



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Akquisos Nr. 4/2014

Im Fokus: Paten für die politische Bildung gesucht

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

die meisten von Ihnen haben sie wahrscheinlich seit der frühesten Kindheit, viele sind es mittlerweile selbst: Taufpaten. Die Taufpatenschaft ist eine der ältesten und bekanntesten Patenschaftsformen. Aber auch außerhalb christlicher Sozialisation gibt es vielfältige Patenschaftsmodelle. Da verwundert es nicht, dass das Konzept für das Fundraising adaptiert wurde: Ein Patenkind in Indien, die Ameisenbärpatenschaft im Zoo, Patenschaft für das Lieblingswort, Baumpatenschaften, Buchpaten, Lernpaten, Besuchspaten, Patenomas, ...

Patenschaften sind bei Spenderinnen und Spendern ebenso beliebt wie bei Fundraiserinnen und Fundraisern. Inwieweit lassen sich die gängigen Modelle aber auf die politische Bildung übertragen? Dieser Frage sind wir für Sie nachgegangen. Die beliebteste Patenform im Bildungsbereich ist das Mentoring. Dabei bieten auch Personen-, Projekt- und Objektpatenschaften viele Möglichkeiten. Wir stellen Ihnen heute einige vor. Im Experteninterview kommt Anna Rosa Böck von der Aktion Sühnezeichen Friedensdienste zu Wort. Sie erklärt, wie die Gewinnung von Paten gleichzeitig das Bewusstsein für die Arbeit der Organisation schärft.

Zum Abschluss reisen wir wieder, dieses Mal nach Slowenien. Der dortige Fundraisingverband hat sich gerade erst gegründet. Mit viel Elan geht es nun an den Aufbau von professionellen Strukturen.

Wir wünschen Ihnen einen schönen Jahresausklang, harmonische Feiertage und einen guten Rutsch in 2015.

Mit freundlichen Grüßen
Daniel Kraft
Leiter Stabsstelle Kommunikation
fundraising@bpb.de

Inhaltsverzeichnis

1. Aktuelles: Nachrichten und Termine	2
Im Fokus: Patenschaften in der politischen Bildung.....	4
2. Formen von Patenschaften und Praxisbeispiele.....	4



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

3. Praxis-Tipps für Patenschaften als Fundraising-Instrument	6
4. Im Interview: Anna Rosa Böck, Aktion Sühnezeichen Friedensdienste	8
„Tolle Werbung – großer Aufwand“	8
5. Links und Literatur	10
Literatur	10
6. Europareise Fundraising: Slowenien	11
„Wir haben noch viel Arbeit vor uns!“	11

1. Aktuelles: Nachrichten und Termine

Generali Engagementatlas 2015 veröffentlicht

Mit dem Generali Engagementatlas liegt erstmals eine empirische Datengrundlage über Anzahl, Profil, Ausstattung und Wirkung von Engagement unterstützenden Einrichtungen in Deutschland vor. Er zeigt, dass nur wenige Anlaufstellen, die Engagement unterstützen wirtschaftlich solide aufgestellt sind. Es wird dennoch viel geleistet. Allein: Ein Gesamtkonzept für eine nachhaltige, flächendeckende Infrastruktur fehlt. Der Generali Zukunftsfonds ruft zu einer Debatte um einen Paradigmenwechsel auf, um zivilgesellschaftliches Engagement besser aufzustellen.

Die Studie zum Download: <http://zukunftsfonds.generalideutschland.de/online/portal/gdinternet/zukunftsfonds/content/314342/1103534>

Preis Politische Bildung 2015: „Ungleichheit in der Demokratie“

Der Bundesausschuss Politische Bildung (bap) vergibt zum vierten Mal den "Preis Politische Bildung". Das Motto der aktuellen Ausschreibung ist: "Dinnen oder Draußen. Wie viel Ungleichheit verträgt die Demokratie?" Projekte und Veranstaltungen der politischen Jugend- und Erwachsenenbildung zum Thema können sich online bewerben. Der Preis ist mit insgesamt 15.000 Euro dotiert und wird im Rahmen des Bundeskongresses Politische Bildung am 20. März 2015 in Duisburg verliehen.

Bewerbungsschluss: 31.12.2014

Weitere Informationen: www.bap-politischebildung.de/preis-politische-bildung/

Förderprogramm: Werkstatt Vielfalt - Projekte für eine lebendige Nachbarschaft

Die Projekte der "Werkstatt Vielfalt" bauen Brücken zwischen Lebenswelten. Sie tragen zu einer lebendigen Nachbarschaft in der Gemeinde oder im Dorf bei. Sie sorgen dafür, dass Vielfalt zur Normalität wird. Wird eine Projektidee in die "Werkstatt Vielfalt" aufgenommen, erhält sie nicht nur eine finanzielle Förderung: Die Projektverantwortlichen holen sich bei einer Projektwerkstatt Tipps von Fachleuten, tauschen Erfahrungen aus und geben Anregungen zur Weiterentwicklung des Programms. Die Stiftung Mitarbeit führt das Programm "Werkstatt Vielfalt" für die Robert Bosch Stiftung durch.

