

TIPS

# Fundraising ist Chefsache

Sponsoring ist mehr als Geldentreiben. Hans Georg Ruhe gibt Beispiele und sagt, worauf es ankommt:

## 9 Beispiele

1. Laden Sie zu einem Benefit-Essen ein. Teure Eintrittskarten werden für ein gutes Mahl mit attraktivem Kulturprogramm verkauft, um ein bestimmtes Projekt finanzieren zu können.
2. Gründen Sie nicht nur einen Förderverein, sondern pflegen Sie Ihre Förderer. Räumen Sie ihnen Privilegien ein, beteiligen Sie sie an Ihren Planungen.
3. Sammeln Sie für Ihre nächste Tombola nicht nur die Ladenhüter der ansässigen Geschäfte, sondern investieren Sie in attraktive Preise. Sie können so die Lospreise erhöhen, den Umsatz steigern und mehr Gewinn für einen guten Zweck erzielen.
4. Merchandising ist nicht nur im Sport und Kulturgeschäft möglich. Vermarkten Sie Ihren hoffentlich guten Ruf (vom T-Shirt über die Baseballkappe bis zum attraktiven Textheft oder Kulturführer über Ihre Kirche).
5. Überlegen Sie, welche Firma, welche Privatperson in Ihrem Umfeld möglicher Spender sein könnte. Legen Sie eine Datei an und halten Sie regelmäßigen Kontakt. Informieren Sie über Ihre Arbeit und bitten Sie gezielt um Spenden. Intensivieren Sie den Kontakt mit den Vielspendern.
6. Bevor der Klingelbeutel herumgereicht wird: Sagen Sie, wofür kollektiert wird, nennen Sie eine konkrete Summe, die erzielt werden soll und erwähnen Sie beiläufig die Zahl der Gottesdienstbesucher. Sagen Sie am Ende unbedingt, ob das Zielergebnis erreicht wurde.
7. Bitten Sie befreundete Unternehmen anlässlich von Jubiläen um Spenden. Auch private Familienfeiern (Geburtstage, Hochzeiten) bieten Anlässe für Spenden, wenn ein angemessenes Projekt angeboten werden kann.
8. Schicken Sie denjenigen Ihrer Gemeinde- oder Vereinsmitglieder, die eher „Kartellischen“ sind, regelmäßig konkrete Informationen über Ihre Aktivitäten und bitten Sie gezielt um eine Spende.
9. Tun Sie sich zusammen: Mit einer befreundeten Kirchengemeinde oder anderen Initiativen, engagieren Sie einen Fundraiser auf Provisionsbasis. Merke: Wer DM100,- Spenden haben will, muß DM 25,- investieren!

## 6 Tips

1. Denken Sie unkonventionell. Entwickeln Sie verrückte Ideen. Ausortieren können Sie immer noch!
2. Erschließen Sie zielgerichtet Ihre Kontakthöfe. Menschen spenden an Menschen, nicht an anonyme Organisationen!
3. Werben Sie immer für ein Projekt, nennen Sie immer Zahlen! Bedanken Sie sich innerhalb einer Woche für jede noch so geringe Spende!
5. Reagieren Sie mit symbolischen (beim Sponsoring mit tatsächlichen) Gegenleistungen: ein Bild, Buch oder ähnliches.
6. Fundraising ist Chefsache! Stehen Sie mit Ihrem guten Namen ein.

