



Paul Smeets

‘We willen weten wat mensen beweegt om te geven’

Hoogleraar Paul Smeets over Impact Lab Amsterdam

Door: Floris Kappelle

08-12-2025

Filantropie Interview

Waarom geven mensen aan een goed doel, en waarom haken ze soms juist af? Het zijn vragen die Paul Smeets al jaren bezighouden. Als hoogleraar Filantropie en Duurzame Financiering aan de Universiteit van Amsterdam onderzoekt hij de economie en psychologie achter geefgedrag. Een gesprek.

In zijn pas opgerichte Impact Lab Amsterdam komen wetenschap, data en maatschappelijke praktijk samen. Doel: beter begrijpen wat donateurs drijft, en hoe die kennis kan bijdragen aan meer impact, met geld, gedrag en empathie. Kortom: de wetenschap van het geven.

‘We willen weten wat mensen écht beweegt om te geven,’ zegt Smeets in zijn werkkamer bij de UvA. ‘Iedereen zegt dat het belangrijk is om goed te doen, maar de werkelijkheid is vaak complexer. Emoties, sociale druk en overtuigingen spelen een veel grotere rol dan we denken. En tegelijkertijd onderschatten we hoeveel verschil het kan maken als we met ons geld iets doen dat aantoonbaar effectief is.’

De fascinatie van Smeets voor geefgedrag begon ruim tien jaar geleden, toen ABN Amro hem vroeg onderzoek te doen naar de filantropische motieven van vermogende klanten. ‘Ik kreeg een unieke inkijk in hoe mensen met veel geld over geven nadenken’, vertelt hij. ‘Sommigen doneren miljoenen per jaar. Maar ze willen dan wel weten wat er precies met hun geld gebeurt en hoeveel verschil dat maakt.’

Effectiviteit

Dat inzicht legde de basis voor zijn latere onderzoek. ‘Ik ontdekte dat de verschillen tussen goede doelen enorm kunnen zijn. Sommige initiatieven zijn honderd keer effectiever dan andere. Dat is niet zomaar een slag in de lucht, dat blijkt uit wetenschappelijk bewijs. Toen dacht ik: daar moeten we meer mee. We kunnen de wereld van de filantropie nog impactvoller maken.’

In juni 2025 richtte Smeets daarom het Impact Lab op, een interdisciplinair onderzoekscentrum aan de UvA. Het lab richt zich op twee hoofdvragen: wat drijft mensen om te geven, en hoe effectief zijn de organisaties die dat geld ontvangen? ‘We willen begrijpen of donateurs überhaupt weten dat er zulke grote effectiviteitsverschillen bestaan’, constateert Smeets. ‘En als ze dat weten: wat doen ze met die informatie?’

De tweede pijler is het helpen van nieuwe, veelbelovende goede doelen om hun impact te meten. ‘We werken met start-ups die echt in de Champions League van de filantropie willen spelen,’ legt hij uit. ‘Dat doen we samen met de opleiding van het Londonse Charity Entrepreneurship, een soort Zweinstein – de fictieve toverschool van Harry Potter – voor wereldverbeteraars, zoals opiniemaker Rutger Bregman het noemt. Daar komen jonge mensen met briljante ideeën vandaan, zoals Céline Kamsteeg, die Nigeriaanse vrouwen helpt toegang te krijgen tot anticonceptie. Wij helpen zulke initiatieven hun kosteneffectiviteit wetenschappelijk te

‘Charity Navigator’

In het Impact Lab werken dagelijks promovendi en senior onderzoekers aan uiteenlopende projecten. Een van de samenwerkingen is met Charity Navigator, de Amerikaanse organisatie die miljoenen bezoekers helpt bij het kiezen van betrouwbare goede doelen. Een ander project vindt plaats in Bangladesh, in samenwerking met Simavi – vanaf 22 maart 2026 WaterAid Nederland.

‘Daar onderzoeken we wat het meest effectief is om schooldeelname van meisjes te vergroten’, aldus Smeets. ‘En in Afrika kun je studiebeurzen uitdelen, maar het blijkt dat simpele ontwormingstabletten, die maar een paar euro kosten, honderd keer meer effect hebben. Kinderen die ziek zijn, blijven thuis. Gezonde kinderen gaan naar school. Dat is de kracht van data.’

De projecten variëren van veldonderzoek in Afrika tot lange termijn-experimenten in Nederland. ‘We laten mensen in realistische situaties keuzes maken over waar ze hun geld aan willen geven’, zet Smeets uiteen. ‘Dan zie je iets fascinerends gebeuren: mensen doneren duizenden euro’s aan doelen die nooit onafhankelijk getest zijn, of waarvan we weten dat ze zelfs schadelijk kunnen zijn. De fintech PlayPump International, bijvoorbeeld: dat klonk ooit sympathiek, maar bleek in de praktijk meer kwaad dan goed te doen. Toch blijven zulke initiatieven geld ontvangen. Transparantie is daarom essentieel.’

Effectief geven

Een belangrijk uitgangspunt in Smeets’ werk is dat geven niet alleen een kwestie van gevoel is, maar ook van informatie. ‘Ik help donateurs bij het verdelen van hun geld over drie potjes’, meldt hij. ‘Eén voor zichzelf en hun naasten, één voor persoonlijke betrokken doelen, en één voor maximale impact. Die laatste categorie is waar wij ons op richten. We helpen mensen betere keuzes te maken, zodat ze weten dat hun geld écht verschil maakt.’

