

01/2015

Fundraising

Was verbirgt sich dahinter?
Die gos stellt Fragen an Claudia Wilke.

Frag, wenn Fragen dich bewegen!

Befragungen von Freiwilligen und Mitarbeitenden entwickeln sich zu einem gos-Arbeitsfeld

Einfache Sprache

Neben der Leichten Sprache gibt es einen Standard für Einfache Sprache

Kundenrückmeldungen zur Arbeit der gos

Wir messen die Zufriedenheit unserer Kunden und reden darüber

Fundraising

Die gos bietet Beratung zum Aufbau von Fundraising an und arbeitet dabei mit Claudia Wilke zusammen. Sie ist Betriebswirtin und seit Mitte April 2015 Fundraisingmanagerin, mit einem Abschluss an der Fundraisingakademie in Frankfurt am Main. Aktuell ist sie hauptamtlich bei der AWO im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Fördermittelmanagement tätig. Seit der Jugendzeit ist Claudia Wilke ehrenamtlich in verschiedenen sozialen Bereichen, in Gremien und in Projekten engagiert.

Mit nachfolgendem Interview stellen wir ihr Verständnis des Fundraising vor.

Können Sie Fundraising leicht verständlich erklären?

Wenn ich das Wort Fundraising im Freundeskreis benutze, so bekomme ich oft die Rückmeldung sage doch gleich ‚Geld beschaffen‘ oder noch schlimmer ‚Geld aus der Tasche ziehen‘. Inzwischen kann ich leicht einen Gesprächsfaden spinnen, der mein Gegenüber ins Staunen und oft auch ins Nachdenken versetzt.

Die Definition des Fundraising von Henry A. Rosso, dem Gründer der Fundraising School (Universität in Indianapolis, USA) ist hierbei für mich immer ein schöner Einstieg: „Die schöne Kunst, Freude am Geben zu lehren“.

Im Fundraising geht es um viel mehr als um Geld, es geht um Beziehungen zu Menschen. Diese müssen strukturiert, aufgebaut und gepflegt werden. Im Fundraising wird bei den Menschen das Gefühl geweckt, mit dabei sein zu wollen, und somit eine Verbesserung herbeizuführen. Das kann z.B. die ambulante Hospizarbeit im kleinen Verein sein, aber ebenso das Engagement für eine große Hilfsorganisation.

Und auf den Wunsch, mit dabei sein zu wollen, folgen konkrete Vorschläge, die je nach Zielgruppenorientierung formuliert werden. Die Beteiligungsmöglichkeiten sind vielfältig.

Kai Dörfner hat eine sehr authentische und leicht verständliche Definition in seinem Fundraising – Knigge zum Unterschied von Spendeneinwerbung und Fundraising formuliert. Der Unterschied zwischen Spendenwerbung und Fundraising ist so ähnlich wie der Unterschied zwischen dem Essen in einer Armenspeisung und dem sozialarbeiterisch betreuten und mit einem Hilfeplan strukturierten Leben in einem Haus für Wohnungslose.

Fundraising und AWO, ist das nicht wie Betteln und solide Wirtschaften?

Warum sollte sich die AWO um Fundraising bemühen?

Das Leistungsspektrum wird durch öffentliche Gelder finanziert. Die Verhandlungen in den letzten Jahren haben gezeigt, dass die Kostenträger immer härter verhandeln und die Zuweisungen immer geringer ausfallen. Die Finanzierung über Dritte ist und wird eine wichtige Säule. Fundraising ist kein Bereich, den man mal schnell einrichtet. Häufig wird ein Fundraiser eingestellt und soll gleich das große Geld bringen. Fundraising in der Organisation ist ein Prozess, der Studien zufolge erst nach 2- 3 Jahren - je nach Entwicklungsstand der Organisation - Früchte trägt.

Wenn Fundraising Investitionen voraussetzt, Ressourcen bindet, warum sollten die AWO-Unternehmen sich dafür interessieren?

Fundraising ist für Non-Profit-Organisationen ein wichtiger Schritt in Richtung Unabhängigkeit gegenüber Kostenträgern und schafft Planungssicherheit. Zudem haben die Organisationen häufig Potenziale, die schon in ihren Strukturen, in ihren Angeboten vorhanden sind. Diese heißt es zu nutzen und zu aktivieren. Viele sind nach den ersten Analysen überrascht, welche Möglichkeiten vorhanden sind. Erfolgreiches und professionelles Fundraising ist die Basis zur Gewinnung von Freunden und Förderern und somit ein wichtiges Standbein für die Mitgliedererwerbung.

Der direkte Draht zum Erfolg.

Wie können Sie die AWO Gliederungen und Unternehmen unterstützen?

