



Hilfswerk für den Glauben

**bonifatius
werk**

W9 - Kirchliches Fundraising

**Giving is a privilege that fills the heart with joy.
(Henry A. Rosso)**

Agenda



Hilfswerk für den Glauben

**bonifatius
werk**

- Vorstellungsrunde
- Zahlen, Daten, Fakten
- Instrumente im Fundraising
- Das Spendenmailing
- Kaffeepause
- Diskussion
- Events
- Abschluss
- (Förderanträge)



Hilfswerk für den Glauben

**bonifatius
werk**

Vorstellungsrunde

Vorstellungsrunde



Hilfswerk für den Glauben

**bonifatius
werk**

- Wie heißen Sie?
- Wo arbeiten Sie / engagieren Sie sich?
- Welche Erfahrungen haben Sie im Bereich Fundraising?



Hilfswerk für den Glauben

**bonifatius
werk**

Zahlen, Daten, Fakten

Zahlen, Daten, Fakten

Bilanz des Helfens 2022 / Deutschland:

- Gesamtspendenvolumen 2022: 5,7 Mrd. Euro gespendet (+7% zu 2020, aber -1,5% zu 2021)
- Die Anzahl der Spendenden liegt bei 18,7 Mio. Menschen und ist (-6,5% zu 2021)
 - 28% Reichweite (Anteil der Spendenden an der Bevölkerung ab 10 Jahren)
- Durchschnittsspende von 43 Euro
- Spendenhäufigkeit: im Schnitt 7x pro Jahr pro Person
- 61% aller Spenden aus der Generation 60+ > fast 2/3

