donorgedrag

Richting: **master in de toegepaste economische wetenschappen: handelsingenieur-accountancy en financiering**
Jaar: **2018**

in alle mogelijke mediaformaten, - bestaande en in de toekomst te ontwikkelen - , aan de Universiteit Hasselt.

Niet tegenstaand deze toekenning van het auteursrecht aan de Universiteit Hasselt behoud ik als auteur het recht om de eindverhandeling, - in zijn geheel of gedeeltelijk -, vrij te reproduceren, (her)publiceren of distribueren zonder de toelating te moeten verkrijgen van de Universiteit Hasselt.

Ik bevestig dat de eindverhandeling mijn origineel werk is, en dat ik het recht heb om de rechten te verlenen die in deze overeenkomst worden beschreven. Ik verklaar tevens dat de eindverhandeling, naar mijn weten, het auteursrecht van anderen niet overtreedt.

Ik verklaar tevens dat ik voor het materiaal in de eindverhandeling dat beschermd wordt door het auteursrecht, de nodige toelatingen heb verkregen zodat ik deze ook aan de Universiteit Hasselt kan overdragen en dat dit duidelijk in de tekst en inhoud van de eindverhandeling werd genotificeerd.

Universiteit Hasselt zal mij als auteur(s) van de eindverhandeling identificeren en zal geen wijzigingen aanbrengen aan de eindverhandeling, uitgezonderd deze toegelaten door deze overeenkomst.

Voor akkoord,

Vanduren, Michiel

Datum: **23/05/2018**