



# Fundraising

In Kita & Schule/GBS

# Was ist Fundraising?

- Für den Begriff „Fundraising“, der seinen Ursprung in den USA hat, gibt es im Deutschen **keine treffende Übersetzung**.
- Fundraising setzt sich aus den Begriffen „fund“ (=Vermögen) und „to raise“ (=erschließen, schaffen) zusammen. Verknüpft man diese beiden Wörter sinnvoll, so handelt es sich beim Fundraising um **Kapital- bzw. Finanzmittelbeschaffung**.
- Nicht nur Sammeln von Geldmitteln
- Beinhaltet auch die **systematische Erschließung von Unterstützern\*innen** der Mission einer Nonprofit-Organisation, die der Organisation verschiedenste **Ressourcen** für ihre Arbeit zur Verfügung stellen (**Geld, Zeit, Sachwerte, Fachwissen,...**)



# Grenzen

Grundsätzlich kommt eine Finanzierung über Spenden nur für zusätzliche Projekte oder Anschaffungen in Frage und muss zur Einrichtung passen. Sie kann und darf **keine Regelfinanzierung** ersetzen!

- ▶ Durch Fundraising allein könnte man die erreichten hohen qualitativen Standards nicht halten.
- ▶ Fundraising gewinnt an Bedeutung, weil gerade **Innovationen** häufig über privates Engagement mitfinanziert und ermöglicht werden.
- ▶ Welche zusätzlichen Ressourcen angenommen oder angeworben werden, bedarf der Planung und Überlegung. Es ist zu bedenken, ob eine zusätzliche Ressource zum **Leitbild** und zur Konzeption der Kita passt insbesondere in Bezug auf Parteien, Tabak/Alkohol/Rüstungsindustrie...



# Möglichkeiten - mehr als Geldbeschaffung

Fundraising ist Beziehungsarbeit:

- Im Fundraising geht es darum, Menschen für einen gemeinnützigen Zweck zu begeistern, sie zu beteiligen und mit ihnen etwas **gemeinsam zu gestalten**:
- Es geht darum, dass Menschen sich mit ihrer **Zeit**, ihrem **Wissen**, ihren **Kompetenzen** und ihren **finanziellen Ressourcen** einbringen für eine gemeinsame Sache.
- Fundraising steigert so die **Identifikation** der Unterstützer\*innen mit der Einrichtung und mit den Projekten.



# Ehrlichkeit & Transparenz

Ehrlichkeit und Transparenz stellen für alle Spendenaktionen ein wichtiges Kriterium dar

- wie viele **tatsächlich Mittel gebraucht** werden,
- jeweils **andere Finanzierungsquellen** offenlegen,
- darzustellen, **warum das Projekt tatsächlich über Spendenmittel finanziert** werden muss
- und spätestens am Ende der Spendenkampagne transparent zu berichten, **wie viele Mittel eingenommen wurden und wofür das Geld wie eingesetzt wird.**



# Rolle der Kinder

- ▶ Der Schutz der Kinder muss bei allen Fundraising-Aktivitäten im Vordergrund stehen. **Kinder dürfen niemals Mittel zum Zweck sein**, indem man sie für Spendenzwecke oder -kampagnen instrumentalisiert.
- ▶ Das betrifft beispielsweise
  - ▶ die Schilderung ihrer familiären oder sozialen Situation,
  - ▶ Bezugnahmen auf Notsituationen,
  - ▶ inakzeptable Emotionalisierungen, die Spender unter Druck setzen,
  - ▶ die Abbildung von Kindern auf Flyern und Broschüren, die angemessen sein sollte und stets von den Eltern freigegeben werden muss



# Achtung!

Es kann zu Befangenheit und Interessenskonflikten kommen.

- ▶ **Vorteilsnahmen und Vorteilsgewährung** sind strafbare Handlungen und müssen in allen Fundraising- und Sponsoring-Aktivitäten ausgeschlossen sein.
- ▶ Es kann auch vorkommen, dass Unterstützer\*innen ihre Spende mit **bestimmten Wünschen** an die Einrichtung verbinden. Bleiben Sie professionell und **trennen Sie das Fundraising von Ihrer fachlichen Arbeit** in der Einrichtung!
- ▶ Daten von Spender\*innen sind sensible Informationen und unterliegen dem **Datenschutz**. Dies gilt auch prinzipiell für Merkmale, die man über Unterstützer\*innen und Förder\*innen speichert.



