



Referat für Jugend,  
Familie und Soziales

# **„Fundraising vor Ort“:**

## **Checkliste für Fundraising-Bemühungen**

**Dr. Uli Glaser**

**Cindy Bärnreuther, Alina Alexandrow**

**Nürnberger Arbeitspapiere zu sozialer Teilhabe,  
bürgerschaftlichem Engagement und „Good Governance“**

**Nr. 64 / August 2017**

## **Nürnberger Arbeitspapiere zu sozialer Teilhabe, bürgerschaftlichem Engagement und „Good Governance“**

Herausgegeben von Reiner Pröhl & Dr. Uli Glaser, Referat für Jugend, Familie und Soziales der Stadt Nürnberg.

Die „Nürnberger Arbeitspapiere zu sozialer Teilhabe, bürgerschaftlichem Engagement und ‚Good Governance‘“ sind als Materialsammlung konzipiert. Sie publizieren Konzepte, Berichte, Evaluationen, Übersichtspräsentationen und Kurzfassungen von studentischen Abschlussarbeiten. Veröffentlicht werden sie als PDF-Dokumente unter [www.nuernberg.de/internet/sozialreferat/arbeitspapiere.html](http://www.nuernberg.de/internet/sozialreferat/arbeitspapiere.html) sowie ggf. durch Versand an Zielgruppen und als Anhänge an Newsletter. Sie stehen allen Interessierten (unter Angabe der Quelle) gerne zur weiteren Verwendung zur Verfügung.

**Nr. 63 / März 2017:** Koordination ehrenamtlicher Flüchtlingshilfe in Nürnberg, Sachbericht 2016 (Natalie Lebrecht)

**Nr. 62 / Februar 2017:** Grußwort zum „Forum Willkommenskultur“ von Dr. Ulrich Maly

**Nr. 61 / Januar 2017:** Links und Apps für Geflüchtete und Helfende: 3., überarbeitete Fassung (Yasmin Abdin, Maria Neundörfer)

**Nr. 60 / Januar 2017:** Sprach- und Kulturvermittler in der Flüchtlingshilfe Laudatio Interkultureller Preis Stadt Nürnberg 2016 (Dr. Uli Glaser)

**Nr. 59 / Januar 2017:** Die sozialen Dienstleistungen in und um die Wohnanlage Diana und deren Beitrag zur Armutsprävention (Andrea Banzhaf, Dominik Beck, Gisela Gögelein, Bernhard Ranz, René Scheuermann, Monika Smulski)

**Nr. 58 / Dezember 2016:** Die Nürnberger Freiwilligenbörse/Freiwilligenmesse: Erfahrungen aus sechs Jahren (Carolina Fraebel, Alexandra Weber, Andreas Mittelmeier, Sabine Thiel, Bastian Sauer, Jonas Köhler, Thomas Jennemann)

**Nr. 57 / Januar 2017:** Die Nürnberger „Corporate Volunteering“-Tage in den Jahren 2013, 2014, 2015 und 2016 (Janika Brunner, Birgit Kretz, Ramona Löffler, Annegret Schiemann, Chiara Welter)

**Nr. 56 / Dezember 2016:** Die Quellen des Guten oder warum ist Bürgerschaftliches Engagement so attraktiv? (Dr. Thomas Röbke)

**Nr. 55 / Dezember 2016:** Herausforderungen an eine Jugendhilfe 2020 (Reiner Pröhl)

**Nr. 54 / November 2016:** Links und Apps für Geflüchtete und Helfende: 2., überarbeitete Fassung, arabische Übersetzung (Yasmin Abdin)

**Nr. 52 / August 2016:** Dr. Ulrich Maly „Flüchtlinge im Betrieb“, Grußwort zur Auftaktveranstaltung Projekt „Enter“

**Nr. 51 / Juni 2016:** Unterbringung, Leistungsgewährung, Integration – Aktivitäten des Geschäftsbereichs Jugend, Familie und Soziales in der Flüchtlingsarbeit

**Nr. 49 / April 2016:** Die Bedeutung des Ehrenamtes in der Integrationsarbeit (Dr. Thomas Röbke)

**Nr. 47 / April 2016:** Elemente einer kommunalen Engagementstrategie: Am Beispiel der Stadt Nürnberg (Nadine Burschil, Dr. Uli Glaser)

**Nr. 45 / März 2016:** Hinweise für ehrenamtlich Tätige in der Flüchtlingshilfe (Ann-Katrin Rückel, Julia Leisner, Patricia Paiva, Paul Kaltenegger)

**Nr. 44 / Januar 2016:** Bildungs- und Sprachangebote: Kompendium für Sozialarbeiter und Ehrenamtliche in der Flüchtlingshilfe (Sebastian-Manuel Schmidt)

**Nr. 43 / Dezember 2015:** Flucht, Asyl, Flüchtlingshilfe: Hintergründe und Fakten (Dr. Uli Glaser)

**Nr. 42 / Dezember 2015:** Die Bedeutung von Bürgerschaftlichem Engagement und Zivilcourage – am Beispiel der Flüchtlingsarbeit (Reiner Pröhl)

**Nr. 41 / Dezember 2015:** Unternehmensengagement: CSR / CC (Dr. Uli Glaser, Carolina Fraebel)

**Nr. 40 / Dezember 2015:** Die Nürnberger Freiwilligenbörse/Freiwilligenmesse: Erfahrungen aus fünf Jahren (Thomas Jennemann, Alexandra Weber, Andreas Mittelmeier, Sabine Thiel, Bastian Sauer, Jonas Köhler)

**Nr. 39 / Dezember 2015:** Überarbeitete Hinweise für ehrenamtlich Tätige in der Flüchtlingshilfe Stand November 2015 (Julia Leisner, Paul Kaltenegger & Patricia Paiva)

**Nr. 37 / Mai 2015:** Bürgerschaftliches Engagement in Nürnberg in Zahlen. Auswertung der repräsentativen Wohnungs- und Haushaltserhebung „Leben in Nürnberg“ von 2013 (Patricia Paiva)

**Nr. 36 / April 2015:** Internet und

Social Media (im Sozialreferat der Stadt Nürnberg) (Solweig Grunow, Patricia Paiva)

