



**Teilhabe
Landwirtschaft**

Neue Wege im Arbeitsleben.

MODUL IV FUNDRAISING

im Rahmen des



Entwicklungsprogramm
für den ländlichen Raum
im Freistaat Sachsen
2014 - 2020

Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des
ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete

**Dr. Stefanie Hecht, Netzwerk alma- Arbeitsfeld Landwirtschaft
mit allen-für Menschen mit und ohne Behinderung**



**HOCHSCHULE
MITTWEIDA**
University of Applied Sciences

- „Fundraising ist die *systematische Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten einer steuerbegünstigten Organisation, welche darauf abzielen, alle benötigten Ressourcen [...] durch eine konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen der Ressourcenbereitsteller [...] zu möglichst geringen Kosten zu beschaffen.*“ (Urselmann 2014, S.1)
- Nur eine „*steuerbegünstigte Organisation*“ (ebd. S.1) kann Fundraising betreiben. Eine Organisation gilt als steuerbegünstigt, wenn sie anerkannt wird als „*gemeinnützig*“ (ebd. S.5), „*mildtätig*“ (ebd. S.5) oder „*kirchlich*“ (ebd. S.5).
- Mit „*Ressourcen*“ (ebd. S.1) sind all jene Mittel gemeint, die der Organisation zur „*Erfüllung ihres Satzungszwecks*“ (ebd. S.1) dienen. Dies kann „*Geld-, Sach- und Dienstleistungen*“ (ebd. S.1) umfassen.
- „*Ressourcenbereitsteller*“ (ebd. S.6) können „*Privatpersonen, Unternehmen, Stiftungen [oder] öffentliche Institutionen*“ (ebd. S.1) sein. Auf die verschiedenen Bedürfnisse dieser muss beim Fundraising eingegangen werden (vgl. ebd. S.6/7).
- Die Ressourcenbeschaffung sollte „*zu möglichst geringen Kosten*“ (ebd. S.1) geschehen. Einige Kosten, wie beispielsweise Verwaltungskosten, können nicht vermieden werden, sollten beim Fundraising aber möglichst klein gehalten werden (vgl. ebd. S.8).

FUNDRAISING



SPENDEN

- Spenden sind frei von jeder Gegenleistung und unterstützen einen gemeinnützigen Zweck in voller Höhe.
- Spenden sind gegenleistungsfrei. Über den bloßen Dank hinaus bekommt der*die Spender*in keine Gegenleistung.
- Spenden können als Geld- oder Sachspende erfolgen oder durch Arbeitsleistung mit dem Verzicht auf Entlohnung (Zeitspende).
- Spenden können bei der Einkommenssteuererklärung eingeschränkt geltend gemacht werden (bis zu 300 Euro ohne Spendenbescheinigung).



