



FUNDRAISING: GRUNDLAGEN UND EIN PLAN FÜR (D)EIN KONKRETES PROJEKT

Herzlich Willkommen!

Ich bin Dr. Stephanie Neumann

LERNZIELE

1. Wie viel Geld ist da?
2. Fundraising Instrumente
3. Motive des Gebens
4. Fundraising-Strategie



FUNDRAISING

Mittel beschaffen für gemeinnützige Organisationen.

- Geld
- Zeit
- Sachmittel
- Dienstleistungen



SPENDE

Gabe ohne Gegengabe!



NGO NON GOVERNMENTAL ORGANISATION

Zivilgesellschaftlicher Interessensverband.

Ziele: Leid mindern, Schutz der Umwelt,
Entwicklungshilfe, soziale Dienste,
Vertretung der Rechte von Armen u.v.m.

(Quelle: Weltbank)



5,3 MILLIARDEN EURO SPENDEN DEUTSCHLAND 2018

- 20,5 Millionen Menschen (31% der Bundesbürger; 37% davon über 70 Jahre alt.)
- Die Anzahl der Spender*innen in Deutschland sinkt seit 2005.
- Die Durchschnittsspende steigt.
- These: Immer weniger Menschen spenden immer mehr Geld. Dies ist der Spiegel der gesellschaftlichen Entwicklung.



9,5 MILLIARDEN EURO SPENDEN IM JAHR

- Vier von fünf Unternehmen spenden.
- Die Hälfte der Unternehmen spendet regelmäßig.
- $\frac{1}{4}$ der Unternehmen stellt regelmäßig ihre Mitarbeiter*innen für soziale Zwecke frei (z.B. Elbehochwasser).
- $\frac{1}{3}$ der Unternehmen gibt Sachspenden (z.B. Lebensmittel)



ERBEN IN DEUTSCHLAND

- ca. 1,3 Billionen Euro werden bis 2024 vererbt
- 200 – 400 Milliarden Euro im Jahr
- 242.000 Euro pro Person (Top-Erbschaften abgezogen)
- Erb*innen brauchen das Geld oftmals nicht mehr. Ihr Lebensunterhalt ist gesichert.

(Quelle: Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung und Deutsches Institut für Altersvorsorge)



ANZAHL DER SPENDENSAMMELNDEN ORGANISATIONEN IN DEUTSCHLAND

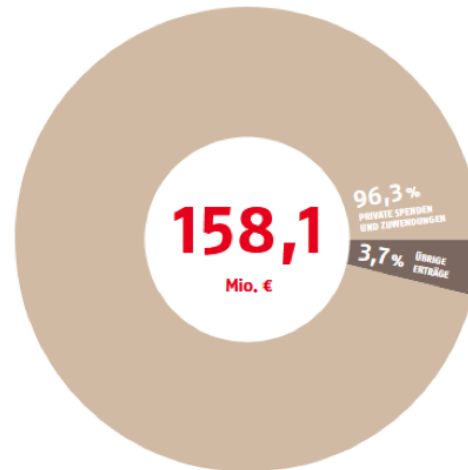
- 600.000 gemeinnützige Organisationen
- 350.000 davon sind aktiv im Fundraising
- Zusätzlich 25.000 Stiftungen, die Fundraising betreiben

Quelle: www.ziviz.de/ziviz-survey



FINANZIERUNG ÄRZTE OHNE GRENZEN

EINNAHMEN 2018



PRIVATE SPENDEN UND ZUWENDUNGEN

152,2 Mio. €

↑ 4,5 Mio. € / VERGLEICH ZU 2017

Spenden, Mitgliedsbeiträge, Erbschaften und
Belegelder von Privatpersonen, Zuwendungen
von Stiftungen und Firmen sowie Einnahmen
aus Firmenkooperationen

109,5 Mio. €

Bestandspenden: Personen, die zum
wiederholten Mal gespendet haben

11,0 Mio. €
Neuspender

31,7 Mio. €
Sonstige private Zuwendungen

ÜBRIGE ERTRÄGE

5,9 Mio. €

→ 0,0 € / VERGLEICH ZU 2017

Die übrigen Erträge sind vor allem Einnahmen
aus Kostenerstattungen.

