

Frank Knaus

Fundraising in Nonprofit-Organisationen der Sozialen Arbeit

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2002 Diplom.de
ISBN: 9783832498535

Frank Knaus

Fundraising in Nonprofit-Organisationen der Sozialen Arbeit

Frank Knaus

Fundraising in Nonprofit-Organisationen der Sozialen Arbeit

Diplomarbeit
Fachhochschule Kiel
Fachbereich Soziale Arbeit und Gesundheit
September 2002



Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

Frank Knaus

Fundraising in Nonprofit-Organisationen der Sozialen Arbeit

ISBN-10: 3-8324-9853-2

ISBN-13: 978-3-8324-9853-5

Druck Diplomica® GmbH, Hamburg, 2006

Zugl. Fachhochschule Kiel, Kiel, Deutschland, Diplomarbeit, 2002

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2006

Printed in Germany

Gliederung:

1.	Einleitung	S. 01
2.	Begriffserklärung und Definition der Nonprofit-Organisation	S. 03
2.1.	Finanzierungsstruktur des deutschen Nonprofit-Sektors im internationalen Vergleich	S. 05
3.	Begriffserklärung und Definition des Fundraising	S. 09
3.1.	Begriffe des Fundraising:	
3.1.1.	Philanthropie	S. 10
3.1.2.	Marketing und Social Marketing	S. 11
3.1.3.	Die Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations)	S. 14
3.2.	Organisation und Planung des Fundraising	S. 15
3.2.1.	Organisations- und Situationsanalyse	S. 15
3.2.2.	Marktanalyse	S. 16
3.2.3.	Organisationsphilosophie und Corporate Identity (CI)	S. 17
3.2.4.	Zielorientierung	S. 18
3.2.5.	Personelle Voraussetzungen	S. 19
3.2.6.	Qualitätsmanagement im Fundraising	S. 19
4.	Ausgewählte Fundraising-Methoden	S. 21
4.1.	Spendenbriefe (Mailings)	S. 21
4.2.	Haus- und Straßensammlungen	S. 24
4.3.	Fundraising-Event oder Event-Marketing	S. 26
4.4.	Telefon-Fundraising	S. 27
4.5.	Das Internet	S. 28

4.6.	Warenverkauf (Merchandising)	S. 29
4.7.	Großspenden	S. 30
4.8.	Spenden von Unternehmen	S. 33
4.9.	Erbschaftsmarketing	S. 35
5.	Spenderdank und Beschwerdemanagement	S. 38
5.1.	Der Spenderdank	S. 38
5.2.	Das Beschwerdemanagement	S. 39
6.	Busgeldakquisition	S. 41
7.	Sponsoring	S. 43
7.1.	Ziele des Sponsors	S. 43
7.2.	Ziele des Gesponsorten	S. 44
7.3.	Grundlagen von Sponsoring-Partnerschaften	S. 45
7.4.	Das Sponsoring-Konzept	S. 47
7.5.	Recht und Steuern	S. 47
8.	Stiftungen	S. 50
8.1.	Akquisition von Stiftungsgeldern	S. 51
9.	Staatliche Mittel und EU-Förderung	S. 54
9.1.	Staatliche Mittel	S. 54
9.2.	EU-Förderung	S. 57

10.	Projektvorstellung	S. 59
10.1.1.	Stigmatisierung	S. 59
10.1.2.	Delinquenz und Devianz	S. 60
10.1.3.	Projekttitel und Projektbeschreibung	S. 61
10.1.4.	Ausstattung der Ausbildungsstelle	S. 62
10.1.5.	Notwendige Vorbereitungen	S. 65
10.1.6.	Koordination des Fundraising und der Öffentlichkeitsarbeit	S. 66
10.1.7.	Von Theorie und Praxis	S. 68
11.	Schlussbetrachtung	S. 72
12.	Anhang und Quellenverzeichnis	
	Quellenverzeichnis	S. I
	Nützliche Adressen und Internetseiten	S. V
	Diagramme und Tabellen	S. XI

1. Einleitung

Die Einsparung öffentlicher Finanzmittel macht sich in der Sozialen Arbeit immer stärker bemerkbar. Im Sozialbereich wird versucht, mittels verschiedener modifizierter Methoden aus der Betriebswirtschaft Geld einzusparen und die Folgen des Geldmangels zu verringern. Begrifflichkeiten wie Qualitätsmanagement und Marketing werden vermehrt in den Nonprofit-Sektor übertragen. Daher ist es nicht verwunderlich, dass der Themenbereich Fundraising in Nonprofit-Organisationen in den letzten Jahren in der Bundesrepublik Deutschland zunehmend an Bedeutung gewonnen hat. Dies wird unter anderem an der zunehmenden Zahl von Fachliteratur zu diesem Thema sowie an der Zunahme von entsprechenden themenbezogenen Verbänden und Vereinen deutlich. Der wachsende Geldmangel in der Sozialarbeit, aufgrund fehlender staatlicher Mittel, verlangt ein Umdenken. Der Finanzquellen-Mix macht eine anderweitige Beschaffung von Mitteln, seien sie monetärer oder sachlicher Natur, ergänzend oder gänzlich möglich. In vielen Einrichtungen der Sozialen Arbeit scheint dies jedoch weiter erfolgreich ignoriert zu werden.

Während meiner Praktika und meiner Tätigkeiten als Honorarkraft habe ich mehrfach versucht etwas über die Finanzierung von neuen Projekten wie z. B. einer dringend benötigten Drogenberatungsstelle zu erfahren. Es wurde jedoch schnell deutlich, dass ich mir Informationen und Wissen über Finanzierungsmöglichkeiten sowie Fördermittel auf andere Weise würde beschaffen müssen.

Aufgrund dieser Erfahrungen entstand die Idee für nachfolgende Diplomarbeit, welche ich als eine Einführung ansehe, da der Themenbereich für eine vollständige Betrachtung bei weitem zu komplex ist. Wer an einer eingehenden Beschäftigung mit dem Thema Fundraising interessiert ist, findet im Anhang entsprechende Adressen, Buchquellen und Internetseiten mit Informationen.

Der Anfang dieser Arbeit soll einen Einblick in den Nonprofit-Sektor der Bundesrepublik Deutschland geben. Verschiedene Begriffe zum Thema Nonprofit-Organisationen und Fundraising werden in den ersten Kapiteln kurz erklärt und definiert. Eine Beschreibung von grundlegenden organisatorischen

Voraussetzungen, welche die Nonprofit-Organisationen schaffen oder schon aufweisen sollten, schließt sich dem an. Ein kleiner Einblick in die Methodenvielfalt der Mittelakquisition soll vermittelt werden. Das von mir theoretisch entwickelte Projekt mit pädagogischem Hintergrund soll die Möglichkeit bieten, in groben Zügen