

FUNDRAISING-IDEEN

Konrad-Adenauer-Stiftung

**Mehr unter:
adenauercampus.de/themen/ehrenamt**

Inhalt

1. Spendenbrief	3
2. Spendenlauf.....	5
3. Patenschaften.....	7
4. Sportturnier	9
5. Dinner-Event.....	11
6. Spendenflyer	13
7. Online-Spendenformular	15
8. Info-Stand	16
9. Flohmarkt-Stand	17
10. Anlassspende	19
11. Facebook-Seite	21
12. Spendensammeldosen	23
13. Weihnachtsmarkt-Stand.....	24
14. „Tupper“-Party	26
15. Sommerfest	28
16. Arbeitskräfteverleih.....	30
17. Jahresveranstaltung	32
18. Spendenvideo	34
19. Sachspenden-Sammlung	36
20. Weihnachtsbaum-Abholservice	38
21. Crowdfunding	39
22. Online-Shopping	41
23. E-Mail-Marketing.....	42
24. Payroll-Giving	44
25. Bußgeld-Fundraising.....	46
Impressum.....	48

1. Spendenbrief

Beschreibung

Mit Spendenbriefen rufen Vereine schriftlich zur Unterstützung ihrer Arbeit auf. Bevor ein Spendenbrief erstellt wird, sollte ein möglichst geeignetes Projekt oder Anliegen des Vereins ausgewählt werden, das im Anschreiben vorgestellt wird. Ob sich das Projekt eignet, hängt vom Adressaten ab: Was hält er für förderungswürdig und wofür spendet er gerne? Die Spendenhöhe wird möglichst konkret benannt, zum Beispiel 10 Euro für ein Kinderbuch. So bekommen die Spender eine Vorstellung, in welcher Höhe eine Spende sinnvoll wäre und wissen, was sie bewirken können. In Spendenbriefen wird häufig eine Geschichte einer beispielhaften Person erzählt, die vom Projekt oder Angebot des Vereins profitiert. Durch dieses „Storytelling“ und eine emotionale Vermittlung des Themas können sich die Spender die Inhalte besser merken. Als zusätzliche Spendenmotivation wird manchmal ein „Incentive“, d.h. ein kleines Geschenk dem Anschreiben beigelegt.

Ziele

Das wichtigste Ziel eines Spendenbriefs ist es, Unterstützung der Adressaten in Form von Spenden zu bekommen. Um welche Unterstützung gebeten wird, kann stark variieren: Am häufigsten wird um eine einmalige Spende, manchmal aber auch um eine Dauerspende, Mitgliedschaft oder Großspende gebeten. Ein weiteres Ziel des Spendenbriefs ist es, die Beziehung zum Unterstützer aufzubauen oder zu intensivieren. Durch das regelmäßige Anschreiben der Zielgruppe kann der Kontakt gepflegt werden, sodass der Spender im besten Fall dem Verein treu bleibt und ihn weiterhin unterstützt. Darüber hinaus kann das Ziel auch sein, den Spender „upzugraden“. Das bedeutet, dass dieser zum Beispiel durch den Spendenbrief vom Einmalspender zum Dauerspender werden kann, somit seine Unterstützung intensiviert und die Beziehung zwischen Spender und Verein enger wird.

Umsetzungsschritte

1. Festlegung des Konzepts und des Budgets für die Erstellung und den Versand der Spendenbriefe sowie für die Abwicklung der Reaktionen auf diese
2. Definition der Zielgruppe, die den Spendenbrief erhalten soll; Adressen zum Versand vorbereiten, ggf. Anmietung von Adressen über Dienstleister
3. Auswahl eines Spendenprojekts, das im Spendenbrief dargestellt werden soll
4. Formulierung eines Anschreibens inklusive Storytelling
5. Optionale Erstellung eines Flyers oder ähnlichem mit weitergehenden Informationen
6. Gegebenenfalls Auswahl eines Incentives, das dem Anschreiben beigelegt wird
7. Gegebenenfalls Auswahl eines Motivs oder Schriftzugs für den Briefumschlag
8. Versand des Spendenbriefs mit allen Beilagen, ggf. durch einen „Lettershop“
9. Verbuchung der eingegangenen Spenden mit Zuwendungsbestätigung verbunden mit einem zusätzlichem Dank

Kompetenzen

- Kenntnis der Arbeit des Vereins
- Kenntnis der Zielgruppe, die von der Vereinsarbeit profitiert
- Kenntnis der (potentiellen) Spender-Zielgruppe
- Organisationsgeschick
- Administrative Fähigkeiten
- Fähigkeit, eine Geschichte erzählen zu können

- Kreativität
- Gute Rechtschreibung
- Gutes Ausdrucksvermögen
- Umgang mit einer Spendensoftware

Budgetposten

- Papier, Druck, Kuvertierung, Frankierung, Spendenbrief des Dankbriefs und der Zuwendungsbestätigung
- Porto Spendenbrief und Dankbrief
- Mögliche Beilagen
- Eventuell eine Agentur, die bei der Umsetzung unterstützt

Individualisierung

- Die Spendenbitte und den Spendenbetrag an das Spendenverhalten der Zielgruppe anpassen
- Die Spendenbriefe graphisch so gestalten, dass sie die Zielgruppe ansprechen
- Die Anschreiben mit einem Foto versehen, zum Beispiel des Vorstandsvorsitzenden, damit die Adressaten den Ansprechpartner kennen
- Briefumschläge so gestalten, dass sie die Adressaten neugierig machen und zum Öffnen motivieren
- Incentives an die Zielgruppe anpassen: Hier ist alles möglich, was nicht zu teuer oder schwer ist (wegen des Portos); ein thematischer Bezug zum vorgestellten Projekt kommt besonders gut bei den Spendern an und stärkt die Verbindung zur Vereinsarbeit

Tipps & Tricks

- Vergessen Sie nicht, im Anschreiben konkret um Unterstützung zu bitten. Die Frage nach der Spende ist entscheidend für den Erfolg.
- Testen Sie den Brief an einem kleinen Kreis Ihrer Zielgruppe und beobachten Sie die Reaktionen.
- Wählen Sie den Zeitpunkt des Versands Ihres Spendenbriefs gut aus. Sowohl der Wochentag als auch die Jahreszeit sind wichtig. Hier empfiehlt es sich im Voraus zu testen, wann die Spendenbereitschaft am höchsten ist. Grundsätzlich eignet sich die Zeit vor Weihnachten (November) gut zum Versand von Spendenbriefen, allerdings ist diese Zeit auch sehr beliebt bei anderen Organisationen.
- Falls Sie noch nicht über eigene Adressen von potentiellen Unterstützern verfügen, können Sie zielgruppenspezifische Adressen bei diversen Anbietern mieten. Alternativ können Sie auch damit beginnen, bei allen geeigneten Gelegenheiten Adressen zu sammeln und so ihren Adressatenkreis langsam wachsen zu lassen.

2. Spendenlauf

Beschreibung

Bei einem Spendenlauf werden im Vorfeld zu einem Lauf-Event Spenden gesammelt. Das Lauf-Event kann selbst organisiert werden, wozu aber eine große Anzahl an LäuferInnen notwendig ist. Einfacher ist es, sich einem bereits organisiertem Lauf anzuschließen. Bei dieser Option wird ein Laufteam zusammengestellt und die Läufer haben dann verschiedene Möglichkeiten Spenden zu sammeln. Zum Beispiel können Sie mit Hilfe eines Online-Profiles Spenden sammeln, sich öffentlich ein Spendenziel setzen und über ein Barometer ihren Unterstützern den Spendenstand anzeigen. Auf diese Möglichkeit beziehen wir uns in dieser Tool-Beschreibung. Alternativ ist es bei manchen Spendenläufen das Ziel, möglichst viele Runden bzw. Kilometer zu laufen. In diesem Fall legen die Unterstützer im Vorfeld fest, wie viel Geld sie pro Runde oder Kilometer spenden. Die Vorteile des Spendenlaufs sind, dass er Spenden einbringt und zugleich die LäuferInnen in ihrem Engagement bestärkt.

Ziele

Das Ziel eines Spendenlaufs ist zunächst die Akquise von Multiplikatoren, in diesem Fall Läufern. Hierfür finden sich häufig Mitglieder oder Unterstützer des Vereins, die sich über eine Möglichkeit freuen, sich für den Verein einzusetzen und gleichzeitig Sport zu machen. Häufig aktivieren sie weitere Läufer aus dem persönlichen Umfeld, sodass das Laufteam schnell wachsen kann. Wenn Sie genug Läufer haben, ist die Gewinnung von Spendern ein weiteres Ziel der Aktion. Viele Unterstützer können über die Läufer gewonnen werden: Sie werben bei ihren Freunden, ihrer Familie, ihren Kollegen und bei sonstigen Kontakten um Spenden. Die Arbeit des Vereins ist in diesem Fall zweitrangig. Aus diesem Grund ist es oft schwierig, die Unterstützer nachhaltig vom eigenen Verein zu begeistern. Dennoch sollte das Ziel sein, einen möglichst großen Anteil der Spender zu erreichen.

Umsetzungsschritte

1. Festlegung eines Konzepts und Budgets für Werbemaßnahmen und Organisatorisches
2. Mögliche Anschaffung einer entsprechenden Software oder Auswahl eines Anbieters für Online-Spendenprofile
3. Gewinnung von Multiplikatoren/Läufern mit Hilfe von Flyern und persönlichen Gesprächen
4. Auswahl und Anmeldung bei einem Spendenlauf
5. Einrichten eines Online-Profiles für alle Läufer
6. Werbung für den Lauf durch die Läufer und den Verein mit Hilfe von Flyern, Social-Media-Kanälen sowie E-Mails
7. Versand einer Einladung an alle Spender zum Anfeuern der Läufer, eventuell verbunden mit einem kleinem Event
8. Aufgaben der Vereinsverantwortlichen beim Lauf: Gespräche und persönlicher Dank bei den Spendern, ggf. mit Verpflegung; persönliches Beglückwünschen und Bedanken bei den Läufern
9. Schriftlicher Dank und Versand von Zuwendungsbestätigungen an alle Spender

Kompetenzen

- Begeisterung für Sport, speziell Laufen/Joggen
- Kenntnis der potentiellen Multiplikatoren-Zielgruppe
- Fähigkeit, andere zu begeistern
- Organisationsgeschick
- Administrative Fähigkeiten
- Kreativität
- Umgang mit Online-Spendenprofilen
- Umgang mit einer Spendensoftware

Budgetposten

- Flyer zur Gewinnung von Läufern
- Flyer zur Gewinnung von Spendern
- Mögliche Anmeldegebühr für den Lauf
- Mögliche Implementierung von Online-Spendenprofilen auf Vereins-Website
- Einladungen für die Spender zum Lauf-Event
- Mögliche Verpflegung für die Läufer und Gäste beim Lauf-Event
- Papier und Druck der Dankbriefe
- Porto Dankbriefe
- Mögliche Beilagen im Dankbrief

Individualisierung

- Das Spendensammeln kann auch offline stattfinden, zum Beispiel mit Spendenbriefumschlägen. Es können zusätzlich die Kontaktdaten des Spenders abgefragt werden.
- Beim Spendensammeln können kleine Extras eingebaut werden, um die Unterstützer zusätzlich zum Spenden zu motivieren: Der Läufer kann beispielsweise versprechen, in einem lustigen Outfit zu laufen, wenn ein bestimmtes Spendenziel im Vorfeld erreicht wird.
- Wenn die Spender zum Lauf eingeladen werden, kann hieraus ein kleines Event gemacht werden, zum Beispiel ein Picknick. Bei den entstehenden Gesprächen kann mehr über die Arbeit des Vereins erzählt werden.
- Die Läufer können sich mit ihren Outfits abstimmen und an den Verein anpassen, was Aufmerksamkeit erregt und den Teamgeist zusätzlich stärkt.
- Neben Läufen ist es auch möglich, an einem Walking-Event oder Radrennen teilzunehmen, wenn das den Multiplikatoren eher zusagt.

Tipps & Tricks

- Benennen Sie ein Vereinsmitglied als Teamleiter, das andere motiviert mitzulaufen. Es kann immer wieder zum Lauftraining und zum Spendensammeln motivieren und Tipps geben.
- Die Läufer sollten zunächst ihren engsten Kreis an Familienmitgliedern und Freunden nach Unterstützung fragen, damit das Spendenbarometer einige Spendenbeiträge aufweist, an dem sich alle weiteren Förderer orientieren können.
- Werden Sie kreativ beim Dank an die Spender: Kleine, möglicherweise gebastelte Präsente, die alle Spender, die beim Lauf zuschauen, als Erkennungsmerkmal tragen können, kommen gut an und stärken die Verbundenheit mit den Läufern und dem Verein.

