



MEID
FUNDRAISING MEDIA

FUND
RAISING

FUNDRAISING # 1

MINTvernetzt

03.04.2025

1

MACHE MEDIEN



BRINGE BEI



BEGLEITE



MEID MEDIA
FUNDRAISING RADIO



MEID MEDIA
FOTO ARCHIV

fundraising
evangelisch

KI Tool Liste für gemeinnützige
Organisationen

2

1

FUNDRAISING 101

2

FUNDRAISING STRATEGIE

3

GENERATIVE KI

4

AUSTAUSCH + BERATUNG

3

Fundraising



What my mom
thinks I do



What my friends
think i do



What my donors
think I do



What my board
thinks I do



What my executive
director thinks I do



What I really do.

4



5

Weil WIR gute Arbeit machen!

Weil WIR bessere Arbeit machen als andere!

Weil WIR toll sind!

Weil WIR unsere Kinder gut betreuen!

Weil WIR ein wichtiges MINT-Projekt in XY haben!

Weil WIR Geld brauchen.

„Ähh, weiß ich gerade nicht....“

KEINE GUTE IDEE!

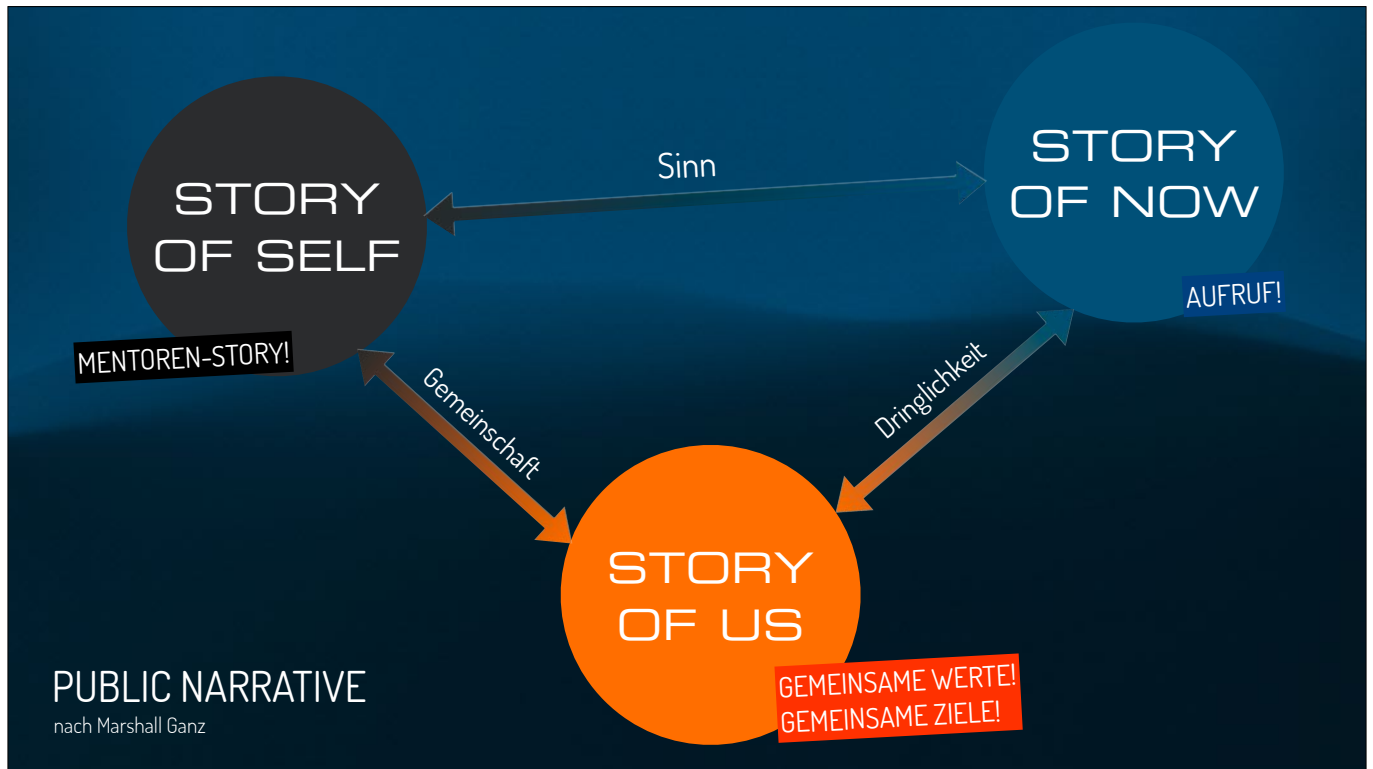
6