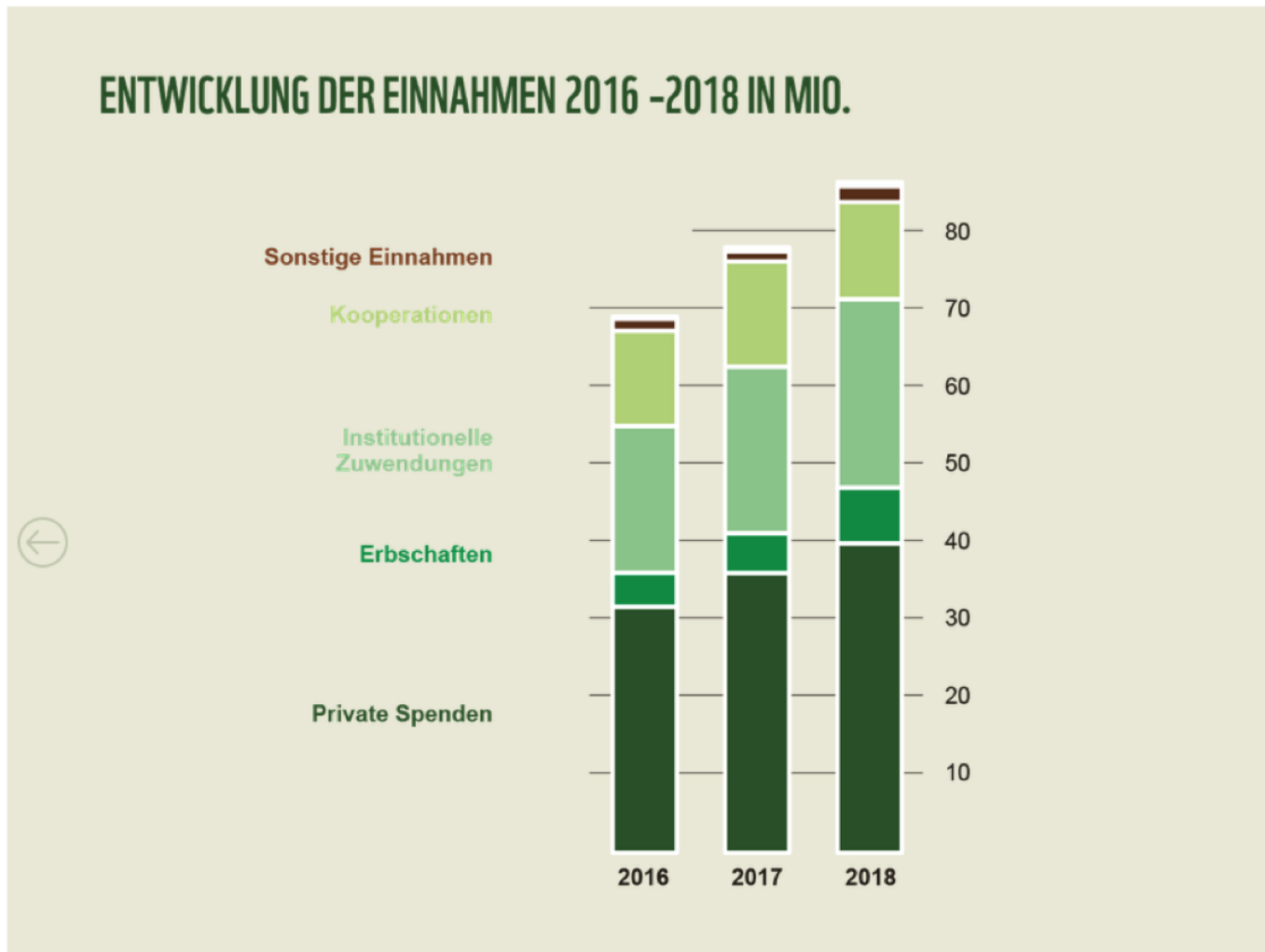
ÖFFENTLICHE FÖRDERMITTEL

0 €

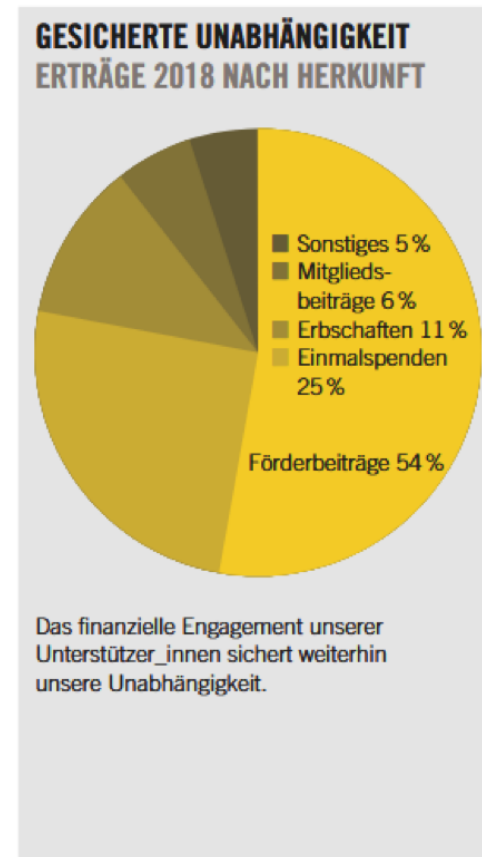
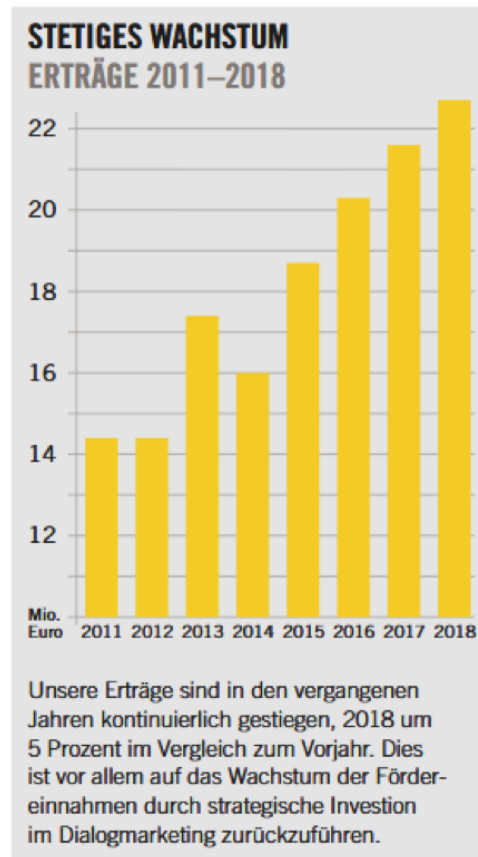