**Nr. 35 / März 2015:** „Bürgerstiftungen sind ein wichtiger Faktor für die Zivilgesellschaft“ (Dr. Ulrich Maly)

**Nr. 34 / März 2015:** Kindermitbringtag: Ein Leitfaden für Unternehmen und Verwaltung (Carolin Bartenschlager, Doris Reinecke)

**Nr. 33 / Januar 2015:** Thema Flüchtlinge und Asyl: Der aktuelle Rahmen (Thorsten Bach, Jonas Köhler, Martina Mittenhuber)

**Nr. 32 / Januar 2015:** Anerkennungskultur: Ein Blick zurück nach vorn (Dr. Thomas Röbke)

**Nr. 30 / September 2014:** Vier Jahre Stifter-Initiative Nürnberg: Eine Zwischenbilanz (Harald Riedel)

**Nr. 29 / Juni 2014:** Kulturfreunde: Ein Ehrenamtsprojekt zur kulturellen Teilhabe von Kindern aus Kindertageseinrichtungen strukturschwacher Stadtteile in Nürnberg (Ramona Löffler, Ingrid Wild-Kreuch)

**Nr. 28 / Mai 2014:** „Nürnberger Unternehmen in sozialer Verantwortung“ (Dr. Uli Glaser, Julia Kares, Thorsten Bach)

**Nr. 26 / März 2014:** Fundraising vor Ort – Checkliste für Fundraising-Bemühungen (Dr. Uli Glaser, Alina Alexandrow)

**Nr. 25 / Februar 2014:** Stiftungskooperationen: Das Beispiel „Stifterverbund MUBIKIN“ (Kirsti Ramming)

**Nr. 24 / Februar 2014:** 1. Jugend-Engagement-Tage Nürnberg 2013: Umfrage-Ergebnisse (Elke Lindemayr)

**Nr. 23 / Oktober 2013:** Drei Jahre Stifter-Initiative Nürnberg – Artikel und Veröffentlichungen (Dr. Uli Glaser, Michaela Smolka)

**Nr. 22 / September 2013:** Alleinerziehende in Nürnberg – Lokale Ansätze (Andreas Kummer, Doris Reinecke)

**Nr. 21 / September 2013:** Wandel der ehrenamtlichen Arbeit in Wohlfahrtsverbänden (Tabea Simone Häusler)

**Nr. 20 / September 2013:** Corporate Urban Responsibility: Unternehmerisches Engagement und Stadtteilpatenschaften (Julia Roggenkamp)

**Nr. 19 / September 2013:** Zum bürgerschaftlichen Engagement junger Menschen (Esther Meyer, Bastian Sauer)

**Nr. 18 / Juli 2013:** Stadtteilpatenschaften in Nürnberg: Voraussetzungen und Erfahrungen (Dr. Uli Glaser, Bastian Sauer, Sigurd Weiß)

**Nr. 17 / Juni 2013:** Bürgerschaftliches Engagement und sozialstaatliche Daseinsvorsorge (Dr. Thomas Röbke)

**Nr. 16 / Mai 2013:** Kultur für alle!? Nürnbergerinnen und Nürnberger mit niedrigem Einkommen und Kulturläden (Peter Hautmann)

**Nr. 14 / Mai 2013:** Die Initiative familienbewusste Personalpolitik (Thomas Etterer, Doris Reinecke)

**Nr. 13 / März 2013:** Die Keimzelle der Demokratie: Chancen und Grenzen kommunaler Bürgerbeteiligung (Dr. Ulrich Maly)

**Nr. 10 / November 2012:** Familie als kommunalpolitische Entwicklungsaufgabe (Reiner Pröhl)

**Nr. 9 / November 2012:** Soziale Infrastruktur, Mehrgenerationenhäuser, Bürgerschaftliches Engagement (Reiner Pröhl)

**Nr. 8 / Juli 2012:** Nürnberg und das Stiftungswesen (Karin Eisgruber, Dr. Uli Glaser, Elmar Reuter)

**Nr. 7 / Juli 2012:** Unternehmen Ehrensache: Das „Corporate Volunteering“ Netzwerk in Nürnberg (Elisabeth Fuchsloch)

**Nr. 6 / Juli 2012:** Engagementförderung und Freiwilligenmanagement im kommunalen Aufgabenfeld (Dr. Uli Glaser)

**Nr. 5 / Juli 2012:** Repräsentativbefragung zu Kultureller Bildung und Kinderkultur (2009/2010): Die Ergebnisse im Überblick (Dr. Hermann Burkhard, Dr. Uli Glaser, Simon Reif, Daniela Schuldes, Ingrid Wild-Kreuch)

**Nr. 4 / Mai 2012:** Beispiele Nürnberger Projekte Kultureller Teilhabe (Marco Puschner)

**Nr. 3 / Mai 2012:** Mythos Kultur für alle? Kulturelle Teilhabe als unerfülltes Programm (Dr. Uli Glaser)

**Nr. 2 / Mai 2012:** Bürgerschaftliches Engagement in Nürnberg (Dr. Uli Glaser & Alexandra Weber)

**Nr. 1 / Mai 2012:** Die Stadtteilpatenschaft (Heinz Brenner, Alexander Brochier, Dr. Uli Glaser & Reiner Pröhl)

### **Autor/-innen:**

**Dr. Uli Glaser**, hat Politikwissenschaft, Soziologie und Germanistik studiert und ist (nach vielen Jahren im Kulturbereich) seit 2008 wissenschaftlicher Mitarbeiter im Referat für Jugend, Familie und Soziales der Stadt Nürnberg mit dem Schwerpunktthema „Bürgerschaftliches Engagement und ‚Corporate Citizenship‘“. Gewinnung von Förderern seit den 1980er Jahren, insbesondere in den Bereichen Kultur und Soziales.

**Mitwirkung:** **Alina Alexandrow**, B.A. Erziehungswissenschaft mit Schwerpunkt Erwachsenenbildung an der Universität Augsburg. 2014 Praktikantin im Referat für Jugend, Familie und Soziales. **Cindy Bärnreuther**, B.A. Bildungswissenschaft an der FernUniversität in Hagen, M.A. Erziehungswissenschaftlich-Empirische Bildungsforschung an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Im Sommer 2017 Praktikantin im Referat für Jugend, Familie und Soziales.