Bewerbungsschluss: 16.03.2015

Weitere Informationen: www.bosch-stiftung.de/content/language1/html/45489.asp



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Seminar: Fundraising - Konzepte und Texte, die Förderer überzeugen

Non-Profit-Organisationen, private Einrichtungen und soziale Projekte benötigen professionelle und kreative Wege zur Finanzierung ihrer Vorhaben. Mit dem Fokus auf strategischem Konzept und Kommunikation bietet das Seminar einen Einstieg in das Thema Finanzmittel-Akquise. Kernfragen: Wie identifiziere ich die passenden Förderer, Sponsoren, Spender und Kooperationspartner? Wie spreche ich sie erfolgreich an und binde sie langfristig? Veranstalter ist die Berliner Journalisten-Schule.

Termine: 15./16.12.2014 oder 30./31.03.2015 in Berlin

Weitere Informationen: www.berliner-journalisten-schule.de/seminare/fundraising-sponsoring/

Seminar: Fundraising für Umwelt und Entwicklung

Die Akademie Franz Hitze Haus veranstaltet eine Studientagung für Mitarbeiter/-innen aus umwelt- oder entwicklungspolitischen Organisationen. Expertinnen und Experten stellen ihre in der Praxis erprobten Methoden, erfolgreichen Kampagnen und passende Fördertöpfe vor. Damit bieten sie vor allem auch Engagierten in kleinen Vereinen konkretes Handwerkszeug für ihren individuellen Fundraising-Mix.

Termin: 26.-27.01.2015 in Münster

Weitere Informationen: www.franz-hitze-haus.de/programm/15-206/

Fundraisingtag NRW in Gelsenkirchen

Die regionalen Fundraisingtage bieten eine Plattform für Fortbildung, Wissens- und Erfahrungsaustausch. In NRW findet der größte unter ihnen statt mit Aktiven aus mehr als 225 gemeinnützigen Organisationen der Region.

Termin: 05.02.2015 im Wissenschaftspark Gelsenkirchen

Weitere Informationen: www.fundraising-tage.de

10. Norddeutscher Fundraising Tag

Der Norddeutsche Fundraisingtag ist eine überregionale Fachtagung zur Finanzierung von gemeinnützigen Organisationen und Stiftungen. Er bietet Raum für Austausch und Vernetzung aller am Fundraising Beteiligten.

Termin: 18.-19.02.2015 in Hamburg

Weitere Informationen: www.norddeutscher-fundraisingtag.de



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Im Fokus: Patenschaften in der politischen Bildung

2. Formen von Patenschaften und Praxisbeispiele

Patenschaftsmodelle haben schon lange erfolgreich Einzug in das Fundraising gefunden. Besonders Kinderpatenschaften verzeichnen seit Jahren Umsatzzuwächse. Der Anteil von Patenschaften am Gesamtspendermarkt liegt laut CharityScope der GfK (ehem. Gesellschaft für Konsumforschung) bei rund 9%. Patenschaften sind ein Instrument der Spenderbindung und zeichnen sich durch eine langjährig angelegte Spenderbeziehung aus. Die daraus resultierenden Dauerspenden sparen Verwaltungskosten. Gleichwohl darf der Aufwand nicht unterschätzt werden, der entsteht, um den Kontakt zwischen Pate und Patenkind aufrecht zu erhalten und zu begleiten.

Einzelkindpatenschaften sind die am weitesten verbreitete Form der Patenschaften. Eine hohe Durchschnittsspende und lange Bindung sprechen für sich. Dies ist jedoch nicht die einzige Patenschaftsform. Es lassen sich drei grundlegende Modelle unterscheiden, die sich auch für den Einsatz im Fundraising für die politische Bildung eignen:

1. Patenschaft als Bindungselement

Kinderpatenschaften, die auf finanzieller Unterstützung fußen, findet man im Bereich der politischen Bildung allenfalls in entwicklungspolitischen Bildungsprojekten. Zumeist handelt es sich bei Kinderpatenschaften formal um Projektpatenschaften. Das heißt, das gespendete Geld kommt nicht nur dem einen Kind zugute, sondern der Einrichtung oder dem Dorf, in dem es lebt. An reinen Personenpatenschaften wird häufig kritisiert, dass die Fokussierung auf eine einzelne Person diese zu sehr hervorhebt, anstatt das Gesamtsystem zu stärken.