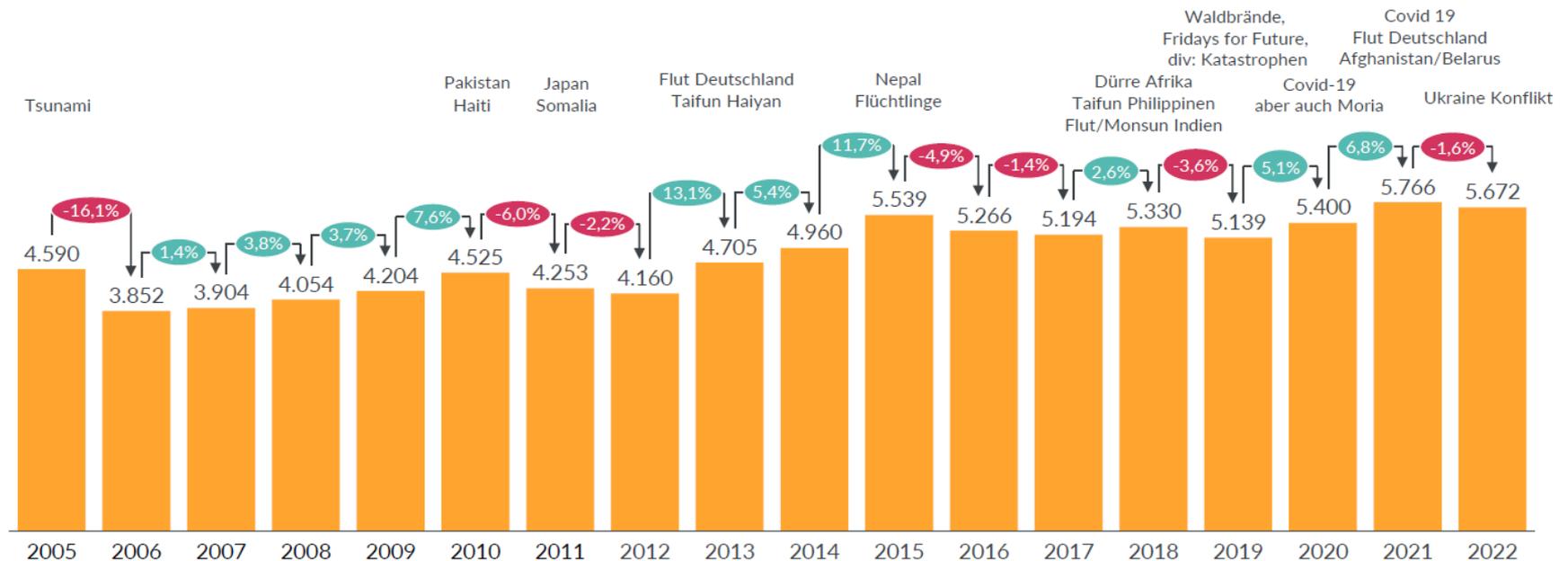


Zahlen, Daten, Fakten

- In den Monaten Februar, März und April hohe zweistellige Zuwachsraten, was sehr wahrscheinlich am Beginn des Ukraine-Kriegs liegt bzw. an den dafür aufgebrauchten Spenden:
 - 76,4% (der Spendeneinnahmen 2022) für humanitäre Hilfe > davon größter Teil für Not- und Katastrophenhilfe (Anteil 33% > 217 Mio Euro MEHR als 2021)
 - Spendenvolumen für Geflüchtete stieg im Vgl. zu 2021 um 227% ! (> 1,133 Mrd. Euro)
 - Auch Anzahl Spendenden stieg von 2,3 Mio auf 7,2 Mio Menschen (in diesem Hilfebereich)
 - Durchschnittspende (anlassbezogen) 68,8 Euro (2021: 45 Euro)

Zahlen, Daten, Fakten

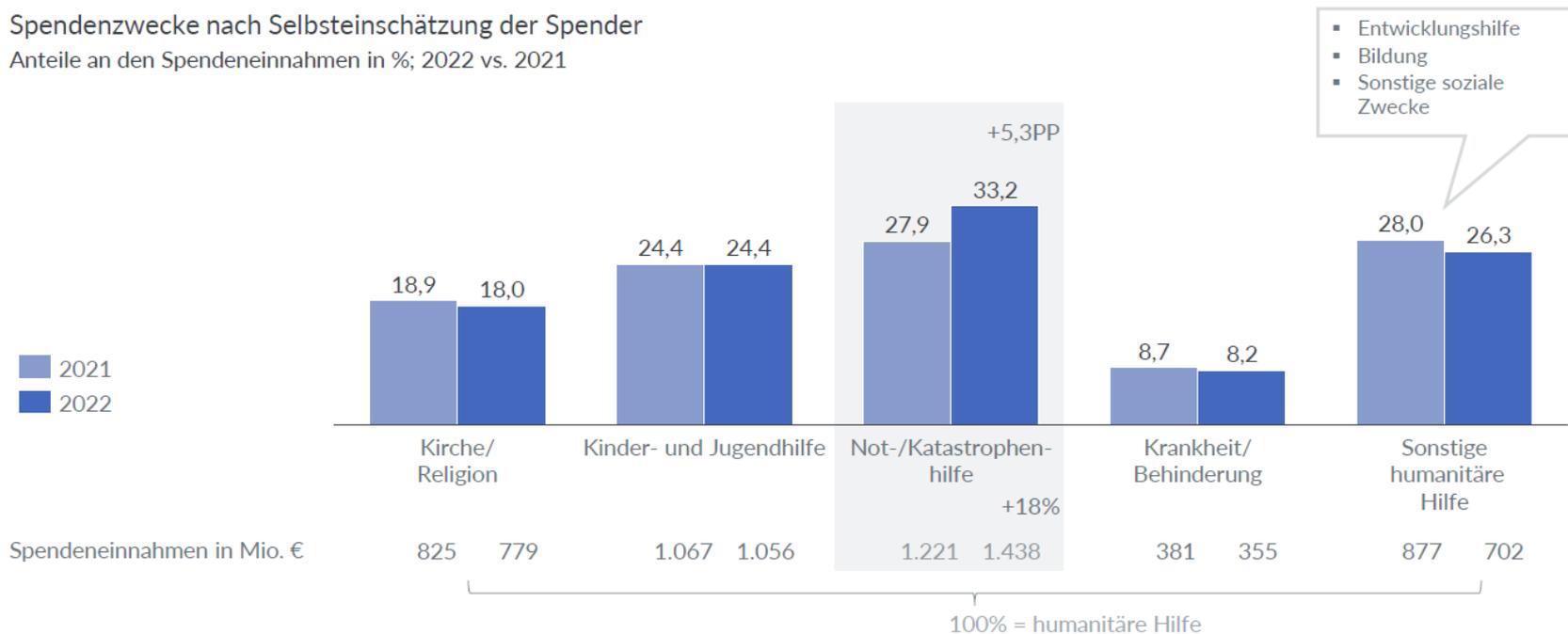
Gesamtmarkt Spendeneinnahmen Januar – Dezember kumuliert 2005 – 2022 (in Mio. €)