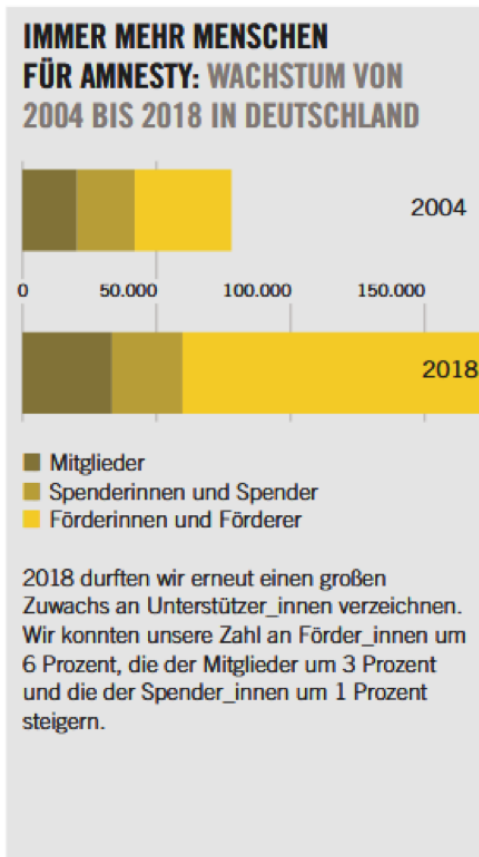
→ 0,0 € / VERGLEICH ZU 2017

Im Jahr 2018 wurde auf Einnahmen aus öffentlichen
Fördermitteln komplett verzichtet.