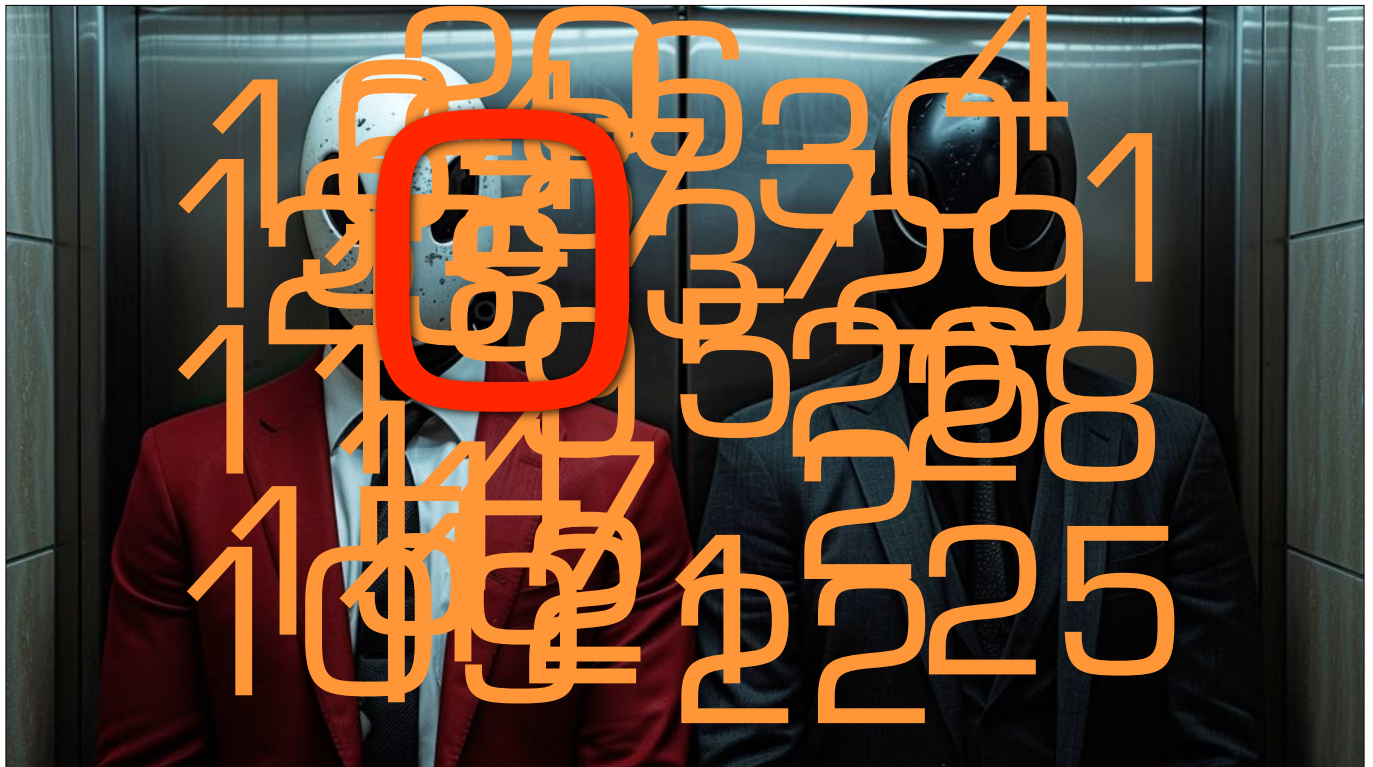
7



8



9



10

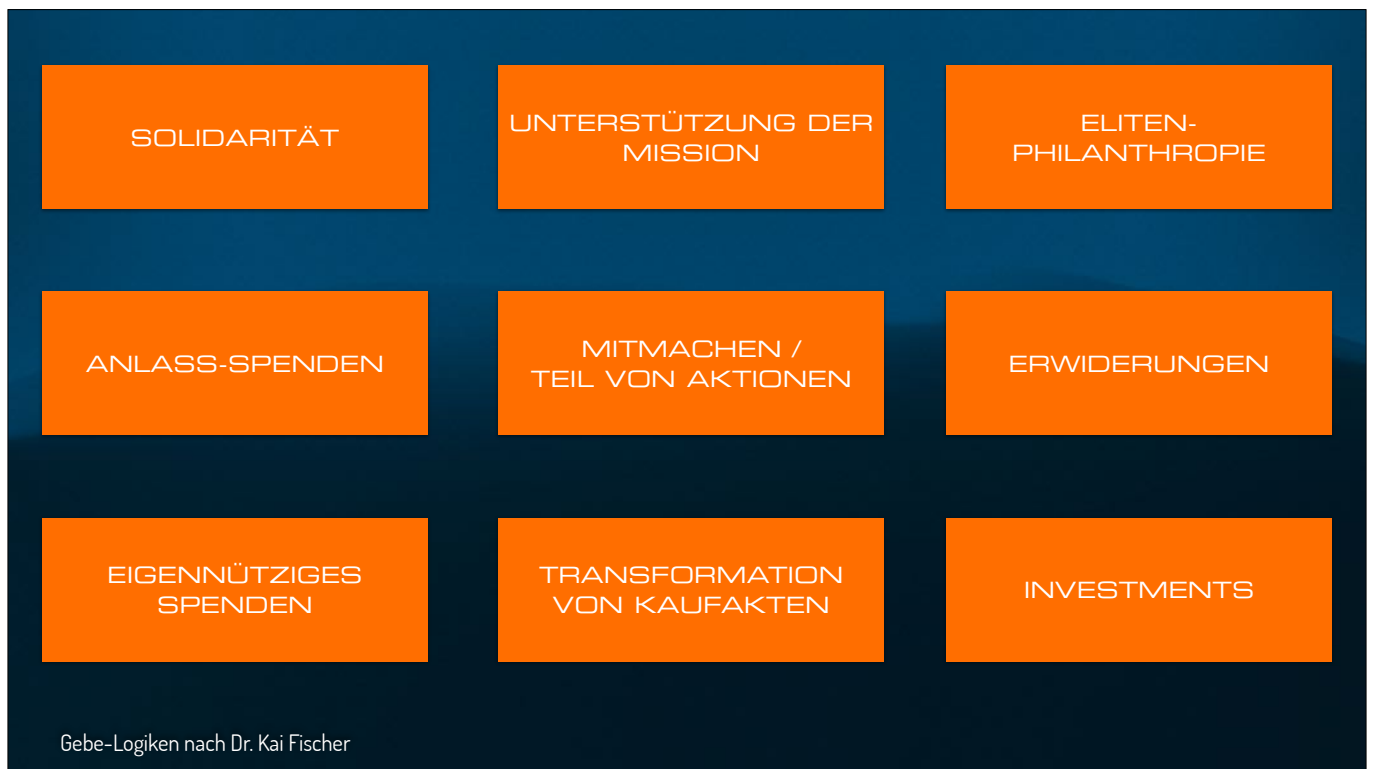


11

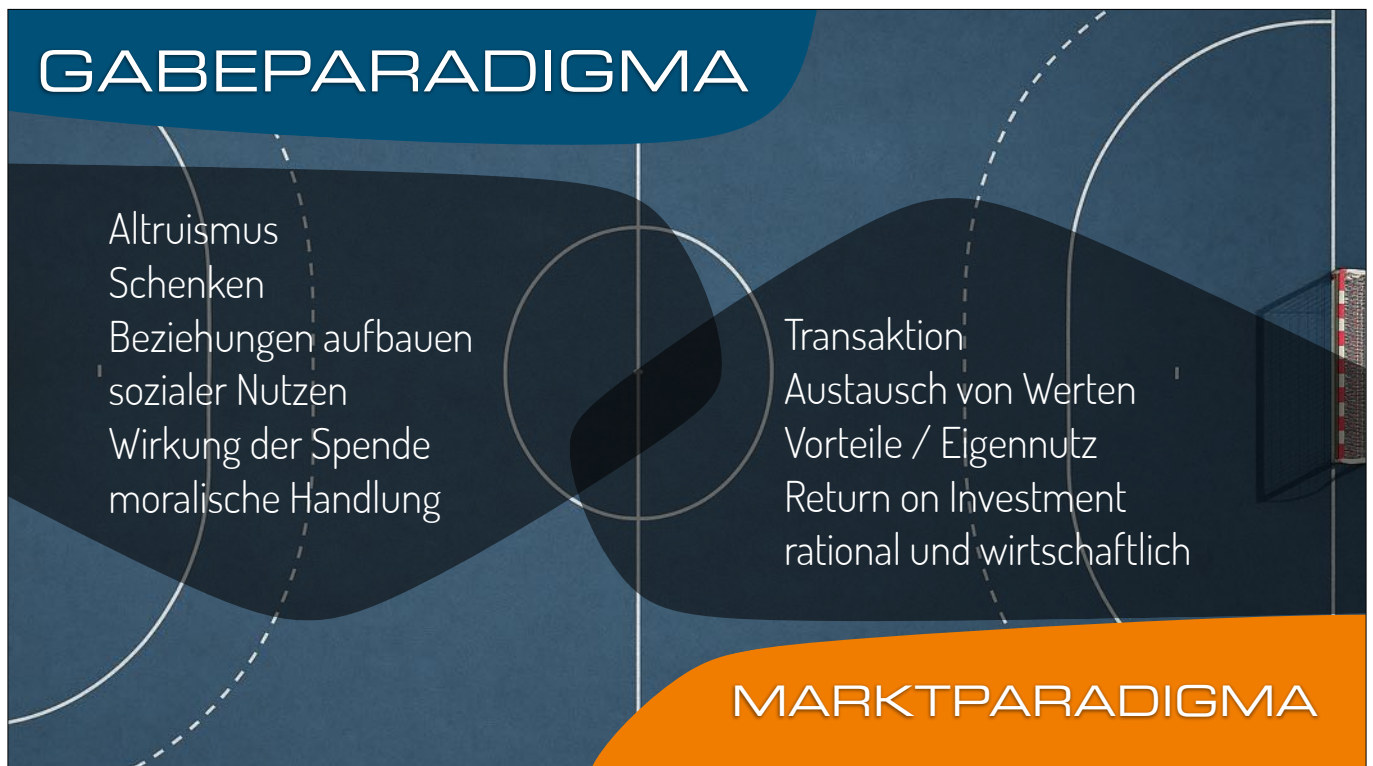
Attraktiver Stand
Attraktive Verkaufsperson
Regionales Produkt | Bio | Aussehen
Preis
Erfahrungen aus Vorkäufen
Tradition
Tipp durch Dritte



12



21



22



23



The gentle art of teaching
the joy of giving.

Hank Rosso

Amerikanischer Fundraiser

24

Ackerbau und Viehzucht.
Nicht jagen und sammeln.

