

Fundraising



Ideen
Chancen
Möglichkeiten

Thüringer Engagement-Tag
September 2026
Doris Voll

Ablauf

- Definitionen, Haltung, Voraussetzungen
- Wer spendet für uns?
Weshalb sollte sie oder er es tun?
- Unternehmen
- Stiftungen



Was heißt Fundraising?

Fundraising – ist die sanfte Kunst, die Freude am Spenden zu lehren.

Fundraising ist die umfassende Mittelbeschaffung einer gemeinnützigen Organisation (Geld- und Sachmittel, Leistungen, Wissen ...)

Eine Spende ...



... ist eine Gabe, ein Geschenk, die aus dem Vermögen des Spenders abfließt.

Der Empfang der Spende muss nicht versteuert werden.



www.hoffnungsengel.de

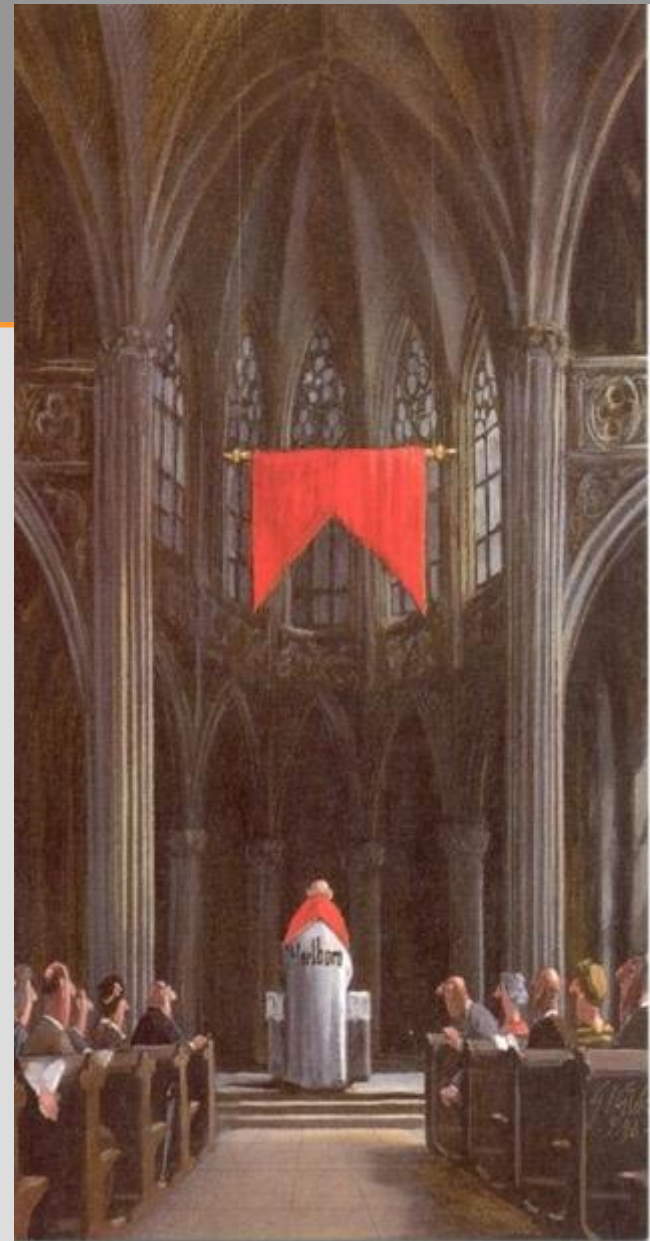
Sponsoring

...

... ist ein Geschäft: Leistungen werden getauscht.

Sponsoring ist grundsätzlich umsatzsteuerpflichtig (Ausnahme: bei umsatzpflichtigen Einnahmen unter 25.000 € im Vorjahr) und kann ertragssteuerpflichtig sein (Ausnahme: die gesamten Einnahmen im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb des laufenden Jahres liegen unter 50.000 €).

