

# DAS ANGEBOT MACHT'S...

## Wie Fundraising für Familienzentren gelingt.

Jena, 21. November 2013

**Jens Uwe Böttcher**

Dr. iur. (Bonn) LL.M. (UBC)

**. . . und die Einladung .**

# Worum es im Kern geht :

- Warum soll ich Dir was geben?

# Was voraussetzt :

- Warum sind Familienzentren notwendig?

# Gemeinplätze :

# Gemeinplätze :

- Teilhabestrategien statt Melktechniken.

# Gemeinplätze :

- Teilhabestrategien statt Melktechniken.
- Das Ziel steht im Vordergrund allen Wirkens  
*und*  
allen Argumentierens

# Gemeinplätze :

- Teilhabestrategien statt Melktechniken.
- Das Ziel steht im Vordergrund allen Wirkens
- *und*
- allen Argumentierens
  
- Geld ist das Mittel, nicht das Ziel.



*ergo:*

**Partnerschaft** ist die Botschaft,  
nicht Geld !

# Fundraising

- ist die Kunst, für mein ***gemeinnütziges*** Anliegen von anderen Unterstützung zu erhalten, indem ich sie dafür gewinne, sich dieses Anliegen auch zu eigen zu machen.

# Fundraising

- ersetzt den Zufallstreffer durch ein systematisches, tendenziell langfristig angelegtes Verfahren;

# Fundraising

ist ein **Gestaltungsprozess**, der im wesentlichen aus

# Fundraising

ist ein **Gestaltungsprozess**, der im wesentlichen aus

- kreativen **Marketingelementen**,

besteht.

# Fundraising

ist ein **Gestaltungsprozess**, der im wesentlichen aus

- kreativen **Marketingelementen**,
- gefühlvoller **Kommunikation**

besteht.

# Fundraising

ist ein **Gestaltungsprozess**, der im wesentlichen aus

- kreativen **Marketingelementen**,
- gefühlvoller **Kommunikation** und
- solidem **Management**

besteht.

# Fundraising verändert



# Fundraising verändert

- Schärft Selbst-Bewusstsein !

# Fundraising verändert

- Schärft Selbst-Bewusstsein !
- Stärkt interne Gemeinschaft !

# Fundraising verändert

- Schärft Selbst-Bewusstsein !
- Stärkt interne Gemeinschaft !
- Fördert Interaktion mit Gesellschaft !

# Fundraising verändert

- Schärft Selbst-Bewusstsein !
- Stärkt innere Gemeinschaft !
- Fördert Interaktion mit Gesellschaft !
- Bietet (*nicht: "verlangt"*) Rechenschaft !

# Fundraising verändert

- Schärft Selbst-Bewusstsein !
- Stärkt innere Gemeinschaft !
- Fördert Interaktion mit Gesellschaft !
- Bietet Rechenschaft !
- Weist Schule Platz als geistigen Marktplatz ihrer Umgebung zu !

# Fundraising

- Ermöglicht Entfaltung ausserhalb festgelegter Bürokratien;

# Fundraising

- Ermöglicht Entfaltung ausserhalb festgelegter Bürokratien;
- Setzt Kreativitäten frei;

# Fundraising erfordert . . .



# Fundraising erfordert . . .

- das unbedingte Engagement für die Sache,

# Fundraising erfordert . . .

- das unbedingte Engagement für die Sache,
- Geduld, Beharrlichkeit und Ausdauer ! !

Unter **Sponsoring** wird, nach dem **Ausführungserlass** zur **Abgabenordnung**,

„üblicherweise die Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen durch Unternehmen zur Förderung von Personen, Gruppen und / oder Organisationen in sportlichen, kulturellen, kirchlichen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen verstanden, mit der regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden.“

(AEAO zu § 64, Ziff. 7)

# Wer spendet?

Rund 40% der Bundesbürger über 14 Jahren (knapp 28 Mio Personen) bejahen regelmäßig die Frage "Haben Sie innerhalb der letzten 12 Monate mindestens einmal für eine gemeinnützige Organisation gespendet?"

Quelle: TNS-EMNID-Spendenmonitor seit 2000.

