

Fundraising – zwischen Zufall und System

Aufbruch ins Fundraising

Strategien und Planung

Fit für die Vereinsarbeit
Fortbildung am 13.11.2014
KLVHS-Oesede



Not sehen und handeln.
C a r i t a s

- Entwicklung von Grundzügen eines Fundraising-Konzeptes
- Realistische Einschätzung der Ressourcen
- Konkrete Ziele setzen
- Eigene Begeisterung wecken

- A Klärungen zum Status Quo
- B Bewertung (Zwischenbilanz)
- C Strategie-Entwicklung und Maßnahmenplanung

A Klärungen zum Projekt

caritas

- Welches gesellschaftliche Problem / welcher Missstand liegt dem Projekt zu Grunde?
- Welche Lösung wird angeboten?
- Welche Aufgabe hat das Projekt? („Produkt“)

A Klärungen zum Projekt

caritas

- Welchen Bedarf hat das Projekt?
 - Kosten
 - Kostenträger
 - Defizite

- Welchen Nutzen bietet das Projekt?
 - Für die Zielgruppe
 - Für die Gesellschaft
 - Für die Unterstützer (Spender, Sponsoren...)

A Klärungen zum Projekt

caritas

- Was macht die Einzigartigkeit des Projektes aus?
(„Unique Selling Proposition“, USP)
z. B.
 - „einziges Projekt dieser Art in der Region XYZ“
 - „einziges Projekt mit dem Konzept ABC“
 - „größte / älteste / jüngste Einrichtung dieser Art...“

A Klärung des Umfeldes

caritas

- Analyse des Umfeldes (Zahlen & Namen)
 - Derzeitige Unterstützer
 - Engagierte (Vorstand, Mitglieder, Beirat...)
 - Kontakte und Beziehungen
 - Medien
 - Lieferanten, Geschäftsbeziehungen
 - Wirtschaft
 - Wettbewerber

Empfohlene Visualisierung „in Zwiebelringen“

A Klärung des Umfeldes

- Bewertung der Kontakte des Umfeldes nach den L.A.I.-Kriterien:
 - ▣ Linkage (Stärke der Beziehung)
 - ▣ Ability (Unterstützungs-Möglichkeiten)
 - ▣ Interest (gemeinsame Interessen)

Empfehlung: jeweils null bis drei Punkte

A Klärung der Ressourcen

caritas

- Personelle Ressourcen
 - Vorstand
 - Ehrenamtliche
 - Sekretariat
 - Hauptamtliches Stundenkontingent
 - Externe Dienstleister

A Klärung der Ressourcen

caritas

- Administrative Ressourcen
 - Spendenbuchhaltung
 - Projektorganisation
 - Spender- bzw. Fundraising-Datenbank

A Klärung der Ressourcen

caritas

- Kommunikative Ressourcen
 - Name, Logo, Slogan
 - Vision, Leitbild
 - Image, Bekanntheitsgrad
 - Falblatt (Selbstdarstellung)
 - Internet-Auftritt
 - Informationsmaterial, Plakate usw.
 - Dankschreiben, -plaketten o.ä.
 - Kleine Geschenke
 - Symbole
-

A Klärung der Ressourcen

caritas

- Finanzielle Ressourcen
 - Budget für Fundraising

- **Wie geeignet ist mein Projekt?**
- **Wie gut ist mein Umfeld?**
- **Wofür reichen meine Ressourcen?**

C Planungen

caritas

- Auswahl aus Fundraising-Möglichkeiten
 - Prioritäten setzen
 - An Möglichkeiten orientieren
 - Mix aus Verbesserung der Voraussetzungen und konkreten Fundraising-Maßnahmen anstreben