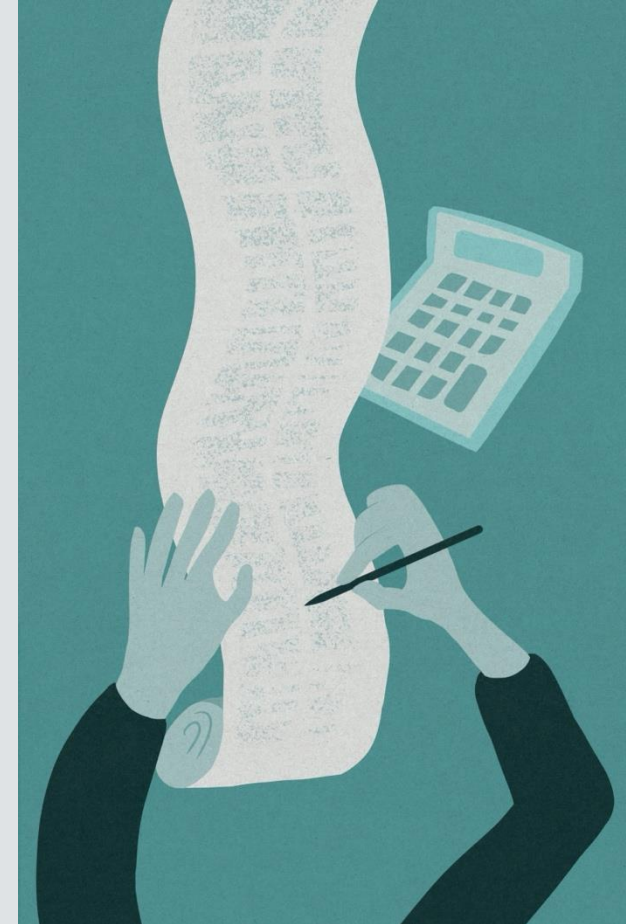
SPONSORING



- Sponsoring bedeutet die Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten, die mit der Bereitstellung von Geld, Sachmitteln oder Dienstleistungen durch Unternehmen zur Förderung von Personen und/oder Organisationen im sportlichen, kulturellen und/oder sozialen Bereich verbunden sind, um damit gleichzeitig Ziele der Unternehmenskommunikation zu erreichen (Bruhn, 1991).
- Dabei handelt es sich – im Gegensatz zur Spende, die ohne Vorbedingung uneigennützig gewährt wird – um ein öffentlichkeitswirksames Geschäft auf Gegenseitigkeit, das auf dem Prinzip von Leistung und Gegenleistung beruht.

SPONSORING

- Eine solche Gegenleistung kann bspw. das Abdrucken eines Firmenlogos oder die Darstellung eines Berichtes auf der Webpräsenz der Stiftung mit Verlinkung sein.
- Statt einer Spendenbescheinigung wird beim Sponsoring eine Rechnung ausgestellt und möglicherweise anfallende Steuern werden darauf ausgewiesen.
- Für Firmen ist Sponsoring interessant, weil sie die gesponserte Summe ohne Höchstgrenze als Betriebskosten steuerlich absetzen können.



WELCHE FUNDRAISING-INSTRUMENTE SIND AM ERFOLGREICHSTEN?

- Erhebungen der Gesellschaft für Konsumforschung zeigen, dass der adressierte Spendenbrief trotz aller Kritik bis heute zur erfolgreichsten Spendenmotivation gehört.
- In der Gewinnung von neuen Fördermitgliedern und Spender*innen ist das face-to-face-Fundraising, z.B. im Rahmen eines Tür-zur-Tür-Fundraisings oder einer Standwerbung, nach wie vor am erfolgreichsten. Aber auch Beiträge und Spendenaufrufe im TV werden immer häufiger als Spendenauslöser genannt.
- Die vergleichsweise kostengünstigen Spendenaufrufe im Internet sorgen bislang nur für einen sehr geringen Teil der Gesamteinnahmen (Deutscher Fundraising Verband)





FUNDRAISING- DER SPENDENBRIEF

eines der wichtigsten
Fundraising-
Instrumente in der
direkten
Kommunikation mit
den potentiellen
Spender*innen

Bietet Informationen
über Projekte und
zielt darauf ab,
Unterstützer*innen
zu finden

AUFBAU EINES SPENDENBRIEFES

- Begrüße die Leser*innen persönlich mit ihrem Namen – also nicht „Liebe Gemeindemitglieder“, sondern „Liebe Frau Müller“. Eine Ausnahme können „Low Budget-Mailings“ sein.
- Name und Adresse müssen absolut korrekt geschrieben sein. Achte auch auf die Ästhetik: „Austraße“ sieht ausgeschriebener schöner aus als „Austr.“
- Gestalte Deine Spendenbriefe ansprechend: angenehme Schriftgröße (denke an die vielen älteren Leser*innen), Flattersatz anstelle von Blocksatz, Absätze mit maximal sieben Zeilen, korrekte Rechtschreibung, lieber anderthalbzeilig als zu eng gequetscht, Fensterkuvert statt Adressaufkleber, eventuell einen „Hingucker“ auf dem Kuvert platzieren.



AUFBAU EINES SPENDENBRIEFES



- **Spreche die Leser*in im ersten Satz persönlich an und mache sie neugierig, den Brief weiterzulesen.**
- **Veranschauliche das zu lösende Problem mit einer kleinen Geschichte. Beschreibe, wie die Lösung aussieht und wem sie hilft.**
- **Formuliere positiv! Der*die Leser*in soll Deinen Aussagen und Botschaften innerlich immer zustimmen.**

AUFBAU EINES SPENDENBRIEFES

- Erkläre, was genau mit Spendengeldern finanziert werden soll. Erwähne ggf., welcher Betrag bereits aus welchen Quellen zur Verfügung steht und wie viel noch fehlt.
- Erwähne ggf. die vielen Stunden ehrenamtlicher Arbeit, die in dieses Projekt fließen werden. Verbinde dies mit einem Dank an alle Ehrenamtlichen, die sich bereits gefunden haben, und bitte ggf. um weitere ehrenamtliche Mithilfe.
- Formuliere eine ganz persönliche und herzliche Spendenbitte.