Auch Projektpatenschaften werden als Fundraisinginstrument in der politischen Bildung hierzulande noch selten eingesetzt. Meist übernehmen Prominente eine mehr oder weniger symbolische Patenschaft, um für ein Projekt zu werben. Zum Teil unterstützen sie das Projekt beratend und/oder monetär.

Möchten Fundraiser/-innen mit Patenschaften dauerhaft Spender/-innen gewinnen, muss ihnen die Möglichkeit gegeben werden, die Entwicklung einer Person, eines Projektes oder einer Idee über einen längeren Zeitraum zu verfolgen. Spender/-innen wollen erleben, wie sich etwas durch ihre Spende verändert. Sie wollen, dass ein ganz bestimmtes, für sie konkret nachvollziehbares Thema oder Projekt, das sie wichtig finden, vorangetrieben wird. Sie wollen teilhaben, ohne sich (zunächst) zeitlich engagieren zu müssen.

Praxisbeispiel: Bei "Aktion Sühnezeichen Friedensdienste" (vgl. Interview unter 4.) können Spender/-innen für ein Jahr eine Patenschaft für eine/n Freiwillige/n im Friedensdienst übernehmen. Es können sowohl junge deutsche Erwachsene finanziell unterstützt werden, die im Ausland Dienst tun, als auch ausländische, die gerne nach Deutschland kommen möchten. Über einen kurzen Steckbrief wählen Spender/-innen ihre Freiwilligen aus. Neben der finanziellen Spende wird auch der persönliche Kontakt zwischen Pate und Freiwilligen gefördert.

Mehr unter: www.asf-ev.de/de/spenden/freiwilligen-patenschaften.html



Akquisos

Fundraising für politische Bildung

Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

2. Objekt- und Namenspatenschaften

Bei Objekt- und Namenspatenschaften erfolgt oftmals nur eine einmalige Spende.

Bei der **Namenspatenschaft** erwerben die Geber/-innen durch ihre Spende das Recht, dass ein ganzes Projekt oder einzelne Komponenten nach ihnen benannt werden. So kann die Ausstattung für einen Seminarraum dadurch erwirtschaftet werden, dass die Namen der Spender/-innen beispielsweise auf Tischen und Stühlen dauerhaft verewigt werden. Für alle wird somit die Verbundenheit zum Projekt sichtbar.

Bei der **Objektpatenschaft** wählt die Patin oder der Pate ein bestimmtes Objekt aus, welchem seine Spende zugutekommt. Oftmals wird diese Form gewählt, um Objekte oder Denkmäler zu erhalten oder zu restaurieren. Als Dank für die Patenschaft wird meist der Spendername dem Objekt beigefügt. Zusätzlich können die Paten Vergünstigungen, z.B. Zugang zum Objekt/Denkmal erhalten.

Praxisbeispiel: Eine Form der Objektpatenschaft stellen die so genannten „Stolpersteine“ dar. Dabei handelt es sich um kleine Gedenktafeln aus Messing, die Pflastersteinen ähneln. Sie werden zur Erinnerung an in der NS-Zeit deportierte und ermordete Bewohner/-innen vor deren letzter Wohnstätte verlegt. Vorbeilaufende stolpern gedanklich über die Geschichte und das Unrecht. Jeder kann für einen Stolperstein eine symbolische Patenschaft übernehmen. In diesem Fall erscheint der Spendername nicht, um nicht in Konkurrenz zum Namen auf dem Stolperstein zu stehen. Doch auch wenn die Spender/-innen im „Verborgenen“ bleiben, entsteht für den einzelnen eine hohe Identifikation mit „seinem“ Objekt.

Mehr unter: www.stolpersteine.eu

3. Patenschaft als Mentoringprogramm

Die am häufigsten angewandte Patenschaftsform im Bildungsbereich ist das ehrenamtliche Engagement für ein Patenkind oder eine/-n Jugendliche/-n. Bekannt sind diese auch unter dem Namen „Mentoring“. Ziel ist es, einzelne Personen in ihrer Entwicklung zu stärken und zu begleiten. Der Pate oder die Patin übernimmt freiwillig für eine (begrenzte) Dauer eine Fürsorgepflicht. Die Beziehung zwischen Pate/Patin und dem Patenempfänger ist nicht partnerschaftlich gleichberechtigt. Die Pflichten sind einseitig verteilt.

Am bekanntesten sind Bildungspatenschaften. Bei diesen werden Patenschaften für Kinder und Jugendliche mit einem unsicheren sozialen Netzwerk, einer gering ausgeprägten Bildung oder mit Migrationshintergrund übernommen. Sie erhalten durch die individuelle Betreuung und das gelebte Vorbild der Mentorin/des Mentors Selbstvertrauen und Orientierung.

Mentorenprogramme setzen auf praktische Mitarbeit. Die Finanzierung des Projektes und die Betreuung der Paten-Tandems müssen gesondert geleistet werden.