3. Patenschaften

Beschreibung

Patenschaften werden potentiellen Unterstützern als eine langfristige Hilfsmöglichkeit angeboten. Die Art der Patenschaft wird an die Arbeit und den Unterstützungsbedarf des Vereins angepasst. Sie beinhalten meist die Zahlung eines vordefinierten, regelmäßigen Betrags für einen konkreten Zweck. Der Spender weiß genau, für wen oder was er die Patenschaft abgeschlossen hat. Bei Kinderpatenschaften kennt er häufig sogar den Namen des Patenkindes, die meist aus Entwicklungsländern kommen. Aber auch Patenschaften zum Naturschutz, wie für Bäume oder Raumpatenschaften für Sanierungen sind möglich.

Ziele

Patenschaften finden großen Anklang – auch bei jüngeren Zielgruppen – da sie den Paten das Gefühl geben, direkt zu helfen und sie die Verwendung ihrer Spenden gut nachvollziehen können. Mit Patenschaften wird das Ziel verfolgt, Spender für eine dauerhafte Förderung zu gewinnen und zu binden. Immer neue Spender zu finden, ist arbeitsintensiv und teuer, sodass Wege gesucht werden, Menschen für eine regelmäßige Unterstützung zu motivieren. Mit einer Patenschaft kann eine intensive Beziehung zum Spender aufgebaut werden, da er das Gefühl bekommt, ein Stück weit in die Vereinsarbeit involviert zu sein. Bei Kinderpatenschaften entstehen manchmal Brieffreundschaften zwischen den Kindern und den Paten oder die Paten besuchen ihre Patenkinder vor Ort. So schafft der Verein eine hohe Transparenz und enge Spenderbeziehungen.

Umsetzungsschritte

1. Festlegung eines Konzepts und eines Budgets für die Werbemaßnahmen
2. Absprachen mit den Verantwortlichen vor Ort, damit Pate und „Empfänger“ zugeordnet werden können
3. Erstellung von Werbematerialien, wie zum Beispiel Flyern
4. Mögliche Anschaffung einer entsprechenden Software oder Auswahl eines Anbieters für Online-Spendenformulare, mit denen Patenschaften abgebildet werden können
5. Bewerbung der Patenschaften zum Beispiel mit Informationsständen oder Spendenbriefen
6. Regelmäßige Berichterstattung über die Verwendung der Spenden der Paten per E-Mail oder Brief
7. Regelmäßiger schriftlicher und persönlicher Dank an alle Paten, zum Beispiel auch durch Einladungen zu Veranstaltungen
8. Jährliche Zusendung von Zuwendungsbestätigungen

Kompetenzen

- Kenntnis der Paten-Zielgruppe und der Empfänger-Zielgruppe
- Kontinuität in der eigenen Arbeit
- Fähigkeit, andere zu begeistern
- Guter Kontakt zu Verantwortlichen der Vereinsarbeit vor Ort
- Administrative Fähigkeiten
- Kreativität
- Umgang mit Online-Spendenformular
- Umgang mit einer Spendensoftware

Budgetposten

- Flyer zur Gewinnung von Paten
- Mögliche Implementierung von Online-Spendenformularen auf der Vereinswebsite
- Eventuell Einladungen, Raummiete und Verpflegung für Paten und Interessenten bei Veranstaltungen
- Papier und Druck der Info- und Dankbriefe

- Porto Info- und Dankbriefe
- Mögliche Beilagen in Info- und Dankbriefen

Individualisierung

- Sie können Patenschaften einen anderen Namen geben, damit sie besser zu Ihrem Verein passen; „Stipendium“ ist eine Alternative zu „Patenschaft“
- Bei der Beziehungspflege zu den Paten können Sie kreativ werden: Zum Beispiel könnte der Pate eines Baums diesen selbst einpflanzen
- Bei der Berichterstattung zum Verlauf Ihrer Arbeit vor Ort können Sie Fotos machen oder Videos drehen, um von den Fortschritten ihrer Arbeit zu berichten
- Insbesondere Kinderpatenschaften werden häufig kritisch betrachtet, da manchmal der Eindruck entsteht, dass Kinder instrumentalisiert werden. Der Verein muss sehr sensibel vorgehen und den richtigen Weg für sich finden
- Die Chancengleichheit und faire Unterstützung aller geförderten Personen in Projekten muss gewährleistet sein

Tipps & Tricks

- Bei vielen Patenschaften geht der Betrag in eine Art Fond, von dem zum Beispiel auch eine Familie oder Dorfgemeinschaft profitiert
- Manche Patenschaften sind symbolisch gemeint und beziehen sich nicht auf ein konkretes Kind, sondern vielmehr auf eine Gruppe von Kindern für die eine entsprechende Anzahl an Paten gesucht wird. Eine Zuordnung erfolgt hier nicht. Dies hat zum Vorteil, dass eine Förderung auf Augenhöhe stattfindet. Der Nachteil ist, dass Spender sich weniger angesprochen fühlen. Überlegen Sie sich daher gut, was für Sie realisierbar ist sowie ein verantwortungsbewusster und richtiger Weg. Transparenz ist entscheidend für den Erfolg.

4. Sportturnier

Beschreibung

Sportturniere bieten eine Vielzahl an Möglichkeiten, um Spenden zu sammeln. Zunächst werden häufig Spender und Sponsoren gesucht, die ein Turnier ermöglichen. Zu einem Sportturnier gehört meistens ein Rahmenprogramm mit Verpflegung und Unterhaltung. Wenn diese Posten kostenfrei zur Verfügung gestellt werden, ist das ein großer Vorteil und eine optimale Basis für alle weiteren Fundraising-Aktivitäten. Wenn sich ehrenamtliche Helfer um die Verpflegung kümmern, werden günstige Preise für die Besucher möglich oder der Gewinn des Verkaufs kann für die Vereinsarbeit genutzt werden. Die Teilnehmer können sich selbst mit einer Spendenaktion einbringen und im Vorfeld Unterstützer suchen (siehe auch „Spendenläufe“). Zusätzlich bieten sich Tombolas an den Spendenbetrag zu erhöhen.

Ziele

Ein erstes Ziel eines Sportturniers ist häufig die Realisierung selbst. Das zweite entscheidende Ziel ist oft, den eigenen Verein lokal bekannt zu machen und, insbesondere bei Sportvereinen, neue Mitglieder zu gewinnen. Das zentrale Ziel sollte die Gewinnung von Spenden sein, da sich zahlreiche Möglichkeiten zur Spendengewinnung bieten. Darüber hinaus müssen bei Sportturnieren meist Ehrenamtler engagiert werden, um die vielfältigen Aufgaben in der Organisation des Turniers zu erledigen. Dies lässt sich mit dem Ziel verbinden, neue Ehrenamtler zu gewinnen und sie langfristig zu binden.

Umsetzungsschritte

1. Festlegung eines Konzepts und eines Budgets für das gesamte Sportturnier inklusive Werbemaßnahmen
2. Akquise der Spender und Sponsoren sowie Ehrenamtler für Verpflegung und Unterhaltung
3. Erstellung von Werbematerialien, wie zum Beispiel eines Flyers und Plakaten sowie das Aussprechen von persönliche Einladungen vor Ort
4. Gewinnung von Sportlern zur möglichen Umsetzung einer Spenden-Aktion (siehe Spendenlauf)
5. Mögliche Tombola: Gewinne bei Unternehmen erfragen; Absprachen mit Finanzamt bezüglich der Formalitäten treffen
6. Organisation und Umsetzung des Sportturniers
7. Informationsstand zur Vereinsarbeit während der Veranstaltung (siehe Informationsstand)
8. Berichterstattung in der lokalen Presse im Vorfeld und Nachhinein"

Kompetenzen

- Organisatorisches Geschick
- Kommunikationsstärke im Umgang mit Ehrenamtlern und Unternehmen
- Lokale Vernetzung
- Fähigkeit, andere zu begeistern"

Budgetposten

- Flyer und Plakate zur Bewerbung des Sportturniers
- Eventuelle Miete, Versicherungen, Genehmigungen, Gebühren usw. für die organisatorische Umsetzung
- Verpflegung und Unterhaltung
- Erkennungsmerkmal der Ehrenamtler, zum Beispiel Vereins-T-Shirts

Individualisierung

- Ein Sportturnier kann unter einem Motto, wie zum Beispiel „Weihnachtsturnier“, stattfinden, um es interessanter zu machen

- Das Sportturnier kann durch ein kreatives Unterhaltungsprogramm aufgewertet werden: Von Kinderschminken über Riesenseifenblasen bis zu Live-Musik können die Vereinsmitglieder ihrer Kreativität freien Lauf lassen

Tipps & Tricks

- Ein Sportturnier kann sowohl im kleinen, exklusiven, als auch im großen Rahmen stattfinden. Überlegen Sie sich gut, was einerseits am besten zu Ihrer Zielgruppe passt und was andererseits für sie umsetzbar ist
- Sportturniere können sehr einfach oder sehr arbeitsintensiv gestaltet werden. Planen Sie daher Ihre Ressourcen gut ein und überfordern Sie sich nicht. Bedenken Sie die Möglichkeit, sich beispielsweise von Jahr zu Jahr zu steigern

5. Dinner-Event

Beschreibung

Ein Dinner-Event soll ihre Gäste begeistern: Zum einen vom Event selbst und zum anderen von Ihrem Verein. Bei einem Dinner-Event kann ein Partner in der Gastronomie gesucht werden, der die Verpflegung und die Location übernimmt. Gegebenenfalls kann der dieser motiviert werden, Ihnen als Verein finanziell entgegenzukommen oder sich an der Aktion zu beteiligen. Alternativ organisieren Sie die einzelnen Bestandteile selbst, was ein Kostenvorteil sein kann. Während des Dinners sollte es Musik, eine Begrüßung durch die Vereinsvertreter sowie kleine Programmpunkte zwischen den Gängen geben. So können die Gäste den Verein in angenehmer Atmosphäre näher kennenlernen. Die Gäste und zugleich potentiellen Unterstützer verbinden durch das Dinner etwas Positives mit dem Verein. An dem Abend kann eine Beziehung aufgebaut oder intensiviert werden.

Ziele

Mit einem Dinner-Event wird das Ziel verfolgt, mit den Kostenbeiträgen der Gäste Gewinn zu machen. Dazu ist eine gute Kostenkalkulation notwendig. Über die Gastfreundschaft, mit der die Gäste empfangen werden, lässt sich eine große Wertschätzung und ein Dank für das Interesse am Verein ausdrücken. Darüber hinaus sollen Mitglieder und Dauerspender für den Verein gewonnen werden. Durch das intensive Kennenlernen des Vereins und seinen Vertretern, kann Vertrauen aufgebaut werden und die Gäste lassen sich im besten Fall von der Vereinsarbeit begeistern. Dies kann auch die Grundlage für eine Großspende sein.

Umsetzungsschritte

1. Festlegung eines Konzepts und eines Budgets für das gesamte Dinner-Event inklusive Werbemaßnahmen
2. Gewinnung eines professionellen Koch-Teams, Räumlichkeiten, Ausstattung und Kellnern
3. Versand persönlicher Einladungen per Post an bereits bestehenden Unterstützerkreis; eventuell Versand von Erinnerungen per E-Mail
4. Organisation und Umsetzung des Dinner-Events
5. Gestaltung der Unterhaltung, die kurzweilige Informationen über die Vereinsarbeit beinhalten und Möglichkeiten der Unterstützung aufzeigen sollte
6. Dank für Teilnahme per Post oder E-Mail nach der Veranstaltung

Kompetenzen

- Organisatorisches Geschick
- Kommunikationsstärke
- Etikette-Grundkenntnisse
- Vernetzung in Gastronomie und Unterhaltungsbranche
- Fähigkeit, andere zu begeistern

Budgetposten

- Druck der Einladungen vor und der Danksagungen nach dem Dinner-Event
- Porto für Einladungen und Dankbriefe
- Eventuelle Miete, Versicherungen, Genehmigungen, Gebühren usw. für die organisatorische Umsetzung
- Kosten für Gastronomie
- Kosten für Musik und weitere Unterhaltung
- Kosten für Dekoration
- Mögliche Kosten für Outfits der Kellner und ggf. der ehrenamtlichen Helfer

Individualisierung

- Das Dinner-Event kann bereits durch das Menü und die Getränke einen Bezug zum eigenen Verein haben, beispielsweise wenn der Verein in einem bestimmten Land aktiv ist
- In der Dekoration und den Outfits der Kellner oder Ehrenamtler sollten sich Vereinsfarben oder –logo wiederfinden
- Im Programm können Sie Ihrer Kreativität freien Lauf lassen und zum Beispiel passende Lieder auswählen, dezente Aktionen zum Mitmachen einbauen oder einen kurzen Film über die Vereinsarbeit zwischen den Gängen zeigen

Tipps & Tricks

- Bei einem Dinner-Event beginnt das Fundraising bereits beim Einkauf. Fragen Sie nach Rabatten oder nach Sachspenden, sodass Ihre Kosten möglichst gering ausfallen

6. Spendenflyer

Beschreibung

Ein Spendenflyer ist ein zentrales Fundraising-Tool, mit dem viele Vereine ihre Fundraising-Aktivitäten beginnen. Darin stellt sich der Verein vor und wirbt um Spenden. Flyer lassen sich gut individuell gestalten: Hier bietet es sich an, mit Bildern und grafischen Darstellungen zu arbeiten, um den Textanteil gering zu halten. Spendenflyer werden häufig in Geschäften ausgelegt, an Infoständen und regelmäßig an Interessenten verteilt. Darüber hinaus können sie auch gezielt in Kombination mit einem Spendenbrief verschickt werden. Brief und Flyer können sich aufeinander beziehen, sodass der Flyer für den Empfänger als zusätzliches Informationsmaterial dient und einen tieferen Einblick gewährt.

