

## Fundraising

- Nicht nur Bares ist Wahres – Neue Einnahmequellen durch Sachspenden-Marketing oder
- **Welches Geld?**

## Fundraising - Spenden

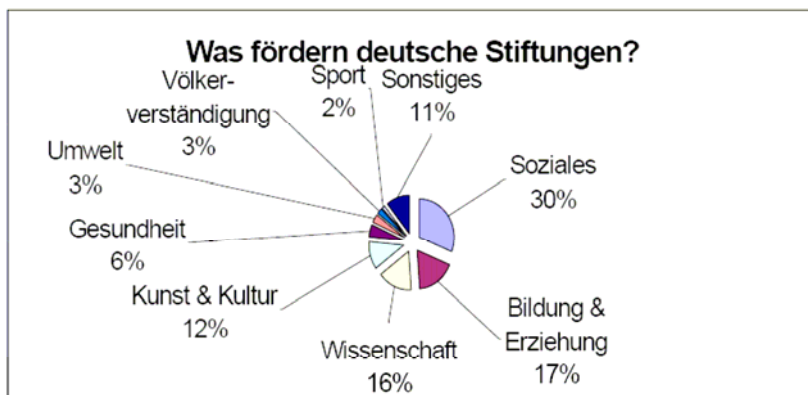
- sind flexibel einzusetzen und bei guter Arbeit sowie entsprechender Veröffentlichung auch beständig.

## Fundraising - Sponsoring

- kann eine gute Zusatzfinanzierung bilden und die eigene Öffentlichkeitsarbeit bereichern.
- Wenn ein Unternehmen sponsort, hat es einen Imagegewinn und die Werbung im Sinn. Es handelt sich um ein Geschäft, bei dem die gesponsorte Initiative eine Gegenleistung zu erbringen hat.
- Sponsoring ist meist **lokal angebunden** und der Sponsor sucht in der Regel **längerfristige Zusammenarbeit**, um Vertrauen zu schaffen.
- Die ESB, **Europäische Sponsoring-Börse**, veröffentlicht Sponsoring-Gesuche. Kultur (13), Medien (1), Events (8), Soziales (6), Sport (27), Wissenschaft (1) [www.esb-online.com](http://www.esb-online.com)

## Fundraising - Stiftungsgelder

- sind meist ohne allzu viel Bürokratie für einmalige kleine und mittlere Pilotprojekte gut einzusetzen.



## Fundraising – Landes- und Bundesmittel

- erfordern einige Einarbeitung in die Strukturen, sind dann aber in jedem neuen Haushaltsjahr wiederholbar

## Fundraising – Europäische Förderung

- erfordern ein hohes Maß an Informationsrecherche und Verwaltungsarbeit, sind aber bei Erfolg von meist relativ hohen Zuschüssen gekrönt.
- Das Gesamtverzeichnis: Über 100 kostenlose Newsletter zu den Arbeitsbereichen der Generaldirektionen können abonniert werden unter: <http://eur-op.eu.int/general/de/c10.htm>
- Online Runterlademöglichkeit für Förderprogramme wie Sokrates, Comenius, Erasmus, Tempus, Jugend, Kultur 2000, Leonardo etc. [http://europa.eu.int/comm/dg10/publications/progr/index\\_de.html](http://europa.eu.int/comm/dg10/publications/progr/index_de.html)

## Fundraising – Eigenfinanz. Unternehmungen

- (über Teilnehmerbeiträge, Verkauf, Publikationen, Dienstleistungen) erfordern zu Beginn vielleicht ein Umdenken und Risikofreudigkeit, sind dann aber in der Umsetzung nicht auf Entscheidungen anderer, sondern auf eigenen Kompetenzen begründet.

## Fundraising - Bußgelder

- Gemeinnützige Organisationen können sich kostenlos mit einem speziellen Antragsformular in das Verzeichnis beim Amts- oder Landesgericht aufnehmen lassen, um gerichtliche Bußgelder zu empfangen.

Richter können frei entscheiden, an welche Organisationen zu zahlen ist. Sie müssen über die eigene Organisation informiert sein – besser ist ein persönlicher Kontakt.

## Fundraising- Matching Funds

- **Spendenvervielfachung:** Bereitstellung einer Summe unter der Bedingung, dass ein oder mehrere andere sich in gleicher Höhe beteiligen. Oder eine Institution sagt zu jedem eingeworbenen Betrag zu verdoppeln bzw. zu verdreifachen. Bsp.: Henkel Förderwerk Genthin

## Fundraising - Spendenparlament

- Ursprung in Hamburg.
- Bürger, die einen **Mindestbetrag** spenden, erhalten **Sitz und Stimme im Spendenparlament**.
- Sie erhalten Transparenz und können über die Mittelverwendung **mitentscheiden**.
- In der öffentlichen Parlamentssitzung wird entschieden, **welche Projekte und Initiativen gefördert werden**.
- Eine ehrenamtliche **Projektkommission** prüft die **Förderanträge** und erarbeitet **Vorlagen** für die Beschlüsse des Parlaments.
- Neben finanzieller Hilfe verschafft ein Spendenparlament vielen Projekten **zugleich eine Bühne**, um auf ihre Arbeit und Probleme aufmerksam zu machen.

## Fundraising - Lottomittel

- Hier werden öffentliche und private Akteure einbezogen.
- Landesgesetze regeln, zu welchen Anteilen und in welcher Form z.B. gemeinnützige Organisationen von dem Gewinn der Lotteriegesellschaft profitieren. Die **Lotteriegesellschaften führen ihre Gewinne an die gemeinnützigen Träger ab**. Sie werden von einem Kuratorium geprüft.

Beispiele: Aktion Mensch, Deutsches Hilfswerk, Stiftung deutsche Klassenlotterie, Lotterie Unsere Welt

## Fundraising - Erbschaftsspenden

- Portal im Internet: [Zukunft-vererben.de](http://Zukunft-vererben.de)
- **Internetplattform** enthält Öffentlichkeitsarbeit für Erbschaftsmarketing
- Bietet Informationen und Beratung
- **Initiative von 5 Non-Profit-Organisationen** (Kooperation für einen gemeinsamen Webauftritt)
- Bereitschaft für die Aufnahme anderer NPOs ist vorhanden

## Rechnungslegung und Kosten

- Die **Kosten des Fundraising** sollen nicht mehr als 35% der Einnahmen überschreiten.
- Für Fundraising-Events, die auch der Öffentlichkeit dienen, liegt die Kostengrenze bei 50% der Einnahmen.
- Bei Großspenden und Erbschaftsmarketing: 10% - 20% Kostenanteil. Anbahnungszeit: 4 – 7 Jahre
- Bei Fördermitteln von Stiftungen und Unternehmen: 20% Kostenanteil
- Es wird Wert gelegt auf eine **ordnungsgemäße Buchführung**, ggf. auf **eine Prüfung des Jahresabschlusses** durch einen unabhängigen Wirtschaftsprüfer. (Deutscher Spendenrat, DZI, BSM u.a.)
- Auch an die interne **Organisationsstruktur** werden Ansprüche gestellt.

## Fundraising

- Grundsätzlich ist es sinnvoll, möglichst viele verschiedene voneinander unabhängige Finanzquellen miteinander zu kombinieren.