□□ Fundraising-Strategie entwickeln

Von Judith Doleschal, bei Frag Den Staat zuständig für Fundraising und Community-Entwicklung.

Du hast dich entschlossen, dein Projekt mit Spenden zu finanzieren? Folgende Fragen sollen dir helfen, eine für dich passende Fundraising-Strategie zu finden.

Wie viele Spenden brauchst du? (Ziele)
Sicherlich hast du ein Jahresbudget erstellt. Führe dir noch einmal vor Augen, wie viele Einnahmen du genau durch Spenden generieren willst. Setze dir realistische Ziele.

Wer hat Interesse an deinem Projekt? (Zielgruppe)
Dein Projekt ist gemeinnützig und leistet einen wertvollen gesellschaftlichen Beitrag. Überlege dir, wer Interesse am Erfolg deines Projektes hat. Wen könntest du von deiner Vision überzeugen? Besteht ein breites Interesse, so dass du viele Spender:innen gewinnen willst, die wenig geben, oder ist das Thema eher nischig und es würde sich lohnen mit einzelnen potenziellen Großspendern ins Gespräch zu gehen.

Wie erreichst du deine Zielgruppe? (Kommunikation)
Auf welchen Plattformen sind sie unterwegs? Welche Kanäle stehen dir offen? Hast du Kontakte, Adressen, Follower, User oder Abonnenten? Hast du schon eine Community? Eine Adressdatenbank bzw. einen großen Newsletter-Verteiler aufzubauen ist essentiell, um nachhaltig erfolgreich im Fundraising zu sein.

Welche Ressourcen hast du? (Rahmenbedingungen)
Wie viel Zeit und Geld kannst du in deine Fundraising-Maßnahmen stecken? Lohnt es sich ggf. einfach die Infrastruktur von betterplace.org oder ähnlichen Plattformen zu nutzen anstatt eine eigene aufzubauen?

Was für ein Typ bist du?
Auch deine Charaktereigenschaften als Leitung eines noch kleinen Projektes dürfen berücksichtigt werden: In welchem Rahmen fühlst du dich am wohlsten, um Spenden zu werben? Briefe/E-Mails schreiben, Telefonate mit Einzelpersonen/Firmen, auf Social Media mit einer Community interagieren, auf Veranstaltungen sprechen?

Wenn du diese Fragen beantwortet hast, zeichnet sich schon ein klareres Bild, wie du deine Fundraising-Maßnahmen am besten gestalten solltest.

Generelle Tipps

Mache das Spenden einfach
Nutze Online Spendenformulare und binde diese auf deiner Website ein. Integriere einen Spenden-Button, der auf jeder Seite zu sehen ist. Setze die IBAN deines Spendenkontos in den Footer deiner Website und in die Signatur deiner E-Mails.

Erzähle Geschichten
Storytelling ist das A und O. Erzähle was ihr vorhabt und schaffe Emotionen. Bleibe nicht zu allgemein, sondern berichte von Einzelfällen bzw. wie dein Projekt das Leben einzelner beeinflusst. Im Idealfall hast du noch Fotos von Personen dazu.

Call to Action - nach Spenden fragen ist erlaubt
Fordere deine Websitebesucherinnen oder Follower direkt auf, für dein Projekt zu spenden. „Jetzt spenden“ oder „Unterstützen Sie uns“ sind die am meisten genutzten CTAs.

Breche die Spendenbedarfe herunter (“Shopping-List”)
Konkrete Zahlen helfen dabei, ein Spendenziel greifbar und auch realisierbar zu machen. Nenne Beispiele, was du mit 5, 50 oder 250 Euro anstellen kannst. (Du bist nicht gezwungen, mit den Spenden dann auch genau dies zu tun.)

Bedanke dich
Baue eine Beziehung zu deinen Spender:innen auf und bedanke dich für ihre Unterstützung. Wenn möglich, weise auf Kanäle hin, wie sie mit deinem Projekt in Kontakt bleiben können, um eine längerfristige Bindung aufzubauen (Newsletter, Social Media).

Schaffe Vertrauen
Erzähle, wie du die Spenden eingesetzt hast. Schreibe Transparenzberichte und lasse Einblicke in deine Finanzen zu. Spendensiegel schaffen zusätzliches Vertrauen. Ein einfacher Start ist die Initiative Transparente Zivilgesellschaft.

Sammle Kontakte/Newsletter
Es ist leichter eine Person davon zu überzeugen, ein zweites mal zu spenden als einen Neuspender zu gewinnen. Wenn du Spender:innen hast, die bereits mehrmals einzeln gespendet haben, bitte sie darum direkt einen Dauerauftrag anzulegen. Danach kannst du diese selektierte Gruppe darum bitten, den Spendenbetrag der Dauerspende zu erhöhen (Upgrading). (siehe auch RFM-Segmentierung)

Nutze dein Netzwerk und lass dich inspirieren
Schau dir Kampagnen und Fundraising-Ideen anderer ähnlicher Projekte an und lass dich inspirieren. Sicherlich kann dir in deinem Netzwerk auch jemand Kontakte zu Fundraiser:innen herstellen, damit du dich mal zum Thema austauschen kannst.

Weihnachtszeit ist Spenden-Zeit…obviously
Sicherlich ist dies bekannt, aber es lohnt sich wirklich vor Weihnachten ordentlich Gas zu geben und eine schöne Spendenkampagne zu fahren.

Anlassspenden – Peer-to-Peer Fundraising
Mache private Spendensammlungen im Rahmen von “Spenden statt Schenken” oder auch Spendenläufen möglichst einfach. Es gibt keine bessere Werbung als deine Fans, die ihren Freundinnen und Bekannten auf dein Projekt erzählen und sie dafür begeistern.

Probiere verschiedenes aus – sei kreativ
Es gibt kein Rezept, kein “One-fits-all” daher probiere gern unterschiedliches aus und sei innovativ.

Revision #2
Created 30 August 2022 09:31:45 by Claudia
Updated 30 August 2022 09:40:19 by Claudia