# Spendenzwecke

Kirche/Glaubensgemeinschaften	33
Sofort-/Nothilfen in (Bürger)kriegs- und Katastrophengebieten	24
Behinderten-/Krankenhilfe	27
<b>Kinder- und Jugendhilfe</b>	<b>22</b>
<b>Wohlfahrtspflege/Soziale Hilfen</b>	<b>27</b>
Entwicklungshilfe (längerfristige Projekte)	12
Tierschutz	11
Umwelt- und Naturschutz	9
<b>Bildung/Wissenschaft/Forschung</b>	<b>3</b>
Politische Arbeit	3
Kunst-/Kultur	1

# Perspektivenwechsel :

# Perspektivenwechsel :

- **Selbst-Bewusstsein !**

# Perspektivenwechsel :

- **Selbst-Bewusstsein !**
- **Das Einmalige , Besondere transportieren !**



# Perspektivenwechsel :

- **Selbst-Bewusstsein !**
- **Das Einmalige , Besondere transportieren !**
- **Vermittler / Koordinator / Katalysator sein !**

# Perspektivenwechsel :

- **Selbst-Bewusstsein !**
- **Das Einmalige , Besondere transportieren !**
- **Vermittler / Koordinator / Katalysator sein !**
- **Fördererblick (Förderer-Respekt) !**

# Die 6 Richtigen im Fundraising

# Die 6 Richtigen im Fundraising

## 1. Richtiges Selbstverständnis

# Die 6 Richtigen im Fundraising

1. Richtiges Selbstverständnis
2. Richtiges Anliegen / Projekt

# Die 6 Richtigen im Fundraising

1. Richtiges Selbstverständnis
2. Richtiges Anliegen / Projekt
3. Richtiges Nutzwert für das Gemeinwohl

# Die 6 Richtigen im Fundraising

1. Richtiges Selbstverständnis
2. Richtiges Anliegen / Projekt
3. Richtiges Nutzwert für das Gemeinwohl
4. Richtige Förderer

# Die 6 Richtigen im Fundraising

1. Richtiges Selbstverständnis
2. Richtiges Anliegen / Projekt
3. Richtiges Nutzwert für das Gemeinwohl
4. Richtige Förderer
5. Richtiges Angebot



# Die 6 Richtigen im Fundraising

1. Richtiges Selbstverständnis
2. Richtiges Anliegen / Projekt
3. Richtiges Nutzwert für das Gemeinwohl
4. Richtige Förderer
5. Richtiges Angebot
6. Richtiger Zeitpunkt

# Einstiegsfragen :

# Einstiegsfragen :

- Wie werden wir zu einem guten Partner?
- Wie bleiben wir ein guter Partner?

# Einstiegsfragen :

- Wie finden wir den passenden Partner?
- Wer passt zu uns?

# Einstiegsfragen :

- Wie werden wir zu einem guten Partner?
- Wie bleiben wir ein guter Partner?
- Wie finden wir den passenden Partner?
- Wer passt zu uns?

# Fundraising ist zuvörderst . . .

# K o m m u n i k a t i o n !

# Kommunikation muss

- selbstbewusst

sein .



# Kommunikation muss

- selbstbewusst
- gewinnend

sein .

# Kommunikation muss

- selbstbewusst
  - gewinnend
  - zukunftsgestaltend
- sein .

# Kommunikation muss

- selbstbewusst
- gewinnend
- zukunftsgestaltend
- eindeutig  
sein .

# Nur der Überzeugte überzeugt.

**Joseph Joubert**  
(1754 – 1824)

# Kommunikation muss

- Bedarf

- Warum sind Familienzentren notwendig?
- Welche Bedeutung haben / zukunftsgestaltende Wirkung entfalten sie?

überzeugend vermitteln !

# Kommunikation muss

- Bedarf

- Warum sind Familienzentren notwendig?
- Welche Bedeutung haben / zukunftsgestaltende Wirkung entfalten sie?

- Kompetenz

- Warum wir die richtigen Ideen / das richtige Konzept haben.
- Welche Kompetenz wir haben, das Projekt zu verwirklichen.

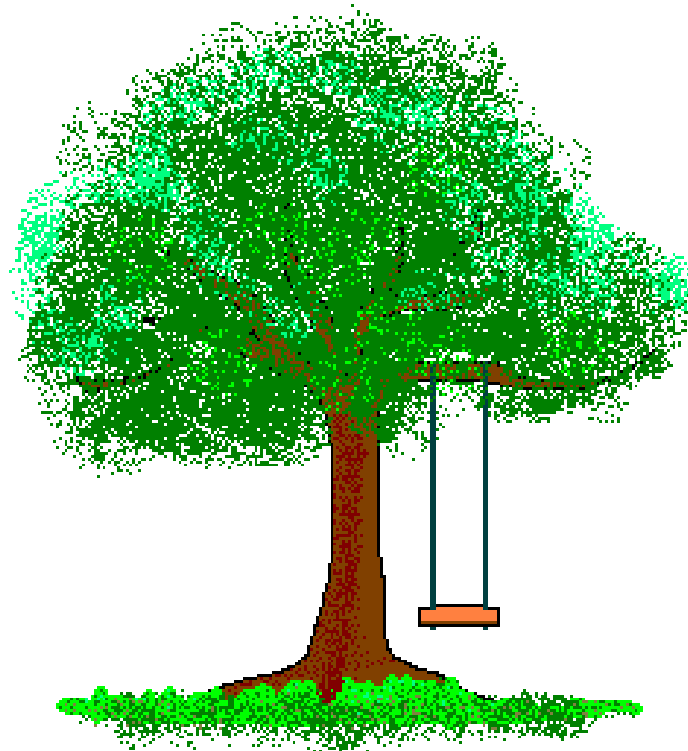
überzeugend vermitteln !

