

## **Economen ABN AMRO: Charitatieve sector kan crisis aan**

Op de korte termijn is voorzichtigheid troef, maar het inzakken van de charitatieve markt is onwaarschijnlijk. Dat stellen economen van ABN AMRO in het rapport 'Geven is een gave' over goede doelen in Nederland. Het rapport wordt vandaag gepresenteerd tijdens de jaarlijkse bijeenkomst van het CBF (Centraal Bureau voor Fondsenwerving) op het hoofdkantoor van ABN AMRO.

Het rapport inventariseert hoe het geefgedrag zich in Nederland ontwikkelt. Charitatieve organisaties verwachten te maken te krijgen met stagnerende of teruglopende inkomsten. Veel fondsenwervers denken bovendien de komende jaren last te hebben van de naweeën van de crisis.

Door de vergrijzing stijgt het aantal nalatenschappen met goede doelen als bestemming. De toenemende welvaart maakt deze geldstroom belangrijker. De combinatie van een toenemende welvaart en een al even toenemende vergrijzing zorgt voor een ideale voedingsbodem voor een verdere groei van deze nalatenschappen. Bovendien worden vijftigplussers steeds vitaler. Het is voor de charitatieve sector een uitdaging om deze belangrijke kapitaalkrachtige doelgroep effectief te bereiken.

Dit kan door optimaal gebruik maken van de mogelijkheden die internet biedt. Dankzij internet kan een donateur beter zien waar zijn geld naartoe gaat en wat ermee wordt gedaan. Het doneren via internet en mobiel wordt steeds gebruikelijker. Deze nieuwe technologieën bieden de mogelijkheid om een duurzame relatie op te bouwen met de donateur en betrokkenheid bij het goede doel te versterken. Dit sluit ook aan bij de wens van de consument om meer invloed te willen uitoefenen op de besteding van het door hen gedoneerde geld. Door individualisering winnen de goede doelen op eigen naam aan populariteit, zoals het verbinden van je naam aan de vleugel van een ziekenhuis of het oprichten van een fonds op naam.

Voor vragen kunt u bellen met ABN AMRO Persvoorlichting; 020 – 6288 900