# „Fundraising vor Ort“:

## Checkliste für Fundraising-Bemühungen

Für immer mehr gemeinnützige Organisationen ist es notwendig und sinnvoll, sich verbessert aufzustellen, wenn es um die Beschaffung von Drittmitteln jenseits der eigenen Ressourcen und jenseits öffentlicher Mittel geht.

Zuschussmittel sind dabei nicht zwingend gekürzt worden, aber insbesondere die Beschaffung von finanziellen Ressourcen für Sachmittel, die der Qualitätsverbesserung der jeweiligen Arbeit dienen, sind oft nicht ausreichend vorhanden: Das „gewisse Extra“ in der sozialen, pädagogischen, kulturellen (usw.) Arbeit muss zusätzlich finanziert werden.

Umgekehrt ist die Landschaft der Förderer breiter geworden: Immer mehr Unternehmen engagieren sich vor Ort, seit dem Jahr 2000 sind über die Hälfte der heute in Deutschland existierenden Stiftungen entstanden. Aber die Konkurrenz zwischen den gemeinnützigen Trägern um den möglichen „Kuchen“ ist natürlich auch nicht kleiner geworden.

All dies ist seit langem in dem Trend erkennbar, dass sich gemeinnützige Träger bei der Gewinnung von Förderern qualifizieren und professionalisieren. Dabei gibt es viele Schwierigkeiten zu überwinden:

- Den gemeinnützigen Organisationen fällt es schwer, ihre Arbeit zu „verkaufen“
- es mangelt ihnen an Selbstbewusstsein, ihre Tätigkeit für die Gesellschaft aktiv darzustellen
- sie haben Berührungängste vor einer Unternehmenswelt, die sie nicht kennen
- sie haben wenig Zeit, um das zusätzliche Handlungsfeld „Fundraising“ zu bedienen
- sie sind zu klein, um sich überhaupt hör- und sichtbar zu machen.

Die folgende „Checkliste“ entstand aus dem Bemühen, für kleinere Organisationen einen Pfad zu beschreiben, den sie definieren und begehen können, wenn sie einen Mittelbedarf haben und dadurch offensiv tätig werden wollen. Erprobt wurde die Checkliste bei mehreren Workshops auf Stadtteilebene mit Organisationen aus dem Sozial- und Bildungsbereich sowie bei mehreren Einzelgesprächen mit Initiativen und Vereinen.

Sicherlich ist diese Checkliste keineswegs eine vollständige Darstellung des viele Ratgeber füllenden Themas „Fundraising“, aber der Versuch, für basis-nahe Initiativen und Organisationen die eigenen Anliegen und Strategien zu überprüfen. Im Anhang sind einige Beispiele und Zugänge aufgezeigt.

## ► Ausgangspunkt: Fragen an das eigene Anliegen

- Wer sind wir?
- Was tun wir?
- Für wen tun wir das?
- Wie tun wir es?
- Was bringt es?
- Was kostet es?
- Alle Fragen sollten gemeinsam im „Fahrstuhl-Spiel“ beantwortbar sein: Maximal 90 Sekunden, um einem unvorbereiteten Unwissenden alles über das Anliegen erzählen zu können.
- Analog: Alle zentrale Informationen auf eine Din-A4-Seite (*siehe Anlage 1*)
- USP („Unique Selling Proposition“): Was ist das Einzigartige an meinem Vorhaben? („Claim“)

## ► Vorüberlegungen

- Für welches Ziel werden Mittel benötigt?
- Für welchen Zweck werden Mittel benötigt?
- Wie viele Mittel werden benötigt?
- Wie viel Arbeit kann in die Mittelbeschaffung investiert werden? (Und Geld?)
- Wer könnte uns Geld geben?
- Wer könnte uns Sachmittel geben?
- Was können wir einem Geldgeber bieten? (Nicht nur als Gegenleistung, auch als Dank)
- Können wir eine Spendenquittung ausstellen?
- Können wir eine Rechnung stellen?
- Wie können wir einen Geldgeber dauerhaft binden?

## ► Kalkulation

- Projektkalkulation
- Fehlbetrag für Förderer (einen oder mehrere als angestrebte Summe ausweisen)
- Nicht zwingend für Darstellung gegenüber Förderer, aber evtl. sinnvoll: Eigenmittel thematisieren
- Ehrenamtliche Arbeit in Darstellung aufnehmen!

## ► Überzeugungskraft!

- Erstzugang gewinnen (Gelegenheit zum persönlichen Gespräch), dann überzeugen:
  - Durch Anliegen und Idee
  - Durch Bedürftigkeit
  - Durch Charme, Engagement und Begeisterung
  - Durch Darstellungs- und Abwicklungsqualität
  - Durch Ehrlichkeit
  - Durch Jubiläen und „Magie der runden Zahlen“

## ► „AIDA“

- Wie kommt man an einen potentiellen Geldgeber heran?
  - „**Attention**“: allgemeine Aufmerksamkeit des „Kunden“ anregen / erregen
  - „**Interest**“: Interesse wecken an einer Beteiligung an einem Projekt
  - „**Desire**“: Herbeiführen des (unbedingten) Wunsches, etwas zu dem Projekt beizutragen
  - „**Action**“: Umsetzung des Wunsches durch finanzielle oder andere Beteiligung
- Kommunikation mit Selbstbewusstsein und auf Augenhöhe