- deutscher Spendenmarkt reagiert auf Katastrophen oder große welt-politische Ereignisse
- 2021 war ebenfalls ein starkes Jahr (mancherorts wird vom Rekord-Spendenjahr gesprochen) > Flutkatastrophe in Deutschland, ebenfalls viel Solidarität und finanzielle Mittel freisetze

Zahlen, Daten, Fakten

Spendenzwecke nach Selbsteinschätzung der Spender
 Anteile an den Spendeneinnahmen in %; 2022 vs. 2021



- Spendenbereitschaft für Thema Religion/Kirche sinkt
- Innerhalb der humanitären Hilfe steigt nur „Not-/Katastrophenhilfe“



Zahlen, Daten, Fakten

- Januar – Mai 2023: rund 1,86 Mrd. Euro (-664 Mio. Euro zu 2022) > zu erwartendes Ergebnis (= auf Niveau von 2018-2021 / im Schnitt 1,82 – 1,9 Mrd. Euro)
- Allgemeine Tendenzen:
 - Immer weniger Personen spenden
 - Pro Jahr verliert jede Organisation zw. 11 und 14% ihrer Spendenden (eher mehr)
 - Vorhandene Spenderinnen und Spender geben aber mehr > steigende Durchschnittsspende
 - Spendende sind kritischer als früher: mehr Transparenz und immer individuellere Angebote
- **Es gibt also viel zu tun! 😊**



