



Unternehmer-Tun GmbH

Fundraising für Non-Profit-Organisationen

Göttingen, 23. März 2004

Fundraising

Ebbe in den öffentlichen Kassen, immer weniger Geld für gemeinnützige Aufgaben – ist das der einzige Grund für Finanzierungsprobleme bei Non-Profit-Organisationen?

Check

- ◆ Beziehung zum Geldgeber: Beziehung gepflegt? Erwartungen erfüllt?
- ◆ Kommunikation nach innen und nach außen: Ist der Sinn der Arbeit allen verständlich? Werden die Aktivitäten der Organisation als nützlich und unterstützenswert erachtet?
- ◆ Sind die eigenen Erwartungen realistisch?
- ◆ Kennen wir das Anliegen der potentiellen Förderer?
- ◆ Werden Anträge professionell gestellt?
- ◆ Haben wir aus der Vielzahl der Möglichkeiten den passenden Finanzierungsweg gewählt?



Fundraising

Fördermittel kommen nicht allein ins Haus!

Es gibt keine schnell wirkenden Erfolgsrezepte für das Fundraising!

Fundraising

- ◆ ist eine **Strategie zur Beschaffung von Finanzmitteln**
- ◆ erfordert **systematische Planung und Kontrolle**
- ◆ erfordert eine **professionelle Organisation**
- ◆ erfordert **qualifizierte Mitarbeiter**
- ◆ erfordert **Investitionen personeller und finanzieller Art**
- ◆ erfordert **Management**
- ◆ erfordert **Zeit und Geduld**
- ◆ ist eine **dauerhafte Aufgabe**
- ◆ ist **Beschaffungsmarketing**



Fundraising

- ◆ Fundraising hat den gleichen **Stellenwert** wie die inhaltliche Arbeit. Fundraising ist in der Regel die schwierigere Aufgabe von beiden.
 - ◆ Fundraising verlangt **Kundenorientierung** in Hinblick auf die Förderer. Es gilt, deren Visionen, Werte, Motive und Erwartungen herauszufinden und möglichst individualisierte Kommunikationsstrategien zu entwickeln.
 - ◆ Stellen Sie zum Förderer eine persönliche **Beziehung** her!
Eine Verschmelzung durch persönliche und elektronische Informationsnetzwerke ist sinnvoll
Voraussetzung: Zufriedenheit, Beachtung, Wertschätzung
 - ◆ **Fundraising is the principle of asking, asking again and asking for more.**
Lassen Sie sich von einem Nein nicht abschrecken!
Bemühen Sie sich regelmäßig und oft um Unterstützung!
-

**If you want money,
you have to ask for it**

**If you ask enough people,
you will get your money!**



Fundraising

Rechnungslegung und Kosten

Die **Kosten des Fundraising** sollen nicht mehr als 35% der Einnahmen überschreiten.

Für Fundraising-Events, die auch der Öffentlichkeit dienen, liegt die Kostengrenze bei 50% der Einnahmen.

Bei Großspenden und Erbschaftsmarketing: 10% - 20% Kostenanteil. Anbahnungszeit: 4 – 7 Jahre

