



# 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.

(Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung)



# 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

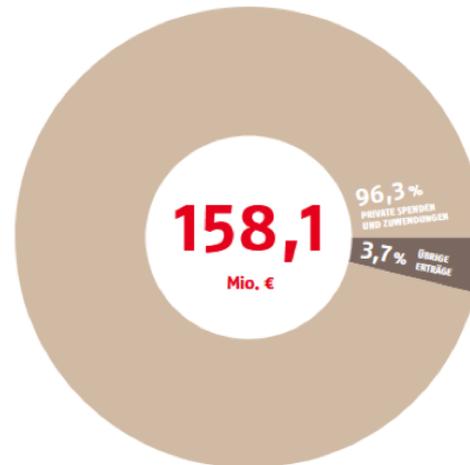
- 600.000 gemeinnützige Organisationen
- 350.000 davon sind aktiv im Fundraising
- Zusätzlich 25.000 Stiftungen, die Fundraising betreiben

Quelle: [www.ziviz.de/ziviz-survey](http://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** €

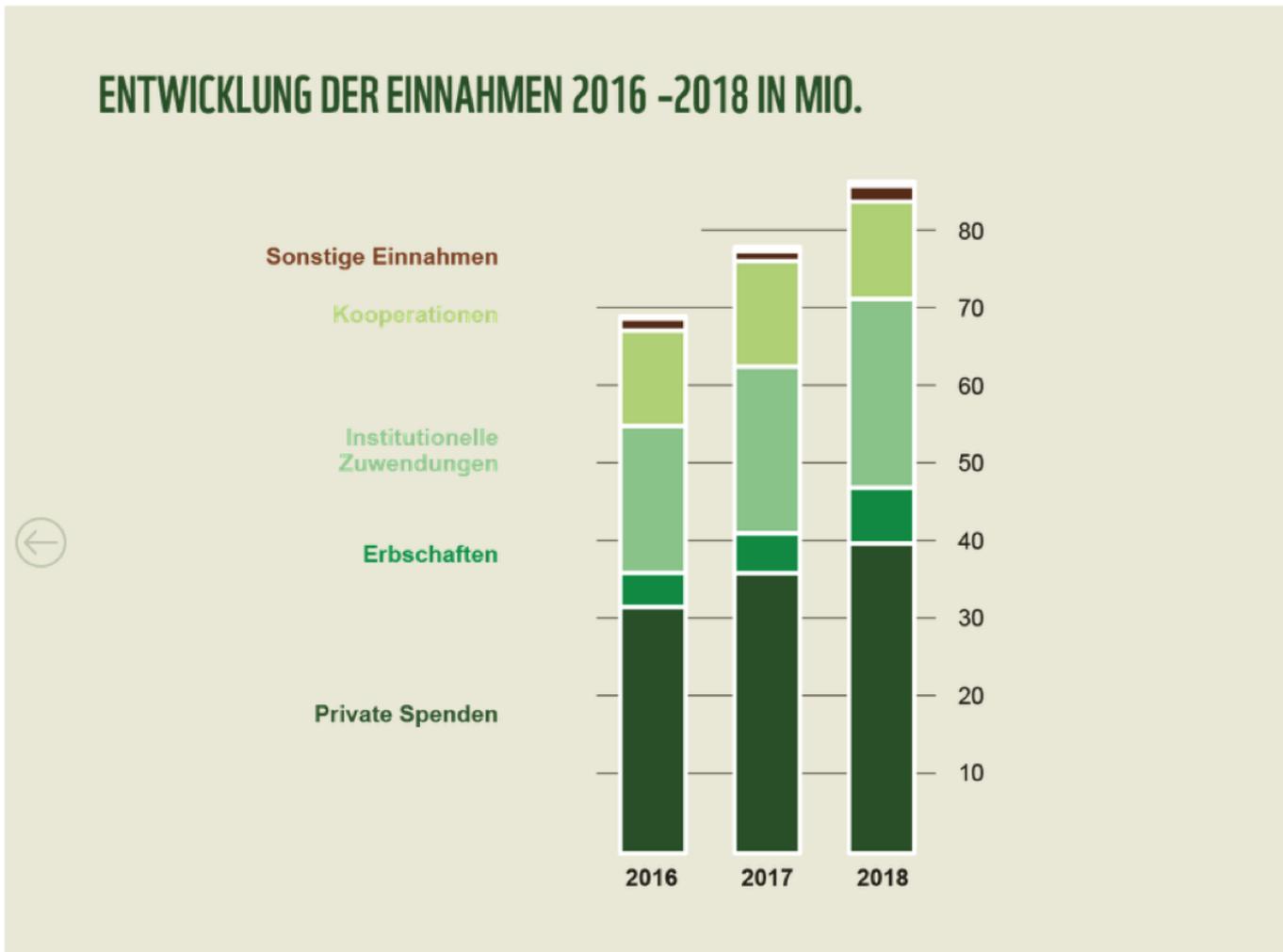
→ 0,0 € / VERGLEICH ZU 2017

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

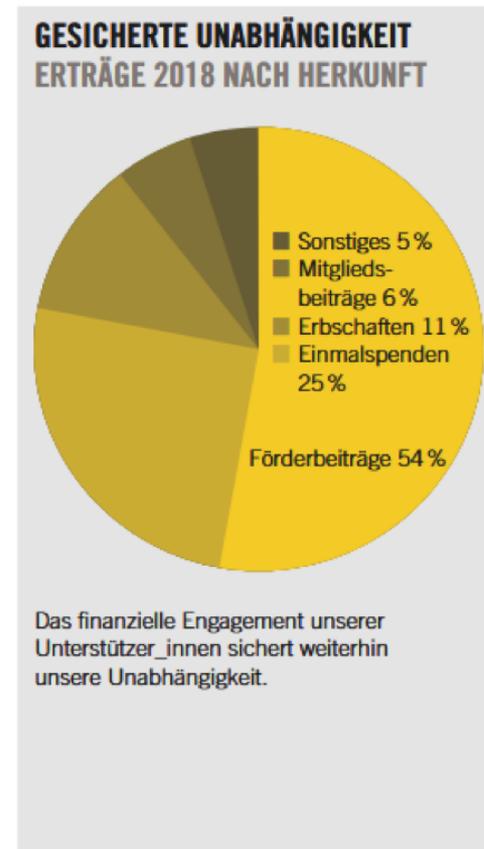
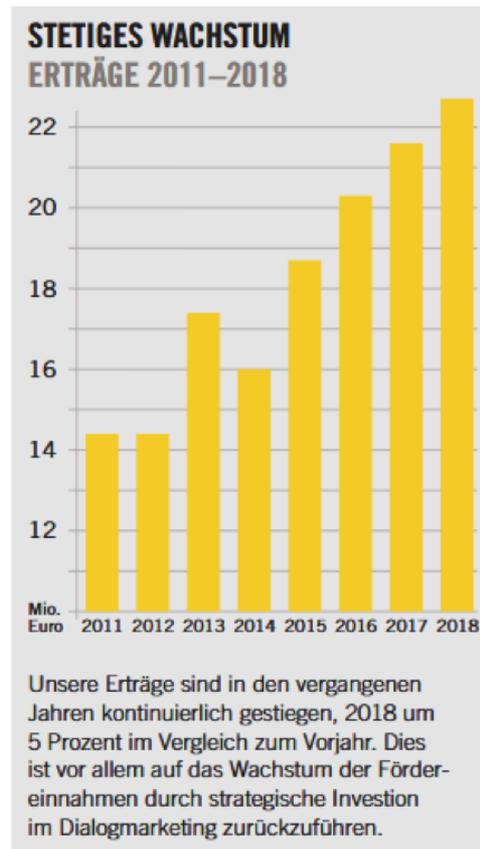
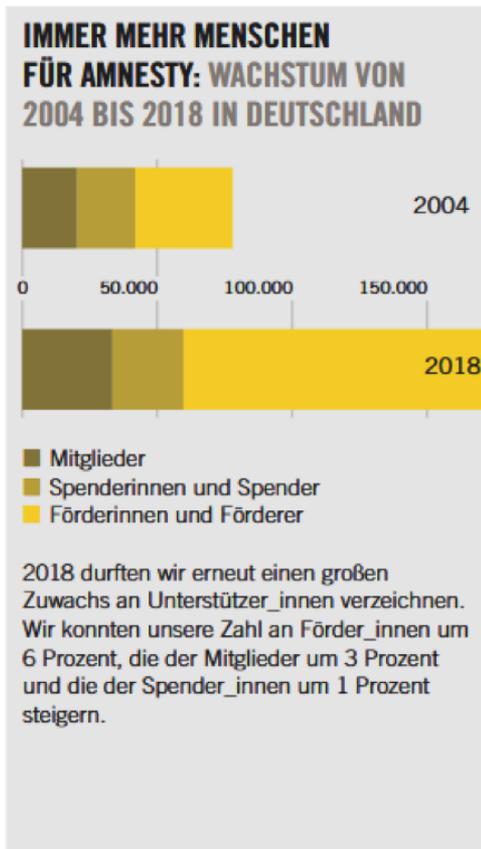
Quelle: [www.aerzte-ohne-grenzen.de/jahresberichte](http://www.aerzte-ohne-grenzen.de/jahresberichte)