# Wer sind wir und was wollen wir?

- Bevor mit dem Fundraising gestartet wird, ist es wichtig, sich klar zu machen, wer man ist und was man vorhat.
- Das ist deshalb notwendig, weil das **Profil der Einrichtung ausschlaggebend für den Erfolg der Fundraising-Aktivitäten** ist.
- Manche Einrichtungen haben über die Jahre eine bestimmte **Ausrichtung oder fachliche Besonderheiten** entwickelt oder sind aufgrund der **lokalen Lage in einer spezifischen Situation**, die auch dem Fundraising ein bestimmtes Profil gibt.
- Es gilt diese **Stärken herauszuarbeiten**: das, was die Einrichtung besonders macht.



# Welche Aktionen?

- ▶ Kindertagesstätten müssen testen, welche Aktivitäten zu ihnen passen und welche erfolgreich sind.
- ▶ Es gilt auszuprobieren, was in der jeweiligen Region oder Stadt „ankommt“ und was die Menschen, die man für das eigene Anliegen gewinnen möchte, begeistert.
- ▶ Bedenken Sie: Menschen geben für Menschen. Deshalb ist es gut, wenn Personen und Gesichter mit der Arbeit in der Kindertagesstätte verbunden werden.



# Handreichung Teamsitzung

- ▶ Setzen Sie sich mit Ihren Kolleg\*innen zusammen und diskutieren Sie gemeinsam folgende Fragen, bevor Sie in die Praxis starten:
  - ▶ 1. Wie ist unsere Ausgangslage und was ist unser Ziel?
  - ▶ 2. Welche Art von Unterstützung suchen wir?
  - ▶ 3. Wer kommt für uns als Unterstützer\*in infrage und welche bestehenden Kontakte können wir nutzen?
  - ▶ 4. Wie wollen wir auf die potenziellen Unterstützer\*innen zugehen?
  - ▶ 5. Was bieten wir den Unterstützern\*innen an?



1.

## Wie ist die Ausgangslage, was ist das Ziel?

- ▶ Zunächst können Sie eine **Teamsitzung** dazu nutzen (ggf. zusammen mit **den Kindern**), um die Vorstellungen und Wünsche zu sammeln.
- ▶ Im Anschluss können die Wünsche an einem **Elternabend vorgestellt** werden, um dann gemeinsam mit den Eltern ein Konzept zu erarbeiten und die Aufgaben aufzuteilen.
- ▶ Zusätzlich können Sie eine **Beratung durch eine Fachfrau** oder einen Fachmann in Betracht ziehen, die ihr Know-how spenden.



## 2.

# Welche Art von Unterstützung wird gesucht?

- Überlegen Sie im Team, was Sie tatsächlich an finanzieller Unterstützung, Material oder Beratung. Oftmals ist mit wenig Aufwand viel möglich.
- Mögliche Formen der Unterstützung:
  - Geldmittel (Überweisung, Scheck oder Bargeld)
  - Sachmittel (z. B. Material, Werkzeuge, Verpflegung für die Helfer)
  - Zeit: Dienstleistungen / ehrenamtliche Mitarbeit
  - Fachwissen / Know-how Kontakte
  - Des Weiteren kann zwischen einer einmaligen Spende und einer dauerhaften Unterstützung unterschieden werden.



### 3.

## Wer kommt als Unterstützer\*in in Frage?

- Wenn Sie sich im Klaren darüber sind, welche Form der Unterstützung Sie für Ihre Kita brauchen, beginnt die Suche nach Spendern\*innen.
- Beginnen Sie frühzeitig mit der Spendersuche und halten Sie durch, auch wenn die Suche anfangs nicht fruchtet. Eine wichtige Rolle bei der Spendersuche spielen persönliche Kontakte. Trauen Sie sich, vorhandene Kontakte zu nutzen, und greifen Sie auf bestehende, persönliche Kontakte aus der Elternschaft, der Nachbarschaft, dem Freundes- und Kollegenkreis zurück.
- Informieren Sie die Stadt und das Stadtmarketing über Ihr Projekt und die Tatsache, dass Sie Spender suchen. Nutzen Sie Ihr Beziehungsnetz!



