

Fundraising-Aktionen. Planvoll zum Erfolg

Fundraising-Aktionen können sehr komplexe Projekte werden. Je größer das Fundraising-Ziel, umso mehr Zielgruppen müssen angesprochen und Aktivitäten umgesetzt werden. Die folgende Checkliste gibt Ihnen einen Überblick und Leitfaden über die notwendigen Arbeitsschritte in der Vorbereitungs-, Umsetzungs- und Nachbereitungsphase einer Fundraising-Aktion. Wir hoffen, Sie machen damit erfolgreiche Fundraising-Erfahrungen!

Planung und Vorbereitung (4-6 Wochen)

1. *Das Fundraising-„Team“* bilden* (*„Team“ nicht nur im Hauptamt denken.)
 - ✓ Zusammensetzung eines Teams aus Freiwilligen und Verantwortlichen.
 - ✓ Zuweisung von Aufgaben und Verantwortlichkeiten (z.B. Kommunikation, Eventplanung, Überblick über Spendeneingänge und Spendenbedankung).
 - ✓ *Ihr Fundraising-Team umfasst idealerweise folgende Talente:*
 - Eine Person, die gut strukturieren und das Team leiten kann.
 - Eine Person, die gut reden, präsentieren und texten kann.
 - Menschen, die vor Ort gut vernetzt sind und wichtige Ansprechpartner kennen.
 - Ein gut organisierter Mensch, der die Spenden verwaltet, bedankt, die Spenderdatei betreut und die Ergebnisse der Spendenaktionen bilanziert.
 - Bei Fundraising für Kirchgemeinden: Ein Mitglied der Gemeindeleitung.
2. *Zielsetzung und Budgetplanung*
 - ✓ Festlegung des genauen Spendenziels (z.B. 10.000 Euro).
 - ✓ Festlegung eines detaillierten Budgets (Kosten für Werbung, Material, Veranstaltungen etc.).
 - ✓ Definieren potenzieller (Groß-)Spender und Förderer, sowie anderer Zielgruppen für das Fundraising (wer soll angesprochen werden, wer soll mitmachen?).
 - ✓ *Methoden-Tipp für das Finden von Zielgruppen:*
 - Eine Gruppe von 3-5 Personen (Mitglieder des FR Teams) nimmt sich 5 Minuten Zeit und jedes Gruppenmitglied schreibt auf Kärtchen all die Menschen, Organisationen, Personengruppen auf, von denen es annimmt, dass es für das Projekt zu gewinnen ist und unterstützen kann. (Pro Karte nur eine Person/Personengruppe/Organisation notieren)

- Nach 5 Minuten stellt jedes Gruppenmitglied seine Ideen vor. Die Gruppe sammelt auf diese Weise die maximale Anzahl an Ideen. Während des Vorstellens nicht Bewerten
- Im nächsten Schritt wird gemeinsam beraten, welche Vorschläge am „vielversprechendsten“ sind (Wer ist „gut erreichbar“? Bei wem sind hohe Erträge erwartbar? Wer ist bekannt als großzügig?)
- Nun werden die Ideen priorisiert: Welche Zielgruppe sprechen wir zuerst an, welche folgt als zweites, ggf. als drittes.
- Vorteil dieser Methode: Sie gehen anschließend sehr fokussiert in die Ansprache von potenziellen Unterstützerinnen und Unterstützern.

3. Den Zeitplan erstellen

- ✓ Festlegung eines detaillierten Zeitplans mit allen wichtigen Meilensteinen sowie einem Start- und Endtermin (Auftakt, Etappen, Abschluss).
- ✓ Planung der internen Kommunikationsmaßnahmen (z.B. wöchentliche Updates im Team, Zwischenstände via Spendenbarometer transparent machen).

4. Die Kommunikationsstrategie entwickeln

- ✓ Gestaltung einer klaren Botschaft: *Warum sind die neuen Glocken wichtig?*
- ✓ Informationsmaterialien (Flyer, Plakate, Newsletter) erstellen
- ✓ Eine Checkliste mit allen wichtigen Schritten für das Erstellen von Flyern, Plakaten und Aushängen finden Sie in der **Checkliste Tipps für Flyer, Karten und Aushänge**
- ✓ Bauen Sie für Ihr Fundraisingprojekt wenn möglich eine kleine Online-Präsenz auf. (Projektbeschreibung auf der Website, idealerweise Online-Spendenmöglichkeit einrichten, Infos via Social Media) aufbauen
- ✓ Überlegen Sie sich, wie Sie im Falle von Spendeneingängen eine zeitnahe Spendenbedankung sicherstellen können. Idealerweise werden Spenden spätestens 3-5 Werktage nach dem Eingang auf dem Spendenkonto bedankt. Formulieren Sie am besten jetzt schon einen Text für einen Spendendank-Brief oder eine Spendendank-Email.

5. Die Fundraising-Aktionen vorbereiten

- ✓ Planen Sie eine öffentlichkeitswirksame Auftaktveranstaltung, zu der Sie auch Pressevertreter einladen.
- ✓ Erzeugen Sie zum Auftakt viel Aufmerksamkeit, um Ihre Aktion möglichst weitflächig bekannt zu machen
- ✓ Planen Sie für den gesamten Aktionszeitraum unterschiedliche Aktionen, mit denen Sie fundraising-wirksame Begegnungspunkte mit Ihren Zielgruppen schaffen.

6. Genehmigungen und rechtliche Aspekte beachten

- ✓ Holen Sie notwendige Genehmigungen für Veranstaltungen bei örtlichen Behörden ein.

