

Kolping-Bildungswerk und Kolping-Akademie NRW

Das Kolping-Bildungswerk ist ein Teil des weltweiten Kolpingwerkes, das heute mit rund 450.000 Mitgliedern in 50 Ländern der Erde auf allen Kontinenten vertreten ist.

Allen Einrichtungen gemeinsam ist der programmatische Anspruch ihrer Arbeit, den Adolph Kolping (1813-1865) schon vor 150 Jahren mit der Gründung des ersten Gesellenvereins formuliert hat:

Im Mittelpunkt unserer Arbeit steht der Mensch.

Eine Leitlinie, die auch die Aufgaben der Kolping-Akademie NRW und der Kolping-Bildungswerke prägt. Unter Bildung verstehen wir einen den ganzen Menschen umfassenden lebenslangen Prozess, der den Menschen befähigen soll, über die eigene persönliche Entfaltung hinaus zu einer aktiven Teilhabe am sozialen, politischen und wirtschaftlichen Leben zu gelangen.

Entsprechend vielfältig ist das Programm im Bereich der Jugend- und Erwachsenenbildung, das von berufsvorbereitenden Maßnahmen für benachteiligte Jugendliche über Angebote der beruflichen Weiterbildung für Erwachsene bis zu Seminaren für die Managementebene reicht.

Speziell auf die Programme der beruflichen Weiterbildung für Erwachsene konzentriert sich die Arbeit der Kolping-Akademie NRW. Ziel der Kolping-Akademie ist es, bereits im Beruf stehende Interessenten auf die Übernahme von Führungspositionen vorzubereiten.

An ihren jeweiligen Abteilungen in Nordrhein-Westfalen: Aachen, Essen, Köln, Münster und Paderborn werden Managementtechniken und Führungsverhalten auf der Basis ethischer Grundwerte vermittelt.



Kolping-Bildungswerk Diözesanverband Köln e.V.

Präses-Richter-Platz 1a
51065 Köln

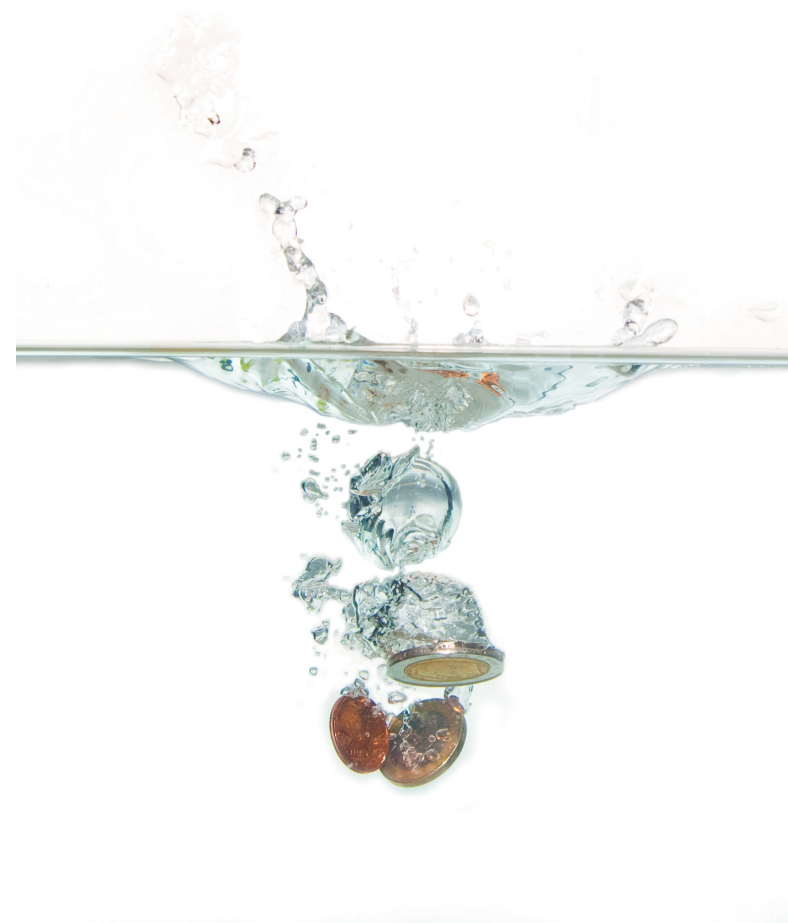
Ansprechpartnerin: Barbara Heikamp

Tel.: 0221 28395 -17 (Durchwahl)
0221 28395 -12 (Sekretariat)
0221 28395 -0 (Zentrale)

Fax: 0221 28395 -29

E-Mail: barbara.heikamp@kbw-koeln.de

Internet: www.kbw-koeln.de
www.kolpingakademie.de



Fundraiser/-in im Erziehungswesen (KA)
Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen

Foto: Martin Müller / pixelrode

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen

Knappe Haushaltsmittel und eine drastische Sparpolitik sind häufig die Themen, mit denen sich gemeinnützige Organisationen auseinandersetzen und konfrontieren müssen. In diesen Zeiten entdecken viele Non-Profit-Einrichtungen die Möglichkeiten und Chancen des Fundraising.

