

De beste film van de broers Coen ooit, draait nu!

Film: pagina 22 en 23

nrc•next

donderdag 21 januari 2010
www.nrcnext.nl
prijs 1,10 euro

Uitgave van NRC Handelsblad Jaargang 4 No.219

Giro555 HEB JIJ AL GELD GEGEVEN?

Vanavond is de benefietuitzending voor Haïti. Dat blijkt, ook al worden we al dagen geconfronteerd met de ramp, toch nodig.

pagina 4 en 5

Vandaag 'Netwerk' en 'Nova' stoppen

De actualiteitenrubrieken *Netwerk* en *NOVA*, en het ochtendprogramma *Goeiemorgen Nederland* verdwijnen deze zomer van de televisie. Dit heeft de leiding van de publieke omroepen gisteren besloten. De nieuw te starten omroep WNL zal vanaf de zomer een nieuwe ontbijtshow verzorgen.

► pagina 3

Internationaal Crimineel is in Servië cultheld

De Servische crimineel Kristijan Golubovic, die tot zes jaar was veroordeeld voor afpersing en verboden wapenbezit, is in zijn land uitgegroeid tot een cultheld. Sinds hij een jaar geleden uit de gevangenis kwam, figureert hij op entertainmentpagina's van kranten. Net als in de jaren '90.

► pagina 6 en 7

Economie Bierproductie België staat stil

De werknemers van de Belgische bierbrouwer Ab InBev voeren al twee weken actie. Dit doen ze bij de poort, met een (gratis) biertje van de concurrent in de hand. Onderhandelingen tussen de directie en de vakbonden liepen gisteren spaak. Jupiler-bier is in België haast niet meer te krijgen.

► pagina 12 en 13

Nederland Kamer haalt uit naar spoorwegen

Een „zotte situatie” noemde minister Eurlings (Verkeer, CDA) het negatieve reisadvies dat de NS vorige maand afgaf wegens winterweer. In een spoedoverleg gisteren over de sneeuwchaos op het spoor, was de Tweede Kamer uiterst kritisch naar de spoorwegen. „Dit nooit meer.”

► pagina 10 en 11

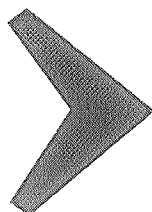
5 weken 10 euro
nrcnext.nl/abo

Begint 2,10 euro
Portugal 2,50 euro

8 710114 600035 40310

Advertentie

onafhankelijk



ik denk nrc
nrchandelblad > nrc next > nrc.nl >

OF MOET DE ACTIE VAN VANDAAG JE OVER DE STREEP TREKKEN?

Die kans is vrij groot, want nationale televisieacties blijken bijna altijd succesvol beroep te doen op onze vrijgevigheid

► Nederland is een vrijgevig land. Dat blijkt uit eerdere inzamelingsacties.

► Daarbij geldt wel: hoe meer doden, hoe dichterbij, des te meer geld er wordt gegeven.

Door ELSJE JORRITSM
ROTTERDAM Alleen mensen die al een week thuis zitten met de ramen en deuren dicht, radio en tv uit, kunnen het gemist hebben: dat Haïti vorige week getroffen is door een natuurramp. Uitsluitend mensen zonder enig inlevingsgevoel kunnen denken dat de Haïtianen het ook wel zonder hulp afkunnen – en iedereen

die kan lezen weet dat hij geld kan doneren op giro 555.

Wie iets wil geven, weet kortom dat het hard nodig is en waar hij moet zijn.

Toch zal vanavond op drie Nederlandse televisienetten een klein leger Bekende Nederlanders, onder leiding van Linda de Mol en begeleid door lichte muziek en schrijnende beelden, een beroep doen op de gulheid van het volk. Waarom?

Het antwoord is onthutsend eenvoudig: omdat het werkt.

„Zo'n nationaal beroep door bekende Nederlanders geeft een gevoel van verwantschap met elkaar: we helpen gezamenlijk”, zegt Theo Schuyt, hoogleraar Filantropie aan de Vrije Universiteit van Amsterdam. „We krijgen het prettige gevoel 'waar een

klein land groot in is'. Dit wordt ook wel het *warm glow*-effect genoemd.”

