

## Lerneinheit 3 (6 Module) Fundraising a) Sponsoring



Ihre Lernbegleiterin Ilona Munique wünscht Ihnen viel Erfolg!



**Fundraising ist langfristig angelegter  
Beziehungsaufbau mit Perioden des Säens,  
des Wachsens, des Wartens und des Erntens  
(Kai Dörfner)**

**$E > €$   
(Andreas Schiemenz)**

**Wer bringt, ist überall willkommen.  
(Sprichwort)**

## Legende



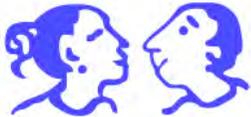
Fragen, die Sie sich selbst beantworten.



Übung zur eigenen Vertiefung



Lesebeispiel, dient zur Veranschaulichung



Vorschlag zur Diskussion / Erörterung im Forum



Fragen, Überlegungen, Gedanken, Aufgaben ...

Ihre gewählte Modulaufgabe bitte an mich senden.

Siehe dazu Punkt 2.3.2 der Studienanleitung

- Letzter Zugriff auf alle Links, sofern nichts anderes angegeben: 26.12.2017
- Fotos, sofern nichts anderes angegeben: Ilona Munique

## Übersicht

### Lerneinheit (LE) 3a: Sponsoring

#### 1. Fundraising

2. Ziel und Zweck von Sponsoring

3. Der Sponsoringvertrag

4. Schritt 1: Situationsanalyse

5. Schritt 2-4: Recherche, Projekt, Kontakt

6. Schritt 5-7: Vertrag, Koordination, Evaluation

## Übersicht LE-3a

### 1. Modul: Fundraising

- a. Begriffsrealitäten
- b. Begriffsabgrenzungen Fundraising

## Anmerkungen vorab

### Anmerkung 1: Schreibweise

In der Lerneinheit 3 nutze ich aus Lesbarkeits- und Platzersparnisgründen vor allem bei „der Sponsor“ und „der Gesponserte“ die männliche Schreibform. Es sind jedoch immer auch weibliche Sponsorinnen und Gesponserte mit gemeint.

### Anmerkung 2: Disclaimer

Die Dozentin hat alle Angaben nach bestem Wissen und aktueller Recherche verfasst. Dennoch sind Irrtümer nicht ausgeschlossen. Der Artikel stellt daher keine Beratung im Sinne des Rechtsberatungsgesetzes dar. Bezweckt wird lediglich ein verbessertes Verständnis für geltendes Recht. Es ist nicht möglich, in diesem knappen Umfang jegliche Anspruchsgrundlagen zu berücksichtigen, so dass es nur im Groben um Fundraising, Sponsoring und Spenden geht. Keinesfalls befinden sich hierin rechtsverbindliche Handlungsanweisungen, noch stehe ich wegen der Veränderbarkeit geltenden Rechts für die fortwährende Richtigkeit meines Beitrags ein, der im Übrigen keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt.

Bitte klären Sie alle beabsichtigten Handlungen vorab mit der rechtsberatenden Stelle Ihres Hauses ab. (Dies ist die einzige Handlungsanweisung meinerseits!)

# 1. Fundraising

## a. Begriffsrealitäten

**E > €**

Auf diese einfache Formel bringt es Andreas Schiemenz<sup>1</sup>, „Experte für Philanthropie, Stiftungen und gemeinnützige Organisationen“. Seine Themen sind „Branding, Marketing, Management und Fundraising für Stiftungen, Privatpersonen, Organisationen und Unternehmen“.<sup>2</sup> Wie Sie sehen, kumulieren auch bei ihm sozusagen alle Ihre bisherigen Lerneinheiten sowie weitere Fächer in Ihrer Weiterbildung.

Aufgelöst bedeutet die Formel:

„Wenn die Emotion (E) des Gebers für ein Projekt größer ist als der wegzugebende Betrag (€), dann kommt es zur Unterstützung.“<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Nachweis: Antwort Andreas Schiemenz auf Kommentar 1 von Markus Kaminski am 14.09.2015. In: Fundraising-Knigge (Kai Dörfner) <http://fundraising-knigge.de/persoentliche-gespraech-schiemenz/>

<sup>2</sup> Eigenbeschreibung des Autors unter <http://www.schiemenz.info/cms/>

<sup>3</sup> siehe Fußnote 1

# 1. Fundraising

## a. Begriffsrealitäten



Fallen Ihnen weitere Begriffe ein, die Sie in diesem Zusammenhang setzen könnten?

Gerne antworte ich Ihnen dazu, falls Sie Klärungsbedarf haben.

