

- Grundlagen politischer Kommunikation für Kampagnen und Aktionen -
Fundraising in der Politik

Karin Pritzel & Marcus Beyer
im Auftrag des Landesbüro Sachsen-Anhalt der Friedrich-Ebert-Stiftung

Fundraising in der Politik

Politisches Fundraising

Aktuelle Situation:

- Spende an politische Institutionen hat fahlen Beigeschmack
- Grund: Skandale der letzten Jahre
- Anders als in USA ist in Deutschland keine Spendentradition vorhanden
- Ziel: aufgrund der Finanzlage von Parteien müssen Spenden als gesellschaftliches Engagement anerkannt werden

Politisches Fundraising - Definition

- Unter Fundraising wird derjenige Teil des **Beschaffungsmarketing einer Non-Profit-Organisation** verstanden, bei dem die **benötigten Ressourcen** ohne marktadäquate materielle Gegenleistung **beschaffen** werden.
(nach Michael Urselmann)
- Dabei geht es nicht nur um Geld, sondern oftmals auch um Sachleistungen, Dienst- und Arbeitsleistungen sowie Rechte und Informationen.
- Beauftragte Person = Fundraiser (deutsche Übersetzung steht noch aus)

Politisches Fundraising

- dient einem konkret definierten Ziel
- unterstützt eine Sache und keine Person
- muss transparent, offen und nachvollziehbar sein
- ist ein Investitions- und Kommunikationstool
- muss stets dem Gesetz zur Parteienfinanzierung entsprechen (§25)

Fundraising: Abgrenzungen

Spende

- Spenden sind freiwillige Leistungen, die ohne Gegenleistung, aber in der Regel mit einer gewissen Zweckbestimmung gegeben werden.

Sponsoring

- Finanzielle oder sonstige Zuwendungen für Personen, Ereignisse und Medien gegen Nennung des Markennamens oder Sponsors zu Werbezwecken.

Mäzenatentum (Römer Maecenas):

- Ein Mäzen ist eine Person, die jemanden mit Geld oder geldwerten Mitteln bei der Erstellung eines Werks unterstützt ohne dabei eine direkte Gegenleistung zu verlangen. (Problem: Leistung des Mäzen beruht 100 Prozent auf Freiwilligkeit, das heißt, sie kann ohne Angabe von Gründen jederzeit gestrichen werden.)

Vorraussetzungen für ein erfolgreiches Fundraising I

- Keine Person/ kein Unternehmen „investiert“
 - in Nobody, erfolgreiches Fundraising (im Fall Personenwahlkampf) setzt voraus, dass Person glaubwürdig und (teils) bekannt und
 - oder in unklare Politikinhalte
- d.f. vor Ansprache potentieller Spender müssen eigene politische Richtlinien klar definiert werden

Vorraussetzungen für ein erfolgreiches Fundraising II

- Erfolgreiches Fundraising setzt **Teamarbeit** voraus
- Politisches Fundraising beginnt mit der **Erarbeitung des Kampagnenplans** (Definition von Aktionen) d.f. Einzelposten ermöglichen **Budgetplanung**, Kostenplan erfordert vorliegende **Kostenangebote**

Vorraussetzungen für ein erfolgreiches Fundraising III

- **Akquise konkreter Leistungen** für einen konkreten Zweck **setzt** **Ansprache konkret definierter Zielgruppen voraus**
- **Netzwerke nutzen** - Gewerkschaften, (Sport)Vereine, Verbände (UV), MC

Kosten Wahlkampf

- **Personalkosten**
Team (Honorierung Feste und freie Mitarbeiter, Praktikanten und Helferinnen)
- **Sachkosten (Arbeitsebene)**
Büro, Porto, Telefon (Telefonmarketing, PR- und Pressearbeit), Abos Zeitungen (Gegneranalyse) etc.
- **Einmalige Ausgaben**
Fachbücher, Kamera (Spiegelreflex, Digital), Kauf Domain (Stichwort Digitaler Wahlkampf), Versorgung Team (Motivation), T-Shirts (Team, Fans), Give-aways etc.

Kosten Wahlkampf

Ausgaben (Verwendung der Spenden)

- Vor jeder Ausgabe von Spendengeldern sollte geprüft werden, ob auch eine Sachspende möglich ist!
 - Aktionen
 - Kampagne
 - Druck
 - Bands
 - Anreise/Beherbergungskosten von Podiumsteilnehmern/Künstlern
 - Rhetorikseminar für Kandidaten
 - Empfänge (Buffet, Getränke – Sachsponsoring)
- GEMA-Gebühren durch SPD gedeckt!

Politisches Fundraising

Formen, Spenden einzuwerben:

- Mailings
- Aufruf auf Internetseite
- Persönliche Ansprache

Politisches Fundraising

Beispiel Mailings

- Voraussetzung:
 - Adressdatenbank (Adresslisten käuflich, Mitgliedschaft IHK, BVMW, Anwesenheitsliste bei Veranstaltungen)
 - Einheitliches Corporate Design / Visitenkarten, Briefpapier mit Logo Partei/Verein (Identifikation)

Politisches Fundraising

Das eigentlich Schreiben: Spendenbitte

- Korrekte Adressrecherche/ Funktion des AP
- Persönliche Anrede
- Inhalt des Schreiben:
 - Kurze, präzise und prägnante Darstellung der eigenen Person/ der des OV
 - Darstellung für welchen Zweck Spende erbeten wird, muss der Wahrheit entsprechen!
 - „Wir bitten Sie/Dich herzlich zu prüfen, ob Du für mit XXX Euro oder uns durch die Bereitstellung von Sachspende unterstützen kannst. Über ein positives Feedback würde ich/wir uns sehr freuen.“
- Persönliche Unterschrift
- Anschreiben telefonisch nachfassen! – 3 bis 4 Tage nach Versand

Politisches Fundraising

„Gegenleistungen“ für Förderer:

- Dank auf Internetseite (wenn gewollt)
- Einbindung der Person/ des Unternehmens in „Dankes“Reden (wenn gewollt)
- Reise-Vermittlung des lokalen MdB, MdEP
- VIP-Bereich auf Parteitagen (relevant auf Bundesebene)
- Präsentation des Spenders auf Veranstaltungen

Politisches Fundraising

Stets im Auge behalten:

Kosten und Nutzen von Fundraising müssen stets in einem akzeptablen Verhältnis stehen