



Een duit in het mandje - de rol van anonimiteit bij kerkcollectes

Auteur(s):

Soetevent, A.R.

De auteur maakt deel uit van de sectie micro-economie van de Faculteit der Economische Wetenschappen van de Rijksuniversiteit Groningen.a.r.soetevent@eco.rug.nl**Verschenen in:**

ESB, 89e jaargang, nr. 4435, pagina 275, 11 juni 2004

Rubriek:

Strategisch gedrag

Trefwoord(en):*Kerkgangers geven meer wanneer er met een mandje wordt gecollecteerd in plaats van met een traditionele collectezak. Het opheffen van de anonimiteit van de gever leidt tot hogere donaties. Op de lange termijn wordt het verschil in opbrengst echter kleiner.*

Laboratoriumonderzoek naar de rol van anonimiteit in het geefgedrag van mensen toont aan dat deelnemers meer geven wanneer hun identiteit en de hoogte van hun gift bekend worden gemaakt.¹ Zo hopen sommige mensen prestige te ontlenen aan het geven van een relatief hoog bedrag.² Andersom werkt een lage gift een gevoel van schaamte in de hand wanneer de gever het idee heeft dat zijn bijdrage door anderen wordt afgekeurd.³

De sociale banden tussen deelnemers aan laboratoriumexperimenten verschillen van die tussen mensen in het normale sociale verkeer. Treedt eenzelfde effect op in een context waar mensen een natuurlijke band met elkaar hebben en elkaar bij herhaling ontmoeten?

Om deze vraag te beantwoorden, werd van maart tot en met november 2002 een veldexperiment uitgevoerd in dertig baptistengemeenten in Nederland.⁴ Gedurende deze periode werden de collectes tijdens de dienst op zondagochtend afwisselend ingezameld met behulp van traditionele 'gesloten' collectezakken of met behulp van collectemandjes. Terwijl bijdragen aan zakcollectes normaliter anoniem gegeven worden, is dit bij mandcollectes niet mogelijk: kerkgangers die naast elkaar in de bank zitten, kunnen observeren wat de ander geeft. Bovendien geeft het totaalbedrag in het mandje de kerkganger een indicatie van de totale bijdrage die kerkgangers voor hem hebben gegeven. De laboratoriumresultaten wijzen in de richting van een hogere opbrengst wanneer collectes met collectemandjes in plaats van met collectezakken worden ingezameld.

Twee collectes

In de meeste van de deelnemende gemeenten is het gebruikelijk om twee collectes te houden tijdens de dienst. De eerste collecte is altijd bestemd voor de gemeente zelf. Het doel van de tweede collecte varieert van week tot week. De tweede collecte kan zowel een interne als een externe bestemming hebben.

Tijdens de onderzoeksperiode werd de wijze van inzamelen volgens een toevalsproces bepaald. Iedere collecte kon met gelijke kans middels zakken of mandjes worden ingezameld. Zo kon het gebeuren dat tijdens een dienst beide collectes met een zak of beide met een mandje werden ingezameld, of dat eenmaal met een zak en eenmaal met een mandje werd gecollecteerd. De kerkganger doneert en geeft de zak of het mandje door aan de persoon naast hem of haar totdat iedereen de gelegenheid heeft gehad om te geven. Een overzicht van de verzamelde data over de eerste twee collectes tijdens een dienst is gegeven in [tabel 1](#). De gemiddelde bijdrage per bezoeker aan de eerste collecte ligt gemiddeld 23 procent hoger dan de bijdrage aan de tweede collecte. De gemiddelde dienst wordt door iets minder dan honderd mensen bezocht. De tweede collecte krijgt iets vaker een aanbeveling. De eigen voorganger leidt iets minder dan de helft van de diensten. In ongeveer twintig procent van de diensten wordt een additionele derde collecte gehouden. Soms vindt aan het einde van de dienst een extra uitgangscollecte plaats.

