

Eckpunkte für die Leitung einer Fundraisingkampagne

Wenn für die Umsetzung eines Projektes Mittel fehlen, werden nicht selten als Zauberlösung Spendeneinnahmen vorgeschlagen. Oft bleibt dann wenig Zeit: der Spendenaufruf muss formuliert, ein Anschreiben entworfen werden... Vor dem Druck braucht es die Freigabe, aber die zuständige Person ist ausgerechnet jetzt für zwei Wochen nicht anwesend. Als Spenden eingehen freuen sich alle, aber die Leitung ist dennoch unzufrieden, denn sie hatte auf mehr Resonanz aus Unternehmenskreisen gehofft.

Eine gute Kampagnenleitung kann helfen, solche Stolpersteine zu vermeiden und die Freude an der Kampagnen-Umsetzung bei allen Beteiligten zu erhalten. Durch eine strukturierte Planung können Ressourcen wie Zeit, Budget und Personal effizienter eingesetzt werden. Dies minimiert Verschwendung und trägt dazu bei, den Erfolg der Kampagne erheblich zu erhöhen.

Die folgende Checkliste gibt Orientierung zu wichtigen Punkten der Leitung einer Fundraisingkampagne.

1. Zielsetzung klären

- ✓ Definiere die Hauptziele der Kampagne
- ✓ Überlege, was du mit der Kampagne erreichen möchtest. Möchtest du:
 - Bestehende Unterstützer zu weiteren Spenden anregen?
 - Neue Spender gewinnen?
 - Die langfristige Bindung vorhandener Mitglieder an die Organisation stärken?
- ✓ Bestimme die Kennzahlen zur Erfolgsmessung
Lege fest, wie du den Erfolg der Kampagne messen möchtest. Mögliche Kennzahlen sind:
 - Gependete Euro: Wie viel Geld wurde insgesamt gesammelt?
 - Anzahl der Neuspender: Wie viele neue Unterstützer konnten gewonnen werden?
 - Interaktionen in sozialen Medien: Wie viele Likes, Shares oder Kommentare gab es?

2. Zielgruppe und Kanäle festlegen

- ✓ Identifiziere die Zielgruppe(n):
Überlege, wer deine Kampagne ansprechen soll. Wer sind die Menschen, die du erreichen möchtest?

- ✓ Wähle geeignete Kommunikationskanäle
Entscheide, über welche Kanäle du deine Zielgruppe erreichen möchtest. Mögliche Optionen sind:
 - Postalisches, persönliches Anschreiben
 - Soziale Medien: Facebook, Instagram, Twitter
 - E-Mail: Newsletter oder persönliche Einladungen
 - Veranstaltungen: Infoabende, Workshops oder Spendenaktionen

3. Botschaft entwickeln

- ✓ Formuliere die zentrale Botschaft.
Überlege dir, was du deiner Zielgruppe mitteilen möchtest. Die Botschaft sollte klar, einprägsam und emotional ansprechend sein. Sie sollte den Grund für die Kampagne und die Wichtigkeit der Unterstützung deutlich machen.

4. Zeitplan erstellen

- ✓ Plane, welche Schritte bis wann erledigt sein müssen.
 - Setze dir realistische Fristen.
 - Plane ausreichend Zeit für Freigaberunden ein
 - Berücksichtige, dass es Zeit braucht, um Texte, Bilder und andere Materialien absegnen zu lassen.
 - Plane Pufferzeiten ein, um Stress zu vermeiden.

5. Rollen und Verantwortlichkeiten definieren

- ✓ Überlege, wer alles an der Kampagne beteiligt ist. Wer kümmert sich um was?
- ✓ Kläre, wer die Entscheidungen trifft. Wer hat das letzte Wort bei wichtigen Fragen?

6. Detailplanung durchführen

- ✓ Erstelle einen detaillierten Umsetzungsplan und halte fest, welche Aufgaben zu erledigen sind und wer dafür verantwortlich ist.
- ✓ Achte darauf, dass alle Beteiligten den Plan kennen und verstehen.

7. Frühzeitige Abstimmung

- ✓ Organisiere regelmäßige Meetings, um den Fortschritt zu besprechen und alle auf dem Laufenden zu halten.
- ✓ Identifiziere mögliche Stolpersteine.
- ✓ Sprich frühzeitig über Herausforderungen, die auftreten könnten, und überlege, wie du sie umgehen kannst.

8. Flexibilität und Anpassungsfähigkeit

- ✓ Bereite dich auf Änderungen vor.
- ✓ Sei offen für Anpassungen, falls etwas nicht wie geplant läuft. Flexibilität ist wichtig!
- ✓ Halte die Kommunikation offen:
- ✓ Ermutige alle Beteiligten, Feedback zu geben und Fragen zu stellen. So kannst du schnell auf Probleme reagieren.

9. Monitoring und Auswertung

- ✓ Überwache den Fortschritt regelmäßig und halte den Status der Kampagne im Blick.
- ✓ Nach Abschluss der Kampagne lohnt es sich die den Prozess kritisch auszuwerten.

10. Dokumentation und Nachbereitung

- ✓ Plane eine Nachbesprechung.
- ✓ Diskutiere Erfolge und mögliche Verbesserungen mit dem Team.
- ✓ Dokumentiere alle Schritte und Entscheidungen und halte wichtige Informationen fest. So erstellst Du Dir eine ganz individuelle, zum Team und zur Arbeitskultur passgenaue Checkliste für zukünftige Fundraisingkampagnen.

Wir wünschen viel Freude und guten Erfolg bei der Umsetzung.

Kontakt:

Kathrin Lange-Knopsmeier

Regionales Fundraising - Kirchenmitgliederbindung

0345-122 99 181 | 0176-111 167 03

lange-knopsmeier@diakonie-ekm.de