

Die Kunst der Überzeugung

Fundraising für Stiftungen

4. Düsseldorfer
Stiftertage 
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.



 Stadtparkasse
Düsseldorf

Grundlagen Fundraising für Stiftungen

© Anna Findert, AFunds

1. Definitionen, Grundsätze und Voraussetzungen
2. Fundraising-Zielgruppen, Methoden und Instrumente
3. Fundraising-Strategie und praktische Umsetzung
4. Beispiele und Tipps aus der Praxis
5. Diskussion



4. Düsseldorfer
Stiftertage 
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Grundlagen
Zur Einstimmung

© Anna Findert, AFunds

- Was bedeutet für Sie Fundraising?
- Haben Sie vielleicht Erfahrungen im oder mit Fundraising bereits gesammelt?
- Haben Sie heute ein konkretes Projekt mitgebracht, an dem Sie arbeiten möchten?
- Was genau möchten Sie heute erfahren?



4. Düsseldorf
Stiftertage 
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Grundlagen
Fundraising-Grundsatz

© Anna Findert, AFunds

People give to people.

Menschen spenden/geben an und für Menschen, nicht für Organisationen, Stiftungen oder Projekte.

Persönliche Bitten sind am erfolgreichsten.



4. Düsseldorf
Stiftertage 
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Grundlagen
Fundraising-Definition

© Anna Findert, AFunds

Fundraising ist ...

die Beschaffung von Mitteln zur Verwirklichung von am
Gemeinwohl orientierten Zwecken.

Fundraising ist ...

Kommunikations- und Beziehungsarbeit.



**4. Düsseldorf
Stiftertage**
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Grundlagen
Fundraising-Definition

© Anna Findert, AFunds

funds: Geld, Kapital

to raise: etwas aufbringen

- Marketing-Prinzip (Sozialmarketing, Spendenmarketing)
- Beziehungs- und Freundschaftspflege
- Kommunikationsstrategie



**4. Düsseldorf
Stiftertage**
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Grundlagen Fundraising-Definition

© Anna Findert, AFunds

Spende

Spenden sind freiwillige Leistungen, die ohne Gegenleistung, aber in der Regel mit einer gewissen Zweckbestimmung gegeben werden.

Sponsoring

Finanzielle oder sonstige Zuwendungen für Personen, Projekte und Ereignisse gegen Nennung des Sponsors zu Werbezwecken.



4. Düsseldorf
Stiftertage

Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Fundraising-Grundsätze Voraussetzungen für erfolgreiches Fundraising

© Anna Findert, AFunds

- Ein überzeugendes und motivierendes **Zielbild** für Fundraising (case for support)
- **Realistische Förderprojekte** und plausibler Finanzbedarf (wie viel Geld für welchen Zweck benötigt wird)
- Zugang zu **potentiellen Förderern**
- Engagement von ehrenamtlichen Führungspersönlichkeiten als **Fürsprecher**
- **Interne Fundraising-Bereitschaft Ihrer Stiftung**



4. Düsseldorf
Stiftertage

Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Grundlagen
Fundraising für Stiftungen

© Anna Findert, AFunds

1. Definitionen, Grundsätze und Voraussetzungen
2. **Fundraising-Zielgruppen, Methoden und Instrumente**
3. Fundraising-Strategie und praktische Umsetzung
4. Beispiele und Tipps aus der Praxis
5. Diskussion



4. **Düsseldorfer
Stiftertage**
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Fundraising-Zielgruppen
Potentielle Förderer

© Anna Findert, AFunds

Wer kommt für Sie in Frage?

- Privatpersonen
- Unternehmen
- Fördernde Stiftungen
- Öffentliche Geldquellen
- Sonstige: Bußgelder, Service-Clubs, Vereine, Verbände, etc.

Welche Spenden möchten Sie bekommen?

- Geld und/oder Zeit
- Sachwerte und/oder Dienstleistungen
- Wissen und/oder Kontakte
- Mitgliedsbeiträge und/oder Leistungsentgelte



4. **Düsseldorfer
Stiftertage**
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Fundraising-Zielgruppen Spendenmotive

© Anna Findert, AFunds

Warum gibt ein Mensch?

- Direkte Hilfeleistung, ohne großen Verwaltungsapparat
- Hilfe in der Region
- Der Wunsch, etwas zu verändern
- Der Wunsch, etwas zu bewahren
- Zeitgeist
- Schuldgefühle