Praxisbeispiele: Mentoringprojekte gibt es z.B. in allen großen politischen Parteien bzw. den parteinahen Stiftungen und Vereinen. Aktive Politiker/-innen begeistern den Nachwuchs für die politische Arbeit und begleiten sie in den Anfängen.



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Die politische Bildung im engeren Sinne steht bei vielen Projekten für Migrantinnen und Migranten zwar nicht im Fokus. Im Rahmen eines Mentoringprogramms, wie etwa beim Berliner Flüchtlingsprojekt Xenion, lernen jedoch beide Seiten viel über politische und gesellschaftliche Zusammenhänge der jeweiligen Herkunftsländer, z.B. bei der Unterstützung von Behördengängen.

Beispiel Parteienmentoring beim Verein Demokratie und Hochschule e.V.:

www.vduh.net/content/mentoring-programm

Beispiel Mentorenprogramm für Flüchtlinge beim Berliner Verein Xenion - Psychosoziale Hilfen für politisch Verfolgte e.V.: www.xenion.org/de/angebote/mentorenprojekt

>> Entscheidend für alle Formen von Patenschaft ist der Wille der Patinnen und Paten, sich durch die Übernahme der Patenschaft zum Patenempfänger, -objekt, -projekt oder -thema zu bekennen: Ich übernehme (sichtbar) Verantwortung, damit sich etwas verändert.

3. Praxis-Tipps für Patenschaften als Fundraising-Instrument

Als Fundraisinginstrument haben Patenschaften den Vorteil, dass Spender/-innen langfristig gebunden werden können. Sie fußen auf einer freiwilligen Fürsorgepflicht, die eine persönliche Identifikation und ein Verantwortungsgefühl für das Patenkind oder -objekt voraussetzt. Eine solche zu schaffen und aufrecht zu erhalten, benötigt jedoch einen hohen Betreuungs- und Verwaltungsaufwand.

Prüfen Sie, ob eine Patenschaft für Ihre Organisation in Frage kommt. Was ist dabei zu bedenken? Wir geben Ihnen dazu einige Anregungen.

Das Paten-Kind oder -Objekt – Wer oder was kann das sein?

Person: Finanzielle Unterstützung

Patenschaften für andere Personen, die mit finanzieller Unterstützung einhergehen, sind auch im Rahmen der Bildungsarbeit möglich. Denkbar ist, dass Sie als Bildungsträger Patinnen und Paten dafür gewinnen, z.B. bedürftigen Menschen die Teilnahme an Bildungsveranstaltungen zu finanzieren. Der Grundgedanke ist: „Ermöglichen Sie einem Patenkind/ -Jugendlichen/ -Asylbewerber die Teilnahme an dem Film- oder Theater-Projekt/ der Sommerfreizeit, dem Austauschprogramm.“

Objekt

Gut geeignet für Objektpatenschaften sind Museumsexponate, Stühle, Bäume, Bücher für die Bibliothek, etc. Es eignen sich besonders Objekte mit einer speziellen Geschichte oder solche, die eine Entwicklung durchmachen, die man beobachten und dokumentieren kann (z.B. Restauration von Museumsobjekten). Aber auch über Stühle lassen sich Geschichten erzählen, die die Spender/-innen binden – zum Beispiel, wer bei der letzten Jugendbegegnung darauf gesessen hat oder wie der Stuhl bei spielerischen Methoden in Bewegung kam. Und sicher wird der/die Spender/-in erfreut sein, bei einer Veranstaltung auf „ihrem/seinem“ Stuhl zu sitzen.



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Projekt/Thema

Für Projektpatenschaften, z.B. für eine Bildungsveranstaltung, eine Publikation oder ein Bauvorhaben, eignen sich ebenfalls besonders Projekte, die eine persönliche Identifikation ermöglichen und deren Entwicklung sich gut beobachten und dokumentieren lässt. Das können als Veranstaltungen zum Beispiel internationale Jugendbegegnungen sein, die die Geldgeber/-innen ggf. an eigene Erfahrungen erinnern, oder Gedenkstätten- oder Zeitzeugenseminare, die an die Geschichte der Förderer/-innen anknüpfen.

Auch Themenpatenschaften sind denkbar. Man könnte Patinnen und Paten zum Beispiel für die Themen „Gender“ oder „Antidiskriminierung“ gewinnen. Die Spender/-innen wählen das Thema aus, das ihnen besonders am Herzen liegt und unterstützen es langfristig durch ihre Patenschaft. Ihre Spenden werden für Bildungsprojekte in diesem Themenbereich eingesetzt.

Wichtig ist bei all diesen Objekt-, Projekt- oder Themenpatenschaften, persönliche Anknüpfungspunkte und Identifikationsmöglichkeiten für die Paten zu suchen oder zu schaffen.

