


Fundraising 

REFLEKS 2011

FUNDRAISING

Torben Stenstrup
stenstrup@adr.dk
Tlf. 30 34 46 20




Fundraising 

Når ting balancerer...



Bidragsgiver Bidragmodtager




Fundraising 

Det hele handler om...


- **Mennesker** giver til **Mennesker**, som spørger på vegne af andre **Mennesker**, der har brug for hjælp: **Mennesker** giver ikke til organisationer..
- Fundraising handler om kommunikation




Fundraising 

Helt ind til benet...


- Ansøgningen skal være individuelt udformet
- Der skal være en mening med projektet
- Det samme projekt kan vinkles til forskellige ansøgere
- Det tager tid at søge om penge
- Tænk positivt og vis styrker




Fundraising 

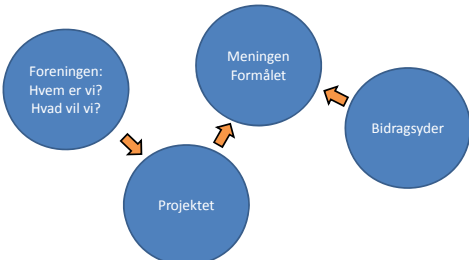
Helt ind til benet...

- Sammenhæng mellem mål og midler
- Hvad støtter fonden?
- En fondsansøgning er en kontrakt
- Søg i flere omgange
- Brug jeres netværk
- Vær professionel selvom du er frivillig




Fundraising 

Hul igennem...



```
graph TD; A((Foreningen: Hvem er vi? Hvad vil vi?)) --> B((Projektet)); B --> C((Meningen Formålet)); D((Bidragsyder)) --> C;
```



Foreningen har et behov og en virkelighed...

Fundraising 



Stenstrup


Udvikling af foreningen

Fundraising 



Stenstrup

Nye partnerskaber

Fundraising 



Stenstrup

Kommunen har et behov og en virkelighed


Fundraising 




Borgere Byråd Økonomiudvalg
Medarbejdere Virksomheder Arbejdsmarkedsudvalget
Direktion Kulturudvalget
Ejendomsudvalget Teknisk udvalg Børne- og Ungeudvalget
Lokaldemokratiudvalget Børneudvalget
Sundhedsudvalget Omsorgsudvalget




Hvordan kan foreningerne skabe værdi, der rækker udover deres egne aktiviteter?

Fundraising 





DUF's Analyse

Fundraising 

Tre Scenarier:


- Det offentlige scenarium
- Markedscenariet
- Reservat- eller Foreningsscenariet




Fundraising 

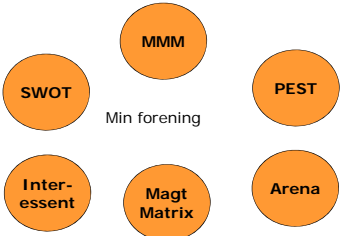
Foreningens Udviklingsstrategi

- Vi er med på alt det nye...
- Vi har kendte metoder – vi vil satse på nye målgrupper, nye medlemmer...
- Vi hører til i dette geografiske område – vi vil satse på nye aktiviteter...
- Vi er gode til at få vores synspunkter hørt – vi samarbejder med nogen der kæmper for en god sag...





Fundraising 

Strategisk Analyse



Min forening




Fundraising 


Mental Model Map

Aspekt	Nuv. Mental Model	Oprindelse	Ny situation?	Ny Mental Model
Elever	Elever er råmateriale sendt i skole af deres forældre for at lære noget	Fabriks-tanke fra industrialisering	Læringsmiljø	Egenudvikling, viden, færdigheder, sjovt, hjælper andre
Lærere	Har en faglig viden om et fag og skal overføre denne viden til elever. Måles på elevers karakterer	Specialist, underviser effektivt	Individuelt	Facilliterer som coach. Måles på karakterer og bløde værdier

Undervisningsfabrik -> Læringsmiljø




Kilde: Kolindkuren, Lars Kolind, 2006

Fundraising 

PEST Analyse


Område	Tendenser
Politisk	Sundhed, kommunesammenlægning, globalisering, topstyring, dokumentation
Ekonomisk	Finanskriser, fonde, virksomheder, stram politisk prioritering i kommuner
Sociologisk	Sundhed, indlæringsbehov, stress, kompleksitet i samfundet, små årgange, individualisering, emotioner, oplevelser
Teknologisk	Adgang til Internettet, IT løsninger, SMS, Skype, Google Earth mv.

