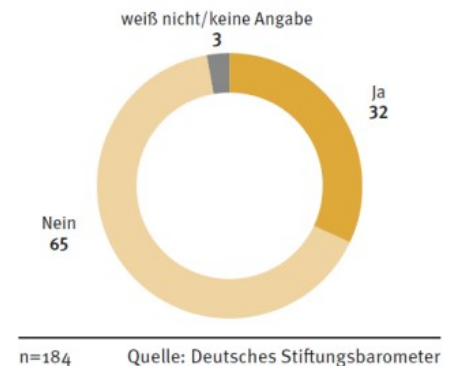


2. Deutsches Stiftungsbarometer erschienen

DIE STIFTUNG

2. DEUTSCHES STIFTUNGSBAROMETER

Hat Ihre Stiftung ein Konzept für systematische Öffentlichkeitsarbeit (PR, Marketing, Werbung)? (in Prozent)



Etwa zwei Drittel der 184 Befragten des 2. Deutschen Stiftungsbarometers gaben an, kein Konzept für eine systematische Öffentlichkeitsarbeit zu haben. Damit bestätigen sie das Bild aus der ersten Befragungsrunde. Auch im ersten Halbjahr beantworteten nur 30 Prozent der Befragten die Frage nach systematischen PR- und Marketingmaßnahmen mit ja.

Ähnliche Zahlen lassen sich beim Thema Fundraising erkennen. Mehr als die Hälfte der Befragten (56 Prozent) betreibt grundsätzlich kein systematisches Fundraising. Weniger als zehn Prozent betreiben es regelmäßig und 16 Prozent nur anlassbezogen. Etwas weniger als ein Fünftel plant zukünftig, systematisches Fundraising zu betreiben. Im Vergleich zum ersten Halbjahr ist der Anteil der Befragten, die systematisches Fundraising betreiben, um fast zehn Prozentpunkte gesunken und der Anteil derer, die grundsätzlich kein Fundraising betreiben, um 15 Prozentpunkte gestiegen. Fundraising als zusätzliche Einnahmequelle scheint sich weiterhin nicht flächendeckend zu etablieren.

Analyse und Experteneinschätzung

Das sind zwei Indizien dafür, dass Stiftungen gerade durch mangelnde Öffentlichkeitsarbeit an vielen Stellen Potential liegen lassen. Die Redaktion von DIE STIFTUNG hat die Ergebnisse der zweiten Befragungsrunde wieder mit dem Partner des VZ Vermögenszentrums ausgewertet und eingeordnet. Anfang Januar erscheinen diese nun nach dem Online-First-Prinzip zunächst auf die-stiftung.de.

Die Ergebnisse des 2. Deutschen Stiftungsbarometers finden Sie [hier](#).