Weist der Entgeltempfänger auf die Unterstützung ohne eine besondere Hervorhebung oder Verlinkung hin, wird darin keine Gegenleistung gesehen (trotz Vertrag) und es entsteht weder Umsatz- noch Ertragssteuer



Fundraising ist eine Haltung

- Beim Fundraising geht es nicht vorrangig um das Beschaffen von Geld; es geht darum, Probleme zu lösen, Not zu lindern, Veränderungen zu bewirken.
- Fundraising ist kein Selbstzweck. Zeige, was verändert werden soll und was Du gemeinsam mit anderen verändern möchtest.

Fundraising ist eine Haltung

- Menschen spenden an und für Menschen, nicht für Organisationen.

Persönliche Bitten sind am erfolgreichsten.

- Menschen wollen zeitlich begrenzt und so konkret wie möglich helfen, aber nicht eine Organisation finanzieren. Ausnahme:
Die Organisation ist in einer (Finanz)Krise

Fundraising ist eine Haltung

- Die Entwicklung von freundschaftlichen Beziehungen kommt vor dem Fundraising.
- Fundraising ist zuallererst Beziehungspflege, also eine auf Dauer angelegte Kommunikationsarbeit.
- Fundraising vermeidet Eintagsfliegen-Aktionen.

Fundraising ist eine Haltung

- Kommuniziere den Bedarf, damit das Problem beim Spender ankommt.
- Fundraising braucht Offenheit und Transparenz, Kompetenz und Zuverlässigkeit

Fundraising ist eine Haltung

Finde heraus, welchen Betrag die Spenderin oder der Spender geben kann und zu welchem Zeitpunkt.



Fundraising ist eine Haltung

- Das wichtigste Wort im Fundraising ist „Danke“. Bedanke Dich für jede Spende.
- Das erwarten Spenderin und Spender - und es erhält die Freundschaft.

