

Seminar "Fundraising und Social Sponsoring"

Beschreibung, Zielsetzung

Fundraising ist das professionelle Beschaffen von Ressourcen, um z.B. neuartige Projekte im sozialen Bereich durchführen zu können (Beschaffungsmarketing). Dabei geht es nicht immer nur um Geld, sondern auch um Sachmittel oder personelle Ressourcen. Weil sich für unbekannte Projekte keine Unterstützer finden lassen, ist Öffentlichkeitsarbeit häufig eine Grundbedingung für erfolgreiches Fundraising.

Sponsoring ist ein Teil von Fundraising. Es zeichnet sich dadurch aus, daß hier Gegenleistungen erbracht werden. Das "Geschäft auf Gegenseitigkeit" ist von vornherein so konzipiert.

Im Rahmen dieses Seminars setzen wir uns umfassend mit der Thematik auseinander. Auf der Basis theoretischer Grundlagen und praktischer Erfahrungen erarbeiten Sie Umsetzungsmöglichkeiten für Ihr Handlungsfeld.

Inhalte

- Grundlagen des Fundraising, Arbeitsschwerpunkte des Fundraising
- Methodik des Fundraising
- Quellen und Arten von Ressourcen
- Die Fundraising-Konzeption
- Fundraising aus der Sicht der Fundgiver
- Ideenbörse
- Grundlagen des Sponsoring
- Sponsoring als Marketinginstrument
- Leistung und Gegenleistung
- Wer kommt für Social Sponsoring in Frage?
- Welche Formen des Sponsoring gibt es?
- Die Phasen der Sponsoring-Partnerschaft
- Steuerliche und rechtliche Aspekte im Überblick
- Konzeption und Umsetzung von Sponsoringmaßnahmen

Methoden

Vortrag, Diskussion, Gruppenarbeiten