Person: Mentoring

Bei Mentoringpatenschaften geht es nicht um Spendengelder. Menschen schenken dabei anderen Menschen ihre Zeit und ihr Wissen. Meist sind die Patenkinder hier tatsächlich Kinder oder Jugendliche – aber auch hilfsbedürftige Erwachsene wie etwa Flüchtlinge. Die Paten begleiten ihn oder sie z.B. beim Übergang ins Berufsleben oder beim Einleben in Deutschland. Wenn Sie solche Patenschaften organisieren wollen, nehmen Sie von den Paten kein Geld ein. Im Gegenteil: Sie benötigen Personal und finanzielle Mittel, um solche Programme zu organisieren und zu betreuen.

Möglichst konkret!

Beschreiben Sie genau, wofür das Geld eingesetzt wird. Kommt es tatsächlich dem konkreten Menschen, Projekt oder Objekt zugute? Oder wird es für die allgemeine Arbeit der Institution verwendet und die Patenschaft für ein konkretes Objekt/Projekt/Person ist rein symbolisch?

Patenschaft sichtbar machen: Urkunde, Namensnennung, Dankeschön

Patinnen und Paten freuen sich, wenn sie etwas in der Hand halten, das ihre Patenschaft greifbar macht, z.B. eine Urkunde, ein Patenpass, ein Foto etc.

Eine gute Maßnahme ist es, die Namen von Paten in Publikationen, auf der Website oder auf Infotafeln in der Institution oder am Objekt direkt zu nennen. Raum- oder Stuhlpatenschaften bei Tagungshäusern können z.B. durch Infoplaketten sichtbar gemacht werden.

Haben die Paten z.B. die Teilnahme von Jugendlichen an einem Projekt ermöglicht, bieten sich als Dankeschön eine handgeschriebene Postkarte, ein Foto oder eine Einladung zur Theateraufführung oder zur Projektpräsentation an. Auch der kostenlose Besuch von anderen Veranstaltungen oder der Institution, z.B. des Museums, sind als Dankeschön für Patinnen und Paten denkbar.



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Bindung pflegen

Um Menschen längerfristig an die Institution oder das Objekt zu binden, ist es wichtig, sie über die Entwicklung des Projekts oder des „Schützlings“ regelmäßig auf dem Laufenden zu halten, z.B. mit Newslettern, Briefen, Postkarten, Fotos etc.

Auch regelmäßige Patenveranstaltungen, zu denen alle Paten und Patenkinder eingeladen werden, sind ein gutes Bindungsmittel.

Fazit

Patenschaftsfundraising-Maßnahmen sind aufwändig. Noch dazu sind die eingeworbenen Mittel zweckgebunden. Überlegen Sie im Vorhinein gut, inwiefern sie für Ihre Organisation passend sind und sich „lohnen“.

Patenschaftsprojekte führen aber zu einer hohen Identifikation der Spenderinnen und Spender mit dem Objekt/Thema und oft auch mit der Institution. Es kann zu großen (z.T. beiderseitigen) Lerneffekten kommen, und es können sich dabei gute Synergieeffekte für die Öffentlichkeitsarbeit und zu anderen Fundraisingaktionen ergeben, die den hohen Aufwand absolut rechtfertigen.

4. Im Interview: Anna Rosa Böck, Aktion Sühnezeichen Friedensdienste

„Tolle Werbung – großer Aufwand“

Aktion Sühnezeichen Friedensdienste (ASF) ist eine Friedensorganisation, die sich für Verständigung, Miteinander und grenzüberschreitende Begegnungen einsetzt. Sie organisiert Freiwilligendienste für überwiegend junge Menschen, um die Auseinandersetzung mit dem Nationalsozialismus in die Gesellschaft zu tragen und dabei international sichtbare Zeichen zu setzen. Weitere Informationen unter: www.asf-ev.de

Anna Rosa Böck war 1996-98 selbst als Freiwillige in den USA und lebte dort in einer Gemeinschaft mit psychisch kranken Menschen zusammen. Ab 2007 war sie im Spenden-Service von ASF tätig. Seit 2011 ist sie Referentin für Fundraising und begleitet u.a. die Patinnen und Paten bei ASF.

Akquisos: Frau Böck, seit wann gibt es Freiwilligenpatenschaften bei Aktion Sühnezeichen Friedensdienste (ASF)?

A.R.Böck: Die Freiwilligen-Patenschaften wurden in der ersten Hälfte der 1990er-Jahre umgesetzt. Ziel war es einerseits ein Fundraising-Tool zu schaffen, um die Finanzierung der Freiwilligendienste zu unterstützen. Zugleich ist es Öffentlichkeitsarbeit für uns. Durch die Bitte um die Übernahme einer Patenschaft wird die Arbeit von ASF in ganz neue Kreise getragen – unabhängig davon, ob eine Patenschaft übernommen wird oder nicht.

