

# De toekomst van legacy giving: Boomers en Gen X

Onderzoeksvoorstel

02 maart 2023





## Inleiding

In Groot-Brittannië deed Legacy Foresight in de afgelopen jaren al onderzoeken naar de doelgroep Babyboomers. Voor het eerst gaat Legacy Foresight een extra onderzoek in Nederland uitvoeren.

Babyboomers zijn een belangrijke doelgroep en zullen in de toekomst een essentiële bijdragen leveren aan inkomsten uit nalatenschappen. Brits onderzoek laat zien dat, vergeleken met eerdere generaties, Babyboomers aanzienlijk welvarender zijn en meer openstaan voor het idee om aan een goed doel na te laten. De voorspelling is dat in Groot-Brittannië de inkomsten uit nalatenschappen tegen 2050 verdubbelen.

Het Nederlandse onderzoek zal inzicht geven in toekomstige erflaters. Het onderzoek richt zich op hun levensstijl, motivaties en verwachtingen en hoe deze verschillen met andere cohorten. Naast de Babyboomers zal het onderzoek ook de nieuwe doelgroepen voor nalatenschappenwerving belichten; mensen geboren tussen 1958 en 1980. Deelnemende organisaties krijgen zo een beter beeld van de toekomstige erflaters en hun toekomstige begunstiging.

Het project bouwt voort op eerdere onderzoeken in de UK en sluit aan op een gepland onderzoek in het Verenigde Koninkrijk en Australië. Dat maakt de analyse nog interessanter en de kosten lager. Het Nederlandse deel van het onderzoek zal zich richten op de unieke Nederlandse situatie, maar met dit internationaal afgestemde onderzoeksproject wordt het voor het eerst ook mogelijk grensoverschrijdende uitkomsten te verzamelen en te vergelijken.

### **Waar staan de Babyboomers nu en hoe is hun houding ten opzichte van nalaten aan een goed doel?**

Aangezien het grootste deel van de inkomsten uit nalatenschappen in de komende twintig jaar afkomstig zal zijn van de naoorlogse generatie, is het belangrijk om dit cohort goed te kunnen begrijpen en hun houding betreffende nalaten aan goede doelen te analyseren en te volgen.

Legacy Foresight heeft in de afgelopen 15 jaar in Groot-Brittannië al meerdere onderzoeken uitgevoerd naar de Babyboomergeneratie. Eerder onderzoek hielp goede doelen daar al deze generatie beter te begrijpen en zo kansen en uitdagingen voor hun nalatenschappenwerving te identificeren. Dit jaar start Legacy Foresight een internationaal onderzoekstraject over Babyboomers en Generatie X (ook 'Verloren generatie' genoemd) in drie verschillende landen, het Verenigd Koninkrijk, Nederland en Australië.

In Nederland gaan we specifiek onderzoek uitvoeren naar de houding en gedrag van Babyboomers en volgende generaties ten opzichte van nalaten aan goede doelen. De inzichten van dit onderzoek zal goede doelen helpen om de wervings- en stewardshipprogramma's beter op deze nieuwe doelgroepen aan te laten sluiten.

#### **Definitie generaties**

We onderscheiden in ons onderzoek drie generaties. De 'echte' Babyboomer generatie of Core Boomers (1946-1957). De 'Shadow Boomers' (in Nederland ook wel de Verloren Generatie genoemd) geboren tussen 1958-1964. En de Generatie X, geboren tussen 1965-1980. Deze drie generaties vormen samen de grote naoorlogse geboortegolf.

## Hoe zal nalatenschappenwerving na de Boomers eruitzien?

Naarmate Babyboomers ouder worden, is het ook van belang om aandacht te geven aan de op hen volgende generatie. Hoe moet de toekomst in de nalatenschappenwerving eruitzien als we ons op die doelgroep gaan richten?