Bei Fördermitteln von Stiftungen und Unternehmen: 20% Kostenanteil

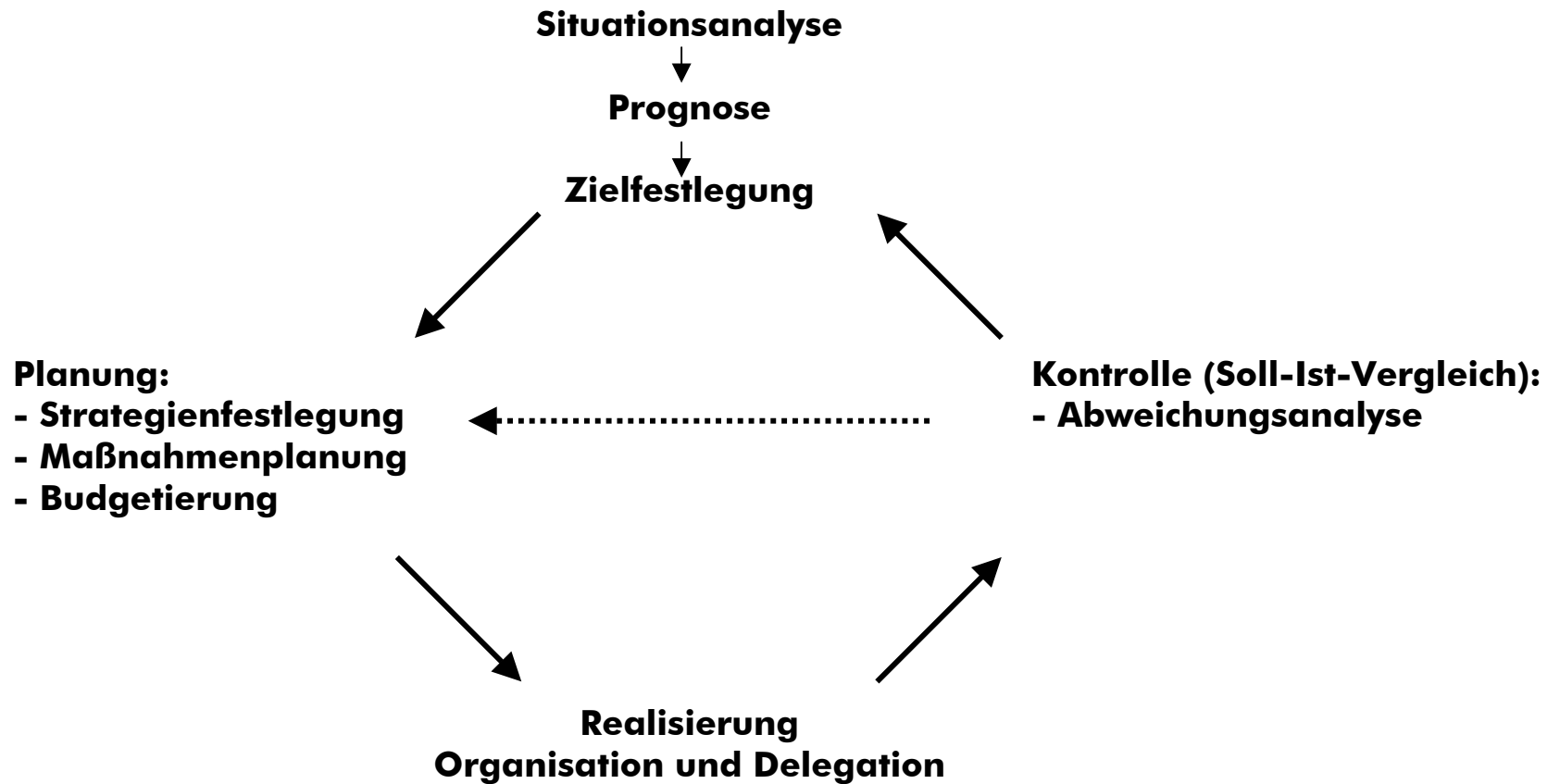
Es wird Wert gelegt auf eine **ordnungsgemäße Buchführung**, ggf. auf **eine Prüfung des Jahresabschlusses** durch einen unabhängigen Wirtschaftsprüfer. (Deutscher Spendenrat, DZI, BSM u.a.)

Auch an die interne **Organisationsstruktur** werden Ansprüche gestellt.