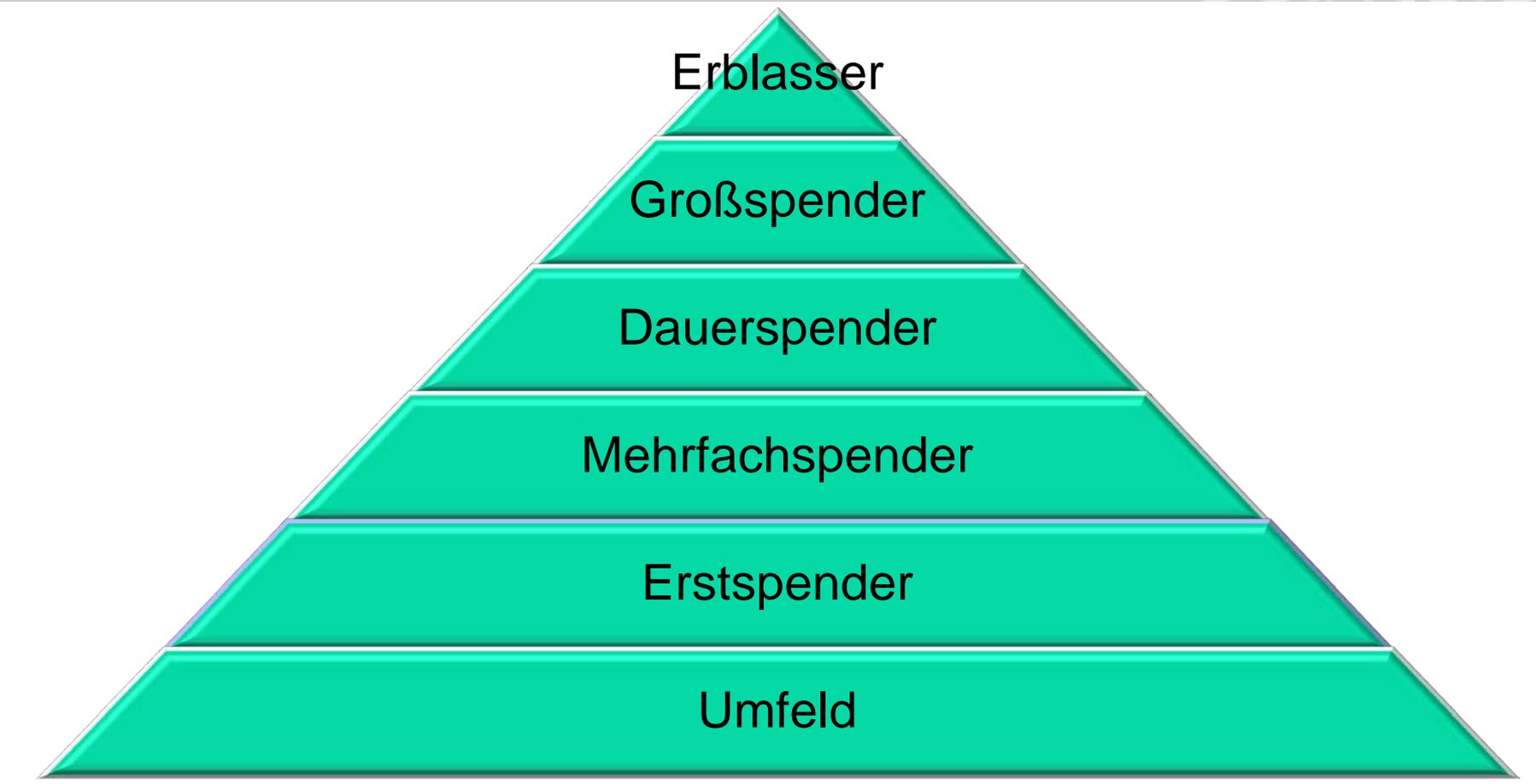
C Fundraising-Ziele formulieren

caritas

- Für drei bis fünf Jahre
- Bezüglich der Verbesserung der organisatorischen Voraussetzungen
- Bezüglich der Kosten und Erträge einzelner Maßnahmen
- Bezüglich der Entwicklung der Spender
 - Spender-Pyramide
 - Spendenhäufigkeit
 - Spendenwerte

C Fundraising Ziele Upgrading

caritas



Fit für die Vereinsarbeit
Fortbildung am 13.11.2014
KLVHS-Oesede



Not sehen und handeln.
C a r i t a s

C Maßnahmenplanung

caritas

- Auswahl Maßnahmen
- Arbeitsaufwand, Kosten
- Terminplanung
- Skizzierung der Inhalte / des Ablaufs
- Erwartete Resultate
- Nachbearbeitung / Folgemaßnahmen