Kilde: G. Yip, Total Global Strategy, 1995

Fundraising 

Tendenser


- Sundhed og velvære
- Æstetik og kvalitet
- Oplevelsesøkonomi og Storytelling
- Individualitet og Identitet
- Emotioner
- Klima - Miljø
- Samfundsengagement
- Borgerinddragelse

Fundraising 

SWOT Analyse

Styrker Netværk Koncept	Svagheder Medlemsfald Forandring
Muligheder PR Læring Ny rolle	Trusler Tid Tipsmidler

Kilde: S. Tilles, I. Ansoff, Gerry Johnson etc.

Fundraising 

De mange arenaer

Produktion

Social

Marked

Politisk


Videns-
produktion

Visioner
og Tro

Kulturelle

Arkitektur
og Æstetik


Kilde: Kurt Klausen Klausen, Strategisk Ledelse, De mange arenaer, 2004

Fundraising 

Interessent Analyse

Interessent	Interesse	Informationsbehov
Unge	Indflydelse	Nyhedsbrev

Kilde: Flere forskellige R.M. Cyert, J.G. March, I.I. Mitroff, R.E. Freeman etc.

Fundraising 


Interessent Magt Matrix

INTERESSENT MAGT MATRIX

Interesse	Høj	Hold informeret	Nøglespiller
	Lav	Hvis du har tid...	Hold tilfreds
		Lav	Høj


Indflydelse

Kilde: A. Mendelow, Cambridge 1991

Fundraising 


Projektudvikling

Projektagerne




SWOT
Kompetencer
Metoder
Team

Målgruppen





MMM
PEST
Behov
Interesser
Kommunikation

Projektet



Formål
Succeskriterier
Tidsplan
Budget
Aktiviteter
Finansiering
Risiko
Evaluering

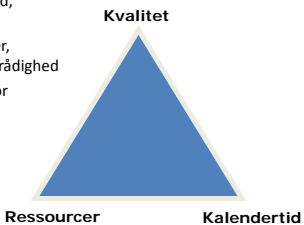



Fundraising 

Projekttrekanten

Størrelsen af et projekt kan tegnes som en trekant

- **Kvalitet** er projektets indhold, formål, omfang osv.
- **Ressourcer** er antal personer, penge, udstyr osv. der er til rådighed
- **Kalendertid** er den dato hvor projektet skal være færdigt.





Fundraising 

Projektbeskrivelse

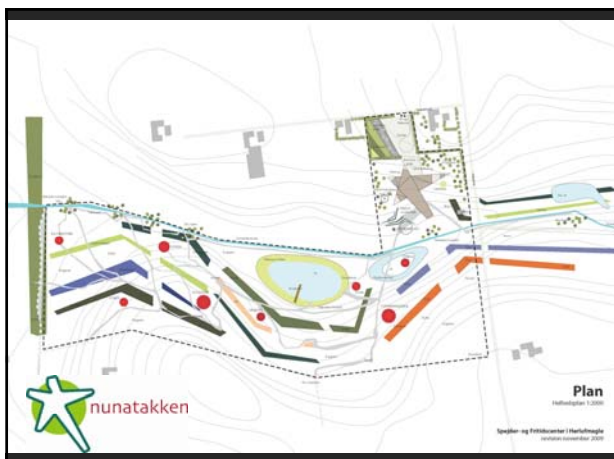
<ul style="list-style-type: none"> • Projektansvarlige • Projektitel • Projektideen kort • Baggrund for projektet • Målgruppen • Formål med projektet • Projekt mål/Succeskriterier • Deltagernes behov • Aktiviteterne i projektet • Metoder og modeller 	<ul style="list-style-type: none"> • Deltagerinvolvering • Levedygtighed/forankring • Milepælsoversigt • Detaljeret tidsplan • Projektbudget • Finansieringsplan • Teamudvikling • Evalueringsplan • Kommunikationsplan
---	--

