

Der Weg zu erfolgreichem Fundraising für NPO

Übersicht



Quelle: Thorben Wengert/pixelio.de

In dieser **MuP-Arbeitshilfe** zeigen wir Ihnen, wie Sie und Ihre Non-Profit-Organisation das komplexe Aufgabenfeld des **Fundraisings** systematisch und strukturiert angehen können, um damit den Aufbau und das Fortbestehen von Strukturen des gesellschaftspolitischen Engagements zu sichern. Sie lernen, wie Sie mit konzeptionellem Vorgehen den Weg zu einem erfolgreichen Fundraising beschreiten können, welche Möglichkeiten der Förderung existieren und mit welchen Instrumenten Sie diese erschließen können.

- [Was ist Fundraising?](#) (S. 2)
- [Der Fundraising-Kreislauf: Bausteine zum Erfolg](#) (S. 2)
 1. [Selbstverständnis und Leitbild](#) (S. 3)
 2. [Organisationsziele](#) (S. 3)
 3. [Programmentwicklung](#) (S. 3)
 4. [Budgetplan](#) (S. 3)
 5. [Analyse der Finanzierungsmärkte](#) (S. 3)
 6. [Fundraising- und Kommunikationsstrategie](#) (S. 4)
 7. [Maßnahmenplan der Fundraising-Aktivitäten](#) (S. 4)
 8. [Beziehungspflege zu Förderern](#) (S. 5)
- [Aktionsfelder des Fundraisings](#) (S. 5)
- [Instrumente des Fundraisings](#) (S. 6)
- [Zum Vertiefen des Themas](#) (S. 6)

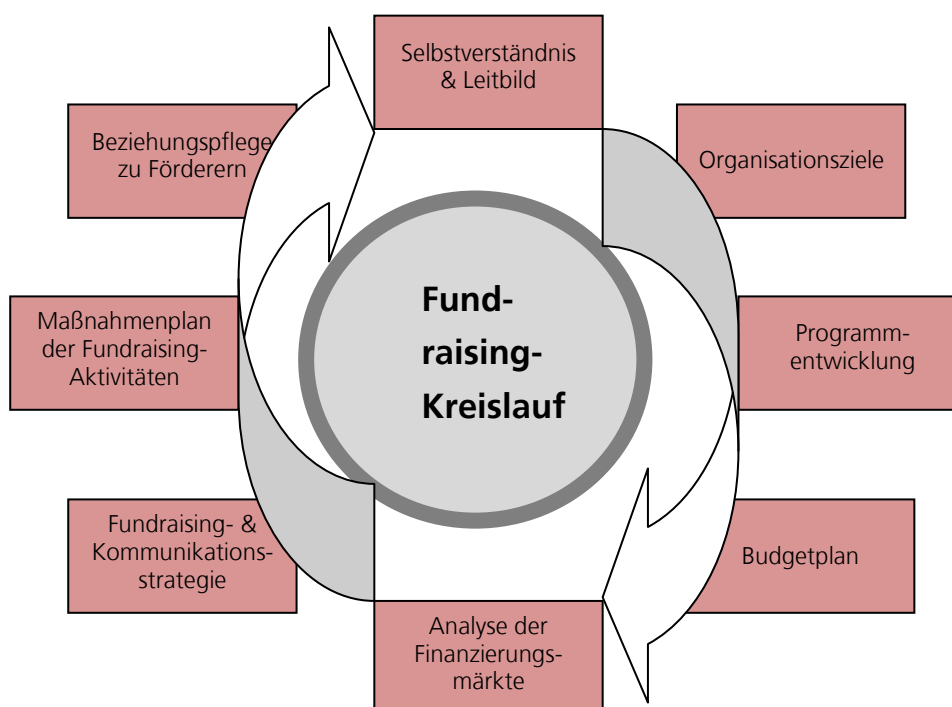
Was ist Fundraising?



In der wörtlichen Übersetzung bedeutet „Fundraising“ Geld- oder Kapitalbeschaffung. In der praktischen Umsetzung ist es allerdings viel mehr als bloße Beschaffung von Finanzmitteln. Fundraising umfasst gezielte Kommunikation und gestaltet sich als eine Art von Marketing. Beim Fundraising geht es um die Erstellung einer Kommunikationsstrategie für die Beschaffung von Fördermitteln aus öffentlicher und privater Hand. Als eine Art von Marketing verlangt Fundraising Kundinnen- und Kundenorientierung sowie den Aufbau und die Pflege von Beziehungen. Entsprechend sind interne und externe Kommunikation zu gestalten mit dem Ziel, Förderer anzusprechen, zu gewinnen und langfristig zu binden.¹

Der Fundraising-Kreislauf: Bausteine zum Erfolg

Um erfolgreiches Fundraising zu betreiben, ist ein konzeptionelles Vorgehen notwendig. Der Fundraising-Kreislauf² stellt eine Wegbeschreibung zur Sicherung von Finanzmitteln dar, mit der Sie Schritt für Schritt Ihre eigene Fundraising-Konzeption und -Praxis (neu) entwickeln können:



Bildquelle: www.simplify.de

¹ Vgl. Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz Baden-Württemberg (2007).