## ► Konzept-Darstellung

- Knappe Darstellung des Trägers / der Einrichtung / des Vereins / der Initiative (*siehe nochmals Beispiel in Anhang 1*):
  - Geschichte, Größe
  - Zielgruppe
  - Bedürftigkeit
  - evtl. Anlagen mit Materialien
- Knappe Darstellung, wofür die Mittel benötigt werden / Projektbeschreibung
  - Ein Objekt!
  - Begründung der Notwendigkeit: Bezug zu Bedürftigen
- Darstellung des Eigeneinsatzes
  - Eigenmittel, Eigenes Engagement
  - Ehrenamtliche Mitarbeit
  - Verankerung in Stadtgesellschaft/im Stadtteil
- Kurzdarstellung
  - Höhe der angefragten Mittel
  - Art der benötigten Sachmittel
  - Darstellung weiterer Unterstützer / Förderer-Konstellation
- Knappe Darstellung, wie Geldgeber gewürdigt werden können
  - Publikationen, Flyer
  - Veranstaltung
  - Einbindung in das Sommerfest
  - Pressetermin
  - Dankgeschenk
  - Einladungen
  - Internet
  - Sonstige Darstellungselemente: Schilder o. ä.
  - Orts-/Stadtteilbezug
  - Bezug zum Geldgeber
  - Eigennutzung
- Kurzdarstellung Geldfluss: Kontonummer, persönliche Spendenquittung
- Beilagen / Anlagen
  - Presseartikel
  - Ausführlichere Projektbeschreibung
  - Animierende Fotos
  - Testimonials
- Darstellungsstil
  - Kürze!
  - kein (sozialpädagogischer) Fachwortschatz, sondern für allgemeingebildeten Leser!

## ► Vorgehen: Konzeptionelle Projektentwicklung

- siehe nächster Punkt Quellen
- konkrete Liste der anzusprechenden potentiellen Geldgeber
  - Firmen (Produktionsstandorte, Handel usw.)
  - Selbständige (Rechtsanwälte, Ärzte usw.), allgemein „Büros“
  - Privatpersonen, zu denen Mitarbeiter/-innen Kontakte haben
  - Privatpersonen im Umfeld des Trägers (Stadtteil)
  - Privatpersonen mit Themenbezug
  - Öffentliche Mittel (Stadt - Land, Bund, EU)
  - Stiftungen
  - Wettbewerbe, Preise (Vorläufe berücksichtigen, auch überregionale. Recherche)
  - Charity Clubs (Lions, Rotarier, Inner Wheel, Kiwanis, Zonta, Soroptimist etc.)
- Liste derjenigen, die potentielle Geldgeber ansprechen können
  - Mitarbeiter/-innen?
  - Eltern?
  - Ehemalige?
  - Bekannte?
- Akquise: Durch Ehrenamtliche (z.B. bei KiTas: Großeltern mit Wirtschaftserfahrung?) oder sogar hauptamtlich-professionelle Fundraiser
- Gründung eines Fördervereins sinnvoll?
- Bindung von Repräsentanten an die Vorhaben (Patron, Schirmherrn o.ä.)?
- Nutzung von geselligen Anlässen zur Kontaktaufnahme (Netzwerktreffen, Tagungen etc.)
- Schaffung von geselligen Anlässen zur Kontaktaufnahme (eigene Veranstaltungen)

## ► Vielfalt an Fundraising-Quellen (Sach- und Geldmittel)

- Eigenmittel oder Trägermittel überprüfen und lokalisieren!
- Eigenmittel von Kooperationspartnern
- Raumvermietungen / Raumüberlassungen für Förderer
- Sponsoring von Unternehmen (vertragsbasierte Gegenleistungen, betriebliche Ausgaben, keine Spenden), (siehe Beispiel in Anhang 2)  
z.B. IHK-Sponsoringbörse: <http://ihk-sponsoringboerse.de/>
- „Corporate Volunteering“: Ehrenamtliche Unterstützung durch Unternehmensmitarbeiter (einmalig oder kontinuierlich, ZAB-Projekt „Türen öffnen“, Ansprechpartnerin Birgit Kretz: [kretz@iska-nuernberg.de](mailto:kretz@iska-nuernberg.de), [www.zentrum-aktiver-buerger.de](http://www.zentrum-aktiver-buerger.de))
- „Marktplatz“-Teilnahme: Kontaktbörse Gemeinnützige / Unternehmen (Internet)
- Sachmittel, Sachleistungen (Reparaturen, Ersatzteile)
- Passive Spendensammlung (Überweisung, Spendenbüchse usw.): „Kaltakquise“
- Aktive Spendensammlung per Liste, an der Haustür, bei Veranstaltungen
- Anzeigen
- „Product Placement“ in Publikationen
- „Merchandising“: Projekt-Produkte
- Internet-Spendensammlung
  - [www.gut-fuer-nuernberg.de](http://www.gut-fuer-nuernberg.de) (Kooperation betterplace.org mit Sparkasse, lokal!)
  - Zum Beispiel auch: [www.spendino.de](http://www.spendino.de)
  - Übersicht über diverse Online Fundraising-Instrumente: <https://sozialmarketing.de/fundraising-instrumente/>
- Hardware (<http://www.stifter-helfen.de>) (siehe Beispiel in Anhang 4)
- Gründung eines Fördervereins

- Social Media
- Benefiz-Lauf
- „Weihnachtsspenden“ statt Postkarten etc.
- Benefiz-Essen (siehe Beispiel in Anhang 5)
- Versteigerung
- Verkaufsaktionen, „Trennpelmarkt“
- Losbude
- Tombola, Lotterie (Genehmigungspflicht!)
- Gewinnung von Paten, Mentoren, Schirmherren
- Rest-Cent-Aktion (siehe Beispiel in Anhang 6)
- Stiftungen: Keine Gesamtübersicht aller Stiftungen in Nürnberg erhältlich!  
(Übersicht national: <http://www.stiftungen.org/de/service/stiftungssuche.html>,  
Stiftungsverwaltung Stadt Nürnberg:  
<http://www.nuernberg.de/internet/referat2/stiftungsverwaltung.html> (siehe Beispiel in Anhang 7)
- Städtische Zuschüsse (Soziales & Jugend, Bildung, Kultur, Interkultur, Agenda 21-Mittel etc.) (siehe Beispiel in Anhang 8)
- Fundraising-Aktion
- Mittel im Stadtteil: LOS, Quartiersmanagement (siehe Beispiel in Anhang 9)
- Mobilisierung von Bildungs- und Teilhabe-Mitteln für bedürftige Kinder
- Stadtteilkoordination
- Stadtteilpaten
- Stadt, Land, Bund, Europa
- Bewerbung um Preise (siehe Beispiel in Anhang 10)
- Bewerbung für „Töpfe“ EhrenWert, Nürnberger Herz, ebl-Preis, Sparda-Preis (N-Ergie, Freude für Alle, Antenne Bayern, Bürgerstiftung, dm-Drogeriemärkte, Deutschland im Plus, software AG)
- Bußgeldmarketing
- Erbschaftsmarketing, -fundraising
- Geförderte Arbeit (bei Personalkosten), Stipendien, Ehrenamtliches, Freiwilligendienste

