

Marita Haibach
Jan Uekermann

Großspenden-Fundraising – Wege zu mehr Philanthropie

Grundlagen, Strategien und praktische Umsetzung

Edition
Fundraiser

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

1. Auflage

© 2017 Fundraiser-Magazin GbR, Dresden

Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des
Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikro-
verfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

ISBN: 978-3-9813794-1-9

Fundraiser-Magazin GbR
Altlockwitz19
01257 Dresden
www.edition.fundraiser-magazin.de

Layout und Satz: Udo Lehner
Umschlaggestaltung: Daniela Münster
Lektorat: Ute Nitzsche
Korrektorat: Rico Stehfest
Druck und Bindung: Silber Druck oHG, Niestetal

Inhalt

„Ich Projekt, du Geld“ – Geleitwort von Ise Bosch	11
Vorwort	14

Teil I

Grundlagen und Rahmenbedingungen	21
--	----

1 Großspenden-Fundraising – die Königsdisziplin des Fundraisings	22
---	-----------

1.1 Großspenden – Definitionen und Dimensionen	23
--	----

1.2 Mehr Vermögen – mehr Verantwortung für das Gemeinwohl?	26
--	----

1.3 Eine neue Vermögenskultur und mehr Philanthropie	30
--	----

1.4 Mehr Macht und Einfluss der Reichen durch Philanthropie?	34
--	----

1.5 Größeres Engagement durch aktives Großspenden-Fundraising	38
---	----

2 Ethik im Großspenden-Fundraising	43
---	-----------

2.1 Ethik-Regeln von Fundraising-Verbänden und anderen Institutionen	43
--	----

2.2 Major-Donor-Richtlinien des Institutes of Fundraising	45
---	----

Besondere ethische Herausforderungen im Großspenden-Fundraising	46
---	----

2.3 Ethische Herausforderungen im Großspenden-Fundraising meistern	48
--	----

3 Rechtliche Aspekte des Großspenden-Fundraisings	52
--	-----------

Teil II

Institutional Readiness für Großspenden-Fundraising	59
---	----

4 Gute Voraussetzungen und Gründe für große Spenden	60
--	-----------

4.1 Der Case for Support: Überzeugende Argumente für Major Donors	62
---	----

4.2 Realistische Förderprojekte – plausibler Förderbedarf	70
---	----

Förderprojekte: Kriterien – Auswahl – Beschreibung	71
--	----

Förderprojekt-Beschreibungen	76
------------------------------------	----

5 Organisation und Management des Großspenden-Fundraisings	80
5.1 People give to people: Personelle Rahmenbedingungen	80
Großspenden-Fundraiserinnen und -Fundraiser: Aufgaben und Anforderungen	83
Großspenden-Fundraiserinnen und -Fundraiser: Major Giving Skills	87
Führungsaufgabe Großspenden-Fundraising	110
Ehrenamtliche im Großspenden-Fundraising	112
Zusammenarbeit mit Agenturen und Consultants	116
5.2 Mehr große Spenden durch gute Organisation: Strukturelle Rahmenbedingungen ...	121
Großspenden-Fundraising: Organisationsstrukturen und Abläufe	122
Mit System und Kontinuität: Erfolgsfaktor Moves Management	126
Kosten – Einnahmen – Controlling im Großspenden-Fundraising	127
5.3 Großspenden-Fundraising-Konzept	132
Zielsetzung, Zielgruppen und Formen	132
Strukturierung und Inhalte	133
5.4 Informations- und Kontaktmanagement	138
Anforderungen an eine Datenbank für das Großspenden-Fundraising	139
Teil III	
Major Donors: Trends und Potenziale	149
6 Philanthropisches Engagement im Aufwind	150
6.1 Reichtum – vielfältige Definitionen und wachsende Dimensionen	151
6.2 Megadimensionen in den USA	157
6.3 Major Giving in Deutschland, Österreich und der Schweiz – Status Quo und Silberstreifen am Horizont	159
6.4 Eine neue Ära der Philanthropie weltweit	165

