

Yvonne Michel, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising, Social Media Management

Tel.: 0241/8880490, mobil: 0163/2376309, www.yvonne-michel.de, info@yvonne-michel.de

Grundlagen des Fundraisings für Vereine

Aachen, 03.06.2014



Yvonne Michel, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising, Social Media Management

Tel.: 0241/8880490, mobil: 0163/2376309, www.yvonne-michel.de, info@yvonne-michel.de

Welche Unterstützung brauchen Sie wofür?

1. Grundlagen und Hintergründe

Definition **Fundraising (FR)**:

- **Fund = Schatz/Kapital/Mittel, to raise = heben/steigern**
- **Fundraising = Mittelbeschaffung**
- „...strategisch geplante Beschaffung sowohl von finanziellen Ressourcen als auch von Sachwerten, Zeit und know-how zur Verwirklichung von am Gemeinwohl orientierten Zwecken unter Verwendung von Marketingprinzipien.“ ⁽¹⁾
- **Schätze = Geld, Zeit, Sachmittel, Know-how, Networking, Profilierung...**

Ursprünge

Definition Philanthropie = Menschenliebe:

- „...freiwillige, nicht gewinnorientiertes Geben von Zeit oder Wertgegenständen für öffentliche Zwecke.“ ⁽²⁾
- Grundhaltung und Tradition in den USA: Alle verstehen es als soziale Verpflichtung, ihren freiwilligen Beitrag zum Gemeinwohl zu leisten.
- Philanthropisches Engagement gibt Sinn, wirkt identitätsstiftend, bietet Möglichkeit, Gesellschaft mit zu gestalten
- In den USA stopft Staat Lücken, die Philanthropie hinterlässt.
- In Deutschland stopft Philanthropie Lücken, die Staat hinterlässt.

2. Grundlegende Fundraisingmethoden

a) Definition **Spende**:

- „...freiwillige und unentgeltliche Wertabgabe in Form von Geld- oder Sachzuwendungen, die das geldwerte Vermögen des Spenders im Sinne eines Vermögensopfers mindert“ ⁽³⁾

 **Spende erwartet keine Gegenleistung (von evtl. öffentlicher Scheckübergabe und Steuervorteilen abgesehen)**

Yvonne Michel, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising, Social Media Management

Tel.: 0241/8880490, mobil: 0163/2376309, www.yvonne-michel.de, info@yvonne-michel.de

Wann und wofür bin ich bereit zu spenden?

Zahlen und Tendenzen beim Spenden ⁽⁴⁾

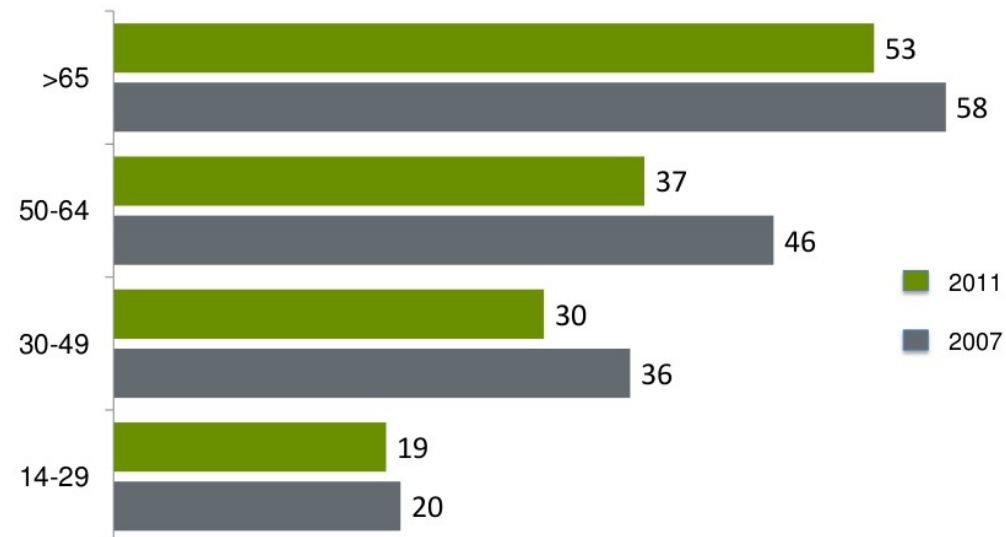
Welche Altersgruppe spendet am meisten?