Tabel 1. Overzicht van de onafhankelijke variabelen

	eerste collecte	tweede collecte
gemiddelde bijdrage (in euro's)	1,02	0,83
gemiddeld aantal bezoekers	96,9	98,6
wijze van inzamelena		
collectezak	51	51
collectemandje	49	48
anders	0	1
collectesa		
derde collecte tijdens dienst	19	20
uitgangscollecte	13	12
aanbeveling	5	9
verband collectedoel	2	3

en thematiek dienst		
dienstvariabelena		
familiedienst	2	2
dezelfde dag avonddienst	7	7
christelijke feestdag	6	6
eigen voorganger	47	46
doelena		
eigen gemeente	99	8
intern doel	0	30
Unie van Bapt. gem.	0	56
Oost-Europa	0	6
overig extern	0	1
dankoffercollecte	1	1
aantal waarnemingen	834	791

a in procenten

Resultaten

De kern van de analyse is een vergelijking van de gemiddelde bijdrage per bezoeker aan mandcollectes met die aan zakcollectes. Hiertoe wordt een model geschat waarin de (logaritme van de) gemiddelde opbrengst per bezoeker aan een collecte wordt verklaard uit het gebruik van een mandje of een zak en uit een verzameling dienstspecifieke en collectespecifieke variabelen. [tabel 2](#) vat de belangrijkste resultaten samen.⁵

Tabel 2. Schattingsresultaten, panelregressie met vaste effecten en heteroskedasticiteit

	(1) alle diensten	(2) interne 2e collecte	(3) externe 2e collecte
1e collecte mandcollecte	0,028	0,020	0,007
2e collecte mandcollecte	0,096a	0,043	0,080
3e collecte tijdens dienst	-0,071a	-0,035	-0,081
1e collecte			
aantal bezoekersc	-0,268a	-0,177a	-0,317
aanbeveling	-0,017	-0,011	-0,017
verband collectedoel	-0,019	-0,111	0,053
en thematiek dienst			
eigen voorganger	0,024	-0,014	0,042
dankoffercollecte	1,163a	-	1,193
christelijke feestdag	0,084a	0,087b	0,032
2e collecte			
aantal bezoekersc	-0,312a	-0,374a	-0,281
aanbeveling	0,244a	0,067	0,350
verband collectedoel	0,265a	0,293a	0,202
en thematiek dienst			
eigen voorganger	-0,005	0,002	-0,003
dankoffercollecte	0,611a	0,738a	0,088
christelijke feestdag	0,145a	0,257a	0,088
doelen			
Unie van Baptistengemeenten	-0,037	-	-
extern	0,081b	-	0,083
Oost-Europa	0,372a	-	0,360
aantal waarnemingen	1582	586	996

a significant op één procentniveau; b significant op vijf procentniveau. Een aantal andere dummyvariabelen is niet gerapporteerd. c logaritme.

De eerste kolom laat zien dat het gebruik van mandjes tijdens de tweede collecte aanvankelijk leidt tot een verhoging van de opbrengst met gemiddeld ongeveer tien procent per bezoeker. Echter, de coëfficiënten van de tijdsdummy's maken duidelijk dat dit effect gaandeweg de onderzoeksperiode wegebt.⁶ Na vier maanden ligt de opbrengst nog ongeveer 4,5 procent hoger en na een half jaar is het effect niet meer significant. Opvallend is dat het gebruik van mandjes geen effect heeft op de opbrengst van de eerste collecte.