## ► Zielgruppen: Spender-Pyramide



Quelle: Flanagan, 1992: Successful Fundraising. How to Raise Money in Your Community, USA, aus: Fabisch 2006, S. 113

Die Spender-Pyramide demonstriert, dass die Zielgruppen sehr unterschiedlich groß sind – von interessierter Öffentlichkeit bis zur „Erbschaftspende“ durch Testament – und dementsprechend der Aufwand, die möglichen Spender zu erreichen unterschiedlich hoch ist. Je stärker der Grad der Spenderbindung ist, desto „ertragreicher“ ist die Spende und desto weniger Streuverluste – wegen der kleineren Personenzahl – gibt es bei der Spendenwerbung.

## ► **Umsetzung**

- Festlegung Zeitablauf
  - Ansprechphase
  - Nachhaken
  - Zielpunkt
  - Begleitende Öffentlichkeitsarbeit
- Öffentlichkeitsarbeit / Pressearbeit
  - Zu Thema, Bedürftigkeit, Situation, Spenden-/Fundraisingaktion o.ä.
  - Foto-Gelegenheit
  - Tageszeitungen, Rundfunk, Fernsehen
  - Stadtteilanzeiger
  - Stadtteilzeitschriften, Vereinszeitschriften, Kirchenpublikationen
  - Persönlicher Kontakt zu Medienvertretern!
- Ansprache Geldgeber (Ziel: Herstellung von Gesprächssituationen!)
  - Post
  - Mail
  - Telefon
  - persönlich
- Telefonisches Nachfragen
- „Formeller“ Abschluss
  - Dokument, Brief, Vertrag
  - Überweisung
  - Übergabe
- Gegenleistungen / Dank realisieren (s.o.)
- Zusendung Spendenquittung mit Dankschreiben
- Sonderaktionen: z.B. Dank begleitende Schreiben / Bilder / Fotos von geförderten Kindern (in KiTa) usw.

## ► **Fortführung / „Pflege von Unterstützern“**

- Aufbau einer Förderer-Datenbank
- Kontakthaltung / Pflege
  - Mails
  - Fotos
  - Einladungen zu Treffen und Veranstaltungen
  - Telefonate
- Planung der nächsten Aktion
- Auch Nicht-Spender in Zukunft erneut berücksichtigen



## ► Zusammenfassende Leitsätze

- Fundraising konzeptionell angehen! Auch kleinere Aktionen konzeptionell vorbereiten
- Fundraising als Projekt angehen!
- Zeit investieren!
- Fundraising als Beziehungsarbeit begreifen!
- Partnerschaften bilden!
- Finanziell niemanden überfordern!
- Vorhandene persönliche Kontakte nutzen! Neue persönliche Kontakte aufbauen! Kontakt halten!
- Augenhöhe demonstrieren bzw. erreichen!
- Leidenschaft, Frustrationstoleranz und langen Atem entwickeln!
- **„Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler!“**

## Beispiel 1: „Menükarte“ Sozialreferat Stadt Nürnberg für „Kulturfreunde“

### **„KULTURFREUNDE“: Ein Ehrenamtsprojekt für die kulturelle Teilhabe von Kindern**

---

Projekte zur Förderung von Kindern gibt es inzwischen viele, doch dieses Ehrenamtsprojekt hat einen ganz besonderen Charme: Es nutzt die Lebenserfahrung und das freiwillige Engagement kulturbegeisterter Menschen, es öffnet die etablierten Kultureinrichtungen einer neugierigen Klientel, es erweitert die Erfahrungshorizonte der Kinder aus den KiTas und Horten strukturschwacher Stadtteile und ermöglicht ihnen und ihren Eltern die sogenannte Hochkultur zu erleben. Dabei wird es durch das Zentrum Aktiver Bürger professionell begleitet. Vielen Kindern wird so der Weg zu großen Kultureinrichtungen geebnet, ganz nebenbei gehen sie neue Wege und lernen unbekannte Orte in Nürnberg kennen. Die Kultur als ästhetisches Erlebnis erleben, aber auch als individuelle Ausdrucksmöglichkeit und Bereicherung des eigenen Seins um eine ungewohnte Dimension. Dies alles bedeutet kulturelle Teilhabe.

Als erfahrene Kulturvermittler und Wegbereiter engagieren sich nun weitere ehrenamtliche Kulturfreunde und Kulturfreundinnen; für sie alle finden regelmäßig Fortbildungen und Austauschforen statt. Das Projekt „Kulturfreunde“ hat einen eigenen Fachbeirat aus Ehrenamtlichen, Einrichtungen, aus Kultur und Wissenschaft; es wird kontinuierlich weiterentwickelt. Bei der Dokumentation und Evaluation berät Prof. Markus Kosuch (Professor für Kulturelle und Ästhetische Bildung an der Ohm-Hochschule Nürnberg).

Mit dem Schuljahr 2012/2013 wird die Zahl der beteiligten Einrichtungen von 12 auf 25 ausgedehnt; durch weitere Förderer können zusätzliche Kindertageseinrichtungen in Zukunft teilnehmen.

#### ***Thema und Stadtteil***

- Kulturelle Teilhabe
- Frühe Förderung im Bildungsbereich
- Bürgerschaftliches Engagement in Stadtteilen mit besonderem Entwicklungsbedarf

#### ***Finanzielle Dimension / Förderungswunsch***

Mit einem Beitrag von € 1.200.- kann eine KiTa am Programm teilnehmen.

Schon bisher konnte die Arbeit der Kulturfreunde aus Spendenmitteln finanziert werden, z.B. von Leihhaus/Altstadtjuwelier, House meets Charity e.V. und Kiwanis.

Seit 2012 ist die PwC-Stiftung (Frankfurt) ein großer Partner.

