

Goede Doelen Nederland

SAMEN VOOR EEN
STERKE SECTOR

Goede Doelen Lezing 2019

Bas Haring

Colofon

De eerste Goede Doelen Lezing is op 1 november 2019 gegeven door Bas Haring. De Goede Doelen Lezing is een initiatief van Goede Doelen Nederland. Ieder jaar nodigt Goede Doelen Nederland een spreker uit om een visie te geven op de rol van 'goed doen' in onze samenleving. De lezingen zijn prikkelend en visionair, inspireren en dragen bij aan het debat over de maatschappelijke waarde van goede doelen.

Bas Haring (1968) is volksfilosoof die wetenschap en filosofie voor iedereen toegankelijk maakt. Bas is hoogleraar aan de Universiteit van Leiden, schrijver en tv-presentator. In 1988 behaalde Bas zijn propedeuse natuurkunde en 1992 zijn doctoraalexamen Cognitieve Kunstmatige Intelligentie aan de Universiteit Utrecht. Bas is hoogleraar 'Publiek begrip van wetenschap' aan de Universiteit Leiden en oprichter van het programma 'Media technology' voor creatieve wetenschap. Als schrijver is hij bekend geworden met het boek 'Kaas en de evolutietheorie'. Dit werk over de evolutietheorie won verschillende prijzen, waaronder de Gouden Uil, de hoogstgewaardeerde prijs voor jeugdliteratuur. Naast boeken schrijft Haring ook columns voor verscheidene tijdschriften, waaronder in het verleden Intermediair en thans de Volkskrant. Zo presenteerde Bas de Tegenlicht-aflevering 'En we werken nog lang en gelukkig'. In 2004 en 2006 presenteert hij de tv-programma's 'Stof en Haring' voor de RVU waar filosofische vragen centraal staan. In 2016 won Bas de Duidelijke Taalprijs, als Nederlands "meest duidelijke denker".

Goede Doelen Nederland is de brancheorganisatie van erkende goede doelen. Wij behartigen de belangen van ruim 180 leden. Dit maakt ons een centrale speler in de filantropische sector en het spreekpunt namens, voor én over goede doelen in Nederland. We richten in alles wat we doen op het bevorderen van transparantie, het creëren van een positief maatschappelijk klimaat, het vergroten van de zichtbaarheid van de sector en het ondersteunen van een professionele bedrijfsvoering.

Drukwerk en verspreiding van deze uitgave is verzorgd door PostNL Communicatie Services. Wij regelen de uitvoering van klantcommunicatie, zorgeloos en verrassend. Zodat organisaties écht verbinding kunnen maken met hun klanten.

Beeld: Bas Haring in het BIMHUIS op november 2019

Fotograaf: Brain Elings

Vormgeving: Beeldr, Leiden

© november 2019, Goede Doelen Nederland

Deze uitgave is met de grootst mogelijke zorgvuldigheid samengesteld. Goede Doelen Nederland aanvaardt geen aansprakelijkheid voor onjuistheden in deze uitgave.



GOEDE DOELEN LEZING

Dit is weliswaar de Goeden Doelen Lezing – de eerste zelfs! Maar dat betekent niet dat ik mezelf al te serieus neem. Ik ben ook gewoon maar een man ben die een verhaal houdt. Ik hou ervan te ‘onternstigen’; ik deel bespiegelingen, maar mijn verhaal is net zoveel waard als je eigen verhaal.

Ik heb een achtergrond in de kunstmatige intelligentie. Vroeger viel dat onder filosofie en daarom is men mij filosoof gaan noemen. Maar ik ben ook filosoof. De lezing gaat over de toekomst en goede doelen en over veranderingen in techniek en samenleving. Ik probeer dit met elkaar in verband te brengen. Ik doe dat via een aantal losstaande reflecties, waar een structuur in zit, maar die ook op zichzelf staande reflecties zijn.

Wat is goed?

De eerste vraag die ik wil stellen: “Wat is goed?” Dit is een klassiek filosofische vraag. Als je het hebt over een goed doel, wat is dan het goede in ‘goed doel’? Wat is goed aan het goede doen, wanneer is daar sprake van? Dit is een groot filosofisch onderwerp. Voor een antwoord op deze vraag kun je verschillende brillen opdoen.

Om een klein voorbeeld te geven. Je ziet iemand die een bedelaar geld geeft. En stel dat het zo is dat je door een bedelaar geld te geven deze in de regel ervan weerhoudt weer aan het werk te gaan – stel dat! Doet iemand die een bedelaar geld geeft dan het goede of niet? Er zijn drie soorten antwoorden hierop of drie verschillende brillen waardoor je dit vraagstuk kunt bekijken.