4. Düsseldorf
Stiftertage
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Fundraising-Zielgruppen Spendenmotive

© Anna Findert, AFunds

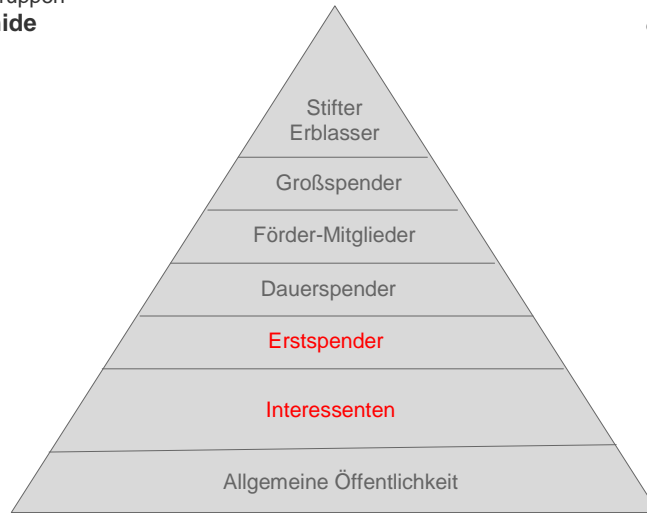
Dankbarkeit	„Ich bin dankbar für das was ich habe, das möchte ich weitergeben.“
Beruhigung des Gewissens	„Mir geht es gut, deshalb soll es auch anderen gut gehen.“
Sozialprestige	„Wenn ich spende, bekomme ich Anerkennung.“
Betroffenheit	„Mein Kind hat auch ein Herzproblem.“
Zukunftsvorsorge	„Im Falle eines Falles wird mir dann auch geholfen.“
Mitleid	„Die armen Kinder müssen so leiden. Ich kann das Elend nicht länger ansehen.“
Verantwortung	„Es ist wichtig, dass man sich für die Gesellschaft engagiert.“
Steuerersparnis	„Ich tue Gutes und kann meine Spende gleichzeitig von der Steuer absetzen.“



4. Düsseldorf
Stiftertage
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Fundraising-Zielgruppen
Spenderpyramide

© Anna Findert, AFunds



4. Düsseldorf
Stiftertage
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Fundraising-Zielgruppen
Wie gelingt Fundraising?

© Anna Findert, AFunds

„Fundraising is the principle of asking, asking again and asking for more.“ (Kim Klein)

Die eigene Leistung, das eigene Projekt muss **immer wieder** bestehenden und potentiellen Förderern nahe gebracht werden und zwar **auf eine Weise, die diese verstehen.**



4. Düsseldorf
Stiftertage
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Überblick Fundraising-Instrumente

© Anna Findert, AFunds

Maßnahmen	Zielgruppen	Privatpersonen	Unternehmen	fördernde Stiftungen	Staat / EU
Persönliches Gespräch		x	x	x	
Spendenbrief		x	x	x	x
Veranstaltung: Tombola, Flohmarkt, Wettbewerb, etc.		x	x	x	
Veranstaltung: Benefiz-Gala, Bazar, Gartenfest, Grillfest, Blumen-Messe, etc.		x	x	x	
Anlass-Spende: Jubiläum, Hochzeit, etc.		x	x		
Patenschaft		x	x		
Online- und Telefon-Fundraising		x			
Merchandising und Produkt-Verkauf		x	x		
Sponsoring und Unternehmenskooperation			x		
Bußgeldmarketing					x
Antragswesen				x	x



4. Düsseldorf
Stiftertage
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Fundraising-Instrumente Veranstaltungen

© Anna Findert, AFunds

Was passt zu Ihnen und Ihrer Stiftung?

- Benefiz-Konzert
- Festessen („Fundraising-Dinner“)
- Tag der offenen Tür
- Tombola mit Sponsoren-Beteiligung (Sachspenden)
- Wettbewerbe aller Art: Kunst, Blumen, etc. (mit Preisverleihung)
- „Sich bewegen“ für einen guten Zweck (laufen, schwimmen, radeln)

Erlebnischarakter ist entscheidend!



4. Düsseldorf
Stiftertage
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Grundlagen
Fundraising für Stiftungen

© Anna Findert, AFunds

1. Definitionen, Grundsätze und Voraussetzungen
2. Fundraising-Zielgruppen, Methoden und Instrumente
3. **Fundraising-Strategie und praktische Umsetzung**
4. Beispiele und Tipps aus der Praxis
5. Diskussion



4. Düsseldorf
Stiftertage 
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Fundraising-Strategie
Wie fange ich mit Fundraising an?

© Anna Findert, AFunds

Legen Sie die Eckdaten für eine Spendenaktion in Ihrer Stiftung fest:

- Wer soll
- warum
- wie viel und
- wofür **spenden**?



4. Düsseldorf
Stiftertage 
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Fundraising-Strategie
Bedarfsanalyse

© Anna Findert, AFunds

Ermitteln Sie den Bedarf!

- Kein „Lassen Sie uns mal Lufthansa anschreiben!“-Ansatz
- Einbindung in die Kommunikations-Strategie
- Fundraising-Maßnahmen sind ein sinnvoller Bestandteil der öffentlichen Darstellung Ihrer Stiftung



4. Düsseldorf
Stiftertage
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Fundraising-Strategie
Übung: Bedarfsanalyse

© Anna Findert, AFunds

Wofür braucht Ihre Stiftung **Fördermittel**?

Formulieren Sie bitte **in einem Satz** und schreiben Sie diesen Satz auf.
(Projekt oder Projektidee, ein konkretes Sachgegenstand, ein Flyer oder andere Informationsmaterialien, etc.)

