

Vorgehen

Das Spendendossier sollte gemeinsam erarbeitet werden, um alle Perspektiven und Informationen mit einzubeziehen. Es ist wichtig, den Inhalt sorgfältig zu recherchieren und mit allen Beteiligten abzusprechen.

Zum einen enthält das Spendendossier Argumente rund um Nutzen und Spendenwürdigkeit des Vorhabens. Zum anderen sind Daten, Zahlen und Fakten zum Projekt aufgeführt. Diese sollten regelmäßig aktualisiert werden, denn Informationen aus dem Spendendossier werden während der Spendenkampagne immer wieder verwendet.

SPENDERDOSSIER

VORTEILE AUF EINEN BLICK

- In Eigenleistung erstellbar
- Gebündelte, abgestimmte Projektinformation
- Grundlage für alle daraus ableitbaren Werbemittel und Maßnahmen – Folder, Plakate, Ausstellungen, Websites, Briefe, Gespräche
- Keine Extra-Gestaltung und Druck notwendig – einfach vom PC aus ausdrückbar
- Seriöse, repräsentative und kostensparend angemessene Form
- Gleicher Wissensstand für alle Projekt-Involvierten
- Tagesaktuell auf dem Stand
- Sprachregelungen und Argumentationshilfen
- Mehrfachnutzbarkeit für Spendergespräche, Presseinformationen, Förderanträge
- Problemlos auch als PDF auf der Projektwebsite einzubinden
- Jederzeit in Sekunden per Mail versendbar
- Zugleich hochwertiges Übergabe-Medium in Mappe mit Begleitbrief

WICHTIG

Wählen Sie eine zuständige Person, die das Dossier regelmäßig aktualisiert, z.B. die Pfarrsekretärin, und halten Sie diese auf dem Laufenden.



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

Fundraising

Fürs Geben begeistern.



Individuelle
Planung



Zielgenaue
Lösung



Gemeinsames
Handeln

Medien | Arbeitshilfe 2.4

Spendendossier

Sicherung und Vermittlung aktueller Daten zur Projektkommunikation.

Das Spendendossier umfasst alle relevanten Informationen zu Ihrem Projekt. Das hilft Ihnen und Ihren Projektbeteiligten, den Überblick zu behalten und garantiert eine gemeinsame Sprachregelung für alle Beteiligten zu finden. Regelmäßig aktualisiert, sind Sie damit bestens vorbereitet für verschiedenste Medienkampagnen.

Hilfe – wo finde ich die aktuellen Informationen?

Ausgerüstet mit einem Spendendossier verfügt das Fundraisingteam über einen kommunikativen „roten Faden“, der hilft, das Anliegen gebündelt und schlüssig argumentiert an Medienkampagnen, wie z.B. Spendenbrief, Pressebericht, Rechenschaftsbericht etc. weiterzugeben.

Das Dossier stellt ein gemeinsames Verständnis her, in welcher Art und Weise über das Anliegen gesprochen werden soll. Der überwiegende Anteil von Spenden wird über persönliche Begegnungen eingeworben, vor allem Großspenden. Auch hier ist das Spendendossier eine Grundlage für eine angemessene Gesprächs-Vorbereitung und steigert die Wirksamkeit und Glaubwürdigkeit, besonders, wenn arbeitsteilig um Spenden geworben wird, und trägt dazu bei, dass alle Beteiligten mit den gleichen Informationen und Argumenten auftreten.

Im nächsten Abschnitt finden Sie Hilfestellungen für die Erstellung eines attraktiven und schlüssigen Spendendossiers.

Inhalt

- Aktuelle Informationen
- Anregungen zum Aufbau
- Vorgehen
- Vorteile

TIPP

„Kommunikation ist die Kunst, auf das Herz zu zielen, um den Kopf zu treffen.“

Vance Packard

Das Spendendossier:

Anregungen zu Aufbau und Konzeption

Dieses Spendendossier entstand für das NETZWERK FAMILIE – eine Einrichtung mit niederschweligen Angeboten zur Förderung sozial benachteiligter Kinder und Eltern. Mit der Ausrichtung auch auf die Integration von Familien und Gruppen in schwierigen Verhältnissen – Alleinerziehende, Eltern mit behinderten Kindern, Familien mit Migrationshintergrund – steht die Einrichtung für einen bedeutsamen Faktor der Familienfreundlichkeit in der Region. Dies wurde zum Schlüssel-Argument für die Spenden-Legitimation.

Verfügen Sie über ein **Aktions-Logo** oder über ein Logo Ihrer Einrichtung? Dann gehört es als Absenderkennung nach oben rechts.

Mit einem **Bild** können Sie den emotionalen Gehalt Ihrer Botschaft auf einen attraktiven Punkt bringen. Hier sollte das Bild stehen, das Sie vielleicht auch als durchgängig immer wieder auftauchendes **Schlüssel-Motiv** für Ihre Kampagne wählen. Das Bild zeigt auf besonders sympathische Weise das, was idealerweise möglichst viele Menschen gern unterstützen.

Die **Titelformulierung** sagt plakativ, wofür Ihr Anliegen steht und spricht an, was Ihr Vorhaben oder Projekt wem an **Nutzen** stiftet.