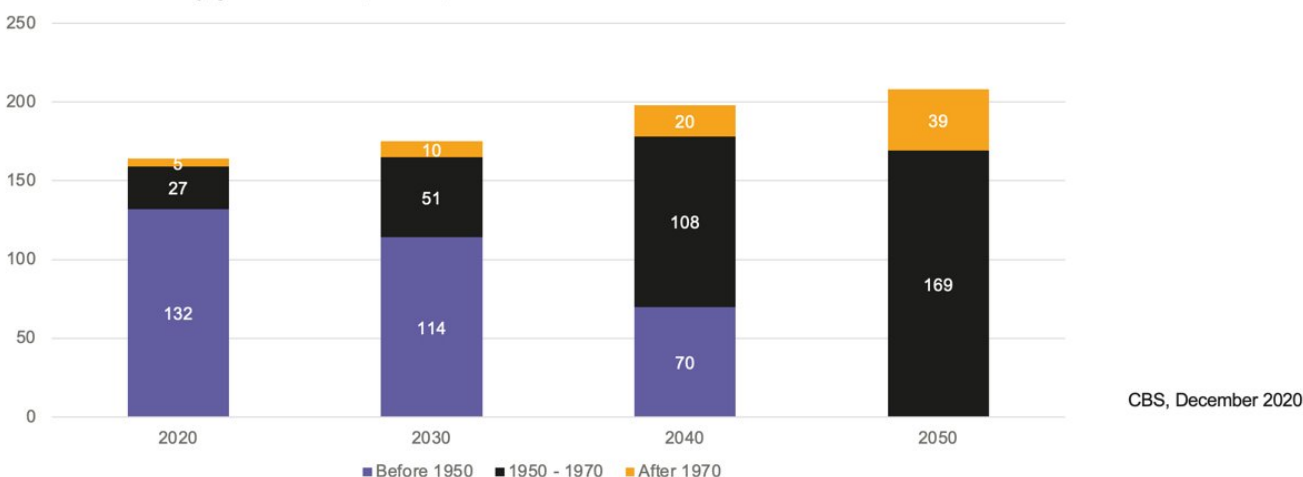
De oudste Generatie X-ers, geboren tussen 1965-1980 zijn nu in de vijftig. Ze beginnen na te denken over hun pensioen en over hun nalatenschap en testamenten. In de komende decennia zal deze groep steeds belangrijker worden voor de inkomsten uit nalatenschappen. Wat is de houding van deze generatie betreffende nalaten aan goede doelen? En op welke manier moet met hen over nalaten gecommuniceerd worden?

Generatie X-ers (nu tussen de 42 en 57 jaar oud) bevinden zich midden in het leven, jonglerend tussen werk en gezinsverplichtingen. Druk met het opvoeden van kinderen, hun verantwoordelijke functies op het werk en vaak ook al met de ondersteuning van hun bejaarde ouders. Het is de eerste generatie die opgroeide met computers. Met vormingsjaren die heel anders waren dan die van de Babyboomgeneratie, met de achtergrond van de aids-crisis, de val van de Berlijnse muur en chronische economische onzekerheid.

Deze generatie is meer divers wat betreft etniciteit en seksuele oriëntatie dan de generaties voor hen. Naarmate deze groep nu ouder wordt, beginnen ze met het nadenken over hun toekomstige levensstijl en financiën, waardoor ze ook overwegen om hun testament op te stellen of te vernieuwen - en mogelijk ook om een goed doel daarin op te nemen.

Zoals de onderstaande grafiek laat zien, zullen de jaarlijkse overlijdenscijfers in de komende 30 jaar verder stijgen. Tegelijkertijd zal gestaag het aandeel van de Shadow Boomers en daarna de Generatie X het grootste aandeel gaan vormen in het aantal overlijdens.

Dutch deaths by year of birth, 000s, 2020 - 2050



Gezien het lange tijdsverloop tussen idee en actie (opnemen van een goed doel in een testament) en de tijd tussen die actie en uiteindelijk ontvangst van de nalatenschap, moeten we ons in de communicatie ook op de nieuwe cohorten richten. Niet alleen op de Core Boomers, ook de Shadow Boomers en de Generatie X.

## **Dit onderzoeksproject zal deelnemers meer inzichten in de Babyboomers geven en de kennis over Generatie X verbreden.**

Ons onderzoek zal de verschillen tussen de generaties onderzoeken, evenals de kansen en uitdagingen die er voor nalatenschappenwerving liggen.