Ziele

Mit dem Spendenflyer wird das Ziel verfolgt, Interessenten und Spender zu gewinnen. Neuinteressenten bekommen einen ersten Eindruck der Arbeit des Vereins. Im besten Fall kann es direkt zu einer ersten Spende kommen. Spendenflyer können aber auch Unterstützer ansprechen, die bereits in der Vergangenheit gespendet haben. Die Unterstützer werden mit Hilfe des Flyers zu einer weiteren Spende motiviert. Gegebenenfalls erfolgt hierdurch ein sogenanntes „Upgrading“. Upgrading bedeutet, dass der Spender um eine höhere Spende als beim letzten Mal gebeten wird. Es besteht außerdem die Möglichkeit, Dauerspender zu gewinnen, indem der Flyer über langfristige Spendenmöglichkeiten informiert und die passende Empfänger-Zielgruppe ausgewählt wird. Zur richtigen Zielgruppe würden zum Beispiel Personen gehören, die den Verein bereits kennen und in der Vergangenheit schon öfter gespendet haben.

Umsetzungsschritte

1. Festlegung eines Konzepts und eines Budgets für die Entwicklung und Verbreitung der Flyer
2. Festlegung und Ausformulierung der Inhalte sowie Auswahl der Bilder und Grafiken
3. Gestaltung der Flyer durch einen Grafiker oder mit Hilfe einer entsprechenden Software
4. Druck und Falzung durch Druckerei
5. Verbreitung der Flyer zum Beispiel als Beilage zu einem Spendenbrief, bei Infoständen und Vereinsveranstaltungen
6. Danksagung an Spender und Versand von Zuwendungsbestätigungen

Kompetenzen

- Verfassen von Werbetexten
- mögliche Kenntnisse in der grafischen Gestaltung
- Kenntnis der Zielgruppe der Vereinsarbeit
- Kenntnisse des Bedarfs in der Vereinsarbeit

Budgetposten

- Druck und Falzung
- eventuell Grafiker
- eventuelle Agentur zu Gestaltung und Formulierung der Texte
- eventuelle Spendenbrief
- mögliches Porto für Versand"

Individualisierung

- Flyer können in Form, Farbe, Schriftart und grafischer Aufbereitung stark individualisiert werden. Ein Corporate Design des Vereins ist hilfreich bei der Gestaltung
- Überlegen Sie sich, wie Sie den Leser überraschen können und wie Sie seine Aufmerksamkeit gewinnen können. Das können Sie zum Beispiel durch eine besonders direkte Ansprache auf dem Deckblatt erreichen, die neugierig macht

- Die Darstellung des Vereins kann durch Fotos der Verantwortlichen vertrauenswürdiger wirken und durch Zahlen und Fakten seine bisher geleistete Arbeit belegen"

Tipps & Tricks

- Die Überschriften sollten im Flyer ansprechend gestaltet sein und die Neugier der Leser wecken
- Der Text sollte aus kurzen Sätzen bestehen und aktiv formuliert sein
- Zitate oder kurze Geschichten helfen, den Unterstützungsbedarf deutlich zu machen, sodass der Leser auch auf einer emotionalen Ebene angesprochen wird
- Der Spendenaufruf kann durch eine sogenannte Shoppinglist konkretisiert werden, d.h. an verschiedenen Beispielen wird deutlich gemacht, mit welchen Beträgen geholfen werden kann
- Der Spendenflyer sollte einen Überweisungsträger enthalten, damit das Spenden für den Leser möglichst erleichtert wird und er alles Notwendige zur Verfügung hat.
- Es ist ratsam, den Flyer bei Personen zu testen, die den Verein noch nicht so gut kennen und Ihrer Zielgruppe entsprechen, bevor er in den Druck geht.
- Bei der grafischen und inhaltlichen Gestaltung können Agenturen behilflich sein"

7. Online-Spendenformular

Beschreibung

Ein Online-Spendenformular ist auf der eigenen Website eingebunden. Es bietet dem Spender die Möglichkeit, über eine Auswahl an Zahlungsoptionen direkt online zu spenden. Gängige Zahlungsmöglichkeiten sind: Lastschrifteneinzug, Paypal, Kreditkartenzahlung und Sofortüberweisung. Ein Button auf der Homepage macht auf das Spendenformular aufmerksam. Der Button sollte gut platziert sein, so dass er dem Besucher der Website direkt ins Auge springt. Verschiedene Anbieter halten Online-Spendenformulare zur Einbindung in die Website bereit. Sicheres Spenden ist entscheidend und muss unbedingt gewährleistet sein. Inzwischen sind Online-Spendenformulare üblich und werden von vielen, aber noch lange nicht allen Vereinen genutzt. Nur weil das Formular eingebunden ist, bringt es noch keine Spenden ein. Die potentiellen Spender müssen auf die Website und das Formular aufmerksam gemacht und dorthin hingeleitet werden.

Ziele

Das Spendenformular soll einfaches und flexibles Spenden ermöglichen. In erster Linie werden Spender und Dauerspender angesprochen. Entscheidend ist, das Vertrauen der potentiellen Spender zu gewinnen, damit sie bereit sind, das Formular zu nutzen. Bei Online-Formularen ist der durchschnittliche Spendenbetrag gegenüber Offline-Spenden höher. Das liegt sowohl an der Zielgruppe des Online-Spendenformulars, als auch an der Art des Spendens.

Umsetzungsschritte

1. Festlegung eines Konzepts und eines Budgets für die Implementierung eines Online-Spendenformulars
2. Auswahl eines Anbieters für Online-Spendenformulare
3. Gestaltung/Anpassung des Formulars für die eigene Nutzung
4. Einbindung des Formulars in eigene Website
5. Einbindung von Spende-Button
6. Automatische Dank-E-Mail nach Spendeneingang
7. Versand von Zuwendungsbestätigungen und Dankbrief

Kompetenzen

- Betrieb und Betreuung einer Website (CMS-Kenntnisse)

Budgetposten

- Implementierung und Nutzung eines Online-Spendenformulars
- Werbung für die Spendenmöglichkeit

Individualisierung

- Bei vielen Spendenformularen können Beispielbeträge standardmäßig voreingetragen sein. So haben die Spender eine Orientierung, welche Spendenhöhe dem Verein weiterhilft. Sie sollten einen Betrag wählen, der für Ihre Zielgruppe realistisch und passend ist.

Tipps & Tricks

- Sie sollten nur die unbedingt notwendigen Informationen im Formular erfragen. Je mehr Sie abfragen, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Besucher abspringen, bevor Sie ihre Spende getätigt haben.

8. Info-Stand

Beschreibung

Info-Stände gibt es bei den verschiedensten Gelegenheiten. Wichtig ist, sich mit dem eigenen Stand von anderen abzuheben. Um viele Besucher an den Stand zu bekommen, sollte über die üblichen Bonbons und Kulis hinaus, etwas Überraschendes oder besonders Attraktives auf die Besucher warten. Mit einem netten Lächeln der Standbetreuer wirkt der Info-Stand einladend. Zudem sollten Sie die Besucher aktiv ansprechen. Erfolgsversprechend ist häufig, sich erst von den Besuchern erzählen zu lassen, wohin ihr Interesse geht und dann genau darauf einzugehen. Bei Infoständen sollte es immer die Möglichkeit für die Besucher geben, ihre Adresse oder E-Mail-Adresse zu hinterlassen, damit sie im Nachhinein noch einmal kontaktiert werden können. So kann sich der Verein nach und nach einen Verteiler für den Versand seiner Spendenbriefe aufbauen.

Ziele

Mit einem Info-Stand können Interessenten für den Verein gewonnen werden. Viele Menschen, die den Verein vorher noch nicht kannten, können an einem Info-Stand mit Informationen aus erster Hand versorgt werden. So kann die Bekanntheit des Vereins gesteigert werden. Zudem können Spenden über eine Spendendose gesammelt werden. Auch Spendenflyer mit Überweisungsträgern können ausgelegt werden. Wenn ein gutes Gespräch zustande kommt, kann möglicherweise sogar eine Dauerspende daraus entstehen.

Umsetzungsschritte

1. Festlegung eines Konzepts und eines Budgets für den Info-Stand
2. Akquise von Ehrenamtlern, die den Stand betreuen
3. Entwicklung von Überraschungen und attraktiven Aktionen für den Stand
4. Auf- und Abbau sowie Betreuung des Stands
5. Anschreiben der gesammelten Kontakte mit Unterstützungsaufwurf oder Einladung zu einer Veranstaltung im Nachhinein

Kompetenzen

- Organisatorisches Geschick
- Kommunikationsstärke
- Fähigkeit, andere zu begeistern
- Kenntnis über die Vereinsarbeit und die Geschichten der Menschen, die von der Arbeit des Vereins profitieren

Budgetposten

- Mögliche Standgebühr
- Spendenflyer-Produktion
- Merchandise-Produkte
- Verpflegung der Ehrenamtler
- Outfit der Ehrenamtler
- Roll Up, Plakat, Banner oder ähnliches

Individualisierung

- Ergänzen Sie Ihren Stand mit spannenden Aktivitäten, wie einer Fotoaktion
- Ziehen Sie Besucher mit kleinen Geschenken an, zum Beispiel mit einer Tasse Kaffee
- Geben Sie sich Mühe mit der Gestaltung Ihres Stands, damit er auffällt und einladend aussieht. Sie können hier mit auffälligen Farben oder Dekoelementen arbeiten

Tipps & Tricks

- Es ist hilfreich für die Standbetreuer die Situation am Info-Stand im Vorfeld zu üben. Sie sollten in wenigen Sätzen erklären können, was Ihren Verein ausmacht und was mit einer Spende bewegt werden kann

9. Flohmarkt-Stand

Beschreibung

Ein Flohmarkt-Stand für den gemeinnützigen Zweck sollte etwas Besonderes sein und sich von anderen Ständen abheben. Neben Verkaufsartikeln sollten auch Informationen über den Verein und Merchandise-Produkte bereit liegen. Eine Möglichkeit für die Besucher ihre Adresse oder E-Mail-Adresse zu hinterlassen, damit sie im Nachhinein noch einmal kontaktiert werden können, ist ebenfalls ratsam. Zudem sollte durch ein Roll Up oder Plakate auf den Verwendungszweck der Einnahmen aufmerksam gemacht werden. Verkaufsartikel zu bekommen ist recht einfach, da sehr viele Menschen bereits sind, Dinge zu spenden, die sie nicht mehr brauchen. Allerdings ist hier Vorsicht geboten, da das Risiko besteht, zu viele und unbrauchbare Dinge zu bekommen. Daher sollten Sie genau sagen, was für den Stand gebraucht wird. Es ist ratsam, das Vereinsumfeld persönlich anzusprechen. So kann besser gesteuert werden, welche und wie viele Sachspenden angenommen werden.

Ziele

Mit einem Flohmarkt-Stand wird zunächst das Ziel verfolgt, Geld einzunehmen. Zusätzlich kann eine Spendendose aufgestellt werden. Auch Interessenten können gewonnen werden, da sich viele Leute länger an einem Flohmarktstand aufhalten und es Gelegenheiten gibt, ins Gespräch zu kommen.