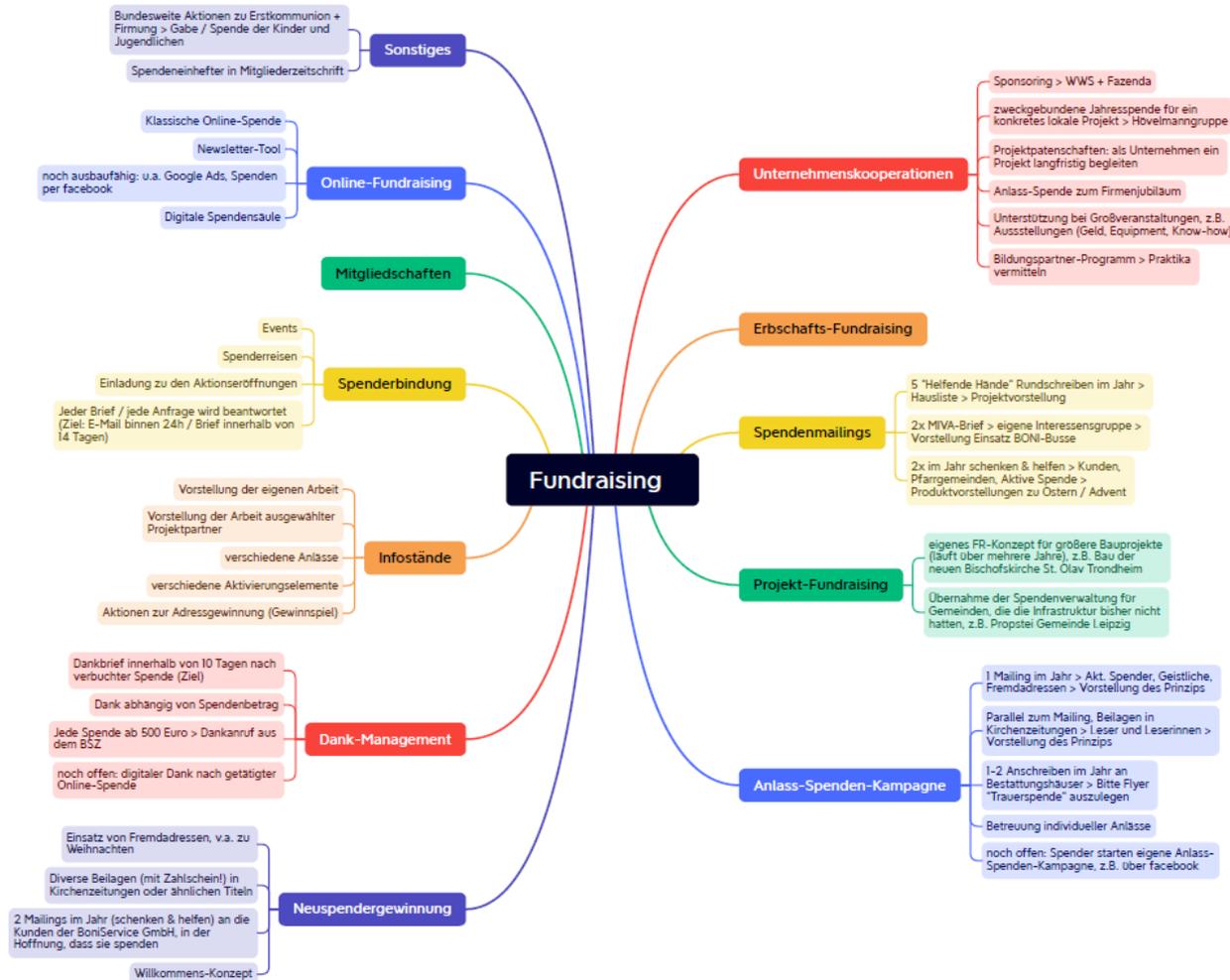
Hilfswerk für den Glauben

**bonifatius
werk**

Instrumente im Fundraising



Instrumente im Fundraising





Hilfswerk für den Glauben

**bonifatius
werk**

Das Spendenmailing

Das Spendenmailing / Theorie

Allgemein

- Lässt sich überall einsetzen (egal ob Gemeinde, Organisation, Projekt)
- „Evergreen“ im Fundraising
- Parallel Inhalte digital anbieten und ergänzen, aber: Online ohne Print funktioniert noch nicht, v.a. nicht bei „Wiederaufbauern“
 - Online mehr Infos zielgerichteter, schneller und kostengünstiger gestreut > E-Mails sind meist aktueller
 - Online-Maßnahmen eher Verstärker = Instrument in der Öffentlichkeitsarbeit
 - Finale Spende wird oft endgültig durch Printmaßnahmen ausgelöst



Das Spendenmailing / Theorie

Aufmerksamkeit der Spendenden wird gewonnen durch:

- | | |
|----------------------------------|----------------------|
| ○ Persönlich adressierter Brief: | 21,1% (+15% ggü. VJ) |
| ○ Kollekte: | 5,3% |
| ○ Freunde: | 8,1% |
| ○ Soziales Netzwerk: | 0,9% |
| ○ Persönliche Ansprache: | 3,3% |
| ○ Medien: | 6,7% |
| ○ Internet: | 2,3% |
| ○ Spende regelmäßig: | 26,2% |
| ○ k.A.: | 20,2% |
- Wenn jemand Brief öffnet: einmalige Chance denjenigen zu begeistern

Das Spendenmailing / Theorie

Vorteile

- Er ist etwas zum Anfassen > in der digitalen Welt
 - Er beinhaltet einen Fließtext mit Geschichte(n), und nicht nur einzelne Schlagwörter
 - Persönliche Adressierung und einen Unterzeichner > Aufbau einer Beziehung zum Leser
 - Der Brief hat eine andere Wertigkeit als die Informationen online, die uns tagtäglich entgegen prasseln
 - Spendenmailings funktionieren auch, wenn die Gemeinde oder Organisation noch keinen optimalen Webauftritt hat
- Schöne Abwechslung, die nach nichts verlangt und auch nichts verkaufen will, außer der Chance, durch eine Spende etwas Gutes zu tun.