Bijzondere collectes en aantal bezoekers

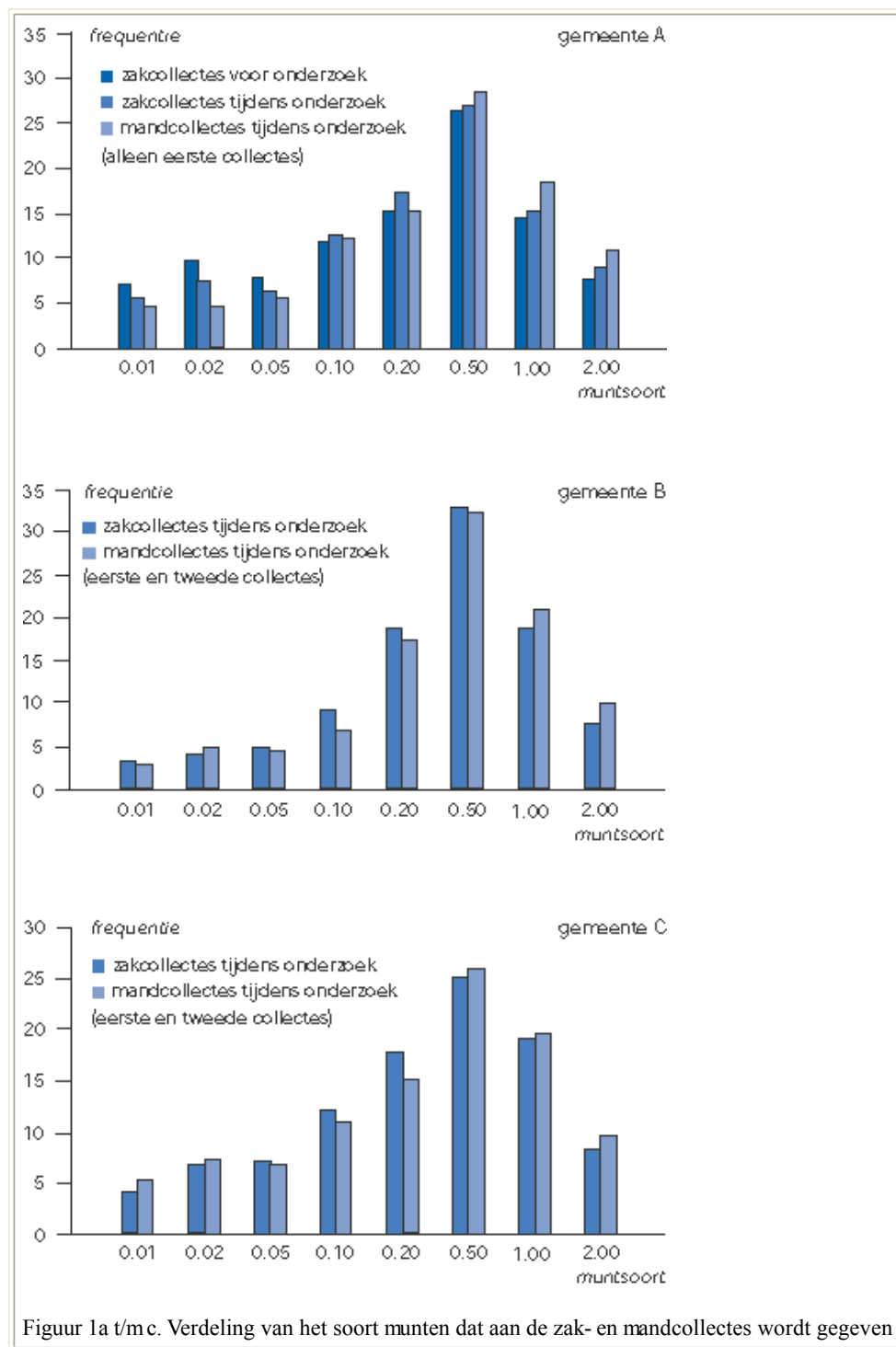
Het houden van een derde collecte in een dienst pakt negatief uit voor de opbrengst van de eerste twee collectes, waarvan de opbrengst in dat geval met gemiddeld zeven procent omlaag gaat. Bezoekers houden dan kennelijk wat geld achter de hand voor de derde collecte. Op christelijke feestdagen zoals Pasen en Pinksteren geven kerkgangers aanzienlijk meer. Daarenboven heeft de collecte op deze dagen in een aantal gemeenten het karakter van een dankoffer.⁷ Voor de eerste collecte leidt dit tot meer dan een verdubbeling van de opbrengst. Een expliciete aanbeveling van de collecte door de voorganger of een verband tussen het collectedoel en de thematiek van dienst leiden ook tot een hogere opbrengst.

Zowel voor de eerste als de tweede collecte gaat een negatief effect uit van de groepsgrootte: hoe meer mensen een dienst bijwonen, des

te minder men per persoon geeft. Een mogelijke verklaring voor dit fenomeen is dat bezoekers meeliften op de bijdrage van andere bezoekers. Het kan ook een resultaat zijn van een selectie-effect: wanneer de trouwste kerkgangers ook de gullere zijn, gaat de gemiddelde bijdrage per bezoeker omlaag naarmate een dienst beter bezocht wordt.⁸

Muntverdeling

Van drie deelnemende gemeenten is voor iedere collecte afzonderlijk informatie beschikbaar over het aantal en type munten dat is ingezameld. Hieruit valt af te leiden of het gebruik van mandjes ook tot een verandering leidt in het soort munten dat gegeven wordt. [figuur 1](#) geeft voor elke muntsoort (van één eurocent tot een 2-euromunt) een overzicht hoeveel er gemiddeld per zakcollecte (de linkerkolommen) en per mandcollecte (rechterkolommen) binnenkomen, als percentage van het totaal aantal ingezamelde munten. Voor gemeente A geven de linkerkolommen deze percentages weer voor de zakcollectes in januari en februari 2002, dus vóór aanvang van het onderzoek.