# Kommunikation muss

- Kompetenz
- Bedarf
- Angebot & *Einladung*

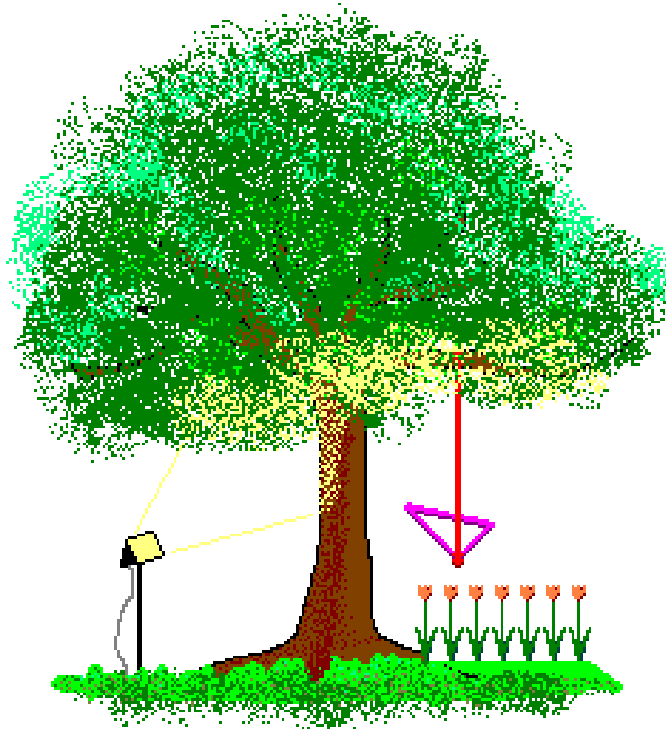
überzeugend vermitteln !