# „Gebermärkte“

- Private Spender
- Unternehmen als Mäzene, Spender und Sponsoren
- Stiftungen und fördernde Institutionen
- Der Staat und die EU



## 4. Wie auf die potenziellen Unterstützer zugehen? Fundraising-Methoden

- Gute Öffentlichkeitsarbeit und ein positives Image des Projekts, welches „in aller Munde“ ist, hilft mehr potenzielle Geldgeber zu gewinnen.
- Der direkte Kontakt (persönliches Gespräch, Telefon-Fundraising, Mailing, Haus- und Straßensammlungen, Anlass-Spenden, Testaments- und Erbschaftsspenden)
- Veranstaltungen und Events, Spendenaufrufe
- Sponsoring
- Einnahmen durch Vermietung und Warenverkauf,
- Merchandising,
- Online-Fundraising/Crowdfunding
- Bußgeldmarketing,



# Direkter Kontakt

- Das persönliche Gespräch
- Das telefonische Gespräch
- Der Spenderbrief / E-Mail
- Haustür- und Straßensammlungen
- Anlassspenden  
(Sammlungen auf Jubiläen, Hochzeiten, Firmen-Feiern)
- Erbschaften



# Spendenbriefe

Das wichtigste und erfolgreichste Instrument im Fundraising ist immer noch der Spendenbrief. Er ist eine gute Kontaktmöglichkeit, um für Spenden zu werben. Die Briefe können personalisiert werden mit Namen und Adresse; die Einrichtung kann das eigene Projekt im Brief beschreiben, Fotos oder einen Flyer beilegen

Wichtig ist im Brief, das Anliegen zu schildern und Aufmerksamkeit zu generieren, das Interesse bei den potentiellen Spender\*innen zu wecken, sie zu involvieren, um sie so hoffentlich zu einer Spende zu bewegen.

Erzählen Sie, was mit den gespendeten Mitteln bewirkt werden kann, was Sie vorhaben und wie sich Ihre Arbeit durch die erbetene Unterstützung zum Positiven verändert.



# Anlass-Spenden

An Geburtstagen ist der Spendenaufruf üblich geworden – warum nicht für die Tagesstätte vor Ort? Firmen spenden häufig zu Jubiläen, aber auch private Jubiläen wie die Silberne oder Goldene Hochzeit sind häufig Anlässe, gemeinnützige Einrichtungen mit Spenden zu unterstützen.

Weisen Sie auf diese Möglichkeit hin! Werben Sie in Ihren Materialien, Flyern und Broschüren für diese Möglichkeit. Dann spricht es sich herum...



# Spenden

- Das **freiwillige Spenden** von **Privatpersonen oder Unternehmen** an eine gemeinnützige Einrichtung, die wiederum für die erbrachte Geldspende eine **Zuwendungsbestätigung** ausstellt. Die erhaltene Spende wird von der Einrichtung **steuerfrei** vereinnahmt.  
Wichtig ist im Fundraising die sogenannte **Zweckbindung**: Sie bedeutet, dass die Spenden beispielsweise für das Außengelände auch nur für diesen Zweck verwendet werden dürfen.  
(Zudem muss die zeitnahe Mittelverwendung beachtet werden: In der Regel müssen Spenden für den konkreten Spendenzweck bis zum 31.12. des übernächsten Jahres nach Eingang der Spende ausgegeben werden.)



# Sponsoring

Das **Sponsoring** beschreibt einen **vertraglich geregelten Leistungsaustausch** zwischen einem **Unternehmen** und der gemeinnützigen Einrichtung.

Der Gebende erwartet z.B. im Gegenzug **zur finanziellen Unterstützung öffentlichkeitswirksame Werbung**, mit Nennung seines Namens.

Hierbei handelt es sich um ein „Geschäft“, dem ein Vertrag zugrunde liegt und das in der Regel **steuerpflichtig** ist.



# Unternehmenskooperationen

Viele Unternehmen sehen es als Teil ihres Selbstverständnisses an, gemeinnützige Einrichtungen auch durch zusätzliches finanzielles Engagement zu unterstützen. Das Unternehmens-Engagement kann vielfältig sein: von der Unternehmensspende über Sachspenden, einen Freiwilligen Tag („Social Day“), an dem Unternehmensmitarbeiter\*innen in Ihrer Einrichtung ehrenamtlich tätig sind, bis hin zur Unterstützung im Bereich Planung, Buchhaltung und Controlling.