Spendenquote steigt mit Alter:

rückläufig in den Hauptspendergruppen

betterplace
lab

Spenderquote nach Alter in Prozent, Quelle: tns (2011)

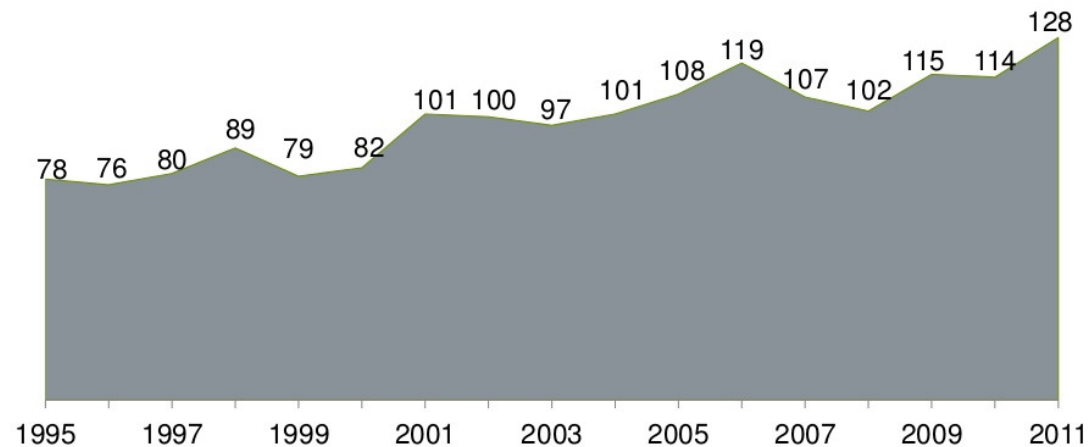


Wie viel wird durchschnittlich gespendet?

Durchschnittliche Spendenhöhe so hoch wie nie



Durchschnittliche jährliche Pro-Kopf-Spende in EUR,
Quelle: tns (2011)



Die durchschnittliche Höhe der einzelnen Spende betrug 2011 und auch 2012
durchschnittlich 29 Euro. (GfK, 2013)

9

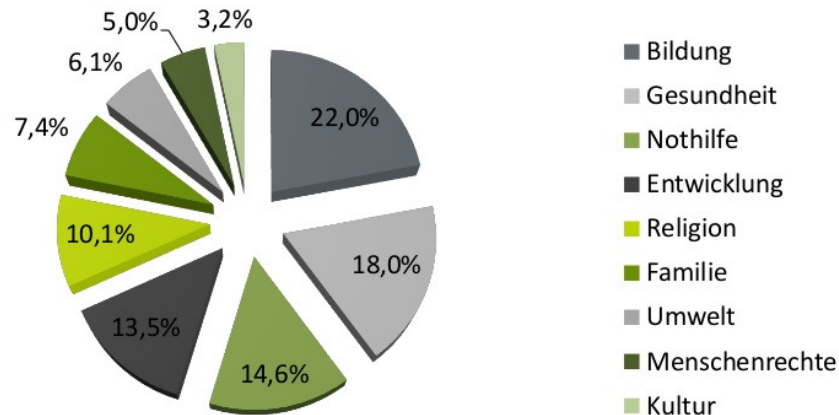
Für welche Zwecke wird gespendet? ⁽⁵⁾

Wichtigste Themen: Bildung, Gesundheit

Nothilfe und Entwicklung



Themenanteil an Sammelergebnissen von 276 Organisationen* in Prozent, Daten: DZI (2012), Deutscher Fundraising Verband, eigene Berechnungen