AUFBAU EINES SPENDENBRIEFES

- Gebe der*dem Leser*in eine Orientierungshilfe für die Höhe der Spende, indem Du beschreibst, was zum Beispiel mit 30 oder 60 Euro finanziert werden kann. Diese Orientierungshilfe kannst Du zum Beispiel im PS unterbringen.
- Nennen Sie eine*n Ansprechpartner*in für telefonische Rückfragen, zum Beispiel ein gut informiertes und gut erreichbares Mitglied Ihres Fundraising-Teams.





AUFBAU EINES SPENDENBRIEFES

Es ist auch möglich, dem Spendenbrief einen vorbereiteten Überweisungsträger beizulegen. Für Menschen, die die Möglichkeit des Online Banking nicht nutzen, kann das eine Erleichterung sein und die Chance, dass diese etwas spenden wächst.

SPRACHLICHE FALLSTRICKE



- **Balanceakt zwischen Empathie und Tränendrüse**
- *„Ihre Körper sind ausgemergelt, das Fell voller kahler, wunder Stellen. Das Schlimmste sind jedoch die **großen und unsagbar traurigen Augen**, die das Leid der Tiere nur erahnen lassen.“ (es geht um Straßenhunde)*
- Der erste Satz ist genau beobachtet — ein starkes Bild vom Elend der Straßenhunde entsteht im Kopf des*der Leser*in. Und **Bilder wecken Emotionen.**
- Der zweite Satz wirkt zu dick aufgetragen. Ungewollt schafft er eine emotionale Distanz zum Leser, denn er gibt zu viele Interpretationen vor („das Schlimmste“, „unsagbar“).

SPRACHLICHE FALLSTRICKE

- Besser: ein anschauliches Beschreiben der Realität
- *„Ihre Körper sind ausgemergelt, das Fell voller kahler, wunder Stellen. Große, traurige Augen schauen uns an.“*
- Wenn Du ein Bild vor Dir siehst, dann beschreibe, was Du siehst – und nicht, was der*die Beobachter*in Deiner Meinung nach dabei empfinden sollte.
- Dies kann als Bevormundung empfunden werden.



„Hätten die Piloten von MAF nicht so rasch gehandelt, wäre das kleine Mädchen vermutlich an einer schlimmen Blutvergiftung gestorben.“

Jedes Kind, das an einer tödlich endenden Blutvergiftung stirbt ist tragischer und schlimmer Fall.

Die Aussage verliert zusätzlich an Kraft durch die Konjunktive „hätte“ und „wäre“.

Besser: klar bleiben und den Indikativ nutzen

Nur das rasche Handeln der MAF-Piloten rettete dem Mädchen das Leben. (oder persönlicher: ...rettete der kleinen xyz das Leben.)

SPRACHLICHE
FALLSTRICKE

SPRACHLICHE FALLSTRICKE

- Nicht nur der Konjunktiv, auch Modalverben wie können, wollen, sollen oder müssen schwächen eine Satzaussage ab:

Wir können den Mädchen und Jungen mit Ihrer Unterstützung eine Operation und Behandlung ermöglichen, (...).

Etwas können heißt ja nicht, es auch zu tun. Stärker wirken Aussagen ohne Modalverb. Aus der Perspektive des Spenders liest sich das dann so:

Mit Ihrer Unterstützung ermöglichen wir den Kindern eine Operation und Behandlung, (...).

- **Weniger ist mehr.**

Leser*innen von Spendenbriefen wollen wissen, wen sie mit ihren Spenden unterstützen. Spendenbriefe wollen deshalb möglichst viel vom Engagement der Organisation und der Situation vor Ort schildern.