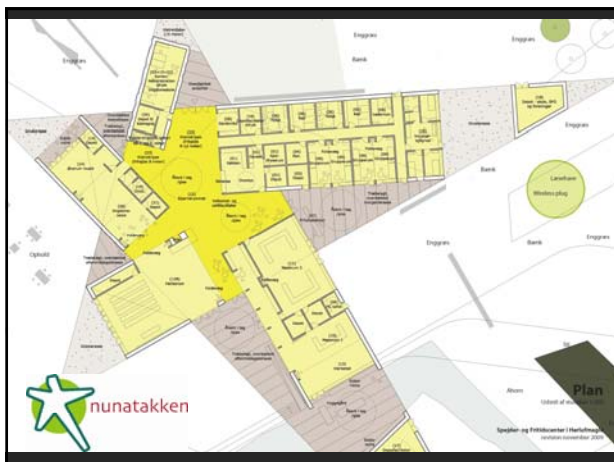












Fundraising **OUF**
OSLO UNIVERSITETS FELLESEIER

Prosjektbeskrivelse

- Selvstændigt dokument - evt. med bilag - der beskriver projektet
- Hermed kun "overskrifter" i selve ansøgningen

Stametrof

Formål

Fundraising



- Hvad er formålet med aktiviteten, projektet, byggeriet, rejsen, materiellet?
- Står initiativet alene, eller indgår det i en sammenhæng?
- Hvad ønsker vi at opnå?



Målgruppe

Fundraising



- Hvem får direkte glæde af projektet? (børn, handicappede, voksne, indvandrere...)
- Hvem får indirekte glæde af projektet?
- Er der sidegevinster?



Projektet i hovedtræk

Fundraising



- Hvad går projektet ud på?
- Hvilket synligt resultat forventer vi?
- Målbare succeskriterier
- Hvordan vil vi bære os ad? - metode



Fundraising 

Forudsætninger

- Tegninger
- Tilladelser
- Kontrakter
- Deltagere
- Risici/afhængigheder for projektet




Fundraising 

Tidsplan


- Forberedelsesfase
- Fundraisingfase
- Tilladelser, tilbud mv.
- Gennemførelse
- Opfølgning



Fundraising 

Ressourcer

- Hvem skal udføre projektet?
- Løn, ulønnet, håndværkere, konsulenter?
- Hvem er ansvarlig?
- Hvad driver os?




Fundraising 

Opstil et budget


- Anlægsbudget
Engangsudgifter (evt. indtægter)
- Driftsbudget
Driftsomkostninger
Driftsindtægter
- Finansieringsomkostninger



Fundraising 

Vigtige detaljer...

- Husk Moms
- Værdien af eget arbejde (evt. tilbud)
- Tilbud, overslag eller rent gæt
- Indregning af naturalieydelse
- Uforudsete omkostninger
- Konsulentonorar mv.



Fundraising 

Finansieringsplan

- Tilskud - opnået
- Tilskud - ansøgt
- Lånefinansiering
- Egenfinansiering
- Ikke finansieret del



Fundraising **OUF**
ORGANISATIONS UNGDOMS FÆLLELSKAB

Budskabet skal frem...

