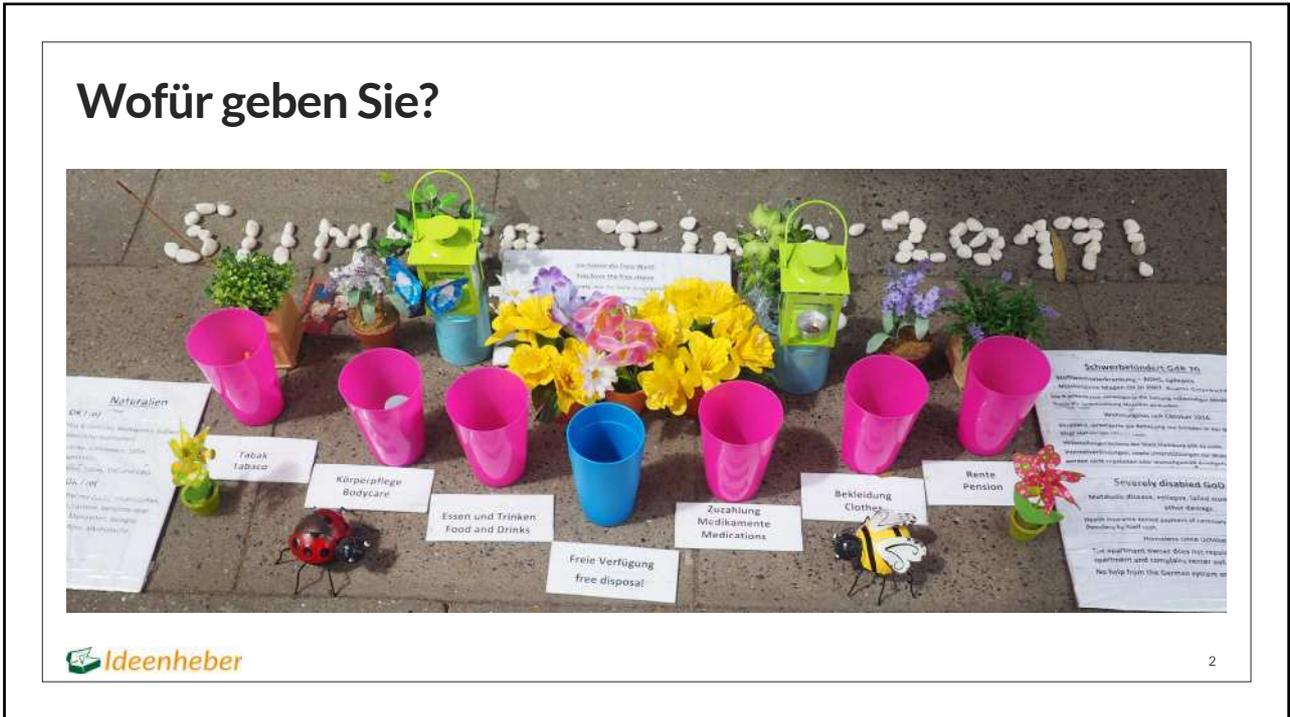




1



2



Fundraising ist eine strukturierte Handlungsweise

- Perspektivwechsel
- Vision (Ziel)
- Umfassende Nachhaltigkeit
- Kraft der Begeisterung
- Planung und Strategie
- Ermöglichende Finanzierung
- Gemeindeaufbau und Netzwerk
- Verändernde Wirkung

3

3

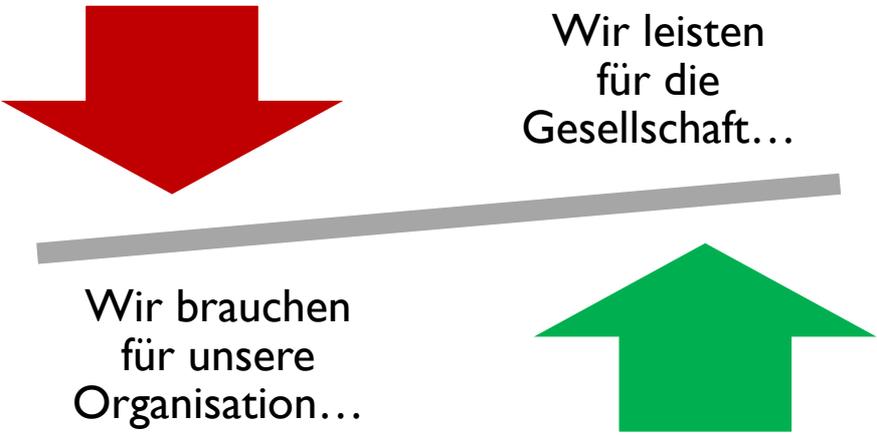
Fundraising ist eine strukturierte Handlungsweise

