

1×1 des Fundraisings für Schülerforschungszentren

Wie Sie Freund:innen und Spenden gewinnen.

21. Juni 2022



Agenda

- Einführung
- Institutional Readiness
- Zielgruppen
- Fundraising-Instrumente



Einführung ins Fundraising



Definition: Fundraising

Fundraising ist die systematische Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten einer steuerbegünstigten Organisation, welche darauf abzielen, alle benötigten Ressourcen (Geld-, Sach- und Dienstleistungen) durch eine konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen der Ressourcenbereitsteller (Privatpersonen, Unternehmen, Stiftungen, öffentliche Institutionen) zu möglichst geringen Kosten zu beschaffen.

(Quelle: Urselmann 2017)



«Fundraising is the
gentle art of teaching
the joy of giving.»

Henry A. Rosso



Erfolg im Fundraising:
Einstellungssache?



Fundraising verstehen

- Geht es beim Fundraising in erster Linie um Geld?
- Was ist grundlegend, in allen Fundraising-Vorhaben?
- Wunsch wecken, helfen zu wollen
- Menschen begeistern und inspirieren



Begeistern und inspirieren

- Zentrale Aufgabe im Fundraising
- AIDA beachten
- Eigene Begeisterung zählt - «brennen»
- Inspirationen Raum geben durch Geschichten (Stichwort: Storytelling)



«Relationship Fundraising»

Relationship fundraising is an approach to the marketing of a cause that centers on the unique and special relationship between a charity and each supporter. Its overriding consideration is to care for and develop that bond and to do nothing that might damage or jeopardize it. Every activity is therefore geared toward making sure donors know they are important, valued, and considered, which has the effect of maximizing funds per donor in the long term.

(Quelle: Burnett 2002, S. 38)



Die Spenderpyramide



(Quelle: Urselmann 2017, S. 18 ff)



Institutional Readiness



Institutional Readiness

Jede Organisation, die Fundraising betreiben will, sollte zuerst prüfen, ob sie selbst die notwendigen Voraussetzungen erfüllt.

(Quelle: Haibach 2012, S. 80)



Voraussetzungen für die Fundraising-Bereitschaft

- Überzeugender Organisationszweck (Mission)
- Öffentliches Ansehen und Profil
- Fundraising-Zielbild
- Bedarf (Projekte/Beträge)
- Stakeholder
- Kommunikationsstrategie
- Leadership
- Freiwillige
- Fundraising-Personal
- Budget für Fundraising-Aktivitäten

(Quelle: Haibach 2012, S. 80)



Mission und Vision

- Warum tut Ihre Organisation, was sie tut?
- Welche Werte leiten Sie dabei?
- Was soll erreicht werden?



Projekte / Bedarf

- Was braucht Ihre Organisation?
- Der wichtigste Bedarf in 2022?

Führungspersonen

- Engagierte und inspirierende Führungspersonen
- Stehen hinter dem Fundraising und der stetigen Professionalisierung
- Unterstützen Organisation mit Zeit und Geld

Zielgruppen

Wer sind die richtigen Spender/innen?



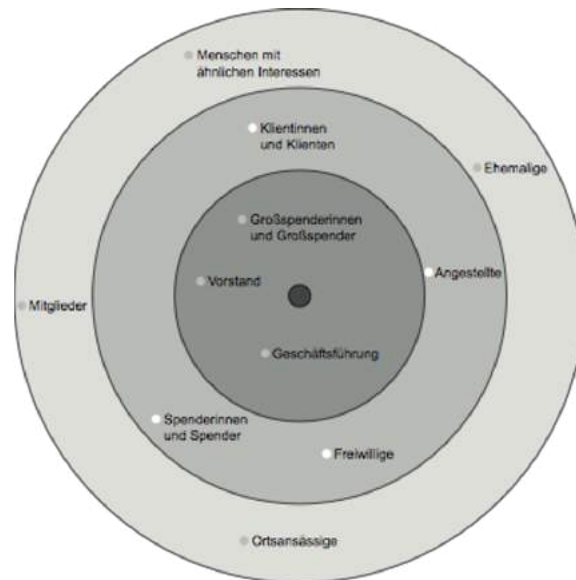
Zielgruppen

- Wer unterstützt das Anliegen?
- Wer hat ein Interesse daran, dass Sie tun, was Sie tun?

=> **Stakeholder-Modell**



Zielgruppen



Fundraising- Instrumente

Fundraising-Instrumente

Anlässe

Benefizgala (TV)

E-Mail-Marketing

Erbschaften

Face-to-Face

Freianzeigen

Großspenden-Fundraising

Haustür/Strassensammlungen

Lotterien

Mailings / Wurfsendungen

Mitglieder/Fördererwerbung

Öffentliche Gelder

Online- und Digital-Fundraising,

inkl. SMS, Mobile

Programme für Freiwillige

Rundfunkspots u.a. PR-Arbeit

Sachspenden

SMS-Spende

Sponsoring

Stiftungen

Strassenfeste/Flohmarkt

Telefon-Hotline / -Marketing

Tombola

Zustiftungen

Ihr bestes Instrument?

