

„Wenn der Herr einen Menschen mit Reichtümern segnet, macht er ihn zu einem Verwalter dieser Reichtümer zum Wohl aller, nicht zu seinem eigenen Wohl“

– Papst Franziskus



Arbeitshilfe
Februar - März 2024

Fundraising

Wir müssen kreativ sein, um die Nachhaltigkeit unseres Tuns zu sichern

Einführung

Dem Vorbild des heiligen Vinzenz von Paul und der Soziallehre der Kirche folgend, ist es die Aufgabe der AIC, Armut und Ausgrenzung in all ihren Formen durch nachhaltige Initiativen und Projekte zu bekämpfen. Dafür arbeiten wir gemeinsam mit unseren Schwestern und Brüdern, die in Armut leben und ermutigen alle notleidenden Menschen, ihre eigenen Stärken zu entdecken, unterstützen wir Bildung und fördern die Würde aller Menschen, erheben wir unsere Stimme gegen Ungerechtigkeit und üben Druck auf Entscheidungsträger aus, mit dem Ziel, die Ursachen der Armut zu beseitigen¹. Um **unsere Aktivitäten durchführen zu können**, brauchen wir nicht nur ehrenamtliches Engagement, sondern auch **finanzielle Mittel**.

Gute **Kommunikation** ist eine grundlegende Fähigkeit im Fundraising: Wir müssen in der Lage sein, anderen unsere Arbeit und ihre Ziele zu erklären und zu vermitteln. Auf diese Weise können wir sie dazu ermutigen, für unsere Sache zu spenden. Bei guter Kommunikation geht es darum, den **Spendern zu zeigen, dass sie mit ihrer Spende die Möglichkeit haben, die Welt entscheidend zu verändern**. Deshalb ist es wichtig, die besten Wege zu finden, um ihnen zu erklären, wie sie ganz konkret zur Bekämpfung der Armut und zur Verbesserung der Lebensqualität der am meisten gefährdeten Menschen beitragen können. Mit ihrer Spende können sie nicht nur einen Beitrag zu einer guten Sache leisten und sich selbst gut fühlen, ihr Beitrag verändert auch ihr eigenes Leben.

Alle Mitglieder des Verbandes sind **potenzielle Spendensammler und mitverantwortlich für die Suche nach Ressourcen**. Daher müssen wir alle gut verstehen, was unser Verband tut, d.h. das „Wie“, „Warum“ und „Wofür“.

Andererseits sind Fundraising-Aktivitäten auch nützlich, um das Profil unseres Verbandes zu schärfen – sie tragen zu seiner Sichtbarkeit bei – und sind wesentlich für seine Nachhaltigkeit und die Garantie einer größeren, langfristigen Wirkung unserer Aktionen.

Ziel dieser Arbeitshilfe ist es, Ihnen einige Ideen und Instrumente zu vermitteln, die dabei helfen können, auf kreative Art und Weise die Mittel zu beschaffen, die wir alle für die Durchführung unserer Aktionen benötigen.

¹ [Die Mission der AIC](#), wie sie auf der Website der AIC definiert ist.

1. Einige grundlegende Prinzipien

Für eine erfolgreiche Mittelbeschaffung müssen verschiedene Grundsätze beachtet werden.

- **Wissen über:**
 - den Verband und seiner Bedürfnisse, um diese darlegen zu können
 - potenzielle Spender und ihre Kriterien, um sie bestmöglich um ihre Unterstützung zu bitten. Es gibt Unterschiede bei den Spendengewohnheiten, dem rechtlichen Umfeld und der Verfügbarkeit von Mitteln, die es zu berücksichtigen gilt.
- **Kommunikation:** Wir sollten die am besten geeigneten Medien nutzen und Material entwickeln zur:
 - Vorstellung der AIC und ihrer Bedürfnisse
 - Abstimmung der Ziele potenzieller Spender mit denen unseres Verbandes
- **Organisation und Planung:** die Entwicklung einer Strategie.
- **Die Bitte:** Wenn wir nicht bitten, wird uns nicht gegeben.

„Du verpasst 100% der Chancen, die du nicht nutzt“ – Wayne Gretzky, Eishockey-Legende

Wenn wir die Betroffenen in die Bitte um Spenden einbeziehen, ist die Wahrscheinlichkeit größer, dass wir Unterstützung erhalten. Das ist eine echte Chance! Menschen spenden für andere, weil sie darum gebeten werden. Seien Sie beim Bitten proaktiv, beharrlich und höflich.