Giving is a privilege that fills your heart with joy (Henry A. Rosso)

Das Spendenmailing / Theorie

Must-Haves:

- **Anschreiben**, um den Spender persönlich anzusprechen
- **Beileger/Flyer**, um über das Spendenprojekt im Detail zu informieren
- **Zahlschein** (ggf. mit QR-Code für diverse Banking-Apps) > *an der Stelle können wir den ersten Transfer von Print zu online versuchen*
- **Ggf. Rückantwortmöglichkeit / „Response-Element“** (z. B. Anforderungscoupon für weitere Informationen, SEPA-Mandat, Anmeldeformular)
- **„Give-aways“** (Adressaufkleber, Postkarte etc.), mit Bedacht einsetzen und am besten passend zum vorgestellten Thema

Das Spendenmailing / Theorie

Außerdem zu beachten:

- Bildstarkes Layout im Brief und auch bereits auf dem Umschlag / sympathische Fotos der Ansprechpartner
- Passender Inhalt: Packendes Storytelling zu einem realen Projekt
- ehrlicher und empathischer Spendenaufruf
- „Shopping List“ mit sinnvollen Beispielen
- Gerne Versuch von analog auf digital zu führen, z.B. indem man auf einer Sonder-Projektseite mehr Inhalte bereithält
- Rückmeldungen immer ernst nehmen und beantworten

Shopping List - Beispiele

- 20 Euro: ermöglichen den Kauf von Küchengeräten, Besteck, Geschirr für ein gemeinsames Kochen und leckere Mahlzeiten für den Kinder-Mittagstisch.
 - 40 Euro: helfen bei der Anschaffung von Sportgeräten wie Fußbällen, Matten und Trampolin oder Werkzeugen für den eigenen Gemüsegarten der Einrichtung.
 - 150 Euro: sind ein wertvoller Beitrag zur Anschaffung von Computern für gute Hausaufgabenhilfe.
 - 400 Euro sorgen für gemeinsame Ausflüge ins Schwimmbad, in den Hochseilgarten oder ins Museum.
-
- Muss nicht immer ausformuliert sein
 - Wenn möglich an der Durchschnittsspende der eigenen Klientel orientieren

Das Spendenmailing / Theorie

Aufbau eines Anschreibens > A I D A Prinzip

- **Attention** > Fessel Sie den Leser!
 - **Interest** > Nennen Sie Ihr Anliegen und beantworten Sie die wichtigsten Fragen!
 - **Desire** > Wecken Sie den Wunsch zu helfen! Spendenappell!
 - **Action** > Verstärken Sie Ihre Botschaft und sagen Sie konkret, was Sie wollen!
- Außerdem darf ein prägnanter **Betreff** nicht fehlen, Fettungen oder andere **Hervorhebungen** sowie ein **P.S.**

Das Spendenmailing / Praxis

Aufgabenstellung:

Schreiben Sie einen **Einstieg** (Attention) und einen **Schluss** (Action / Call to Action).

- Eigenes Projekt?
- Martinshaus, Liepaja (Lettland)
- Kloster Neuzelle (Bistum Görlitz)



Hilfswerk für den Glauben

**bonifatius
werk**

Kaffeepause

**Giving is a privilege that fills the heart with joy.
(Henry A. Rosso)**



Hilfswerk für den Glauben

**bonifatius
werk**

Diskussion

Muss für das Fundraising im kirchlichen Kontext eine Bindung zur katholischen Kirche vorhanden sein?

Wie kann ich auf Menschen zugehen, die nicht mehr kirchlich gebunden sind und die dennoch für mein Anliegen spenden sollen?



Hilfswerk für den Glauben

**bonifatius
werk**

Events

Wieso Events?