Een ander effect van zo'n actie, zegt Schuyt, is informatie: het is op alle netten, je kunt er niet omheen. „De nood wordt getoond. En, minstens zo belangrijk, zulke programma's laten zien wat er gedaan wordt: waar het geld voor nodig is.”

Nederland is een vrijgevig land. Met inmiddels een zekere traditie van nationale inzamelingsacties op televisie. De 23-uur durende uitzending 'Open het dorp' in 1962, met Mies Bouwman, kreeg zelfs internationale bekendheid: het was de eerste inzamelingsactie op televisie. In totaal werd toen 21,5 miljoen gulden opgehaald. Dat zou nu, geïndexeerd, ongeveer 52 miljoen euro zijn.

Sindsdien zijn er tientallen van dergelijke acties geweest, sinds eind jaren '80 steeds onder de vlag van de Samenwerkende Hulporganisaties: een gezamenlijk en onveranderlijk gironummer helpt bij het geven, zo bleek. En de opgedane ervaring ook. „Het media-apparaat is bedreven geraakt in het opzetten van dergelijke acties”, zegt hoogleraar Schuyt. „Nederland heeft een zekere expertise in het ophalen van geld.”

Het is ook duidelijk wie er geeft: religieuze mensen meer dan ongelovigen – en de katholieken lopen met geven voorop. Dat zegt Pamela Wiepking, universitair docent bij de werkgroep Filantropische Studies aan de Vrije Universiteit Amsterdam. Andere factoren die helpen: een hogere opleiding, een hoger inkomen, een hogere leeftijd (65-plus), het hebben van een huis of kinderen, getrouwd zijn, werken in de publieke sector, wonen op het platteland. En vrouwen geven vaker dan mannen, maar minder.

Toch is niet iedere hulpactie even succesvol. In 2004 na de tsunami in

Azië was de opbrengst 208 miljoen euro – een absoluut record. Een actie voor noodhulp aan Darfur in datzelfde jaar leverde maar 12 miljoen euro

► Het geeft een prettig gevoel, dat geven. Het warm glow-effect ◀

op. En toen in 2006 Indonesië getroffen werd door een zware aardbeving kwam na een nationale actie niet meer dan 3,5 miljoen euro binnen. „Sommige rampen hebben een groter potentieel om geld in te zamelen dan anderen”, zegt Pamela Wiepking.

Uit onderzoek blijkt media-aan-

dacht de belangrijkste voorspellende factor te zijn voor de opbrengst, zegt Wiepking. En daarvoor geldt: hoe meer doden, en hoe dichterbij – geografisch of cultureel – hoe meer aandacht.

Zo is Azië, waar de tsunami aan bijna 300.000 mensen het leven kostte, vrij ver weg. Maar omdat veel Nederlanders regelmatig naar Thailand op vakantie gaan en er bovendien veel Europeanen direct bij de ramp betrokken waren, konden mensen zich goed met de ramp identificeren. Een typisch voorbeeld van wat Schuyt „verwantschapsaltruïsme” noemt.

Datzelfde effect kan Haïti ook helpen. Niet dat het een erg populaire vakantiebestemming is, maar het land is veelvuldig in het nieuws,

Nederland geeft vaak en veel bij nationale acties

• Sinds de Tweede Wereldoorlog zijn in Nederland bijna 70 nationale acties georganiseerd. Hieronder enkele belangrijke, met hun opbrengst (omgerekend) in euro's:

- 1953 Beurzen open, dijken dicht
Voor de slachtoffers van de watersnoodramp van februari 1953
Opbrengst: 17,1 miljoen
- 1962 Open het dorp
Voor een woonomgeving voor blijvend gehandicapten
Opbrengst: 52 miljoen
- 1966 Eten voor India
Voor de slachtoffers van hongersnood in India
Opbrengst: 38,4 miljoen
- 1968, 1972 Kom over de brug I en II
Voor ontwikkelingswerk in de Derde Wereld
Opbrengst: 52,2 en 75,5 miljoen
- 1971 Geef gezondheid

Voor de gezondheidszorg in ontwikkelingslanden.