² Vgl. <http://www.buergergesellschaft.de/praxishilfen/fundraising/fundraising-kreislauf>.

1. Selbstverständnis und Leitbild

- Warum existiert die Organisation? -

Niemand investiert in unklare Politikinhalt.³ Förder/innen wollen wissen, wer die Organisation ist, wofür sie steht und was sie erreichen möchte. Deshalb gilt es, ein eigenes Organisationsprofil herauszuarbeiten, Zweck und Werte in einem „Mission-Statement“ zu formulieren und eine bildhafte Beschreibung zur Problemlösung in Form einer „Vision“ zu entwickeln.⁴

Mission Statement

Beispiel eines Vereins in der Kinder- und Jugendarbeit:

Wir wollen, dass Kinder und Jugendliche - unabhängig von ihrer Einschränkung - einen anerkannten Platz in der Gesellschaft erhalten, dass sie sich entfalten und als innovative Kraft an der Weiterentwicklung der Gesellschaft mitwirken können.⁵

2. Organisationsziele

- Welche Ziele will die Organisation verwirklichen? -

Formulieren Sie die Organisationsziele auf der Basis Ihrer Mission und Vision und werden Sie dabei konkret. Sie sollten darauf achten, dass die Organisationsziele nach den SMART-Kriterien formuliert sind, d.h. die Ziele sollen spezifisch, messbar, aktionsorientiert, realistisch und terminiert formuliert werden.⁶

3. Programmentwicklung

- Mit welchen Aktivitäten erreichen Sie Ihre Ziele? -

In diesem Schritt entwickeln Sie konkrete Projekte und Aktivitäten, die Ihre Non-Profit-Organisation bearbeiten soll, um die gesteckten Ziele zu erreichen. Achten Sie darauf, zu begründen, warum gerade die ausgewählten Aktivitäten zur Erreichung Ihrer Ziele geeignet sind.

4. Budgetplanung

- Was wird die Umsetzung der Aktivitäten kosten? -

Nachdem Sie die Aktivitäten Ihrer Non-Profit-Organisation festgelegt haben, können Sie einen Kostenplan erstellen. Berücksichtigen Sie bei der Budgetaufstellung auch Personalkosten, Materialkosten, Miet- oder Raumkosten. Überlegen Sie, ob statt finanzieller Unterstützung auch Sachspenden helfen würden.

5. Analyse der Finanzierungsmärkte

- Wer könnte bereit sein, die Aktivitäten zu fördern? -

Es gibt ein breites Spektrum an Fördermöglichkeiten für Non-Profit-Organisationen (s. [„Aktionsfelder des Fundraisings“](#)). Damit Sie geeignete Förder/innen finden, gilt es den für Ihre Organisa-

³ Vgl. Beyer, M/ Prinzel, K. (2004).

⁴ Vgl. Fischer, K. et al. (o.J.).

⁵ Vgl. Benke, K.: http://www.karlheinz-benke.at/pages/pdf/mission_statement.pdf.

⁶ Vgl. Fischer, K. et al. (o.J.).

tion definierten Zweck, die Werte, die Ziele und nicht zuletzt die geplanten Aktivitäten mit der Fördermotivation möglicher Geldgeber/innen abzugleichen. Auf dieser Analyse aufbauend, erstellen Sie einen Plan, wen Sie zur Förderung Ihrer Organisation gewinnen möchten.

6. Fundraising- und Kommunikationsstrategie

- Was bieten wir der Öffentlichkeit, unseren Mitgliedern und unseren Förderern? -

Obwohl Sie durch die Analyse der Finanzierungsmärkte eine sinnvolle Auswahl an potentiellen Förder/innen treffen können, so ist dieser Kreis im Regelfall noch sehr groß. Achten Sie daher darauf, dass sich die Kommunikationsstrategie für die Beschaffung von Finanzmitteln an eine Vielfalt von Geldgeber/innen richtet.⁷ Dabei sollten Sie vor allem die Frage beantworten, welchen Nutzen die Öffentlichkeit, die Mitglieder und die Förderer von der Arbeit Ihrer Non-Profit-Organisation haben.⁸ Am wirkungsvollsten sind mehrstufige Ansprache über verschiedene Kommunikationswege.⁹

Wenn du ein Schiff bauen willst, dann rufe nicht die Menschen zusammen, um Holz zu sammeln, Aufgaben zu verteilen und die Arbeit einzuteilen, sondern lehre sie den Traum vom großen, weiten Meer!