# 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)



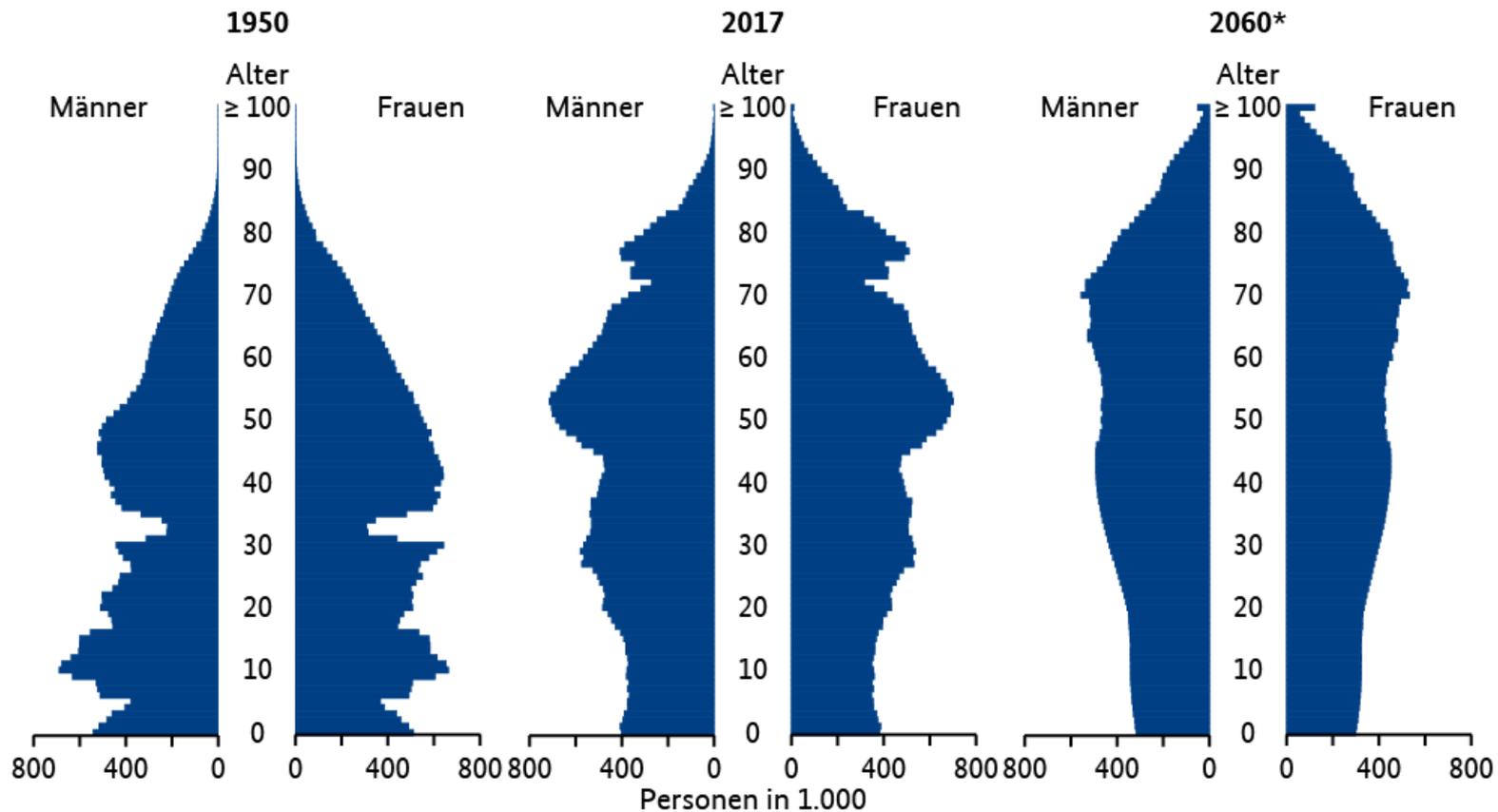
# ZENTRALES MOTIV FÜR GEBEN

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

