



## Aktion Mensch – Netzwerktagung

Workshop:  
„Fundraising: Wie finanziere ich mein Projekt?“

Dieter Schöffmann, Inhaber, VIS a VIS  
Köln, 3. März 2016

Was bedeutet „Fundraising“?

**Zweck:** Befähigung der Organisation, **ihren gesellschaftlichen Auftrag** bzw. ihre Ziele zu verfolgen und zu erreichen – kurz: **„Vermögensbildung“**.

**Charakter:** Beschaffungsmarketing – also Akquisition von Zuwendungen, Subventionen, Investitionen ...

**Strategie:** Aufbau und Entwicklung von **Beziehungen**  
→ Beziehung = Kapital, Spende = Zins

**Organisation:** Fundraising in der Organisation **verstehen und wollen**; Fundraising-**Talente mobilisieren**

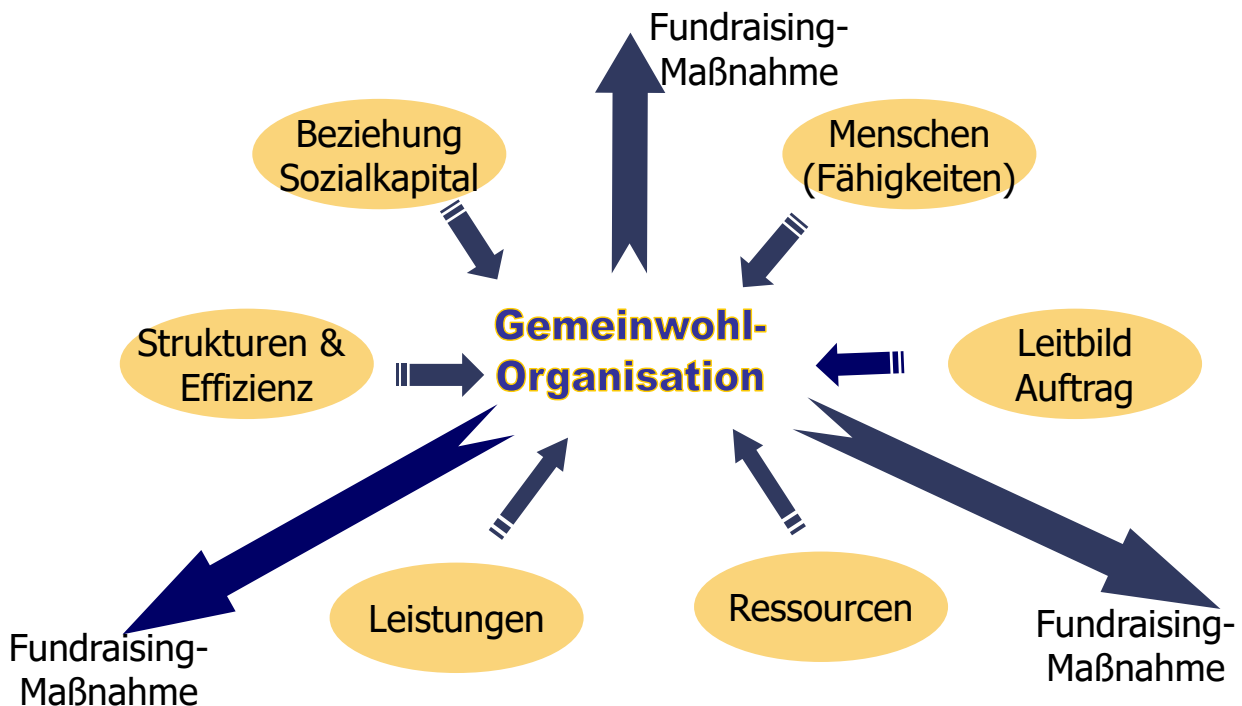
***"Wenn Du ein Schiff bauen willst,  
dann trommle nicht Männer zusammen,  
um Holz zu beschaffen, Aufgaben zu vergeben  
und die Arbeit einzuteilen,  
sondern lehre sie die Sehnsucht  
nach dem weiten, endlosen Meer."***