Fragen zur „institutional readiness“

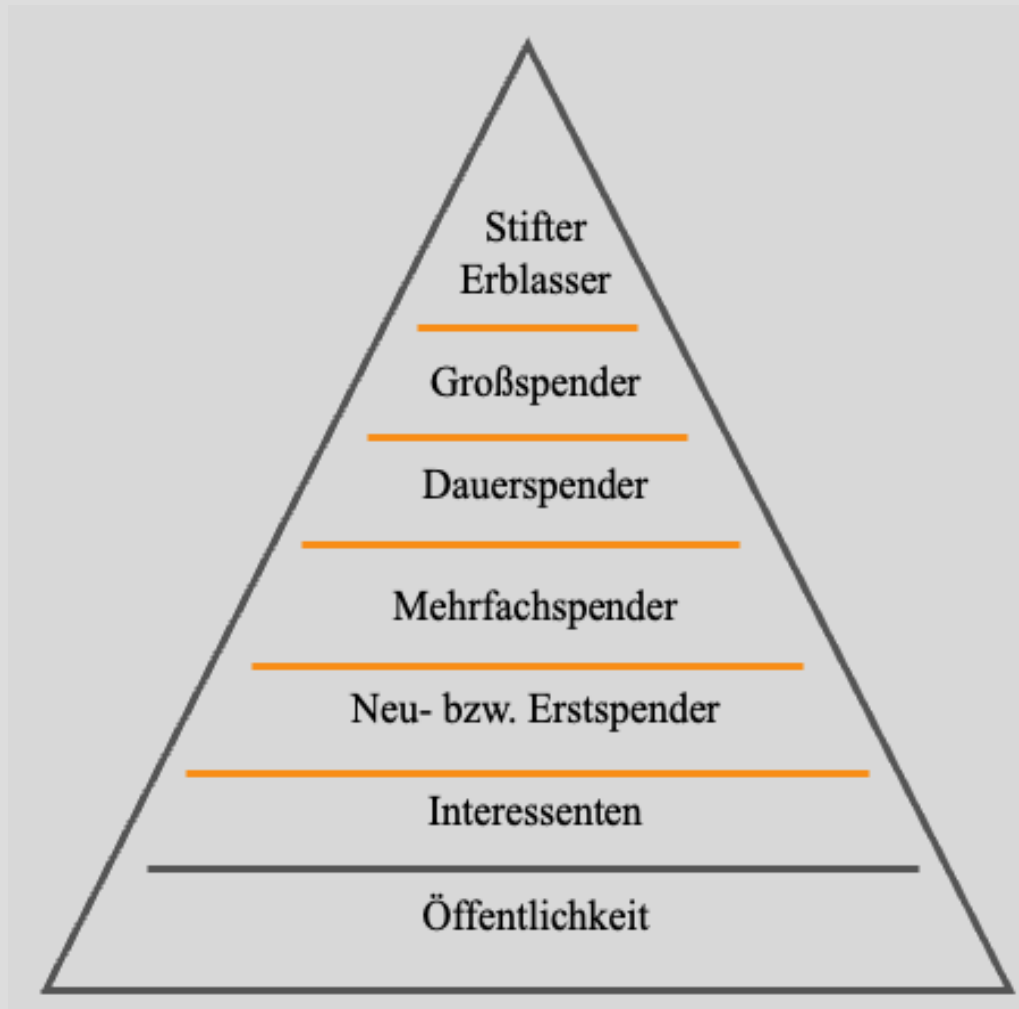
- Was spricht für eine Fundraisingstrategie?
Was könnte dagegensprechen, bzw. was hat uns bisher davon abgehalten?
- Wer könnte sich dem Thema Fundraising widmen? Wer hat Freude an dem Thema? (persönliche Voraussetzungen)
- Wie viel Zeit können wir in das Thema investieren?
- Wie offen und transparent sind wir gegenüber potentiellen Spender*innen?
Wie sind die Voraussetzungen in unserer Organisation?
- Welche unserer Vorhaben eignen sich fürs Fundraising?

So findest Du Deine Spender*innen

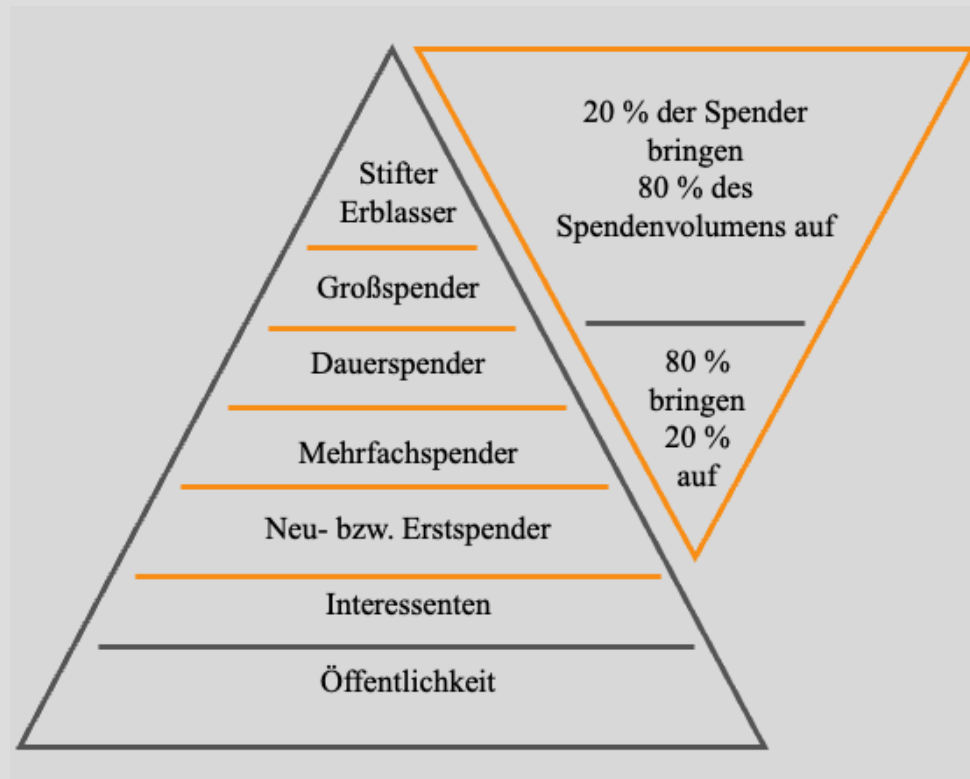
Um gezielt Menschen anzusprechen und für ein Projekt zu gewinnen, sind folgende Fragen hilfreich:

