

FUNDRAISINGIMNORDEN

Fundraising-Newsletter für das Bistum Hildesheim und das Erzbistum Hamburg – Ausgabe 5/2017

| V.i.S.d.P: Klaus Heil | Redaktion: Heike Reichl | Kontakt und Impressum: <http://goo.gl/icaHwo> |

Ohne Werbung weniger Spenden

Werbung, insbesondere Spendenwerbung, ist durchaus nicht unumstritten, impliziert sie beim Empfänger der Werbebotschaft doch immer auch Ausgaben. Doch ohne Werbung keine Aufmerksamkeit für sinnvolle Projekte und notwendige Spenden. Darüber sprachen wir mit Dr. Ralf Tappe vom fundraisingbüro Bistum Hildesheim.

Herr Tappe, Kirche und Werbung: Das stößt schnell auf Ablehnung. Lohnt sich eine Diskussion darüber?

Ja, man kann das Eis des Vorbehalts brechen, aber dafür muss man als Fundraiser vor Ort auch offensiv diskutieren. Themen wie Alkohol zum Beispiel sind natürlich tabu, und es gilt auch immer das Image und die Werte der Kirche im Blick zu haben.

Spendenwerbung sucht aber nicht nur Aufmerksamkeit, sondern will zur Spende animieren. Wie sehen Sie das Zusammenspiel zwischen Werbung und Fundraising?
Spendenwerbung ist nicht wegzudenken. Wir leben in einer medialen Welt, und die Menschen kommen nicht ganz selbstverständlich aus einem eigenen Impuls auf ein Spendenprojekt zu. Sie müssen aufmerksam gemacht, dafür erwärmt und darüber informiert werden. Das tut Spendenwerbung. Das Wie ist die entscheidende Frage.



Was empfehlen Sie?

Zum Beispiel versuchen wir Alternativen für Zeiten zu nutzen, in denen die Spendenanfragen boomen. Dieserart Wertschätzung des Spenders kommunizieren wir auch. Außerdem versuchen wir als Kirche auch nicht zu plakativ zu sein. Große Kulleraugen werden Sie bei uns nicht finden.

Sollte man Werbekosten gleich mit in den Spendenetat einplanen?

Das gehört zum Businessplan. Oft werden wir mit der Befürchtung konfrontiert, dass durch Werbung weniger Geld im Projekt landet, aber das Gegenteil ist der Fall: ohne adäquate Werbung weniger Spenden. Die Werbekosten müssen vertretbar und stimmig mit dem Projekt sein, damit sind sie fester Bestandteil der kalkulierten Projektinvestitionen.

Wie hilft das fundraisingbüro?

Sehr vielfältig. Als Unterstützer helfen wir beim Texten, beim Layouten, entwickeln auch Vorschläge für Grafiker. Es gibt Arbeitsvorlagen für Flyer, Broschüren, Plakate, Anlassspenden, Einladungskarten. Das spart Zeit und Kosten. Unser Vorteil ist, dass wir unsere Kunden immer gut kennen und so auch die passenden Worte und das richtige Bild finden.

Hilft Professionalität?

Sicher, aber manchmal spricht vieles dafür, wenn es nicht absolut durchgestylt ist und einen eigenen Charme hat und nicht so hochglänzend daher kommt. Das Signal soll ja sein „Spende bitte!“ und nicht „Mach Dir Gedanken, was das alles kostet!“ Werbung muss zum Projekt passen, sie bilden eine Einheit.



Katholisch: eine Liebeserklärung

Christian Hennecke liebt seinen katholischen Glauben und kann sich keinen anderen vorstellen. Das merkt man auch seinem Buch an, in dem er theologisch und praktisch beschreibt, was genau „katholisch“ ist. Wie in allen Konfessionen trifft man bei der Betrachtung des katholischen Glaubens auf Geschichten, auf Traditionen und Gebräuche. Von diesen erzählt der Autor und nimmt den Leser mit auf eine Reise in seine lebendige, bunte und erfahrungsreiche Gemeinschaft. Man merkt, dass Hennecke gern Katholik ist. *Christian Hennecke. Konfession: katholisch. Eine Liebeserklärung. Gütersloher Verlagshaus. 2016. 208 Seiten. ISBN: 9783579085395. [D] 16,99 €, [A] 17,50 €, CHF 24,90.*

FUNDRAISINGTERMINEIMNORDEN

- | | |
|------------------|--|
| 9. & 10.11.2017 | Kulturinvest Kongress, Berlin |
| 14. & 15.11.2017 | faith+funds – Fachtagung für kirchliches Fundraising, Berlin |
| 24.11.17 | Agora „EINFACH – gutes Mailing“, Hamburg |
| 13.12.2017 | Start der Fundraising-Fortbildung, Kurs 2017/18, Hamburg |
| 9.6.2018 | Werkstatt-Tag, Hamburg |

Von der Haustürsammlung zum Mailing

Schon seit Generationen kennt man sie, die freiwilligen Helfer der Caritas die mit Listen von Tür zu Tür gehen im Bistum Hildesheim um Spenden für sozialen Zwecke der Caritas zu bitten.