Im ersten Schritt gilt es eine IST-Analyse zu machen. Wie weit sind die Voraussetzungen für Fundraising in der Organisation gegeben. Welche Kommunikationskanäle sind vorhanden und können genutzt werden. Welche Zielgruppen werden durch die Organisation bedient und können in das Fundraising eingesetzt werden. Gibt es schon Spendenmarketing und Sponsoring? Wie kann der Ausbau erfolgen? Das was aktuell da ist, wird analysiert. Dann werden Empfehlungen und Vorschläge entwickelt. Bisher konnte ich gemeinnützige Organisationen aus den Bereichen Hospizarbeit, Tierschutz, Kultur (Museen) und natürlich der Wohlfahrtspflege unterstützen.

Es macht mir einfach Spaß und Freude mit Menschen zusammen Entwicklungen herbeizuführen. Gemeinsam etwas zu schaffen, damit wir weiter unseren Auftrag, diese Welt lebenswerter zu gestalten, erfüllen können.

Am Thema und/oder an Beratung Interessierte können sich gerne wenden an

Christiane.Schoenknecht@awo.org oder

Ullrich.Wittenius@awo.org

Frag, wenn Fragen dich bewegen!

Befragungen von Freiwilligen und Mitarbeitenden werden zunehmend nachgefragt und entwickeln sich zu einem gos-Arbeitsfeld.

Seit vielen Jahren entwickelt die gos zu unterschiedlichen Themenbereichen Befragungs- und Analyseinstrumente wie z.B. Bestandserhebungen, Fokusgespräche, Verbands- und Unternehmensentwicklungsanalysen. So verfügen wir einerseits aus unseren QM-Projekten in den Bereichen Kinder-, Jugend- und Familienhilfe, Seniorenarbeit und Altenhilfe, Teilhabe und Behindertenhilfe sowie Verbandsarbeit über Kundenbefragungsinstrumente. Andererseits können wir Auswertungen und Berichte auf der Grundlage von Vergleichsdaten aus durchgeführten Be-

fragungen und Untersuchungen auf den Ebenen von Einrichtungen, Unternehmen und Verbandsgliederungen fertigen. Unser Repertoire erstreckt sich hierbei von der Befragung von unmittelbaren Kunden (Bewohner/innen, Kinder, Betreute) über unmittelbare Kunden (Angehörige, Eltern, Beteiligte) bis zu interessierten Parteien.

Für den Bundesverband und die Trägerorganisationen von Bundesfreiwilligendienst (BFD) und Freiwilligem Sozialen Jahr (FSJ) werten wir seit drei Jahren die Freiwilligenbefragung aus und berichten über den Entwicklungsverläufe. Verbände außerhalb der AWO fragen ebenfalls inzwischen diese Dienstleistungen nach.

Befragungen stellen gerade im Bereich der personennahen Dienstleistungen ein zentrales Instrument der Bewertung und Darlegung von Wirkungen erbrachter Leistungen dar. Insofern werden diese gerade angesichts der verstärkten Nachfrage nach Wirkungsorientierung in der Sozialen Arbeit weiter an Bedeutung gewinnen.

Ansprechpartner hierzu sind

Christiane.Schoenknecht@awo.org oder
Ullrich.Wittenius@awo.org

Einfache Sprache

Im letzten Praxisbrief haben wir über das AWO-Büro für Leichte, das inzwischen bei der gos angesiedelt ist, berichtet. Neben der Leichten Sprache gibt es auch einen Standard für Einfache Sprache, über den wir heute berichten möchten.

Wissenschaftliche Studien belegen: Viele Menschen in Deutschland haben nur geringe Lese- und Schreibfähigkeiten. Die Universität Hamburg stellte 2011 in einer Studie zur Lesefähigkeit von Erwachsenen im erwerbsmäßigen Alter fest, das 14,5 % der Befragten nur begrenzte schriftsprachliche Fähigkeiten besitzen und aus diesem Grund das Lesen und Schreiben eher vermeiden. Eine Studie der OECD im Jahr 2013 hat die Ergebnisse bestätigt: In Deutschland sind 17,5 % der erwerbsfähigen Menschen maximal in der Lage, kurze Texte mit einfachem Vokabular zu lesen und in stark begrenztem Maße Informationen zu entnehmen. Das Ziel von Einfacher Sprache ist es, Texte so verständlich und lesbar zu gestalten, dass sie von dieser Zielgruppe verstanden werden können.

Das ist aber auch für andere Leser/innen von Vorteil. Vor allem Fachtexte, Verträge oder Leistungsbeschreibungen, Informationen zu Wahlen oder Medikamenten widersprechen oftmals dem Ziel der Lesbarkeit und Verständlichkeit. Die Texte enthalten lange Schachtelsätze, Fach- und Fremdwörter sowie eine unübersichtliche Textgliederung. Es gibt verschiedene Verständlichkeitsmodelle, die belegen, dass auch komplizierte Inhalte von mehr Leserinnen und Lesern

besser verstanden werden, wenn die Inhalte nach bestimmten Merkmalen geschrieben und gestaltet werden.