## Beispiel 2: Sponsoring von Unternehmen

### IHK-Sponsoringbörse



Seit Anfang 2012 bringt die IHK-Sponsoringbörse regionalisiert Angebot und Nachfrage für Sponsoringprojekte zusammen. Organisationen, Vereine und Einrichtungen auf der Suche nach Sponsoren können ihre Projekte vorstellen und so um Unterstützung werben. Unternehmen finden eine schnelle Übersicht über verschiedene unterstützenswerte Projekte in der Region.

<https://www.ihk-nuernberg.de/de/Geschaeftsbereiche/Standortpolitik-und-Unternehmensfoerderung/wirtschaft-und-gesellschaft/gesellschaftliche-verantwortung/ihk-sponsoringboerse>

## Beispiel 3: Crowd Fundraising

### Gut für Nürnberg. Stadt und Land

Das Portal für soziale, nachhaltige und kulturelle Projekte in unserer Region.

Jede Spende zählt – hilf mit!

Eine Initiative von [betterplace.org](#)  und  Sparkasse Nürnberg

<http://www.gut-fuer-nuernberg.de/>

# Unsere Leitsätze

Für Leute mit Gefühl und Verstand

## **betterplace ist eine Entscheidung:**

Ich begreife mein Potential, die Welt verbessern zu können – und nutze es!

## **betterplace befähigt jeden zum Handeln.**

Im Kleinen oder im Großen, regelmäßig oder spontan, vor der Haustür oder am anderen Ende der Welt.

## **betterplace basiert auf Vertrauen.**

Transparenz bietet die optimale Entscheidungsgrundlage für Interaktion.

## **betterplace verbindet auf Augenhöhe.**

Menschen vernetzen sich, um im unmittelbaren Austausch einen Ort gemeinsam zu verbessern.

## **betterplace erschafft aus Kleinem Großes.**

Schon die kleinste Tat zeigt Wirkung. Das macht stolz und selbstbewusst – und motiviert den Einzelnen zu mehr, Viele zu viel mehr.

<http://www.betterplace.org>

## Beispiel 4: Hardware

### ÜBER STIFTER-HELFFEN.DE - IT FOR NONPROFITS

*Stifter-helfen.de – IT for Nonprofits* ist das Onlineportal für IT-Spenden in Deutschland. Es startete am 27. Oktober 2008 und wird von der [Stiftungszentrum.de Servicegesellschaft](http://www.stiftungszentrum.de) in Partnerschaft mit der gemeinnützigen amerikanischen Nicht-Regierungsorganisation [TechSoup Global](http://www.techsoup.org) betrieben.

Auf der Internet-Plattform [www.stifter-helfen.de](http://www.stifter-helfen.de) bietet Stiftungszentrum.de gemeinnützigen Organisationen in Deutschland Zugang zu den [Produktspendenprogrammen](#) der IT-Stifter Adobe, Altruja, braintool, Buhl, Cisco Systems, CleverReach, Efficient Elements, ELO, Esri, Exclaimer, FundraisingBox, InLoox, Laplink, Lexware, meetyoo, Microsoft, O&O Software, SAP, SoGeht's, Symantec, SurveyMonkey, Telefónica Germany und Userlike. Insgesamt stehen über 200 aktuelle Software- und Hardware-Produkte als Spende zur Verfügung.

*Stifter-helfen.de – IT for Nonprofits* ermöglicht es, deutschen Non-Profit-Organisationen mit moderner Informationstechnologie zu arbeiten und so beispielsweise die Leistung ihres IT-Netzwerks erheblich zu verbessern. Damit können gemeinnützige Organisationen ihre eigentlichen Aufgaben noch besser bewältigen und haben gleichzeitig mehr finanzielle Mittel dafür zur Verfügung: [http://www.stifter-helfen.de/referenzen/referenzen\\_uebersicht](http://www.stifter-helfen.de/referenzen/referenzen_uebersicht).

Das IT-Spendenportal wird von TechSoup Global in den USA bereits seit 2002 bereitgestellt. Im Jahr 2006 wurde das Programm auf Großbritannien, Belgien und Polen erweitert. Derzeit gibt es das IT-Spendenportal in 60 Ländern. Seit dem Start 2002 erhielten weltweit über 213.000 gemeinnützige Organisationen insgesamt 11,6 Millionen IT-Spenden.

Stiftungszentrum.de und TechSoup Global planen, das Programm auszuweiten und weitere Unternehmen als [IT-Stifter zu gewinnen](#).

<http://www.stifter-helfen.de>

## Beispiel 5: Benefizlauf

### Gelungene Benefizaktion in Fürth

Respekt an die 16 „Ultra- Läufer“ die in Biel die 100 km und beim Metropolmarathon am Benefizlauf teilgenommen haben. Vielen vielen Dank an Euch, dass Ihr die Aktion für das Down Syndrom InfoCenter so unterstützt habt. Natürlich auch herzlichen Dank an all die Läuferinnen und Läufer, die für unser „Team Never Walk Alone Nürnberg“ an den Start gegangen sind und mit Ihren gelaufenen Kilometern für die Spendensumme von **5.500 €** gesorgt haben. Dankeschön auch an die „Spenderfirmen“ die die Spendensummen zur Verfügung gestellt haben, dem nestor Hotel, Lemmis Bus-Reisen, Autohaus Bronner und der Allianz PKV, welche die Übernachtung, die Reisekosten und die Trikots, großzügig zur Verfügung gestellt haben, so dass der Sponsoren Scheck der Dresdner Bank in Höhe von 2.500 € von unserem Verein zu 100% an das Down Syndrom InfoCenter weiter geleitet werden konnte.

[http://www.nwa-nuernberg.de/podcast/benefizlauf\\_metropolmarathon.html](http://www.nwa-nuernberg.de/podcast/benefizlauf_metropolmarathon.html)

## Beispiel 6: Rest Cent Aktion

### Grundgedanke

Der Grundgedanke der "Aktion Restcent" ist eine Abtretung der Lohnzahlungen hinter dem Komma zugunsten eines sozialen Projekts. Porto-, Lohn- oder Buchungskosten fallen nicht an. Lohnabrechnungen nach Stunden variieren jeden Monat. Auch bei Angestellten entspricht das Gehalt aufgrund von Zuschlägen, Abzügen, Urlaubsgeld etc. selten centgenau dem des Vormonats. Wer achtet schon auf die Beträge hinter dem Komma? Dieser geringe Verzicht tut dem Einzelnen nicht weh, addiert sich aber über einen längeren Zeitraum zu einer beachtlichen Summe.

