

# Vom Spendensammeln zu planmäßigem Fundraising - das 7-Phasen-Modell -

## Schulungen und Internet

- regionale Studientage
- Infomaterial
- Bücherliste und Büchertisch
- e-mail-Verteiler und facebook
- [www.fundraising-evangelisch.info](http://www.fundraising-evangelisch.info)
- [www.ekiba.de/fundraising](http://www.ekiba.de/fundraising)
- [www.t-sternberg.de](http://www.t-sternberg.de)



### Umfrage zum Thema „Fundraising“

Wir haben Interesse an folgenden Themen:

- ☐ Wie fange ich an mit Fundraising und was passt zu uns? (Grundseminar)
- ☐ Fördervereine
- ☐ Stiftung gründen

- zur Person
- Vorstellungsrunde
- Was ist „Fundraising“?
- 7-Phasen-Modell (Freiwillige gesucht!)
- Pause
- Gesamtkonzeption
- Bonuszuweisung

## Erfahrungshintergründe ...

- Selbständiger im Sportmarketing
- Gemeindepfarrer
- Religionslehrer und Bezirksjugendpfarrer
- landeskirchlicher Beauftragter für Sport und Vereine
- Führungsakademie des Landes Baden-Württemberg
- Gemeindeberatung und Fundraising
- Organisator zahlreicher Musikprojekte und Reisen

## Und wer sind Sie?

- Stellen Sie sich kurz vor!
- Haben Sie Erfahrungen in Fundraising
  - und wenn ja: welche?
- Wofür wollen/müssen Sie in Ihrer Gemeinde sammeln?
- Wo liegt Ihr besonderes Interesse an diesem Studientag?

## Was wir schon alles tun ...

- Kollekten und Dankopfer
- Gemeinde- und Kitafeste
- Ladengeschäfte
- Gemeindebriefinsetate
- Stiftungen
- Spontane Spenden
- Basare und Flohmärkte
- Benefizveranstaltungen
- Förderkreise, -vereine,
- Zuschussanträge
- Jahressammlungen (Diakonie, Brot für die Welt etc.)
- Sammlung für örtliche soziale Events (Vesperkirche)
- ...

# Fundraising ist mehr als Spendensammeln!

„Fundraising wird verstanden als die umfassende Mittelbeschaffung einer Organisation. Dies umfasst Finanz- und Sachmittel, Rechte und Informationen, Arbeits- und Dienstleistungen, wobei der Schwerpunkt auf der Einwerbung finanzieller Mittel liegt. Beim Fundraising geht es um die Erstellung einer Kommunikationsstrategie für die Beschaffung von Finanzmitteln“.

Marita Haibach: Handbuch Fundraising (4. Aufl. 2012, Frankfurt/Main, S. 16)

## Ziele/Strategien

Visionen

Projekte

Emotionen  
(80 %!)

