

DAS MITGLIEDERMAGAZIN DES DEUTSCHEN FUNDRAISING VERBANDES

FUNDStücke

SOCIAL RETURN ON INVESTMENT

DEUTSCHER
FUNDRAISING
VERBAND

Wir stärken die Kultur des Gebens

4-2021
ISSN 2190-1783

GEFÖRDERT DURCH:

Deutsche Post 

DIRECT
mind

Ohne Moos nix los.

Investitionen ins Fundraising für langfristige Projekte

Fundraising und Investment sind eng miteinander verknüpft. Fundraiserinnen und Fundraiser bitten andere darum, Geld in einen guten Zweck zu investieren. Was dabei oft vergessen wird: Professionelle Fundraiser*innen haben nur mit einer professionellen Infrastruktur die Mittel, all die Dinge zu tun, die Spender*innen sich von ihnen wünschen. Doch was ist, wenn dafür das Geld fehlt?

Verwaltung, Büromiete, Gehälter, Fundraising-Kosten und mehr: Wahrscheinlich denken die meisten Spenderinnen und Spender kaum darüber nach, welcher Aufwand sich hinter der sauberen und nachhaltigen Umsetzung von Hilfsprojekten gemeinnütziger Organisationen versteckt. Sie wollen einfach, dass ihre Spenden zur richtigen Zeit am richtigen Ort ankommen und ganz direkt helfen. „Viele Organisationen haben allerdings keine oder unzureichende Quellen, die diese organisatorischen Kosten decken“, beschreibt Vera Grimm die Realität. Sie ist Vorstand und Geschäftsführerin der Rheinischen Stiftung für Bildung und Gründerin der Initiative „Binas – Bildung nachhaltig spenden®“. „Ohne Ressourcen in Unterstützungsprozessen ist jedoch die operative Um-

setzung der Projekte nicht möglich.“ Das bedeutet also: Sind die Verwaltungskosten nicht gedeckt, fällt das Fundraising-Grundgerüst in sich zusammen, und die Projekte mit ihm. Da das niemand will, müssen die Ausgaben für die Verwaltungskosten gedeckt werden – zum Beispiel durch Förderungen von Investor*innen. „Sinnvoll ist das auf jeden Fall. Denn wenn es für Verwaltungskosten eine gesicherte Deckung gibt, ist eine Realisierung inhaltlicher

„Ohne Ressourcen in Unterstützungsprozessen ist (...) die operative Umsetzung der Projekte nicht möglich.“



Projekte besser möglich“, betont Vera Grimm. „Wer die eigenen personellen Ressourcen in den steten Kampf um die Deckung der Verwaltungskosten stecken muss, kann kaum langfristig sichere inhaltliche Angebote an die eigentlichen Begünstigten der Projekte machen“, stellt sie klar. „Aber darum geht es ja eigentlich.“ Investorinnen oder Investoren für Verwaltungskosten können Organisationen also nicht nur ihre Arbeit ermöglichen, sondern sie auch dauerhaft erleichtern – egal, ob sie Startkapital bereitstellen oder nachhaltig laufende Kosten decken.

Organisationsentwicklung als Spendenprojekt

Stillstand bedeutet Rückschritt. Auch gemeinnützige Organisationen müssen sich mit der Zeit immer weiterentwickeln, wandeln und verbessern, um das Bestmögliche aus sich herausholen zu können. Vielleicht muss eine neue Software her, vielleicht mehr Büroräume – man möchte die Organisation „auf eine neue Stufe heben“. Dabei können nicht nur Investor*innen helfen, sondern zum Beispiel auch Unternehmenspartner. „Oft ist es für Unternehmen sehr viel einfacher, Sachmittel bereitzustellen als den Geldbetrag, den es brauchen würde, um diese Ressourcen anzuschaffen.“ So schlägt Vera Grimm gemeinnützigen Organisationen Sachspenden von Un-

Stillstand bedeutet Rückschritt. Auch gemeinnützige Organisationen müssen sich mit der Zeit immer weiterentwickeln, wandeln und verbessern, um das Bestmögliche aus sich herausholen zu können.

ternehmen als Spendenprodukt vor. „Organisationen sollten unbedingt Ausschau halten, ob es zum Beispiel in der gewünschten Gegend geeignete Unternehmen gibt, die vielleicht einen Raum zur Verfügung stellen können, oder eine Softwareagentur, die ein Programm einbringen möchte. Auch große Non-Profit-Organisationen könnten als Zielgruppe infrage kommen. Bei allen konkreten Sachleistungen – zum Beispiel Website- oder Werbemittelgestaltung, Pressearbeit, aber auch Buchhaltung und Steuerberatung – ist es immer sinnvoll, zu prüfen, ob man entsprechende Unternehmen darum bitten kann, die Organisation pro bono zu unterstützen.“ Erst wenn das nicht geht, solle man sich durchaus auch an (Groß-) Spenderinnen oder -Spender wenden, um die benötigten Leistungen zu finanzieren, sagt Vera Grimm, die Themen wie neue Räume oder Software durchaus als Fundraising-Themen für diese Zielgruppe ansieht. Vermittelt man Unterstützer*innen die neuen Hilfsmöglichkeiten, die eine Organisationsentwicklung mit sich bringen würde,

so sind sie sicher überzeugt davon und bereit, ihren Teil beizutragen.