Viele der mehr als 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Caritasverbandes für den Landkreis Haßberge e.V. lassen sich bei ihrer monatlichen Lohnabrechnung die Centbeträge nicht auszahlen. Von Oktober 2007 bis Dezember 2009 kamen so 1.572,54 € zusammen.

### Verwendungszweck

Den Verwendungszweck bestimmen die Mitarbeiter selbst. Damit ein weites Feld abgedeckt ist, wofür das Geld im Sinne aller gespendet wird, hat sich die Gesamt-Mitarbeitervertretung der Caritas-Beratungsdienste und Altenhilfeeinrichtungen entschieden, diese erste Ausschüttung zu gleichen Teilen für drei unterschiedliche Hilfemöglichkeiten zu verwenden. Ein Drittel geht an die Allgemeine Sozialberatung des Caritasverbandes für Familien in Not in unserer direkten Umgebung im Landkreis, je ein weiteres Drittel fließt in die Haiti-Erdbebenhilfe von Caritas International sowie ein Projekt für obdachlose Senioren in Sao Paulo ebenfalls über Caritas International. Von Caritas Brasilien hatten im Herbst 2008 zwei Fachkräfte so beeindruckende Einblicke in ihr Bemühen gegeben, den alten Menschen vor Ort ein einigermaßen würdiges Leben zu gestalten, dass die Haßfurter Caritas-Mitarbeiter diese Arbeit nun ebenfalls unterstützen möchten.

### Mitmach-Möglichkeiten?

Der Diözesan-Caritasverband Würzburg startete im Januar 2002 als erster katholischer Verband in Deutschland. Anfragen gab es von vielen Firmen und kirchlichen Verbänden. Die prominentesten waren die Lufthansa und das Europarlament.

<http://www.caritas-hassberge.de/ich-will-helfen/aktion--restcent>

## Beispiel 7: Stiftungen

Suche starten Formular leeren

Stichwort   nur im Stiftungsnamen suchen  
 alle Wörter finden (UND)

PLZ von  bis

Ort   nur Rechtssitz suchen

Bundesland   nur Rechtssitz suchen

Aufgabengebiete

<input type="checkbox"/> Altenhilfe	<input type="checkbox"/> Öffentliche(s) Gesundheitswesen/-pflege
<input type="checkbox"/> Andenken an Verfolgte/Kriegs- und Katastrophenopfer	<input type="checkbox"/> Pflanzenzucht/Kleingärtnerei
<input type="checkbox"/> Bildung/Erziehung /Studentenhilfe	<input type="checkbox"/> Religion
<input type="checkbox"/> Bürgerschaftliches Engagement	<input type="checkbox"/> Soldaten- und Reservistenbetreuung
<input type="checkbox"/> Demokratisches Staatswesen	<input type="checkbox"/> Sonstige gemeinnützige Zwecke (u. a. Suchdienst)
<input type="checkbox"/> Denkmalschutz/-pflege	<input type="checkbox"/> Sonstige nicht steuerbegünstigte Zwecke
<input type="checkbox"/> Ehe- und Familienschutz	<input type="checkbox"/> Sport
<input type="checkbox"/> Entwicklungszusammenarbeit	<input type="checkbox"/> Strafbefangenenfürsorge
<input type="checkbox"/> Familienunterhalt	<input type="checkbox"/> Straftatenopferhilfe
<input type="checkbox"/> Feuer-/Arbeits-/Katastrophen-/Zivilschutz	<input type="checkbox"/> Tierschutz
<input type="checkbox"/> Geistes-/Gesellschaftswissenschaften	<input type="checkbox"/> Tierzucht/Hundesport
<input type="checkbox"/> Gleichberechtigung von Frauen und Männern	<input type="checkbox"/> Traditionelles Brauchtum/Karneval
<input type="checkbox"/> Heimatpflege/-kunde	<input type="checkbox"/> Umweltschutz/Naturschutz /Landschaftspflege
<input type="checkbox"/> Kinder-/Jugendhilfe	<input type="checkbox"/> Unternehmen/Belegschaft
<input type="checkbox"/> Kirchlich	<input type="checkbox"/> Verbraucherberatung/-schutz
<input type="checkbox"/> Kriegsopferhilfe	<input type="checkbox"/> Verfolgten-/Flüchtlings-/Vertriebenen-/Aussiedlerhilfe
<input type="checkbox"/> Kriminalprävention	<input type="checkbox"/> Völkerverständigung
<input type="checkbox"/> Kunst/Kultur	<input type="checkbox"/> Wissenschaft/Forschung
<input type="checkbox"/> Lebensrettung	<input type="checkbox"/> Wohlfahrtswesen
<input type="checkbox"/> Medizin	<input type="checkbox"/> Zivilbeschädigten-/Behindertenhilfe
<input type="checkbox"/> Mildtätig	
<input type="checkbox"/> Naturwissenschaften	

Verwirklichung  fördernd  operativ

Antragsmöglichkeit  nicht ausgeschlossen

Zustiftungen / Spenden  Zustiftungen willkommen  Spenden willkommen

Suche starten Formular leeren

### Stiftungsverwaltung



#### Sinn und Zweck von Stiftungen

Stiftungen leisten seit alters her bis in unsere Zeit einen wichtigen Beitrag für das Gemeinwohl. Von ihren Gründerinnen und Gründern werden sie aus den unterschiedlichsten Motiven ins Leben gerufen. Sie können dadurch entscheidend dazu beitragen, die Leitgedanken eines modernen, demokratischen Sozialstaats zu verwirklichen.