- Fundraising vermittelt zwei Botschaften, ein materielles Ziel, das möglichst SMART formuliert wird, und eine immaterielle Begründung, die die zugrundeliegenden Werte und die angestrebten gesellschaftlichen bzw. nachhaltigen Wirkungen des Projektes beschreibt.
- Fundraising ist ein systematisches und langfristiges Vorgehen, bei dem die Kirchengemeinde bzw. kirchliche Einrichtung ihr *Profil* (Marke) schärft, sich ihrer grundlegenden *Werte* (Mission) bewusst wird, ihren gesellschaftlichen *Auftrag* definiert, daraus ein *Ziel* (Vision) ableitet und das jeweilige *Projekt* so formuliert und kommuniziert, dass die *Geldgeber*innen* sich dafür begeistern werden (*Emotion / Story*).
- Fundraising macht sichtbar, wofür Kirche steht, und trägt damit zu gesellschaftlichen Diskursen und Veränderungen bei, solange die Werte klar kommuniziert und auch gegen zu erwartende Proteste durchgehalten werden. (Haltung)

Ideenheber 4

4

Perspektivwechsel



Wir brauchen für unsere Organisation...

Wir leisten für die Gesellschaft...



5

5

Perspektivwechsel

- „Frage nicht, was dein Land für dich, sondern was du für dein Land tun kannst.“ (John F. Kennedy zugeschrieben – ursprünglich wohl Leitsatz einer Elite-Privatschule in den USA)
- Tut nichts aus Eigennutz oder um eitler Ehre willen, sondern in Demut achte einer den andern höher als sich selbst, und ein jeder sehe nicht auf das Seine, sondern auch auf das, was dem andern dient. (Philipper 2,3f.)
- „Fundraising ist die schöne Kunst, die Freude am Geben zu lehren.“ (Henry A. Rosso, Fundraiser in den USA)



6

6



7

Vision (Ziel) und Nutzen (Mehr-Wert)

➤ Fundraising vermittelt Werte

- Wer sind wir?
- Wo kommen wir her?
- Unser Auftrag (Mission) ist ...

➤ Fundraising schafft einen Mehr-Wert (Impact)

- Wo wollen wir hin?
- Unser Ziel (Vision) ist ...
- Auf welche gesellschaftliche Herausforderung reagieren wir?
- Wie wollen wir die Welt „ein bisschen besser“ machen?
- Welche Veränderung wollen wir (mit unserem Projekt) erreichen?
- Welchen Nutzen haben unsere Geldgeber*innen bzw. die Gesellschaft davon?

8

Umfassende Nachhaltigkeit



Ideenheber

Infos: <https://17ziele.de>

9

9



Ideenheber

10

10

Kraft der Begeisterung (Storytelling)

- „Nur wenn das Feuer in dir selber brennt, kannst du es in anderen entzünden.“
(Augustinus)
- Fundraising lebt von gut erzählten Geschichten (Storytelling) mit positiven Botschaften, die die Gefühle der Menschen ansprechen und sie damit für das jeweilige Projekt begeistern.

11



12

Planung und Strategie

1. Sensibilisierung und Fragestellung (Bedarfsermittlung)
 - „Was ist eigentlich unser Problem?“ und „Wie wollen wir auf diese Herausforderung reagieren?“
2. Analyse und Bilanz
 - „Wer sind wir eigentlich?“ und vor allem „Was haben wir, was andere nicht haben?“
3. Zielsetzung
 - „Was wollen wir bei wem und bis wann erreichen?“ (Marketingziel)
 - „Was habe ich bzw. was hat die Gesellschaft eigentlich davon, wenn ich etwas gebe?“ (Kommunikationsziel)
4. Langfristige Planung und gute Strategie
 - „Wie wollen wir unser Ziel erreichen?“
 - „Welche Zielgruppen und wie wollen wir ansprechen?“
 - „Wer kann uns als Multiplikator*innen / Botschafter*innen / Influencer*innen unterstützen?“
5. Taktische und kreative Maßnahmen
6. Herstellung (Produktion) und Verteilung (Distribution) der Kommunikationsmittel
7. Im Kreislauf bleiben: Bitten – Danken – Berichten – Weitersagen
8. Controlling (laufende Steuerung und Koordination) und weitere Schritte

13



14

Ermöglichende Finanzierung (Finanzierungsmix)



Grund- oder Regelfinanzierung

Kirchensteuern
Kita-Gebühren etc.
Leistungsentgelte
Kommunalbeiträge
Eigenmittel / Rücklagen



Finanzwirtschaftliche Maßnahmen

Kredite
Social (Impact) Investing
Beteiligungen
Bürgschaften



Ergänzende Finanzierung

Spenden / Kollekten
Fördermittel
Zuwendungen
Crowdfunding
Sponsoring

15

Ermöglichende Finanzierung

- Fundraising ist keine Lücken-Finanzierung eines (strukturellen) Defizits, sondern eine **ergänzende bzw. ermöglichende Finanzierung** für Projekte, die auf der Grundlage der eigenen Werte bzw. des Auftrags (Mission) begonnen werden und eine soziale oder gesellschaftliche Wirkung (Vision) erzielen.
- Das zentrale Thema aller Kommunikation sind die gesellschaftliche Vision und die konkreten Ziele des Projektes – nicht das einzuwerbende Geld.

