

Fundraising als Kommunikationsstrategie

„Das Geld ist aus! Wir
müssen unser Projekt
demnächst leider
beenden...“





**Fundraising ist
die sanfte Kunst, die
Freude am
Spenden zu lehren.**

(Henry A. Rosso)



**Fundraising ist
das Prinzip zu
bitten, wiederholt
zu bitten und um
mehr zu bitten.**

(Kim Klein,
US-amerikan. Fundraiser)

Fundraising ist die systematische Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten einer NPO, welche darauf abzielen, alle für die Erfüllung des Satzungszwecks benötigten Ressourcen (Geld-, Sach- und Dienstleistungen) durch eine konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen der Ressourcenbereitsteller ohne marktadäquate materielle Gegenleistung zu beschaffen.

Definition nach: Michael Urselmann, Fundraiser und Prof. für Sozialmanagement

„Auch wenn die Wurzeln des Begriffs Fundraising auf die Beschaffung von Kapital (engl. fund – Kapital, to raise – beschaffen) hinweisen, geht es beim Fundraising nicht um die (kurzfristige) Beschaffung von (Spenden-) Geldern, sondern um die **Schaffung eines mehrdimensionalen, beständigen** (auf vielen Säulen stehenden) **Kommunikations- und Mittelbeschaffungssystems!**“

Definition nach: Prof. Dr. Michael Urselmann, Erfolgsfaktoren im Fundraising von NPOs, 1998

SPENDEN SAMMELN =
„Fallobst auflesen“
(JAGEN & SAMMELN)

VS.

FUNDRAISING =
„Obstbaumwiese anlegen“
(SÄEN & ERNTEN)

Fundraising funktioniert...

- strategisch & geplant
- freundlich & zugewandt
- direkt & konkret
- niedrigschwellig & stetig
- **am Besten ZUSAMMEN**

Fundraising ist eine Frage der Haltung.