Wortwolke generiert mit <http://www.wortwolken.com/>

# 1. Fundraising

## a. Begriffsrealitäten

Tatsächlich erwarten Sie im Laufe Ihrer praktischen Erfahrungen mit Fundraising **folgende Situationen:**

- Begriffe werden **nicht verstanden** und durch synonymische Begriffe ersetzt. Zum Beispiel wird Sponsoring meist im Sinne von „Spende“ verstanden. Was per Definition falsch ist.<sup>1</sup> (Gleich mehr dazu)
- Ihre Organisation oder ihr Partner möchte bestimmte Begriffe – und seien sie auch noch so zutreffend – **nicht benutzen**. Beispielsweise, weil sie sich innerhalb ihrer Organisation auf einen einheitlichen Begriff geeignet haben. Beispielsweise „Unterstützung“ statt Spende.
- Begriffe unterliegen einem **Imagewandel**. Davor schützen auch Definitionen nicht.
- **Neue Begriffe** tauchen auf (z. B. Crowdfunding, -lending, -investment ...). Sie sind daran beteiligt, wenn andere Begriffe aus ihrer ursprünglichen Bedeutung heraus neu bewertet und eine **Umdeutung** erfahren.



**Was tun?!**

# 1. Fundraising

## a. Begriffsrealitäten

„Wes Brot ich ess', des Lied ich sing'.“

Sie werden folglich großzügig über manche unsaubere Wortwahl hinwegsehen.



Doch zumindest in dieser Lehreinheit müssen wir uns auf eine möglichst saubere Abgrenzung einigen. Und Sie wissen, ich sage selten: „müssen“, doch hier scheint es mir geboten. **Der Grund:**

- Wir benötigen eine gemeinsame Ausgangsbasis, unter der wir alle das gleiche verstehen, damit wir uns austauschen können.
- Sie haben Wissenschaftlichkeit zu beweisen

Also dann ...

# 1. Fundraising

## b. Begriffsabgrenzungen

### Fundraising [amerikan.]

... „fund“ = Geld, Kapital

„to raise“ = etwas aufbringen, mehren, wachsen

... ist professionelles Finanzierungsmarketing für Non-Profit-Organisationen

... ist die Summe aller Public-Relation-Maßnahmen, Mittelbeschaffungen, Akquisitionen von Personen sowie die Organisation von Fördermöglichkeiten

# 1. Fundraising

## b. Begriffsabgrenzungen

### Sponsoring ...

- ... ist Förderung gegen Öffentlichkeit(sarbeit)  
(Unternehmenskommunikation)
- ... ist Leistung und Unterstützung auf vertraglich festgelegter  
Gegenseitigkeit
- ... mit Chance auf Wiederholbarkeit
- ... ist eine von weiteren Fundraising-Maßnahmen

Zu Sponsoring gibt es natürlich noch viel mehr zu sagen. Seien Sie gespannt auf die nächsten Module, hier erst ein kleiner Anreißer.

# 1. Fundraising

## b. Begriffsabgrenzungen

### Spende ...

- ... ist Förderung gegen mögliche (!) Öffentlichkeit
- ... ist Leistung und Unterstützung ohne einforderbare (!) Gegenleistung
- ... mit eher einem einmaligen Charakter
- ... ist eine von weiteren Fundraising-Maßnahmen

# 1. Fundraising

## b. Begriffsabgrenzungen

### Crowdfunding ...

- ... ist Förderung durch die Crowd („Masse“)
- ... ist Leistung und Unterstützung auf der Grundlage von festgelegten Regeln
- ... mit eher einem einmaligen, projektorientierten Charakter
- ... ist eine von weiteren Fundraising-Maßnahmen

P. S.:

Einige Titel dazu sind aus meiner Feder in der Literaturliste genannt. Sie sind im Kontext der Themen „Freundeskreis und Förderverein“ sowie „Ausstellungsfinanzierung“ behandelt, so dass Sie auch in diese Varianten der Öffentlichkeitsarbeit hineinschnuppern können.