Mitarbeitende

Geber-  
Orientierung

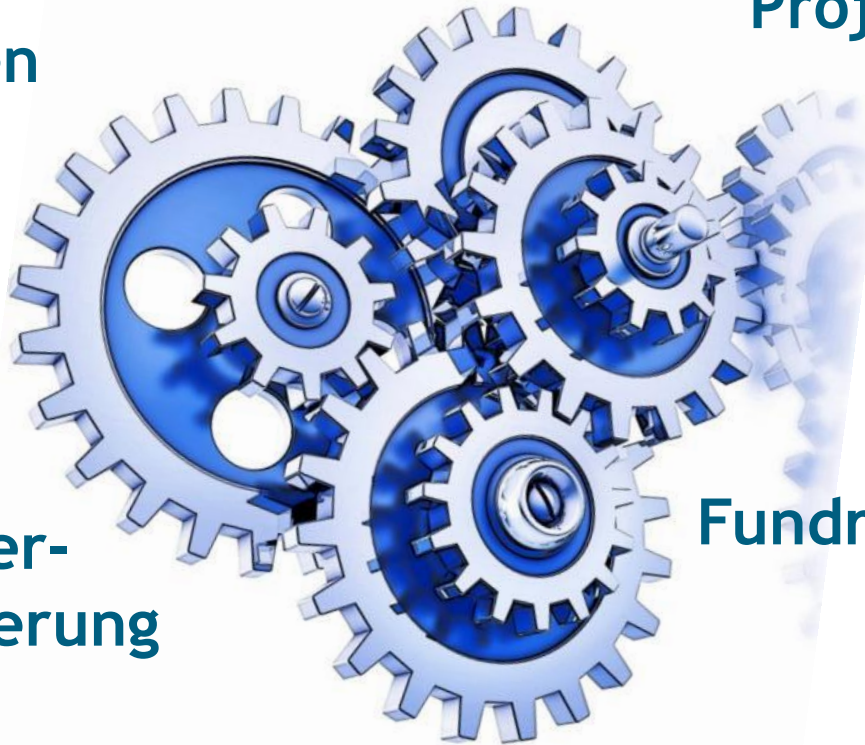
Fundraising

Formen

Methoden

Öffentlichkeits-  
arbeit

Gebäudezustand





# 7-Phasen-Modell



# 1. Aufgabenstellung und Fragen

Welche Aufgabe ist zu bewältigen? (vorläufig)

Fragen über:

- die eigene Einrichtung
- interne und externe Kontakte
- den Markt
- bisherige und zukünftige Aktivitäten und Ziele
- der bisheriger Auftritt und die Öffentlichkeitsarbeit
- das Projekt
- ...

# 1. Aufgabenstellung und Fragen

## Übung

- Gehen Sie in Gruppen zu 4 - 6 Personen zusammen.
- Stellen Sie kurz das geplante Projekt vor. (5 min)
- Jede/r Teilnehmende schreibt (schweigend!) in 15 Minuten 10 bis 15 Fragen auf Kärtchen (pro Karte eine Frage, max. 12 Worte in 3 Zeilen!)
- Ordnen Sie die Fragen nach Themenkomplexen (z.B. eigene Einrichtung, Kontakte, Personal, Öffentlichkeitsarbeit usw.) (10 min)

## 2. Antworten und Analysebilanz

### Unsere Einrichtung:

- Erscheinungsbild, Image und Bekanntheitsgrad
- gesellschaftliche Relevanz
- das Besondere an meiner Einrichtung
- Leitbild
- Leistung meiner Einrichtung
- Konkurrenz
- Stärken - Schwächen - Chancen - Risiken (SWOT)

# SWOT-Analyse:

		intern	
		Strength (Stärken)	Weakness (Schwächen)
		1.	1.
		2.	2.
		3.	3.
extern	Opportunities (Chancen)	Stärken einsetzen, um Chancen zu nutzen:	Schwächen überwinden durch Nutzen von Chancen:
	Threats (Risiken)	Stärken einsetzen, um Risiken abzuwehren	Reduzierung der Schwächen zur Vermeidung von Risiken:

## 2. Antworten und Analysebilanz

### Unser Fundraising-Projekt:

- Worum geht es?
- Warum, für wen und wofür ist es wichtig?
- Wie hilft es zu einem besseren Leben?
- Was sind konkrete Beispiele für den Erfolg?
- Was wäre, wenn es die Hilfe nicht gäbe?
- Wie berichten MitarbeiterInnen und Menschen, die diese Hilfe kennen? (Testimonials)

## 2. Antworten und Analysebilanz

### Unser Fundraising-Projekt (Fortsetzung):

- Was ist für die Zukunft geplant?
- Ist das Projekt professionell?
- Was wird an Unterstützung benötigt?
- Wofür genau? (Spendenbeispiele)
- ...

## 2. Antworten und Analysebilanz

### Übung: SWOT-Analyse

- Gehen Sie in Ihren Gruppen zusammen!
- Überlegen Sie Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken Ihres Projektes (15 min).
- Tragen Sie anschließend in das Raster mögliche Folgerungen ein (10 min).



### 3. Zielsetzung

- *Marketingziel*: Welches Spendenvolumen soll in welchem Zeitraum erreicht werden?
- *Zielgruppen* (Vom Nahen zum Fernen)
- *Kommunikationsziele* (bezgl. Zielgruppen)
  - Welche Botschaft soll vermittelt werden?
  - Einstellungs- und Verhaltensänderung?
  - Kognitiv - Affektiv - Konativ
- *Kernaussagen - zentrale Botschaften*
- *Budgetziele*

## 3. Zielsetzungen

### Übung: Zielsetzungen

- Gehen Sie in Ihren Gruppen zusammen!
- Bearbeiten Sie den entsprechenden Fragenkatalog in der Arbeitshilfe. (20 min)

## 4. Strategie & Planung: die „W’s“

- *Wie* werden
- welche *Kommunikationsziele* mit
- welchen *Botschaften*
- *womit* an
- welche *Zielgruppen*
- *wann und wo*
- *transportiert?*
- (und wie ist das zu *messen?*)

