

Fürs Geben begeistern.



Individuelle
Planung



Zielgenaue
Lösung



Gemeinsames
Handeln

Menschen binden | Arbeitshilfe 4.2

Rechenschaft ablegen

Wie der Dank, ist der Nachweis der Mittelverwendung unverzichtbarer Bestandteil der Kommunikation.

Erinnern Sie sich noch, welche Organisation Sie zuletzt so sehr von ihrer Arbeit überzeugt hat, dass Sie diese mit einer Spende unterstützt haben? Was ist aus dem Projekt geworden? Wieviele Mittel hat die Organisation für Ihre Aufgaben gesammelt? Und wofür wurde Ihre und die anderen Spenden ausgegeben? War das Projekt ein Erfolg? Hat es den gewünschten Mehrwert gebracht?

Vertrauen durch Transparenz

Viele Spenderinnen und Spender stellen sich diese Fragen, denn sie sind mehr als nur Geldgeber. Im Idealfall sind es Menschen, die sich für Ihre Arbeit auch langfristig interessieren, sich mit Ihren Zielen identifizieren und Sie dabei unterstützen wollen, Ihre Projekte zu realisieren. Es sind wichtige Partnerinnen und Partner. Deshalb geht es im Fundraising nicht um das Sammeln von Geld. Sie wollen Partnerschaften aufbauen und pflegen. Damit dies gelingt, müssen Sie das Vertrauen der Menschen gewinnen. Und Vertrauen gewinnt man durch gute Arbeit, Verlässlichkeit und Transparenz. Deshalb sollten Sie regelmäßig von Ihrer Arbeit berichten und Ihren Unterstützerinnen und Unterstützern Rechenschaft ablegen.

Planung

Die Berichte über Ihre Arbeit sind ein wichtiger Bestandteil Ihres Fundraising-Konzeptes und müssen von Anfang an mit bedacht und eingeplant werden. Stellen Sie sich folgende Fragen:

Inhalt

- Planung
- Vorarbeit
- Empfängerschaft
- Inhalt
- Veröffentlichungskanäle
- Gestaltung

1. Wem wollen Sie von Ihrer Arbeit berichten?
2. Was und wie oft wollen Sie Ihrer Empfängerschaft berichten?
3. Auf welchem Kanal erreichen Sie Ihre Empfängerschaft am besten?
4. Wie gestalten Sie den Bericht?

Je nachdem, wie oft und auf welchen Kanälen Sie berichten wollen, entstehen Kosten. Vergessen Sie nicht, diese schon am Beginn in Ihr Budget einzuplanen.

Vorarbeit

Damit Sie Ihre Partnerinnen und Partner jederzeit fundiert und auch ehrlich informieren können, brauchen Sie ein gut gepflegtes Spendendossier. Wie Sie eine solche Sammlung aller wichtigen Informationen und Fakten zu Ihrer Organisation und Ihrem Projekt anlegen und pflegen, haben wir in einer eigenen Arbeitshilfe 2.4 erklärt.

1. Empfängerschaft

Besonders Ihre Unterstützerinnen und Unterstützer (z. B. Geld- und Zeitspendende, Mitglieder von Fördervereinen, Stiftungen und andere öffentliche Geldgeber) haben ein Interesse und auch ein Recht, zu erfahren, ob ihre Unterstützung angekommen ist und Wirkung gezeigt hat.

Aber auch Menschen, die Ihnen bislang nichts gespendet haben, werden auf Sie aufmerksam, wenn sie öffentlich berichten, was Sie mit der Unterstützung Ihrer Spenderinnen und Spender erreicht haben. Sie machen so auf sich aufmerksam und zeigen, dass Sie mit den Ihnen anvertrauten Spenden etwas Sinnvolles und Gutes geschaffen haben. Das macht Sie interessant, etabliert Sie als zuverlässigen Partner und lässt Vertrauen wachsen. Vielleicht können Sie so sogar die ein oder andere Erstspenderin oder einen Erstspender gewinnen.

2. Inhalt

Beginnen Sie mit einem Dankeschön an Ihre Unterstützerinnen und Unterstützer. Untermauern Sie mit Zah-

len, wie wichtig die Unterstützung für Sie ist. Wieviel Geld haben Sie bisher gesammelt und wofür wurde es ausgegeben? Stellen Sie heraus, was Sie mit den Spenden erreichen konnten.

Zeigen Sie Bilder von Ihrem Projekt und dem erreichten Zielen. Vielleicht gibt es auch die Möglichkeit, Ihre Unterstützerinnen und Unterstützer einzuladen, sich das Projekt vor Ort selber anzuschauen?

Wenn das Projekt noch nicht abgeschlossen ist, können Sie abschließend auch die nächsten Schritte skizzieren und aufzeigen, wieviel Geld Sie dafür noch benötigen.

3. Veröffentlichungskanäle

Unsere Welt ist vielfältig und bunt und mit Ihr auch unsere Kommunikationslandschaft. Es gibt unzählige Kanäle, durch die Informationen vermittelt werden:

- Onlinemedien (Webseite, soziale Netzwerke, Newsletter)
- Messengerdienste (Broadcast-Nachrichten)
- Printmedien (Pfarrbrief, Flyer, Broschüre)
- Brief an Ihre Spenderinnen und Spender
- Öffentliche Schaukästen (Plakate, Transparente)

Suchen Sie sich zwei oder drei Kanäle aus, über die Sie Ihre Zielgruppe am besten erreichen können.

4. Gestaltung

Überlegen Sie aus der Perspektive der Empfängerinnen und Empfänger, was Sie ansprechen würden. Verwenden Sie gute Fotos und ggf. Zitate von Menschen, die in Ihrem Projekt mitwirken, die es befürworten oder davon profitieren. Packen Sie alle wichtigen Informationen in kurze, prägnante und leicht verständliche Texte.

Jeder Rechenschaftsbericht ist ein Aushängeschild Ihrer Einrichtung. Deshalb sollte dieser auch ihre Seriosität und Professionalität widerspiegeln. Achten Sie auch darauf, dass Ihre Publikationen zu Ihnen und zum Projekt passen und nicht zu protzig wirken (z. B. übertrieben dicke Hochglanzbroschüre).

Wir sind für Sie da.

Kennen Sie schon unsere anderen Arbeitshilfen aus den Kategorien Grundlagen, Medien, Menschen gewinnen und Menschen binden? Diese erhalten Sie auf Anfrage oder unter www.ebfr.de/fundraising

Erzdiözese Freiburg
Erzbischöfliches Ordinariat HA6 – Referat Fundraising
Schoferstr. 2 | 79098 Freiburg
Telefon: 07 61 . 21 88-401
E-Mail: fundraising@ordinariat-freiburg.de