

# HoGent Doen!

PERSBERICHT  
Gent, 5 juni 2014

## Private fondsenwerving steeds belangrijker



**Bijna drie kwart van de fondsenwerfers in Belgische non-profitorganisaties klaagt over een gebrek aan tijd en geld en haalt bijna de helft van zijn inkomsten uit private middelen (particulieren, bedrijven, enz.). Het belang van fondsenwerving bij particulieren blijft dan ook stijgen. Dat blijkt uit een grootschalige bevraging bij 630 fondsenwerfers door de HoGent, KULeuven en Fundraisers Alliance, die dinsdag werd voorgesteld op de studiedag 'Fondsenwerving in België'.**

Vroeger was de overheid een betrouwbare bron van inkomsten, maar tegenwoordig moeten organisaties steeds vaker op zoek naar andere middelen. Organisaties beginnen daarom vaker private fondsen te werven. Maar daardoor stijgt de concurrentie en wordt fondsen werven moeilijker.

Op de studiedag waren er 250 mensen uit de Belgische non-profitsector. Eerst werden de onderzoeksresultaten van het onderzoek 'fondsenwerving in België' voorgesteld. Daarna getuigden drie Belgische fondsenwerfers over hun fondsenwervingsaanpak. Ten slotte spraken twee specialisten over specifieke fondsenwervingsthema's zoals crowdfunding via sociale media en het verkrijgen van permanente opdrachten.

## Fondsenwervingskanalen

Op het vlak van fondsenwervingskanalen lijkt online fondsenwerving aan belang te winnen, vooral dan als ondersteuning en als communicatiekanaal. Voor organisaties is het belangrijk om naambekendheid te krijgen om efficiënt fondsen te kunnen werven. De combinatie van kanalen die slagen in enerzijds echte fondsenwerving en anderzijds goede communicatie/sensibilisering is cruciaal.

Online kanalen slagen er echter vooralsnog niet in om grote inkomsten te genereren. Direct mail, persoonlijke contacten en evenementen blijven belangrijke fondsenwervingskanalen. De traditionele offline-kanalen blijven een prominente plaats innemen.

De onderzoekers geven organisaties als tip om fondsenwerving persoonlijk aan te pakken, want personalisatie tegenover de schenker is een succesfactor. Een goede database met uitgebreide schenkergegevens is daarom ook een cruciaal instrument om inzicht te krijgen in het geefgedrag van de schenkers. Wat ook goed werkt, is het aanbieden van belevenissen/ervaringen aan de schenker via bijvoorbeeld evenementen en acties door sympathisanten, waardoor de betrokkenheid van de schenker groeit.

## Nood aan kennis

Uit het onderzoek blijkt dat er kennis, geld en tijd nodig zijn om dat allemaal te realiseren. Ook bezorgt de daling van het aantal schenkers heel wat kopzorgen en het is voor Belgische fondsenwerfers cruciaal om nieuwe schenkers te zoeken. De HoGent wil daartoe bijdragen door opleidingsmodules aan te

# HoGent Doen!

bieden voor zowel grote als kleine organisaties en bijkomend onderzoek te voeren naar het behouden van jongvolwassen schenkers.

Meer informatie kan u vinden op [www.facebook.com/fondsenwervinghogent](https://www.facebook.com/fondsenwervinghogent) of door te mailen naar [onderzoek.fondsenwerving@hogent.be](mailto:onderzoek.fondsenwerving@hogent.be).