* Berücksichtigt wurden hier die 257 DZI-Spendensiegel-Organisationen im Jahr 2012 und 19 weitere „spendenstärkste“ Organisationen

22

Yvonne Michel, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising, Social Media Management

Tel.: 0241/8880490, mobil: 0163/2376309, www.yvonne-michel.de, info@yvonne-michel.de

- **Immer mehr Nutzung von neuen Medien: Online-Spenden, Spendenportale, Spenden-sms**
- **z.B. www.betterplace.org, www.spendenportal.de**
- **klassisches Spenden-Mailing/Anschieben**

Yvonne Michel, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising, Social Media Management

Tel.: 0241/8880490, mobil: 0163/2376309, www.yvonne-michel.de, info@yvonne-michel.de

Startseite - Caritasverband x

www.glueck-spenden.de

Startseite Spenden Projekte Erfolge Die Caritas Kontakt Impressum Datenschutz

 GLUECK-SPENDEN.de





Not sehen und Handeln!
Das ist unser Anspruch! In der Caritas Aachen! Wir helfen.
„Helfen Sie uns, damit wir helfen können!“

PROJEKTE

„CAFÉ PLATTFORM“



Das in Aachen bekannte und erfolgreiche Café Plattform kümmert sich seit 20 Jahren um die Menschen.

„FEUERVOGEL“



Über 6000 Kinder und Jugendliche in Aachen leben in suchtbelasteten Familien – direkt nebenan – in unserer

„KINDERPERSPEKTIVEN“



Viele unserer Kleinen in Aachen gehen hungrig zur Schule, sind den ganzen Tag auf sich gestellt oder haben aufgrund

Windows taskbar: GSA-Semin..., Arbeitsblatt..., Dokument..., vhs_Zeitpla..., vhs, Freiberuflic..., Startseite - ..., Vortrag_vhs..., 19:57

Bsp.: Spendenanschreiben

- 1. Umschlag (Absender erkennbar, Tipp: Briefmarke)**
- 2. Anschreiben**
 - **Personalisierung: Adresse und Anrede**
 - **bekannter Absender mit Unterschrift**
 - **AIDA-Formel (Attention/ Aufmerksamkeit – Interest/ Interesse – Desire/ Bedürfnis – Action/ Handeln)**
 - **Shoppinglist, Aufforderung zum Spenden**
 - **Format: 12 Pkt, max 1 ½ Seiten, klar gegliedert**
 - **P.S. als wichtigster Platz im Brief**
- 3. (personalisierter) Zahlungsträger**
- 4. evtl. Beilagen (Achtung: Kosten)**

Yvonne Michel, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising, Social Media Management

Tel.: 0241/8880490, mobil: 0163/2376309, www.yvonne-michel.de, info@yvonne-michel.de

Sehr geehrter Frau/sehr geehrter Herr.....,

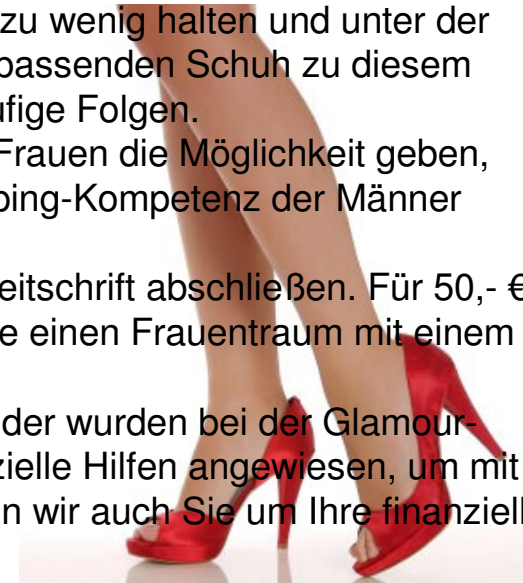
Ein Sprichwort sagt „**Bei jedem Schuhkauf geht für eine Frau die Sonne auf!**“