Lothar Schulz

Fundraiser und Theologe
„Grandseigneur“

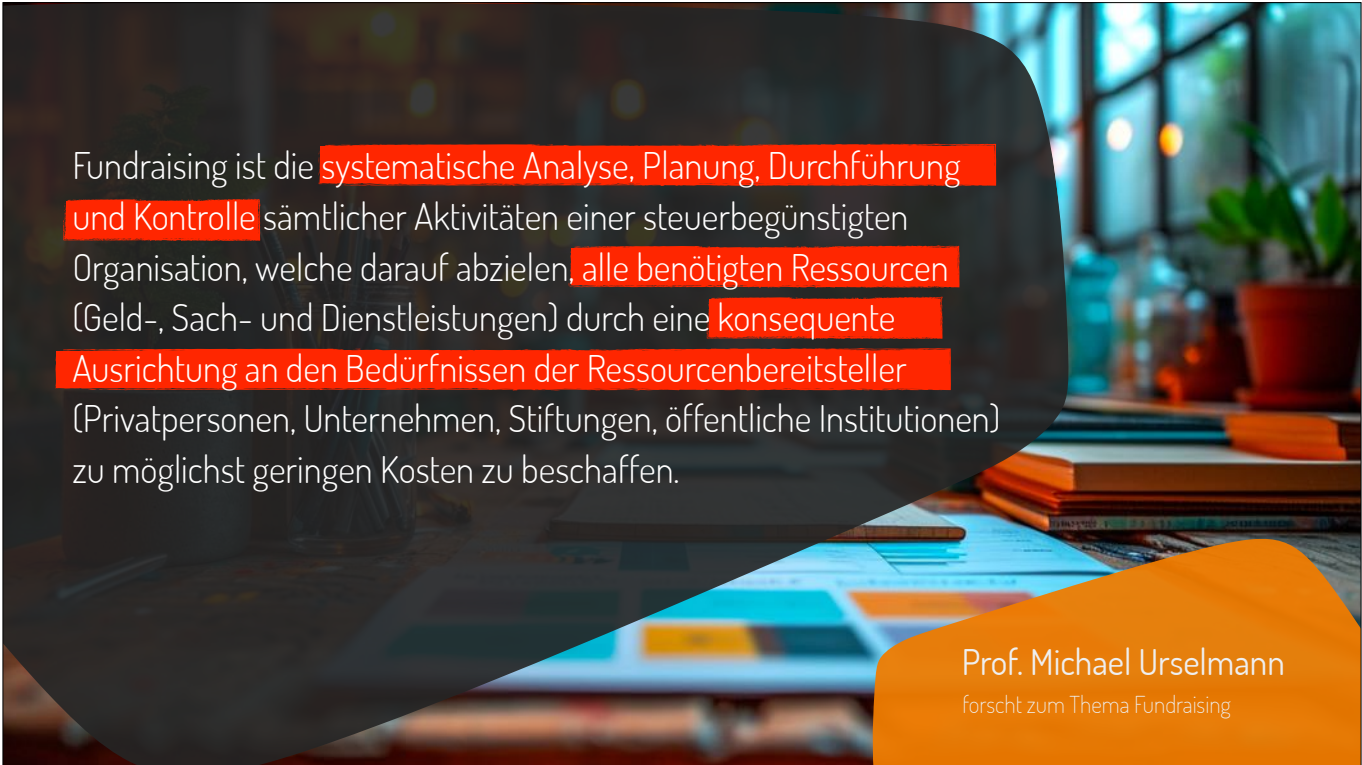
25

Asking, asking again
and asking for more.

?

Kim Klein
Fundraiserin und Autorin

26



Fundraising ist die **systematische Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle** sämtlicher Aktivitäten einer steuerbegünstigten Organisation, welche darauf abzielen, **alle benötigten Ressourcen** (Geld-, Sach- und Dienstleistungen) durch eine **konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen der Ressourcenbereitsteller** (Privatpersonen, Unternehmen, Stiftungen, öffentliche Institutionen) zu möglichst geringen Kosten zu beschaffen.

Prof. Michael Urselmann
forscht zum Thema Fundraising

27



Zu 50% Verwaltung,
zu 30% Betreuung,
zu 20% Kreativität,

zu 100% Zahlen

Arne Kasten

Leiter Fundraising, Marketing, Kommunikation
World Vision

28

FUNDRAISING IST

Die **Vermittlung** zwischen Gebenden und Nehmenden.

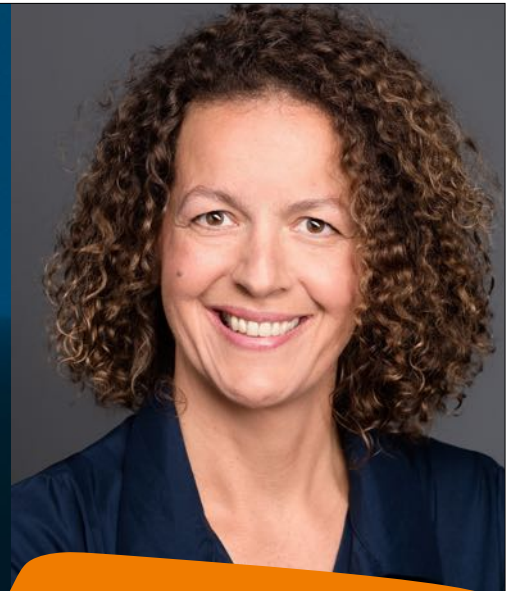
Die **langfristige Positionierung** einer gemeinnützigen Organisation auf dem Spendenmarkt.

Die **Veränderung der Gesellschaft** hinsichtlich einer solidarischeren Welt.

....

29

„Eine **Investition** in die Zukunft.“

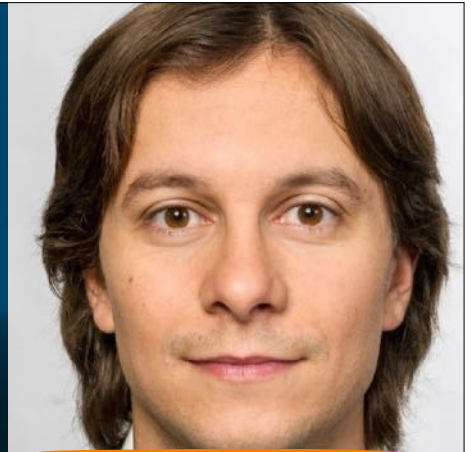


Dr. Stephanie Neumann

Fundraiserin
Brot für die Welt - Diakonie Katastrophenhilfe

30

„Professionelles Fundraising bedeutet **Planung**. Konsequent und gut durchdacht.“



Dr. Vincenzo Martella

Leiter Fundraising und ÖA
Hoffnungszeichen | Sign of Hope e.V.

31

„Man hat eine **Strategie** und hält sich dran.“



Andreas Berg

freiberuflicher Fundraisingberater

32

„Professionelles
Fundraising ist gutes
Fundraising in
skalierbarer Form.“



Jona Hölderle

Pluralog | freiberuflicher Berater

33

„Wissen, welches
Spendenziel man jeweils
zum Ende des Jahres
erreicht haben möchte.“



Prof. Dr. Thomas Kreuzer

Geschäftsführer
Fundraising Akademie

34

„Professionelles Fundraising ist die
Verbindung einer durchdachten
Strategie mit Erfahrung und Intuition.“



Beate Haverkamp

Geschäftsführerin
Conversio Institut

35

„Professionell heißt für mich: Geplant.
Strategisch geplant auf der Basis von Wissen
und Annahmen.

Wissen können Daten sein, und dann wären
wir bei Data-Based Fundraising.“



Conny Blömer

Fundraising-Software Beraterin

36

„Fundraising ist das
Bauen von festen Brücken
zwischen Menschen die
Unterstützung benötigen und
Menschen die unterstützen
wollen“



Lucas Söker

Fundraising-Referent (FA)
Evangelische Landeskirche Oldenburg

37

„Professionelles Fundraising ist **Bestandteil**
des Geschäftsmodells einer Organisation:

Berücksichtigung der jeweils aktuellen
professionellen Fundraising-Standards in
allen Feldern der Business Canvas.“



Dr. Friedrich Haunert

freiberuflicher Berater

38

„Professionelles Fundraising bedeutet für mich vor allem:

Strategische Planung, Auswertung von Aktionen und dass die daraus gewonnen Erkenntnisse in die neue Planung einfließen.“



