

# 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

caritas

- 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

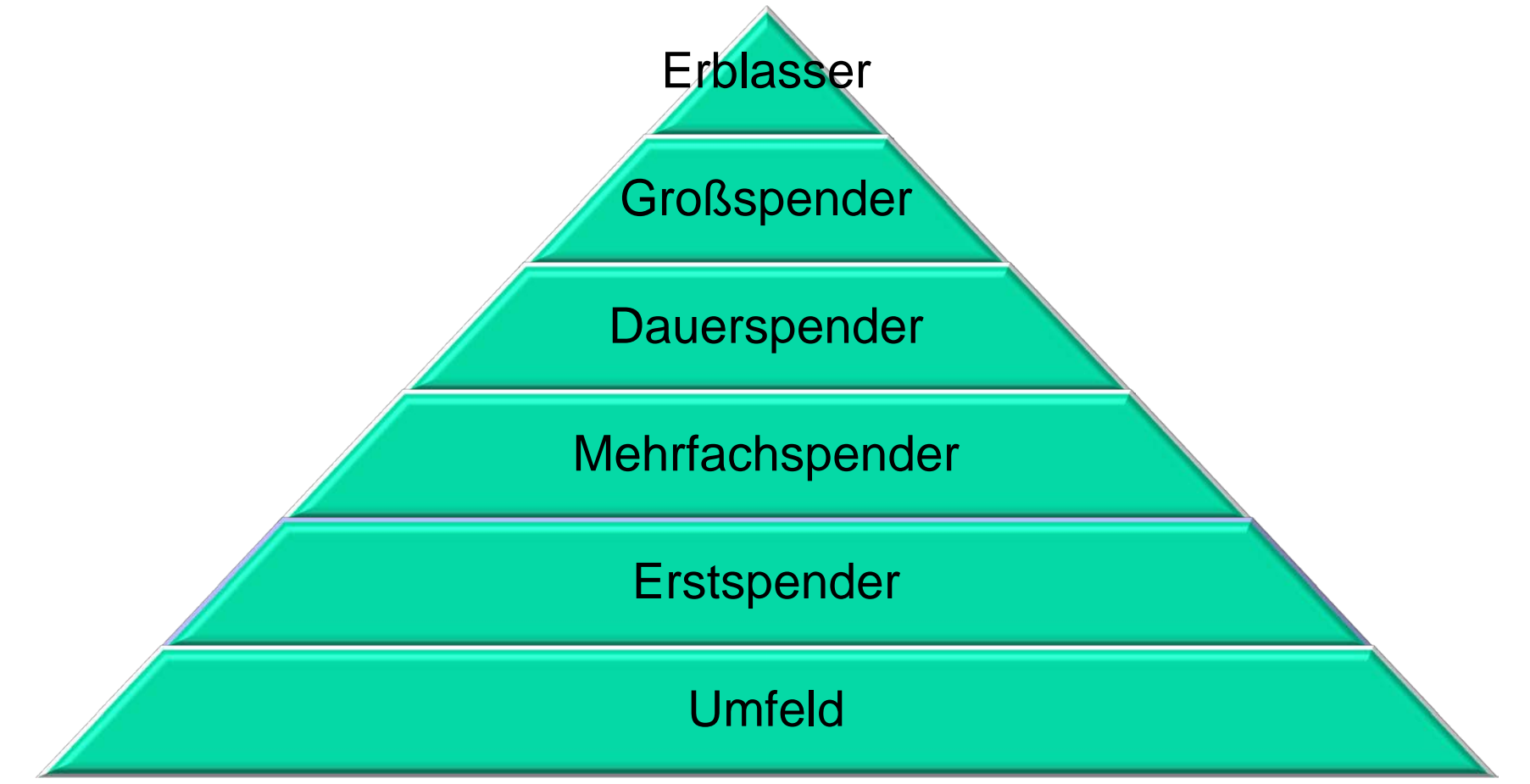
# C Fundraising-Ziele formulieren

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