Immer noch gibt es unzählige Frauen, die fünfzig Paar Schuhe für zu wenig halten und unter der Leere in ihrem Schuhschrank leiden. Flüche wie „Ich habe keinen passenden Schuh zu diesem Outfit!“, Unzufriedenheit und das Gefühl, nicht ‚in‘ zu sein, sind häufige Folgen.

Mit unserem neuen Projekt „**Schuh for you**“ möchten wir jungen Frauen die Möglichkeit geben, ihrem Kaufrausch völlig zu erliegen. Gleichzeitig wird an der Shopping-Kompetenz der Männer gearbeitet.

Schon mit 25,- € können wir für eine Frau ein Abo für eine Mode-Zeitschrift abschließen. Für 50,- € glänzt der Schuhschrank im neuen Lack. Und mit 70,- € erfüllen Sie einen Frauentraum mit einem neuen Paar Schuhe.

Die Stadt Aachen hat einen Förderbeitrag zugesichert, weitere Gelder wurden bei der Glamour-Stiftung beantragt. Aber immer noch sind wir auf zusätzliche finanzielle Hilfen angewiesen, um mit „**Schuh for you**“ modebewusste Frauen zu stärken. Deshalb bitten wir auch Sie um Ihre finanzielle Unterstützung.



Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Yvonne Michel'.

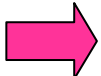
Yvonne Michel

Diplom-Medienberaterin (ARS)

P.S.: Helfen auch Sie, damit für mich und anderen Frauen weiterhin die Sonne scheint!

b) Definition **Sponsoring**:

- „...Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten, die mit der Bereitstellung von Geld, Sachmitteln, Dienstleistungen oder Know-how durch Unternehmen und Institutionen zur Förderung von Personen und/oder Organisationen in den Bereichen Sport, Kultur, Soziales, Umwelt und/oder den Medien verbunden sind, um damit gleichzeitig Ziele der Unternehmenskommunikation zu erreichen.“ ⁽⁶⁾

 **Leistung und Gegenleistung**

Zahlen und Tendenzen beim Sponsoring

Welche Sponsoring-Arten werden eingesetzt? ⁽⁷⁾

Sport	81,1
Kunst/Kultur	66,7
Soziales	59,3
Bildung	51,7
Umwelt	20,3
Medien	13,4

- **Wer Unternehmen gewinnen will, muss sich auf Gepflogenheiten der Wirtschaft einstellen.**
- **Unternehmen wollen sich über Sponsoring positionieren und profilieren.**
- **Vereine und soziale Projekte haben dazu etwas zu bieten: Medienresonanz, guter Ruf, Image, Zielgruppe, Know-how (CSR), Standortpflege...**
- **Sponsor erwartet Gegenleistung. ➡ Was haben wir zu bieten?**
- **Sponsor erwartet Konzept (Einrichtung, Projekt, Zielgruppe, Nutzen, Zeitrahmen, Kostenplan, Öffentlichkeitsarbeit, angefragte Leistungen).**
- **Unternehmen muss passen ➡ gute Recherche**
- **Fundraiser ist Repräsentant für Projekt ➡ Beziehungsarbeit**

Yvonne Michel, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising, Social Media Management

Tel.: 0241/8880490, mobil: 0163/2376309, www.yvonne-michel.de, info@yvonne-michel.de

c) Weitere Maßnahmen und Methoden:

- **Stiftungen**
- **z.B. www.stiftungsindex.de, www.stiftungen.org**
- **Neue Medien: Online-Spenden, Spendenportale, Spenden-sms**
- **z.B. www.betterplace.org, www.spendenportal.de**