In der Unterzeile machen Sie klar, **an wen Sie sich richten**. Und indirekt, worum es Ihnen geht – Spender und Sponsoren zu gewinnen. Das Datum vermittelt die Aktualität und Individualität Ihrer Information.

Praktisch und nutzerfreundlich: Gleich hier auf dem Titel stehen **Kontakt Daten und Spendenkonto**, stets schnell wieder auffindbar. Auch das vermittelt eine indirekte Aufforderung, zu handeln.

Zu Ihrer Orientierung: Zum Abhaken der Checkliste – folgende Symbole:

- 😊 ist vorhanden
- 😐 in Vorbereitung
- 😞 fehlt noch oder brauchen wir nicht.

1 In einem **Geleitwort** können politisch wichtige oder prominente Schirmherrinnen oder Schirmherren Ihrem Anliegen durch ihre dokumentierte Unterstützung zusätzliches Gewicht geben.



2 Diese oder eine ähnliche Seite definiert **Bedeutung, Nutzen und Perspektive** eines Vorhabens für sämtliche Interessengruppen. Hier kann auch transportiert

werden, warum es sinnvoll ist, die Sache zu unterstützen. Sollte es um den historischen Wert einer Sache gehen, ist hier der Platz, das kunstgeschichtliche oder denkmalgeschützte Profil des Vorhabens darzustellen.



3 Diese Seite kennzeichnet zum Beispiel die **gesellschaftliche Einbindung** des Spendenprojekts, macht klar, welche Institutionen und Personen dahinterstehen und wie es ganz praktisch organisiert ist.



4 Hier stehen **Daten, Zahlen, Fakten**: Wie viele Besucher gibt es, welche Ziel-

gruppen aus welchem Einzugsgebiet nutzen das Angebot? Diese Information interessiert besonders Firmenspender und Sponsoren, die sich in der Regel aus ihrer Unterstützung einen kommunikativen Nutzen und Imagegewinn erhoffen.



5 Die Seite **Spendenbedarf** ist vielleicht die wichtigste von allen. Sie sollte hinreichend klar und nicht zu detailliert, aber ausreichend plausibel die Bedarfssituation transparent machen: Diese Summe brauchen wir insgesamt für diese Einzel-Maßnahmen, diese Summe haben wir schon aus folgenden Quellen, diese Summe wollen wir durch Spenden einwerben. Übrigens: Diese Seite wird – im Gegensatz zu vielen anderen – regelmäßig aktualisiert. Und denken Sie daran: Je mehr Spendenerfolge Sie verzeichnen können, desto mehr Menschen beteiligen sich an diesem Erfolg gern mit einer weiteren Spende.



6 Im Fall des vorliegenden Beispiels ist es gelungen, eine Sonderveröffentlichung zum Thema mit der regionalen Tageszeitung zu vereinbaren. Sollten Sie nicht das Glück einer solchen Möglichkeit haben, könnte an dieser Stelle aber auch stehen, welche Veranstaltungen und **Werbemaßnahmen** Ihre Kampagne umfasst. Denn auch diese Information ist wieder interessant für Ihre Sponsoren und Firmenspender, weil der werbliche Nutzen, den ein Unterstützer Ihres Projekts auch für sich selbst hat, dadurch größer wird.



7 Hier könnten Sie – ähnlich wie im Geleitwort – **prominente Fürsprecher** in kurzen Statements den Nutzen des Projekts bestätigen lassen. Gerade in einem lokal oder regional geprägten Umfeld finden hier viele Menschen jemanden wieder, den sie kennen und der sie indirekt darin bestätigt, zu spenden.



8 Ist das Projekt ausgezeichnet worden, durch bestimmte **Förderungen** besonders anerkannt worden? Haben sich besonders viele Menschen bereits engagiert oder das Projekt hervorgehoben? Sind vielleicht besondere **Spendenerfolge** zu verzeichnen? Solche Informationen könnten hier stehen.



Inhaltsverzeichnis

- 1 Zum Geleit
Landrat Reinhard Frank und Bürgermeister Wolfgang Vockel:
Familienfreundlichkeit ist Standortfaktor
- 2 NETZWERK FAMILIE: Handlungsfelder und Ziele
- 3 Trägergemeinschaft und NETZWERK-Organisation
- 4 Besucherzahlen und Angebot
- 5 Spendenbedarf
- 6 Medien-Partner
- 7 Andere über uns
- 8 Erfolge, Auszeichnungen, Förderungen
- 9 Kontakt und Spendenkonto
- 10 Häufig gestellte Fragen

Laufe der Zeit neue, noch „böser“ Fragen auftauchen: unbedingt aufnehmen! Spätestens hier zeigt sich ein besonderer Wert des Spendendossiers – es hilft den Spendensammlern, argumentativ immer gut gerüstet zu sein. Und: Viele dieser Fragen „spuken“ natürlich auch in den Köpfen der potenziellen Spender herum und können hier wunderbar unaufgeregt beantwortet werden.



9 Hier werden **Kontakt Daten**, Ansprechpartner (unbedingt mit einem freundlich anmutenden Foto!) und Kontoverbindungsdaten genannt (IBAN-Zahlen in Viererblöcken geschrieben sind besser les- und übertragbar). Hier ist auch Raum dafür, nochmals zu betonen, dass den Spendern selbstverständlich steuerlich wirksame Spendenquittungen zugeschickt werden.