Umsetzungsschritte

1. Festlegung eines Konzepts und eines Budgets für den Flohmarkt-Stand
2. Akquise der Ehrenamtler, die Stand betreuen
3. Akquise der Verkaufsartikel für Flohmarktstand
4. Deko, Merchandise-Artikel, Vereins-Infomaterial und Preisschilder organisieren
5. Auf- und Abbau sowie Betreuung des Stands organisieren.
6. Anschreiben der gesammelten Kontakte mit Unterstützungsaufwurf oder Einladung zu einer Veranstaltung nach dem Flohmarkt

Kompetenzen

- Organisatorisches Geschick
- Kommunikationsstärke
- Fähigkeit, andere zu begeistern
- Kenntnis über die Vereinsarbeit und die Geschichten der Menschen, die von der Arbeit des Vereins profitieren

Budgetposten

- Mögliche Standgebühr
- Produktion von Spendenflyern
- Merchandise-Produkte
- Verpflegung der Ehrenamtler
- Outfit der Ehrenamtler
- Roll Up, Plakate, Banner oder ähnliches

Individualisierung

- Der Stand kann sich durch eine tolle Optik von den anderen abheben, indem er besonders einladend und zugleich auffällig gestaltet ist
- Sie können sich auch auf bestimmte Verkaufsartikel konzentrieren, die im besten Fall einen Bezug zu Ihrem Verein haben: zum Beispiel könnten Sie nur Bücher oder nur Kleidung verkaufen

Tipps & Tricks

- Ein Flohmarkt-Stand bietet sich auch für nette Gespräche und Begegnungen an. Daher sollten Sie auch Ihren Mitgliedern und bereits bestehenden Unterstützern von dem Stand erzählen. So kann ein Austausch entstehen und die Gespräche genutzt werden

10. Anlassspende

Beschreibung

Anlassspenden kommen manchmal unverhofft auf einen Verein zu, meist bei hoher Bekanntheit. Menschen entscheiden sich an ihrem Geburtstag, einem Jubiläum, einer Beerdigung und weiteren Anlässen Spenden zu sammeln. Sie bitten, anstatt um Geschenke oder Blumen, um Spenden für einen bestimmten gemeinnützigen Zweck. Wenn dieser Fall eintritt, sollte der Verein auf Anlassspenden vorbereitet sein. Wichtig ist, zwischen den schönen und traurigen Anlässen zu unterscheiden und insbesondere bei den traurigen sensibel vorzugehen. Zur Abwicklung gehört, dass der Spenden-Initiator Informationsmaterial zum Verein, sowie eine persönliche Betreuung während des gesamten Ablaufs erhält. Darüber hinaus kann der Verein für diese Möglichkeit des Spendens werben und Unterstützer dazu motivieren so eine Aktion anzugehen. Es bietet sich an, entsprechendes Infomaterial auf der Website und eventuell auch Flyer bereitzustellen.

Ziele

Mit Anlassspenden wird Unterstützern des Vereins ermöglicht, sich noch stärker zu engagieren und als Multiplikator aktiv zu werden. Der Multiplikator verfolgt schließlich für den Verein das Ziel, Spenden in seinem Umfeld zu sammeln, damit ein größerer Spendenbetrag zusammen kommt. Darüber hinaus können einzelne Spender für eine langfristige Unterstützung des Vereins gewonnen werden.

Umsetzungsschritte

1. Festlegung eines Konzepte und eines Budgets für Anlassspenden
2. Werbung für Anlassspenden
3. Ankündigung einer Anlassspenden-Aktion durch den Initiator
4. Der Initiator sammelt Spenden in seinem Umfeld. Das kann ein Prozess sein, der zu einem bestimmten Datum endet, zum Beispiel bei einer Geburtstagsfeier oder Beerdigung. Alternativ können ausschließlich bei dem Anlass selbst Spenden gesammelt werden. Das hat den Nachteil, dass die Ausstellung von Zuwendungsbestätigungen nicht möglich ist
5. Persönlicher sowie schriftlicher Dank an den Initiator mit Bekanntgabe des Gesamtspendenergebnisses
6. Versand der Dankbriefe und Zuwendungsbestätigungen an alle Spender

Kompetenzen

- Kommunikationsstärke
- Empathie
- Kenntnis über die Vereinsarbeit und die Geschichten der Menschen, die von der Arbeit des Vereins profitieren
- Administrative Fähigkeiten
- Kontinuität in der eigenen Arbeit
- Eventuell Umgang mit einer Spendensoftware

Budgetposten

- Flyer-Produktion
- Merchandise-Produkte
- Versand Dankbriefe und Zuwendungsbestätigungen
- Porto für Versand

Individualisierung

- Durch besonders individuelle Info- und Merchandise-Materialien können Sie sich von anderen Vereinen absetzen. Ein Beispiel hierfür sind kleine Geschenk-Boxen, in denen sich die Informationen zu einer Anlassspende finden.

Tipps & Tricks

- Wenn Sie häufig Anlassspenden betreuen, bietet es sich an, Pakete vorzubereiten. In diesen sind die notwendigen Materialien zur Umsetzung einer Anlassspenden-Aktion enthalten. So können Sie schnell auf Anfragen reagieren.

11. Facebook-Seite

Beschreibung

Eine Facebook-Seite dient der anschaulichen Darstellung der eigenen Vereinsaktivitäten. Über die offiziellen Berichterstattungen hinaus kann über Facebook ein Blick hinter die Kulissen und somit Einblick in das Vereinsleben gewährt werden. Auch Vertreter des Vereins können sich selbst und ihre Arbeit für den Verein über diesen Weg vorstellen. Kurze Texte, Fotos und (Live-)Videos können über die Seite geteilt werden. Bei Facebook, wie bei sozialen Medien grundsätzlich, ist es wichtig mit den Fans zu interagieren und sich auf Gespräche einzulassen. Dieser Austausch ist der größte Unterschied zu herkömmlichen Kommunikationswegen im Fundraising, die oft nur in eine Richtung gehen.

Ziele

Eine Facebook-Seite dient weniger als klassisches Fundraising-Instrument, da hierüber in erster Linie Interessenten gewonnen und bereits gewonnene Unterstützer betreut werden. Die Implementierung eines Spendenbuttons und das regelmäßige Aufrufen zum Spenden können dennoch zum Betreiben einer Facebook-Seite dazu gehören, sodass einzelne monetären Erfolge ebenfalls möglich werden. Neben dem klassischen Aufruf zum Spenden, können potentielle Ehrenamtler und Multiplikatoren angesprochen werden. Durch die transparente Darstellung der eigenen Aktivitäten können Follower dazu motiviert werden, sich anzuschließen und selbst zu engagieren. Zum Multiplikator können Nutzer von Facebook ganz leicht werden, indem sie Beiträge des Vereins teilen, d.h. auf ihrer eigenen Chronik posten und somit den Beitrag den eigenen Freunden zeigen. Hierdurch besteht für den Verein die Chance, die eigene Reichweite zu erhöhen.

Umsetzungsschritte

1. Festlegen eines Budget für das Betreiben der Facebook-Seite
2. Erstellen einer Konzeption und eines Redaktionsplans, in dem festgelegt wird, was, wann, wie und von wem auf der Facebookseite gepostet wird
3. Einrichtung einer Fanpage auf Facebook mit Nutzerkonto
4. Regelmäßiges Posten von Beiträgen
5. Zügige Beantwortung von Fan-Kommentaren auf der eigenen Seite
6. Eventuelle Anzeigenschaltungen, die mit Kosten verbunden sind
7. Reflexion der eigenen Aktivitäten auf der Facebook-Seite und der Nutzer-Reaktionen mit Hilfe der diversen Auswertungen durch Facebook-Analytics

Kompetenzen

- Kommunikationsstärke
- Onlineaffinität
- Kreativität
- Organisatorisches Geschick
- Kontinuität in der Vereinsarbeit

Budgetposten

- Eventuelle Unterstützung durch eine Agentur zum Erstellen des Redaktionsplans und dem Einrichten sowie Betreuen der Facebook-Seite
- Mögliches Budget für eine Anzeigenschaltung

Individualisierung

- Ihre Facebookseite gibt Ihnen die Möglichkeit Ihren Verein auf einer ganz persönlichen Ebene vorzustellen. Nutzen Sie diese Möglichkeit und zeigen Sie, was Ihren Vereins so besonders macht, indem Sie die Geschichten Ihrer Mitglieder und der Menschen, die von Ihrer Arbeit profitieren, erzählen

- Werden Sie kreativ und überlegen Sie sich Inhalte und Aktionen für Ihre Facebook-Seite, die das Alleinstellungsmerkmal Ihres Vereins hervorheben. Zum Beispiel können Sie als Verein, der in Südafrika aktiv ist, regelmäßig Zitate von Nelson Mandela posten. Inhalte und Aktionen sollten sich möglichst von anderen abheben und Aufmerksamkeit erregen

Tipps & Tricks

- Gute Inhalte sind wichtig und bringen Sie dem Ziel näher, Menschen von Ihrem Verein zu begeistern und sie an ihn zu binden. Darüber hinaus kommen auf Facebook häufig die Inhalte gut an, die simpel und unverfänglich sind. Daher zögern Sie nicht, zum Beispiel einen schönen Sommertag zu wünschen und dazu ein passendes Foto zu posten
- Auf Facebook können Sie kostenpflichtige Werbung schalten. Gegebenenfalls kann es Sinn machen, hier zu investieren
- Bei Facebook gibt es einige rechtliche Aspekte, die Sie beachten müssen. Zum Beispiel müssen Sie die schriftliche Einwilligung von auf Fotos abgebildeten Personen vorliegen haben, bevor Sie sie posten. Was Sie hier genau beachten müssen und welche weiteren rechtlichen Themen relevant sind, können Sie in einer Schulung vor der Erstellung der Facebook-Seite oder durch eine von Ihnen beauftragte Agentur in Erfahrung bringen. Ein Grundlagenwissen zu diesen Fragestellungen ist unbedingt notwendig.

12. Spendensammeldosen

Beschreibung

Häufig stehen Spendendosen in Geschäften direkt neben der Kasse, sodass die Kunden ihr Wechselgeld in die Dose werfen können. Zusätzlich liegen Flyer neben der Spendendose, die auf den guten Zweck aufmerksam machen, für den die Spenden gedacht sind. Mit dem Ladeninhaber sollte ein Rhythmus ausgemacht werden, in dem die Dosen geleert werden.

Ziele

Mit der Spendendose werden in erster Linie kleine Spenden gesammelt. Gleichzeitig sollen Interessenten gewonnen werden, die gegebenenfalls den Flyer mitnehmen. Sie können sich so genauer informieren und spenden zu einem späteren Zeitpunkt vielleicht einen größeren Betrag. Neben der Gewinnung von Interessenten und Spendern kann auch der Bekanntheitsgrad des Vereins erhöht werden. Wenn die Dosen zum Beispiel in einem Stadtteil in vielen Geschäften verteilt werden und die Kunden immer wieder auf den Verein aufmerksam werden.

Umsetzungsschritte

1. Festlegen eines Budgets für die Spendensammeldosen-Aktion
2. Konzeption für Ihre Spendendosen Aktion
3. Auswahl und Einkauf von Spendendosen
4. Individualisierung und Branding der Spendendosen, damit sie eindeutig Ihrem Verein zugeordnet werden können
5. Ansprache von lokalen Geschäften und Aufstellen der Dose
6. Regelmäßiges Einsammeln der Spenden und Auffüllen der Flyer
7. Dokumentation der Spendenergebnisse pro Laden 8) Offizieller Dank bei den Geschäften, in denen die Spendendosen aufgestellt sind, mindestens einmal im Jahr

Kompetenzen

- Kommunikationsstärke
- Kontakte zu lokalen Geschäften
- administrative Fähigkeiten
- Zuverlässigkeit
- Kontinuität in der Vereinsarbeit

Budgetposten

- Spendendosen
- Aufkleber oder Ausdrücke zum Branding der Dosen
- Flyer
- Ggf. kleine Geschenke wie Bonbons
- Dankbriefe an Ladeninhaber

Individualisierung

- Machen Sie aus Ihrer Spendendose etwas Besonderes und gestalten sie so, dass sie sich von den üblichen abhebt. Andererseits sollte die Dose auch so neutral sein, dass die Läden durch die Optik der Dose nicht abgeschreckt werden
- Legen Sie neben Ihre Spendendose eine kleine Schale mit Bonbons oder ähnlichen kleinen Geschenken. Dazu können Sie ein Schild stellen, auf dem „Danke für Ihre Spende“ steht

Tipps & Tricks

- Wenn Sie eine Spendendose neu aufstellen, sollten Sie immer einen Beispiel-Betrag einwerfen, damit die potentiellen Spender eine Orientierung für eine angemessenen Spendenhöhe haben
- Spendendosen sollten immer gut im Laden gesichert werden, da sie recht häufig geklaut werden

13. Weihnachtsmarkt-Stand

Beschreibung

Weihnachtsmärkte gibt es in fast jeder Stadt und sie können kleiner oder größer ausfallen. Bei größeren Märkten gibt es häufig sogenannte Sozialstände, die gemeinnützige Vereine an ein paar Tagen in der Adventszeit kostenfrei besetzen dürfen. In kleineren Orten gibt es öfters Weihnachtsmärkte, die nur für einen Tag oder ein Wochenende aufgebaut werden. Hier wird meist keine hohe Standgebühr verlangt. Vor Ort muss geschaut werden, welcher Weihnachtsmarkt sich anbietet und zum Verein passt. An einem eigenen Weihnachtsmarktstand können Produkte verkauft werden, die am besten einen Bezug zum Verein haben. So können mit dem Verkauf Einnahmen erzielt und darüber hinaus eine Botschaft transportiert werden. Spendenflyer und Spendendosen können ebenfalls aufgestellt werden. Schöne oder auch lustige Mitmachaktionen kann sich der Verein zusätzlich ausdenken, um spielerisch den Vereinszweck zu transportieren.