Yvonne Michel, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising, Social Media Management

Tel.: 0241/8880490, mobil: 0163/2376309, www.yvonne-michel.de, info@yvonne-michel.de

- **Förderprogramme (Staat, EU...)**
- **Service-Clubs (Lions Club, Rotarier...)**
- **Straßensammlung**
- **Fördervereine**
- **Erbschaftsmarketing**
- **Bußgeldmarketing**
- **...**

Yvonne Michel, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising, Social Media Management

Tel.: 0241/8880490, mobil: 0163/2376309, www.yvonne-michel.de, info@yvonne-michel.de

- **Benefizaktionen**

Projekt „Hand in Hand“: S x

www.aachener-nachrichten.de/lokales/aachen/projekt-hand-in-hand-scheckuebergabe-im-rathaus-1.732928

LOKALES NACHRICHTEN SPORT VIDEOS FOTOS MEINUNG DOSSIER RATGEBER FREIZEIT ABO ANZEIGEN KONTAKT LOTTO

REGION AACHEN NORDKREIS DÜREN EIFEL ESCHWEILER GEILENKIRCHEN HEINSBERG JÜLICH STOLBERG



Photo: Ralf Roeger, License: N/A

Glückliche Gesichter bei der Spendenübergabe: Markus Deutz-Jussen (3.v.l.), überreichte mit den Schirmherren die Schecks an die Vertreter vo Kinderschutzbund, Missio und Caritas. Foto: Ralf Roeger

AACHEN. Bereits zum fünften Mal rief Markus Deutz-Jussen im vergangenen Jahr auf, in der Vorweihnachtszeit sowohl Geld als auch Geschenke für bedürftige Menschen in Aachen zu spenden. „Hand in Hand“ heißt die Aktion, bei der 2013 rund 8800 Euro an Geldspenden zusammenkamen.

„Das Ganze hat schon Vorbildcharakter“, sagte Oberbürgermeister Marcel Philipp bei der feierlichen Scheckübergabe im Weißen Saal des Rathauses. „Die Starken sollen die Schwachen unterstützen.“ Mit dieser

ab Buchen

Side & Alanya - Yalihan

★★★★★

634 € Buchen

ANZEIGE

ZAB 2014 >>



Erfahren Sie hier alles zur großen Berufs- und Studienmesse am 4. und 5. Juni im Eurogress in Aachen!

Zum Special

LESER-TOPTHEMEN

MEIST GELESEN MEIST KOMMENTIERT

- ▶ Jetzt hat die CDU die Qual der Wahl
- ▶ Kurios: Menschenhändler bringt sich freiwillig hinter Gitter
- ▶ Radfahrer bricht auf der Straße zusammen
- ▶ Mias rätselhafter Tod an der A 44
- ▶ CDU bleibt stärkste Partei, Linke ist größte Gewinnerin

VERANSTALTUNGEN

anmelden merken Passwort vergessen Neu registrieren

ss E-Mail kartete Deutz-Juss Passwort dieses Proj

GSA-Semin... Arbeitsblatt ... Dokumentl... vhs_Zeitpla... vhs Freiberufflic... Projekt „Ha... Vortrag_vhs...

20:16

Yvonne Michel, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising, Social Media Management

Tel.: 0241/8880490, mobil: 0163/2376309, www.yvonne-michel.de, info@yvonne-michel.de

essen_hören_tun

Essen kann so etwas Schönes sein. Doch leider haben einige Menschen – vor allem Mädchen und junge Frauen – aus Angst vor einer Gewichtszunahme verlernt, das Essen zu genießen. Daher bietet die Suchthilfe Aachen mit dem Projekt „Leben hat Gewicht“ frühe Hilfen für Essgestörte an.