Ingrid Alken

Studienleiterin an der Fundraising Akademie

39

„Professionelles Fundraising ist für mich das **Gegenteil von Glücksrittertum**. Es folgt einer **Strategie**, die auf einer soliden Analyse fußt. Es ist Langstrecke. Man muss unter Achtung seiner Ressourcen die Langstrecken bespielen und kann nicht jeden Marathon laufen.“

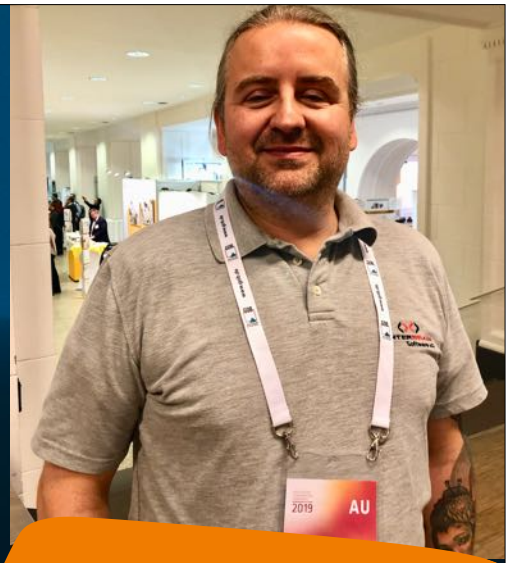


Gisela Bhatti

freiberufliche Beraterin

40

„Fundraising ist die Fähigkeit,
Menschen für eine Tat zu
begeistern, die nachhaltig ist.“



Oliver Knispel

Consultant
EnterBrain Software AG

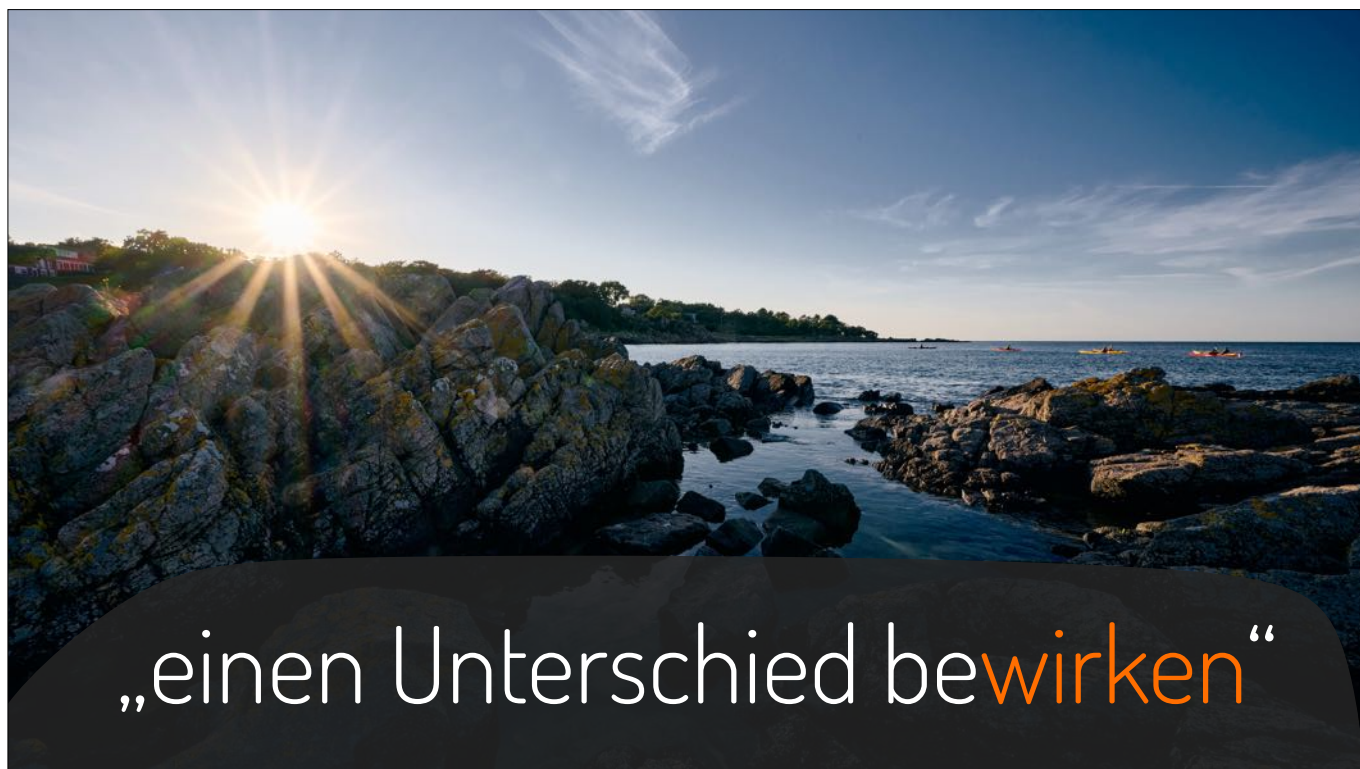
41

ÜBUNG

Und Ihr?
Was ist Fundraising für Euch?

EBS Universität

42



„einen Unterschied bewirken“

43



44



45



46



47



48



49



51



52

INSTITUTIONAL
READINESS



53



FUNDRAISING ist
HALTUNG!

54



Was kann uns eine
Spender*in
Gutes tun?

Wie müssen wir sein oder wie
müssen wir uns verändern, um
für (potentiell) Spendende
ehrlich und langfristig attraktiv
zu sein?