- **Dank an unsere Spender:** Es ist wichtig, allen Personen/Organisationen, die unserem Verband etwas spenden, **sofort zu danken**. Es ist ein Zeichen des Respekts für ihre Entscheidung zu spenden und unsere Dankbarkeit kann sie dazu veranlassen, auch in Zukunft einen Beitrag zu leisten.
- **Information:** Es ist nicht nur wichtig, den Spendern zu zeigen, dass sie in der Lage sind, in der Welt etwas zu bewirken, sondern auch, dass sie zu einem späteren Zeitpunkt über die **konkreten Auswirkungen** der finanziellen Unterstützung informiert werden, und zwar durch klare und vollständige Tätigkeitsberichte, die diese Auswirkungen aufzeigen.
- **Ausdauer und Geduld:** Es braucht Zeit, um eine wirksame Fundraising-Strategie zu schaffen, die auf einem Vertrauensverhältnis zu den Spendern beruht.

2. Die Entwicklung einer effektiven Fundraising-Strategie

Der Verband sollte über ein engagiertes Team verfügen, das auf der Grundlage eines strategischen Gesamtplans eine Fundraising-Strategie entwickelt und koordiniert. Idealerweise sollte diese Strategie einen Zeitraum von mehreren Jahren abdecken und realistische Prognosen zu den finanziellen Einnahmen und Ausgaben enthalten. Bei der Entwicklung der Strategie sollten die Ziele und die angestrebten Ergebnisse sowie der Nutzen der Mittelbeschaffung zur Erreichung dieser Ziele festgelegt werden.

Darüber hinaus sollte eine Datenbank mit Kontakten zu Organisationen oder Einzelpersonen – einschließlich früherer Spender – eingerichtet werden und es sollte auch in Erwägung gezogen werden, etwaige frühere Fundraising-Aktivitäten bekannt zu machen, da aus Erfolgen und Misserfolgen immer Lehren gezogen werden können.

- **Schritte zur Entwicklung einer Fundraising-Strategie**

Im Folgenden finden Sie eine Reihe von Schritten zur Entwicklung einer Fundraising-Strategie².

Schritt 1: Auftrag und Ziele des Verbandes

Das verantwortliche Team sollte den allgemeinen Auftrag und die Ziele festlegen, auf die sich die Fundraising-Strategie stützen soll.

Schritt 2: Interne und externe Einflüsse

Interne und externe Einflüsse, die sich auf unseren Fundraising-Plan auswirken können, sollten durch eine SWOT-Analyse (Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken) berücksichtigt werden. Im Allgemeinen sind Stärken und Schwächen interne Einflüsse, während Chancen und Risiken in der Regel extern sind.

STÄRKEN <ul style="list-style-type: none">- Viele Kontakte- Gut ausgebildete Führungskräfte- Positives Image in der Öffentlichkeit- Guter Ruf	SCHWÄCHEN <ul style="list-style-type: none">- Mangelnde Fähigkeit, neue Projekte zu bearbeiten- Mangel an Erfahrung- Wenige Freiwillige
CHANCEN <ul style="list-style-type: none">- Schärfung des Profils- Bessere Nutzung von Traditionen- Aufbau organisatorischer Nachhaltigkeit- Gewinnung neuer Freiwilliger	RISIKEN <ul style="list-style-type: none">- Konkurrenz durch andere Organisationen- Geringere Spenden in der derzeitigen Wirtschaftslage

Die Ergebnisse der SWOT-Analyse werden uns eine klarere Vorstellung von den zu berücksichtigenden Chancen und potenziellen Nachteilen vermitteln. Es ist ratsam, diese Form der Analyse durchzuführen, um den Fortschritt der Fundraising-Strategie zu bewerten.

Schritt 3: Ziele der Mittelbeschaffung

Auf der Grundlage der Bedürfnisse des Verbands (Schritt 1) und der Ergebnisse der SWOT-Analyse (Schritt 2) können Ziele für die Mittelbeschaffung festgelegt werden (z. B. die Beschaffung von Mitteln für den Kauf eines Grundstücks, auf dem ein Schutzraum gebaut werden soll, oder die Beschaffung von Mitteln zur Deckung der Gehälter der Mitarbeiter, die die Arbeit des Verbands drei Jahre lang unterstützen). Die Prioritäten sollten klar festgelegt werden.

Schritt 4: Arten von Spendern

Potenzielle Spender und ihre Eigenschaften sollten gesucht und untersucht werden.

² Entnommen aus „The Guide to Good Fundraising“ des UK Institute of Fundraising, zitiert unter https://duz92c7qaoni3.cloudfront.net/documents/2_9_1_ES_fundraising-booklet.pdf.