„Leben hat Gewicht“ wurde 2008 von Mitarbeiterinnen der Suchthilfe Aachen als Modellprojekt an den Start gebracht. Nach Beendigung der Modellphase liefen die Gelder aus. Seitdem ist unser Ziel, Unterstützer zu finden und über Spendenmittel das erfolgreiche Programm weiter anbieten zu können.



Für Ihr leibliches
Wohl sorgt:
Angelika Kerkeling

Ihre musikalische
Begleitung:
Pieces of you



Yvonne Michel, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising, Social Media Management

Tel.: 0241/8880490, mobil: 0163/2376309, www.yvonne-michel.de, info@yvonne-michel.de



The screenshot shows a web browser window with the URL benefiz-schwimmen.de. The page features a blue header with a logo on the left, event details in the center, and a pink call-to-action box on the right. Below the header is a large photo of a smiling swimmer. The main content area includes the event title, a description, and a list of sponsors. A sidebar on the right contains additional event information and a thank-you message.

Projekt „Hand in Hand“: S x Corporate Social Responsi x Schwimmen für den guten

← → ↻ benefiz-schwimmen.de ☆ ☰

100'5
DAS HITRADIO.

100'5 BENEFIZSCHWIMMEN
Unterstützt durch die actimonda krankenkasse –
unserem offiziellen Gesundheitspartner

SEI DABEI!
21.03.2014
7 bis 21 Uhr – Eintritt frei



100'5
DAS HITRADIO.

actimonda
krankenkasse

Schwimmen für den guten Zweck

Tu was Gutes – für deine Gesundheit und für herzkranken Kinder in Aachen!

100'5 DAS HITRADIO. und die actimonda krankenkasse präsentieren das erste 100'5 Benefizschwimmen in Aachen und Übach-Palenberg. Ob Privatperson, Bürogemeinschaft, Sportverein oder Freundeskreis – das gesamte 100'5-Revier schwimmt einen ganzen Tag lang für den guten Zweck. Sponsoren spenden dabei für

107.452 BAHNEN

Ein unglaubliches Ergebnis, durch eure Hilfe! Ein großes Danke an alle Teilnehmer und Helfer vor und hinter den Kulissen. Danke an alle Schwimmer für euer Verständnis in manch voller Stunde und die riesen

GSA-Seminar P... Arbeitsblatt 4 [...]. Dokument1 - ... vhs Zeitplan [K... vhs Schwimmen fü... Vortrag_vhs-20...

20:29

3. Regeln für erfolgreiches Fundraising

- a) ist der Oberbegriff für gesamtes Beschaffungsmarketing einer nicht-kommerziellen Organisation.**
- b) will Ressourcen aus verschiedenen Märkten (Staat, Privatpersonen, Stiftungen, Unternehmen...) beschaffen.**
- c) will als Ressourcen nicht nur Geld, sondern auch Sachmittel, Know-how oder Zeit generieren.**

d) basiert auf Marketingprinzipien (Markt, Zielgruppen, Kundenbindung...):

- **Eigene Leistung/Produkt muss immer wieder gegenwärtigen und potentiellen Förderern nahe gebracht werden (3 - 10 x).**
- **Fundraiser ist Mittler**
- **Ziel: wiederholte Unterstützung, Förderbeitrag erhöhen**
- **Wird nur über zielgruppengerechte Kommunikation erreicht:
Kanäle, Sprache, bildhafte Beschreibung (Emotionen)**
 **„Open the hearts, then open their minds. Then open their cheque books.“**
- **Was will der Förderer von mir? Was tue ich dafür – im Gegensatz zur Konkurrenz? (Benefit)**

e) hat immer mit Kommunikation, Vertrauen und Sympathie zu tun:

- **Kennen potentielle Förderer uns überhaupt?**
- **Warum sollte gerade unser Projekt unterstützt werden?**
- **Warum sind wir besser und förderungswürdiger als drk, unicef, wwf, Caritas, Diakonie, Missio...?**
- **Wo genau liegt unser Bedarf? Was wollen wir?  direkt sein**

f) hat nichts mit Betteln, Schnorren oder Abzocke zu tun!