1. Je kijkt naar het *resultaat*: wat is het effect van de handeling? Je bent dan geneigd om iemand die de bedelaar geld geeft, te veroordelen. Hij doet niet het ‘goede’, maar het ‘foute’, want diegene houdt de bedelaar tegen om zijn leven op de rails te krijgen.
2. Je kijkt naar de *intentie*: diegene die het geld geeft, doet het ‘goede’. Hij heeft het beste met de bedelaar voor. Hij wil iets goeds bereiken en dat dit dan niet bereikt wordt, is een tweede maar het gaat om de intentie van diegene die handelt.
3. Je kijkt naar *principes*: het is jouw plicht om een ander te helpen. Diegene doet het ‘goede’ want hij luistert namelijk naar de plicht die hij heeft.

Dit zijn de drie hoofdstromingen uit de ethiek. Het is handig om te weten dat ze bestaan. Het kan namelijk goed zijn dat, als je met iemand op je werk een conflict krijgt of op een andere manier tegen iets aankijkt, je fundamenteel een andere bril op hebt om naar zaken te kijken. En dat die andere bril de oorzaak is van een meningsverschil. Dat is één reden waarom ik het vertel. Maar de hoofdreden is, dat de vraag ‘wat is het ‘goede’ dan?’ geen definitief antwoord heeft. Dus als we het hebben over goede doelen, weten we eigenlijk niet precies waar we het over hebben, omdat we gewoon niet weten welk handelen het ‘goede’ is.

Ik word een beetje nerveus van het woord ‘doel’ in goede doel. Het is zo concreet. Stel dat je geld hebt ontvangen dat je vervolgens weer hebt weggegeven, maar het is niet op de plek beland van de bestemming. Het doel is dan feitelijk niet bereikt, maar met het geld is wel iets goeds gedaan. Dan hebben we zoiets van ‘het is toch leuk besteed?’ Je hebt iets moois geprobeerd, maar dit zit niet in het woord ‘doelen’. Doelen zijn vaak strikt, die moeten behaald worden. Maar het begrip van het woord ‘doel’ is geen onderwerp van vandaag, dat is even een zijstap voor nu.

Waarom geven mensen?

De vraag 'Waarom geven mensen aan goede doelen?' moet ik eerst stellen om later stil te kunnen staan bij de vraag 'Wat staat ons in de toekomst te wachten?'

Ik kan deze vraag groot en klein interpreteren. Groot betekent: waarom is de mens altruïstisch? Dit is wederom een klassieke, grote filosofische vraag. De mens is nou eenmaal een altruïstisch wezen. Wij geven, schijnbaar belangeloos, aan anderen. Dat is vrij bijzonder van de mens. Konijnen of andere organismen doen dat niet, die handelen altijd puur vanuit eigen belang. Mensen geven aan goede doelen, maar ook niet uit eigen belang. Hoe komt dat? Eén van de theorieën is dat het stiekem toch eigen belang is. Dit is in het geval van goede doelen best denkbaar. Iemand die een bepaalde ziekte heeft gehad en daarvan is genezen, doneert vervolgens geld aan een goed doel dat zich bezig houdt met het onderzoek naar de genezing van die ziekte. Dit kun je zien als een verkapt eigen belang.

Je kan de vraag 'Waarom doneren wij aan goede doelen' ook veel kleiner interpreteren, praktisch benaderen. Dit is de interpretatie die ik vandaag aandacht wil geven.

Er zijn hier drie kleinere, geen hoogdravende, antwoorden mogelijk:

- 1.** Iemand geeft uit *gewoonte*. Iemand belt aan en je stopt geld in de collectebus. Het is een handeling uit gewoonte. Dat ging in de kerk ook zo, vrij onnadenkend.
- 2.** Je geeft geld uit *sociale druk*. Zoals het zakje dat in de kerk langskomt. Je geeft omdat alle anderen mensen ook geld in het zakje doen. Je ervaart sociale druk. Je voelt een druk om te geven. Je geeft het geld niet vanwege een hoogdravende reden.
- 3.** Je geeft niet aan goede doelen, maar je geeft toch indirect aan goede doelen. Zoals via een loterij. In Nederland heb je een vergunning nodig om loten te verkopen zoals de goededoelenloterijen. Zij dragen een deel van de opbrengst af aan goede doelen. Deelnemers kopen een lot niet vanwege het goede doel, maar om de kans van het winnen van een geldprijs.