Schätzen Sie das Volumen der benötigten Fördermittel (Geld- und Sachspenden) und schreiben Sie **eine Zahl** auf, z. B.:

- „Wir generieren aus Fundraising bereits **9.000 Euro** im Jahr.“
- „Wir würden gern **39.000 Euro** aus Fundraising für die Gestaltung unseres interkulturellen Gartens generieren.“



4. Düsseldorf
Stiftertage
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Fundraising-Strategie
Bedarf auf dem Prüfstand

© Anna Findert, AFunds

Was passiert, wenn die von Ihnen benötigten **Fördermittel**
nicht zusammenkommen?



4. **Düsseldorfer
Stiftertage**
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Erfolgsstrategien
Sieben Schritte zum Erfolg

© Anna Findert, AFunds

1. **Das Leitbild – wer sind wir und wo wollen wir hin?**
Basiskomponenten, Teamarbeit, Corporate Identity
2. **Analyse der Umwelt – wir sind nicht allein!**
Politische, wirtschaftliche, demographische, technologische Trends
Konkurrenzanalyse, Datenrecherche
3. **Interne Analyse – wo stehen wir?**
Stärken-Schwächen-Analyse, Meinungsumfragen zu Image und Bekanntheitsgrad
4. **Die Fundraising-Strategie – von der Planung zur Aktion**
Zielformulierung – was wollen wir erreichen? Strategische langfristige Ziele
Strategieentwicklung, Maßnahmenplanung, Budget

Quelle: Fabisch, Nicole: *Fundraising: Spenden, Sponsoring und mehr*, München, 2006.



4. **Düsseldorfer
Stiftertage**
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

4. Die Fundraising-Strategie – von der Planung zur Aktion

Der Fundraising-Jahresplan:

Bedarf:	Wofür brauchen wir Geld?
Ausgangssituation:	Welche Ressourcen haben wir und brauchen wir?
Ziele:	Welche Mittel wollen wir bis wann zusammen haben?
Strategie:	Wie gehen wir am besten vor?
Maßnahmen:	Mit welchen Fundraising-Methoden und -Instrumenten wollen wir unser Ziel erreichen?
Budget:	Welche Mittel stehen uns für die Umsetzung zur Verfügung?
Aktionsplan:	Wer macht was bis wann?
Evaluation:	Was hat funktioniert, was nicht? Wo stehen wir nach einem Jahr?

Quelle: Fabisch, Nicole: *Fundraising: Spenden, Sponsoring und mehr*, München, 2006.



5. Märkte erschließen – Geber, die unbekanntes Wesen

Private Spender, Unternehmen als Mäzene, Spender und Sponsoren, Stiftungen und andere fördernde Institutionen, Staat und EU

6. Maßnahmen und Methoden – die Mittel zum Zweck

Von Spendenbriefen bis zu SMS-Spenden

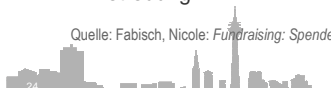
7. Erfolgreich bleiben durch Bindungsstrategien

Vom Erstspender zum Wiederholungstäter.

Instrumente der Spendenbindung: Dankesbrief, Mitgliedschaft, Förderverein, „Upgrading“, Patenschaften, Spendenclubs.

Großspender und Erbschaften: Suche, treffende persönliche Ansprache und „lebenslange“ Betreuung

Quelle: Fabisch, Nicole: *Fundraising: Spenden, Sponsoring und mehr*, München, 2006.



Öffentlichkeitsarbeit
Je bekannter, desto besser?

© Anna Findert, AFunds

- Flyer, Imagebroschüre, Homepage, Info- und Rundbriefe, Infoveranstaltungen, (Jahres)berichte
- Marketing, Kommunikationsstrategie und Öffentlichkeitsarbeit sollten mit Ihrem Fundraisingziel im Anklang sein
- Pflegen Sie gute Kontakte zur lokalen Presse und suchen Sie nach Medienpartnerschaften!



4. Düsseldorf
Stiftertage
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Umsetzung
Ansprache der Förderer

© Anna Findert, AFunds

- Sprache und Kommunikationswege der Zielgruppe verwenden
- Die Vorteile für den zukünftigen Förderer herausstellen
- Die Leistungen Ihrer Stiftung/Ihres Projektes deutlich machen
- Die Wertorientierung Ihrer Stiftung/Ihres Projektes deutlich darstellen



4. Düsseldorf
Stiftertage
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Grundlagen
Fundraising für Stiftungen

© Anna Findert, AFundS

1. Definitionen, Grundsätze und Voraussetzungen
2. Fundraising-Zielgruppen, Methoden und Instrumente
3. Fundraising-Strategie und praktische Umsetzung
- 4. Beispiele und Tipps aus der Praxis**
5. Diskussion



4. Düsseldorf
Stiftertage
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.

Für Ihre Rückfragen

© Anna Findert, AFundS



Anna Findert
AFundS – Agentur für Fundraising und Soziales
findert@AFundS.de
040 / 25 47 06 19



4. Düsseldorf
Stiftertage
Eine Idee. Ein Wille. Eine Stiftung.