- ✓ Klären Sie eventuell relevante steuerliche Aspekte und Transparenzpflichten.
- 7. *Einrichtung der Spendenkanäle*
 - ✓ Richten Sie ein Spendenkonto und Online-Spendenwege ein.
 - ✓ Stellen Sie eventuell Spendenboxen in der Kirche und bei lokalen Partnern auf.
 - ✓ Richten Sie für Online-Spendenwege eine Projektseite auf Spenden-Plattformen (z.B. betterplace) ein oder richten Sie auf Ihrer Webseite kostenfrei das Online-Spendentool ein. Dafür hat die EKM einen Rahmenvertrag mit dem Anbieter *twingle* abgeschlossen.
 - ✓ Ausführliche Tipps zu Online-Spenden und dem Einrichten des Online-Spendentools von *twingle* bekommen Sie bei Dirk Buchmann (dirk.buchmann@ekmd.de) und Christine Melzer (melzer@diakonie-ekm.de).
- 8. *Förderanträge bei Stiftungen stellen*
 - ✓ Falls Sie für Ihr Projekt Förderanträge bei Stiftungen, Soziallotterien oder anderen „institutionellen“ Förderern planen, stellen Sie bitte frühzeitig Förderanträge.
 - ✓ Beachten Sie dabei die spezifischen Antrags- und Bewilligungsfristen.
 - ✓ Ausführliche Tipps für Förderanträge bei Stiftungen finden Sie in der **Checkliste Förderanträge bei Stiftungen**

Durchführung der Fundraising-Aktionen

Start (erste Woche)

Ein Paukenschlag zum Auftakt!

- ✓ Durchführung eines Eröffnungsevents (z.B. Gottesdienst mit Glockenläuten).
- ✓ Einladung der Gemeinde und der Öffentlichkeit, Vorstellung des Projekts.
- ✓ Vorstellung des Spendenziels und der Spendenmöglichkeiten.

Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

- ✓ Versand von Informationsbriefen oder E-Mails an Gemeindemitglieder.
- ✓ Start der Social-Media-Kampagne, regelmäßige Updates posten.

Spendenaktionen und Events (während der gesamten Aktion)

Organisieren von Spendenaktionen

- ✓ Planung und Durchführung von Spendenveranstaltungen (z.B. Basare, Benefizkonzerte).
- ✓ Einbindung lokaler Unternehmen für Sach- und Geldspenden.
- ✓ Organisation von Sammelaktionen (z.B. Haus-zu-Haus-Spendenaufrufe).

Engagement der Gemeinde bzw. Ihres Netzwerks

- ✓ Motivierung der Gemeindemitglieder oder Mitarbeitenden zur aktiven Teilnahme.
- ✓ Einbindung von Kindern und Jugendlichen (z.B. Malwettbewerbe, Flohmärkte).

- ✓ Kooperation mit lokalen Schulen und Vereinen.

Dank und Anerkennung

- ✓ Regelmäßige Dankesbotschaften an Spender (z.B. auf der Website, in der Kirche).
- ✓ zeitnahe und möglichst persönliche Bedankung aller eingehenden Spenden

Zwischenbilanz und Anpassungen (nach 6 Wochen)

Überprüfung und Kommunikation des Spendenstands

- ✓ Vergleich des aktuellen Spendenstands mit dem Ziel.
- ✓ Bewertung der bisherigen Maßnahmen: Was funktioniert gut, was muss angepasst werden?

Anpassung der Strategie

- ✓ Gegebenenfalls Anpassung der Fundraising-Strategie und -Aktivitäten.
- ✓ Verstärkung der Öffentlichkeitsarbeit, falls notwendig.

Abschlussphase (letzte 2-3 Wochen) – Fundraising ist tatsächlich Arbeit!

- ✓ Motivierenden Endspurt organisieren!
- ✓ Countdown-Kommunikation und die letzten Spendenaufrufe starten.
- ✓ Intensivierung der Social-Media-Aktivitäten, um die letzten Spenden zu sammeln.
- ✓ (Öffentliches) Dankeschön an alle Unterstützer und Spender.

Nachbereitung (nach der Aktion)

- ✓ Veröffentlichung des Ergebnisses (z.B. im Gemeindebrief, auf der Website)
- ✓ Transparente Berichterstattung über die Verwendung der Spenden
- ✓ Persönliche Danksagungen an Großspender und Unterstützer, eventuell Dankfest für Ehrenamtliche und Großspender

- ✓ Blicken Sie als Team auf die Aktion und Ihre Leistungen in diesem Zusammenhang zurück. Seien Sie stolz auf alles, was Sie gemeinsam umgesetzt haben!
- ✓ Bilanzieren Sie die Ergebnisse der Aktion und einzelner Aktivitäten: Welche Ausgaben stehen den Einnahmen gegenüber? Welche Aktionen haben sich besonders gelohnt, weil kleine Ausgaben/Kosten zu großen Einnahmen geführt haben.
- ✓ Analysieren Sie sachlich und ohne Vorwürfe mögliche Ursachen und Zusammenhänge, falls etwas nicht wie geplant geklappt hat.
- ✓ Überlegen Sie für zukünftige Fundraising-Projekte: Was können Sie wiederholen? Was können Sie ausbauen? Was war ggf. überfordernd?
- ✓ Dokumentieren Sie zentrale Teile und Abläufe des Fundraisingprozesses für zukünftige Projekte.

Kontakt:

Manuela Lißina-Krause

Fundraising-Beratung

Tel.: 0345-122 99 182

E-Mail: lissina-krause@diakonie-ekm.de