Fundraising

Management





Fundraising

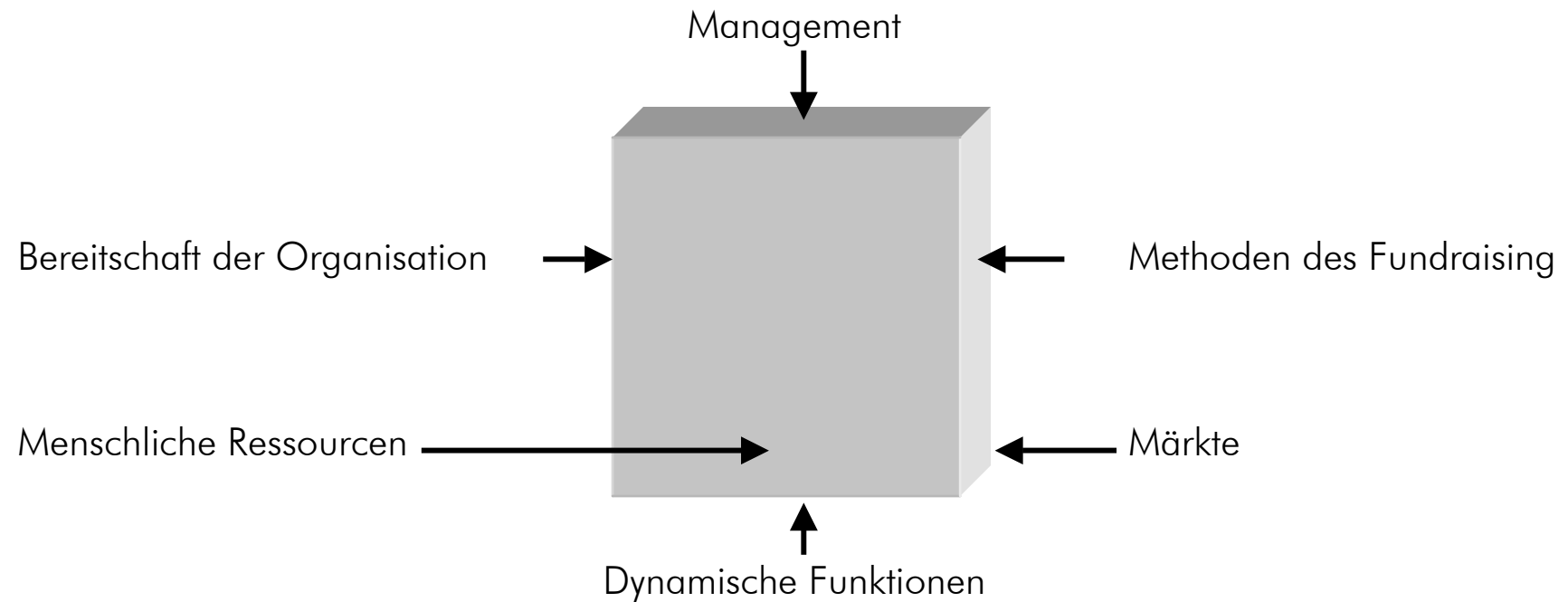
Marketing





Fundraising

Fundraising-Würfel: 6 zentrale Aspekte für den Fundraising-Erfolg





Fundraising

Voraussetzungen für Fundraising in der eigenen Organisation

- ◆ Überzeugender Organisationszweck
- ◆ Öffentliches Ansehen und Profil durch CI unterstreichen
- ◆ Mittelbedarf projektbezogen konkretisieren
- ◆ Gründe für den Mittelbedarf deutlich und überzeugend formulieren
- ◆ Stakeholder: Datenatenbank (Förderer) mit Hinweisen auf Anknüpfungspunkte, Interessen, Förderpotential
- ◆ Kommunikationsstrategie: PR, Lobby, Fundraising, Kommunikation mit Mitgliedern und freiwilligen Helfern
- ◆ Organisatorische Integration des Fundraising
- ◆ Leadership: Führungskräfte sind Promotor für Fundraising
- ◆ Freiwillige Helfer
- ◆ Qualifiziertes Fundraising-Personal
- ◆ Budget für Fundraising-Aktivitäten



Fundraising

Database-Marketing

- ◆ Wer spendenorientiert arbeiten will, braucht möglichst **viele Informationen über jeden Spender**.
- ◆ Database-Marketing ist die **Auswertung und Nutzbarmachung** der in der Datenbank gespeicherten **Merkmale**, damit bestehende und **potentielle Spender** individuell und koordiniert mit den entsprechenden Kommunikationsmitteln angesprochen werden können.
- ◆ Die Ergebnisse derartiger Aktionen fließen wieder in die Datenbank zur weiteren **Optimierung späterer Kontaktaufnahmen** ein.
 - Wie kann der Spender am besten angesprochen werden?
 - Auf welche Aktionen hat ein Spender reagiert?
 - Wie haben sich die Beiträge eines Spenders entwickelt?
 - Welche Motive hat der Spender?
 - Qualitätsbeurteilung von Spendern