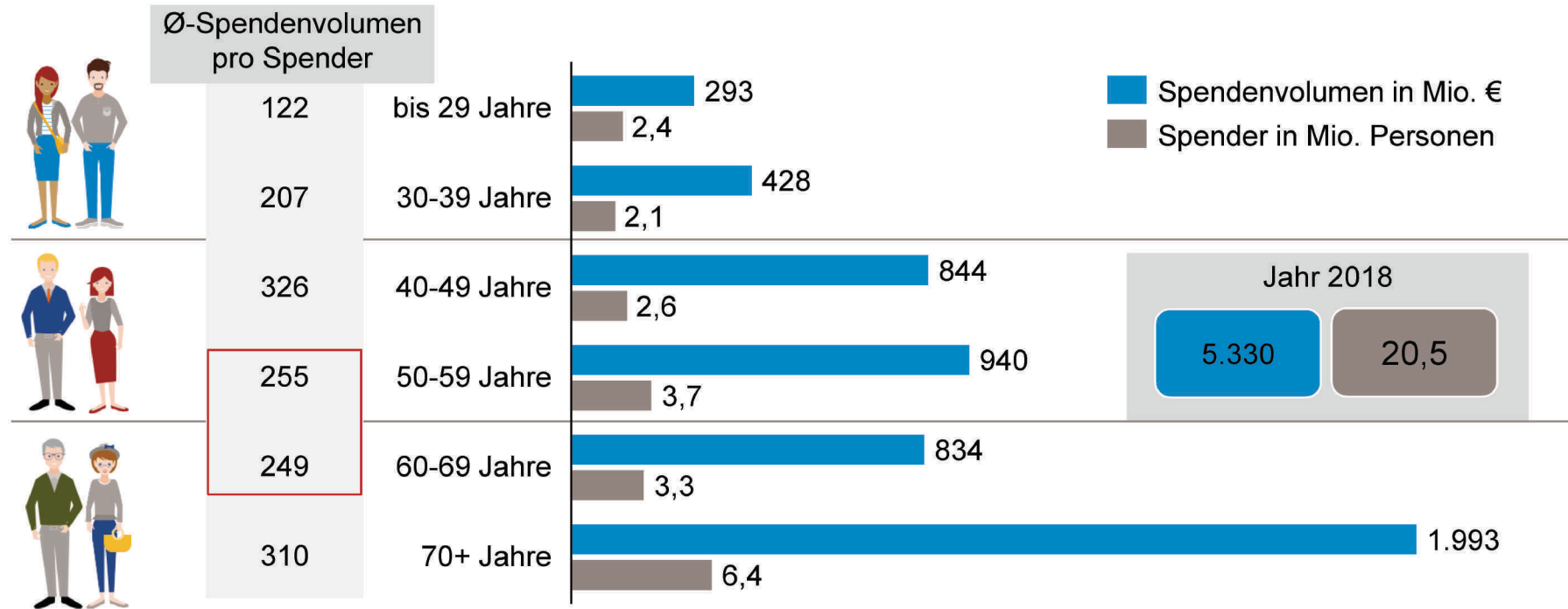


Die Konkurrenz schläft nicht.

Spenden in 2018:

- **Gesamtsumme:** 5,3 Mrd. Euro wurden 2018 gespendet (+3% zu 2017)
- **Spenderanzahl:** 20,5 Mio. Menschen haben 2018 gespendet (2017: 21,3 Mio.)
- **Spendenhäufigkeit:** 6,8 Spenden pro Person (6,9 in 2017)
- **Durchschnittliche Summe:** 38 € (35 € in 2017 / 28 € in 2008)

Spendenvolumen und Spender im Jahr 2018 nach Altersgruppen



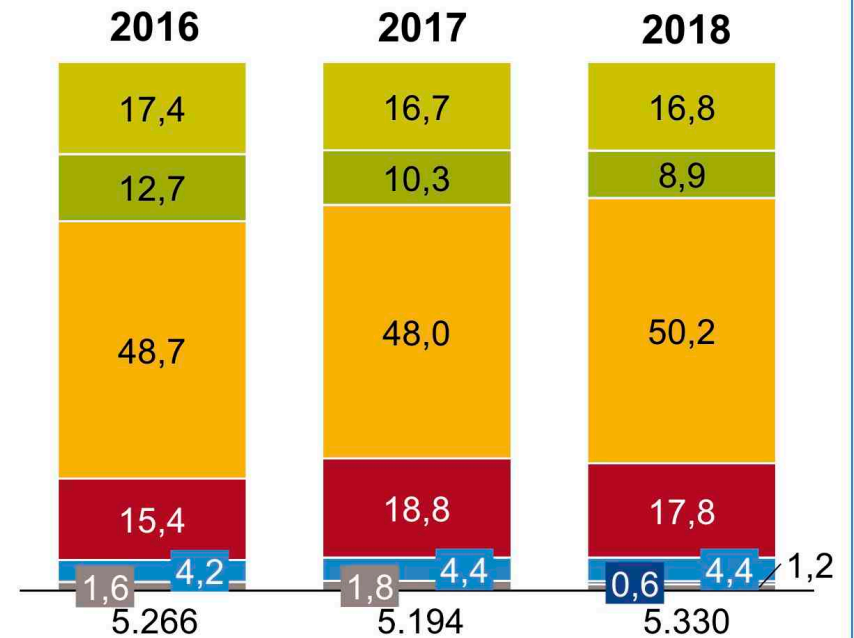
Ausschlaggebender Grund zur Spende?



