

LEKTION 2: EINEN CASE FOR SUPPORT KOMMUNIZIEREN

1. EINLEITUNG

Nach dieser Lektion werden Sie in der Lage sein, Ihren Spender:innen das "Warum" zu erklären, den eigentlichen Grund, der für die spendenwillige Zielgruppe interessant sein kann. Ein „Case for Support“ ist ein zentrales Element, das auf der Mission, der Vision und den Werten einer Organisation basiert. Es ist von grundlegender Bedeutung, die richtige Positionierung und das richtige Spendenpublikum zu definieren, um Ihre Organisation zu fördern und die richtigen Spender:innen für das Fundraising zu gewinnen.

Definition des „Case for Support“: *Es handelt sich um einen wohltätige Investitionsperspektive. In erster Linie ist der "Case for Support" ein Vorab-Protokoll, das den potenziellen Spender:innen oder Zuschussgebenden erklärt, was die gemeinnützige Organisation mit ihren philanthropischen Spendengeldern erreichen möchte.*

Ein Case for Support kann entweder für eine bestimmte Kampagne oder für eine bestimmte Mission des Fundraisings erstellt werden. In wenigen Worten: Es handelt sich also um eine **Reihe von Botschaften, die Sie kommunizieren, um Ihre potenziellen Spender:innen auf eine Spendenwerbung vorzubereiten.** Ein Case for Support liefert damit die **Argumente für die Unterstützung.**

Organisationen neigen dazu zu glauben, dass ein Case for Support nur ein nützliches Werkzeug für das Fundraising-Verfahren ist. Er kann jedoch zahlreichen anderen Bedürfnissen innerhalb der gemeinnützigen Organisation dienen, wie die folgenden Beispiele zeigen:

1. Kommunikationsplan
2. Marketing-Strategie
3. Schulung der Mitarbeitenden und Ehrenamtlichen
4. Planung der Projekte der Organisation
5. Inspirierend und motivierend (z.B. um Mitarbeitende und Vorstand zu motivieren und um Freiwillige zu rekrutieren)

Ein Case for Support für eine Organisation ist die Botschaft an ihre Spender:innen, die Gründe, die sie dazu bewegen, zu spenden. In der einfachsten Form ist der Case for Support ein Dokument, das sich direkt an mögliche Spender richtet, **was Ihre Organisation im Laufe der Jahre erreichen möchte, Ihre Vision und was Sie tatsächlich tun.** Eine gemeinnützigen Organisation sollte wissen, dass die Kommunikation eines Case for Support essentiell ist, um Spender:innen zu finden. Er kann als Marketinginstrument oder Kommunikationsmittel genutzt werden, um potenzielle Freiwillige und Spender:innen zu motivieren. Sie können starke Partnerschaften schaffen oder sogar erhalten.

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Billigung des Inhalts dar, welcher nur die Ansichten der Verfasser:innen wiedergibt, und die Kommission kann nicht für eine etwaige Verwendung der darin enthaltenen Informationen haftbar gemacht werden.



Erlangte Kompetenzen: Die Online-Präsenz Ihrer Organisation einrichten, die wichtigsten Werte und Ziele identifizieren, einen Case for Support so vorbereiten, dass er Teil eines größeren Kommunikationsplans ist.

Ihre Kommunikation nach den am besten geeigneten Methoden zu planen und zu demonstrieren, dass Sie sie beherrschen, um verschiedene Ziele zu erreichen.

Lernziele:

- verstehen, wie der Case for Support Ihre gemeinnützige Organisation befähigen kann
- lernen, wie Sie die richtige Positionierung und die richtige Zielgruppe definieren
- Hauptelemente einer guten Organisationspräsentation auflisten (Struktur, Grafiken, Tonfall etc.)
- Hauptelemente der Branding-Aktion einer Organisation einführen
- Verständnis wichtigsten Kommunikationsmittel zur Verbesserung der Online-Präsenz (WordPress, SEO, Newsletter, Grundlagen des Marketings etc.)

Schlüsselwörter: Schlüsselwörter: Förderung; Online-Präsenz; Positionierung; Spender:innen; Botschaft; Planung; Publikum

Hashtag Lektion: #CaseForSupport

Voraussichtliche Dauer: 5 Stunden

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Billigung des Inhalts dar, welcher nur die Ansichten der Verfasser:innen wiedergibt, und die Kommission kann nicht für eine etwaige Verwendung der darin enthaltenen Informationen haftbar gemacht werden.