Dabei versteht man unter Fundraising eine Variante des Marketings, mit deren Hilfe Organisationen Mittel sowie Unterstützer, Förderer und Interessenten für die eigene Sache gewinnen können.

Profil des Lehrgangs

Dieser Lehrgang bietet den optimalen Einstieg für Mitarbeiter / innen in pädagogischen Institutionen, wie beispielsweise Kindertagesstätten, Familienzentren und Schulen, in die grundlegenden Fundraiserzusammenhänge.

Die Studienteilnehmer / innen erlernen, dass beim Fundraising, dem Gewinnen von Spenden und Sponsoren, nicht nur das Geld im Vordergrund steht, sondern auch andere Ressourcen für Organisationen im Erziehungswesen wichtig sein können.

Sachmittel, freiwillige kostenlose Arbeit, Dienstleistungen, Netzwerke und soziale Kontakte, persönliche und emotionale Unterstützung sind ebenfalls wesentliche Faktoren bei der Realisierung von Fundraising-Projekten.

Dabei gibt es verschiedene Möglichkeiten, Fundraising zu betreiben: wichtig ist, dass die verschiedenen Formen des Fundraising sich in der richtigen Form an potentielle Förderer wenden, die Ansprache stimmt, damit die Fundraisingaktionen nicht ins Leere laufen.

Fundraising will als ein projektorientierter Gestaltungsprozess begriffen werden, der unbedingtes Engagement, Geduld und Beharrlichkeit sowie Kommunikationsfähigkeit voraussetzt.

Methoden

In Lehrgesprächen, Diskussionen, Rollenspielen und vielen praktischen Aufgaben werden die Inhalte eines erfolgreichen Fundraising erarbeitet und verdeutlicht. Der Lehrgang schließt mit einem in Kleingruppen erarbeiteten Fundraising-Projekt ab.

Lehrgangsinhalte

- 1 Grundlagen des Sozialmarketings
 - 1.1 Strategisches Marketing und Vorfeldanalyse
 - 1.2 Taktisches Marketing
 - 1.3 Einordnung des Fundraising in das Gesamtmarketing
- 2 Rechtliche Grundlagen des Fundraising
 - 2.1 Gemeinnützigkeitsrecht
 - 2.2 Steuerrecht
 - 2.3 Erbrecht
 - 2.4 Stiftungsrecht
 - 2.5 Wettbewerbsrecht
 - 2.6 Urheberrecht
 - 2.7 Werberecht
 - 2.8 Vertragsrecht
- 3 Grundlagen der strategischen Kommunikation
 - 3.1 Kommunikationsstrategie
 - 3.2 Copy-Strategie
 - 3.3 Corporate-Identity
 - 3.4 Kommunikationsträgerstrategie
 - 3.5 Kommunikationsmittelstrategie
- 4 Ausgewählte Instrumente der Kommunikation
 - 4.1 Grundlagen PR
 - 4.2 Grundlagen Dialogmarketing
 - 4.3 Grundlagen Online-Kommunikation
- 5 Fundraising Konzeption und Realisation
 - 5.1 Fundraising-Organisation
 - 5.2 Organisatorische Voraussetzungen
 - 5.3 Integration des Fundraising in die Aufbau- und Ablauforganisation

- 6 Strategien des Fundraising
 - 6.1 Konzeptioneller Aufbau
 - 6.2 Umfeldanalyse
 - 6.3 Positionierung
- 7 Methoden des Fundraising
 - 7.1 Sponsoring
 - 7.2 Spendenakquisition
 - 7.3 Bußgeldmanagement
 - 7.4 Erbschaftsmanagement
- 8 Umsetzung
 - 8.1 Integration des Dialogmarketing (Telefonmarketing, Formulierung von Spendenbriefen, E-Mail und Newsletter, Mobil-Marketing)
 - 8.2 Integration der PR (Umgang mit Medien, Aufbau einer Pressemappe und eines Presseverteilers, Integration von Spendern und Sponsoren in die PR, Krisen-PR)
- 9 Entwicklung eines kompletten Fundraising-Konzeptes (Abschlussarbeit)

An einem konkreten Fall wird von den Teilnehmern / innen mit Unterstützung der Dozenten ein Gesamtkonzept erarbeitet.

Seminardetails

- Lehrgangsdauer: - insgesamt 180 Unterrichtsstunden
- Zeitraum: - 6 Monate, freitags von 17.00 - 21.00 Uhr / samstags von 09.00 - 16.00 Uhr
- Kosten: - 1.620,- € oder monatlich 270,- €
- Unterrichtsort: - Caritas-Akademie Köln-Hohenlind Werthmannstr. 1a 50935 Köln