Antoine de Saint-Exupéry

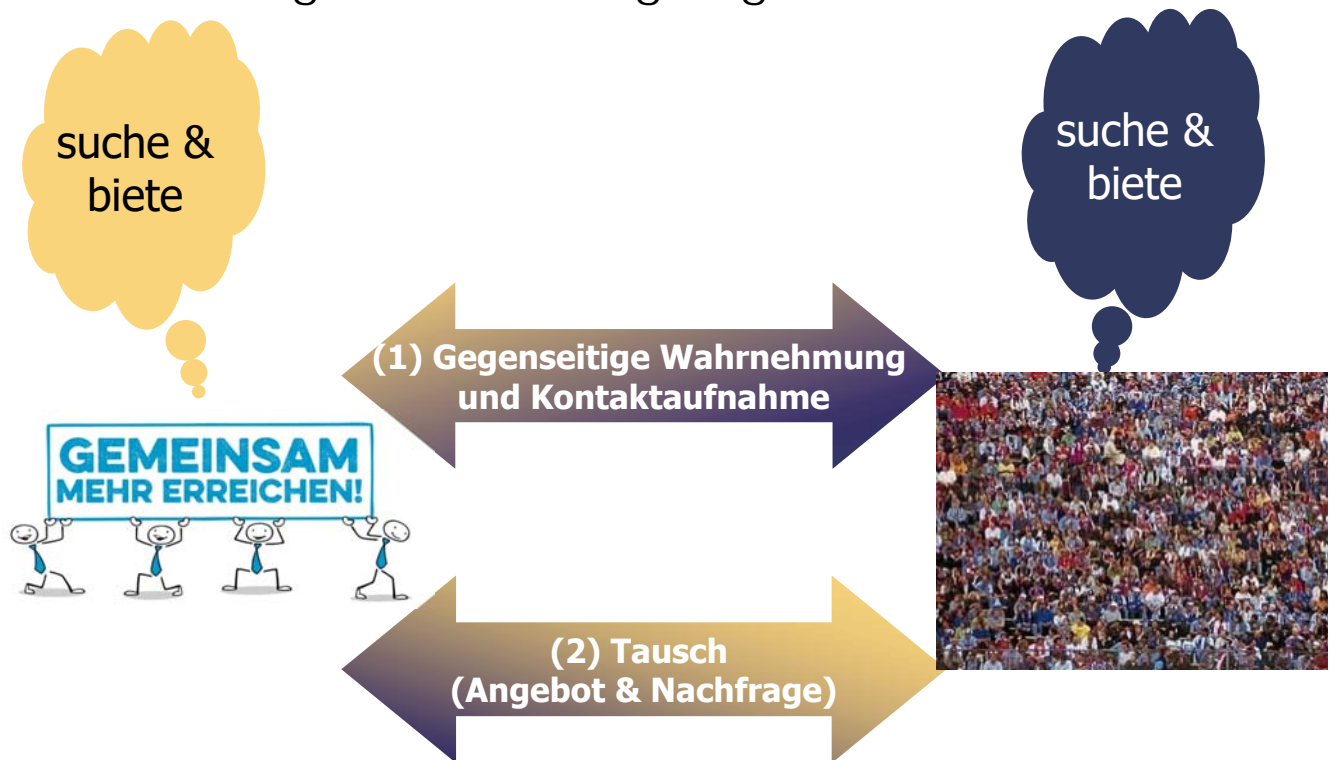


**Welches „Schiff“ bauen Sie?  
Was ist Ihr (gesellschaftlicher) Auftrag?**

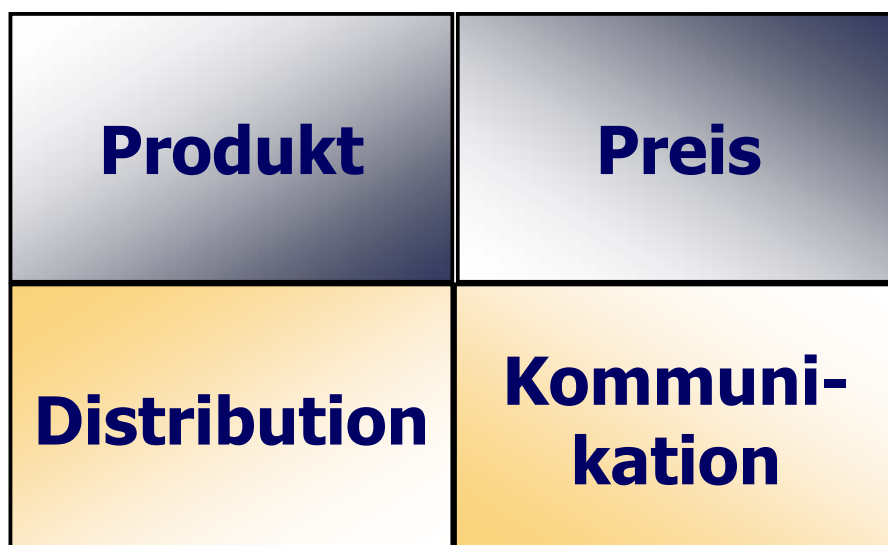
## Vermögenspotenziale und Fundraising



# Fundraising als Marketingaufgabe



# Marketing-Maßnahmen-Mix





# Produkt

## **Hauptprodukt:**

Lösung eines gesellschaftlichen Problems

## **Fundraisingprodukt:**

z.B. Teilhabe an der Problemlösung, Erlebnis, Ereignis ...



# Preis

## **Die Unterstützungsleistung**

- Geld
- Sachen
- Kompetenz
- Zeit
- Beziehungen und Kontaktempfehlungen

## Distribution

Die Art und Weise der Herbeiführung des Tauschs -  
**Fundraising-Instrumente**

- Spendenwerbung
- Spendenkampagne
- Haus- und Straßensammlung
- Großspendenwerbung
- Kapitalkampagne
- Legatwerbung
- Stiftung
- Benefizveranstaltung
- Sponsorpartnerschaft
- Bußgeldwerbung
- Payroll giving
- Patenschaften
- Partnerschaften
- Mitgliedschaften, Clubs
- Crowd-Funding, -Lending, -Investing ...