Akquisos: Wer wirbt bei Ihnen für die Patenschaften?

Das sind die Freiwilligen selbst. Neben einem vergleichsweise geringen Eigenbetrag von 990€ bitten wir sie, 15 Paten zu finden, die – befristet auf ein Jahr – monatlich 15€ zur Finanzierung beitragen. Beim Aufbau dieses Patenkreises unterstützen wir die Freiwilligen. Wir geben ihnen



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Ideen und Formulierungen an die Hand, wie und wen sie ansprechen können. Neben der Familie können sie bspw. an örtliche Prominente, Kirchengemeinden oder Lehrerinnen und Lehrer herantreten – wo auch immer sie aktiv sind. Von der Oma bis zum Ministerpräsidenten haben wir als Paten alles dabei.

Akquisos: Warum sollen das die Freiwilligen selbst machen?

Es geht nicht allein ums Geld sammeln. Die jungen Frauen und Männer müssen sich so mit ASF auseinandersetzen. Wenn sie Paten suchen, müssen sie erklären, was ASF ist und warum heute noch 20-jährige Deutsche sich mit dem Nationalsozialismus auseinandersetzen sollten. Das ist ein gutes Training für ihren späteren Aufenthalt in fremden Ländern, wo sie das ebenfalls immer wieder gefragt werden.

Akquisos: Kommen alle Patenschaften nur auf Initiative der Freiwilligen zustande?

In den meisten Fällen ist das so. Wir bekommen aber immer wieder Anfragen unserer Spender, die auch eine Patenschaft übernehmen wollen. Mittlerweile kann jeder über unsere Webseite Patenschaften abschließen. Oft sind es treue Spender, die das Patenschaftsmodell nutzen, um näher an den Freiwilligen zu sein. Sie fragen auch nach, wenn sie länger oder noch gar nichts von den Freiwilligen gehört haben. Wir fördern den Kontakt. Die Freiwilligen schreiben während ihres Freiwilligendienstes mindestens zwei Mal einen Projektbericht, den sie auch an ihre Paten schicken.

Akquisos: Besteht auch ein Kontakt über das Jahr hinaus?

In einigen Fällen bestimmt. Ich weiß auch, dass es öfter vorkommt, dass Kirchengemeinden oder Schulen, die eine Patenschaft übernehmen, die Freiwilligen nach dem Jahr nochmals einladen, um in der Gemeinde oder Schulklasse davon zu berichten.

Akquisos: Wie nachhaltig ist das Patenschaftsmodell für das Fundraising?

Die Spendenaktivität endet bei den meisten Personen oftmals mit Ende des Freiwilligendienstes. Die Verbindung besteht stärker zu dem Freiwilligen als zu uns. Es sind unter 5%, die aus dieser Gruppe als Spender bleiben. Trotzdem sind uns diese Paten, die das Projekt ein Jahr lang begleiten, wichtig. Ein Patenkreis finanziert – je nach Land – immerhin ein Fünftel bis ein Viertel der Gesamtkosten.

Die Paten, die über ASF zu den Freiwilligen kommen, bleiben der Organisation überwiegend treu verbunden. Viele wechseln auf unsere Bitte hin zu einer anderen – nicht auf ein Jahr befristeten – Form der Unterstützung. Das ist gut für uns, weil eine dauerhafte Spende den Verwaltungsaufwand reduziert. Das Patenschaftsmodell ist dennoch in jedem Fall eine tolle Werbung und wir freuen uns über jeden Paten, der sich dafür entscheidet und dabei bleiben möchte.

Akquisos: Würden Sie Fundraisern, die ein Patenschaftsmodell starten möchten, zu- oder abraten?

Ich würde sagen, es ist eine interessante aber auch aufwandsintensive Spendenform: Von der Erstellung aller Materialien über die Begleitung der Freiwilligen bei der Patenwerbung, der Betreuung der Paten, der Kommunikation mit den unterschiedlichen Beteiligten unterjährig, die Bindung der Paten am Ende des Freiwilligenjahres bis hin zur technischen Abwicklung der Patenschaften. Für uns ist das Patenschaftsmodell eine gute Ergänzung zu den anderen „klassischen“ Fundraisingtools, die hierfür nicht vernachlässigt werden sollten. Die Erfahrungen, die man damit macht, sind eine wertvolle Basis. Die Schwierigkeit ist, die Paten dauerhaft zu



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

binden. Wir haben noch nicht den Königsweg dazu gefunden. Aber wie gesagt: Das Patenschaftsmodell muss nicht unbedingt Dauerspenden generieren – für uns ist der Öffentlichkeitseffekt genauso wichtig. Für das Fundraising benötigt man dann allerdings ein alternatives Bindungsinstrument, um langfristig effizient arbeiten zu können.