De focus ligt op de volgende thema's:

- Wat verbindt en onderscheidt Core Boomers, Shadow Boomers en Generatie X?
- Hoe verschillend zijn ze als cohorten (zowel in aantallen als in waarde)?
- Welke invloed hebben Corona en de aanhoudende onzekerheid (oorlog in Oekraïne, stijgende kosten voor levensonderhoud en inflatie.) op hen?
- Wat is de impact op nalaten aan goede doelen?

## Verschillende vraagstukken van het onderzoek

### **Waarden, houding en levensverwachtingen**

- Digitaal gedrag/houding
- Waarden, levenshouding, religie
- Doneren en vrijwilligerswerk
- Verschillen in comfort/vermogen nu en bij pensionering

### **Impact van Corona, wereldwijde onzekerheid, crisis door stijgende kosten van levensonderhoud en inflatie op hun levensstijl, houding en financiële situatie**

- Hoe heeft Corona hen beïnvloed, de impact van de lockdown, de impact op hun financiën en die van hun kinderen, kleinkinderen en evt. ouders.
- Gedachten over de voortdurende economische verandering en onzekerheid
- Financieel vertrouwen op korte en langere termijn

### **Houding tegenover goede doelen en motivaties/drijfveren om te geven**

- Houding ten opzichte van goede doelen (zowel reguliere donaties als nalatenschappen)
- Welke goede doelen en hun werkvelden zijn belangrijk
- Hoe houding en voorkeuren in de loop van de tijd veranderen

### **Veranderende gezinssamenstelling en de impact op nalatenschappen**

- Algehele gezinssamenstelling
- Financiële steun voor familie versus bredere samenleving
- Gevoelens over hun eigen toekomst en die van de volgende generaties
- Pensioenplannen en -verwachtingen en bestedingen inclusief langdurige gezondheidszorg
- Impact van het vermogen van ouders op eigen plannen rond nalaten

## Onze aanpak

Het project omvat 3 fasen:

1. Deskresearch naar aantal, profiel en vermogen van Nederlandse Boomers en Generatie X
2. Kwantitatief consumentenonderzoek naar hun houding en verwachtingen rond nalaten
3. Opstellen van langetermijnprognoses voor Nederlandse nalatenschapsinkomsten en nalatenschappen tot 2060

*Optioneel is de mogelijkheid tot aanvullend kwalitatief onderzoek. Dit onderzoeksdeel overwegen we te doen wanneer meer Nederlandse organisaties deelnemen en waardoor extra budget beschikbaar is.*

### Fase 1 – Deskresearch Nederlandse Babyboomers en Gen X

Nationale en internationale data en informatiebronnen over Nederlandse Boomers en Generatie X-ers worden verzameld, zoals:

- Het aantal en profiel van deze cohorten in termen van leeftijd, geslacht/seksualiteit, burgerlijke staat, kinderloosheid, geloof en etniciteit
- Opleidingsniveaus
- Werkpatronen
- Levensverwachtingen
- Vermogensniveaus/verdeling en eigendom
- Gebruik van (digitale) media

### Fase 2 – Consumentenonderzoek

In de tweede fase zullen er meer specifieke thema's onderzocht worden met betrekking tot vermogen en interesse in nalaten aan goede doelen zoals:

- Financieel vertrouwen – direct en op langere termijn
- Gevoelens over hun eigen toekomst en die van hun (eventuele) kinderen/kleinkinderen
- Pensioenplannen en -verwachtingen, inclusief de behoefte aan langdurige gezondheidszorg
- Houding ten opzichte van digitale technologieën
- Doneren en vrijwilligerswerk
- Het hebben van een testament of plannen rondom het opstellen van een testament, met een goed doel erin
- Financiële steun voor familie versus bredere samenleving
- Vergelijkingen met andere deelnemende landen

### Fase 3 – Lange termijn forecast

De laatste fase richt zich op het herzien en bijwerken van de langetermijnprognoses die zijn ontwikkeld op basis van de Legacy Monitor in het licht van de nieuwste demografische en economische projecties.

De prognose zal zich richten op de belangrijkste drijvers, b.v. aantal sterfgevallen, mensen zonder kinderen, economische groei, vermogen (inclusief pensioenen en zorgkosten).