Ziele

Weihnachtsmärkte bieten sich an, um Verkaufseinnahmen zu generieren, Spenden zu sammeln und Menschen über den Verein zu informieren. Durch die verkauften Produkte, die einen Bezug zum Vereinszweck haben, werden die Käufer zu Multiplikatoren. Besonders schön ist es, den Anlass für die Spender- und Mitgliederpflege zu nutzen. Alle Freunde des Vereins sollten auf einen Besuch am Weihnachtsmarktstand eingeladen werden. Der Weihnachtsmarkt bietet sich somit an, um neue Beziehungen aufzubauen, aber auch um alte zu stärken.

Umsetzungsschritte

1. Festlegen eines Budgets für den Weihnachtsmarktstand
2. Weihnachtsmarkt auswählen und über die Möglichkeiten und Rahmenbedingungen, die sowohl vom Weihnachtsmarktbetreiber als auch von der Stadt vorgegeben werden, informieren
3. Konzept für den Stand entwickeln
4. Standbetreuer unter Mitgliedern und Ehrenamtlern gewinnen
5. Produkte zum Verkauf organisieren
6. Informationsmaterial zum Verein organisieren
7. Eventuelle eine Mitmachaktion organisieren
8. Mitglieder und Unterstützer zum Besuch einladen und die Aktion bewerben⁹⁾ Stand aufbauen und lächeln

Kompetenzen

- Kommunikationsstärke
- Positive Ausstrahlung
- Kenntnis über die Vereinsarbeit und die Geschichten der Menschen, die von der Arbeit des Vereins profitieren

Budgetposten

- Mögliche Standgebühr
- Informationsmaterial
- Verkaufsprodukte
- Eventuelle Mitmachaktion
- Mögliche Standbetreuung

Individualisierung

- Der Weihnachtsmarkt-Stand lässt sich über die Dekoration, Produkte, Informationsmaterialien und eine Mitmach-Aktion individualisieren. Gehen Sie hier jeweils nicht den üblichen Weg, sondern überlegen Sie, wie Sie Besucher anziehen und überraschen können

- Durch ein besonders auffälliges Outfit der Standbetreuer könnten Sie ebenfalls das Interesse von potentiellen Standbesuchern gewinnen

Tipps & Tricks

- Wenn es auf dem Weihnachtsmarkt erlaubt ist, bietet es sich an, nicht nur hinter dem Stand zu stehen. Eine zweite Person kann vor dem Stand leichter vorbeigehende Personen direkt ansprechen und sie auf sich aufmerksam machen. Diese Ansprache muss unbedingt empathisch sein. Mit einer freundlichen Ausstrahlung können Sie die Menschen für sich zu gewinnen
- Legen Sie an Ihrem Stand möglichst mehrere Produkte aus. Weihnachtsmarkt-Besucher möchten über den Weihnachtsmarkt schlendern und schauen sich gerne um. Daher sollten Sie etwas zu bieten haben, was diesem Interesse entspricht

14. „Tupper“-Party

Beschreibung

Eine „Tupper“-Party kennt vermutlich jeder, zumindest von Erzählungen. Dieses Party-Format im Wohnzimmer, bei der Produkte angepriesen werden, kann auf den eigenen Verein übertragen werden. Hierzu braucht es einen Gastgeber, der zu Beginn am besten aus dem nächsten Vereinsumfeld stammt. Der Gastgeber lädt dann Freunde, Bekannte und Kollegen zu sich nach Hause ein, die sich für den Vereinszweck interessieren könnten. Ihr Verein sorgt für ein unterhaltsames Programm, in dem der Vereinszweck vorgestellt wird. Das bietet sich zum Beispiel besonders an, wenn man in einem bestimmten Land oder einer bestimmten Region aktiv ist, weil ein Einblick in die entsprechende Kultur gegeben werden kann. Im Verlauf des Abends können auch Unterstützungsmöglichkeiten vorgestellt werden, sodass die Besucher zu Förderern Ihres Vereins werden. Der Verkauf von Produkten ist nicht unbedingt notwendig, aber auch möglich.

Ziele

Zunächst muss das Ziel verfolgt werden, einen Multiplikator zu gewinnen, der bereit ist, die Rolle des Gastgebers zu übernehmen. Dann muss der Gastgeber Interessenten animieren seiner Einladung zu folgen. Die Gäste sollen im Laufe des Abends oder im Nachhinein zu Spendern, Dauerspendern oder Fördermitgliedern werden. Sie selbst sollen im besten Fall zu Multiplikatoren werden und ebenfalls die Rolle des Gastgebers übernehmen.

Umsetzungsschritte

1. Festlegen eines Budgets für die „Tupper“-Party
2. Konzeption der „Tupper“-Party
3. Gewinnen von Vereinsvertretern, die die Partys moderieren
4. Gewinnen von Gastgebern
5. Ausstatten der Gastgeber mit Infomaterial bzw. einer Einladung für die Gäste. Einladung der Gäste durch den Gastgeber.
6. Absprache mit dem Gastgeber zu genauem Ablauf und der Aufgabenverteilung
7. Möglicherweise ein kleines Geschenk für den Gastgeber organisieren
8. Durchführen des Programms am Abend der Party
9. Danksagung an den Gastgeber und die Gäste mit Hinweis auf Möglichkeiten zum Mitmachen im Verein

Kompetenzen

- Kommunikationsstärke
- Kreativität
- Empathie
- sympathisches Auftreten
- Kenntnis über die Vereinsarbeit und die Geschichten der Menschen, die von der Arbeit des Vereins profitieren
- Moderations- und Präsentationsfähigkeiten

Budgetposten

- Materialien für das Programm
- Eventuell kleine Snacks oder Getränke
- Infomaterial
- Eventuell ein kleines Geschenk für den Gastgeber
- Porto und Druck der Dankbrief

Individualisierung

- Die Inhalte des Programms können sehr individuell gestaltet werden und sollten genau auf den Verein, sowie die Zielgruppe der Aktion abgestimmt sein

- Auch das kleine Geschenk für den Gastgeber sollte einen thematischen Bezug zum Verein haben

Tipps & Tricks

- Testen Sie die „Tupper“-Party mit Vertrauten des Vereins und lassen Sie sich ein ehrliches Feedback geben, damit das Programm möglichst unterhaltsam und ansprechend wird
- Lassen Sie Ihre Vereinskultur in die Party mit einfließen, sodass die Gäste Sie kennenlernen und merken, was Ihren Verein so besonders macht"

15. Sommerfest

Beschreibung

Ein Sommerfest ist der Klassiker, der bei vielen Vereinen zum festen Jahresprogramm gehört. So ein Anlass kann mit verschiedenen Möglichkeiten zum Fundraising-Event werden: Klassisch gehören hierzu verschiedene Essensstände, ein Getränkeverkauf und Spiele. Darüberhinaus sollten Sie über Ihren Verein informieren und deutlich machen, wofür aktuell ein Unterstützungsbedarf besteht. Das kann zum Beispiel durch eine Fotoausstellung über Ihre Vereinsarbeit stattfinden. Das Anbieten einer direkten Spendenmöglichkeit sollte interaktiv gestaltet werden, damit das Spenden Spaß macht und einen schönen Programmpunkt beim Sommerfest ausmacht. Aber nicht nur Spenden können an diesem Tag akquiriert werden, auch Ehrenamtler können neu gewonnen oder reaktiviert werden. Zum Beispiel kann durch eine kleine nett aufgemachte Stellenbörse aufgezeigt werden, welche Aufgaben im Verein noch zu besetzen sind und warum es Spaß oder/und Sinn machen würde, diese zu übernehmen.

Ziele

Wenn ein Sommerfest für die Öffentlichkeit geöffnet ist, sollte das Ziel sein, neue Interessenten und Spender zu gewinnen. Ansprechende Angebote und eine gute Verpflegung wären in diesem Fall bei vielen Besuchern, die den Verein im Vorfeld nicht kennen, die vordergründige Motivation für den Besuch des Festes. Das Ziel ist, bei ihnen das Interesse für den Verein zu wecken und möglicherweise ihre Kontaktdaten zu sammeln, mit der Einwilligung zur späteren Kontaktaufnahme durch den Verein. Ehrenamtler können durch die positive Atmosphäre oder eine Stellenbörse zum Mitmachen animiert werden.

Umsetzungsschritte

1. Festlegen eines Budgets für das Sommerfest
2. Konzeption für Sommerfest entwickeln
3. Ehrenamtler für die Vorbereitung und Umsetzung des Sommerfestes gewinnen
4. Einladungen und Werbung gestalten sowie verbreiten
5. Räumlichkeiten, Materialien und sonstiges für die Umsetzung besorgen
6. Aufbau und Dekoration
7. Umsetzung des Sommerfestes
8. Mögliches Anschreiben von gesammelten Kontakten

Kompetenzen

- Kommunikationsstärke
- Führung eines Teams
- Eventplanung
- Vernetzung in der Gemeinde/im Stadtteil

Budgetposten

- Werbung (Flyer, Plakate, Einladungen, etc.)
- Verpflegung und Getränke
- Materialien für Programmpunkte, Aktionen usw.
- Mögliche Genehmigungen und Versicherungen
- Eventuelle Miete von Räumlichkeiten
- Eventuelle Miete von Technik (Musik, Licht, Mikrofon usw.)
- Eventuelle Miete von Sitzgelegenheiten

Individualisierung

- Überlegen Sie sich eine ansprechende Dekoration, bei der sie die Corporate Identity des Vereins mit einfließen lassen

- Machen Sie Fotos von den Gästen, die Sie ihnen im Nachhinein mit einem netten Gruß und einem Dank für die Teilnahme zukommen lassen. Am Fotorand können sie ihr Logo platzieren

Tipps & Tricks

- Beim Sommerfest könnten Sie über die Verpflegung besonders viele Menschen anziehen, wenn Sie etwas Besonderes (je nach Zielgruppe) anbieten. Zum Beispiel könnte das Angebot von bunten Cake Pops eher Besucher anziehen, als die übliche Bratwurst
- Binden Sie Menschen in die Aktion ein: Unterstützer, die zum Beispiel nur eine Stunde an der Theke Getränke verkaufen, können darüber hinaus als Gäste vor und nach ihrem Einsatz sehr gut als Multiplikatoren wirken

16. Arbeitskräfteverleih

Beschreibung

Beim Arbeitskräfteverleih geht es darum, die eigenen Fähigkeiten – insbesondere von Privatpersonen – anzubieten und den dafür erhaltenen Lohn für den guten Zweck einzusetzen. Dieser Verleih wird gewöhnlich zentral organisiert und ist auf einen bestimmten Zeitraum beschränkt. Das bedeutet, dass zum Beispiel an einem Wochenende Vereinsmitglieder ihre Kompetenzen im Ort anbieten. Beispiele hierfür sind Rasenmähen im Garten und Kuchenbacken für eine Geburtstagsfeier. Damit das Angebot wahrgenommen wird, braucht es zum einen Werbung, zum anderen auch unbedingt Multiplikatoren vor Ort, die potentielle Kunden von der Qualität des Arbeitsangebots überzeugen und ein entsprechendes Vertrauen genießen.