## 3 Sünden

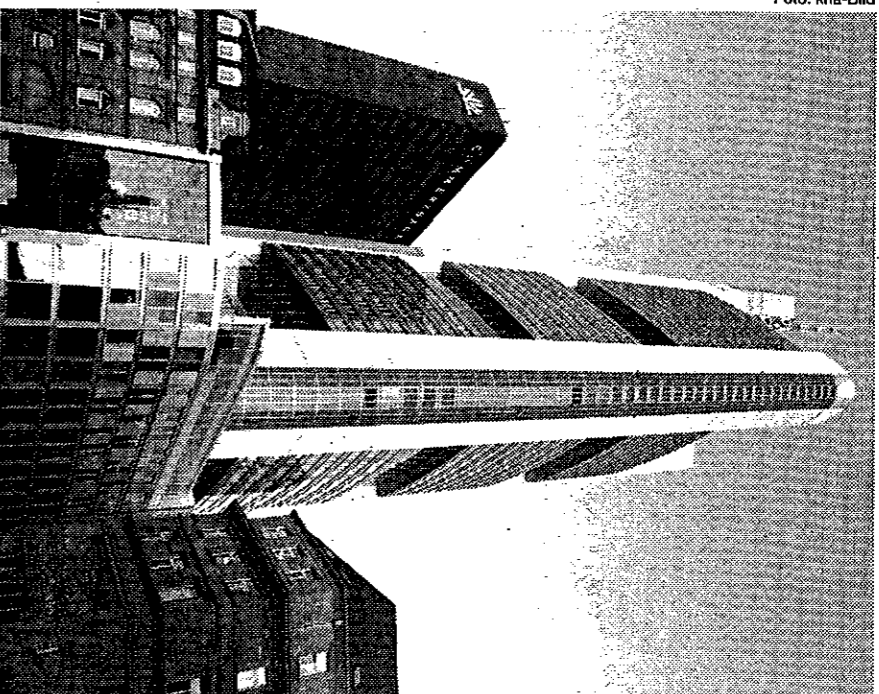
1. Bluffen. Nur wer glaubwürdig ist und glaubwürdige Ziele hat, erhält Fundraising-Geld.
2. Labern. Wer nicht schnell, klar und konkret zur Sache kommt, langweilt potentielle Spender.
3. Jammern. Wer die eigene Finanzmisere in den Mittelpunkt der Aktion stellt, hat schon verloren.



Foto: privat

**Beschäftigt sich mit Fundraising:**  
Hans-Georg Ruhe vom Goslarer St.-Jakobushaus

Foto: kna-Bild



**Das Geld wird knapper:**  
Immer mehr Einrichtungen im sozialen und kulturellen Bereich versuchen, für ihre Arbeit Sponsoren zu finden.

# Bei der Suche nach Sponsoren hinkt die Kirche hinterher

Goslarer St.-Jakobushaus bietet Seminare an  
Oft wird den Geldgebern mit Mißtrauen begegnet

(Bd) – Jetzt haben die Spendensammler Hochsaison. Gerade in der Vorweihnachtszeit landet so manches Bittschreiben im Briefkasten. Deutsche Kinderdörfer bitten ebenso um eine milde Gabe wie internationale Hilfsorganisationen, Umweltschützer buhlen wie Tierheime um Unterstützung. Doch nur selten sind auch Briefe von kirchlichen Werken dabei. „Außerkirchliche Einrichtungen sind uns da weit voraus“, sagt Hans Georg Ruhe. Er ist Bildungsreferent im St.-Jakobushaus in Goslar und beschäftigt sich seit einiger Zeit mit dem Thema „Fundraising“ – dem Sammeln von Spenden und der Suche nach Sponsoren. Mehrere Seminare hat er dazu bereits angeboten, und auch in den kommenden Monaten steht das Thema wieder auf dem Programm des Bildungshauses.

In der Kirche, so Ruhe, herrsche vielerorts noch die „Klingelbeutel-Mentalität“. Man erwarte Spenden und biete dem Geber Gottslohn als Dank an. So könne man heute aber kaum noch erfolgreich Geld sammeln. Anderswo hat Ruhe auch eine allzu große Angst vor der Kommerzialisierung festgestellt und ein Mißtrauen gegenüber dem Spender. Ein Sponsor sei einzig und allein auf seinen wirtschaft-

lichen Erfolg bedacht, meinten viele. Daß er tatsächlich auch ein gutes Werk tun wolle, trauen sie ihm nicht zu. „Da brauchen wir einen Einstellungswechsel“, sagt Ruhe.