g) ist nicht das bloße Auftreiben von Geld, sondern der Aufbau und die Pflege von Netzwerken und Beziehungen:

- **Steht die Spende im Mittelpunkt ...oder der Spender?**
- **Wie werden (potentielle) Förderer behandelt? Werden sie geschätzt/beachtet? Wird ihnen gedankt? (Faustregel: innerhalb von 48 Stunden)**
- **Sind Erwartungen/Bedürfnisse bekannt und werden sie erfüllt? (Kundenorientierung)**
- **Für welche Werte steht meine Einrichtung?**

- h) gelingt eher für konkrete Projekte und Menschen („people give to people“; positive Geschichten erzählen).**
- i) gelingt eher mit Fürsprechern, ideellen Unterstützern oder Schirmherren.**
- j) gelingt eher, wenn man weiß, um welchen Betrag man Förderer bitten kann („Shoppinglisten“, Stiftungsbeträge, Eigenanteil).**

Yvonne Michel, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising, Social Media Management

Tel.: 0241/8880490, mobil: 0163/2376309, www.yvonne-michel.de, info@yvonne-michel.de

Projekt „Hand in Hand“: S x Corporate Social Responsi x Schwimmen für den gute x Syrien: Flüchtlingskinder L x

← → ↻ www.unicef.de/informieren/projekte/-/syrien/11680?gclid=CI_Qj8LhzL4CFcPMtAodykQAIQ ☆ ☰

Ihrer Unterstützung erhalten die Kinder zum Beispiel Schulmaterial und können endlich wieder lernen – ein wichtiges Hoffungszeichen! **Jeder Beitrag zählt.**

Jetzt spenden ▶

20 €	60 €	120 €
50 Schulhefte und Bleistifte	20 Lesefibeln für Grundschulkinder	Kiste mit Sport- und Spielgeräten wie Bälle, Springseile und Kreide

Ihre Spende kommt an

Sie musste von Zuhause fliehen und hat bei einem Feuergefecht ihr rechtes Bein verloren – aber jetzt kann sie wieder lachen: Die 6-jährige Safa geht dank Ihrer Hilfe zur Schule und blickt nach vorne.



Windows taskbar: GSA-Seminar P... Arbeitsblatt 4 [W] Dokument1 - [W] vhs_Zeitplan [K... vhs Syrien: Flüchtl... Vortrag_vhs-20... 20:45

**k) gelingt nur, wenn die Einrichtung dazu auch bereit ist
(institutional readiness):**

- **Strategie?**
- **funktionierende, geplante Öffentlichkeitsarbeit als Basis?**
- **zeitliche, personelle und finanzielle Ressourcen?**
- **organisatorischer Rahmen? (Verwaltung, Quittung, Dank...)**
- **Beteiligung aller relevanten Gruppen in der Einrichtung?**
- **Geduld und nachhaltiges Denken?**
- **fachliches Know-how und persönliche Fähigkeiten?**



(8)

**„Wer nicht brennt, kann kein Feuer
entfachen!“**

Verfasser unbekannt

**Bin ich bereit, für meine eigene
Organisation zu spenden?**

I) ist mittel- und langfristig nur erfolgreich, wenn es systematisch geplant wird.

