

PROJEKTVORSTELLUNG

Die **Courage-Werkstatt für demokratische Bildungsarbeit e.V.** veranstaltete im Jahr 2012 die Seminarreihe „DemokratieunterstützerInnen gesucht!“.

In zwei Seminarmodulen wurden ehren- und hauptamtlich Engagierte der Demokratiearbeit als Fundraising-MultiplikatorInnen für ihre Vereine und Netzwerke ausgebildet.

Dazu bekamen die Teilnehmenden in einem Theorieseminar Analysetechniken und Grundlagen des Marketings vermittelt. In Hinblick auf die Entwicklung von Fundraisingstrategien zur nachhaltigen Finanzierung ihrer Demokratiearbeit wurde zunächst in Arbeitsgruppen die eigene Vereinssituation analysiert.

Aus den daraus ermittelten Chancen und Potentialen entstanden bereits erste Fundraisingprojektideen. Diese wurden im Praxisseminar, einer Projektwerkstatt mit Trainer und Coach, weiterbearbeitet und initiiert.

Fünf Projekte wurden bis September 2012 umgesetzt und diese Fundraisingideen sind dabei herausgekommen:

FUNDRAISINGIDEEN

Sozialer Marktplatz „ERZ“ des help e.V. Aue zur Förderung einer unterstützenden Zusammenarbeit lokaler Unternehmen mit lokalen Initiativen für mehr gesellschaftliches Engagement in der Region um Aue www.marktplatz-erz.de

Politisches Sommerfest auf Gut Gödelitz zur Bindung und Gewinnung neuer Fördermitglieder für das ost-west-forum www.ost-west-forum.de

Lobbybrief an sächsische LokalpolitikerInnen mit verschiedenen Angeboten zur Unterstützung der Courage-Werkstatt für demokratische Bildungsarbeit e.V. www.netzwerk-courage.de/sachsen

Flyeraktion zum Interkulturellen Straßenfest als Auftaktveranstaltung zur Bekanntmachung der Vereinsarbeit von MOVE in Plauen www.move-vogtland.de

Generationsübergreifendes Ehrenamtskonzept zur Ansprache und Motivation von MitarbeiterInnen und UnterstützerInnen für das bundesweite Netzwerk für Demokratie & Courage www.netzwerk-courage.de

KONTAKT

Courage-Werkstatt für demokratische Bildungsarbeit e.V.

Netzstelle Dresden

Könneritzstrasse 5
01067 Dresden

Tel.: 0351 48100 60
Fax: 0351 48100 61

sachsen@netzwerk-courage.de
www.netzwerk-courage.de/sachsen

Gefördert durch das Bundesministerium des Innern im Rahmen des Bundesprogramms „Zusammenhalt durch Teilhabe“



SEI MUTIG.

FUNDRAISING 1x1



Unser Fundraising 1x1

Wir möchten Vereinen und Initiativen der Demokratietarbeit die wichtigsten Erkenntnisse und Erfahrungen aus unserem Projekt in Form von 10-Tipps in unserem FUNDRAISING 1x1 weitergeben:

1. Schau was schon da ist!

Vor der Planung einer Fundraisingstrategie unbedingt die eigene Situation, die Zielgruppen, das Umfeld und die vielleicht vorhandene Konkurrenz genauer unter die Lupe zu nehmen! In einer **SWOT-Analyse** können eigene Stärken und Schwächen mit dem Ziel reflektiert werden, Chancen und das eigene Fundraisingpotential zu erkennen und zukünftige Risiken zu vermeiden.

2. Definiere SMARTe Ziele!

Um Motivation zu erhalten und Frust zu vermeiden, müssen spezifische, messbare, akzeptierbare, realistische und terminierte Ziele formuliert werden. Was konkret soll bis wann erreicht werden und wie viel davon? Geht es um die Gewinnung ehrenamtlicher MitarbeiterInnen, Mitglieder und Fördermitglieder oder um Geld- oder Sachspenden? Wie viele Helfende oder welche Geldsumme sichert die eigene Arbeit in einem bestimmten Zeitraum?

3. Sei zielgruppen-orientiert!

Wen sprechen wir an? Wer kennt mich und wer mag mich – bei denen fundraise ich! Sind bereits potentielle UnterstützerInnen in der Nähe?