Das Sammeln von Spenden und die Suche nach Sponsoren müsse nach einer festgelegten Strategie erfolgen. „Der Spender wird zum Kunden, der bereit ist zu zahlen, aber auch eine Leistung sehen will“, erklärt Ruhe. Die Leistung kann so aussehen,

daß der Name des Spenders auf dem Pfarrbus einer Gemeinde angebracht oder beim Pfarrfest für eine bestimmte Firma Reklame gemacht wird. Wer ein Konzert veranstaltet, kann Sponsoren schon zu den Proben oder zu einem Treffen mit den Künstlern einladen. Der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt. Im Mittelpunkt zum Kunden, der bereit ist zu zahlen, aber auch eine Leistung sehen will“, erklärt Ruhe. Die Leistung kann so aussehen,

daß der Name des Spenders auf dem Pfarrbus einer Gemeinde angebracht oder beim Pfarrfest für eine bestimmte Firma Reklame gemacht wird. Wer ein Konzert veranstaltet, kann Sponsoren schon zu den Proben oder zu einem Treffen mit den Künstlern einladen. Der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt. Im Mittelpunkt zum Kunden, der bereit ist zu zahlen, aber auch eine Leistung sehen will“, erklärt Ruhe. Die Leistung kann so aussehen,

## FUNDRAINING 1999

„Prinzip Gegenseinkheit – die Verantwortungsgesellschaft“, so heißt das Jahresthema 1999 des St.-Jakobushauses in Goslar. Dazu passen auch die drei Seminare zum Thema Fundraising.

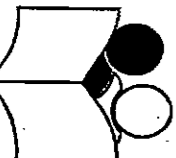
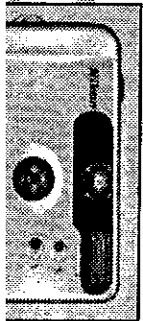
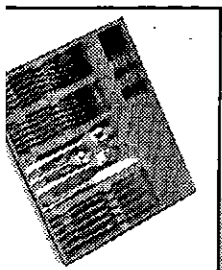
Am 22. Februar geht es um die „Nadeln im Heuhaufen“. Wie finde ich die richtige Adresse für erfolgreiche Mailings? Vom 10.-12. Mai findet die „Praxiswerkstatt Fundraising“ statt. Dazu eingeladen sind Initiativen, kirchliche Gruppen, Verbände und Gemeindeglieder. Gemeinsam mit einer Grafikerin, er-

nenm Texter und einem Organisationsentwickler werden Möglichkeiten gegeben, individuelle Fundraising-Projekte zu planen und konkret auf die eigene Praxis zuzuschreiben. Noch während der Veranstaltung sollen erste Pläne und Materialien entstehen, die dann in die Praxis umgesetzt werden sollen.

„Fördervereine fördern“ heißt es am 9. November des kommenden Jahres. Wer sich für die Veranstaltung interessiert, kann sich wenden an: St.-Jakobushaus, Reußstraße 4, 38640 Goslar, Tel. (0 53 21) 3 42 60.

Die Chancen für ein professionelles Spendensammeln im sozialen wie im kulturellen Bereich sind enorm. So treibt beispielsweise die Evangelische Stiftung Alsterdorf jährlich 5 Millionen Mark mit Fundraising ein. Die Stiftung unterhält eine eigene Fundraising-Abteilung und gibt für die Spendenwerbung erhebliche Mittel aus: rund 1 Million Mark. „Wer professionell Spenden sammeln will, muß auch bereit sein zu investieren“, sagt Ruhe. Er geht von einem Viertel an Werbungskosten aus. Sein Vorschlag für das Bistum Hildesheim: Auf Dekanatsbene sollten professionelle Spendensammler angestellt werden. „Die können unter Umständen auch auf Erfolgsbasis arbeiten. Dann bleibt das Risiko gering.“

# Werben Sie einen neuen Leser als Dankeschön erhalten Sie eine wertvolle Prämie



## Leser werben Leser

Machen Sie mit. Es ist leichter, als Sie denken! Als Dankeschön für die Vermittlung erhalten Sie eine wertvolle Prämie.

## Ich bin der neue Abonnent

Bitte senden Sie mir ab 1. .... 1998 zunächst für 12 Monate die „Kirchenzeitung – Die Woche im Bistum Hildesheim“ zum Monatspreis von DM 9,10. Ich war in den letzten 6 Monaten kein Abonnent der Zeitung.

Name, Vorname

Straße

PLZ, Wohnort

Bitte buchen Sie den Betrag (bitte ankreuzen!)  
U 1/2jährlich U 1jährlich von meinem Konto ab.  
Name des Geldinstituts

Bankleitzahl, Kontonummer

## Gutschein

Ich habe den neuen Leser gewonnen. Die Prämie erhalten Sie sechs Wochen nach Lieferbeginn. Für jede Bestellung gibt es nur eine Prämie.

Prämienwunsch