- Wer könnte (außer uns) an dem Projekt interessiert sein?
- Für wen könnte das Projekt von Nutzen sein?
- Wer könnte der Projektidee nahe stehen?
- Wer könnte uns als Fürsprecher*in oder als Türöffner*in unterstützen?

Die Fundraisingpyramide



Die Fundraisingpyramide



Fundraising-Instrumente



- Mailings (Spendenbriefe)
- Unternehmenskooperation, Spenden, Sponsoring
- Stiftungs-Fundraising
- Geldauflagen-Fundraising
- Benefizveranstaltung, Event, Anlass- oder Jubiläumsspende
- Lotterien und Preise
- Großspender oder Erbschafts-Fundraising
- Haus- und Straßensammlung
- Spendendosen
- Patenschaften
- Online Fundraising (Crowdfunding, E-mailings, Websites)
- Aufrufe (social media, Zeitung, Funk und Fernsehen)

Unternehmenskooperationen

Bestandteile einer Kooperation können sein:

- Spenden
- Sponsoringprojekte
- Sachleistungen
- gemeinsame Fortbildungen
- Verabredung eines Matchingfunds (Verdopplung oder Aufstockung von Spenden)
- Werbung unter den Mitarbeitenden (Payroll giving)

Unternehmenskooperationen



[Energiewende](#) [Wärmewende](#) [Newsroom](#) [Nachhaltigkeit](#) [Engagement](#) [Über uns](#) [Kontakt](#) [EN](#) [Q](#)

Konkrete Hilfe: Förderung für Ihren Verein

Immer wieder sind wir begeistert von dem nachhaltigen Engagement, mit dem sich Ehrenamtliche in den Vereinen um das Wohl ihrer Mitbürger und Mitbürgerinnen, ihrer Kommunen kümmern. Das wollen wir unterstützen.

Deshalb vergeben wir seit vielen Jahren Fördermittel an regional tätige Vereine und Initiativen auf Spendenbasis. Denn: Viele Vereine tragen zu einem lebendigen und sozialen Miteinander bei. Unser Programm „Stadtwerke Jena HEIMVORTEIL“ will dabei helfen. Damit leisten wir einen starken Beitrag zur regionalen Vereinsförderung.

Gefördert werden Projekte aus den Bereichen Kultur, Sport, Soziales, Bildung, Wissenschaft und Umwelt.

Das ist HEIMVORTEIL

Ab sofort werden die Gelder vergeben. Dabei ist uns wichtig: Die Hilfe ist konkret für ein Projekt und sie kommt an. Bewerben können sich Vereine aus Jena, dem Saale-Holzland-Kreis, dem Weimarer Land sowie dem Saale-Orla-Kreis. **Einsendeschluss ist der 31. März 2026**

Die Aufnahme in das Programm "Stadtwerke HEIMVORTEIL" kann einmal jährlich beantragt werden. Dabei werden die Vereine gebeten, neben dem konkreten Projekt auch darzustellen, was ihr "HEIMVORTEIL" ist. Gefördert werden Projekte aus den Bereichen Kultur, Sport, Soziales und Umwelt.