Schritt 5: Methoden der Mittelbeschaffung

Unter Berücksichtigung der Ziele, der verfügbaren Spender und der geschätzten Zeit für die Mittelbeschaffung sollten Sie die Methoden der Mittelbeschaffung planen, in die die personellen und materiellen Ressourcen des Verbands investiert werden sollen. Es ist wichtig, die Zeit festzulegen, die für die vorgeschlagenen Fundraising-Aktivitäten aufgewendet werden müssen, damit die Entwicklung der Maßnahmen mit den Betroffenen nicht beeinträchtigt wird.

Schritt 6: Ressourcen und Budget

Die Investition von Zeit und Geld in Fundraising-Aktivitäten ist unerlässlich, damit diese effizient sind. Schätzen Sie für jede geplante Fundraising-Aktivität die erforderlichen personellen, materiellen und finanziellen Ressourcen. Außerdem sollte ein Budget erstellt werden, in dem die Kosten und potenziellen Einnahmen der Maßnahme veranschlagt werden, wobei mögliche Risikofaktoren, die letztere einschränken könnten, zu berücksichtigen sind (z. B. kann Regen die Besucherzahl und die Einnahmen bei einer Veranstaltung im Freien verringern).

3. Aufbau einer Beziehung zu den Spendern

Die Mittelbeschaffung erfordert Zeit, insbesondere um stabile und dauerhafte **Vertrauensbeziehungen** zu den Spendern aufzubauen, die deren Kontinuität bei der Bereitstellung von Mitteln gewährleisten. Zu diesem Zweck ist es wichtig, dass wir ihnen nicht nur unsere Wertschätzung zeigen, sondern sie auch zeitnah über die Verwendung der von ihnen bereitgestellten Mittel und deren tatsächliche Auswirkungen auf unsere Projekte informieren.

Potenzielle Spender gibt es viele. Im Folgenden stellen wir einige Beispiele für die wichtigsten vor:

- **Einzelpersonen:** Dazu können Ehrenamtliche und Mitarbeiter, Familienmitglieder, Freunde und ehemalige Mitglieder gehören.
- **Lokale und nationale Behörden:** Einige unterstützen Verbände, indem sie Mittel für die Zusammenarbeit bei Werbeprojekten bereitstellen.
- Lokale, nationale und multinationale **Unternehmen.** Sie können einen Beitrag in Form von Geld, Sach- und Wissensspenden leisten. Es können Sponsoring-Vereinbarungen getroffen werden, in denen unser Verband das Unternehmen im Gegenzug für einen bestimmten Beitrag fördert.
- **UN und UN-nahe Organisationen (UNICEF, UNDP, UNFPA, UNESCO, WHO):** Die UN-Organisationen stellen weltweit große Mengen an Finanzmitteln zur Verfügung.
- **Europäische Mittel:** Die Europäische Kommission verfügt über wichtige Finanzierungsprogramme für die Entwicklungsländer in Bereichen wie soziale Wiedereingliederung und die Eingliederung marginalisierter Gruppen, Erziehung zu Staatsbürgerschaft und Menschenrechten, Gleichstellung der Geschlechter, Aufklärung über sexuelle und reproduktive Gesundheit, Umweltschutz und Kultur. In diesem Zusammenhang ist anzumerken, dass die Verwaltung der von ihr finanzierten Projekte größere Managementkapazitäten erfordert. Es ist jedoch wichtig zu wissen, dass nur

rechtmäßig eingetragene Organisationen förderfähig sind, und wir müssen sicherstellen, dass unser Verband die rechtlichen Anforderungen erfüllt.

- **Stiftungen:** In vielen Ländern gibt es Stiftungen, die Zuschüsse für ausgewählte Organisationen und Zwecke bereitstellen.
- **Internationale Nichtregierungsorganisationen (INGOs):** Einige multinationale Wohltätigkeitsorganisationen können Hilfe anbieten.
- **Lokale Gruppen:** z.B. auf der Ebene der Vinzentinischen Familie oder verschiedener AIC-Gruppen können Projekte unter Beteiligung aller gefördert werden.