Het klinkt misschien wat zakelijk voor een filosoof. Maar op deze drie wat zakelijke antwoorden op de vraag 'Waarom geven wij aan goede doelen' wil ik straks ingaan als het om de toekomst van goede doelen gaat.

Toekomst denken

Als het om de toekomst gaat, zijn mensen erg geneigd om de focus te leggen op dingen die veranderen. Dat is niet altijd terecht. Dat leerde ik bij een bezoek aan de gevangenis aan het Wolvenplein in Utrecht. Als buurtbewoner werd ik uitgenodigd om in de gevangenis een kijkje te komen nemen na een grote verbouwing. De gevangenis aan het Wolvenplein is een hele oude gevangenis. Voor die gelegenheid was er een tentoonstelling gemaakt met brieven uit het verleden tussen de gevangenis en de provincie. Het was toen zo geregeld dat de provincie verantwoordelijk was voor het gevangeniswezen, de directie voor de uitvoering. Honderdvijftig jaar geleden waren er veel ontsnappingen, dat kon je lezen in een van die brieven. Er ontsnapten tientallen gevangenen per maand. Wat was nu het geval? In de ruimte waar de gevangenen naar buiten konden, was geen hek dat boven de hoofden van de gevangen uitreikte. Er was wel een omheining, maar daar kon je heel makkelijk overheen klimmen en dus ontsnapten ze bij bosjes. De provincie stuurde daarop een brief naar de gevangenisdirectie en vroeg hen hier wat aan te doen. De directie schreef daarop terug: "Wij vinden het voor de resocialisatie van de gevangenen van dermate belang dat gevangenen de blauwe

lucht kunnen aanschouwen, dat wij het in grote getalen ontsnappen van de gevangenen voor lief nemen en we gaan niets doen aan die omheining". Dit was voor mij een eyeopener toen ik het las. Ik had een compleet ander beeld over het gevangeniswezen van honderdvijftig jaar geleden. Ik dacht aan ballen van lood, kettingen, water en droog brood. Omdat ik weet hoe gevangenis er nu uitzien, veronderstelde ik een lineair pad van vroeger naar nu. Maar dat was dus niet zo. Honderdvijftig jaar geleden ging men beter of aardiger om met gevangenen dan nu. Er is dus niet altijd een patroon naar boven. Het zijn schommelingen in plaats van een rechte lijn.

Deze ervaring leerde mij dat het heel natuurlijk is om te denken in trends als het gaat om de toekomst terwijl er stiekem juist vaak sprake is van golfbewegingen. Het is gevaarlijk om in trends te denken want je weet niet of het een trend of een golf is. Ik doe dus iets anders als ik nadenk over de toekomst. Ik neem dingen waarvan ik bijna zeker weet dat die hetzelfde blijven, als uitgangspunt. Ik hou vast aan wat hetzelfde blijft.

Als ik dus kijk naar de vraag wat een goed doel is en waarom mensen aan goede doelen geven, dan zal dit antwoord in de toekomst vermoedelijk hetzelfde blijven. Het feit dat wij altruïstische wezens zijn die het om wat voor reden dan ook fijn vinden om mensen te helpen, zit zo diep in ons. Ik zie dat de komende honderden jaren niet veranderen. Goede doelen zie ik ook niet zozeer verdwijnen omdat ze er al zo lang zijn. Daar houd ik liever aan vast dan dat ik denk in trends.

Veranderingen

Wat verandert er dan wel? Het totale bedrag dat we aan goede doelen geven? Dat zal ongeveer hetzelfde blijven. Het zal niet ineens negentig procent minder zijn. Als het halveert, is het voor mij ook ongeveer hetzelfde. Zo bot kijk ik naar dit soort dingen. Bij halveren gebeurt er wel iets, maar als het bedrag met vijftig procent daalt, zie ik dat gewoon als een rimpeling. Dat maakt allemaal niet uit.