Stiftungen

- ◆ Stiftungen **fördern mit den Erträgen ihres Stiftungsvermögens**.
- ◆ Nur bei knapp **40% der deutschen Stiftungen** kann man **Förderanträge** stellen.
- ◆ Stiftungen klagen über eine **immense Antragsflut** und eine **hohe Zahl von Irrläufern**.
- ◆ Empfehlung: **Information** hinsichtlich Programmschwerpunkte und Förderrichtlinien **vor der Antragstellung**
- ◆ Empfehlung: **Telefonische Voranfrage**:
Ist ein Projekt förderfähig? Was ist bei der Antragstellung zu beachten? Gibt es Antragsformulare? Sind Fristen einzuhalten? Wie lange dauert die Entscheidungszeit über die Förderung? Wie hoch ist der geforderte Eigenanteil?
- ◆ Die **Förderpraxis** von Stiftungen ist ähnlich. Das **Fördervolumen** von Stiftungen unterscheidet sich sehr.
- ◆ Stiftungen gewähren **keine Vollfinanzierung**. Wie können **weitere Zuwendungen** akquiriert werden?



Stiftungen

Suche nach der passenden Stiftung

- ◆ Maecenata Datenbank deutscher Stiftungen
Kostenloser Zugriff im Internet
Betreiber: Maecenata Institut, www.maecenata.de
Angaben zu 9.500/10.000 deutschen Stiftungen: Jahresberichte, Publikationen, wissenschaftliche Arbeiten, in- und ausländische Stiftungsverzeichnisse, Presseveröffentlichungen usw.
- ◆ Hoppenstedt: Verzeichnis Deutscher Stiftungen 2000
Nachschlagewerk mit 8.400/10.000 Stiftungsportraits
Printversion 125 Euro; CD-Rom vergriffen; Neuauflage in 2004 geplant
Verlag Hoppenstedt, www.hoppenstedt.de
Kontaktaten, Angaben zu Stiftungszweck und Fördermaßnahmen
- ◆ Index deutscher Stiftungen
Kostenloser Zugriff im Internet
Betreiber: Bundesverband deutscher Stiftungen, www.stiftungsindex.de
Enthält alle im Internet vertretenen Stiftungen (2.000),
Alphabetische Listung und spezielle Suchfunktionen,
Aufgaben der Stiftungen, Möglichkeiten der Antragstellung, Links zu den Homepages der Stiftungen



Stiftungen

Operative Stiftungen und Förderstiftungen

- ◆ Operative Stiftungen sind Organisationen, deren Zweck in der Unterhaltung von Einrichtungen oder in der Durchführung von Programmen liegt.
- ◆ Förderstiftungen sind Organisationen, die fördermittel an Dritte vergeben. Empfänger sind in der Regel gemeinnützige Organisationen oder Einzelpersonen.



Stiftungen

Suche nach der passenden Stiftung

- ◆ Recherche: Identifikation einer geeigneten Stiftung
- ◆ Grundinformation (Stiftungszweck, Einschränkungen) in Stiftungsführern bzw. Im Internet einholen
- ◆ Konzentration auf Förderstiftungen mit Stiftungszwecken, die mit dem Inhalt des Projektes übereinstimmen
- ◆ Andere Quellen erschließen, um zu erfahren, was konkret gefördert wurde.

Kontaktaufnahme

- ◆ Telefonisch Förderrichtlinien und Tätigkeitsbericht anfordern und Ansprechpartner erfragen
- ◆ Projektskizze mit kurzem Anschreiben zusenden
- ◆ Telefonisch nachhaken (10 Tage später),
 - Fördermöglichkeit?
 - Förderobergrenzen?
 - Augenblickliche Antragslage?
 - Schwerpunkte?
 - Antragsmodalitäten?
 - Einreichungs- und Entscheidungstermine?
 - Antragsform?