Die Caritassammlung ist eine der traditionsreichsten Sammlungen, heutzutage eher weniger geliebt, denn: die Ehrenamtlichen aus den Gemeinden, die Sammlerinnen und Sammler, werden immer weniger. Insbesondere Helfer, die sich trauen auch an neue Türen klopfen. Mancher Ortes fanden deshalb keine Sammlungen mehr statt, andere Gemeinden weichen auf Alternativen aus. Das Spendenaufkommen der Haustürsammlungen hatte sich in den letzten Jahren immer mehr verringert. Dazu kam, dass Menschen heute immer seltener zu Hause anzutreffen sind. All diese Erkenntnisse regten den Caritasverband Hannover mit Unterstützung des Fundraisingbüros Bistum Hildesheim an, neue Wege zu beschreiten.

Individuelle Briefe

Die Idee war für die 21 Gemeinden im Dekanat Hannover einen individuellen Brief mit einem gemeindlichen Spendenbeispiel zu entwerfen und zu versenden. „Jede Gemeinde hat unterstützenswerte Projekte, die wir gut als Spendenbeispiel nutzen können“, berichtet Reimund Wolf vom Fundraisingbüro. Zum Beispiel zur Flüchtlingsarbeit oder zum Besuchsdienst. Unterzeichnet werden sollten die Briefe vom jeweiligen Gemeindepfarrer und dem Geschäftsführer der Caritas. „Mit der Unterschrift des Pfarrers wollten wir den regionalen Bezug des Briefes und das Vertrauen in die Aktion noch etwas mehr stärken.“ erläutert Wolf. Für diese Idee konnten im ersten Jahr von den 21 Gemeinden fünf gewonnen werden und drei weitere, die ihre Zusage für das kommende Jahr schon gaben.

Gute Vorbereitung

Grafik, Druck, Dankbrief und Zuwendungsbestätigung übernahm die Caritas Hannover. Und auch

die Mitarbeiterinnen in den Gemeinden mussten eingebunden werden. „Wir haben speziell für die Gemeindebüros eine Information zur Spenden-Aktion zusammengestellt, damit die Pfarrsekretärinnen bei Anfragen kompetent und informiert reagieren können. Denn nichts ist schlimmer als die Auskunft man wisse von nichts“, erklärt er. Im Brief selbst waren die Kontaktinformationen der Caritas angegeben.

Projekt vor der Haustür

Am 4. September 2017 wurden dann rund 12.000 Briefe versandt. Vornehmlich an die spendenaffine Zielgruppe über 40 Jahre und bewusst vor der Caritaskollekte am 1. Oktober am Erntedankfest. Reimund Wolf hofft jetzt, dass sich die Empfänger von dem regionalen Projekt vor der eigenen Haustür und auch vom Brief überzeugen lassen und für die Caritasarbeit in den Gemeinden und dem Caritasverband spenden.

Die 4. Fundraising-AGORA
24.11.2017 | 18 Uhr | Jetzt anmelden:
fundraising@erzbistum-hamburg.de

ERZBISTUMHAMBURG

| Fundraising | fundraising@erzbistum-hamburg.de | 040.24877357 | Am Mariendom 4 | 20099 Hamburg |

Angebot für Fundraiser/-innen aus Hamburg: „AKTIVOLI-Marktplatz - Gute Geschäfte“ am 13.11.2017

Marktplätze sind nicht nur Orte zum Einkauf frischer Ware. Sie bieten ebenso die Gelegenheit zum ungezwungenen Austausch von Neuigkeiten und Hilfsangeboten jenseits von Geldgeschäften. Die kommunikative Atmosphäre eines Marktplatzes greifen bundesweit seit einigen Jahren gemeinnützige Organisationen mit dem Angebot „Marktplatz - Gute Geschäfte“ auf. Soziales Engagement soll hier durch Partnerschaften mit Wirtschaftsunternehmen gestärkt werden. Der Austausch von

Sachleistungen jenseits von Geldspenden hilft dabei beiden Partnern.

In Hamburg findet der „AKTIVOLI Marktplatz - Gute Geschäfte“, an dem das Freiwilligen Zentrum Hamburg des Caritasverbandes Hamburg e. V. beteiligt ist, zum siebten Mal am 13. November 2017 (18-20 Uhr) in der Handelskammer Hamburg statt. Auch für Ihre Projekte kann eine Teilnahme dort ein „gutes Geschäft“ bringen!

Anmeldungen sind bis 18.9.2017 möglich. Rückfragen gerne an Dr. Fischbach, 040/24877-354.

www.aktivoli-marktplatz-hh.de

EINFACH - gutes Mailing Herzliche Einladung zur 4. Agora in Hamburg

Auf dem Netzwerktreffen am 24. November 2017 soll es dieses Mal neben dem Erfahrungsaustausch konkret um das Thema Mailingpakete gehen. Wohin mit dem Zahlschein? Geht es auch billiger? Brauchen wir einen Flyer? Was sind die drängendsten technischen und organisatorischen Fragen und was sind die wiederkehrenden gro-



Ins Gespräch zu kommen, ist manchmal nicht so leicht. Den Teilnehmern der letztjährigen AGORA half dabei ein „paradoxes“ Objekt, das völlig themenfremd zur Kommunikation anregte.

Ben Herausforderungen und Probleme? Anhand von konkreten Beispielen zeigen wir auf, welche zahlreichen Möglichkeiten es diesbezüglich gibt. Wir diskutieren Vor- und Nachteile und ergänzen das Ganze durch eine Kostenbetrachtung. Am Ende sind die Teilnehmer in der Lage, festzulegen, was für ihr nächstes konkretes Fundraisingprojekt das passende Mailingpaket ist. EINFACH - gutes Mailing. (gk)

Jetzt gleich anmelden:

fischbach@fundraisingbuero.de