Mit klaren Vorstellungen auf die Suche

Trotz allen Potenzials als Spendenprodukt ist die sichere und langfristige Deckung der Verwaltungskosten ideal bei Investor*innen aufgehoben – doch die müssen erstmal gefunden werden. „Um fremde Investorinnen oder Investoren zu finden, bedarf es in der Regel – natürlich neben einem überzeugenden Inhalt – einer langen Beziehungsarbeit zwischen Investor*in und Organisation“, erklärt Vera Grimm. Sie rät: „Beginnen müsste die Suche mit der Festlegung der Kriterien, welche Person oder welches Unternehmen hinsichtlich Image und persönlicher Interessen zum eigenen Projekt passt. Der suchenden Organisation muss auch klar sein, welche Art von Investment sie benötigt und was die Vorteile für potenzielle Investorinnen oder Investoren sind. Unserer Erfahrung nach mangelt es den Organisationen oft am Selbstbewusstsein, um auf Augenhöhe mit potenziellen Groß-Investor*innen kommunizieren zu können. Und häufig sprechen diese nicht die gleiche Sprache wie sie – da gibt es eine große Diskrepanz zwischen der sozialen und der wirtschaftlichen Welt.“

Organisationen müssen sich also darauf einstellen, erst einmal Zeit zu investieren, bevor sie selbige sparen können: Sie müssen die passenden Personen ausfindig machen, ihre Inhalte für sie aufbereiten, ein klares Ziel vor Augen haben und dazu in der Lage sein, dieses in Verhandlungen zu verteidigen. Sie müssen die Vorteile eines Investments klar kommunizieren und es zu etwas Erstrebenswertem für die potenziellen Investor*innen machen. Hat man sie schließlich gewonnen, folgt kontinuierliche Beziehungsarbeit – denn zufriedene Investor*innen sorgen für produktive Fundraising-Abteilungen.

Nicht einfach „nur Geld geben“

Die Initiative „Binas – Bildung nachhaltig spenden@“ hilft Vereinen und Initiativen dabei, kleine Wirtschaftsunternehmen und Privatpersonen zu finden, die diese dann fördern. „Das Herzstück unserer Initiative ist die Arbeit mit unseren ‚Nachhaltigkeitsfundraiserinnen und -fundraisern‘“, erzählt Gründerin Vera Grimm. „Das sind Studierende von Professor Dr. Michael Urselmann an der TH Köln, die kleinen Kölner Bildungsinitiativen mit unserer fachlichen Begleitung ihr Wissen über Fundraising zur Verfügung stellen. Erst erstellen sie individuelle Fundraising-Konzepte, und später helfen sie den Organisationen noch ein paar Monate lang bei der Umsetzung der ersten Schritte. Das schafft eine Win-win-Situation: Die Organisationen erhalten fehlendes Fundraising-Wissen und personelle Ressourcen, die sie in dem Bereich nicht haben, weil sie sie nicht finanzieren können. Die Studierenden wiederum sammeln erste praktische Erfahrungen, was oftmals eine noch größere Begeisterung für ihren Beruf

hervorrufft. Und die erzielten Erfolge sind wie Visitenkarten, die dabei helfen, nach dem Studium die erste Festanstellung zu finden“, freut sich Vera Grimm über den gut geschulten Fundraising-Nachwuchs. Zur Arbeit der Initiative fügt sie außerdem hinzu: „Wir beraten und unterstützen also Organisationen und ihre Projekte dabei, eigene Förderer*innen gezielt zu akquirieren. Hilfe zur Selbsthilfe – nicht einfach ‚nur Geld geben‘.“ Diese Hilfe zur Selbsthilfe hat sich bereits zahlreiche Male bewährt. „In mehreren Fällen konnten unsere Studierenden für das betreute Projekt erfolgreich Förderausschreibungen nutzen oder Projektmitelanträge stellen und so Mittel akquirieren, die es den Organisationen ermöglicht haben, für einen längeren Zeitraum jemanden für das Fundraising einzustellen“, berichtet Vera Grimm stolz. „Dieser konnte sich dann strukturiert und gezielt um langfristige Förderinnen und Förderer kümmern und die ‚gute Idee‘ somit auf ein neues Level heben.“

Dieses Beispiel der Initiative der Rheinischen Stiftung für Bildung macht deutlich, dass Investitionen in Fundraising-Strukturen ganz klar dazu beitragen können, Organisationen aufzubauen und weiterzuentwickeln, um so ihre Arbeit noch wirksamer und gleichzeitig ihre Wirkung noch tiefgreifender zu machen. „Wenn eine Orga-

nisation erstmal eine gewisse Größe und Professionalität erreicht hat, dann wird es zunehmend aussichtsreicher, Förderinnen und Förderer zu finden, die sich umfangreicher engagieren“, fügt Vera Grimm optimistisch hinzu. Mit ein bisschen Geduld und Spucke, intensiver Suche und Beziehungsarbeit ist also so gut wie sicher: Jeder Organisationstopf findet seinen Investor*innendeckel.

Alina Rittmeyer

Im Gespräch



Vera Grimm, Vorstand/Geschäftsführerin im Bereich Förderstiftung der Rheinischen Stiftung für Bildung und Gründerin der Initiative „Binas – Bildung nachhaltig spenden@“

Zufriedene Investor*innen sorgen für produktive Fundraising-Abteilungen.

ANZEIGE

frc spenden manufaktur
powered by *adfinitas*

- Upgrade
- Dankesanrufe
- Begrüßung
- Servicegespräche
- Chat

- Nachlasstelefonie
- Dauerspendsengewinnung
- Reaktivierung
- Leads
- Beratung

**WIR SPRECHEN
AUS ERFAHRUNG**



Mitglied im Deutschen Dialogmarketing Verband e.V.