# 1. Fundraising

## b. Begriffsabgrenzungen

### Mäzenatentum ...

- ... ist Förderung durch Selbstlosigkeit (Altruismus)
- ... ist Leistung und Unterstützung ohne einforderbare (!) Gegenleistung
- ... mit dem Charakter einer fortlaufenden Unterstützung
- ... ist eine von weiteren Fundraising-Möglichkeiten (nicht Maßnahme im Sinne einer Mobilmachung)

# 1. Fundraising

## b. Begriffsabgrenzungen

### Stiftung ...

- ... ist Förderung durch Stiftungsmittel
- ... ist Leistung und Unterstützung auf der Grundlage des Stiftungszwecks
- ... von eher einmaligem, projektorientieren Charakter, jedoch mit Chance auf längerfristige Kooperationen
- ... ist eine von weiteren Fundraising-Maßnahmen

# 1. Fundraising

## b. Begriffsabgrenzungen

### Public-(Social)-private-Partnership ...

- ... ist eine öffentlich-private Partnerschaft, ähnlich Sponsoring
- ... ist Leistung und Unterstützung des Partners auf der Grundlage von Verträgen, die Ressourcen, Zusammenarbeit und Mitbestimmung regelt (Zweckgesellschaft)
- ... von langfristigem Charakter
- ... ist eine von weiteren Fundraising-Maßnahmen

# 1. Fundraising

## b. Begriffsabgrenzungen

### Merchandising<sup>1</sup>

- ... ist Verwertung und Vermarktung von Identifikationsprodukten
- ... ist Verkaufserlös, Steigerung des Bekanntheitsgrades und Kundenbindung gleichermaßen
- ... von langfristigem Charakter
- ... zählt nicht mehr direkt zu Fundraising-Maßnahmen, sondern zum Kulturmarketing

<sup>1</sup>nach: Bekmeier-Feuerhahn, Sigrid; Ober-Heilig, Nadine; Brinker, Henry C.: Kulturmarketing. Theorien, Strategien und Gestaltungsinstrumente. Stuttgart. Schäffer Poeschel. 2014. S. 126.

# 1. Fundraising

## b. Begriffsabgrenzungen

### Was kann Fundraising bedeuten?

„Die Bitte des Fundraiser bezieht sich auf das finanzielle Engagement des Gebers und muss dabei den Nutzen – also die Emotion – dazu herausarbeiten. Und mit Gebern über deren Motive und Gefühle zu sprechen und dabei ein wunderbares Projekt finanziell und ideell[I] zu unterstützen, [das] sind die schönsten Seiten im Fundraising.“

Nachweis: Antwort Schiemenz auf Kommentar 1 von Markus Kaminski am 14.09.2015. In: Fundraising-Knigge (Kai Dörfner) <http://fundraising-knigge.de/persoentliche-gespraech-schiemenz/>

## LE-3a.1 – Fundraising



### Modulaufgaben

- LE-3a.1.1 Finden Sie zu **zwei** der genannten Fundraisingbegriffen **je zwei Definitionen** aus aktuellen Quellen und vergleichen Sie diese Definitionen
- LE-3a.1.2 Finden Sie eine Fundraising-Maßnahme einer Bibliothek (ähnlich Ihrer Institution) und **erörtern** Sie diese Maßnahme(n) im Zusammenhang mit den Kapiteln **Begriffsrealitäten und –abgrenzungen**
- LE3-a.1.3 Erkundigen Sie sich bei Ihrem Finanz- und Entscheidungsträger nach den geltenden **Bestimmungen, Verordnungen, Regelungen** etc. zu unterschiedlichen Fundraising-Maßnahmen. Wo sind diese festgehalten?

Je nach Kombination, Intensität und Ausweitung der Punkte (siehe dazu nachfolgende Module) eignen sich die Modulaufgaben sehr gut für eine Hausarbeit bis hin zu einer Bachelorarbeit.

## Kontaktdaten

Wege Entwickeln Gemeinsam Aktiv

Adresse:  
Obstmarkt 10  
96047 Bamberg

Fon: +49 (0)951 / 29 60 89-35  
Fax: +49 (0)951 / 29 60 89-40  
E-Mail: [munique@wegateam.de](mailto:munique@wegateam.de)  
Web: <http://www.wegateam.de>



**Ilona Munique**  
Diplom. Erwachsenenbildnerin  
mit bibliothekarischen Wurzeln  
Hochschullehrbeauftragte

Das **WEGA-Team**  
PersonalEntwicklung & OrganisationsLernen  
für Bibliotheken & mehr

...seit 1996 (ver)wandelnd an Ihrer Seite.

Gerne für Sie ansprechbar **Mo – Sa zwischen 9 – 19 Uhr** oder nach Vereinbarung.

Halten Sie die Nummern der Lerneinheit (LE) bzw. die Modul(aufgaben)Nummer parat.

Bitte denken Sie daran, mich rechtzeitig zu kontaktieren, da ich öfter außer Haus auf Seminarfahrt bin und ein Rückruf etwas dauern kann.

Vielen Dank!