FINANZIERUNG WWF 2018: 85,3 Mio. €



FINANZIERUNG AMNESTY INTERNATIONAL (ÜBER 22,7 Mio. €)



MOTIVE DES GEBENS

- Helfen
- Bestätigung
- Gestaltung
- Teilhabe an interessanten Projekten und Bewegungen
- Einflussnahme
- Persönliche Betroffenheit
- Entlastung
- Materielle Vorteile (Werbung; Steuern sparen)



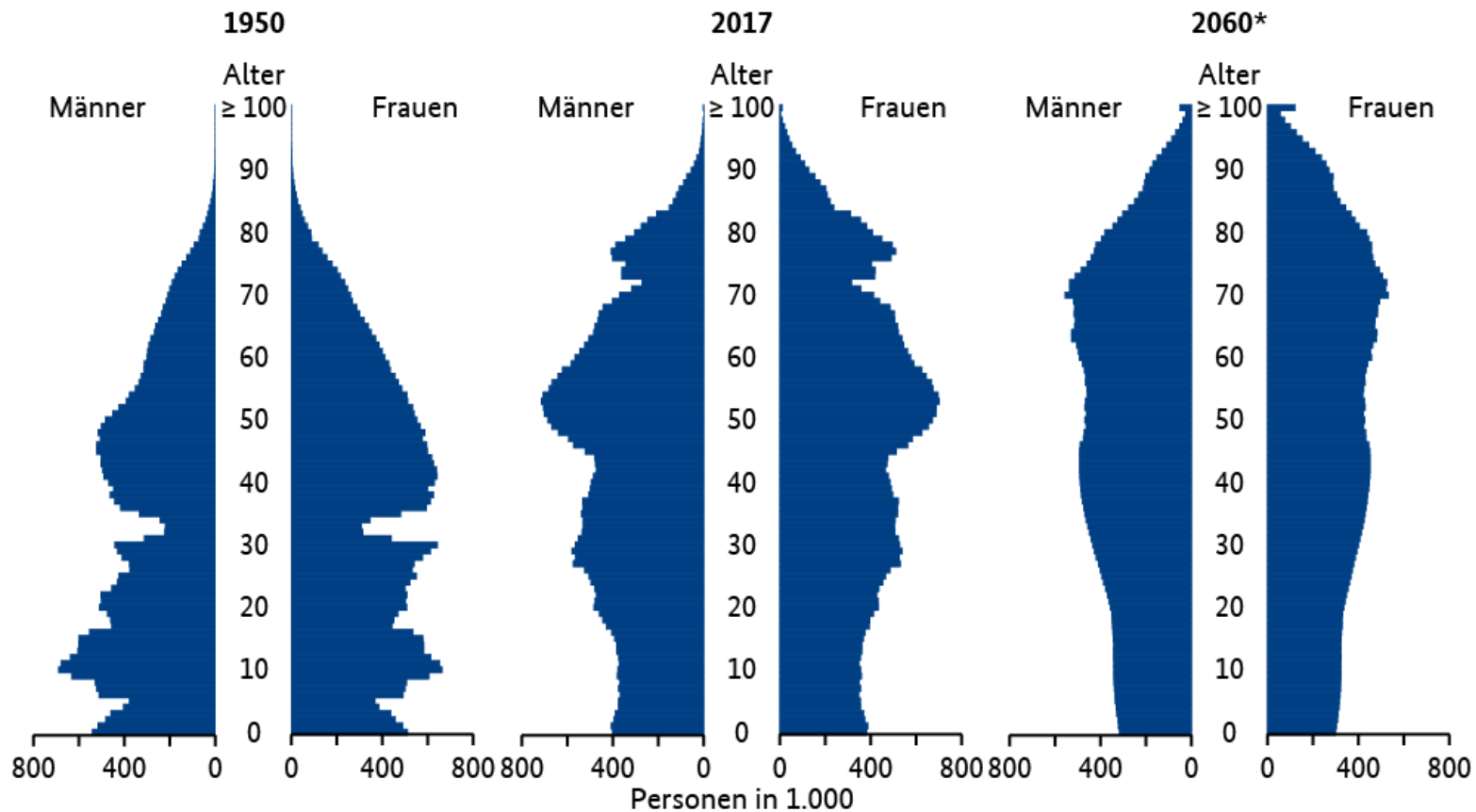
ZENTRALES MOTIV FÜR GEBEN

Menschen wollen helfen!