Ziele

Grundsätzlich müssen bekannte Multiplikatoren im Ort begeistert werden, damit sich die Aktion rumspricht. Mit einem Arbeitskräfteverleih wird das Ziel verfolgt, Einnahmen zu generieren. Darüber hinaus können auch Spenden gesammelt werden. Das funktioniert besonders gut, wenn die gesamte Aktion einem bestimmten Zweck zugutekommt und der notwendige Betrag genau benannt wird. Außerdem ist es möglich, über diese Aktion gute Beziehungen aufzubauen und so in einem zweiten Schritt Dauerspender oder Fördermitglieder zu gewinnen.

Umsetzungsschritte

1. Festlegen eines Budgets
2. Erstellen eines Konzepts für die gesamte Aktion
3. Gewinnung von Vereinsmitgliedern oder Unterstützern, die bereit sind, ihre Arbeitskraft anzubieten
4. Ideensammlung für mögliche Arbeitsangebote
5. Akquise von Multiplikatoren, die die Aktion lokal verbreiten
6. Gestaltung und Verbreitung von Werbung (Flyer, Plakate etc.)
7. Akquise von Kunden für den Arbeitskräfteverleih
8. Umsetzung der Aktion zu einem bestimmten, begrenzten Zeitraum
9. Danksagungen an alle Kunden mit Informationen zum eingenommenen Gesamtbetrag, weiteren Verlauf der Umsetzung des guten Zwecks und Möglichkeiten der weiteren Unterstützung, wie zum Beispiel durch eine Dauerspende oder eine Fördermitgliedschaft

Kompetenzen

- Kommunikationsstärke
- Zuverlässigkeit
- Genaues Arbeiten
- Pflichtbewusstsein

Budgetposten

- Werbung (Flyer, Plakate, Einladungen, etc.)
- Mögliche Materialien für die Aufgaben, die von den Arbeitskräften benötigt werden
- Porto und Druck von Dankbriefen

Individualisierung

- Um dem Arbeitskräfteverleih ein konkretes Profil zu geben, kann sich der Verein auf ein bestimmtes Thema fokussieren. Zum Beispiel könnte der Fokus auf Näharbeiten liegen. Hierzu können Sie sich ein bestimmtes Motto, wie „Wir stopfen alle Löcher, bevor der Winter kommt“ überlegen, mit dem Sie die Aktion bewerben. Hierzu müssen Ehrenamtler gesucht werden, die entsprechende Fähigkeiten mitbringen und ihre Arbeitskraft anbieten können. Durch die Fokussierung muss sich die Zielgruppe selbst nichts ausdenken und muss lediglich das Angebot annehmen.

Tipps & Tricks

- Diese Aktion bietet sich eher im ländlichen Raum an. In kleineren Orten kennen sich die Nachbarn meist besser untereinander und eine Aktion wie der Arbeitskräfteverleih verbreitet sich leichter
- Der Arbeitskräfteverleih kann zum Beispiel jährlich angeboten werden. Dann hat die Aktion das Potential stetig zu wachsen und immer bekannter zu werden
- Falls Sie auf Facebook treue Follower haben, die ihren Verein schon besser kennen, können Sie Ihren Arbeitskräfteverleih auch hierüber bewerben. Auch auf Ihrer Website können Sie Nutzer Ihres Angebots zitieren und Fotos von vergangenen Erfolgen zeigen
- Gegebenenfalls macht es Sinn, auf Ihrer Website eine Art Stundenplan zu posten, damit die potentiellen Nutzer ganz transparent sehen können, wann welche „Arbeitskräfte“ mit welchen Kompetenzen zur Verfügung stehen

17. Jahresveranstaltung

Beschreibung

Die Jahresveranstaltung eines Vereins sollte an die eigene Vereinskultur angepasst sein. Die Individualität beginnt schon mit dem Datum der Veranstaltung, das sich zum Beispiel am Gründungstag orientieren kann. Bei einer Jahresveranstaltung geht es darum, den Mitgliedern und Unterstützern einen Überblick über die eigene Arbeit zu geben. Darüber hinaus kann man in netter Atmosphäre auf das vom Verein behandelte Thema aufmerksam zu machen und sich damit auseinandersetzen. Auch die Wertschätzung der ehrenamtlich Engagierten sollte im Mittelpunkt der Veranstaltung stehen. Typischerweise kann dies eine Veranstaltung mit Bühnenprogramm sein. Der genaue Ablauf ist abhängig von der Zielgruppe, die eingeladen wird. Meist werden Mitglieder und Unterstützer eingeladen. Je nach Zweck des Vereins bietet es sich auch an, diejenigen einzuladen, die vom Verein profitieren. Wenn die Öffentlichkeit ebenfalls teilnimmt, ist ein Kontakt zur Presse hilfreich.

Ziele

Das Ziel einer Jahresveranstaltung ist es, Menschen, die den Verein bereits unterstützen, an den Verein zu binden, die Beziehung zu ihnen zu pflegen und ihr Engagement wertzuschätzen. Darüber hinaus können auch neue Interessenten gewonnen werden, indem die Veranstaltung für die Öffentlichkeit geöffnet wird. Personen, die bereits Spender sind, können durch die Veranstaltung vielleicht zu Ehrenamtlichen, Dauerspendern, Großspendern oder Fördermitgliedern werden. Bei der Planung sollte darauf geachtet werden, dass möglichst viele Posten durch Sach- oder Dienstleistungsspenden abgedeckt werden. Gute Kontakte zur Gastronomie und Unterhaltung tragen dazu bei, dass die Umsetzung der Veranstaltung nach Ihren Wünschen und zugleich kostengünstig abläuft.

Umsetzungsschritte

1. Festlegen eines Budgets für die Jahresveranstaltung
2. Konzeption für Jahresveranstaltung entwickeln
3. Ehrenamtler für die Vorbereitung und Umsetzung der Jahresveranstaltung gewinnen
4. Einladungen und Werbung für die Jahresveranstaltung gestalten und verbreiten (Einladungen, Flyer, Plakate, Pressemitteilung etc.)
5. Räumlichkeiten, Materialien, Dienstleister für Verpflegung und Unterhaltung sowie Sonstiges zur Umsetzung der Jahresveranstaltung organisieren
- 5) Umsetzung der Jahresveranstaltung
6. Danksagung an alle Helfer und bei den Besuchern

Kompetenzen

- Kommunikationsstärke
- Organisatorisches Geschick
- Eventplanung
- Teamleitung

Budgetposten

- Werbung (Einladungen, Flyer, Plakate, etc.)
- Materialien für das Programm
- Snacks und Getränke
- Infomaterial
- Dekoration
- Technik (Musik, Mikrofon, Licht)
- Miete von Räumlichkeiten
- Eventuelle ModeratorIn

Individualisierung

- Vom Dresscode bis zur Dekoration können Sie die Veranstaltung Ihrer Vereinskultur anpassen Die Besucher sollen sich wohl fühlen und einen positiven Eindruck von Ihrem Verein mitnehmen
- Sie können der Veranstaltung auch ein Motto geben, sodass es in jedem Jahr wieder einen neuen Impuls gibt und es für die Besucher spannend bleibt

Tipps & Tricks

- Eine Jahresveranstaltung sollte so unterhaltsam, wie möglich gestaltet werden. Alle Programmpunkte sollten kurzweilig sein. Schreiben Sie für das Programm daher eine Art Drehbuch, gehen Sie es im Vorfeld durch und versuchen Sie es sich dabei aus der Perspektive eines Zuschauers vorzustellen

18. Spendenvideo

Beschreibung

Ein Spendenvideo kann ganz unterschiedlich aufgebaut sein. Welche Inhalte umsetzbar sind, hängt von den eigenen Produktionsmöglichkeiten ab. Wenn ein Budget für eine professionelle Videoerstellung zur Verfügung steht, vereinfacht das den gesamten Prozess natürlich erheblich. Es ist aber nicht unbedingt notwendig, da inzwischen auch selbst produzierte Videos das Potenzial auf Erfolg haben. Manchmal macht der Selfmade-Charakter sogar einen besonderen Charme aus. Wenn Sie ein Video selbst produzieren, sollten Sie darauf achten, dass der Zuschauer dem Video ohne Anstrengung folgen kann, d.h. das Bild sollte gut erkennbar sein und noch wichtiger, der Ton muss gut sein. Wichtig ist es bei Spendenvideos, wie bei fast allen Fundraising-Tools, dass der Aufruf zum Spenden nicht fehlen darf und der Weg zum Spenden einfach sein muss.

Ziele

Mit einem Spendenvideo sollen in erster Linie Spender gewonnen werden. Da Spendenvideos das Potential haben, sich viral online zu verbreiten, können auch neue Interessenten aufmerksam gemacht werden. Zuschauer, die den Verein vor Ansehen des Videos noch nicht kannten, können einen ersten Eindruck bekommen und ihr Interesse geweckt werden. Darüber hinaus können Zuschauer, die bereits Unterstützer des Vereins sind, einen tieferen Einblick bekommen. Dadurch können sie zu einem größeren Engagement motiviert werden und beispielsweise Dauerspender, Fördermitglied oder Multiplikator werden. Multiplikatoren sind sehr wichtig, wenn das Video online gepostet wird und sich über Social-Media-Kanäle verbreiten soll.

Umsetzungsschritte

1. Festlegen eines Budgets für die Video-Produktion
2. Konzeption der Inhalte und Verbreitungswege
3. Mögliches Gewinnen von Testimonials und anderen Personen, die beim Video vor und hinter der Kamera mitwirken
4. Eventuelle Anschaffung der notwendigen Technik
5. Aufnehmen der Videosequenzen
6. Schnitt des Videos mithilfe einer entsprechenden Software
7. Mögliches Vorführen des Videos bei Veranstaltungen
8. Verbreitung des Videos zum Beispiel über die eigene Website, einen eigenen YouTube-Channel und über diverse Social-Media-Kanäle

Kompetenzen

- Kommunikationsstärke
- Kreativität
- Risikobereitschaft
- Verständnis für die notwendige Technik

Budgetposten

- Mögliche Anschaffung von Technik (zum Beispiel Mikrofonen, Stativ, etc.)
- Mögliche Unterstützung bei der Produktion (zum Beispiel Kameraführung, Schnitt, etc.)
- Eventuelle Anschaffung von Software zum Schnitt des Videos

Individualisierung

- In Spendenvideos können Sie darstellen, was Ihren Verein so besonders macht. Zeigen Sie die persönliche Seite ihres Engagements und erzählen Geschichten von Mitwirkenden und von Menschen, die von Ihrer Vereinsarbeit profitieren. So können Sie die Zuschauer für sich gewinnen und dazu bringen, das Video bis zum Ende zu schauen und sich möglicherweise darüberhinaus zu engagieren

Tipps & Tricks

- Testen Sie, was mit der Ihnen zur Verfügung stehenden Technik möglich ist und wo Sie eventuell kleinere Anschaffungen machen müssen oder sich Unterstützung suchen müssen, um ein gutes Video produzieren zu können
- Nutzen Sie auch die Möglichkeit von Live-Videos, die Sie zum Beispiel auf Facebook posten können. Hier machen Sie die Aufnahmen ganz einfach mit Ihrem Handy (was auch für andere Videos denkbar wäre)
- Nutzen Sie die diversen Möglichkeiten auf verschiedenen Social-Media-Kanälen, wie Snapchat und Instagram, um kurze Videos zu posten
- Versuchen Sie Menschen zu gewinnen, die sich in der Produktion von Videos auskennen. Das können erfolgreiche Hobby-Kameramänner/-frauen, aber auch Studierende sein. Im besten Fall gewinnen Sie Experten, Agenturen oder Unternehmen, die Ihnen das Know How zur Verfügung stellen. Schauen Sie unter: proboneo.de und youvo.org

19. Sachspenden-Sammlung

Beschreibung

Sachspenden zu sammeln ist recht einfach. Deutlich schwieriger ist es, gut erhaltene Sachspenden zu bekommen, die auch noch zum Bedarf passen. Daher gilt es bei der Aktion zunächst selbst genau zu definieren, welche Dinge und wie viel benötigt werden. Erst danach sollte ein Aufruf zur Abgabe von Sachspenden erfolgen. Je nachdem, wie viele Dinge benötigt werden ist es ratsam, nur in einem überschaubaren Umfeld nachzufragen. Bei der Entgegennahme der Spenden empfiehlt es sich, alles direkt zu sortieren und über die erhaltene Ware Buch zu führen. Damit behalten Sie den Überblick und können den Erfolg Ihrer Aktion dokumentieren. Die Sachspendenaktion kann zwei Zwecken dienen: Sie können entweder direkt an Einrichtungen oder Personen verteilt werden, die einen entsprechenden Bedarf haben und die von Ihrem Verein unterstützt werden. Alternativ können die Sachspenden auch verkauft werden, wodurch zusätzliche Einnahmen erzielt werden mit denen Vereinsprojekte realisiert werden können.