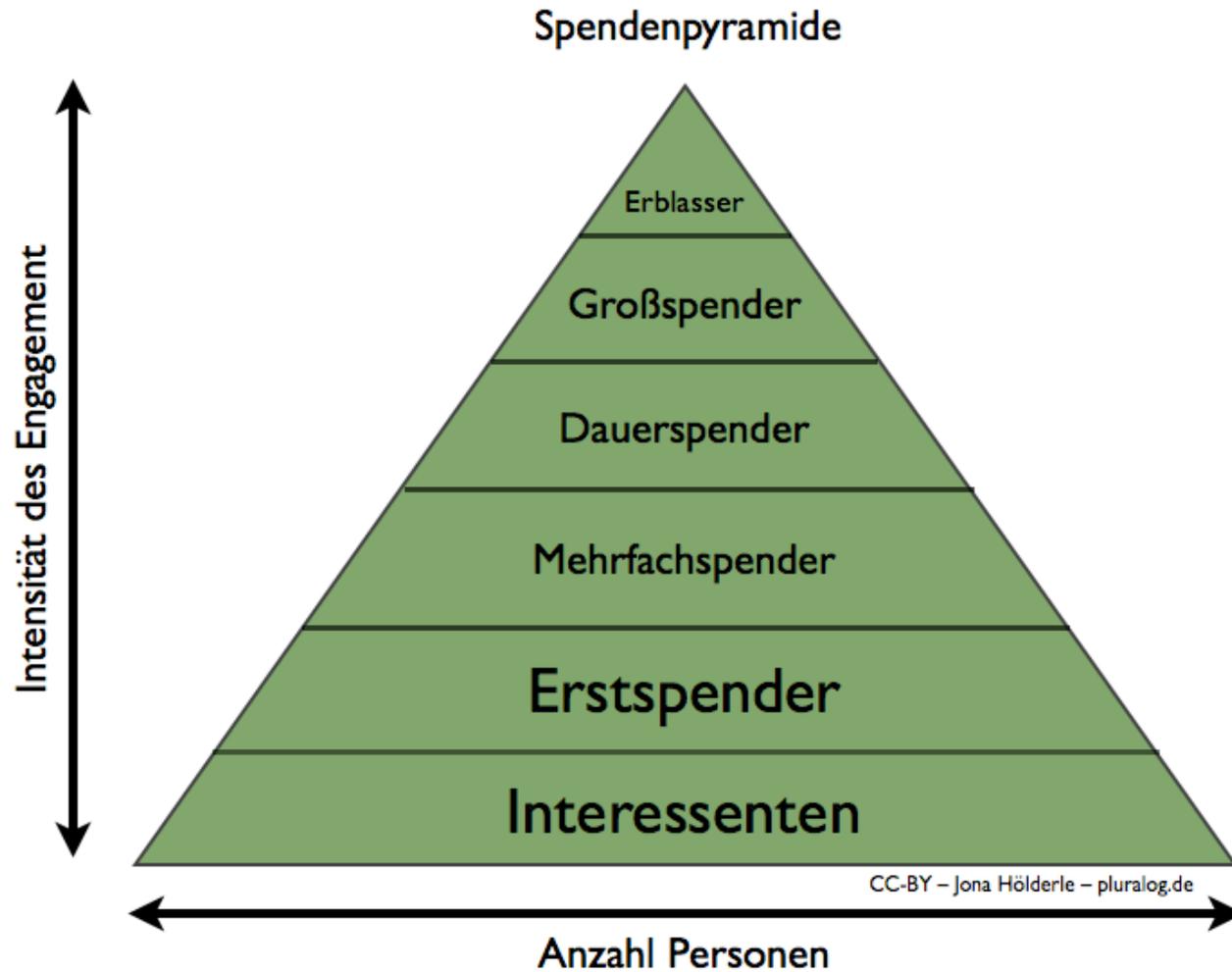
## Strategische Planung von Fundraising Projekten

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](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