4. Einkommenschaffende Maßnahmen

Es gibt viele Möglichkeiten der Mittelbeschaffung, und es werden ständig neue entwickelt. Hier sind nur ein paar Beispiele, aber **wir sind sicher, Sie können noch viele weitere hinzufügen!**

VERKAUF	VERANSTALTUNGEN		ANDERE
<ul style="list-style-type: none"> • Gespendete Lebensmittel oder Geschenke • Theater-/Tanz-/Kinokarten • Aufkleber/Werbezeichen • T-Shirts, Kugelschreiber und Taschen mit dem Logo oder Namen des Verbands • Windlichter und Rosenkränze • Kunsthandwerk • Markenartikel • Virtuelle Torten • Kuchen/Kekse • Rezepte • Kleidung aus zweiter Hand • Weihnachtskarten • Stoff/Nähmaterial • Kerzen 	<ul style="list-style-type: none"> • Solidaritäts-Bankette • Bingos • Preisverleihungszereemonien • Cocktailparty /Ausstellung /Kunstverkauf • Musikkonzert • Persönliche oder virtuelle Benefizkonzerte • Modeschauen • Sportliche Veranstaltungen mit Sponsoren • Ausstellungen • Internationale Lebensmittelmesse, typische Gerichte des Landes • Marathon, Wandertag 	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation von Mahlzeiten/Tänzen und Verkauf von Tischplätzen • Koch- oder Konditoreiwettbewerbe, die von möglichst vielen privaten Unternehmen gesponsert werden • Rezitation von Gedichten und Liedern • Verlosungen /Lotterie • Auktionen • Kultureller Abend • Gesponserte Filmpremiere 	<ul style="list-style-type: none"> • Sammlungen während der Messe • Druck und Verkauf von Kalendern mit verschiedenen Fotos • Autowäsche

5. Schlagwörter, die Ihnen bei Ihren Fundraising-Bemühungen helfen können:

- „Ihre Hilfe ist entscheidend, um dieses Projekt zu ermöglichen – jede kleine Spende zählt!“
- „Gemeinsam können wir etwas bewirken – werden Sie sich unserer Sache anschließen?“
- „Ihre Großzügigkeit kann Leben verändern – spenden Sie noch heute!“
- „Unser Ziel ist es, Geld für einen guten Zweck zu sammeln – werden Sie uns dabei helfen?“

- *„Jeder Beitrag zählt und bringt uns unserem Ziel näher – machen Sie mit!“*
- *„Beteiligen Sie sich an diesem Solidaritätsprojekt und tragen Sie Ihr Sandkorn bei.“*
- *„Ihre Spende ist eine Investition in eine bessere Zukunft – danke, dass Sie Teil dieser Geschichte sind!“*
- *„Mit Ihrer Hilfe können wir diesen Traum verwirklichen – gemeinsam sind wir nicht zu stoppen!“*
- *„Ihre Solidarität kann Leben verändern – werden Sie uns helfen, dies zu erreichen?“*
- *„Jeder Beitrag summiert sich und bringt uns unserem Ziel näher – wir zählen auf Sie!“*
- *„Ihre Großzügigkeit kann im Leben vieler Menschen etwas bewirken. Schließen Sie sich uns an und lassen Sie uns gemeinsam Leben verändern.“*
- *„Mit Ihrer Hilfe können wir Projekte vorantreiben, die unserer gesamten Gesellschaft zugutekommen – machen Sie mit!“*
- *„Mit Ihrer finanziellen Unterstützung können wir das Leben derjenigen, die es am meisten brauchen, nachhaltig beeinflussen – tragen Sie jetzt dazu bei!“*
- *„Jeder Beitrag zählt und ermutigt uns, weiter für eine gerechtere Welt zu arbeiten – danke für Ihre Mitarbeit!“*
- *„Ihre Solidarität ist der Motor, der uns antreibt – danke, dass Sie an unsere Mission glauben!“*
- *„Ihre Großzügigkeit kann Leben verändern und Träume Wirklichkeit werden lassen – danke, dass Sie Teil dieser Veränderung sind!“*
- *„Mit Ihrer Spende können wir denjenigen, die es am meisten brauchen, Hoffnung und Veränderung bringen – spenden Sie jetzt!“*
- *„Jeder Beitrag summiert sich und bringt uns unserem Ziel näher – vielen Dank, dass Sie sich für diese Sache einsetzen!“*
- *„Ihre Solidarität ist der Grundpfeiler, der unsere Aktionen trägt – vielen Dank für Ihre Großzügigkeit!“*

**Machen Sie mit! Seien Sie begeistert von Ihrer
Spendensammlung!**

Fragen zur Diskussion in Ihren Gruppen:

1. Was ist Ihnen bei dieser Arbeitshilfe zum Fundraising am meisten aufgefallen?
2. Was brauchen wir, um effizient Mittel zu beschaffen?
3. Was sind unsere Stärken und Schwächen, unsere Risiken und Chancen?
4. Welche anderen Formen der Mittelbeschaffung außer Spenden könnten wir versuchen?
5. Erstellen Sie einen Flyer, um zu Spenden/Beiträgen zu ermutigen.

*Überlegungen zusammengestellt von Gloria Amparo Benitez und Milagros Galisteo,
November 2023*