Het totale bedrag dat mensen aan goede doelen besteden, zie ik dus niet echt veranderen. De bestemmingen van het totale bedrag zouden wel kunnen wijzigen en ook de manier van betalen. Daar kan ik als buitenstaander wat ballonnetjes op loslaten. Te beginnen met de bestemming van het geld. Vroeger had je verzuiling. Als je doneerde aan een goed doel, dan was dat binnen je eigen zuil. Dit kun je als nadeel zien, maar het heeft ook een voordeel. Het geld kwam overal in de zuil terecht. Zowel aan de bovenkant als de onderkant van de samenleving binnen die zuil. En alle belangen binnen die zuil werden behartigd. Tegenwoordig bestaan die zuilen niet meer, maar is er sprake van een gestratificeerde samenleving ofwel een lagsamenleving waarin een intellectuele bovenlaag van mensen die veel heeft en een onderste laag van mensen die minder heeft. Het is denkbaar dat de uitgaven aan het goede doel passen bij de laag waarin je je bevindt. Dat is een verandering ten opzichte van het verleden.

Dit zag je bijvoorbeeld bij aids: één van de redenen waarom aids redelijk snel veel aandacht kreeg, was omdat het ook de intellectuele bovenlaag trof. Die kon goed gemobiliseerd worden, kon veel geld en energie vrijmaken om daar wat aan te doen. Dit komt dus door een nieuwe organisatie van de samenleving. Een samenleving meer in lagen dan in zuilen. Een zorg of ontwikkeling zou dus kunnen zijn dat bestedingen aan goede doelen binnen een laag blijven en niet langer door alle lagen heen gaan. Of dat erg is, weet ik niet, maar daar kan iets gebeuren.

Een ander voorbeeld van een verandering in de bestemming van het geld is de volgende. Individuele rijk-aards doneren veel geld en hebben veel meer invloed op waar geld terecht komt dan in het verleden, neem iemand als Bill Gates. Zo iemand bedenkt een oplossing voor wat hij het grootste probleem vindt. Hij heeft

daarmee een dikke vinger in de pap wat betreft het bepalen van de bestemming van een goed doel. Ik zie dus een verandering in de samenleving wat betreft de bestemming van gelden en waar het terecht komt. Je zou hier met elkaar verstandig over kunnen nadenken en beleid op kunnen maken.

Dan over de verandering in de manier van betalen. Nu komt technologie om de hoek kijken. Technologie en betalen zijn twee dingen die met elkaar te maken hebben. Toen internet net begon, had je de website *hungersite.com*. Deze beroemde site liep voor op alle internetontwikkelingen. Je zag advertenties als je de site bezocht. Destijds was het zo dat de adverteerder de internetsite betaalde als de advertentie was gezien. Klikken hoefde niet. Als de advertentie gezien was, ging er automatisch een deel van de inkomsten naar het oplossen van honger in de wereld. Het enige wat deze site dus deed, was advertenties laten zien. Dat vond men zo innovatief, het was echt een voorbeeld. De site bestaat overigens nog steeds.

Op basis van technologie kun je dingen dus anders inrichten. Hierin zie ik ook mogelijkheden voor goede doelen. Die veranderingen voor de toekomst zitten eerder in de *fintech*, de *financial technology*, dan in kunstmatige intelligentie. *Fintech*, het zijn de financiële technische bedrijven die op een creatieve manier tegen de banken aan schuren. Je kunt als goed doel gebruik maken van de mogelijkheden die er nu al zijn op het gebied van *fintech*. Als je teruggaat naar de antwoorden op de vraag waarom mensen doneren en hoe je daar *fintech* op kunt toepassen, zijn er meerdere antwoorden mogelijk:

1. Mensen doneren uit *gewoonte*. Je kunt heel makkelijk *fintech* toepassen om van deze gewoonte gebruik te maken. Bijvoorbeeld, mensen zijn best bereid om een x percentage van hun maandelijkse inkomen aan een goed doel te geven. Die gewoonte zou men best willen afspreken, maar daar is nu nog niets voor. Met nieuwe technische mogelijkheden kun je dit wel regelen bijvoorbeeld door een *fin*-applicatie waarin je kan aangeven dat je automatisch 3% van jouw maandsalaris wil doneren aan goede doelen. Je maakt dan met technische middelen gebruik van de gewoonte van mensen om te doneren aan goede doelen.

Ik zie ook nog een andere mogelijkheid. Het bestaat nog niet, maar ik zou er zo aan meedoen. Namelijk voor iedere 10 euro die ik besteed aan vlees gaat automatisch 1 euro naar *Wakker Dier*. Een bank kan in principe weten dat ik vlees gekocht heb en mag gebruik maken van die informatie als ik daar toestemming voor heb gegeven. Ik maak dan dus met behulp van technische mogelijkheden gebruik van de gewoonte dat ik aan goede doelen doneer. Ik zie hier veel mogelijkheden. Doordat het lot van dieren mij raakt, zou ik die dienst zo kopen van bijvoorbeeld *Wakker Dier*. Het is er nog niet, jammer genoeg.