7 Philanthropinnen und Philanthropen: Motive – Gruppen – Zwecke	167
7.1 Engagement von High Net Worth Donors in den USA	167
7.2 Spendentrends bei den High Net Worth Donors in Deutschland, Österreich und der Schweiz	169
Vielfältige Engagement-Motive und -Beweggründe	171
Der Einfluss soziodemografischer Faktoren auf das Engagement von Vermögenden	177
Frauen spenden und stiften anders	181
Engagement-Bereiche und -Zwecke	184
Teil IV	
Großspenderinnen und Großspender finden, gewinnen, binden	187
8 Der Major-Donor-Zyklus	188
8.1 Phase 1: Identifizierung	192
Prospects – LAI-Prinzip – Stakeholders	193
Analysen in der eigenen Datenbank	198
Wealth Screening	199
Spenderkontakte des Fundraising-Büros	202
Kontaktnetzwerke und persönliche Verbindungen	203
Externe Informationsquellen	207
8.2 Phase 2: Qualifizierung	209
Prospect Research – wer und warum?	210
Prospect Research – was und wie?	214
Spenderprofile	217
8.3 Phase 3: Strategie	220
8.4 Phase 4: Kultivierung	223
Persönlich und individuell: Beziehungen im Großspenden-Fundraising	225
Beziehungen aktiv gestalten	227
Relationship Fundraising und Donor-Centered Fundraising	228
Instrumente der Beziehungsgestaltung	231

8.5 Phase 5: Spendenbitte	232
Formen und Möglichkeiten von Spendenbitten	233
Der Weg zur Spendenbitte	233
Persönliche Spendenbitte: Vorbereitung und Materialien	238
Fünf Phasen der Spendenbitte	239
Die Frage der Fragen	240
8.6 Phase 6: Dank	243
Grundprinzipien für den Spendendank	245
Sich für Großspenden maßgeschneidert bedanken	246
8.7 Phase 7: Stewardship	256
9 Methoden und Instrumente	259
9.1 Spendergespräche	259
Wertschätzend kommunizieren	260
Gute persönliche Gespräche	261
Gesprächsstörer und Gesprächskiller	262
Gesprächstechniken	263
Fragen in Spendergesprächen	263
Vorbereitung, Durchführung, Nachbereitung von Spendergesprächen	267
Gesprächssituationen mit (potenziellen) Großspenderinnen und Großspendern	268
9.2 Capital Campaigns – ambitionierte Großspenden- und Kapitalkampagnen	275
Machbarkeitsstudie	278
Umsetzung von Capital Campaigns	281
Capital Campaigns in den USA und anderen Ländern	284
Capital Campaigns in Deutschland, Österreich und der Schweiz	285
9.3 Großspender-Mailings	290
Das Großspender-Mailing-Package – eine Art persönlicher Projektvorschlag	292
Großspender-Mailings zahlen sich meist aus	295
9.4 Veranstaltungen und Reisen im Großspenden-Fundraising	297
Veranstaltungen – Formen, Formate, Umsetzung	297
Projektbesuche und Reisen	310

9.5 Exklusive Spenderclubs und Förderkreise	317
9.6 Großspenden-Fundraising digital	327
Digitale Beziehungsgestaltung	330
Anforderungen an Webseiten	330
Einsatz von Videos	332
Möglichkeiten der Virtual Reality	333
Digitale „Helferlein“ für die alltägliche Arbeit	334
9.7 Venture Philanthropie und Mission Investing	335
Ein unternehmerischer Philanthropie-Ansatz	335
Investitionen statt Spenden	339
9.8 Stiftungen im Kontext des Großspenden-Fundraisings	341
Stiftungen als Förderquelle	342
Stiftungen als Fundraising-Instrument	344
9.9 Testamentspenden im Kontext des Großspenden-Fundraisings	351
Überschneidungen und Abgrenzung	351
Testamentspenden-Fundraising: Anforderungen und Maßnahmen	353
Erbschaftsinitiativen	354
Großes Potenzial für Testamentspenden	356
10 Major Giving 2030: Millionenspenden – ja gerne!	358
Anhang	363
11 Fachgespräche	364
12 Abkürzungen	366
13 Publikationen und Quellen	368
Die Autoren	390