Stiftungen

Aufgabenbereiche im Index deutscher Stiftungen

Jugend- u. Altenhilfe
Bildung, Ausbildung, Erziehung
Demokratisches Staatswesen
Denkmalschutz
Entwicklungshilfe
Geistes- und Gesellschaftswissenschaften
Heimatgedanke
Hundesport
Jugendhilfe
Kirche
Kleingärtnerei
Kunst- und Kultur
Landschaftsschutz
Medizin
Mildtätigkeit
Naturschutz
Öffentliches Gesundheitswesen
Religion
Sonstige soziale Zwecke
Sport
Tierschutz
Tradition und Brauchtum
Umweltschutz
Unternehmen, Belegschaft
Völkerverständigung
Wirtschaft, Verbraucher
Wissenschaft, Forschung
Wohlfahrtswesen



Stiftungen

Suchergebnisse im Index deutscher Stiftungen

Suche:

PLZ 5000

Fördernd und Antragsmöglichkeit

Aufgabenbereich: Kunst und Kultur

→ 26 Treffer

Aufgabenbereich: Sport

→ 8 Treffer

Aufgabenbereich: Sonstige soziale Zwecke

→ 9 Treffer



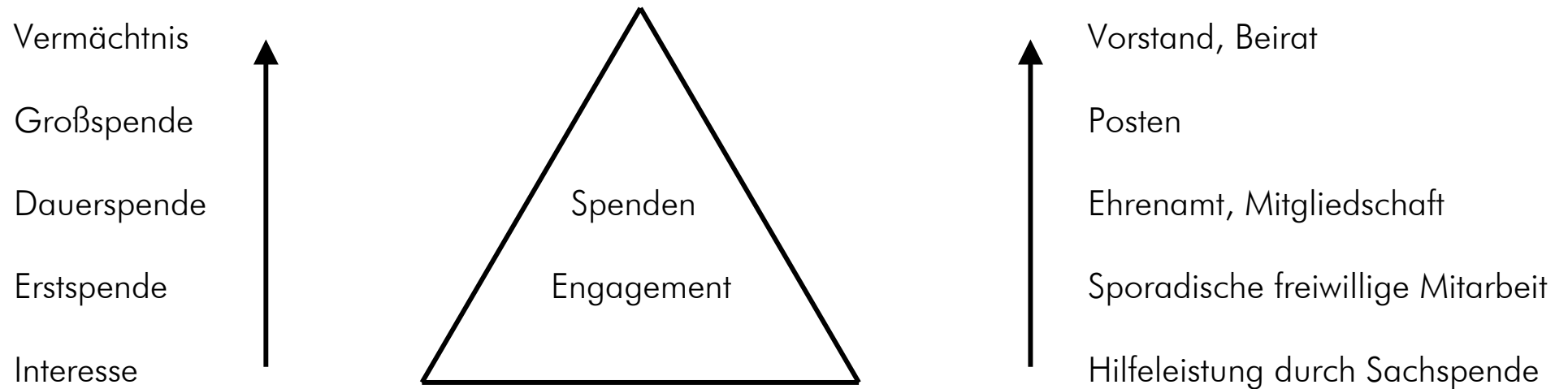
Spendenmarkt

Nachfrage:	Große Organisationen mit professionellen Spendenkampagnen Lokale und regionale Initiativen
Erfolgskriterien:	Persönlichen Bezug der Spender zum Thema verdeutlichen Eigene Ziele verständlich machen Persönliche Motive der Spender achten Die Professionalität ist hierbei nicht so entscheidend 80 % der Mittel werden von Privatpersonen zur Verfügung gestellt
Kategorien:	Konzeptspenden, Akutspenden
Grundsatz	Erst Involvement – dann Spende
Sachspenden	Leicht einzuwerben, gegen Spendenbescheinigung
Erbschaft	Intensive Vorarbeit, eventuell heikel, Beratung: GLS Gemeinschaftsbank
Geldspenden	Spendenbrief, Sammlung, Patenaktionen, Zeitungsbeilage
Spendenportale	Gemeinsamer Internetauftritt von spendensammelnden Organisationen www.helpdirect.org / Starker Wettbewerb! Finanzierungsproblem!