- 1984 Eén voor Afrika
Voor de slachtoffers van hongersnood in Afrika
Opbrengst: 59,1 miljoen
- 1987 Afrika Nu
Hongersnood in Afrika
Opbrengst: 35,6 miljoen
- 1990 Afrika sterft van de honger
Hongersnood in Afrika
Opbrengst: 25 miljoen
- 1992 Actie voor Afrika
Hongersnood in Afrika
Opbrengst: 25,1 miljoen
- 1993 Watersnood Actie
Voor de slachtoffers van de overstromingen in Limburg

Advertentie

SNIP REISPARADE

Ticket: € 10,-
(/m. 10 jaar gratis)

Openingstijden: 11.00 - 17.00 uur

Locatie: De Rijtuigenlaads in Amersfoort

VAN 23 JANUARI TOT 23 JANUARI

laait u verrassen tijdens workshops, proeverijen en korte voorstellingen met cabaret, muziek en bijzonder theater

Aanmelden via www.snip.nl/reisparade

Giro555

Extra airplay is extra geld

Door JESSICA VAN GEEL
ROTTERDAM. Vier dagen geleden viel de beslissing: de gevolgen van de aardbeving van 13 januari zijn zo rampzalig dat een landelijke televisieactie voor Haïti nodig is.

En dus vroeg de directie van de Samenwerkende Hulporganisaties (SHO) aan de publieke en de commerciële omroepen of er een grote actie georganiseerd kon worden op tv en radio. Het antwoord? Een volmondig ja.

Vanavond om 20.30 uur begint de gezamenlijke uitzending 'Nederland helpt Haïti' op zowel Nederland 1, RTL 4, SBS 6 en TMF, gepresenteerd door Linda de Mol, Jeroen Pauw en Beau van Erven Dorens. Tel daar bovendien 357 andere BN'ers bij op die een optreden geven, in het belpanel zitten of op een andere manier aandacht voor het 'het armste land van het westelijk halfrond' vragen. Het is voor het eerst sinds de tsunami-actie dat de publieke omroep en de commerciële zenders hun handen ineen slaan voor zo'n grootschalige actie.

Ook de radio doet mee: Radio 538, Radio 2, 3FM, Q-Music en andere zenders maken tussen zes uur 's ochtends en middernacht een gezamenlijke uitzending.

„Extra airplay zorgt voor extra geld. En deze ramp vraagt daarom”, zegt een woordvoerder van de SHO. Pas tegen middernacht zal duidelijk zijn hoeveel geld er is opgehaald. Nu al is er 6,5 miljoen euro op giro 555 gestort, de regering heeft 6 miljoen euro gedoneerd, en minister Koeners (Ontwikkelingssamenwerking, PvdA) zal het opgehaalde bedrag verdubbelen.

Er zijn nog meer acties: driesterrenkok Jonnie Boer van de Librije verkoopt vanochtend erwtensoep op het station in Zwolle. In Rotterdam wordt het feest Party4Haïti gehouden. En er worden, lekker ouderwets, taarten gebakken en verkocht, spaarpotjes gevouwen door kinderen en schaatswedstrijden gehouden.

Ook de nieuwe media doen mee. Zo heeft SHO een Hyvespagina, een twitterfeed en een Facebook. Je kunt geld doneren via sms, je homepage uitlenen aan de actie, of een banner plaatsen. Ook particulieren wagen zich aan online initiatieven. Jessica de Kok uit Bostel begon de twitterveiling.nl. Ze is anderhalve dag bezig en heeft 1.500 euro opgehaald.