Strengths - Stärken

Weaknesses - Schwächen

Opportunities - Chancen

Threats - Risiken

Mailing



Mailing ist und bleibt wichtig

- Postvertrieb immer noch der wichtigste Vertriebskanal im Fundraising
- Mailing wird zur Gewinnung, Bindung und Rückgewinnung von Spendern auf allen Stufen der Spenderpyramide eingesetzt

(Quelle: Urselmann 2018, S. 205)



Tipps für die Gestaltung

- Lesekurve beachten
- Anrede und erster Satz
- P.S. nutzen
- Konkret um Spende bitten
- Danken nicht vergessen
- Leserliche Unterschrift

(persönliche Empfehlungen)



Großspenden- Fundraising



Worum geht es?

Großspenden-Fundraising zeichnet sich durch eine angemessene individuelle Beziehungspflege und Zusammenarbeit mit den Spendenden sowie maßgeschneiderte Spendenanfragen aus.

(Quelle: Haibach / Uekermann 2017, S. 22)



Major Donor Zyklus

Strategisch und aktiv zum Ziel.



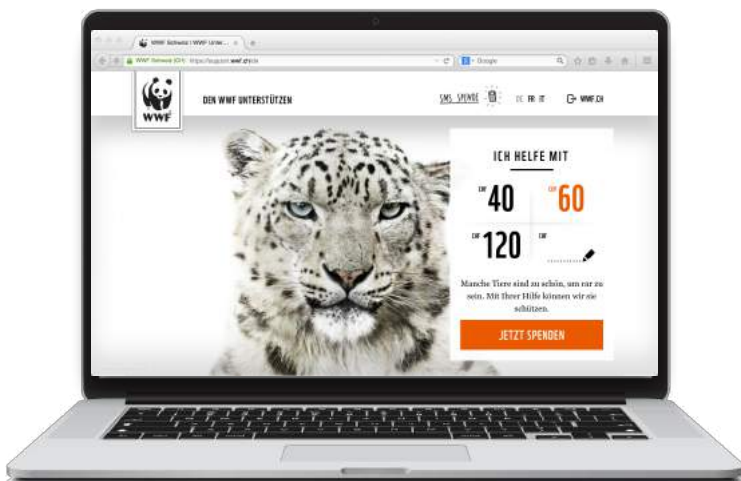
(Quelle: Haibach / Uekermann 2017, S. 188 ff)



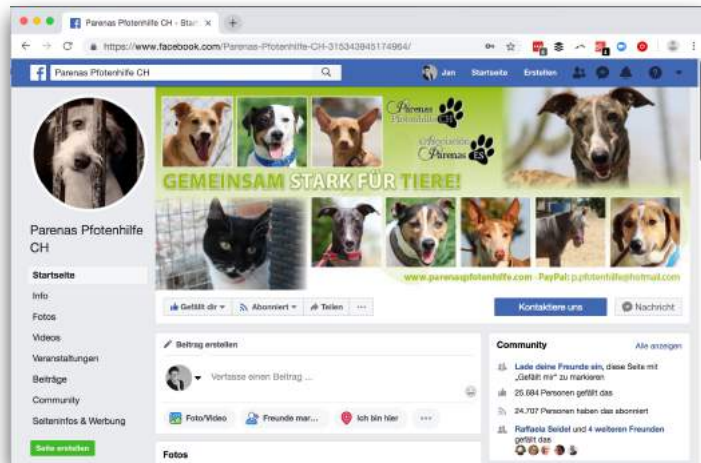
Online- / Digital- Fundraising



Webseite und Spendenformular



Social Media Fundraising Kombination verschiedener Tools



(Quelle: Parnas Pfotenhilfe 2018)



Chancen nutzen zur Leadgenerierung (Gewinnung von neuen Adressen)



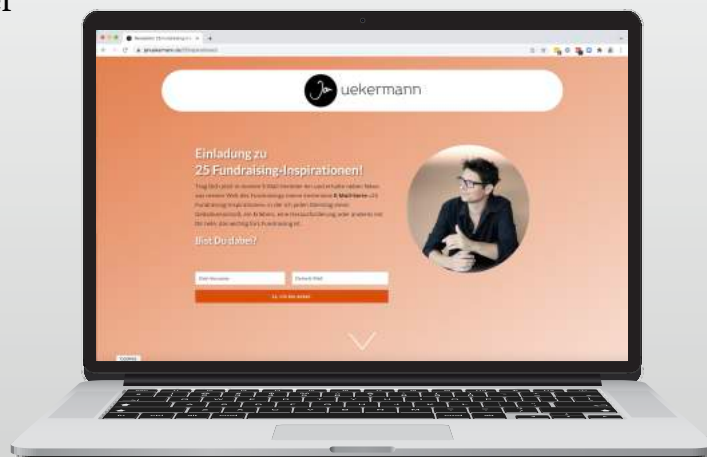
(Quelle: Greenpeace Deutschland 2016)



Einladung zu 25 Fundraising-Inspirationen

Tragen Sie sich in meinen E-Mail-Verteiler
ein auf:

www.januekermann.de/25inspirationen



Vielen Dank!

Jan Uekermann
07245 - 8020 145
post@januekermann.de

