

Praxisratgeber Bürgerstiftungen

Fundraising, Marketing,
Gremienarbeit, Kooperationen

*Herausgegeben vom
Bundesverband Deutscher Stiftungen
Berlin 2008*

Inhalt

Vorwort	5
1. Vom persönlichen zum marketingorientierten Fundraising	7
<i>Dr. Peter-Claus Burens</i>	
1.1 Bewusstsein erzeugen: Der Staat ist nicht (mehr) für alles da	9
1.2 Profil entwickeln: Die eigenständige, unverwechselbare Aufgabe ist gefragt	10
1.3 Repräsentanten gewinnen: Menschen geben Menschen	11
1.4 Zielgruppen definieren: Multiplikatoren als Partner sehen	12
1.5 Fundraising verstehen: Aktuelle Tendenzen beachten	13
1.6 Stifter und Spender gewinnen: Nutzen verdeutlichen und Dank abstaten	17
1.7 Anlässe schaffen: Profilprojekte vermitteln Wir-Gefühl	18
1.8 Im Fokus: Stiftungskapital vergrößern	20
1.9 20 Fundraising-Tipps im Überblick	21
1.10 Literatur	22
2. Marketing in Bürgerstiftungen	23
<i>Marcus Gropp</i>	
2.1 Einführung	24
2.1.1 Marketing	24
2.1.2 Marketing für Bürgerstiftungen	25
2.1.3 Der Marketing-Mix von Bürgerstiftungen	26
2.1.4 Kunden und Anspruchsgruppen von Bürgerstiftungen	28

2.2 Ist-Analyse	30
2.2.1 Zielsetzung	30
2.2.2 Situationsanalyse	31
2.3 Marketing-Konzeption	37
2.3.1 Ableitung von Handlungsempfehlungen	37
2.3.2 Instrumente im Marketing-Mix	38
2.4 Zusammenfassende Betrachtung der Marketing-Instrumente	54
2.5 Literatur	55
3. Gremienarbeit in Bürgerstiftungen	57
<i>Dr. Constantin Olbrisch</i>	
3.1 Stiftungsorganisation	58
3.2 Formelle Parameter effizienter und effektiver Gremienarbeit ..	62
3.3 Informelle Parameter effizienter und effektiver Gremienarbeit	65
3.4 Vier Entwicklungsstadien von Organisationen: Pionierphase, Differenzierungsphase, Regulierungsphase und Integrationsphase	69
3.5 Werkzeugkasten für die Gremienarbeit	72
3.6 Anhang	76
3.6.1 Geschäftsordnung für einen Stiftungsrat	76
3.6.2 Geschäftsordnung für einen Vorstand	77
4. Bürgerstiftungen als Kooperationspartner	81
<i>Eva-Maria Nilkens</i>	
4.1 Bürgerstiftungen als Kooperationspartner in ihrer Stadt oder Region	82
4.2 Tätigkeitsfelder für Kooperationen und deren Planung	83
4.2.1 Identifikation möglicher Tätigkeitsfelder für Kooperationen	83
4.2.2 Planung von Kooperationen	85
4.3 Formen von Kooperationen	88
4.3.1 Mit wem wird kooperiert	88
4.3.2 Welche Formen von Kooperationen existieren	89
4.3.3 Kooperation mit überregional tätigen Stiftungen	93
4.3.4 Beispiele für erfolgreiche Kooperationen	95
4.4 Veranstaltungskonzept und Jahresplanung	97
4.4.1 Veranstaltungskonzept	97
4.4.2 Veranstaltungskonzept und Öffentlichkeitsarbeit	98
4.4.3 Jahresplanung	99
5. Zehn Merkmale einer Bürgerstiftung	110