Spenden

Spendenpyramide





Weitere Einnahmequellen

- ◆ **Aktien und Bausteine**
- ◆ **Lotterie/Tombola**
- ◆ **Bußgelder**
- ◆ **Sponsoring**
- ◆ **Matching Funds**
- ◆ **Spendenparlament**
- ◆ **Lottomittel**
- ◆ **Erbschaftsspenden**
- ◆ **Großspenden via Internet**
- ◆ **Click-to-donate-Sites**
- ◆ **Charity Malls**
- ◆ **Traumfänger-Aktionen**
- ◆ **Online-Auktionen**



Weitere Einnahmequellen

Es ist sinnvoll, verschiedene voneinander unabhängige **Finanzquellen zu kombinieren**. Neben den dargestellten Quellen gibt es eine Reihe von **kurzfristigen Aktionen**, um Gelder einzunehmen.

Aktien und Bausteine

Es handelt sich um symbolische Aktien und Bausteine zur Finanzierung der Arbeit. Der symbolische Gegenstand muss einen bestimmten Wert haben.

Lotterie/Tombola

Kleine Lotterien eignen sich, um bei Festen spendenfreudige Geber zu mobilisieren. Die Preise werden häufig gespendet. Nichtöffentliche Lotterien sind steuerfrei - öffentliche Lotterien nur bis zu einem Mindestbetrag.

Bußgelder

Gemeinnützige Organisationen können sich kostenlos mit einem speziellen Antragsformular in das Verzeichnis beim Amts- oder Landesgericht aufnehmen lassen, um gerichtliche Bußgelder zu empfangen. Richter können frei entscheiden, an welche Organisationen zu zahlen ist. Sie müssen über die eigene Organisation informiert sein – besser ist ein persönlicher Kontakt.



Weitere Einnahmequellen

Sponsoring

Wenn ein Unternehmen sponsort, hat es einen Imagegewinn und die Werbung im Sinn. Es handelt sich um ein Geschäft, bei dem die gesponsorte Initiative eine Gegenleistung zu erbringen hat.

Erfolgsfaktoren: Zielgruppe der Aktion ist für Sponsor interessant
Eigenes positives Image ist kompatibel mit dem Image des Sponsors
Man verfügt über ein großes Netzwerk von Beziehungen

Kritisch: Imagetransfer, Abhängigkeiten, Glaubwürdigkeit des Unternehmens

Die jährlichen Sponsorleistungen betragen in Deutschland ca. 1 Mrd. Euro. Diese verteilen sich wie folgt auf die einzelnen Aufgabenbereiche: **80% für den Sport**, 15% für Kultur, 5% für soziale und ökologische Themenstellungen. (u. U. steuerrechtlich relevant)

Sponsoring ist meist **lokal angebunden** und der Sponsor sucht in der Regel **längerfristige Zusammenarbeit**, um Vertrauen zu schaffen.

Die ESB, **Europäische Sponsoring-Börse**, veröffentlicht Sponsoring-Gesuche. Kultur (13), Medien (1), Events (8), Soziales (6), Sport (27), Wissenschaft (1) www.esb-online.com



Weitere Einnahmequellen

Matching Funds

Spendenvervielfachung: Bereitstellung einer Summe unter der Bedingung, dass ein oder mehrere andere sich in gleicher Höhe beteiligen. Oder eine Institution sagt zu jeden eingeworbenen Betrag zu verdoppeln bzw. zu verdreifachen. Bsp.: Henkel Förderwerk Genthin
Hohe Motivation

Spendenparlament

- ◆ Ursprung in Hamburg.
- ◆ Bürger, die einen **Mindestbetrag** spenden, erhalten **Sitz und Stimme im Spendenparlament**.
- ◆ Sie erhalten Transparenz und können über die Mittelverwendung **mitentscheiden**.
- ◆ In der öffentlichen Parlamentssitzung wird entschieden, **welche Projekte und Initiativen gefördert werden**.
- ◆ Eine ehrenamtliche **Projektkommission** prüft die **Förderanträge** und erarbeitet **Vorlagen** für die Beschlüsse des Parlaments.
- ◆ Neben finanzieller Hilfe verschafft ein Spendenparlament vielen Projekten **zugleich eine Bühne**, um auf ihre Arbeit und Probleme aufmerksam zu machen.