Anteile an den Einnahmen in %, Januar - Dezember

- das konkrete Projekt liegt mir am Herzen
- die Organisation ist vertrauenswürdig
- ich spende regelmäßig für diese Organisation
- der Spendenaufruf hat mich angesprochen
- aus einem spontanen Impuls heraus
- aus steuerlichen Gründen
- mir selbst oder Personen aus meinem Bekanntenkreis wurde bereits geholfen

Einnahmen in Mio. €



GfK Charity*Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,4 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2018
 © GfK und Deutscher Spendenrat e.V. | Bilanz des Helfens | 27. Februar 2019

Stärken des lokalen Fundraisings:

1. vor Ort verankert
2. Konkret
3. Sichtbar
4. Ansprechbar

Die drei „M`s“ für erfolgreiches Fundraising

1. „Message“ / Botschaft

(Branding, Storytelling, Emotionalisierung)

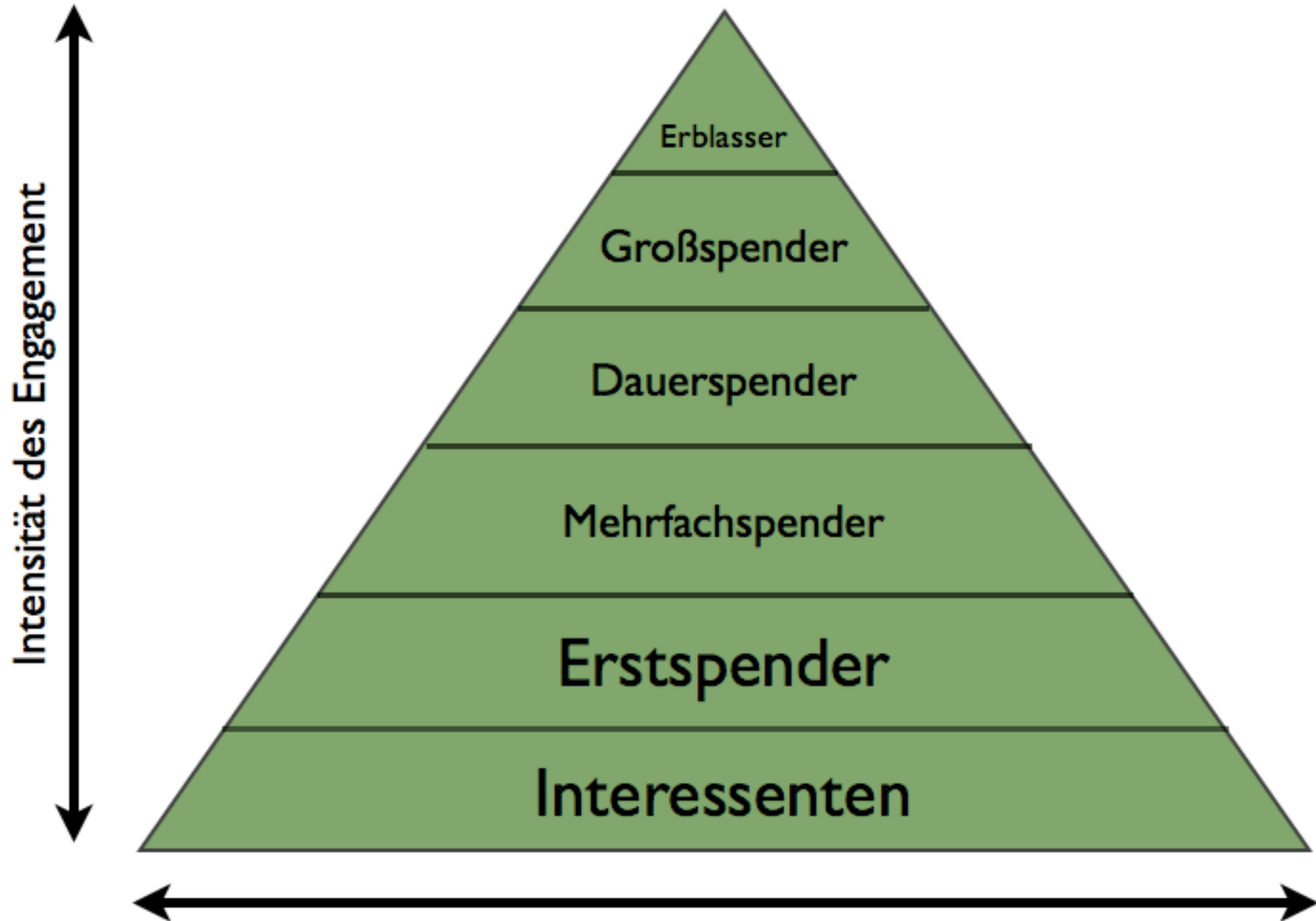
2. „Mobilisation“ / Freiwilligenmanagement

