



LEKTION 5. DIE BEWERTUNG DER WIRKSAMKEIT EINER FUNDRAISING-STRATEGIE

1. EINLEITUNG

Kurze Beschreibung der Lektion:



In dieser Lektion lernen Sie, wie Sie die Wirksamkeit der Fundraising-Strategie einer gemeinnützigen Organisation evaluieren, beobachten und messen können. Sie sollten in der Lage sein, Evaluierungstechniken anzuwenden und die Leistung des Fundraisings in Bezug auf die Bedürfnisse und Pläne der Organisation zu verstehen.

Alle Organisationen haben ihre eigenen einzigartigen Bestrebungen, Einschränkungen und eine eigene Kultur, wie sie der Gesellschaft oder einer bestimmten Gruppe dienen. Eine Sache, die gemeinnützige Organisationen gemeinsam haben, ist der Nutzen durch die Bewertung ihrer Fundraising-Strategie.

Die Überwachung und Bewertung ist entscheidend für den Erfolg einer Fundraising-Aktivität. Zunehmend erwarten Geldgeber:innen und Spender:innen, dass Organisationen

zeigen, dass sie in der Lage sind, Aktivitäten zu planen und durchzuführen, indem sie aus vergangenen Erfolgen und Fehlern lernen und ihre Wirksamkeit verbessern.

Um die Wirksamkeit des Fundraisings Ihrer Organisation zu verbessern, müssen Sie zunächst verstehen, wo Sie stehen. Es gibt eine Reihe von Techniken und Methoden, die verwendet werden können, um die Wirksamkeit einer Fundraising-Strategie zu messen, Stärken und Schwächen aufzuzeigen und Möglichkeiten zu finden, eine größere Wirkung zu erzielen.

Die Bewertung der Fundraising-Leistung einer Organisation ist nicht nur etwas, das intern vom Management genutzt wird, sondern auch von potenziellen Spender:innen, die Organisationen unterstützen.

Gute Fundraiser:innen sollte darauf hinarbeiten, die folgenden Fragen beantworten zu können::

- Wie wirksam ist unser Fundraising?
- Wie schneiden wir im Vergleich zu anderen Organisationen ab?
- Haben wir ein gutes Kosten-Nutzen-Verhältnis?
- Wie viel geben wir für jeden gesammelten Euro aus?
- Wie hoch ist die Rendite für verschiedene Fundraising-Einnahmeströme?

Es ist auch sehr wichtig, die Wirksamkeit Ihrer Fundraising-Strategie mit einer Bestandsaufnahme zu beginnen:

- Fundraising-Vermögenswerte (listen Sie sie auf)
- Fundraising-Ergebnisse (analysieren Sie sie)
- Fundraising-Analyse mittels SWOT ("strengths, weaknesses, opportunities, threats" = Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken)
- Fundraising-Audit (entwickeln Sie ein Fundraising-Audit)





Erlangte Kompetenz:

- Sie erlernen, Ihre aktuellen Evaluierungsmethoden von Fundraising-Strategien zu optimieren und neue und wirksame Ansätze zu formulieren.
- Sie erlangen F\u00e4higkeiten, Ihre Fundraising-Aktivit\u00e4ten erfolgreich auf neue M\u00e4rkte in Europa auszuweiten.
- Sie werden in der Lage sein, den Grad der Wirksamkeit einer Fundraising-Kampagne aufzuzeigen und zu beurteilen, wie eine Fundraising-Strategie und Fundraising-Aktivitäten verwaltet werden, um die Evaluierungsindikatoren zu erfüllen.

Lernziele:

- Verstehen, warum die Evaluierung ein zentraler Bestandteil der Fundraising-Strategie einer gemeinnützigen Organisation ist;
- die Aufgaben verstehen, die erforderlich sind, um die Wirksamkeit einer Fundraising-Strategie zu überwachen
- beurteilen, wie gut eine Fundraising-Strategie durchgeführt wird;
- die wichtigsten Schritte zu definieren, um den Plan und die Ergebnisse Ihrer Fundraising-Kampagne zu beurteilen und zu bewerten
- die wichtigsten Konzepte zur Bewertung einer Fundraising-Kampagne ermitteln

Schlüsselwörter:

- Monitoring
- Evaluierung
- Methoden
- Ergebnisse
- Förderung
- Risiko
- Finanzen
- Möglichkeiten
- Bewertung

Hashtag der Lektion: #FundraisingEffectiveness

Voraussichtliche Dauer: 6 Stunden