

Arbeitshilfe

Fundraising und Finanzierungsmöglichkeiten in der Umweltbildung

von Hugo W. Pettendrupp und Benjamin Nasemann, HP-FundConsult

Erstellt im Rahmen des Projektes

„Marketing qualifiziert zur Bildung für nachhaltige Entwicklung“



Beitrag von:

Hugo W. Pettendrup und Benjamin Nasemann

HP-FundConsult

Hörsterstr. 38, 48143 Münster

Tel.: 0251/48 43 57 0

Fax: 0251/48 43 50 3

info@hp-fundconsult.de

www.hp-fundconsult.de

Im Auftrag von:

Kernteam Marketing der Umweltbildung

Kontakt:

Barbara Rasche

Marketing für die Umweltbildung

ANU Bayern e.V.

Welserstrasse 23, 81373 München

Tel.: 089/51 99 64 57

Email: barbara.rasche@anu.de

gefördert durch



Bayerisches Staatsministerium für
Umwelt und Gesundheit



Inhalt

Einleitung	1
1 Grundlagen	2
1.1 Fundraising - Definition.....	2
1.2 Ethische Überlegungen zum Fundraising.....	4
1.3 Rechtliche Grundlagen.....	9
1.4 Strukturelle Voraussetzungen.....	11
<i>Personal</i>	11
<i>Finanzen</i>	11
<i>Administration</i>	12
<i>Kommunikation</i>	13
1.5 Grenzen und Möglichkeiten von Fundraising.....	13
1.6 Zielgruppen und Spendenmotive.....	14
<i>Spendenmotive Privatpersonen</i>	14
<i>Spendenmotive Unternehmen</i>	16
<i>Spendenmotive Stiftungen / fördernde Institutionen</i>	17
<i>Spendenmotive öffentliche Hand</i>	18
1.7 Das Fundraising-Konzept.....	18
<i>Schritt 1: Das Leitbild</i>	18
<i>Schritt 2: Die Analyse (intern/extern)</i>	21
<i>Schritt 3: Zielentwicklung</i>	24
<i>Schritt 4: Strategie und Handlungsmaßnahmen</i>	25
<i>Schritt 5: Projektorganisation</i>	26
<i>Schritt 6: Zielgruppen</i>	28
<i>Schritt 7: Umsetzung</i>	28
<i>Schritt 8: Dank</i>	29
<i>Professioneller Dienstleister</i>	30
1.8 Fehler und Fallen.....	31
2 Methoden und Instrumente des Fundraisings nach Zielgruppen: Unternehmen, Privatpersonen, Stiftungen und öffentliche Hand	32
2.1 Unternehmen.....	32
<i>Corporate Citizenship (CC)</i>	32
<i>Sponsoring</i>	32
<i>Unternehmensspende</i>	38
2.2 Privatpersonen.....	40
<i>Das Mailing</i>	41
<i>Erbschafts-Fundraising</i>	44
2.3 Stiftungen.....	45
<i>Der Förderantrag</i>	46
2.4 Öffentliche Hand.....	48
<i>Öffentliche Fördermittel</i>	48
<i>Bußgeldmarketing</i>	50

ANHANG

A.1	Anforderungen an eine Software für den Bereich „Spendenwesen“
A.2	Mustervorlagen Sponsorenvertrag
A.3	Mustervorlage Mailing
A.4	Tipps für die Gewinnung von Stiftungen als Förderer
A.5	Übersicht Stiftungen
A.6	Übersicht Umweltpreise
A.7	Mustervorlage Antragsformular Bußgeldmarketing
A.8	Literatur zum Thema

Einleitung

Im Rahmen des Projektes „Marketing qualifiziert zur Bildung für nachhaltige Entwicklung“ werden Arbeitshilfen zu verschiedenen Themen ausgearbeitet, die den Akteuren der Umweltbildung in Bayern digital im Internet der „Umweltbildung.Bayern“ zur Verfügung gestellt werden. Diese Arbeitshilfen sollen eine Hilfestellung für die tägliche Arbeit darstellen und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei ihrer praktischen Umsetzung unterstützen. Bei der inhaltlichen Ausarbeitung steht die Ausgewogenheit von theoretischen Grundlagen und praktischer Anwendung mit Beispielen und Mustervorlagen im Vordergrund.

Diese Arbeitshilfe soll Ihnen helfen, neue Finanzierungs- und Fundraising-Ideen (weiter-) zu entwickeln und als Ratgeber zur Seite stehen. Dabei werden die unterschiedlichen Fundraisingbereiche miteinander verknüpft und verständlich aufgearbeitet. Es werden einzelne Planungsschritte und Voraussetzungen für das Fundraising benannt und verschiedene Fundraising-Methoden und -Instrumente vorgestellt.

Der erste Teil dieser Arbeitshilfe soll als Grundlage für die zukünftige Fundraising-Arbeit dienen und Ihnen viele elementare Inhalte näher bringen. Der zweite Teil ist zur praktischen Umsetzung gedacht und bietet Fundraising-Methoden und –Instrumente entlang der vier Hauptzielgruppen Privatpersonen, Unternehmen, Stiftungen und öffentliche Hand. Zusätzlich werden im Text Checklisten aufgeführt, die Ihnen helfen sollen, alles Wesentliche im Blick zu behalten.

Im Anhang ergänzen Mustervorlagen, ein Literaturverzeichnis sowie eine Datenbank für Stiftungen und ausgelobte Preise die vorherigen Ausführungen.

Diese Arbeitshilfe wurde von der Beratungsfirma HP-FundConsult, Herrn Hugo W. Petten-drup und Herrn Benjamin Nasemann erstellt.

Barbara Rasche

München, Juli 2009