**„Was nützt der beste Wind,
wenn man nicht weiß,
wohin man segelt.“**

L.A. Seneca



(9)

Fundraising als Strategie



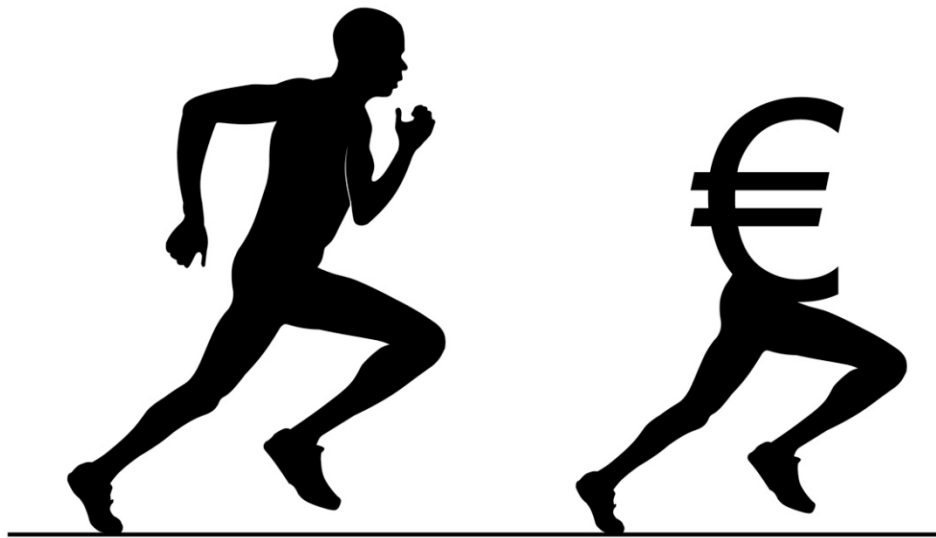
(10) sechs-Phasen-Modell der Kommunikation

7. Fazit

- gute und kontinuierliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist Basis für erfolgreiche Fundraisingprojekte ➡ bekannt und glaubwürdig?
- Aufbau und langfristige Pflege von Kontakten spielen entscheidende Rolle ➡ Grundhaltung
- FR muss von Entscheidungsträgern und dem Team in der Einrichtung gewollt und umgesetzt sein ➡ institutionell readiness
- FR braucht Zeit in der Vorbereitung, Planung und Umsetzung ➡ je kurzfristiger, desto geringere Erfolge
- FR muss ausgewertet werden ➡ Stehen Einsatz und Ertrag im Verhältnis?

**„Dem Geld darf man nicht hinterherlaufen,
man muss ihm entgegenkommen.“**

Aristoteles Onasis



(11)

Yvonne Michel, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising, Social Media Management

Tel.: 0241/8880490, mobil: 0163/2376309, www.yvonne-michel.de, info@yvonne-michel.de

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit und
gutes Gelingen!**

Quellen und Literatur

- (1): Bruhn, M.: Marketing für Non-profit-Organisationen. Grundlagen – Konzepte – Instrumente, Stuttgart, 2005**
- (2): Haibach, M.: Handbuch Fundraising. Spenden, Sponsoring, Stiftungen in der Praxis, Frankfurt, 2002**
- (3): Fabisch, N.: Fundraising. Spenden, Sponsoring und mehr..., München, 2006**
- (4): <http://www.betterplace-lab.org/de/blog/spendenmarkt-2013-aktuelle-prasentation-ist-online>**
- (5): GfK Consumer Tracking, Projekt GfK Charity*Scope, Bilanz des Helfens, Deutscher Spendenrat e.V. und GfK AG Panel Services Deutschland, auf: www.dfrv.de**

Yvonne Michel, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising, Social Media Management

Tel.: 0241/8880490, mobil: 0163/2376309, www.yvonne-michel.de, info@yvonne-michel.de

(6): Fabisch, N.: a.a.O.

(7): http://dfb.vibss.de/fileadmin/Medienablage/Marketing/Sponsoring/Studie_Sponsoring-Trends-2010.pdf

(8): www.pixelio.de, Kptnjack

(9): www.pixelio.de, robbe92

(10): Mürle, Getrud: Konzeptionslehre: Das sechs-Phasen-Modell der Kommunikation, in: Fundraising. Handbuch für Grundlagen, Strategien und Instrumente, Wiesbaden 2001

(12): www.pixelio.de, Thommy Weiss