16

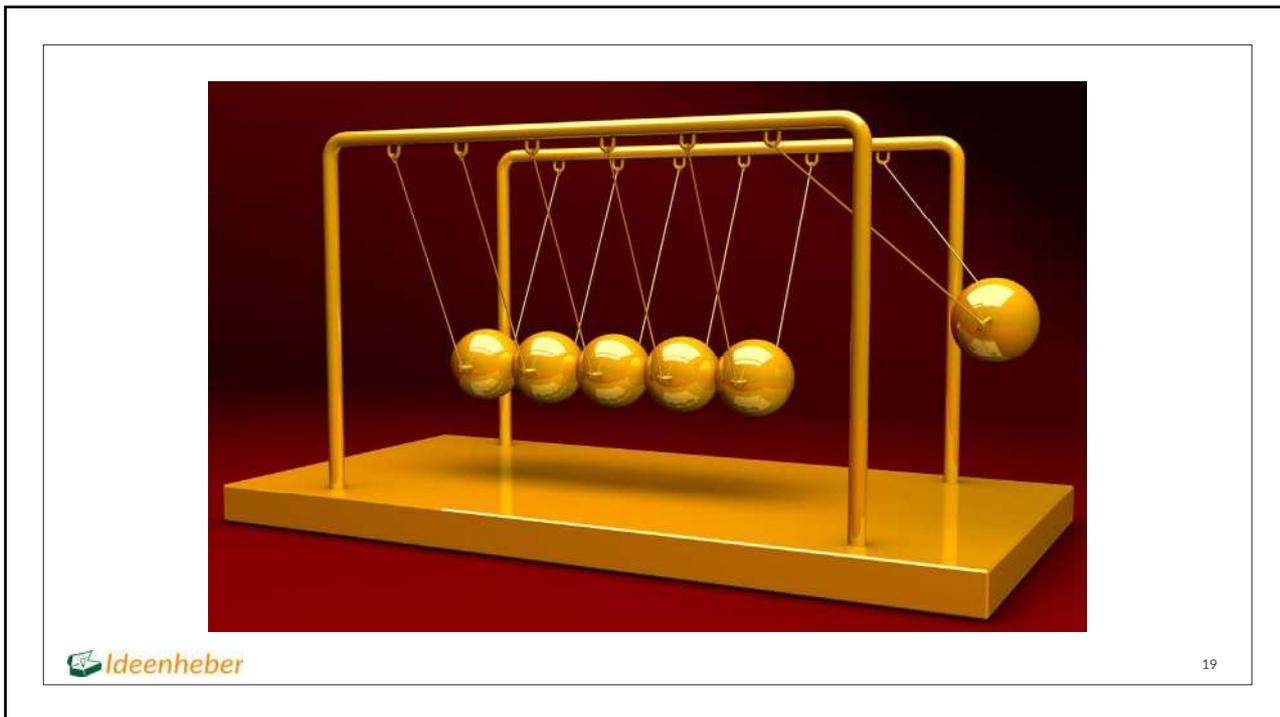


17

Gemeindeaufbau und Netzwerk

- Fundraising ist Gemeindeaufbau, bei dem Menschen sich über ihre Verbundenheit mit einem Projekt engagieren und der Kirchengemeinde zugehörig fühlen. Dies setzt die Offenheit für Menschen unterschiedlicher Einstellungen, Herkunft, Kultur, Hautfarbe und Religion voraus.
- Fundraising lebt durch die von der eigenen Begeisterung getragene Vervielfachung einer Projektidee in die unterschiedlichen Netzwerke hinein. Die jeweils handelnden Personen brauchen das Vertrauen und die Freiheit, dass sie das Projekt engagiert und glaubwürdig vertreten.

18



19



20

Gunnar Urbach

➤ Pastor

➤ Ausbildung

- Kommunikationswirt (GEP)
- Fundraising-Manager (FA)
- Referent für Nachlass-/Erbschaftsmarketing (FA)
- Master für Fundraising-Management und Philanthropie (HWG-LU)
- Fördermittel-Manager für gemeinnützige Organisationen (FLA)



➤ Tätigkeit

- 1978-2011 Pastor in der Kirchengemeinde Harksheide / Norderstedt
- 2011 Landesgartenschau-Pastor in Norderstedt
- 2012-2021 (Senior-)Fundraiser des Ev.-Luth. Kirchenkreises Hamburg-West/Südholstein
- Seit 10/2020 Freiberuflich als „Ideenheber“

Ergänzende Finanzierung für soziale und kirchliche Einrichtungen, Kirchengemeinden, gemeinnützige und kulturelle Initiativen und Organisationen



www.ideenheber.de - gunnar.urbach@ideenheber.de - 0172 / 6 51 51 11 oder (040) 6 92 51 04

21