Akquisos: Vielen Dank für das Gespräch! Viel Erfolg weiterhin mit Ihren Freiwilligen-Patenschaften.

Infos für die Freiwilligen zu den Patenschaften sowie Flyer für Paten einsehbar unter: www.asf-ev.de/de/friedensdienste/freiwilligendienst/kosten/patenkreis.html

5. Links und Literatur

Weiterführende Links

Datenbank bundesweiter Patenschaftsprojekte des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: www.aktion-zusammen-wachsen.de/nc/projekte/projekt Datenbank-neu.html

Ehrenamtliche Aktivpatinnen und Aktivpaten werden für über 1700 lokale Projekte in ganz Deutschland von lokalen Vermittlungen gesucht: <http://aktivpaten.de/>

Spenden-Tipps für Patenschaften des DZI (Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen): www.dzi.de/wp-content/pdfs_Spendentipps/Patenschaften.pdf

Erläuterungen des Spendenrates zum Thema „Patenschaft“ www.spendenrat.de/index.php?sachspenden_patenschaften

„Bildungspatenschaften stärken, Integration fördern.“ Tipps zum Aufbau eines Fundraisingkonzepts für Patenschafts- und Mentoringprojekte, inkl. Arbeitshilfen im Anhang.

Herausgeber: Bundesservicestelle „Aktion zusammen wachsen“: www.aktion-zusammen-wachsen.de/fileadmin/aktion_zusammen_wachsen/redaktion/Broschueren_barrierefrei/14-06-10_Arbeitshilfe_Fundraising_Stand_Feb_2012_barrierefrei.pdf

Literatur

Marita Haibach (2012): Patenschaften – eine attraktive Förderform, in: Dies.: Handbuch Fundraising. Spenden, Sponsoring, Stiftungen in der Praxis, Frankfurt a.M./New York, S.252-258.

Manja Weinert: Ist das ihr Ding? Patenschaften im Museum am Beispiel der Dingpflegschaften, in: Look, Friedrich/Scheytt, Oliver (Hrsg.): Kulturmanagement und Kulturpolitik, 03/2011.

Lothar Beinke (2009), Das Patenschafts-Projekt, in: Wirtschaft und Erziehung, Heft 7-8/2009, S. 231-235.

Verschiedene Modelle von Kinderpatenschaften, in: Fundraising-Akademie: Fundraising: Handbuch für Grundlagen, Strategien und Methoden. Gabler Verlag, 2008, S. 339 ff.

Annette Scheunpflug (2005): Die öffentliche Darstellung von Kinderpatenschaften. Eine kritische Bestandsaufnahme aus entwicklungspädagogischer Sicht zum Download: www.presse.uni-erlangen.de/infocenter/presse/pressemitteilungen/forschung_2005/06_05/Kinderpatenschaften.pdf



Akquisos

Fundraising für politische Bildung

Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

6. Europareise Fundraising: Slowenien

„Wir haben noch viel Arbeit vor uns!“

Der slowenische Verband für die Entwicklung von Non-Profit Organisationen „ZRNO“ (Združenje za razvoj nepridobitnih organizacij) wurde erst 2013 gegründet. Das organisierte professionelle Fundraising steckt also noch in den Kinderschuhen. Akquisos sprach mit der Vorsitzenden **Livija Rojc Štremfelj** über ehrenamtliches Engagement und die Herausforderungen für Fundraiserinnen und Fundraiser in Slowenien.

Weitere Informationen über ZRNO: www.fundraising.si

Akquisos: Frau Rojc Štremfelj, wie sind Sie zum Thema Fundraising gekommen?

Ich engagiere mich schon lange in ehrenamtlicher Kulturarbeit. Daneben habe ich für die gemeinnützige Organisation „Rdeči noski“ (Anm. d. Red.: „Rote Nasen“, Clowns die Kinder in Krankenhäusern besuchen) gearbeitet. Dann habe ich mich als Beraterin mit einer eigenen Agentur selbstständig gemacht. Anfangs ging es mir vor allem um Unterstützung für junge Künstlerinnen und Künstler. Später habe ich gesehen, dass das Wissen über Fundraising für viele Organisationen sehr nützlich ist. Ich habe Fundraising-Treffen organisiert und wir haben vor einem Jahr den Verband „ZRNO“ gegründet.

Akquisos: Welchen Stellenwert haben Spendeneinnahmen im Finanzierungsmix gemeinnütziger Organisationen in Slowenien?