En de opbrengst gaat naar giro 555, zoals bij de meeste particuliere initiatieven. Het gedrukte imago van het gironummer na de tsunami-actie, toen er volgens onder meer Arsen zonder Grenzen te veel geld was binnengekomen en was verspild, lijkt te zijn verdwenen.

waardoor de inwoners 'een gezicht' hebben. Een aantrekkelijk gezicht zelfs, in het geval van de honderden weeskinderen uit dat land die jaarlijks in Nederland worden geadopteerd. Een aardbeving in, zeg eens, Paraguay, is anoniemer – en dan geven mensen minder makkelijk, blijkt uit onderzoek.

Het helpt ook dat het gaat om een natuurramp. We geven makkelijker aan slachtoffers die niet schuldig zijn aan hun eigen ongeluk, zegt Wiepking. En getroffen worden door een tsunami of een aardbeving: daar doe je weinig aan.

Dat is ook een verklaring voor de relatief lage opbrengst van de actie voor Darfur: bij slachtoffers van oorlogsgeweld is er altijd de verdenking,

hoe licht ook, dat ze er zelf iets mee te maken hadden. Wie in de oorlog de schuldige is, is vanuit Nederland minder overzichtelijk dan wanneer een tsunami de oorzaak is.

Maar deze factoren gaan niet altijd op, zegt de onderzoekster. Zo werd voor de slachtoffers van de genocide in Rwanda in 1994 45 miljoen euro opgehaald. De omstandigheden zaten niet mee: niet alleen waren het oorlogsslachtoffers, de actie vond ook midden in de vakantie plaats, en het

land was voor veel Nederlanders relatief onbekend. Een mogelijke verklaring zijn de hoge dodentallen – 800.000 mensen werden gedood.

Evenmin goed verklaarbaar is de relatieve onverschilligheid over de aardbeving in Indonesië in 2006; een land waar veel Nederlanders zich bij betrokken voelen, een natuurramp, onschuldige slachtoffers. Een zekere geefvermoeidheid na de tsunami en negatieve berichten over de besteding van de hulpelden kunnen daarbij

een rol gespeeld hebben.

En dan zijn er rampen die geen hulpactie krijgen, zoals de aardbeving in Birma en China in 2008. „We kijken of we in zo'n land iets kunnen doen”, zegt Martin de Beer van Unicef over het beleid van de Samenwerkende Hulporganisaties. Omdat internationale organisaties werden gevraagd, was het moeilijk een inschatting te maken van de nood. „Bovendien konden we er niet echt terecht met onze hulp.”

Advertenties

- Opbrengst: 38,8 miljoen
- 1994 Rwanda voor de slachtoffers van de genocide
- Opbrengst: 45 miljoen
- 1995 Nationale Actie voor de slachtoffers van de overstromingen in Nederland
- Opbrengst: 48,1 miljoen
- 1992 Midden Amerika Actie voor de slachtoffers van de orkaan Mitch
- Opbrengst: 44,3 miljoen
- 1999 Help Vluchtelingen Kosovo
- Opbrengst: 60,6 miljoen
- 1993 Help slachtoffers aardbeving Pokke
- Opbrengst: 35,5 miljoen
- 2000 Vuurverkramp Enschede
- Opbrengst: 20,6 miljoen
- 2004 Help aan Azië voor de slachtoffers van de tsunami
- Opbrengst: 209,3 miljoen

Wij zijn Hivos

www.hivos.nl

'IK BEN LESBISCH'

Ontwikkelingsorganisatie Hivos werkt aan een eerlijke, vrije en duurzame wereld. Deze vrouw staat symbool voor alle vrouwen en mannen die door Hivos worden uitgeroepen voor hun seksuele oriëntatie.

UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM

Amsterdam Business School

Voorlichtingsavond

Parttime masteropleidingen voor professionals

»Thinking Business«

- Accountancy (RA)
- Controlling (RC)
- Auditing (RO)
- IT-Auditing (RE)
- The Amsterdam MBA
- Financial Planning
- International Finance (MSC)
- Enterprise Risk Management (MSC)
- Verzekeringkunde (MSC)
- Bedrijfskunde (MSC)
- Information Management (MSC)

Meer informatie en aanmelden: www.abs.uva.nl

Donnerdag 17 februari 19.00 uur

EFMD EQUIS ACCREDITED