2. Mensen doneren uit *sociale druk*. Daar kun je via techniek ook gebruik van maken. *Booking.com* doet dat al. Bijvoorbeeld met *pop ups* als 'op dit moment bekijken twee mensen deze hotelkamer' als je zelf een hoteladvertentie op hun site bekijkt of 'vijf minuten geleden heeft de laatste persoon een hotelkamer geboekt!' Hierdoor voel je druk om snel te handelen. Zo kan je dus door techniek een sociale druk bij mensen creëren om te betalen.

Hoe dit voor goede doelen precies vorm te geven, weet ik niet. Maar een bericht op je Facebook-pagina zoals 'deze maand heeft 80 procent van jouw vrienden al meer besteed aan goede doelen' zou ik me kunnen voorstellen. Denk hierbij aan de sociale druk van het kerkbankje, dat is een hele fysieke manier van sociale druk. Maar met technische middelen zou je dit echt wel goed kunnen nabootsen. Als je hier iets mee wilt, doe dat dan als sector met elkaar. Omdat je met elkaar dit soort dingen veel makkelijker voor elkaar kan krijgen dan als enkel goed doel.

3. Mensen doneren eigenlijk helemaal niet aan een goed doel, maar doneren indirect toch aan een goed doel, zoals bij een loterij. Een loterij kan je zien als een monopolie dat je krijgt, omdat het iets is wat je kunt aanbieden als je daarvoor een vergunning hebt. Het voordeel van een monopolie is dat de kosten laag zijn en de opbrengsten hoog. Met soortgelijke producten als een loterij kun je dezelfde truc uithalen. Merchandising heeft dezelfde aspecten als een loterij. Zo verkoopt Barcelona shirtjes van Messi omdat ze hierop een monopolie hebben. De marges zijn groot. Zoets is ook denkbaar bij andersoortige producten waar je precies dezelfde truc mee uithaalt. Denk hierbij aan de verkoop van aflaten door de kerk vroeger. De kerk had een monopolie om dit product te verkopen, de kosten verbonden aan het product waren nihil en de opbrengsten waren daarom bijna 100% en gingen allemaal naar het goede doel, de kerk zelf. Er is dus een duidelijke link tussen de aflat en de loterij als je kijkt naar de kosten en baten van die producten. Het is dus prima denkbaar dat er naast de loterij meer van dit soort producten zijn.

Er zijn dus drie antwoorden op de vraag waarom mensen aan goede doelen geven. Deze antwoorden zijn wellicht cynisch, maar je kan er gebruik van maken om dingen te veranderen. Aan de goede doelen verandert waarschijnlijk niet zoveel, maar wel aan de bestemming van het geld en de manier waarop mensen doneren aan goede doelen. Techniek kan hierop inspelen.

Er is nog een reden waarom goede doelen mooi zijn. Goede doelen zorgen voor sociale cohesie. Het is niet de reden waarom mensen geven aan goede doelen. Niemand stopt geld in de collectebus met het idee: ik ben nu bezig de sociale cohesie te vergroten. Maar het netto-effect is wel een vergroting van de sociale cohesie. Met dat in het achterhoofd kun je goede doelen koesteren. En ik doe dat.

Dan is de vraag: waar is sociale cohesie nodig? Wat voor sociale cohesie is nodig? Het is eigenlijk jammer dat er sprake is van Goede Doelen Nederland. Juist in Europa is meer cohesie nodig. Het gaat niet alleen om Nederland, maar juist meer dan dat. Als je goede doelen wilt gebruiken om de cohesie te vergroten, zou je naast Goede Doelen Nederland een Goede Doelen Europa moeten hebben. Dat betekent dan niet een goed doel dat Europees is en in elk land zijn eigen activiteiten heeft, maar echte Europese goede doelen. Waarbij als iemand voorbij komt, je geld geeft aan een Europees goed doel. Dat zou voor Europese cohesie kunnen zorgen.

Dan nog een slotopmerking. Het is prachtig dat Goede Doelen Nederland 25 jaar bestaat. Hopelijk is er straks ook sprake van Goede Doelen Europa. Alvast gefeliciteerd!

Bas Haring

© 2019

Goede Doelen Nederland

Postadres

Postbus 94488

1090 GL Amsterdam

verkenning.goededoelennederland.nl

www.goededoelennederland.nl

www.goededoelen.nl