Ziele

Im Vordergrund der Aktion steht es, Spendern zu erreichen, die ihre Sachspenden zur Verfügung stellen. Die Spender werden dazu motiviert, gebrauchte oder auch neue Dinge für einen guten Zweck einzusetzen. Ein Engagement über die Sachspenden hinaus ist seltener zu erwarten, jedoch möglich. Insbesondere wenn die Kontaktdaten der Sachspender gesammelt werden und sie einwilligen, zukünftig Vereinsinformationen zu erhalten, kann im Nachhinein über den weiteren Verlauf der Aktion informiert werden. Zu einem späteren Zeitpunkt können sie angefragt werden, um den Verein auf anderen Wegen zu unterstützen.

Umsetzungsschritte

1. Ermitteln des Bedarfs an Sachspenden
2. Festlegen eines Budgets für die Aktion
3. Konzeption der Aktion; insbesondere Festlegen einer Zielgruppe, die nach Sachspenden gefragt werden soll
4. Akquise von Ehrenamtlern zur Umsetzung der Aktion
5. Organisation von Räumlichkeiten und Behältern für die Annahme und Aufbewahrung der Sachspenden
6. 6) Bekanntmachen der Aktion bei der definierten Zielgruppe mit Angabe des Abgabezeitraums und – ortes
7. Annehmen der Sachspenden: Kontrolle der Sachspenden; Einsammeln von Kontaktdaten der Spender; Sortieren und Buchführen
8. Verteilen der Sachspenden
9. Dank an alle Sachspender und Helfer

Kompetenzen

- organisatorisches Geschick
- Teamleitung

Budgetposten

- Eventuelle Miete für Räumlichkeiten zur Annahme und ggf. Lagerung der Sachspenden
- Eventuelle Anschaffung von Behältnissen für Sachspenden
- Mögliche Bewerbung der Aktion (zum Beispiel Flyer)
- Möglicher Transport der Sachspenden

Individualisierung

- Die Sammelaktion kann mit einem Informationsstand kombiniert werden. So können Sie detailliert über die Verwendung der Spenden (z.B. die Projekte) berichten. Zusätzlich können Sie ein kleines symbolisches Geschenk für die Spender bereit legen, zum Beispiel etwas Süßes, mit dem Sie sich direkt auf charmante Art bedanken

Tipps & Tricks

- Viele Spender gehen davon aus, dass ihre Sachspenden sehr gut erhalten und nützlich sind. Sie haben manchmal wenig Verständnis dafür, dass etwas abgelehnt wird, weil sie persönliche Erinnerungen damit verbinden. Aus diesem Grund sollte der Umgang mit den Sachspendern sehr sensibel sein. Zugleich ist es aber auch notwendig, deutlich zu machen, was einen wirklichen Mehrwert bringen kann und was nicht
- Geben Sie vor, wie die Sachspenden angeliefert werden sollen (zum Beispiel in Bananenkisten). Dann brauchen Sie keine Behälter anschaffen und haben ein einheitliches Format, was sehr praktisch für die Lagerung ist
- Verbinden Sie mit der Abgabe der Sachspende einen kleinen Betrag, der zum Beispiel für die Lagerung und den Transport der Sachen notwendig ist. So werden wirklich nur die Menschen ihre Sachspenden abgeben, die auch ein Interesse daran haben, dass die Sachen an der richtigen Stelle ankommen"

20. Weihnachtsbaum-Abholservice

Beschreibung

Der Weihnachtsbaum-Abholservice dient den Bewohnern eines Ortes oder Umkreises bei der Entsorgung ihres Weihnachtsbaums nach Ende der Weihnachtszeit. Der Abholservice kann beinhalten, dass Weihnachtsbäume in einem durch den Verein vordefinierten Radius auf Bestellung abgeholt werden. Vereinsmitglieder holen sie zum Beispiel mit einem Traktor und einem Anhänger ab. Für den Service kann der Verein einen konkreten Betrag verlangen. Der Abholservice bietet sich an, wenn Ihre Vereinsmitglieder gerne anpacken und eine lokale Verankerung des Vereins besteht.

Ziele

Der Weihnachtsbaum-Abholservice kann zu Ihrem Verein passen, wenn Sie zum einen den Einwohnern Ihrer Gemeinde helfen und zugleich auf Ihren Verein aufmerksam machen möchten. Durch den Weihnachtsbaum-Abholservice soll auch Ihre Bekanntheit im Ort erhöht werden. Durch die Gewinnung von lokalen, bekannten Multiplikatoren kann sich Ihr Angebot verbreiten. Sie können durch diese Aktion Interessenten für Ihren Verein gewinnen und gegebenenfalls im weiteren Verlauf Spender gewinnen. Zudem erhalten Sie durch das Einsammeln der Bäume Einnahmen oder zusätzliche Spenden.

Umsetzungsschritte

1. Festlegen eines Budgets für die Weihnachtsbaum-Aktion
2. Konzeption der Aktion; insbesondere Klärung der Ziele
3. Gewinnen von Vereinsmitgliedern und Unterstützern, die sich beim Abholservice engagieren
4. Erstellen von Flyern, Plakaten und weiteren Werbematerialien
5. Ansprechen von Multiplikatoren im Ort
6. Annehmen der Anfragen und Erstellen eines Zeitplans
7. Abholen der Bäume in einem bestimmten Zeitrahmen
8. Berichterstattung über die Aktion über die eigenen Kanäle oder über die lokale Presse

Kompetenzen

- Organisatorisches Geschick
- Fähigkeit, Bäume zu transportieren und zu entsorgen
- Verlässlichkeit
- Teamleitung

Budgetposten

- Eventuelle Miete für den Traktor und Anhänger plus Fahrer
- Mögliche Ausrüstung zum Transport der Bäume
- Entsorgung der Bäume
- Informationsmaterial über den Verein

Individualisierung

- Nehmen Sie sich beim Abholen der Bäume Zeit, um kurz mit den Besitzern zu sprechen, was einen Beziehungsaufbau möglich macht

Tipps & Tricks

- Sie sollten die Adressen der Baumbesitzer sammeln und sich bestätigen lassen, dass Sie sie im Rahmen Ihrer Vereinsarbeit anschreiben dürfen. So können Sie Ihnen Informationen über weitere Aktionen und Möglichkeiten der Unterstützung zusenden

21. Crowdfunding

Beschreibung

Crowdfunding wird mithilfe von Online-Plattformen angeboten und basiert auf dem Prinzip der Schwarmfinanzierung. Das bedeutet, dass viele kleine Beträge für einen konkreten Zweck gesammelt werden und damit das Gesamtprojekt möglich wird. Üblich sind hier Gegenwerte für die Unterstützung, die sich an der Höhe des eingebrachten Betrags orientieren, beispielsweise Anteile. Beim Crowdfunding durch gemeinnützige Organisationen ist ein Gegenwert manchmal gar nicht notwendig. Hier reicht es häufig, aufzulisten, mit welchem Betrag welcher Mehrwert geschaffen werden kann. Klassisches Crowdfunding muss von gemeinnützigen Organisationen dennoch ein Stück weit angepasst werden, wenn hiermit Spenden (nicht Einnahmen) generiert werden sollen. Spenden sind immer ohne Gegenwert, sodass Gegenleistungen, die monetär messbar sind, in diesem Rahmen nicht möglich sind. Bei Spenden sollten es vielmehr ideelle Gegenwerte sein, wie zum Beispiel eine selbst geschriebene Dankespostkarte.

Ziele

Mit Crowdfunding wird im gemeinnützigen Sektor das Ziel verfolgt, ein konkretes Projekt zu realisieren. Das kann zum Beispiel eine Baumaßnahme sein. Die Schwarmfinanzierung ermöglicht, dass sich der Verein nicht von einem großen Förderer abhängig machen muss, sondern vielmehr auf sein Unterstützernetzwerk setzt, da viele Einzelspenden generiert werden. Durch Crowdfunding besteht auch die Chance, Aufmerksamkeit für das jeweilige Projekt zu schaffen, neue Interessenten und Spender zu gewinnen und die bereits vorhandenen Unterstützer eng an das Projekt zu binden.

Umsetzungsschritte

1. Zunächst muss eine passende Online-Plattform für Crowdfunding gefunden werden. Es gibt spezifische Anbieter für gemeinnützige Organisationen.
2. Alle Projektinformationen müssen eingestellt werden. Besonders schön ist ein Video, in dem das Projekt vorgestellt wird. Das Ende der Finanzierungsphase muss angegeben werden. Üblich ist, dass alle Unterstützer ihre Spenden zurück erhalten, wenn bis zu diesem Zeitpunkt die angegebene Finanzierungsschwelle nicht erreicht wurde.
3. Werbung über Social Media Kanäle machen und das eigene Unterstützernetzwerk ansprechen.
4. Nach dem Ende der Finanzierungsphase: Falls die Finanzierungsschwelle nicht erreicht wurde, müssen gegebenenfalls die Spenden zurückgezahlt werden. Bei Überschreitung der Finanzierungsschwelle müssen die gegebenenfalls angekündigten ideellen Gegenwerte an die Unterstützer verteilt werden.
5. Das Projekt kann realisiert werden.

Kompetenzen

- Organisatorisches Geschick
- Hoher Vernetzungsgrad im Online-Bereich
- Kommunikationsstärke
- Kreativität
- Verständnis für Social-Media-Kommunikation

Budgetposten

- Ggf. Gebühren Online-Plattform
- Ggf. Unterstützung beim Erstellen der Projektinformationen (Text, Fotos, Video...)
- Ggf. Social-Media-Werbung

Individualisierung

- Überlegen Sie sich besonders schöne und kreative ideelle Gegenwerte. Sie sollten einen direkten Bezug zum Projekt haben.

- Stellen Sie das Projekt als etwas Besonderes dar und heben Sie sein innovatives und attraktives Alleinstellungsmerkmal hervor. Betonen Sie außerdem die gesellschaftliche Relevanz. So haben Sie die Chance auf eine hohe Reichweite.

Tipps & Tricks

- Nehmen Sie selbst an einer Crowdfunding-Aktion teil, damit Sie einen Eindruck von den Abläufen bekommen und einschätzen können, was Unterstützern gefallen könnte.
- Einige Banken bieten Crowdfunding-Plattformen an, bei denen die Bank einen bestimmten Betrag pro Spende beisteuert. Fragen Sie bei der Bank nach, bei der Ihr Verein Kunde ist, ob sie über eine entsprechende Plattform verfügt und prüfen Sie die Rahmenbedingungen für eine Nutzung.

22. Online-Shopping

Beschreibung

Spezielle Online-Plattformen leiten Käufer an Online-Shops weiter und erhalten dafür eine Provision. Ein Großteil der Provision geht als Spende an eine gemeinnützige Organisation. Ein kleiner Teil der Provision verbleibt bei der Online-Plattform, um die Kosten der Abwicklung zu decken. Sie müssen Ihren Verein dazu bei einer solchen Online-Plattform anmelden (es gibt es verschiedene Anbieter). Durch das Online-Shopping können Spenden generiert werden, ohne dass Unterstützer dafür ihr eigenes Geld einsetzen müssen. Der Einkäufer, der beim Online-Shopping über die Plattform geht, kann meist zwischen verschiedenen registrierten Organisationen wählen.

Ziele

Mit Online-Shopping als Fundraising-Instrument wird das Ziel verfolgt, regelmäßige Einnahmen durch treue Unterstützer zu generieren. Besonders Ehrenamtliche eignen sich hier als Zielgruppe, da es für sie eine einfache Möglichkeit ohne hohen Aufwand ist, für einen Verein zu spenden. Auch für Spender, die über weniger Mittel verfügen, ist es eine schöne Möglichkeit, sich stärker einzubringen.

Umsetzungsschritte

1. Wählen Sie eine passende Online-Einkaufs-Plattform aus.
2. Registrieren Sie den eigenen Verein.
3. Stellen Sie entsprechende Informationen auf die Vereins-Website.
4. Machen Sie die neue Spendenmöglichkeit bei Mitgliedern und Unterstützern bekannt und erinnern sie regelmäßig.
5. Verteilen Sie regelmäßig Informationen über den Erfolg des Fundraising-Instruments zur weiteren Motivation der Unterstützer.