Figuur 1a t/m.c. Verdeling van het soort munten dat aan de zak- en mandcollectes wordt gegeven

In alledrie de gemeenten is het 50-eurocentstuk veruit de meest gegeven muntsoort: van iedere drie munten die worden gegeven, is gemiddeld genomen één munt een stuk van 50 eurocent. Vergelijking van de staven levert in alle gemeenten hetzelfde beeld op: vergeleken met zakcollectes leidt het collecteren met behulp van mandjes tot een daling van het aantal kleine munten dat gegeven wordt (1, 2, 5, 10 en 20 eurocent) en tot een significante stijging van het aantal 'grote' munten (1 en 2 euro).⁹ Voor 50-eurocentstukken is de stijging niet significant. De gegevens voor gemeente A laten verder zien dat er een onderzoekseffect is: in vergelijking met de maanden voor het onderzoek geven kerkgangers relatief grotere munten aan de zakcollectes tijdens de onderzoeksperiode. Een verklaring hiervoor is dat het idee mee te doen aan een onderzoek kerkgangers doet nadenken over hun eigen geefgedrag, met als resultaat dat men misschien niet méér geeft, maar wel minder kleine munten geeft.

De rol van anonimiteit

Het positieve effect van het gebruik van mandjes op de opbrengst van de tweede collecte bevestigt de bevinding van experimentele economen: het opheffen van de anonimiteit van de gever leidt tot hogere donaties. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat kerkgangers waarde hechten aan goedkeuring van hun bijdrage door medekerkgangers en meer geven aan mandcollectes doordat de eigen bijdrage zichtbaar wordt voor anderen.

Opvallend echter is het ontbreken van een 'mandjeseffect' voor de eerste collecte. Een mogelijke verklaring is gelegen in het feit dat de eerste collecte vrijwel altijd bestemd is voor de eigen gemeente, terwijl de bestemming van de tweede collecte wisselt. Kerkgangers kunnen een lage bijdrage aan de eerste collecte bijvoorbeeld rechtvaardigen door te stellen dat men dit compenseert door het overmaken van bijdragen per bank of giro (waarvan de afschriften alleen gezien worden door de penningmeester). Dit voorkomt mogelijk een schaamtegevoel. Een tweede mogelijke verklaring is dat de tweede collecte betere kansen biedt om belangeloosheid te tonen, doordat de bestemming van deze collecte vaak buiten de eigen gemeente ligt. Een derde mogelijke verklaring is dat de bijdrage aan de eerste collecte bepaald wordt door gewoonte omdat zij vrijwel altijd dezelfde bestemming heeft, terwijl over de bijdrage aan de wisselende tweede collecte iedere week opnieuw nagedacht moet worden.

De waargenomen verschuiving naar het geven van grotere munten wanneer met mandjes wordt gecollecteerd, duidt erop dat sociale motieven wellicht toch een bepaalde rol spelen bij het bepalen van de bijdrage aan de eerste collecte. Het gaat hierbij dan niet zozeer om de hoogte van de bijdrage, als wel om het soort munten dat wordt gegeven.

De rol van de bestemming

Om na te gaan of het mandjeseffect gedreven wordt door de bestemming van een collecte, zijn afzonderlijke regressies uitgevoerd voor twee deelverzamelingen van de data: kerkdiensten met een tweede collecte met interne bestemming en kerkdiensten met een tweede collecte met externe bestemming. De tweede en derde kolom van [tabel 2](#) tonen de resultaten. Mandjes genereren acht procent extra opbrengst voor collectes met een externe bestemming, maar voor collectes met een bestemming binnen de eigen gemeente is geen mandjeseffect waarneembaar. Dit geeft enige steun aan de rol van anonieme overschrijvingen en aan de verklaring dat externe doelen kerkgangers meer mogelijkheden bieden om onbaatzuchtig gedrag te etaleren. De schattingen bieden geen steun aan de hypothese dat het verschil in effect het gevolg is van een ingesleten bijdrage aan de eerste collecte. Die verklaring voorspelt immers geen verschil in mandjeseffect voor tweede collectes met verschillende bestemming.