55

BILANZ DES HELFENS 2024

- circa 25% der Deutschen ab 10 Jahre spenden
- Spendenvolumen plus %zum guten Vorjahr
- Anzahl der Spendenden: 16,7 Mio. (- 300.000)
- beste durchschnittliche Spendenhöhe: 43 € (+3€)
- durchschnittlich 7,2 Spenden pro Person p.a.
- Höchsten Anteil hat humanitäre Hilfe – größter Verlust: Not- und Katastrophenhilfe
- Immer weniger Menschen spenden, dafür häufiger und größere Summen
- Generation 60+ = über 61% der Spendeneinnahmen
- 2022: Generation 70+ = 421 Euro Durchschnitt

insg. circa 5,1 Milliarden Euro (plus 2% zum Vorjahr)

Quelle: spendenrat.de vom 20.02.2025



75

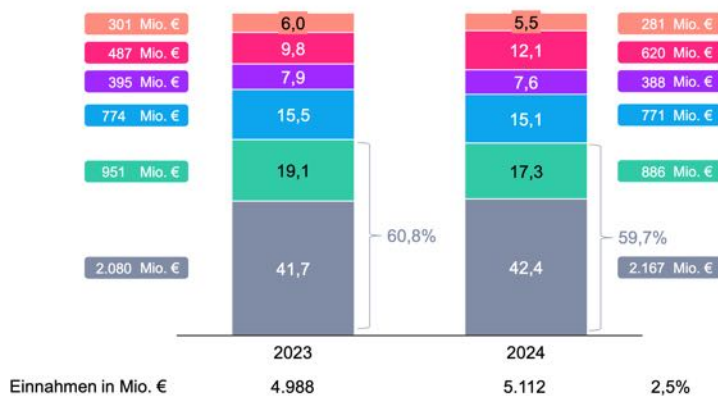
29 Bilanz des Helfens | Februar 2025

Spendeneinnahmen nach Altersgruppen, Spendeneinnahmen in Mio. € & Anteile in %; VÄ in %

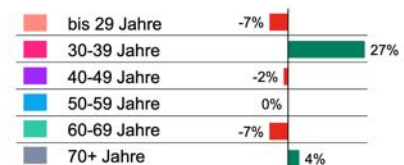
Deutscher Spendenrat e.V. YouGov

27% Wachstum in der Altersgruppe 30 bis 39 Jahre – das Dritte Jahr in Folge im Plus

Welche Bedeutung (%) haben die einzelnen Altersgruppen in Bezug auf die Spendeneinnahmen?



Veränderungsraten der Spendeneinnahmen vs. 2023 in %



Daten aus dem Panel: YouGov Charity Individual, nicht inflationsbereinigt

76

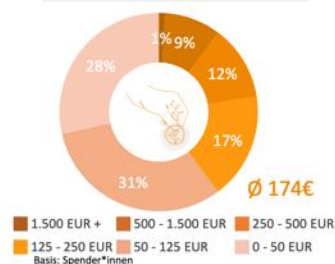
DEUTSCHER SPENDENMONITOR 2024

DEUTSCHER
FUNDRAISING
VERBAND
Wir stärken die Kultur des Gebens

Top 5 Spendenzwecke



Pro-Kopf Spendensumme



Gesamtsumme* 2024

~ 6 Mrd. € (VJ: 5,8 Mrd. €)



*Teilsomme der gesamten Spendensumme in DE von geschätzt 12,8 Mrd. EUR (DZI 2023)

50% Spender*innen 50% Nichtspender*innen

Σ = 42% Ehrenamtliche/Freiwillige in der Bevölkerung



Σ = 81% Sachspender*innen in der Bevölkerung

Basis: Bevölkerung (Internetnutzer*innen 16-70 Jahre)

77

DEUTSCHER SPENDENMONITOR 2024

DEUTSCHER
FUNDRAISING
VERBAND
Wir stärken die Kultur des Gebens

Methodik

Online-Befragung

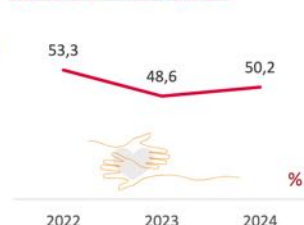
6.039 Befragte

Grundgesamtheit: Internetnutzer*innen 16 - 70 Jahre

Feldarbeit: 15.10.-15.11.2024

Institut:

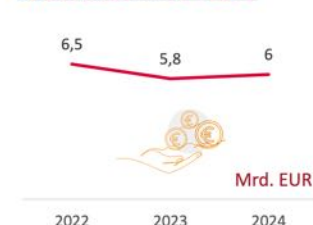
Spender*innenquote



Pro-Kopf Spendensumme



Spendensumme* 2024



Leichte Erholung der Spender*innenquote nach starkem Rückgang.

*Teilsomme der gesamten Spendensumme in DE von geschätzt 12,8 Mrd. EUR (DZI 2023)

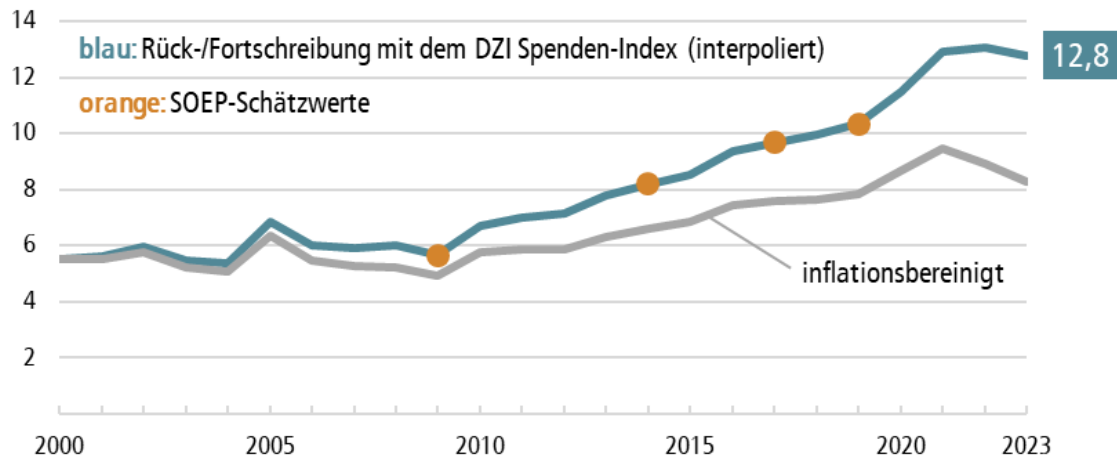
Basis: Bevölkerung (Internetnutzer*innen 16-70 Jahre)

Basis: Spender*innen

78

Spendenvolumen Deutschland

in Milliarden Euro



Quellen: DZI, SOEP v37, Destatis Verbraucherpreisindex, eigene Berechnungen (2023 vorläufig)

79



Immer weniger Menschen
spenden immer höhere
Summen.