## Uitkomsten

Dit onderzoek zal de deelnemers nieuw en actueel inzicht geven in de Babyboomergeneratie en de impact die de afgelopen jaren met al hun verandering en onzekerheid op hun levensstijl en houding hebben gehad. Daarnaast focust het onderzoek op Generatie X, die als opkomend doelgroep steeds belangrijker wordt binnen de nalatenschappenwerving.

Deelnemende organisaties kunnen de uitkomsten gebruiken om hun kennis te vergroten, en hun fondsenwervingsstrategieën en communicatie verder te ontwikkelen.

## Belangrijkste resultaten

- De resultaten en belangrijkste onderzoeksbevindingen en lange termijn forecast worden in het najaar 2023 gepresenteerd. Daarnaast worden in een workshop voor het projectconsortium de uitkomsten met elkaar besproken en vertaald naar eerste conclusies voor het werven van nalatenschappen.
- Aan het einde van het project ontvangen alle deelnemende organisaties een onderzoeksrapport, dat met collega's en senior management gedeeld kan worden.
- Voor niet- deelnemers komt een kort snapshotrapport beschikbaar met enkele hoofdbevindingen.

## Stuurgroep

Zoals bij alle onderzoeksprojecten van het Legacy Foresight-consortium wordt de onderzoeksopzet eerst aan onze stuurgroep (nalatenschappen-fondsenwervers van verschillende goede doelen) voorgelegd. De stuurgroep zal vooraf en tijdens het uitvoeren van het onderzoek feedback en suggesties geven en zo de kwaliteit van de output namens het consortium waarborgen.

## Planning

De planning is als volgt:

- April 2023 – Project kick-off
- April - mei 2023 – Desk research
- Juni - juli 2023 – Consumer survey
- Juli - september 2023 – Modelling/ forecasting
- September 2023 – Final workshop en executive summary report

## Kosten

XL goed doel: € 3.850 (> € 6 mio inkomsten uit nalatenschappen in 2022)

Non-XL goed doel: € 2.850

Dit project wordt uitgevoerd onder de verantwoording van Legacy Futures. Legacy Futures is een Britse organisatie, wat impliceert dat geen BTW in rekening wordt gebracht. De facturatie is in euro.

Deze kosten zijn gebaseerd op minimum minimaal 15 deelnemende organisaties. Het onderzoek gaat alleen door wanneer er voldoende belangstelling is. Bij grote belangstelling kan ervoor gekozen worden om kosten te verlagen of kwalitatief onderzoek uit te laten voeren.

Facturatie staat gepland voor eind maart 2023.

## Volgende stappen

- Deadline voor aanmelding: Vrijdag 24 maart 2023
- Bevestiging definitief consortium: Vrijdag 31 maart 2023
- Project kick-off/factuur: Vrijdag 31 maart 2023

Voor vragen of om je organisatie aan te melden kan je contact opnemen met Lena Vizy of Arjen van Ketel.

[Lena.vizy@legacyfutures.com](mailto:Lena.vizy@legacyfutures.com) | T 06 811 385 10

[Arjen@arjenvanketel.nl](mailto:Arjen@arjenvanketel.nl) | T 06 14 44 99 50

---

# Legacy Futures

Legacy Futures is a specialist group of gifts in wills and in-memory giving consultancies, helping over 200 charities worldwide to grow with legacy giving.

[Legacyfutures.com](https://legacyfutures.com) | [@talkinglegacies](https://twitter.com/talkinglegacies)

---

## Legacy Foresight

Legacy Foresight specialise in insight. They are best known for their benchmarking, forecasting and research projects, often working with consortiums of charities who join forces to gain greater understanding of the legacy and in-memory giving markets.

[legacyforesight.co.uk](https://legacyforesight.co.uk)

## Legacy Voice

Legacy Voice help charities improve their marketing strategies and develop effective communications. They provide dedicated support throughout the donor journey, to kick-start or reboot your legacy or in-memory programme.

[legacyvoice.co.uk](https://legacyvoice.co.uk)

## Legacy Link

Legacy Link support charities throughout the estate administration process with the support of a skilled and experienced legacy management team.

[legacy-link.co.uk](https://legacy-link.co.uk)