## 4b. Mediaplan

- Zentrale Idee, Motto, Aufhänger?
- Öffentlichkeitsarbeit, begleitende Maßnahmen?
- Persönlichkeiten/Promis?
- Beginn und Schluss der Aktion? Event?
- Planungsmatrix

## 4c. Planungsmatrix (Beispiel)

Maß- nahme	Zeit- raum	Zielper- sonen	Bot- schaft	Finanz- / Zeitbedarf	Ressourcen (Personal, Material, Finanzen)	verant- wortlic h	Ein- nahmen	Bemer- kungen	Auswer- tung

## 4. Strategie und Planung

### Übung: Planungsmatrix

- Gehen Sie in Ihren Gruppen zusammen!
- Füllen Sie exemplarisch zwei oder drei Zeilen der Planungsmatrix in der Arbeitshilfe aus. (20 min)

## 5. Kreation

### Eine Linie finden

- Slogans
- Claims
- Gestaltungsideen
- Tonart
- Bildsprache
- Typografie

## 6. Realisation

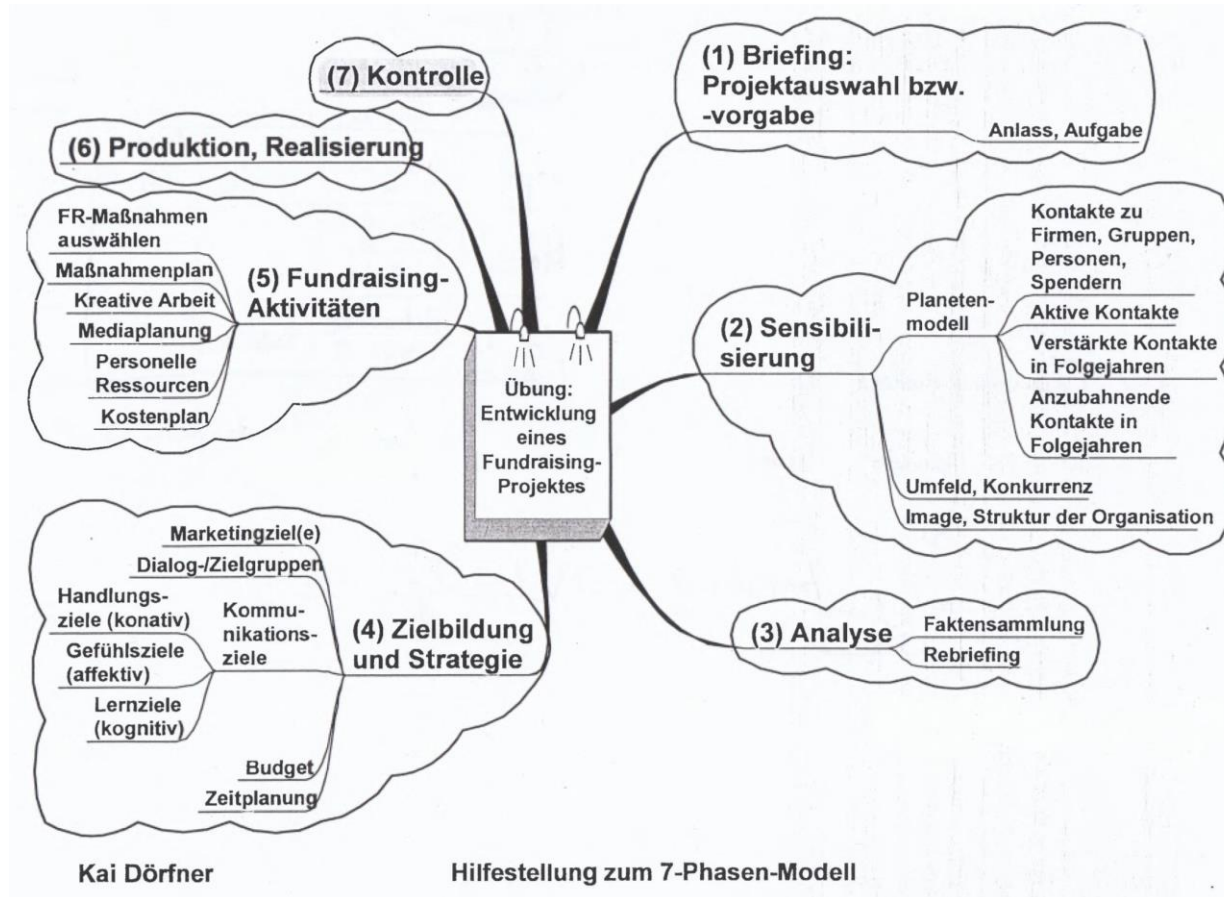
- Erstellung und Durchführung der Maßnahmen
- Produktion
- „Vertrieb“
- Dank und Spenderbetreuung



## 7. Kontrolle

- *Wurden die Ziele aus Phase 3 erreicht?*
  - Quantitativ
  - Qualitativ
  - Differenziert nach Zielgruppen
  - Return of Investment
- *Konsequenzen für die Zukunft*

# ... und dann wieder alles von vorn!



Nicht als starres Schema, sondern den eigenen Bedürfnissen angepasst.