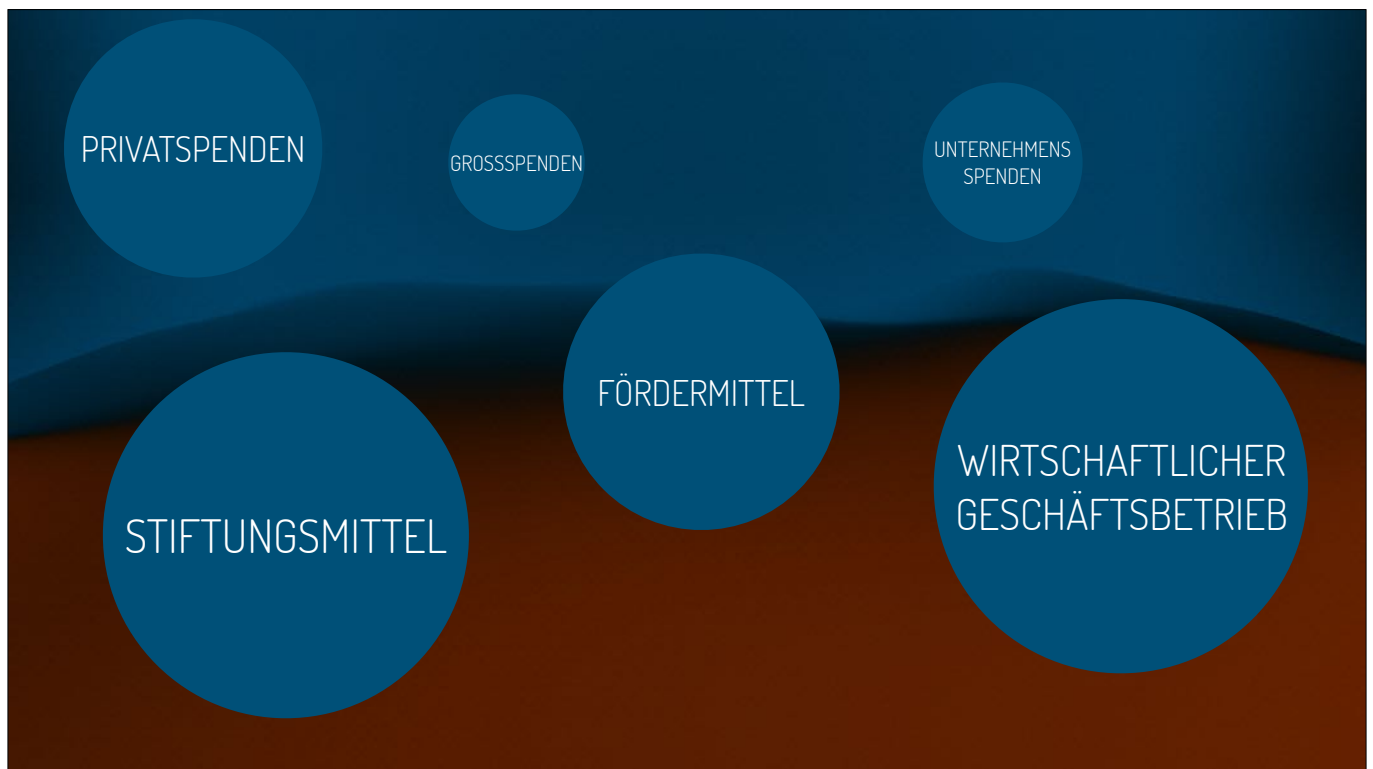
80



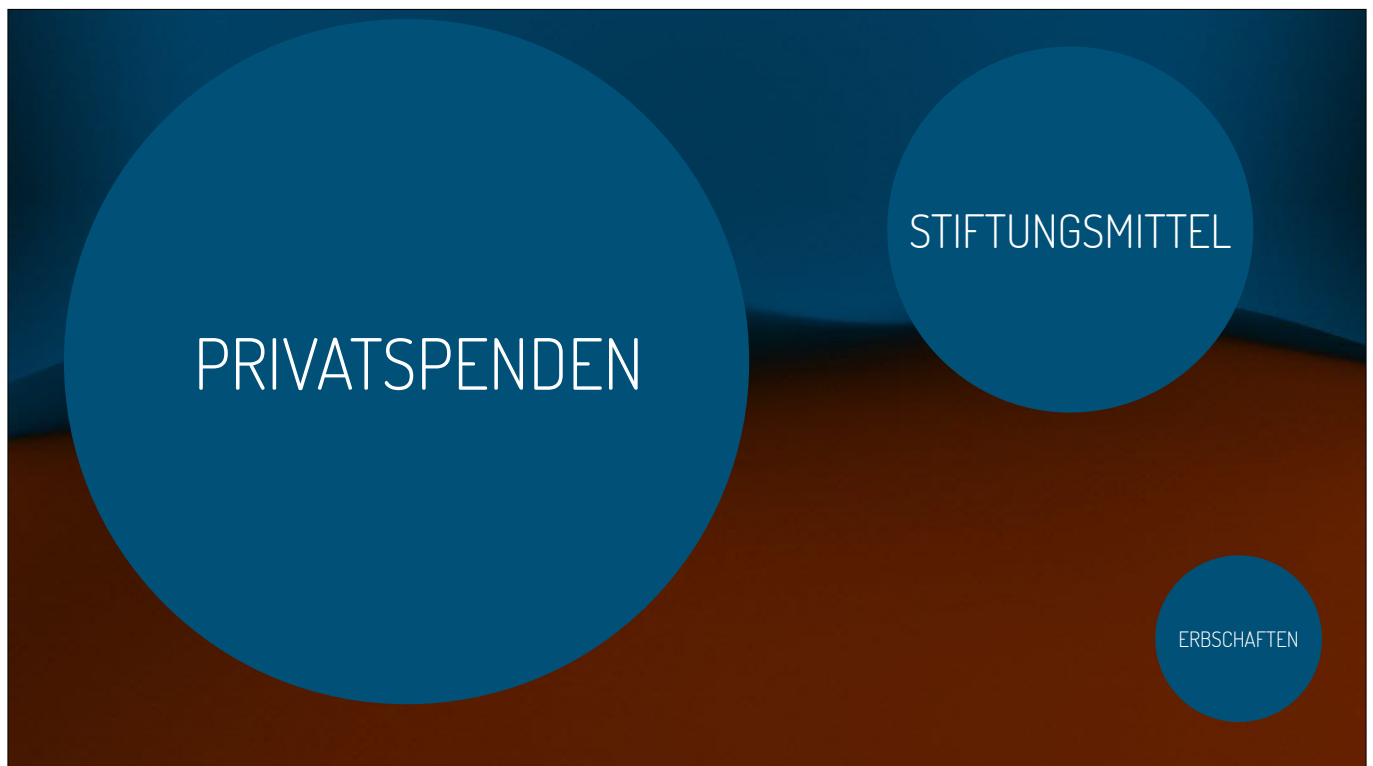
81



82



83



84



97



98

DANKMATRIX

Wer bedankt wie und ab welcher Summe?

<10,- €	= Standard-Dankbrief mit gedruckter Unterschrift
10,- bis 99,- €	= Standard-Dankbrief mit echter Unterschrift
100,- bis 499,- €	= Individueller Dank mit Unterschrift FR-Ansprechpartner:in
ab 500,- €	= Individueller Dank mit Unterschrift vom Vorstand

99



Wirksamkeit schlägt Transparenz