Antoine de Saint-Exupéry

7. Maßnahmenplan der Fundraising-Aktivitäten

- Mit welchen Ansprachemöglichkeiten werden potenzielle Förderer erreicht? -

Im nächsten Schritt bestimmen Sie nun konkrete Maßnahmen und Instrumente für Ihre Fundraising-Aktionen (s. [„Instrumente des Fundraisings“](#)). Hierbei sollten Sie folgende Fragen klären:

Beispiel für einen Fundraising-Maßnahmenplan¹¹				
Was?	Ergebnis	Wer?	Kosten	Bis wann?
Schulung/ Fortbildung der hauptamtlichen/ ehrenamtlichen Mitarbeiter				
Verstärkter Einsatz von Ehrenamtlichen				
Gewinnung von neuen Mitgliedern				
Gründung eines Fördervereins				
Gründung einer Stiftung				
Patenschaften				
Kooperation mit Unternehmen				
Steigerung der Spendeneinnahmen				
Merchandising				
Gewinnung von Großspenden				

Welche Methoden und Instrumente kommen infrage? Beschränken wir uns auf ein Instrument (z. B. Spendenbrief) oder stellen wir einen Mix aus mehreren Instrumenten zusammen?¹⁰ Welche Ressourcen benötigen wir um die Maßnahmen umzusetzen?

⁷ Vgl. Bothur (2009).

⁸ Vgl. Röhr, T. (o.J.).

⁹ Vgl. Bothur (2009).

¹⁰ Vgl. Röhr, T. (o.J.).

¹¹ Vgl. Eichhorst, B.: http://www.suite101.de/view_image_articles.cfm/634981.

8. Beziehungspflege zu Förderern

- Wie kann eine dauerhafte Bindung der Förderer gesichert werden? -

Auch beim Fundraising gilt: Vor der Spende ist nach der Spende! Fundraising bedeutet die Erbringung einer dauerhaften Kommunikationsleistung.¹² Der Dank für die erhaltene Förderung - oder für ein begründetes Nein - ist ebenso wichtig wie die vorherige Anfrage. Er sollte möglichst unmittelbar erfolgen und auch bei kleineren Spenden persönlich formuliert werden. Wer nur am Jahresende ein Formschreiben mit Spendenbescheinigung verschickt, verschenkt Möglichkeiten, die Spendenbasis zu verbreitern. Auch nach dem Dank gilt es den Dialog zu Förder/innen aufrecht zu erhalten. Nicht die finanzielle Zuwendung, sondern die lebendige Dialogbeziehung zu den Förder/innen stellt das Kapital der Non-Profit-Organisation dar, das sie auch in der Zukunft befähigt, Ihre Ziele zu verfolgen und zu erreichen.¹³ Weiter Informationen zum Thema Beziehungspflege finden Sie auch in der MuP-Arbeitshilfe [Professionelles Netzwerken](#).

Aktionsfelder des Fundraisings

Fundraising für Non-Profit-Organisationen erstreckt sich auf drei wesentliche Aktionsfelder. Innerhalb dieser Felder gibt es verschiedenste Finanzgeber und/ oder Fundraising-Methoden.¹⁴



1. Öffentliche Mittel	2. Private Mittel	3. Geschäftsbetrieb
<ul style="list-style-type: none">▪ EU-Mittel, Kommune Land, Bund▪ Bußgelder	<ul style="list-style-type: none">▪ Mitglieds- und Förderbeiträge▪ Spenden und Erbschaften	<ul style="list-style-type: none">▪ Sponsoring▪ Merchandising
<ul style="list-style-type: none">▪ Stiftungen▪ Lotterien	<ul style="list-style-type: none">▪ Private Stiftungen▪ Freiwilligen-Programme	<ul style="list-style-type: none">▪ Sammlungen und Altmaterialien▪ Leistungsentgelte und Nutzungsrechte

Nähere Informationen zu den Aktionsfeldern des Fundraisings finden Sie im [Förderratgeber](#). Dieser gibt unter anderem einen Überblick zur Antragstellung und eine ausführliche Darstellung von Fördermöglichkeiten. Neben den staatlichen Förderungen von Gemeinden, Bund, Ländern und Europa werden auch private Fördermöglichkeiten durch Stiftungen, Sponsoring, Bußgelder, Darlehen etc. vorgestellt.