Deze rationele benadering betekent niet dat emoties er niet toe doen. Integendeel. ‘Emotie is vaak de motor achter geefgedrag’, zegt hij. ‘Mensen geven omdat ze geraakt worden, door een ramp op televisie, door een vriend die geld inzamelt, door een kind dat ze in een campagne zien. Wat wij proberen te doen, is die emotie verbinden met inzicht. Zodat mensen niet alleen geven uit medeleven, maar ook uit overtuiging dat hun donatie daadwerkelijk iets oplost.’

Bij grote gevers ziet hij dat effect al. ‘Wie gewend is te denken in rendement, wil dat ook bij filantropie zien’, weet hij. ‘Zij vragen: wat levert mijn geld op in termen van maatschappelijk resultaat? Dat is geen kil utilitarisme, dat is gezond realisme. Want waarom zou je niet willen dat je donatie honderd keer zoveel goed doet?’

Opschalen en samenwerken

Het succes van het Impact Lab trekt inmiddels meer aandacht dan het team aankan. ‘We krijgen meer aanvragen van goede doelen dan we kunnen bedienen’, zegt Smeets. ‘Daarom zoeken we een managing director en extra financiering. Tot nu toe worden we vooral ondersteund door de UvA, NWO en wat privaat geld, maar om op te schalen is meer nodig.’

De internationale belangstelling groeit snel. ‘Afgelopen zomer sprak ik in Londen met Nobelprijswinnaar Michael Kremer over onze gezamenlijke interesse in onderwijs en gezondheid in ontwikkelingslanden’, vertelt hij. ‘Binnenkort spreek ik op een congres in Zwitserland met Esther Duflo en Abhijit Banerjee, ook Nobelprijswinnaars. Dat laat zien dat dit onderwerp leeft. De vraag hoe je filantropie effectiever kunt maken, staat wereldwijd op de agenda.’

Zijn droom is om elk jaar minstens één nieuwe organisatie te helpen met een *randomized controlled trial*, het gouden standaardexperiment in de wetenschap. ‘Zo kunnen we echt laten zien wat werkt’, zegt hij. ‘En dan hoop ik dat die organisaties doorstromen naar de Champions League van de goede doelen, waar elke euro aantoonbaar verschil maakt.’

Maatschappelijke winst

Smeets blijft realistisch. 'We staan pas aan het begin,' zegt hij. 'Momenteel gaat slechts één procent van alle donaties in Nederland naar bewezen effectieve goede doelen. Mijn hoop is dat we dat in de komende jaren kunnen laten groeien naar tien procent. Dat zou een enorme maatschappelijke winst opleveren.'

Hij benadrukt dat de wetenschap van geven niet draait om koud rekenen, maar om reflectie. 'Effectief geven betekent niet dat je geen emotie mag voelen. Het betekent dat je hart en hoofd laat samenwerken', doceert hij. 'Mensen willen goed doen. Wij helpen ze begrijpen hoe ze dat het beste kunnen doen.'

Zijn boodschap is uiteindelijk optimistisch. 'Vroeger was ik wat sceptisch,' zegt hij. 'Ik dacht: het verschil dat je kunt maken met een donatie is marginaal. Maar inmiddels weten we beter. Er zijn goede doelen die aantoonbaar levens redden voor kleine bedragen. Dat vind ik hoopvol. Je kunt met een gerust hart geven, als je weet dat het werkt.'

Hoofd en hart

Wat Paul Smeets met zijn Impact Lab probeert te doen, is de kloof dichten tussen idealen en inzichten. Door te onderzoeken wat mensen écht beweegt om te geven, en waarom ze dat soms laten, maakt hij de filantropie niet alleen effectiever, maar ook menselijker. Zijn werk laat zien dat data en emotie elkaar niet uitsluiten, maar juist versterken.

'De toekomst van filantropie ligt niet alleen in cijfers of strategieën', besluit hij, 'maar in het begrijpen van de menselijke drijfveer om goed te doen. Als we dat combineren met wetenschap, kunnen we ongelooflijk veel bereiken, met hoofd en hart.'

Wie is Paul Smeets?

Paul Smeets is hoogleraar Filantropie en Duurzame Financiering aan de Universiteit van Amsterdam. Hij promoveerde op onderzoek naar de economie en psychologie van investeren en schenken, en geldt als een van de toonaangevende experts in Europa op het gebied van geefgedrag. Smeets combineert academische precisie met maatschappelijke betrokkenheid: hij wil wetenschappelijk inzicht vertalen naar praktische handvatten voor donateurs, fondsen en vermogensbeheerders.

Over Impact Lab Amsterdam

Het Impact Lab van de Universiteit van Amsterdam is een interdisciplinair onderzoekscentrum dat onderzoekt hoe kennis over gedrag, emoties en financiën kan bijdragen aan meer maatschappelijke impact. In samenwerking met fondsen, bedrijven en NGO's voert het lab experimenten en veldonderzoek uit naar geefgedrag, duurzame investeringen en effectieve communicatie. Het Lab streeft ernaar om elk jaar een nieuw goed doel te helpen wetenschappelijk aan te tonen wat zijn impact is, en zo de Champions League van de filantropie te bereiken