- **Spenderbindung / Art der Wertschätzung**
 - **Öffentlichkeitswirksam**
 - **Alleinstellungsmerkmal möglich**
 - **Inhalte transportieren**
 - **(zweckgebundene) Spenden generieren**
- **Welche Fundraising-Events haben Sie schon mal organisiert oder an welchen haben Sie teilgenommen?**

Mögliche FR-Events

- Reisen in Projektländer
- Benefizkonzerte / andere Musikveranstaltungen (Eintritt frei, um Spenden wird gebeten)
- Spendernachmittage (mit Vortrag, Kaffee & Kuchen o.ä.) oder Ehemaligentreffen
- Besuch in den Projekten (Tagesausflüge), z.B. wenn Tag der offenen Tür ist > „Meilensteine“ nutzen
- Charity-/Galaabende für Großspender (Stichwort „Marmeladenglas“)
- Orgelführung mit dem Erklängen der jeweils gespendeten Pfeifen
- Ausstellungen mit exklusiver Führung
- Orte, Events, Erlebnisse, die sonst nicht zugänglich sind (Wo komme ich alleine / ohne die Organisation bzw. ohne die Gemeinde nicht hin?)

- Pfarrfest (ggf. mit kleiner Spendenaktion wie Tombola oder Gewinnspiel)
- Sponsorenläufe / „Wandern für die Andern“
- Bei Kulturprojekten: Exklusive Vernissage / Eröffnungsveranstaltung mit eigenem Spendenaufruf (Hinweis: „Wohlfühlatmosfera“ schaffen > dann spenden Menschen gerne)
- Versteigerungen von Objekten / Produkten mit direktem Bezug zum Projekt oder zur Gemeinde
- Wetten abschließen mit VIPs aus der Gegend (z.B. Sternsinger-Sammelaktion: wenn Betrag X gesammelt wird, tanzt der Pfarrer/der Bürgermeister, der Landrat auf dem nächsten Fest...)
- Jahrestagungen / Mitgliederversammlungen (als Bindungsinstrument)
- Spenden sammeln für Vorhaben/Projekt X + Bank vor Ort bitten, den Betrag zu verdoppeln
- Offen kommunizieren, was man möchte / braucht



Hilfswerk für den Glauben

**bonifatius
werk**

Abschluss & Herzlichen Dank!



Hilfswerk für den Glauben

**bonifatius
werk**

Förderanträge

Förderanträge



Hilfswerk für den Glauben

**bonifatius
werk**

Kontakt bei Anfragen zu Förderanträgen

Uta Bolze

Referentin Fundraising

Arbeitsbereich Pfarreentwicklung

Erzbischöfliches Ordinariat

Niederwallstr. 8-9

10117 Berlin

Tel +49 30 32684 – 117

Mobil +49 160 96 22 95 65

uta.bolze@erzbistumberlin.de

www.erzbistumberlin.de/fundraising

Förderanträge

Einführung

Fördermittel sind ein Instrument des Fundraisings und sollten Bestandteil eines jeden FR-Konzeptes sein

Fördermittel – Fundraising = (beständige) Fördermitteltöpfe identifizieren, die unsere Projektideen unterstützen oder aktuelle Fördermittelausschreibungen identifizieren, die Problemlösungen unterstützen, zu denen wir eine passende Projektidee haben bzw. entwickeln können (Innovation) – Kommunikation mit einem Gegenüber

Fördermittelgeber in Deutschland (Auswahl)

- (Privatrechtliche)_Stiftungen
 - Relevant sind fördernd tätige Stiftungen.
(Gegensatz: Operative Stiftungen, die nur eigene Projekte verfolgen.)
 - Stiftungen fördern durch Erträge des Kapitals (Zinsen, Immobilien, ...)
 - Es zählt der Stifterwille; Förderzwecke regelt die Satzung
 - Seit 2020 fördert die Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt – Achtung: aktuelle Ausschreibungen beachten, Newsletter

Förderanträge

- Hilfswerke / christliche Fördermittelgeber
 - Z.B. Bonifatiuswerk – hat eine genaue Vorstellung, welche Ziele erreicht werden sollen und sucht Projektpartner, die diese Ziele teilen und Ideen zur Umsetzung haben
 - Andere Zeiten – unterstützt innovative Projekte
 - Innovations“töpfe“ einzelner Bistümer
 - Spezielle Förderprogramme, wie z.B. „Räume des Glaubens eröffnen“