¹² Vgl. Bothur (2009).

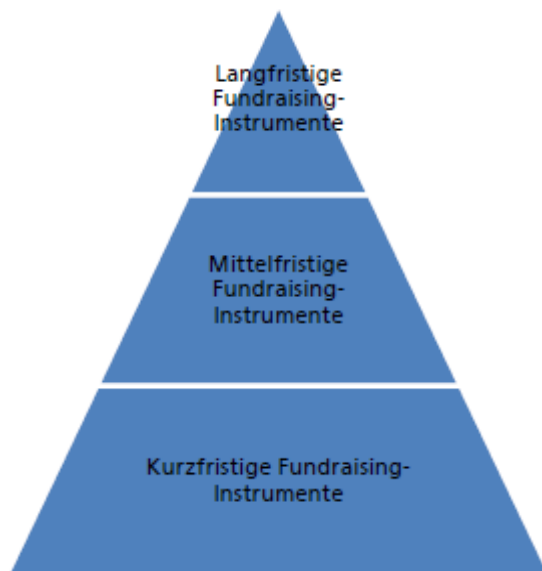
¹³ Vgl. www.buergergesellschaft.de/praxishilfen/fundraising/fundraising-kreislauf/zentrale-aspekte.

¹⁴ Vgl. Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz Baden-Württemberg (2007).

Instrumente des Fundraisings



Das Fundraising verfügt über verschiedene Instrumente, die zur Mittelbeschaffung genutzt werden können. Da sich das Fundraising in der praktischen Umsetzung auf verschiedenen Ebenen bewegt, sind diese Instrumente gezielt auszuwählen und strategisch einzusetzen. Sollen Förder/innen kurzfristig für ein spezifisches Projekt gewonnen werden, bieten sich andere Instrumente an als bei langfristigem Fundraising für die Gesamtaktivitäten der Non-Profit-Organisation. Die Pyramide der Fundraising-Instrumente kann Ihnen eine Orientierungshilfe bieten, welche Instrumente für welche Fundraising-Ziele geeignet sind.¹⁵



Erbschafts-Fundraising, Errichtung einer Gemeinschaftsstiftung, Großspendenaktionen, Freiwilligen-Programme.

Merchandising/ Shops, Lotterien, Sponsoring, Vermietung, Verpachtung, Überlassung von Rechten, Bußgeld-Akquisition (Antrag bei OLG stellen), Anträge für EU-Mittel, Kooperation mit Stiftungen, größere Benefizveranstaltungen.

Direkte Email-Anschreiben, Telefonakquise, Online-Fundraising, Spendensammlungen auf der Straße, Anzeigenkampagne, kostenlose TV- und Radiospots, Events, PR-Material.

Zum Vertiefen des Themas

Wenn Sie an einer Vertiefung des Themas interessiert sind, dann nutzen Sie die Chance und wählen „Fundraising“ zu Ihrem Favoritenthema für die MuP-Fachtagung 2012: <http://www.seminare.fes-mup.de/fachtagungen.php>.

Folgende Literatur empfiehlt sich zum Weiterlesen:

- Beyer, M./ Prinzel, K. (2004): [Grundlagen politischer Kommunikation für Kampagnen und Aktionen – Fundraising in der Politik](#).
- Bothur, U. (2009): [Grundlagen des Fundraisings](#) (Vortrag für die Bundeszentrale politische Bildung am 5.6.2009).
- Fischer, K. et al. (o.J.): [Bausteine für ein Fundraising-Konzept](#), Der Partitatische Bremen (Hrsg.).

¹⁵ Vgl. Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz Baden-Württemberg (2007).

Bildquelle: www.simplify.de

- Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz Baden-Württemberg (2007): [Fundraising](#), Arbeitsmaterialie Agenda Büro Nr. 43.
- Röhr, T (o.J.): [Fundraising leicht gemacht! So werben Sie sinnvoll und erfolgreich Spenden ein](#); in: Praxishandbuch Sozial Management.
- Schmidt, S./ Schwab, G. (2011): [Der Förderratgeber](#).

Außerdem können Sie unter diesen Links weitere nützliche Informationen zum Thema finden:

- www.betterplace.org
- www.buergergesellschaft.de/praxishilfen/fundraising
- www.fundraisingpraxis.de
- www.fundraisingverband.de
- <http://www.fundraising-wiki.de>
- www.spendenportal.de
- www.spendenrat.de
- www.spendenwelt.de
- www.stiftungen.org
- www.stiftungsindex.de

Weitere MuP-Arbeitshilfen finden Sie auf der [MuP-Website](#).