Im Jahr 2012 machten Spendeneinnahmen nur 9 % der Budgets von Non-Profit-Organisationen in Slowenien aus. Da ist viel Potenzial für weitere Entwicklung. Bei den gemeinnützigen Organisationen ist der Anteil 12 %. Diesen ist stärker bewusst, dass man planmäßig am Fundraising arbeiten muss, weil Spenden von Personen und Unternehmen für diese Organisationen eine wichtige Quelle der Finanzierung sind.

Akquisos: Wie ist die Spendenbereitschaft in Slowenien ausgeprägt? Und wie zeigt sich diese Unterstützung konkret?

In Slowenien spenden 31 % der Bevölkerung mindestens einmal jährlich. Die durchschnittliche Spendenhöhe beträgt 20 Euro und im Jahr spenden die Leute durchschnittlich 45 Euro. Es gibt auch sehr viele ehrenamtliche Helferinnen und Helfer, zum Beispiel in der Feuerwehr, in Kultur- und Sportvereinen.

Akquisos: Wie viele Vereine oder NGOs gibt es?

Enorm viele. Insgesamt gibt es 22.000 Vereine, dazu kommen noch 3.000 private Organisationen und Institute. Die Mehrheit der Vereine basiert auf ehrenamtlichem Engagement. In allen NGOs sind zusammengenommen rund 7.000 Leute angestellt.



Akquisos

Fundraising für politische Bildung

Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Akquisos: Wer sind die wichtigsten Akteure bei der Unterstützung zivilgesellschaftlichen Engagements in Slowenien?

Die meisten Organisationen fahren einen Slalom zwischen privaten und staatlichen Unterstützungen. Im Jahr 2007 gab es einen großen Boom im NGO-Sektor, als der Staat die Möglichkeit einführte, dass bis zu 0,5 % der Einkommensteuer an gemeinnützige und Non-Profit-Organisationen zugeteilt werden können. Die Regierung veröffentlicht jedes Jahr eine Liste der empfangsberechtigten Organisationen, aus denen die Steuerzahlerinnen und Steuerzahler selbst auswählen können. Zuletzt haben 39% der Slowenen diese Möglichkeit genutzt und insgesamt etwa 3,6 Mio. Euro an 4400 verschiedene Organisationen vergeben.

Akquisos: Welche politischen, rechtlichen oder gesellschaftlichen Rahmenbedingungen beeinflussen das Fundraising in Slowenien besonders?

In Slowenien beträgt die maximale Begünstigung 0,03 % der gesamten steuerpflichtigen Einnahmen. Das heißt, wenn ein Unternehmen mit 10.0000 Euro steuerpflichtigen Einnahmen meiner Organisation etwas spenden würde, würde es nur 300 Euro von der Steuerbemessungsgrundlage entzogen bekommen. Gerade für kleinere Unternehmen lohnt sich das Spenden also kaum. Hier sollte der Staat noch nachbessern. Auch bei der Einkommensteuer sollten Spenden für gemeinnützige Organisationen angerechnet werden.

Akquisos: Wo sehen Sie das größte Potenzial im Fundraising Sloweniens in den nächsten 5–10 Jahren?

Die öffentlichen Mittel werden immer knapper und das Potenzial liegt sicherlich in den privaten Spendern und Unternehmen. Es muss sehr viel Arbeit hinein gesteckt werden, die Ergebnisse werden aber erst nach fünf oder mehr Jahren sichtbar. Wir stehen in Slowenien noch ziemlich am Anfang mit dem professionellen Fundraising. Wir haben noch viel Arbeit vor uns, die Leute und Organisationen in Sachen Fundraising fortzubilden.

Die Organisationen müssen verstehen lernen, dass sie sich intensiv um Fundraising bemühen müssen. Sie müssen erkennen, dass es sich lohnt, einen eigenen qualifizierten Fundraiser zu beschäftigen. Die Fundraiserinnen und Fundraiser müssen sich ständig fortbilden, neue Ideen kennen lernen, viel mit anderen Organisationen kommunizieren. Wenn wir Fundraiser/-innen gemeinsam arbeiten, können wir viel erreichen. Daher sind unser Verband und unsere Treffen so wichtig.

Vielen Dank für das Gespräch und viel Erfolg bei all Ihren Vorhaben!

Das Interview führte Mario Plešej (Socialna akademija, Ljubljana) am Rande des 3. Treffens der slowenischen Fundraiser/-innen in Debeli rtič am 11. Oktober 2014.



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Impressum

Herausgeber:

Bundeszentrale für politische Bildung/bpb

Redaktion:

Danielle Böhle (GOLDWIND, Kommunikationsberatung für gemeinnützige Organisationen, Köln)

Josephine Evens (bpb)

Daniel Kraft (bpb, verantwortlich)

Katharina Reinhold (freiberufliche Redakteurin, Köln)

E-Mails an die Redaktion: fundraising@bpb.de

Akquisos online bestellen oder abbestellen unter:

www.bpb.de/newsletter/akquisos