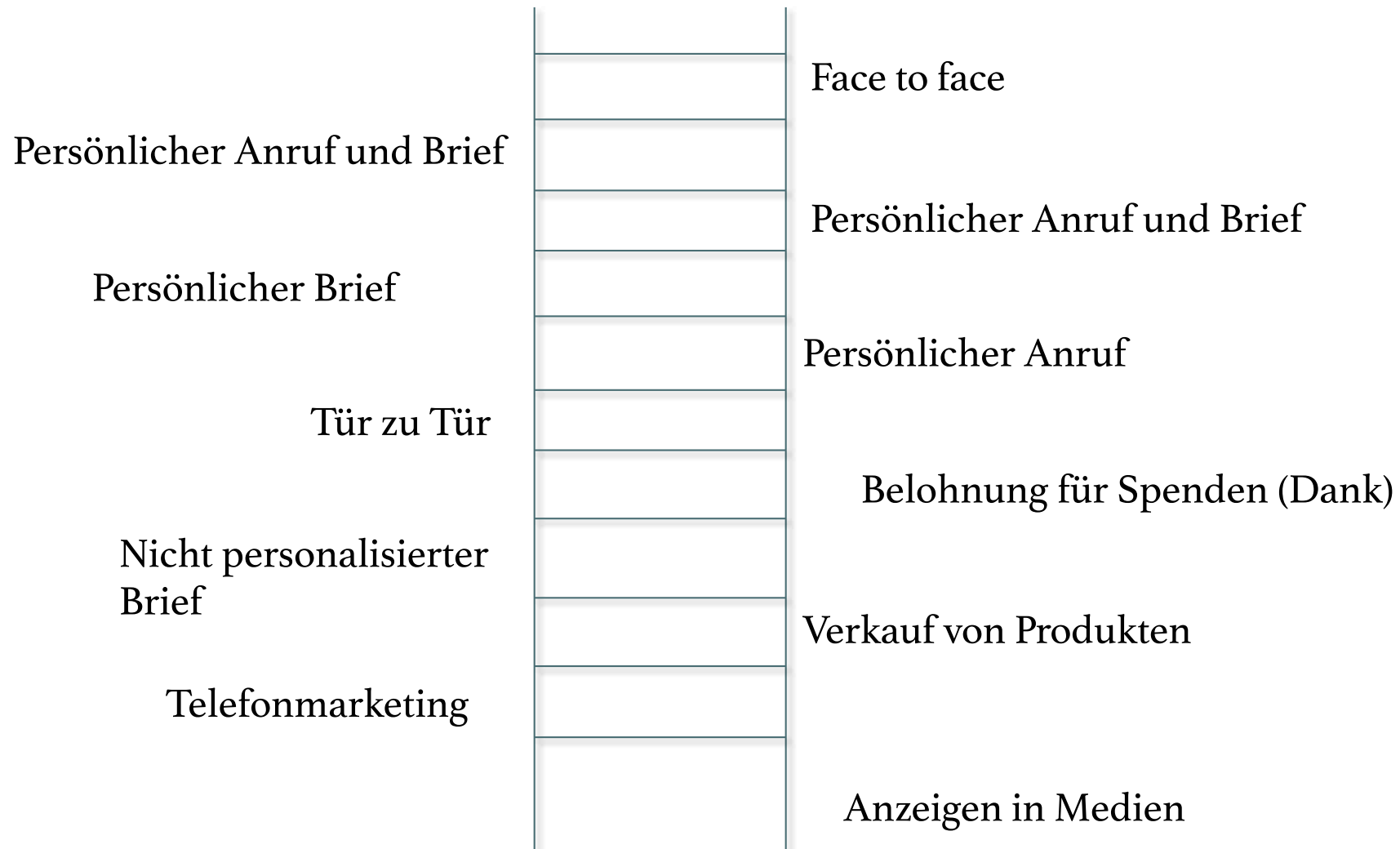
(Freiwilligenrekrutierung und -mobilisierung)