## „Gut geplant ist halb gewonnen!“

- Ein systematisches Vorgehen ist aufwändig.
- Aber es verspricht mehr Erfolg als blinder Aktionismus.
- Ein Team hat mehr Ideen und Ressourcen.
- Wer weiß, warum er was wie und mit welchem Aufwand betreibt, kann glaubwürdig antworten.
- „Hinterher ist man immer schlauer!“
- Aber vor der nächsten Aktion wird zunächst gefeiert!



# Vom Spendensammeln zu planmäßigem Fundraising - mit der Bonuszuweisung zur Gesamtkonzeption -

# Was soll die Bonuszuweisung bewirken?

- Motivation und Unterstützung der Gemeinden bei der Erschließung zuverlässiger ergänzender Finanzquellen.
- Anreiz und Belohnung für die Erarbeitung einer Fundraising-Gesamtkonzeption.
- Vorbild und Ermutigung für andere Gemeinden durch Dokumentation von gelungenen Beispielen.

# Antragsteller

- Kirchengemeinden für ihre Pfarrgemeinden
- Kirchengemeinden selbst
- kleine Kirchengemeinden gemeinsam
- Kirchenbezirke

Eigenständig nicht antragsberechtigt sind die Pfarrgemeinden selbst, Fördervereine, Stiftungen, etc.

## Rechtsverordnung vom 11.12.2013

- Das Fundraising leistet einen nachhaltigen Beitrag zur ergänzenden Finanzierung der Gemeindearbeit.
- Aktionszeitraum: ein Kalenderjahr
- Abgabeschluss: 30. Juni des Folgejahres  
(Eingangsstempel Evang. Oberkirchenrat)
- erzielte Erträge im ersten Jahr min. 4.000 Euro
- Bestätigung der Einnahmen durch das Verwaltungs- und Serviceamt bzw. Kirchengemeindeamt

## Bestandteile I.

- Ausgangspunkt (Bestandsaufnahme):
  - Vorerfahrungen im Fundraising
  - (finanzielle) Gesamtsituation
  - ...
- Idee, Zweck und Ziel des Fundraising:
  - Leitbild, Visionen
  - anstehende Projekte
  - (finanzielle) Ziele



# Zwecke

Für Zwecke der allgem. Gemeindegemeinschaft, insbesondere :

- Kinder- und Jugendarbeit
- Seniorenarbeit
- Kirchenmusik
- Mission und Ökumene
- Diakonie
- Förderung sonstiger kirchlicher Gruppen und Kreise
- Materialien für gemeindliche Aktivitäten

## Zwecke (Forts.)

Aber auch:

- Kirchenbau, Kirchenkunst, Orgelbau und Glockenwesen  
(Wenn durch sie ein Beitrag zur dauerhaften Etablierung des Fundraisings geleistet wird!)
- Finanzierung von Personalstellen  
(Nur wenn durch diese Personalstellen keinesfalls künftige Haushalte belastet werden!)

## Bestandteile II.

Das Fundraising ist mit tragfähigen Strukturen organisatorisch in der Gemeinde verankert:

- Gibt es ein Fundraisingteam?
- Wer hat welche Funktion?
- Gibt es ein Budget für Fundraising?
- Wie ist die Anbindung an den Ältestenkreis / Kirchengemeinderat?
- Wie ist die Rolle von Pfarrerin/Pfarrer?
- ...

## Bestandteile III.

### Planungen:

- Ressourceneinsatz (Geld + Zeit)
- erwartete Erträge (Einnahmen abzügl. Ausgaben)
- gezielte Auswahl passender Maßnahmen nach dem festgelegten Zweck und den Rahmenbedingungen
- Planungszeitraum: mindestens 3 Jahre!