Ide

Ansøgning

Gennemførelse

Fundraising **OUF**
ORGANISATIONS UNGDOMS FÆLLELSKAB

Bidragsgiver

- Fundats/Formål
- Historie
- Værdier
- Aktuel situation/økonomi
- Rolle
- Administratorens værdigrundlag

Fundraising **OUF**
ORGANISATIONS UNGDOMS FÆLLELSKAB

Bidragsmodtager


- Formålsparagraf
- Værdigrundlag
- Aktuel situation
- Persongalleri
- Økonomi (overskud/opsparing)

Fundraising 

Hvad kan man søge om?

- Kontante tilskud
- Lån/garanti
- Materialer
- Mad
- Arbejdskraft
- Rabat




Fundraising 

Hvem er du?


- Hvad kendetegner dig/dit sted?
- Hvad går det hele ud på?
- Hvem er du?
- Hvad vil du?
- Hvem gør du det for?
- Hvorfor gør du det?



Fundraising 

Hvem søger du?

- Hvad kendetegner fonden/puljen/virksomheden?
- Hvad ved du om dem?
- Har de et specielt tema nu?
- Hvad støtter de?



Fundraising



Nøglesætningen

- Lav én sætning, der skaffer beslutningstagerens opmærksomhed
- Heri formidles den energi, magiske kraft og billeder på nethinden, som er "the perfect match" mellem ansøgeren og bidragsyderen.
- Glade børn, lugten af røg, glæden over fællesskab, følelser, bevægelse...



Fundraising



Hvor finder man adresser?

- Opslagsværk
- Aviser
- Magasiner
- Netværk
- Internettet
- Regnskaber
- Succeshistorier



Fundraising



Store fonde

- A.P. Møller og Hustru Chastine McKinney Møllers fond til almene Formaal
- Egmontfonden
- Veluxfonden
- Carlsbergfonden
- Ole Kirks Fond
- Familien Hede Nielsens Fond



Fundraising  **...Store fonde**

- BG Fonden
- Bustrupfonden
- Unidanmarkfonden
- Bodil Pedersen Fonden
- Den Danske Banks Fond
- Ludvig og Sarah Elsass Fond
- Fabrikant Mads Clausens Fond
- Poul Due Jensens Fond



Fundraising  **Hvad er en fond?**

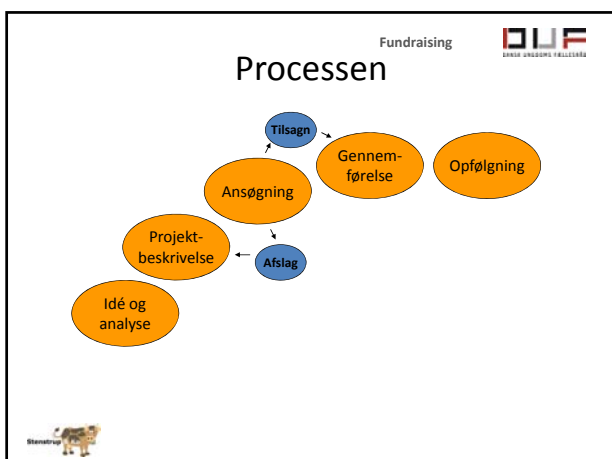
- Fundats (formålsparagraf)
- Selvejende
- Adskilt fra stifter
- Reguleret af Fondsloven (Civilretsdirektoratet)
- Har en bestyrelse
- Har typisk en administrator
- Indtægter fra virksomhed, renter etc.





Fundraising  **Puljer**


- Landdistriktpuljen (Velfærdsministeriet)
- Sociale puljer (Velfærdsministeriet)
- Landdistriktsprogrammet (Fødevaremin.)
- Konto 23.11.02 (Miljøministeriet)
- Lokale miljøinitiativer (Skov og Naturst.)
- Friluftsrådet
- Lokale- og Anlægsfonden
- DUF's InitiativStøtte, Integration, Mellemøst






- Fundraising 
- ## Ansøgningen
- Underskrevet ansøgning (brev)
 - Projektbeskrivelse
 - Budget og finansieringsplan
 - Tegninger, billeder
 - Regnskab, vedtægter mv.
 - Baggrundsviden om ansøger
- Stenstrup


- Fundraising 
- ## Selve ansøgningen
- Hvem søger?
 - Kort beskrivelse af projektet
 - Hvem og hvor mange får glæde af tilskud?
 - Hvad vil vi opnå med projektet?
 - Nøglesætningen!
 - Hvad koster det, eget bidrag?
 - Hvad søger vi om?
- Stenstrup

Fundraising 

Formalia

- Hvem søger?
- Hvem underskriver (tegningsregler)?
- CVR/CPR nummer
- Er projektet påbegyndt?