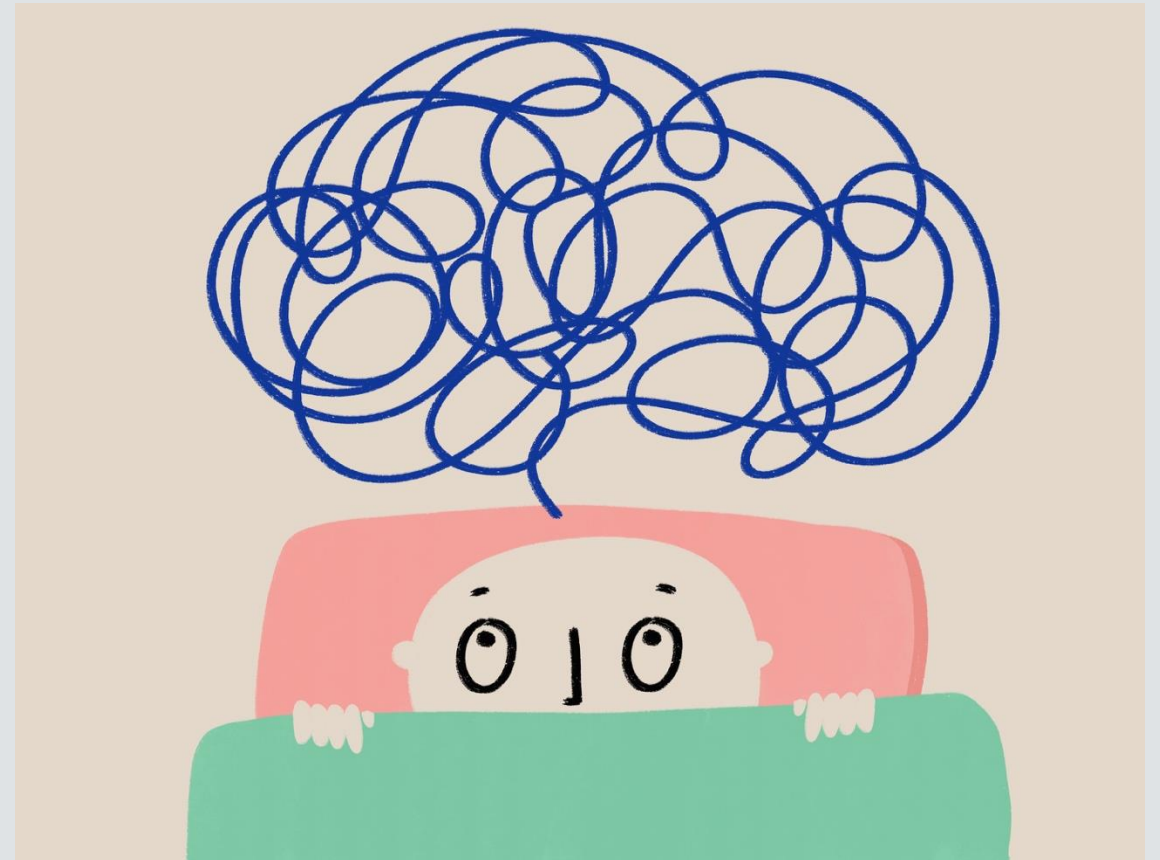
SPRACHLICHE FALLSTRICKE

- Dennoch: Überfordere und verwirre die Leser*innen nicht mit zu vielen Details.

Vor allem in der Region Darfur, im Westen des Landes, kommt es immer wieder zu entsetzlichen Überfällen auf Unschuldige, in denen bewaffnete Gruppen Männer, Frauen und sogar Kinder ermorden und ganze Dörfer niederbrennen.

Dieser Satz ist mit 33 Wörtern zu lang.

- Als gut lesbar gelten Sätze zwischen 10-20 Wörtern.
- Außerdem ist er sehr verschachtelt, weil er sehr viele Nebeninformationen einbindet.
- Überfrachte Deine Sätze nicht mit Details – und überlege auch, ob jede Information in dem Brief wirklich relevant ist.



SPRACHLICHE FALLSTRICKE

- *Besser: Vor allem in der Region Darfur kommt es immer wieder zu brutalen Überfällen: Bewaffnete Gruppen ermorden ganze Familien und brennen die Dörfer nieder.*

10 Wörter weniger und die Aussage kann vom Leser leichter erfasst werden. Lange Sätze sind aber nicht per se schlecht, wenn sie klar aufgebaut sind und einen einprägsamen Leserhythmus entwickeln:

Sind Wunder möglich? Ich sage Ja! Wenn ein blindes Kind in Afrika nach einem kleinen Eingriff wieder sehen kann; wenn eine einfache Augensalbe eine ganze Familie vor dauerhafter Erblindung bewahrt – dann werden für diese Menschen wirklich Wunder wahr.

Der letzte Satz hat 32 Wörter, aber die Satzzeichen (Semikolon, Gedankenstrich) und die parallele Struktur (Wenn ein...; wenn eine...— dann...) bringen Ordnung in den Satz und machen ihn gut lesbar.

SPRACHLICHE FALLSTRICKE



- Floskeln sind wirkungslos.

Helfen Sie helfen!

Daher wende ich mich heute mit einer großen Bitte an Sie:

Ich bitte Sie von ganzem Herzen!

Weil (...) schreibe ich Ihnen heute diesen persönlichen Brief.

Habe den Mut, eine eigene Sprache zu finden – und nutze keine altbekannten Textbausteine. Versetze Dich in die Perspektive Ihrer Adressaten und beschreiben Sie Ihr Anliegen anschaulich und konkret. So texten Sie einen überzeugenden Spendenbrief, der Ihr Anliegen kurz und klar auf den Punkt bringt – und gelesen wird (vgl. Brecht-Hadraschek 2011)