# Maßnahmen

Mindestens zwei im Jahr, zum Beispiel:

- Spendenbriefaktionen
- Werbemaßnahmen für anlassbezogene Spenden
- Aktionen wie Bazare, Flohmärkte, Tombolas, Verlosungen, Versteigerungen, Sponsorenläufe
- Benefizveranstaltungen (Konzerte, Vorträge, ...)
- Sponsoring-Vereinbarungen / Kooperationen mit Unternehmen

## Maßnahmen (Forts.)

- Anträge an fördernde Stiftungen
- Errichtung von Fördervereinen
- Errichtung von Stiftungen
- Erbschaftsfundraising
- alle Ihre selbst erfundenen kreativen Aktionen
- ...

## Bestandteile IV.

- Vollständig ausgefülltes Antragsformular
- Darstellung des Fundraising-Konzeptes
- Dokumentation bereits durchgeführter Maßnahmen (mindestens 2 / Jahr).
- Auswertung der bisherigen Ergebnisse / Erfahrungen
- (Fortschreibung) tabellarischer Drei-Jahresplan mit Bedarfs-, Ressourcen und Einnahmenplanung.
- Darstellung des Dialogs mit den Spender/innen (Ansprache, Danksystematik und Rechenschaft)



# Fundraising – Aktivität „Förderverein / Benefizkonzert“



2. Bewertungsjahr  
07.2013 – 06.2014



rockig / Jugendband Kaba  
ehemalige Konfirmanden



modern / Saxophon & Keyboard  
Robert Maier/Hans-Jörg Wallraff



choral / Posaunenchor  
Ltg. Friedemann Schaber



traditionell / Pauluschor  
Ltg. Roseli Peuker



klassisch / Orgel  
Organisten ( Schaber / o.a.)

## Projekt - Idee

- gemäß dem Motto

unser  
Motto :

*Damit die Kirche  
mit Ihrer Musik  
im Dorf bleibt !!!*

## Projekt – Beschreibung

- Musiker gestalten gemeinsam einen etwas anderen (kirchen-) musikalischen Abend
- Samstag Abend ca. 1 1/2 Stunden
- ca. 150 Zuhörer
- mit Pausensnack ( Sekt, Fingerfood )
- Ggf. Einnahmen durch Werbung auf den Eintrittskarten

## Zeitraumen

- Termin : Samstag, den 17. Mai 2014 / ggf. Wiederholung im Folgejahr

## Wirtschaftliche Betrachtung

- Ziel : 1.000 € Erlös zugunsten des Fördervereines ( Eintritt / keine Spende )

## Nachhaltigkeit

- Erhaltung kirchlichen Lebens mit ihrer Musik in der Paulusgemeinde.
- Gewinnung von Chorsängern und Jugendlichen für die Band
- Beitrag zur Gemeinde-Bewusstseins-Stärkung
- Initiative wecken





Hobbythek - Stand der Paulusgemeinde beim Nikolausmarkt



## Projekt – Idee

- Seit Mitte der neunziger Jahre gibt es die Hobbythek in unserer Gemeinde eine Frauengruppe die sich einmal im Monat trifft um kreativ tätig zu sein und um Ihre Bastelarbeiten beim alljährlichen Nikolausmarkt zu verkaufen. Im Angebot sind dort außerdem frische Waffeln und Kinderpunsch.

## Projekt – Beschreibung

- Der Reinerlös kommt kirchlichen Zwecken der Paulusgemeinde zugute.

## Zeitraahmen

- Termin 30. Nov. – 01. Dez. 2013
- Jährliche Wiederholung am 1. Advent

## Wirtschaftliche Betrachtung

- Ergebnis 700 € Erlös ( Verwendung für den Förderverein )
- Ausgaben : ca. 350 / Einnahmen : 1.050 €

## Nachhaltigkeit

- Die Nachhaltigkeit liegt im Zusammenhalt der Frauen durch Gemeinschaftssinn in der Gruppe und Mithilfe in der Gemeinde.
- Etablierte Gruppe die die Gemeinde dauerhaft unterstützt.
- dieses Jahr konnten 2 neue Mitarbeiterinnen für die Gruppe gewonnen werden

# Fundraising – Aktivität „Erntedank – Straßensammlung „

2. Bewertungsjahr  
07.2013 – 06.2014



## Projekt – Idee

- Dankesbeitrag mit Unterstützung für das Haus Bethlehem-Karlsruhe und den Tafelladen-Gaggenau

## Projekt – Beschreibung

- Erste Verantwortung der neuen Konfirmanden
- Gemeinde lernt durch Einsammeln neue Konfirmanden kennen
- Konfirmanden Identifikation mit der Gemeinde