Conclusie

Niet alleen in laboratoriumexperimenten, maar ook daarbuiten is de anonimiteit van giften van invloed op het geefgedrag van mensen. Voor kerkcollectes leidt het opheffen van de anonimiteit tot ongeveer tien procent hogere opbrengsten. Na verloop van tijd neemt dit effect af, mogelijk doordat een zekere gewenning optreedt.

Na afloop van het onderzoek besloot één gemeente alleen die collectes met mandjes in te zamelen waarbij een relatief hoge collecteopbrengst gewenst is. In het licht van het bovenstaande lijkt dit een goede strategie.

Adriaan Soetevent

Dit artikel is gebaseerd op Soetevent (2003).

Literatuur

Andreoni, J. en R. Petrie (2004) *Public Good Experiments Without Confidentiality: A Glimpse Into Fund-Raising*. *Journal of Public Economics*, 88(7-8), 1605-1623.

Haan, M.A. en P. Kooreman (2002a) *Meelifgedrag en collectieve goederen*, *ESB*, 28 juni 2002, blz. 512-514.

Haan, M.A. en P. Kooreman (2002b) *Free Riding and the Provision of Candy Bars*. *Journal of Public Economics*, 83(2), 277-291.

Harbaugh, W.T. (1998a) *What Do Donations Buy? A Model of Philanthropy Based on Prestige and Warm Glow*. *Journal of Public Economics*, 67, 269-284.

Harbaugh, W.T. (1998b) *The Prestige Motive for Making Charitable Transfers*. *American Economic Review*, 88(2), 277-282.

Masclot, D., C. Noussair, S. Tucker en M.-C. Villeval (2003) *Monetary and Non-monetary Punishment in the Voluntary Contributions Mechanism*. *American Economic Review*, 93(1), 366-380.

Soetevent, A.R. (2003) *Anonymity in Giving in a Natural Context - A Field Experiment in Thirty Churches*. *CCSO working paper 2003/8*.

1 Zie Andreoni en Petrie (2004).

2 Zie Harbaugh (1998a, 1998b) voor een discussie van het prestigemotief.

3 Maslet et al. (2003) laten zien dat bijdragen in een collectief-goedexperiment toenemen wanneer deelnemers de mogelijkheid hebben om hun afkeuring over de bijdragen van andere deelnemers te uiten.

4 Begin 2002 werden alle 89 bij de Unie van Baptistengemeenten aangesloten gemeenten aangeschreven met het verzoek deel te nemen aan een onderzoek over kerkcollectes. Vervolgens werden uit de 45 positieve reacties 30 gemeenten geselecteerd voor deelname aan het onderzoek. Deelnemende gemeenten ontvingen bij juiste uitvoering en bij correcte aanlevering van de gevraagde informatie een vergoeding van 300 euro.

5 Opname van kerk- en collectespecifieke effecten corrigeert voor de mogelijkheid dat mensen in de ene kerk structureel meer geven dan in een andere en voor het feit dat de gemiddelde gift aan de eerste collecte hoger is dan aan de tweede. Verder wordt rekening gehouden met het feit dat de gemiddelde bijdrage aan een collecte minder varieert naarmate het aantal bezoekers waarover dit gemiddelde wordt berekend groter is.

6 Deze coëfficiënten zijn niet opgenomen in tabel 2.

7 Meestal worden dankoffers een week van te voren aangekondigd met de bedoeling kerkgangers aan te sporen hun dankbaarheid te tonen voor de gebeurtenissen van Pasen en Pinksteren.

8 Voor meelifgedrag, zie bijvoorbeeld Haan en Kooreman (2002a, 2002b).

9 Een voor de hand liggende verklaring is dat deze stijging een direct gevolg is van de hogere opbrengst: mensen geven gemiddeld meer en dat vertaalt zich in het geven van grotere munten. Echter, in deze drie gemeenten leidt het gebruik van mandjes alleen in gemeente c tot een significant hogere opbrengst en alleen voor de tweede collectes. Muntefficiëntie biedt daarom slechts een gedeeltelijke verklaring.