BEVÖLKERUNGSPYRAMIDE

Altersstruktur der Bevölkerung in Deutschland, 1950–2060



* Ergebnis der aktualisierten 13. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung (Variante 2-A)
Datenquelle: Statistisches Bundesamt

© BiB 2018 / demografie-portal.de



RAHMENBEDINGUNGEN

- Transparenz
- professionelle Öffentlichkeitsarbeit
- Beschwerde-/Krisenmanagement
- Datenmanagement/Datenschutz
- Personal
- Strategie
- Budget



WIE FINDEN WIR ZIELGRUPPEN FÜR UNSER PROJEKT?

- Für wen ist das Projekt relevant?
- Wer hat einen Nutzen davon?
- Wer würde etwas vermissen, wenn es uns nicht gäbe?
- Wer könnte sich für unser Thema interessieren?



LEITFADEN FÜR KURZE ANALYSE

- Welche Instrumente passen zu meiner Organisation?
- Welche Instrumente nutzen wir bereits?
- Wen kennen wir?
- Welche Instrumente könnten wir nutzen und welche Zielgruppe könnten wir damit ansprechen?
- HILFE: Wenn nicht klar ist, was die Organisation braucht, dann „Motivations-Check“ ausfüllen!



ZIELFESTLEGUNG SMART

- **S**pezifisch (konkret und individuell)
- **M**essbar (überprüfbar)
- **A**ktionsbezogen (beeinflussbar)
- **R**ealistisch (erreichbar)
- **T**erminierbar (den Zeithorizonten zuordenbar)



STRATEGISCHE PLANUNG

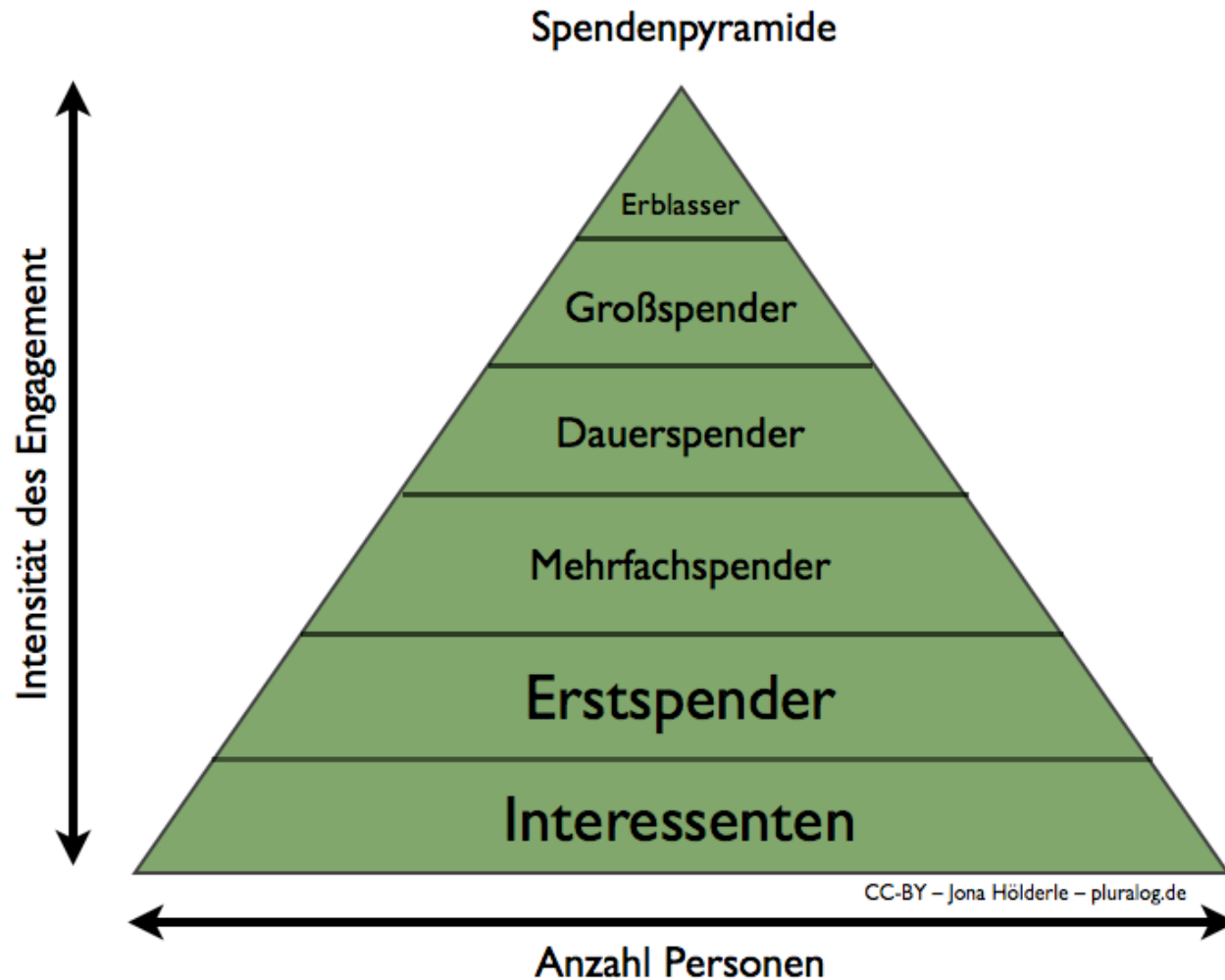
Strategische Planung von Fundraising Projekten