3. „Money“ / Fundraising

(Spendergewinnung, Spenderbindung)

Spendenpyramide





Erfolgsfaktoren

- Vertrauen in die Organisation
- Richtiger Empfänger / Kontakt
- Überzeugendes Projekt
- Konkreter Spendenvorschlag
- In angemessener Sprache
- Zur richtigen Zeit

Anforderungen an Sie:

- **Kennen Sie Ihre Organisation / Ihr Projekt.**
- **Seien Sie davon begeistert.**
- **Seien Sie kontaktfreudig, spontan, empathisch und mutig.**
- **Seien Sie verbindlich und persönlich.**
- **Bleiben Sie gelassen, wenn es nicht auf Anhieb klappt.**

Was bedeutet das für das Fundraising für meine Gemeinde / meinen Verein?

Folgende Fragen klären:

1. Was wollen wir durch Fundraising erreichen?

- Sind meine Ziele realistisch, mess- und überprüfbar?

2. Wie aktuell und interessant sind wir?

- Wofür stehen wir (Selbst- & Fremdwahrnehmung)?
- Wie attraktiv sind wir als Verein und wie interessant sind unsere Projekte (für wen)?
- Was sind unsere Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmale?
- Wie können diese an die Öffentlichkeit vermittelt werden?

Was bedeutet das für das Fundraising für meinen Verein?

3. Warum sind Menschen (nicht) mit uns in Kontakt?

- Sprechen wir eine verständliche Sprache (frommes Vokabular)?
- Sind wir wirklich offen für neue Kontakte und Beziehungen?
- Sind und handeln wir gesellschaftsrelevant?
- Bilden wir den gesellschaftlichen Diskurs ab?
- Wo setzen wir Prioritäten?

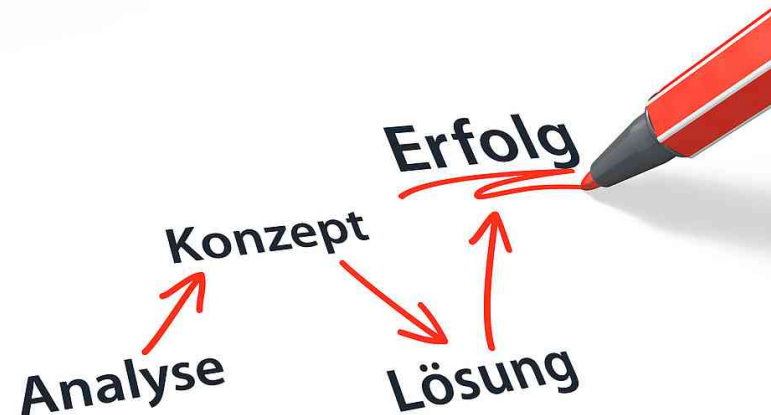
4. Würde ich als Unbeteiligter spenden?

- Was sind die Spendermotive?
- Was hält mich ggf. ab zu spenden?
- Wie niedrigschwellig (Kontakt) kann man uns spenden?
- Weiß ich, was mit dem Geld passiert? Wie transparent wird damit umgegangen?
- Wie wird mir gedankt? Und wie schnell?

Wie komme ich an Spender und Spenden?

Folgende Punkte klären und Konzept erstellen:

1. Spendenprojekt benennen
2. Spendensumme festlegen
3. Zielgruppe definieren und Kontakte pflegen
4. Maßnahmen festlegen
 - *Dank nicht vergessen!*
5. Zeit- und Kostenplan erstellen
6. Evaluation sichern
 - → Los geht's



Mehr Interesse an Fundraising?

Melden Sie sich gerne bei mir:

Carmen Schöngraf

carmen_schoengraf@yahoo.de

0171 20 20 190