Auch hier sollten Sie die Kontakte aufbauen und persönlich pflegen sowie unterscheiden, ob Sie **ein einmaliges Engagement** des Unternehmens anstreben oder eine **langjährige Partnerschaft**.

Bedenken Sie: Viel stärker als Privatpersonen müssen Unternehmen nach dem „Nutzen“ ihrer Spenden schauen; also danach, was es für das Unternehmen „bringt“.



# Spendenaufruf/Events

Sie können einen Spendenaufruf starten, um möglichst viele Menschen mit Ihrem Anliegen zu erreichen. Zum Beispiel:

- ▶ In Kombination mit einem Fest, wie Erntedank
- ▶ In Kombination mit einem „Tag der Offenen Tür“
- ▶ In Kombination mit Tombolas oder einem Bazar  
Aufstellung von Spenden-Sammeldosen (z. B. in örtlichen Geschäften)
- ▶ Über Ihre Kontakte zu der regionalen Presse (Anzeigen, Beilagen, Werbespots)
- ▶ Über Ihre Homepage und die sozialen Medien



# Benefizveranstaltungen & Events

Menschen kommen gern in Ihre Einrichtung, wenn Sie etwas Besonderes erwartet. In der Vollkostenrechnung sind Events in der Regel ein Zuschuss-Geschäft, es sei denn man organisiert die Veranstaltungen rein mit Ehrenamtlichen. **In jedem Fall sind Events attraktiv, um die Spender\*innen und Unterstützer\*innen kennenzulernen - und auch für die Spenderbindung sind sie zentral.**

Sie können die Einrichtung und die Projekte vorstellen, können erzählen, was Sie vorhaben und welche Ziele Sie mit Ihrer Arbeit verfolgen.

Sie können bei Ihren Benefizveranstaltungen auch Schirmherren und -herrinnen oder Fürsprecher\*innen einbinden, um Ihrer Werbung eine breitere Öffentlichkeit zu verschaffen.



# Crowdfunding

Das Internet bietet **vielfältige Möglichkeiten Menschen zu erreichen und Unterstützer für Projekte zu gewinnen.**

So funktioniert auch „Crowdfunding“ (zu Deutsch: „die Finanzierung über die Menge“).

Zum Beispiel über die Suchmaschine Google finden Sie eine Vielzahl an Plattformen für Crowdfunding.

Auch über das Online-Portal [www.crowdfunding.de/plattformen/](http://www.crowdfunding.de/plattformen/) können Sie geeignete Plattformen finden, um Ihr Kita-Projekt vorzustellen und finanzielle Mitstreiter zu gewinnen.



# Bußgeldmarketing

- ▶ Gerichte und Staatsanwaltschaften sind verpflichtet, Bußgelder gemeinnützigen Organisationen und Einrichtungen zuzuteilen. Fragen Sie zunächst bei Ihrem ansässigen Oberlandesgericht an, welche Stelle für Sie zuständig ist und welche Unterlagen Sie einreichen müssen.
- ▶ Danach verfassen Sie ein Anschreiben mit der Bitte um die Eintragung in die „Liste der gemeinnützigen Einrichtungen als Empfänger von Geldauflagen“ des jeweiligen Gerichts. Das Oberlandesgericht Frankfurt am Main bietet beispielsweise auf seiner Homepage bereits ein vorgefertigtes Anschreiben an ([http://www.olg-frankfurt.justiz.hessen.de/irj/OLG\\_Frankfurt\\_am\\_Main\\_Internet?cid=b244ddb43d222a7b18a7736d4249c6e3](http://www.olg-frankfurt.justiz.hessen.de/irj/OLG_Frankfurt_am_Main_Internet?cid=b244ddb43d222a7b18a7736d4249c6e3) ).
- ▶ Zudem gibt es dort ein Merkblatt mit den Voraussetzungen für die Aufnahme einer gemeinnützigen Organisation in die Liste. Sie können bei Ihrem örtlichen Oberlandesgericht anfragen, ob es ebenfalls fertige Formulare bereit hält. Mit etwas Glück erhalten Sie hierdurch Bußgelder, die Sie für Ihre Kita nutzen können.



# Fördervereine

In den vergangenen Jahren sind viele Fördervereine gegründet worden, um Einrichtungen zu unterstützen. Auch die Gründung eines Fördervereins ist eine gute Möglichkeit, um die Kindertagesstätte zu unterstützen.