Leichte Sprache dagegen ist ein Konzept für Textverständlichkeit, das gemeinsam mit Menschen mit Lernschwierigkeiten bzw. mit geistiger Behinderung entwickelt wurde. Einfache Sprache dient zwar ebenfalls der Lesbarkeit und Textverständlichkeit von Texten. Der Anspruch an einen Text in Einfacher Sprache unterscheidet sich aber von dem Anspruch an Leichte Sprache. So gibt es weniger Vorgaben und keine verbindlichen Regeln für die Schreibweise und Textgestaltung. Texte in Einfacher Sprache können beispielsweise über zwei Zeilen gehen, Fach- und Fremdwörter bleiben erhalten und werden ggf. erklärt, der Text wird übersichtlich gegliedert. Eine regelhafte Überprüfung aller Texte ist nicht zwingend erforderlich. Texte in Einfacher Sprache richten sich an alle Menschen, die gut lesbare und verständliche Texte vorziehen, um sich zu informieren. Vor diesem Hintergrund muss von einem hohen Bedarf an Übersetzungen von Informationen, Konzepten, Bescheiden, Gesetzestexten etc. in der Sozialen Arbeit, im kulturellen Bereich sowie zu politischen Themen ausgegangen werden. Lebensqualität, Anerkennung und Bildungszuwachs für Nutzer/innen sowie eine bessere Erreichbarkeit der Zielgruppen bzw. die Erschließung neuer Zielgruppen sind wesentliche Vorteile bei der Umsetzung von Barrierefreiheit in der Schriftsprache.

Gerne beraten wir Sie zu diesem Thema. Wenden Sie sich bitte an Nadine.Ruestow@awo.org

Kundenrückmeldungen zur Arbeit der gos

Wir messen die Zufriedenheit unserer Kunden und reden darüber.

Etwa 200 Teilnehmende haben sich zwischen Juli 2013 und Juni 2014 an den Zufriedenheitsbefragungen nach Inhouse-Fortbildungsveranstaltungen, Klausurtagungen und teambezogenen Beratungsleistungen der gos beteiligt. Im Gesamtzuschnitt ergeben sich hieraus Bewertungen bezogen auf die Zufriedenheit mit der Referentenleistung, mit der Veranstaltungsorganisation, mit dem Veranstaltungsort und eine Aussage zur Weiterempfehlung der Veranstaltung.

Die Zustimmungswerte liegen durchweg bezogen auf alle Aspekte bei über 80 %.

Zusammenfassung	Organisation	Referent	Tagungsstätte	Weiterempfehlung
Punkte	2,5	2,5	2,5	2,5
% Zustimmung	83,5	84,0	83,3	82,3

Tabelle Gesamtergebnis aus Kundenrückmeldungen (zusammengefasst)

Die Zufriedenheit mit dem von der gos eingesetzten Personal liegt mit 84 % an der Spitze in der Gesamtbetrachtung. Der höchste Zustimmungswert wurde dabei wiederum ermittelt hinsichtlich der Aussage „Der/die Dozent/-in verfügt über hohe Fachkompetenz“ (94,2 %).

Die Zufriedenheit mit den Referenten war in den Fortbildungen für interne Auditoren mit 85,7% am höchsten. Diese Veranstaltungen erfreuen sich inzwischen einer zunehmenden Nachfrage.

Art	Datum	Zustimmung			
		Organisation	Referent	Tagungsort	Empfehlung
IA 1	Okt. 13	94,4	89,9	91,0	87,5
IA 1	Okt. 13	88,3	89,2	74,8	90,0
IA 1	Feb. 14	90,8	90,3	98,5	93,3
IA 2	Apr. 14	79,5	68,6	57,1	62,5
IA 2	Apr. 14	76,4	80,3	96,1	83,3
IA 1	Mai. 14	78,2	77,2	88,2	66,7
IA 1	Mai. 14	100,0	100,0	82,2	100,0
IA 1	Mai. 14	81,3	90,0	86,4	87,5

Tabelle Kundenrückmeldungen zu Fortbildungen „Interne Audits“

Die gos wertet diese Gesamtergebnisse als Hinweis auf die Erbringung auftragsgerechter Dienstleistungen im Bereich der Fortbildung und teambezogenen Beratung. Im Einzelfall wurden jedoch durchaus auch Verbesserungsaspekte angezeigt, die in den ständigen Weiterentwicklungsprozess aufgenommen wurden.

Informationen zum Fortbildungsangebot der gos finden Sie hier:

<http://www.gos-organisationsberatung.de/taetigkeitsfelder/fortbildung.html>

Ihr gos-Team

IMPRESSUM

gos praxisbrief • Ausgabe 01/2015

gos Gesellschaft für Organisationsberatung in der Sozialen Arbeit mbH

Geschäftsstelle: Blücherstraße 62/63 • 10961 Berlin •

Verantwortlich für den Inhalt: Ullrich Wittenius