

Auch für die Selbsthilfe werden die öffentlichen Gelder immer knapper. Daher ist es für Organisationen/Selbsthilfegruppen zunehmend wichtig, Spendengelder einzuwerben, um ihre Arbeit und Projekte finanzieren zu können. Das muss gut überlegt und konzeptioniert sein, man muss ein paar Grundregeln beachten und ein gutes Konzept haben. Hier die wichtigsten Fragen und Antworten zum Fundraising:

Wollen wir das überhaupt?

Wichtig ist zuallererst, die Bereitschaft in der Gruppe „abzuklopfen“, ob eine Finanzierung der Arbeit durch private Geldgeber überhaupt erwünscht, ob eine Bereitschaft dafür vorhanden ist.

Wer macht's?

Jemand aus der Selbsthilfegruppe sollte sich für Fundraising zuständig fühlen, sich „kümmern“. Er ist der Ansprechpartner für Unternehmen und andere Förderer, die die Gruppe unterstützen möchten.

Können wir es allein machen?

Geklärt werden muss auch, ob die Selbsthilfegruppe unorganisiert oder ein Verein ist und selbst aktiv werden kann oder ob sie in freier oder öffentlicher Trägerschaft ist und daher das Fundraising nur über diesen Träger abwickeln kann.

Um was geht's konkret?

Es ist schwierig, für die Arbeit einer Selbsthilfegruppe generell Geld einzuwerben. Leichter wird es, wenn es spezielle Projekte gibt. Die Überlegungen sollten also lauten:

Welches Projekt möchten wir gefördert haben?

Dazu sollten eine möglichst konkrete Projektbeschreibung angefertigt und folgende Fragen beantwortet werden:

- Was für ein Projekt ist es genau?
- Warum ist dieses Projekt wichtig für unsere Selbsthilfegruppe?
- Welchen Nutzen hat es für unsere soziale Arbeit?
- Welchen konkreten Nutzen hat es für die Besucher der Selbsthilfegruppe?
- Welchen Nutzen hat es für die Gesellschaft?
- Was kostet das genau oder welche Sachmittel brauchen wir dafür?
Eine möglichst genaue Kostenaufstellung oder Sachmittelbeschreibung ist wichtig.

Und:

- Wann soll es starten und wie lange soll es dauern?

Wer könnte fördern?

Bei der Suche nach Förderern sind diese Aspekte hilfreich: Wer kennt wen? Alle Kontakte der Selbsthilfegruppen-Mitglieder (Unternehmen, Ärzte, Nachbarschaft, thematisch verwandte Organisationen usw.) sind wertvoll und sollten gesammelt werden. Unternehmen aus dem Stadtteil sind interessant, weil sie einen regionalen, vielleicht sogar persönlichen Bezug zur Gruppe haben – etwa wenn Mitarbeitende Besucher der Selbsthilfegruppe sind oder Angehörige oder Freunde von Besuchern. Interessant sein können aber auch Stiftungen (zum Beispiel Bürgerstiftungen).

Wichtig für Förderer ist nicht nur ein Konzept, sondern auch eine gute Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Organisation/Selbsthilfegruppe (siehe auch PR-Leitfaden auf dieser Website).

Wie fangen wir es an?

Sinnvoll ist es, vorher zu recherchieren, was potentielle Förderer überhaupt fördern oder wofür sie sich einsetzen (Internet). Die Ansprache sollte wenn möglich zunächst telefonisch, dann schriftlich erfolgen – Grundlage ist die oben genannte Projektbeschreibung.

Die Zusammenarbeit

Eine Zusammenarbeit mit einem Förderer sollte schriftlich fixiert werden, damit klar ist, was beide Seiten an „Hausaufgaben“ und welchen Nutzen sie davon haben.

- Was gibt uns der Förderer? (Geld? Sachmittel? Wie viel? Welche?)
- Was hat der Förderer von einer solchen Zusammenarbeit? (Imagegewinn?)
- Was können wir ihm anbieten? (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, in der er erwähnt wird? Projektberichte? Nennung bei Veranstaltungen?)

Gute Freunde sollte man sich warm halten...

Und wenn's geklappt hat mit einem Förderer: pflegen! Nur ein zufriedener Förderer ist ein guter Förderer. Er freut sich über Einladungen zu Veranstaltungen der Selbsthilfegruppe, über Neuigkeiten aus der Gruppe, über Dankesbriefe, über erschienene Zeitungsartikel – er gehört quasi zur „Gruppe“. Und ist dann vielleicht hin und wieder bereit, auch noch ein anderes Projekt zu unterstützen...

Und was ist mit Sponsoring?

Sponsoring ist die Förderung durch Unternehmen mit einer Gegenleistung der geförderten Organisation. Sponsoren haben zunehmend Interesse an der Förderung der Selbsthilfe. Gerade auch für Sachleistungen sind sie hilfreiche Ansprechpartner (Räume, Computer, Autos, Reisekosten, Referenten, Druckkosten usw.). Beim Sponsoring ist zu beachten, dass die geförderten Organisationen / Selbsthilfegruppen immer eine Gegenleistung erbringen müssen. Dies kann zum Beispiel das Erwähnen in ihrer Pressearbeit und in ihren Publikationen sein.

Regeln für Sponsoring

In Sponsoringverträgen sollten immer Zeiträume der Förderung vereinbart werden, damit sich keine schwer lösbaren Bindungen an den Sponsor ergeben. Sponsorenmittel sollten so eingesetzt werden, dass sie bei plötzlichem Wegfall keine Beeinträchtigung für die Arbeit der Selbsthilfegruppe bedeuten. Der Imagewerbezweck des Sponsors sollte bei allen Gegenleistungen der Selbsthilfegruppen immer deutlich im Hintergrund gegenüber dem zu fördernden Zweck stehen. Weltanschauliche Neutralität und Toleranz sollten immer gewährleistet bleiben. Das Thema/ Profil der Selbsthilfegruppe und der Sponsor sollten zueinander passen (also keine Brauerei für eine Selbsthilfegruppe Anonyme Alkoholiker). Beim Sponsoring müssen ggf. die Träger in den Prozess einbezogen werden.

Gefahren von Sponsoring

Nicht immer läuft Sponsoring problemlos ab. Im Selbsthilfebereich wird in den letzten Jahren besonders das Pharmasponsoring in der Öffentlichkeit kritisch beobachtet. Die BAG SELBSTHILFE und das FORUM im Paritätischen Wohlfahrtsverband haben daher Leitsätze formuliert, die dafür sorgen sollen, beim Sponsoring die Unabhängigkeit und Neutralität der Selbsthilfegruppen zu wahren und so genannte „Monitoring“-Ausschüsse ins Leben gerufen, die das Einhalten dieser Leitsätze kontrollieren.

Tipp: Die Suche nach einem Partner, nicht nach einem Geldgeber unterstreichen. Und nicht beschreiben, was fehlt, sondern besser, was mit einer Unterstützung möglich und machbar wäre!