## Zeitraumen

- 4. und 5. Oktober 2013
- Langjährige Tradition mit jährlicher Wiederholung

## Wirtschaftliche Betrachtung

- Wirtschaftliche Unterstützung der Diakonissen ( Geldspenden von 317,56 € )
- Sachspenden-Unterstützung des Tafelladens, Beitrag für Hilfsbedürftige in unserer Umgebung
- keine Ausgaben

## Nachhaltigkeit

- Lernen Verantwortung in der Gemeinde zu übernehmen
- Eine Form von Jugendarbeit/positive Außenwirkung für die Gemeinde (Dankbrief, Presse)



## Bestandteile V.

gegebenenfalls Beitrag zum Gemeindeaufbau:

- Wie trägt das Fundraising zur inhaltlichen Stärkung der Gemeindearbeit bei?
- Werden durch die Fundraising-Maßnahmen oder die dadurch finanzierten Projekte Menschen neu auf die Gemeindearbeit aufmerksam gemacht oder neu für die Gemeindearbeit gewonnen?
- Werden Ressourcen gewonnen, welche die Qualität der Gemeindearbeit verbessern?



## Bestandteile VI.

Bei Gemeinden mit Haushaltssicherungskonzept (HSK):

- Nachweis von Fundraisingaktivitäten ist gefordert.
- Dafür genügt der Bonus-Antrag.
- Bonus wird nicht auf die außerordentliche Finanzaufweisung (AFZ) angerechnet!
- Die zusätzl. Spendeneinnahmen nur gestaffelt (1./2. Jahr: 0 %, 3./4. Jahr: 40 %, 5./6. Jahr: 80 %; erst danach zu 100 %)
- Fundraising darf HSK-Prozess nicht widersprechen!

## Berechnung der Erträge

- Für die Maßnahmen entstandene Kosten sind anzugeben und werden von den Brutto-Einnahmen abgezogen.
- Nicht berücksichtigt werden können Einnahmen aus der Zeit davor, Einnahmen aus Kollekten und Zuschüsse aus kirchlichen Haushalten.

## So wird das Geld ausgeschüttet I.

Verdoppelung der Erträge!

pro Gemeinde maximal 25.000 Euro:

- max. 20.000 Euro bei entsprechenden Erträgen aus dem Fundraising-Konzept
- zusätzlich max. 5.000 Euro, wenn das FR-Konzept zum Gemeindeaufbau beiträgt.

## So wird das Geld ausgeschüttet II.

### Auszahlung in drei Jahresraten:

- Zwischenbericht über 2./3. Jahr erforderlich. (inkl. Bestätigung der Einnahmen/Ausgaben).
- mindestens 4.000 Euro Ertrag im 2./3. Jahr nötig
- Auszahlung im 1. und 2. Jahr maximal 6.700 Euro bzw. 8.400 Euro (bei Beitrag zum Gemeindeaufbau)
- Im 3. Jahr Gesamtabrechnung und ggf. Aufstockung auf die Maximalbeträge.

## So wird das Geld ausgeschüttet III.

- Vergabeausschuss aus Referat 8 mit landeskirchl. Fundraisingbeauftragtem
- insgesamt pro Jahr max. 500.000 Euro
- Höhe der Zuweisung wird anteilig gekürzt, wenn zu viele qualifizierte Anträge in einem Jahr eingereicht werden.
- Rückzahlungspflicht, wenn die Bewilligung aufgrund falscher Angaben erfolgte.



## Fundraising „im Zusammenhang“

- Knüpfen Sie an Bestehendes an und entwickeln Sie es weiter.
- Folgen Sie den Fragestellungen des Fragebogens.
- Orientieren Sie sich bei der Ausarbeitung an den Musteranträgen ([www.ekiba.de/bonuszuweisung](http://www.ekiba.de/bonuszuweisung))
- Der Aufwand ist beachtlich, aber der „Gewinn“ geht weit über das Finanzielle hinaus!

Pfr. Dr. Torsten Sternberg, Blumenstr. 1-7, 76133 Karlsruhe  
Tel.: 0721 - 9175 - 820; mail: [torsten.sternberg@ekiba.de](mailto:torsten.sternberg@ekiba.de)

fundraising  
evangelisch

[www.fundraising-evangelisch.info](http://www.fundraising-evangelisch.info)



[www.ekiba.de/fundraising](http://www.ekiba.de/fundraising)



[www.t-sternberg.de](http://www.t-sternberg.de)