Kompetenzen

- Kontinuität in der eigenen Arbeit
- Online-Affinität
- Bestehendes Netzwerk an Unterstützern

Budgetposten

- Ggf. Werbematerialien

Individualisierung

- Eine Individualisierung ist auf manchen Plattformen möglich, in dem konkrete Projekte benannt werden, für die aktuell Spenden benötigt werden.
- Durch kreative Werbematerialien kann diese Form des Spendens besonders attraktiv, einfach und sinnbringend dargestellt werden.

Tipps & Tricks

- Die Kunst liegt bei diesem Fundraising-Instrument darin, die Unterstützer nachhaltig dazu zu bewegen, die Plattform zu nutzen. Verteilen Sie zum Beispiel Erinnerungs-Aufkleber für den Computerbildschirm. Erste Anbieter ermöglichen es, ohne Einloggen auf der Online-Plattform, durch eine Erinnerung und einen Button im Browser eine Organisation noch leichter beim Online-Shopping zu begünstigen.
- Wichtig bei der Auswahl der Plattform ist es, darauf zu achten, ob die Spender an die Plattform spenden oder direkt an den eigenen Verein. Kontakt zu unbekanntem Unterstützern aufzunehmen und eine Beziehung zu ihnen aufzubauen, ist bislang nur im zweiten Fall möglich.

23. E-Mail-Marketing

Beschreibung

E-Mail-Marketing wird genutzt, um mit Unterstützern in Kontakt zu treten und eine Bindung zu ihnen aufzubauen, beziehungsweise um eine bestehende Beziehung zu pflegen. E-Mail-Marketing ist sozusagen die digitale Version von Spendenbriefen, aber es bietet zusätzliche Möglichkeiten. Besonders attraktiv sind die geringeren Kosten beim E-Mail-Versand. Auch eine Personalisierung ist möglich und die Inhalte können an die verschiedenen Zielgruppen angepasst werden. Das macht die Informationen für den Leser relevanter und die Chance steigt, dass sie gelesen werden.

Ziele

Mit E-Mail-Marketing können verschiedene Ziele verfolgt werden. Zum einen kann es genutzt werden, um Spender oder Dauerspender zu gewinnen, wie bei Spendenbriefen. Darüber hinaus wird es aber auch zur Spenderbindung genutzt, indem aktuelle Projektinformationen verschickt werden. Das bietet sich aufgrund der geringeren Kosten beim E-Mail-Versand im Vergleich zum Postversand häufiger an.

Umsetzungsschritte

1. Entwickeln Sie eine Konzeption, in der unter anderem die Ziele, die mit E-Mail-Marketing erreicht werden sollen, definiert werden.
2. Wählen Sie eine Software aus, die den Versand von Serienmails ermöglicht.
3. Sammeln Sie systematisch E-Mail-Adressen bei allen Gelegenheiten und bauen einen Verteiler auf, auch indem Sie eine Anmeldefunktion für den Newsletter in Ihre Website einbauen. Ggf. könnte es sich anbieten, Adressen zu mieten, was aber für kleinere lokale Vereine weniger Sinn macht.
4. Sortieren Sie die vorhandenen Adressen; ggf. Unterteilung in Gruppen, zum Beispiel nach Wohnort, Alter oder Interesse.
5. Versenden Sie regelmäßig Serienmails an die diversen Gruppen.
6. Werten Sie die Statistik aus und optimieren den Versand entsprechend.

Kompetenzen

- Kontinuität in der eigenen Arbeit
- Kenntnis der Arbeit des Vereins
- Kenntnis der Zielgruppe, die von der Arbeit des Vereins profitiert
- Kenntnis der (potenziellen) Spender-Zielgruppe
- Organisationsgeschick
- Administrative Fähigkeiten
- Geschichten erzählen können
- Kreativität
- Umgang mit einer Software zum E-Mail-Versand und einer Spendensoftware

Budgetposten

- Software zum Versand der Serienmails
- Spendensoftware

Individualisierung

- E-Mail-Marketing kann genutzt werden, um Unterstützern etwas zu bieten und sich von verschiedenen Seiten zu präsentieren. Zum Beispiel können Sie die Unterstützer auf Angebote Ihres Vereins aufmerksam machen oder einzelne Mitarbeiter und ihre Aufgaben im Verein vorstellen. Sie können über diesen Weg auch Erfolge des Vereins kommunizieren.

Tipps & Tricks

- Ihr Unterstützernetzwerk können Sie über Serienmails in einem ersten Schritt aufbauen, pflegen und die Bindung an den Verein stärken. In einem zweiten Schritt können Sie das Netzwerk nutzen, wenn Sie zum Beispiel eine Unterschriftenaktion starten oder bei einem Wettbewerb mitmachen und viele Befürworter (online) brauchen, die ihre Stimme für Ihren Verein abgeben.

24. Payroll-Giving

Beschreibung

Payroll-Giving ist auch als Restcent-Aktion bekannt. Hier spenden Mitarbeiter eines Unternehmens den Cent-Betrag neben dem Komma ihres monatlichen Gehalts. So werden langfristig Spenden generiert, die bei einer hohen Mitarbeiterzahl einen relevanten Gesamtbetrag ausmachen können. Es ist ein guter Weg, um nachhaltig Spenden zu erzielen. Die Kunst liegt hierbei darin, Unternehmen zu gewinnen, deren Mitarbeiter mitmachen wollen. Zum einen muss die Unternehmensleitung von dieser Form des Spendens sowie von der entsprechenden Organisation überzeugt sein. Zum anderen müssen die Mitarbeiter bereit sein, die Centbeträge abzugeben. Unterschätzen Sie diese Aufgaben nicht. Es ist leichter ein Unternehmen zu überzeugen, zu dem bereits eine gute Beziehung besteht. Es ist ebenfalls hilfreich, wenn Ihre Organisation einigen Mitarbeitern bereits bekannt ist.

Ziele

Das Ziel ist es, zum einen Unternehmen und zum anderen ihre Mitarbeiter als Unterstützer zu gewinnen. Dauerspenden sollen über dieses Fundraising-Instrument generiert werden, die Vereinen Sicherheit in ihrer langfristigen Finanzierung geben können. Beabsichtigen Sie hierbei nicht nur Spenden anzunehmen, sondern viel mehr eine langfristige, intensive Kooperation aufzubauen. Es bedarf Engagement durch den begünstigten Verein, um das Unternehmen und seine Mitarbeiter an den Verein zu binden.

Umsetzungsschritte

1. Erarbeiten Sie ein Konzept und Informationsmaterial zur Vorstellung bei potenziellen Unternehmen.
2. Sprechen Sie Unternehmen an; am besten solche, zu denen bereits eine Beziehung besteht.
3. Stellen Sie das mögliche Kooperationskonzeptes bei der Unternehmensleitung vor, der das Payroll-Giving ein zentrales Anliegen ist.
4. Informieren Sie die Mitarbeiter bei einer passenden Gelegenheit über Ihre Arbeit.
5. Halten Sie einen stetigen Informationsfluss über die Verwendung der Mittel und die Arbeit des Vereins ein.
6. Zeigen Sie Präsenz bei Mitarbeiter-Veranstaltungen des Unternehmens oder veranstalten gemeinsame Aktionen.
7. Bedanken Sie sich regelmäßig bei der Unternehmensleitung und den Mitarbeitern.

Kompetenzen

- Kommunikationsstärke
- Organisatorisches Geschick
- Kontinuität in der eigenen Arbeit
- Kenntnis der Branche und Arbeitsweise des Unternehmens
- Bestehendes Netzwerk an Unternehmen als Unterstützer

Budgetposten

- Infomaterialien

Individualisierung

- Um die Beziehung zum Unternehmen persönlich zu gestalten, sollte möglichst auf die Interessen und Wünsche des Unternehmens eingegangen werden. Es gibt viele Möglichkeiten, die Zusammenarbeit individuell zu gestalten. Bieten Sie beispielsweise an, persönlich bei Mitarbeiter-Veranstaltungen des Unternehmens teilzunehmen oder regelmäßig Informationen für das Intranet des Unternehmens zu liefern.

Tipps & Tricks

- Payroll-Giving braucht meistens etwas Vorarbeit. Im Rahmen eines Social Days in den eigenen Einrichtungen können Sie über das Engagement von Mitarbeitern des Unternehmens beispielsweise eine Grundlage für eine weitere Zusammenarbeit schaffen.

25. Bußgeld-Fundraising

Beschreibung

Bußgelder werden durch Gerichte verhängt, wenn zum Beispiel ein Verfahren eingestellt oder ein solches als Bewährungsauflage auferlegt wird. Richter und Staatsanwälte können bestimmen, dass diese Bußgelder an gemeinnützige Organisationen zu entrichten sind. Sie entscheiden frei und orientieren sich bei der Auswahl einer Organisation häufig am jeweiligen Delikt. Die Verteilung der Bußgelder ist in den Bundesländern unterschiedlich geregelt, sodass Sie sich individuell informieren müssen, wie die Abläufe bei Ihnen im Detail aussehen. Als Grundlage zur Auswahl der Bußgeldempfänger sind Listen oder Datenbanken mit Organisationen üblich, die begünstigt werden können. Um hier aufgenommen zu werden, muss die Gemeinnützigkeit des Vereins nachgewiesen und gegebenenfalls weitere Voraussetzungen erfüllt werden. Aus diesem Pool an Organisationen können die Richter und Staatsanwälte wählen.

Ziele

Mit Bußgeld-Fundraising sollen Vereinen relevante Beträge zu Gute kommen, denn es handelt sich tendenziell um Großspenden. Die Zielgruppe, die von der Organisation überzeugt werden muss, ist aber nicht der „Spender“, sondern vielmehr der Richter oder Staatsanwalt, der über die Verteilung von Bußgeldern entscheidet. Das Ziel ist daher, möglichst vielen Richtern und Staatsanwälten die eigene Organisation bekannt zu machen. Sie sollten die Arbeit der Organisation schätzen und regelmäßig begünstigen.

Umsetzungsschritte

1. Erkundigen Sie sich über die spezifischen Gegebenheiten in Ihrem Bundesland.
2. Registrieren Sie sich als potenzieller Bußgeldempfänger in den entsprechenden Listen bzw. Datenbanken.
3. Recherchieren Sie in Ihrem Vereinsnetzwerk Richter, Staatsanwälte oder Multiplikatoren, denen diese Zielgruppen bekannt sind. Sprechen Sie sie an und stellen Sie Ihren Verein und Ihr Anliegen vor.
4. Falls Ihnen keine Richter und Staatsanwälte bekannt sind, können Sie diese anschreiben (nicht überall ist das gestattet oder gewünscht!) und ihnen Informationen über Ihren Verein zukommen lassen.
5. Wenn Zuwendungen eingehen, müssen Sie sich als zuverlässig und korrekt in der Abwicklung beweisen. Informieren Sie sich vorab über die Anforderungen des Gerichts.

Kompetenzen

- Kommunikationsstärke
- Gute lokale Vernetzung
- Kontinuität in der eigenen Arbeit
- Genauigkeit in der eigenen Arbeit

Budgetposten

- Infomaterialien

Individualisierung

- Aufgrund der Masse an Organisationen herrscht meist eine große Konkurrenz unter den Organisationen und die Chancen ausgewählt zu werden, sind ohne weitere Aktivitäten durch die Organisation meist gering. Stellen Sie heraus, warum Ihre Organisation sich besonders gut für die Zuwendung von Bußgeldern eignet und kommunizieren Sie dies.
- Am besten funktionieren im Bußgeld-Fundraising persönliche Kontakte zu Richtern und Staatsanwälten. Daher erfragen Sie mögliche Kontakte systematisch in ihrem Vereinsnetzwerk und bauen Sie individuelle Beziehung zum entsprechenden Richter oder Staatsanwalt auf. Gehen Sie auf die individuellen Wünsche ein und passen Sie Ihre Aktivitäten entsprechend an.

Tipps & Tricks

- Einige Organisationen verschicken Aufkleber mit dem Organisationsnamen und den entsprechenden Kontaktdaten an Richter. So können sie die Organisation ohne Aufwand begünstigen, indem sie die notwendigen Informationen einfach aufkleben können. Beachten Sie aber auch hier, dass es nicht immer gestattet oder gewünscht ist, unaufgefordert Informationsmaterial zuzuschicken.

Impressum

Herausgeber

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.
Adenauer Campus
Klingelhöferstraße 23
10785 Berlin

Telefon: 030/26996-0
Telefax: 030/26996-3555
redaktion@kas.de

Verantwortlich

Anne-Sophie Lewerentz
Referentin Online-Bildung
anne-sophie.lewerentz@kas.de

Ann-Cathrine Böwing
Wissenschaftliche Mitarbeiterin/Koordinatorin Bürgergesellschaft
ann-cathrine.boewing@kas.de

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V. - 2016