# Wunsch des Bauherrn

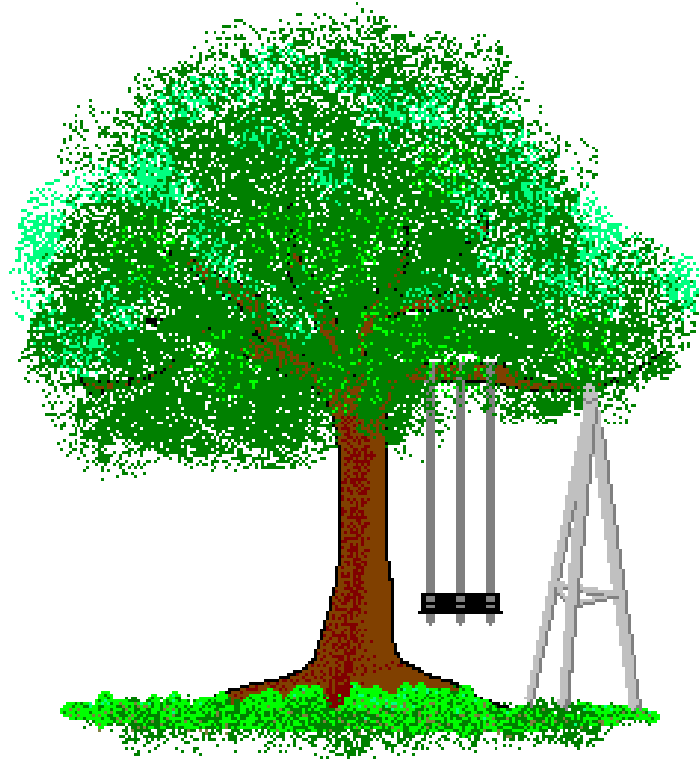




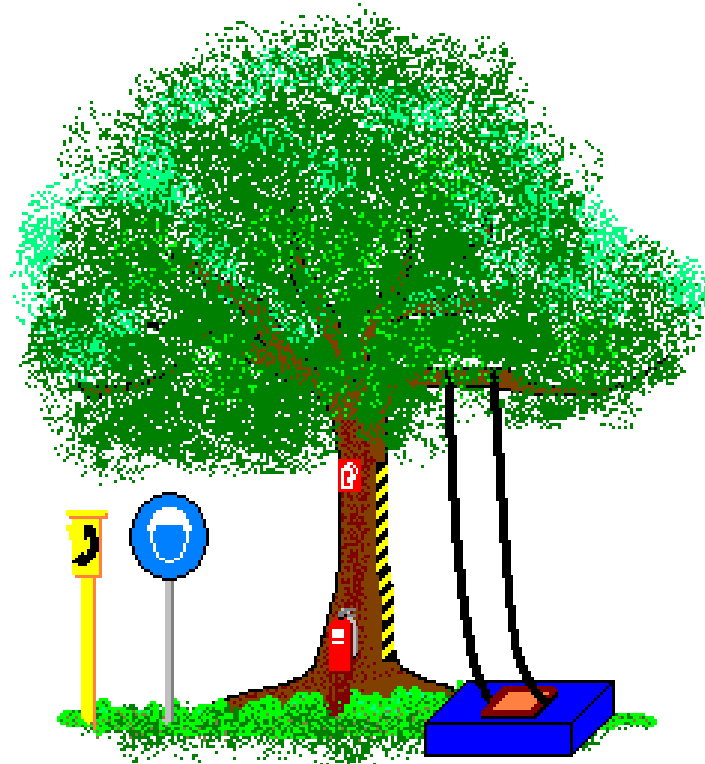
# Entwurf der Planer



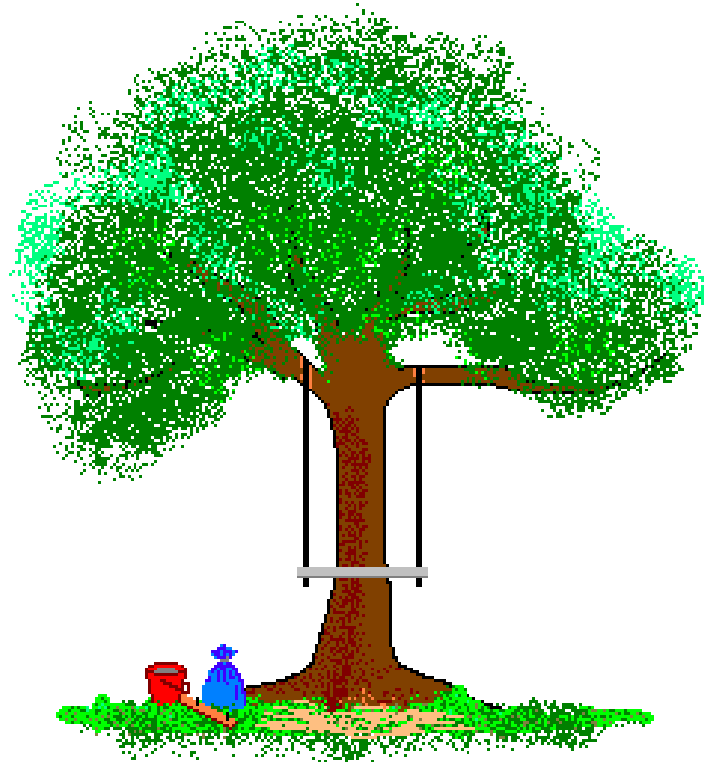
# Berechnung des Statikers



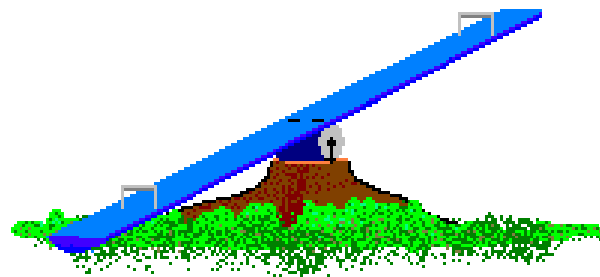
# Behördliche Auflagen



# Ausführung durch Fachfirma



# Abschluss der Sanierung



**"Dieses Land hat immer noch kluge Köpfe und fleißige Hände, es ist wohlgeordnet und verlässlich, reich an Erfahrung und Kenntnissen, kulturell vielfältig und aktiv und, was das wichtigste ist, es ist frei. Lassen wir also alle Larmoyanz beiseite. Um die Herausforderungen, die vor uns liegen, zu meistern, müssen wir uns und unsere Mitbürger motivieren. Motivieren aber kann man nur, wenn man prägende und anregende Ausstrahlung besitzt. Haben Sie schon mal einen Pessimisten mit Ausstrahlung gesehen?"**

Alfred Herrhausen, 1989

**D a n k**  
und  
**gutes Gelingen !**

Im Hafen ist ein Schiff sicher,  
aber dafür werden Schiffe  
nicht gebaut