Weitere Einnahmequellen

Lottomittel

Hier werden öffentliche und private Akteure einbezogen.

Landesgesetze regeln, zu welchen Anteilen und in welcher Form z.B. gemeinnützige Organisationen von dem Gewinn der Lotteriegesellschaft profitieren. Die **Lotteriegesellschaften führen ihre Gewinne an die gemeinnützigen Träger ab**. Sie werden von einem Kuratorium geprüft.

Beispiele:

- Aktion Mensch
- Deutsches Hilfswerk
- Stiftung deutsche Klassenlotterie
- Lotterie Unsere Welt

Erbschaftsspenden

Portal im Internet: Zukunft-vererben.de

Internetplattform enthält Öffentlichkeitsarbeit für Erbschaftsmarketing

Bietet Informationen und Beratung

Initiative von 5 Non-Profit-Organisationen (Kooperation für einen gemeinsamen Webauftritt)

Bereitschaft für die Aufnahme anderer NPOs ist vorhanden



Weitere Einnahmequellen

Großspenden via Internet

Hintergrund: **Online-Spenden** fallen **höher** aus und werden öfter gewährt als auf herkömmlichen Wegen.

Erfahrung: Die Förderer mit großem Spendenpotential sind längst online zu erreichen.

Click-to-donate-Sites

Vorbild: www.thehungersite.com

Helfen und Spenden ist hier ganz einfach: Man klickt auf den **donate-free-food-Button** und schon hat man etwas Gutes getan: **Sponsoren zahlen** für jeden Klick den Gegenwert für 1 $\frac{3}{4}$ Tassen Grundnahrungsmittel an das United Nations World Food Program, von wo die Spenden an NPOs verteilt werden.

Die Spenden reichen aus, um einen Erwachsenen einen Tag am Leben zu erhalten.

Siehe www.klickdieSpende.de

Die Sponsoren zeigen ihr Logo und erwerben so das Image als sozial engagierte Einrichtung.



Weitere Einnahmequellen

Charity Malls

Internet: www.planethelp.de

Konzept.

Online-Malls bieten Zugänge zu mehreren Shops.

Betreiber von Online-Shops betreiben Partnerprogramme.

Shops zahlen Provisionen, wenn ihnen über eine andere Website oder über den Mall-Betreiber ein neuer Kunde vermittelt wurde und ein Kauf zustande kam.

Bei Charity-Malls **teilt sich der Mall-Betreiber die Provision mit einer NPO**, die der Käufer aus einer Liste auswählen kann.

Internet: www.buyandhelp.de (deutsch)

Zusatz: Anklicken von Click-Banner → Spende des Unternehmens

Betreiber **sucht NPOs**, die für buyandhelp werben und Förderempfänger sein wollen.

Kritik: Wenig Einnahmen



Weitere Einnahmequellen

Traumfänger-Auktionen

Internet: www.traumfaenger-auktion.de

Konzept:

Versteigerung von „unbezahlbaren Gelegenheiten“

Beispiele: Treffen mit dem Pferdeflüsterer Monty Roberts

Segeltörn auf der UCA

Ein Tag beim Hamburg Journal

Ein Tag an der Seite von Ole Beust

Mitspielen in einem Tatortkrimi

Hoher Spaßfaktor

Entwicklung zur Fan-Gemeinde

Großes Engagement der Medienpartner

Regelmäßige Ankündigungen von Versteigerungen über ABO

Konzept ist gegen Lizenz zu haben



Weitere Einnahmequellen

Online-Auktionen

Versteigerung zugunsten von gemeinnützigen Organisationen bei eBay.

1. Privat eine Auktion bei eBay durchführen
2. Vereinbarung mit eBay zur Durchführung einer Charity-Auktion

Versteigerung von Produkten von Prominenten

NetCross

www.netcross.de

Non-Profit-Auktionshaus

Je spektakulärer das Angebot, desto größer die Nachfrage