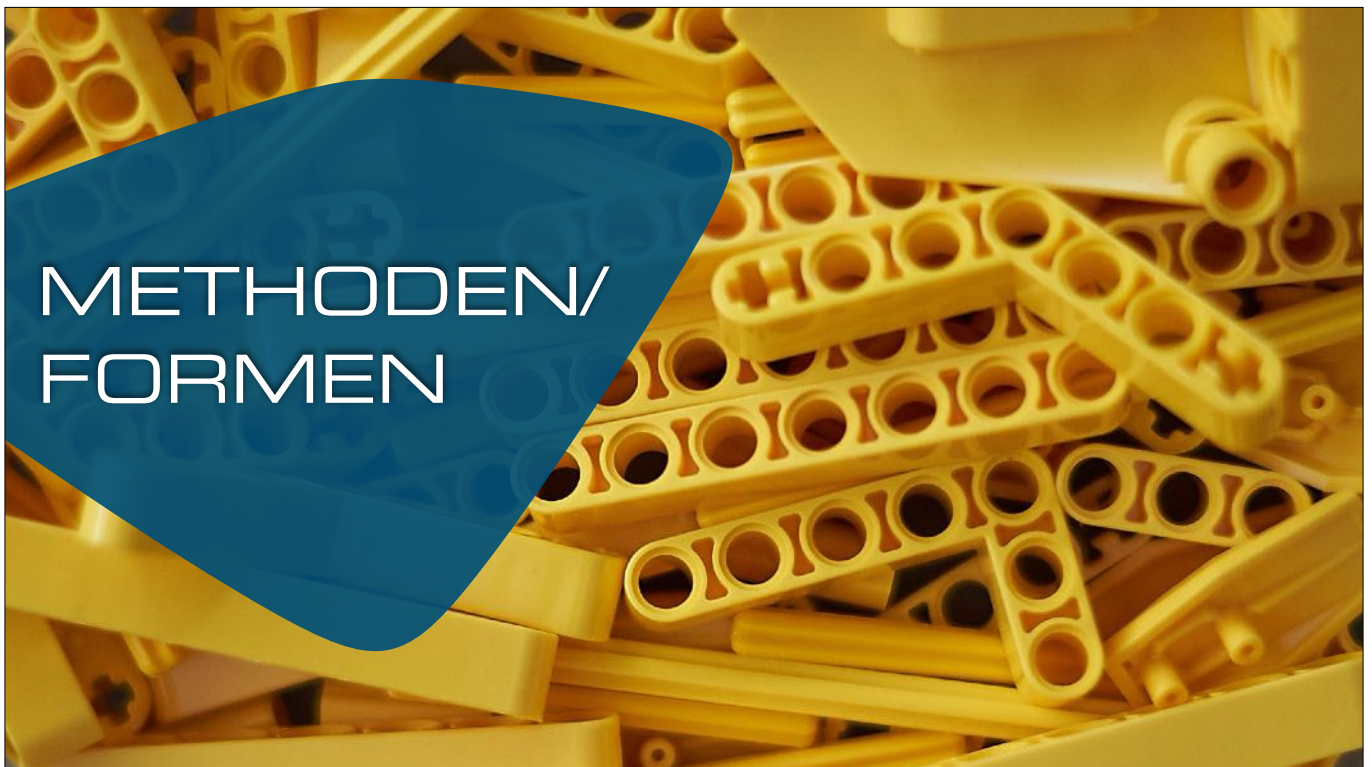
100



„It takes money to make money.“

Fundraising braucht Budget

101



102

MAILINGS	FACE 2 FACE	KOLLEKTEN	STIFTUNGS AKQUISE	EIGENE STIFTUNG	SPONSORING
ANLASS SPENDEN	NACHLASS FUNDRAISING	SAMMLUNGEN	FIRMEN SPENDEN+ CSR	BASARE VERKÄUFE	EVENTS
FÖRDER VEREIN	ONLINE FUNDRAISING	CROWD FUNDING	PATEN SCHAFTEN	SACH SPENDEN	PEER 2 PEER
TELEFON FUNDRAISING	GELD AUFLAGEN	FÖRDER MITTEL	LEISTUNGS VEREINB.	LOTTERIEN TOMBOLAS	AUKTIONEN

103



139