

# Welche Möglichkeiten haben Kommunen mit Fundraising und Sponsoring?

05. Juni 2007

# Friedrich Haunert

[www.haunert.com](http://www.haunert.com)

- Managementberatung in NPO
- Fundraising- & Organisationsberatung
- Beraten kleiner Systeme – Begleitung großer Gruppen
- Mentor an der Fundraising Akademie
- Managing Partner der united communications GmbH

# Agenda

- Begrüßung
- Grundlagen, Begriffe
- Unterstützungsmöglichkeiten
- Voraussetzungen, Instrumente
- Planung, Beispiele
- Gast: Thomas Heppener, Anne Frank Zentrum

# Der Staat.....

„..... ist weder zu gefräßig noch zu dick. Aber er ist nicht effizient genug. Er erreicht mit dem ihm zur Verfügung stehenden Geld nicht die Ziele, die er erreichen muss.“

Bundesfinanzminister Peer Steinbrück, Spiegel 19/2006

.....Geld, Zeit und Aufmerksamkeit sind knappe Ressourcen!

# Begriffe

- Fund – Geld, Kapital; to raise – etwas beschaffen
- Fundraising - Mittelbeschaffung, Beschaffungsmarketing, Vermögensentwicklung
- Spende – philanthropisch motiviert
- Sponsoring - Leistungsaustausch, ein Geschäft

# Fundraising und Sponsoring

- Eine Kofinanzierung der Einzelprojekte aus Mitteln der Kommunen, Länder, der EU/des ESF, anderer Bundesressorts ist erwünscht.
- Die Träger von Einzelprojekten müssen oftmals jedoch weitere zusätzliche Mittel beschaffen - wie können sie dabei durch das Ämternetzwerk, die lokale Koordinierungsstelle, den Begleitausschuss unterstützt werden?

# Unterstützungsmöglichkeiten

- Ansprechpartner stellen
- Vernetzung fördern
- Planungshilfen geben
- Sponsoringregeln
- Kontakte zu Unternehmen und Stiftungen herstellen
- Konkurrenz vermeiden
- Absprachen treffen
- PR
- Stellungnahmen
- Expertenberatung finanzieren
- Wertschätzung Strategien koordinieren
- Matching Fund
- Bürgerstiftung
- Förderverein

# Sponsoringregeln

- Neutral, aber „Sponsoringfreundlich“
- Transparenz in Verfahrensweisen (Pflichten benennen, Vertragshinweise, öffentliche Sponsoringberichte)

# Langfristiges Fundraising

- Erfahrungen und Ergebnisse aus der Umsetzung von Einzelprojekten sollen danach von Regelstrukturen bzw. durch zivilgesellschaftliche Strukturen übernommen werden, um die Fortschreibung des LAPs zu gewährleisten.
- Können ein Ämternetzwerk, eine lokale Koordinierungsstelle, ein Begleitausschuss selbst auch zusätzliche Mittel beschaffen?
- Wer kennt gute Beispiele?

# Finanzierungsquellen von NPOs im internationalen Vergleich

<b>Mittel</b>	<b>Deutschland</b>	<b>USA</b>	<b>Spanien</b>	<b>Frankreich</b>	<b>Länderdurchschnitt*</b>
Leistungen der öffentlichen Hand	64,3%	30%	32%	58%	42%
Spenden und Sponsoring	3,4%	13%	19%	8%	11%
Selbst erwirtschaftete Mittel (inkl. Mitgliederbeiträge)	32,3%	57%	49%	35%	47%

\* In der Studie berücksichtigte Länder: Australien, Belgien, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Irland, Israel, Japan, Mexiko, Niederlande, Österreich, Peru, Rumänien, Slowakei, Spanien, Tschechische Republik, Ungarn, USA

# Finanzierungsmöglichkeiten

- Kofinanzierungen aus Mitteln der Kommunen, Länder, anderer Bundesressorts, der EU/des ESF
- Marktnahe Aktivitäten im Wettbewerb
- Sponsoring
- Fundraising
- Vermögensverwaltung

# Voraussetzungen

- Professionalisierung
- Unternehmerische Ausrichtung
  - Vision/Mission (Leitziel/Mittlerziel),  
Kernkompetenzen, Marketing, Qualität,  
Controlling, Transparenz
- („Rendite“) Erwartungen der Investoren erfüllen
- Jede NPO benötigt ein eigenes Konzept!

# Fundraising

- .....ist eine Investitionsentscheidung,
- Beziehungsarbeit und Organisationsentwicklung,
- erfordert eine Vision,
- führt zu Vermögensbildung.

**The gentle art of teaching the joy of giving.**

# Fundraising-Chancen

- Regionale NPOs haben das Potenzial, Spender, Sponsoren und Freiwillige vor Ort zu gewinnen, weil sie die Erwartungen ihrer Austauschpartner kennen und erfüllen.
- Großorganisationen werden dagegen kritisch gesehen.

# Erfolgsfaktoren für Fundraising

- Institutional Readiness.
- Auf Beziehungen setzen.
  - Öffnung der NPO: Stakeholder einbeziehen.
  - Auf die Konstruktion von Außenwahrnehmung umstellen.
  - Outside-in (statt inside-out)-Perspektive.