Haben wir gut gepflegte Kontakte auch ehemaliger MitarbeiterInnen und UnterstützerInnen? **Worauf ist die Zielgruppe ansprechbar?** Dazu Wünsche, Probleme und Bedürfnisse der Zielgruppe herausarbeiten um die Qualität der Fundraisingarbeit durch zielgruppenspezifische Argumente zu erhöhen. **Wie ist Zielgruppe ansprechbar?** Durch Auswahl zielgruppenspezifischer Werbemedien teure Streuverluste minimieren und die Erfolgsquote erhöhen.

4. Sei persönlich!

Findet eine Anspracheform von Person zu Person! In einem Brief beispielsweise muss sich die adressierte Person von der Anrede, über den spezifischen Textinhalt bis zur Grußformel und der persönlichen handschriftlichen Unterschrift direkt persönlich gemeint fühlen.

5. Bleib authentisch und transparent!

Was passiert mit dem Geld, wofür konkret wird es unbedingt von Euch benötigt und was ist der gesellschaftliche Mehrwert, der daraus entsteht? Stellt der Zielgruppe exemplarisch Kosten Eurer Arbeit vor, damit die Zweckbestimmung der Geld- und Sachmittel für die Zielgruppen klar ist.

6. Biete etwas an!

Macht der Zielgruppe ein interessantes und erlebnisorientiertes Angebot im Rahmen Eurer Tätigkeit. Wie wäre es z.B. mit einem Besuch? Ladet Eure potentiellen UnterstützerInnen in Euer Büro ein,

oder zu einer Vereinsveranstaltung oder zu einer Art Exkursion auf einen mobilen Einsatz zu einem aktuellen Projektort. Oder Ihr bietet an mal bei Euren UnterstützerInnen vorbeizukommen, vielleicht mit Eurer neuen Broschüre, einem Film oder Buch über Eure Arbeit.

7. Überreiche etwas!

Gib der Fundraisingzielgruppe etwas möglichst individuelles in die Hand, das der eigenen Arbeit entstammt und die Wichtigkeit der eigenen Tätigkeiten symbolisiert. Es sollte auch noch nach dem persönlichen Kontakt mit Eurer Arbeit positiv assoziierbar sein, ohne dass es den Charakter eines beliebigen Streuartikels hat. Selbstgebasteltes oder Handbeschriebenes einer Broschüre beizulegen, wirkt immer persönlich und authentisch! Auch Werbeartikel mit aussagekräftiger Farbe und einem Logo haben einen Wiedererkennungswert.

8. Brings auf den Punkt!

Stell Dir vor Du triffst eine potentielle Unterstützerperson im Fahrstuhl. Was für eine Gelegenheit! Du möchtest in dieser kurzen Zeit Eure Arbeit vorstellen und die Person um ihre Unterstützung bitten.

Eine Möglichkeit: Überlege vorher schon was Du in dieser Situation sagen möchtest und formuliere vorher schon einen knackigen Text anhand der AIDA-Formel:

- 1. Aufmerksamkeit erzeugen:** Aufhänger finden, bildliche Sprache!
- 2. Interesse erzeugen:** Wunsch, Bedürfnis, Problem einbauen
- 3. Drang erwecken:** Lösungsmöglichkeiten für Problem aufzeigen
- 4. Abschluss und Ausblick:** auf ein erneutes Treffen oder Kontakt seitens des potentiellen Unterstützenden hinarbeiten, idealerweise wünscht die Person weitere Infos und Kontakt

9. Mach Dir Mühe!

Fundraising kostet Zeit und Geld – von der Analyse, über die Definition SMARTer Ziele, der Strategieplanung bis zur Umsetzung und weiterhin die Pflege der entstehenden Kontakte. Je mehr Engagement in die Aktion gesteckt wird, desto nachhaltiger der Erfolg der Fundraisingaktion. Deshalb sollte Fundraising nicht neben dem „Alltagsgeschäft“ abgehandelt werden, sondern einen festen Platz (zeitlich, personell) im Vereinsgeschehen haben.

10. Arbeite im Team!

Die Arbeit im Team hilft die bisherigen 9. Tipps erfolgreich umzusetzen, weil in die Analyseschritte mehrere Perspektiven eingehen und weniger „Blinde Flecken“ über die eigene Außenwirkung der Arbeit offen bleiben. Weiterhin werden Ziele und Ideen kritischer hinterfragt und dadurch realistischer formuliert.

Fazit: Lieber ab und zu ein gut und knackig moderiertes Teamtreffen als „allein im Kämmerlein“ an Ideen den feilen.