Gerade auf kommunaler Ebene spielen Stiftungen eine große Rolle. Im Bereich der Jugend- und Altenhilfe ergänzen sie das staatliche Fürsorge-Angebot und sorgen damit für soziale Gerechtigkeit über alle Alters- und Bevölkerungsschichten hinweg. Die Gestaltung von Kunst-, und Sportangeboten gelingt dank dieser Fördermittel bunter und abwechslungsreicher. Damit wird überregional die Vorstellung von einem aktiven, lebendigen Kulturwesen geprägt. Umwelt- und Tierschutz profitieren ebenfalls vom Engagement der Stiftungsmütter und -väter. Deren finanzieller Handlungsspielraum wäre enger ohne Zuwendungen aus Stiftungsvermögen.

Nicht zuletzt für den Forschungs- und Bildungssektor haben Stiftungen einen zusätzlichen ideellen Aspekt: Als unabhängige Institutionen genießen sie in der öffentlichen Wahrnehmung ein besonderes Vertrauen und steigern so die Glaubwürdigkeit von Forschung und Lehre.

<http://www.stiftungen.org/de/service/stiftungssuche.html>

<http://www.nuernberg.de/internet/referat2/stiftungsverwaltung.html>

## Beispiel 8: Umweltreferat, städtische Zuschusstöpfe

### Agenda 21



1992 unterzeichneten in Rio de Janeiro auf dem bisher größten internationalen Umweltgipfel Vertreter aus über 180 Staaten ein Umwelt- und Entwicklungsprogramm für das 21. Jahrhundert: die „Agenda 21“. Die darin vereinbarten Ziele lauten: Umweltschutz, wirtschaftlicher Wohlstand und soziale Gerechtigkeit.

1997 startete die Nürnberger „Agenda 21“. In über 50 Projektgruppen leisten engagierte Ehrenamtliche soziale, ökonomische und ökologische Arbeit. Das „Agenda 21“-Büro koordiniert und unterstützt diese Projektgruppen, unter anderem mit Hilfe einer zentralen Öffentlichkeitsarbeit.

<http://www.nuernberg.de/internet/umweltreferat/agenda21.html>

## Beispiel 9: Mittel im Stadtteil

### Der Hintergrund

Wie in vielen anderen Kommunen stehen sich in Nürnberg Staat (in Form der Stadtverwaltung), Zivilgesellschaft und Wirtschaft keineswegs antagonistisch gegenüber, in vielen Fällen – wenn auch beileibe nicht allen – zieht man auch sozial- und bildungspolitisch an einem Strang.

„Bürgerzeit, Bürgerwissen, Bürgergeld“ sind die Ressourcen, die aus der Bürgergesellschaft (und aus den Reihen engagierter Unternehmerpersönlichkeiten) eingebracht werden können, und das Überblicks- und Einzelwissen und die vielfältigen Aktivitäten sowie die Haushaltsmittel der Kommune ergänzen.

Damit es aber zu gelingender Zusammenarbeit in ganz konkreten Situationen kommen kann, braucht es Plattformen des „institutionalisierten Austauschs“, wie sie in Nürnberg zum Beispiel mit den Stiftungstagen der Bürgerstiftung Nürnberg (2002-2008), der „Woche des Bürgerschaftlichen Engagements“ (seit 2008), der „Stifter-Initiative Nürnberg (seit 2010) und dem „Unternehmen Ehrensache: Nürnberger Corporate Volunteering Netzwerk“ (seit 2011) geschaffen wurden.

[http://www.nuernberg.de/imperia/md/sozialreferat/dokumente/sonstige\\_downloads/1\\_stadtteilpaten.pdf](http://www.nuernberg.de/imperia/md/sozialreferat/dokumente/sonstige_downloads/1_stadtteilpaten.pdf), S.3



## Beispiel 10: Bewerbung um Preise

### 4. "Kochen-Essen-Wissen-Preis" - zehn stolze Gewinner

Mit dem "Kochen-Essen-Wissen-Preis" fördern wir von ebl-naturkost mit insgesamt 15.000 EUR jährlich zehn Projekte rund um das Thema gesunde, vollwertige und nachhaltige Ernährung.

2013 hat ebl diesen Preis zusammen mit der Stadt Nürnberg ins Leben gerufen, um das in vielen Einrichtungen bereits vorhandene Engagement für gesunde Ernährung und gemeinsames Kochen zu belohnen bzw. zu unterstützen.

[http://www.ebl-naturkost.de/neuigkeiten/artikelarchiv/kochen\\_essen\\_wissen](http://www.ebl-naturkost.de/neuigkeiten/artikelarchiv/kochen_essen_wissen)

## Beispiel 11: Preise für Bürgerschaftliches Engagement

### Aktion "EhrenWert"

Um die Vielfalt des ehrenamtlichen Engagements in Nürnberg und der Region mit einzelnen Beispielen zu würdigen, haben die Stadt Nürnberg und die uniVersa Versicherungen mit Unterstützung der Nürnberger Nachrichten die Aktion „EhrenWert“ ins Leben gerufen. Die Träger wollen sich bei besonders verdienten Menschen bedanken und ihre Leistungen anerkennen, und gleichzeitig durch die Vorbilder dieser „Ehrenamtlichen des Monats“ noch mehr Menschen zum bürgerschaftlichen Engagement motivieren.

### Das "Nürnberger Herz"



Neuer Preis für Bürgerschaftliches Engagement in Nürnberg: Für innovative Anerkennungskultur. Eine Initiative von Stadt Nürnberg und Tucher  
Mit dem Nürnberger Herz-Preis würdigen Tucher Bräu und die Stadt Nürnberg besonders innovative und originelle Ideen zum Thema „Anerkennungskultur“, die mit dem Preisgeld in Höhe von 1050 € umgesetzt werden können. Insbesondere neue Maßnahmen und Projektideen, durch die das Engagement von Menschen aus verschiedenen Bevölkerungsgruppen und in verschiedenen Engagementbereichen Anerkennung findet, sollen mit diesem Preis ausgezeichnet werden. Das heißt: Möglichst gute Ideen, mit dem ein Verband oder ein Verein seine eigenen Ehrenamtlichen würdigt, werden prämiert. Im September 2015 wurde das Nürnberger Herz erstmals verliehen. Im Juli 2017 fand bereits die vierte Preisverleihung statt.

<https://www.nuernberg.de/internet/sozialreferat/anererkennung.html>