# Institutional Readiness

- Institutionelle Bereitschaft entwickeln / OE
- Unterstützung durch Vorstand/Leitung suchen
- Festlegung Fundraising–relevanter Bereiche
- Infrastruktur bereit stellen
- Potenzielle Spender/innen eruieren
- Motive erforschen, Geschichten finden
- Gespräche führen, Freunde gewinnen

# Privatpersonen/ -haushalte

- Spenden aus Einkommen und Vermögen
- Mitgliedsbeiträge Fördervereine
- Zeit-, Sach- und Know-how-Spenden
- Vermächtnisse und Erbschaften
- Leistungsentgelte
- Kontakte
- Darlehen, Bürgschaften, Vertrauen
- Image

# Wirtschaftsunternehmen

- Geld- und Sachspenden
- Matching-Funds
- Know-how-Transfer/Zeispenden
- Unternehmensstiftungen
- Leistungsentgelte
- Sponsoring

# Corporate Citizenship

*Das gesamte koordinierte, einer einheitlichen Strategie folgende und über die eigentliche Geschäftstätigkeit hinausgehende Engagement eines Unternehmens zur Lösung gesellschaftlicher Probleme.*

(Westebbe/Logan 1995)

# Corporate Social Responsibility

CSR heißt:

- Ökonomische, rechtliche, ethische, philanthropische Verantwortung von Unternehmen
- Strategisch geplant, an den Unternehmenszielen ausgerichtet
- Mehr tun, als gesetzlich vorgeschrieben ist

# Corporate Social Responsibility

CSR bringt

- Mitarbeitermotivation, Personalentwicklung und Loyalität
- Imagegewinn
- Kundenbindung
- Wettbewerbsvorteile
- Nachhaltigkeit
- Standort- und Regionalentwicklung
- Chancen für die Partner und die Gesellschaft

# Sozial-Sponsoring

- Öffentlichkeitswirksames Geschäft
- Prinzip Leistung-Gegenleistung
- Bestandteil der Kommunikationsstrategie des Sponsors
- Erfordert Planung, Organisation, Durchführung, Kontrolle sämtlicher Aktivitäten beider Partner
- Steuerrechtliche Folgen

# Gesellschaftliche Förder- Institutionen

- **Stiftungen:**
  - Beratung, Projektförderung
- **„Lions“, „Rotarier“ etc.:**
  - Kontakte, Projektförderung, langfristige Partnerschaften
- **Spendenparlamente, Fördervereine:**
  - Projektförderung

# Gesellschaftliche Förder- Institutionen

- **Gewerkschaften:**
  - Unterstützungsaufrufe, Sachspenden, Räume,
  - Know-how
- **Verbände:**
  - Kontakte, Lobby
- **NPOs:**
  - Kooperation, Mobilisierung, Öffentlichkeitsarbeit

# Weitere Quellen

- Gerichte und Staatsanwaltschaften
  - Geldauflagen
- EU-Förderung
- Bund, Länder, Kommunen

# Ausblick

- Staatliche Finanzierung bleibt eine Existenzbedingung für viele NPOs.
- Bürgerschaftliches Engagement (Geld- und Zeitspenden) wird zunehmend wichtiger.
- Fundraising bietet NPOs Finanzierungsmöglichkeiten, wenn sie keine **akuten** Finanzierungsprobleme haben.

# Planungsfragen

- Was ist das Leitziel (Vision), was ist das Projektziel (Mission)?
- Wem kommt das Projekt zugute, wer hat welchen Nutzen?
- Welche Ressourcen werden benötigt?
- Über welche Ressourcen, die für das Fundraising eingesetzt werden können, verfügt der Projektträger?
- Existieren persönliche Kontakte zu möglichen Förderern?

## **„Projektideen, die ein aktivierendes Wir-Gefühl auslösen, sind vor allem zu Beginn eines Prozesses von Vorteil“**

- Frühzeitig die in den LAP einzubindenden Personen, Initiativen, Organisationen, Interessenvertretungen, Unternehmen etc. in das Fundraising integrieren!
- Unterstützungsmöglichkeiten und Nutzen benennen!
- Bei Bewertung und Auswahl der Projekte ggf. Fundraisingpotentiale der Antragsteller berücksichtigen.

# Implementierung des LAPs

- Strategische Verzahnung aller Aktivitäten der Öffentlichkeitsarbeit mit denen der Mittelbeschaffung (Fundraising, Sponsoring, freiwilliges bürgerschaftliches Engagement, Kofinanzierung der Einzelprojekte aus Mitteln der Kommunen, Länder, anderer Bundesressorts, der EU/des ESF)
- Controlling: finanztechnische Steuerung und Kontrolle der Projekte auch hinsichtlich Fundraising

# Einbindung in kommunale Entwicklungskonzepte

- Vorhandene Ressourcen berücksichtigen: „Lokal einflussreiche und deutungsmächtige Akteursgruppen“ können Geld, Kontakte, Zeitspenden, Know-how, Ideen und PR für die LAP beisteuern.
- Adaption von Förderrichtlinien und Förderprogrammen
- Genutzte Synergieeffekte (Zusammenarbeit von Fachressorts) erhöhen Effizienz und Effektivität

# Phase Fortschreibung LAP

- Welche Fundraising-Ziele sollten erreicht werden?
- Was wurde erreicht?
- Was wird daraus gelernt?
- Wie wird das Gelernte in der Fortschreibung umgesetzt?

# Fundraising

des Anne Frank Zentrums Berlin,  
präsentiert durch den Geschäftsführer  
Thomas Heppener