Projekt benennen	
Projektziel beschreiben	
Projektbudget festlegen	
Fundraising-Ziel festlegen (Wie viel Mittel will ich durch Fundraising bekommen?)	
Zielgruppen definieren (Geber) (Wer soll für das Projekt geben/spenden?)	
Fundraising-Maßnahmen festlegen (Auf welchem Weg will ich die Mittel akquirieren?)	
Budget für Fundraising-Maßnahmen kalkulieren	
Zeitplan erstellen	
Zuständigkeiten festlegen	
Projektabschluss/-auswertung terminieren	

Ziel: Zeit- und Maßnahmenplan für Fundraising erstellen



SPENDER*INNENPYRAMIDE



GRUNDLAGEN FÜR KOMMUNIKATION

- Vorbereitung (Wen spreche ich an und was möchte ich fragen?)
- Anliegen vortragen
- Kurze und klare Sätze
- Zuhören
- Ausreden lassen
- Das Verstandene wiederholen.
- Konkrete Vereinbarung treffen.



KAMPAGNEN

- Spot SOS Norwegen: <https://www.youtube.com/watch?v=L9O8j9QPZc8>
- Radi Aid: <http://www.rustyradiator.com>
- Projekt des Arbeiter Samariter Bundes (ASB):
<https://wuenschewagen.com>
- Kampagne von BUND www.youtube.com/watch?v=4OoUjIYUIPU
- Spot Kinderarmut Diakonie:
<https://www.youtube.com/watch?v=U2MKfP6B9MQ>
- Basel Kunstmuseum:
<https://kunstmuseumbasel.ch/de/ausstellungen/2018/picasso-50-jahre>
- Joko und Klaas: <https://www.youtube.com/watch?v=S76hI3tjb4Y>
- Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge: <https://www.100-jahre-volksbund.de>
- Spot Kältehilfe: <https://www.youtube.com/watch?v=s2U9NtTghjA>
- Spot WWF Planet Erde: <https://www.youtube.com/watch?v=GDJRix33pIk>
- Spot Caritas:
https://www.youtube.com/watch?time_continue=84&v=SynsLQ7UFUU
- Greenpeace: <https://www.youtube.com/watch?v=3Ha6xUVgezQ>



FEEDBACK

- Was hat mir gefallen?
- Was nehme ich mit?
- Wem möchte ich Danke sagen?



DANKE!



Dr. Stephanie Neumann

©Hoffotografen