## Kommunikation

**Wahrnehmung, Kontakt, Dialog**

- ✉ persönlicher Dialog
- ✉ Öffentlichkeitsarbeit - Presse, Funk, Fernsehen, Internet
- ✉ Direktmarketing (Brief, Telefon, Prospektversand)
- ✉ Werbung (Anzeige, Plakat, Prospekt (Auslage, Beilage))
- ✉ Internet (Portal, Info-/Werbeauftritt, E-mail, Banner, Social Media ...)
- ✉ Event



# Fundraisingquellen



**Privatpersonen & -haushalte**



**Bürgergesellschaftliche Förderinstitutionen**



**Öffentliche Haushalte**



**Gesellschaftliche Organisationen**



**Unternehmen und ihr Personal**



Grafik / Foto : © Fenton (Globus) - Kurhan (Berufstätige) - fotolia.com, VIS a VIS (Menschen)

## Unterstützung(sbasis) auf- und ausbauen

### Sozialkapital bilden

Kontakte zu Menschen generieren  
Die Beziehung zu UnterstützerInnen pflegen und qualitativ wie quantitativ entwickeln.

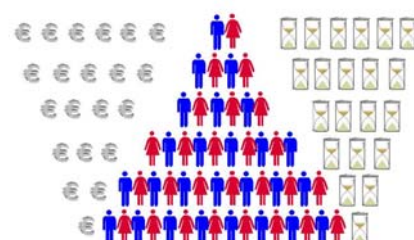
### Kapitalerträge ernten

Unterstützung erfahren  
Spenden u.a. materielle Förderung erhalten  
...

Unterstützer - Beziehung und Entwicklung



Unterstützung - Ertrag und Aufwand



# Beziehungsbildung oder: „Ackerbau und Viehzucht“

"Wir müssen den Acker,  
der uns gute Ernte bringen soll, düngen,  
uns also als vorsorgende Ökonomen verhalten  
und nicht  
wie die Sammler und Jäger früherer Epochen  
nur von der Hand in den Mund leben."

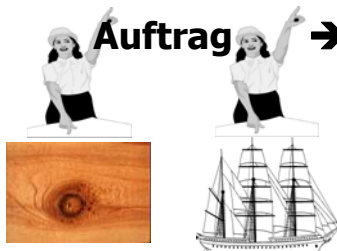
Kurt A. Körber

## Erfolgsfaktoren des operativen Fundraising

**Vision** →



**Auftrag** →



**selbst zuerst geben** →



**Fragen** →



**Danken** →



**Beziehungen  
entwickeln & pflegen**



## Strategische Maßnahme: „Fundraising-Komitee“



Der Organisation nahestehende Personen, UnterstützerInnen, die

- ✓ Beziehungen für das Fundraising mobilisieren können und wollen
- ✓ über Fundraising- bzw. Marketing-Know-how verfügen
- ✓ Zugang zu relevanten Öffentlichkeiten verschaffen können
- ✓ Zeit, Kompetenz und/oder Ressourcen in die Entwicklung und Realisierung von Fundraisingstrategien, -instrumenten und -maßnahmen einbringen können

Ergänzung, Unterstützung oder Ersatz für bezahlte/n FundraiserIn



**Chancen ergeben sich,  
wenn Vorbereitung  
auf Gelegenheit  
trifft!**





# Diskussion



## Leitfragen zur Diskussion

- **Fundraising:** Verständnis, Stellenwert und Potenziale in Ihrer Organisation?
- **Quellen:** Erfahrungen, Zugang? Welche sind von besonderem Interesse?
- **Bereitschaft der Organisation** („institutional readiness“) = *sich mit den unabdingbaren Voraussetzungen (Klarheit über Leitbild und Ziele, Prozesse sowie Strukturen) für erfolgreiche Fundraisingarbeit auseinandersetzen.* " ([www.fundraising-wiki.de/s/Institutional\\_Readiness](http://www.fundraising-wiki.de/s/Institutional_Readiness))
- **Strategische Maßnahme Fundraisingkomitee:** Aufgaben? Wer käme infrage – mit welchen Potenzialen und Interessen? Was wäre zu tun?
- **Ihre spezifischen Fragen?**





## Aktion Mensch – Netzwerktagung

Workshop:  
„Fundraising: Wie finanziere ich mein Projekt?“

Dieter Schöffmann  
ds@visavis-wirkt.de  
www.visavis-wirkt.de



**Dieter Schöffmann**

**VIS a VIS**  
**Beratung – Projekte – Konzepte**  
Inhaber  
www.visavis-wirkt.de



**3WIN e.V. Institut für Bürgergesellschaft**  
Vorsitzender  
www.3win-institut.de



**Beratung, Konzepte und Projekte  
sowie Impulse  
für wirksame Maßnahmen in der Gesellschaft  
und für Bürgerengagement**