Fundraising 

Formkrav


- Ansøgningsskema? Ansøgningsfrist?
- Særlige bilag - f.eks. årsregnskab, vedtægter?
- Stavekontrol, sprog og finish!
- De eller du?
- Aldrig CD-rom eller video, men gerne link til hjemmeside
- Aldrig håndskrevne ansøgninger
- Brevpapir med logo



Fundraising 

Gennemførelse

- Hold budgettet!
- Hold tidsplanerne!
- Hold hvad du har lovet!
- Brug tilskuddet på det du har aftalt!
- Vurder om du skal informere vigtige bidragsydere om ændringer



Afslutning

Fundraising



- Aflæggelse af regnskab
- Sammenholdes med budgettet?
- Krav om revision?
- Evaluering
- Krav om afslutningsrapport?
- Send billeder og takkebrev



Må man søge igen?

Fundraising



- JA!
- Undlad rovdrift, men byg langvarige relationer
- Henvi altid til tidligere ansøgninger/tilskud
- Husk at sige tak for tilsagn og send brev når projektet er vel overstået
- Inviter til indvielse
- Tag ud og fortæl
- Husk bidragsydernes logo hvis aftalt



Løftestangsprincippet

Fundraising



- Søg i flere omgang, så allerede opnåede tilskud kan virke som løftestang til mere finansiering.
- De fleste vil gerne støtte en succes der er tæt på at lykkes - frem for en vild luftkastel!
- Opdater budgettet for hver "runde" - men husk at det grundlæggende er samme projekt - du kan ikke aflægge forskellige regnskaber...



Åbent budget

Fundraising



- Sørg for at opdele budgettet i "klumper", som giveren kan forholde sig til
- En bidragsyder kan have lyst til at give et tilskud til en bestemt del, hvis han/hun kan lide projektet



Orden i tingene...

Fundraising



- Vær altid ærlig og redelig
- Hvis du bruger et tilskud til noget andet end det er søgt til, informer da giveren.
- Lav et arkiv og gem altid dine ansøgninger - ellers er det svært at følge op




God vind!

Fundraising



- Skab et slagkraftigt projekt, der kommer en gruppe af mennesker til gavn, og skaber en bedre situation, end før. Brug de strategiske udviklingsværktøjer til at sikre sammenhæng mellem foreningens interne forhold og de udfordringer, omverdenen er optaget af.
- Sørg for at projektet er meningsfyldt og at bidragsyderen let kan forstå formålet og metoderne i projektet. Lav en rigtig god projektbeskrivelse med effektive beskrivelser og et godt flow.
- Mobiliser de frivillige, medlemmerne og ledelsesmedlemmerne i din forening og skab en begejstring over projektet og en tro på, at I kan levere varen og flytte noget sammen.



Fundraising 
God vind!

- Udvælg de fonde og puljer, der bedst passer til projektet og find ud af hvordan du bedst muligt vinkler projektet på en måde, så du viser bidragsyderen at projektet er støtteværdigt.
- Lav en ansøgning, der sidder lige i skabet, og brug løftestangsprincippet til at få flere og flere tilsagn hentet hjem, så du til sidst har hele finansieringen på plads.
- Gennemfør projektet med succes og sørg for at kommunikere projektets resultater til omverdenen.
- Skab langvarige relationer, brug dit netværk og opnå goodwill hos bidragsyderne.
- Gå i gang med det næste projekt...