- Soziallotterien / Bildungslotterien / Sonstige Lotterien mit gemeinnützigem Zweck
 - Recherche, welche Zwecke gefördert werden, denn: nicht alles passt immer 😊
 - Manchmal laufen die Anträge über freie Wohlfahrtsverbände
 - Wichtige Player bundesweit: z.B. Aktion Mensch und Deutsche Fernsehlotterie/ regional aktiv: z.B. Bingo Lotterie
- Staatliche Mittel werden unterschieden in:
 - Kommunale Mittel, die von der Stadt oder Region ausgeschrieben werden
 - Landes- und Bundesmittel (von entsprechenden Senaten oder Ministerien)
 - Und EU-Mitteln, wie Europäischer Sozialfonds (ESF), EFRE, Leader Plus

Der Weg zu den Fördermitteln - Zwei klassische Wege

- Beantragung auf eigene Initiative nach Recherche
 - Stiftungsdatenbank: Bundesländer und einzelne Städte
 - Fördermitteldatenbank: „Förder-Lotse“, Förderdatenbank Bund, Freiwilligenserver Nds. U.a.m.
 - Breite Recherche: Newsletter, Portale, regionale Presse, Flyer/Programmhefte
- Antrag auf Ausschreibung durch Fördermittelgeber oder auch Wettbewerbe
 - Newsletter der Stiftungen, Hilfswerke, Verbände abonnieren
 - Lokale Quellen nutzen wie Presse, Wochenblätter, Ausschreibungen von Behörden
 - Konkret nach Wettbewerben suchen

Der Rahmen für Fördermittel-Anträge:

wird markiert durch die jeweiligen Förderrichtlinien, Satzungszwecke, Fristen und ergänzenden Meldungen z.B. auf Homepage und Social Media

- ⇒ Projekt: Aussagekräftiger Titel
- ⇒ Ziele des Projekts: Was will das Projekt erreichen, verbessern, ermöglichen?
- ⇒ Zeitlicher Rahmen: In welchem Zeitraum wird es umgesetzt?
- ⇒ Kosten des Projekts: Wie viel wird es ungefähr kosten?
- ⇒ Beteiligte des Projekts: Wer stellt den Antrag? Wer setzt es um? Kooperationspartner?
- ⇒ Zielgruppen: Wen soll das Projekt erreichen?

Die „Zehn Gebote“ für ein erfolgreiches Fördermittelmanagement (entwickelt von und mit Dr. Christian Fischbach, Erzbischof Hamburg)

⇒ Machen Sie Ihr Projekt „förderwürdig“:

- 1. **Aktuelle „Förderwellen“** nutzen: Richten Sie Ihr Projekt nach Fördertrends aus!
- 2. Nur **gemeinsam** sind wir stark: Kooperationspartner in Antragstellung einbinden!
- 3. Antrag **thematisch zuspitzen**: Im Dialog mit Fördermittelgeber Idee fokussieren!
- 4. **Anknüpfung** an andere Themen: Denken Sie ganz anders/neu!
- 5. Auf Erfolgen **aufbauen**: Knüpfen Sie an vorhandenen Projekten an!

- ⇒ Recherche nach passenden Fördermittelgebern
- 6. Der **kreative** Blick: Greifen Sie nahe Projekte anders auf!
 - 7. Mein Projekt ist „**einzigartig**“: Heben Sie das Besondere Ihres Projekts hervor!
 - 8. **Lokal** geht vor überregional: Nutzen Sie Netzwerke/Fördermittelgeber vor Ort!
 - 9. In den **Sozialraum** schauen: Machen Sie Ihr Projekt gesellschaftlich relevant!
 - 10. **Perspektivwechsel**: Konzipieren Sie aus Sicht der Fördermittelgeber!

Förderanträge

Tipps zu aktuellen Fördermittelprogrammen:

- https://www.mitarbeit.de/foerderung_projekte/begegnungsfonds/
- <https://www.dkhw.de/schwerpunkte/spiel-und-bewegung/spielplatz-initiative/>
- <https://www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de/foerderung/aktuelle-programme/>