Fördervereine sind deshalb attraktiv, weil durch die **hohe Bindung der Mitglieder kalkulierte Einnahmen generiert werden können**.

Bevor Sie starten, benötigen Sie eine Satzung, dann Gründungsmitglieder und schließlich vom Finanzamt die Freistellung von der Körperschaftsteuer (die Anerkennung der Gemeinnützigkeit).



# Förderungen durch Stiftungen

Unter einer Stiftung versteht man eine gemeinnützige Organisation, deren Vermögen von einem Stifter / einer Stifterin zur Verfolgung der in der Satzung der Stiftung niedergelegten Ziele zur Verfügung gestellt wurde. Auch die Bereitstellung der Mittel wird als Stiftung bezeichnet.

Wenn Sie ein innovatives Projekt in Angriff nehmen, könnte der Antrag an eine Förderstiftung in Frage kommen. Die allermeisten Stiftungen in Deutschland sind lokal ausgerichtet, und häufig haben die Stiftungen die Förderung explizit von Kindern und Jugendlichen in ihrem Satzungszweck.

Sie sollten sich vor der Antragstellung zunächst bei der Stiftung erkundigen, ob Ihr Projekt überhaupt in Frage kommt. Und dann die Antragsfristen beachten und wie hoch die mögliche Fördersumme ist.

Innovationen sind für die Antragstellung bei Stiftungen am besten geeignet. Treten Sie deshalb immer mit Ihren neuen Ideen an Stiftungen heran.

## 5. Was den Unterstützern anbieten?

- Auch wenn die Spender keine Gegenleistung erwartet, sollten Sie Ihrem/ihrer potenziellen Unterstützer\*in deutlich machen, welchen Vorteil er/sie hat, indem Sie ihn/sie öffentlichkeitswirksam erwähnen und ihm/ihr ein positives Image verschaffen:
- Firmen-Logo auf Ihrer Homepage
- Schild außen am Kindergarten oder am Projekt
- Bericht im Newsletter
- Artikel in regionaler Presse (z. B. Übergabe der Spende, „Feierliche Eröffnung“ des Naschgartens, Fertigstellung eines weiteren Bauabschnitts)
- Persönliche Danksagung
- Jahreszeitengrüße
- Einladungen zu Veranstaltungen, Festen
- In jedem Fall sollte dem/r Spender\*in eine Spendenbescheinigung ausgestellt werden. Dafür muss ein Förderverein gegründet werden, falls noch keiner besteht. Zudem kann für die Verwaltung der Spenden ein spezielles Konto eingerichtet werden, um größtmögliche Transparenz bezüglich der Verwendung des Geldes zu gewährleisten.



# Aspekte des erfolgreichen Fundraising

- Bereitschaft der Organisation
- Menschliche Ressourcen
  - Aufgabenbereich des Fundraisers bzw. Fundraiser-Teams
  - Qualitätsanforderungen an Fundraiser\*innen
- Management
  - Analyse (Umfeld, Mitwettbewerber, Förderer als Basis für die Planung)
  - Planung (Methoden, Zeitpunkte, Zuständigkeiten, Kosten und Zielvorgaben)
  - Umsetzung
  - Controlling: Dokumentation, Kostenrechnungen.
- Evaluation
- Teamentwicklung
- Diskussion ethischer Grundsätze
- Sozialer Austausch mit den/r Förderer\*innen



# Quellen

- ▶ [https://kita.zentrumbildung-ekhn.de/fileadmin/content/kita/6Service/Positionspapiere/06.09.18\\_Position\\_fundraising.pdf](https://kita.zentrumbildung-ekhn.de/fileadmin/content/kita/6Service/Positionspapiere/06.09.18_Position_fundraising.pdf)
- ▶ [https://www.kinder-garten.de/fileadmin/kiga/kiga-documents/newsletter/kiga\\_leitfaden\\_spendenakquise.pdf](https://www.kinder-garten.de/fileadmin/kiga/kiga-documents/newsletter/kiga_leitfaden_spendenakquise.pdf)
- ▶ [https://www.kita-portal-mv.de/documents/komplette\\_fundraisingarbeit1.pdf](https://www.kita-portal-mv.de/documents/komplette_fundraisingarbeit1.pdf)