Die Fördermittelvergabe erfolgt auf Spendenbasis.

Zudem gibt es beim Stadtwerke Jena HEIMVORTEIL drei fest definierte Förderkategorien:

- A) 1.000 Euro für fünf Vereine
- B) 500 Euro für fünfzehn Vereine
- C) 250 Euro für zehn Vereine

Unternehmenskooperationen

Wenn Du ein Unternehmen gewinnen willst:

- 1. Was ist das Profil Deiner Organisation? Leitbild und Ziele, gesellschaftlicher Auftrag ...
- 2. Welche dieser Werte und Ziele bieten Anlass für eine Kooperation? (Was könnten Risiken und Vorbehalte sein?)
- 3. Welche Zugänge zu Unternehmen stehen Dir zur Verfügung? Wie sind Eure bisherigen Kontakte? Gibt es Anlässe oder Gelegenheiten für einen Erstkontakt? Gibt es einen Türöffner?

Unternehmenskooperationen

- 4. Wer ist bei Euch zuständig für den Kontakt? (positive Rollendefinition, Pioniergeist – stimmt die Chemie?)
- 5. Beschreibung des Projektes (Ziele, Zielgruppen, Unternehmensnutzen, Zeitrahmen, Umsetzungsschritte)
Welches Problem soll gelöst werden?
- 6. Geh auf mögliche Kooperationspartner zu. Gestalte den Kontakt auf Augenhöhe und bereite konkrete Angebote vor:
Was ist Euer Part und was ist der Part des Unternehmens?
Bleib in Kontakt und zeige Dich als zuverlässiger Partner

Stiftungen ...

- ... sammeln Kapital an, das angelegt wird
- die Zinserlöse aus diesem Kapital werden entsprechend der Satzung der Stiftung verwendet
- ... sind auf Dauer und Nachhaltigkeit angelegt und haben ausreichend Kapital, um ihre gemeinnützigen Zwecke zu verwirklichen
- In Deutschland gibt es über 24.000 Stiftungen

Stiftungen ...

- ... sind entweder fördernd oder operativ tätig
- ... haben einen Satzungszweck und Fördergrundsätze
- ... sind regional oder überregional tätig
- ... entscheiden oft nur wenige Male im Jahr
- ... entscheiden durch ein Kuratorium oder einen Vorstand
- ... haben bestimmte Fristen für die Antragstellung
- ... fördern oft innovative Vorhaben

Stiftungen findet man ...

- ... im Verzeichnis des Bundesverbands deutscher Stiftungen
- ... über Dachverbände und Netzwerke
- ... auf Tagungen und bei Fachveranstaltungen
- ... über Kontakte zu Trägern mit ähnlichen Vorhaben in anderen Regionen

Stiftungen

Eine Auswahl:

- Thüringer Ehrenamtsstiftung
- Sparkassen-Kulturstiftung Hessen-Thüringen
- Kinnings Foundation
- Software AG Stiftung
- IKEA Stiftung
- Globus Stiftung

Literaturhinweise

- Fundraising Akademie (Hrsg.): Fundraising. Handbuch für Grundlagen, Strategien und Methoden
- Michael Urselmann: Fundraising. Professionelle Mittelbeschaffung für Nonprofit-Organisationen
- Marita Haibach: Handbuch Fundraising. Spenden, Sponsoring, Stiftungen in der Praxis
- Nicole Fabisch: Fundraising
- Ise Bosch: Besser spenden
- Barbara Crole/Christiane Fine: Erfolgreiches Fundraising – auch für kleine Organisationen

Links

- www.maecenata.de
- www.stiftungen.org
- www.fundraisingverband.de
- www.aktive-buergerschaft.de
- www.upj.de
- www.betterplace.org
- www.startnext.com

Doris Voll

info@doris-voll.de

0172-2178102