

10 gode råd om fundraising i foreningslivet

Af Torben Stenstrup, KFUM-Spejder og selvstændig konsulent med fokus på strategisk projektudvikling, projektledelse og fundraising. Mail: stenstrup@adr.dk



Stærkt budskab

Fundraising handler om kommunikation af den gode projektidé overfor en mulig bidragsyder. Når kuverten åbnes har I få minutter – på skrift – til at overbevise læseren om, at her er den gode idé, der fortjener støtte. Derfor skal de væsentligste oplysninger falde først (hvad er det nyskabende?, hvem er målgruppen?, hvorfor søger I os? osv.)

Skab tillid

En bidragsyder giver kun penge til én der er tillid til. Derfor er det vigtigt at forklare på en ordentlig og ydmyg måde, at I kan løfte opgaven med at realisere projektet. Beskriv gerne hvad I allerede har udført, hvad jeres særlige styrker er mv. – så bidragsyderen naturligt oplever, at I er i stand til også at gennemføre det nye projekt. Fjern på samme måde ”støjende” oplysninger i projektet, og erstat det med logiske og klare elementer. Det er f.eks. ”støj”, når der er privatøkonomiske interesser i spil, når ejeren af projektet ikke er et åbent demokratisk set-up, når der er alt for mange ubekendte og risici mv.

Samarbejd med andre

Undersøg hvem der ellers arbejder med projekter, der ligner jeres. Kan I samarbejde om et større projekt? Vær bevidste om, at jeres projektteam ikke nødvendigvis er dygtige til alting – måske kan I ved at samarbejde med andre få styrket projektet på afgørende punkter. Mange kommuner, puljer og fonde vil hellere støtte et nyt samarbejde, frem for enkelt foreninger. Projektets resultater bliver måske større, der er flere til at bære projektet videre på længere sigt, og der spares måske penge til udvikling af ”dybe tallerkener”, der allerede er udviklet af andre...

En ansøgning er en kontrakt

Når I sender jeres ansøgning, og modtager en donation, har I indgået en ”kontrakt” med bidragsyderen. I skal levere projektet fuldstændig, som I har beskrevet det – og til gengæld får I penge til at kunne realisere projektet for. Vær derfor omhyggelig med at få projektets overordnede mål og resultater beskrevet i ansøgningen, og præsentér et realistisk projekt med budget, tidsplan osv. Væsentlige ændringer i ”kontrakten” skal I afklare med bidragsgiveren – I kan ikke bare bruge penge til noget helt andet eller udskyde projektet fem år...

Gå i gang i god tid

Langt de fleste projektmagere skal lige bruge pengene om 14 dage eller to måneder... Meget få bidragsydere tager ”Vi skal bruge penge nu – eller bliver vores projekt ikke til noget” ansøgninger alvorligt. Som regel tager det 1-3 måneder fra man har sendt en ansøgning, til man hører svar, og måske skal ansøgningen lige sendes ind til en bestemt tidsfrist. Sørg derfor altid for at få hele projektet beskrevet i god tid, og sæt mindst ½ - 1 år af til arbejdet med fundraising forud for den dato, hvor projektet skal gå i luften.

Skab et stærkt projekt

Samarbejd med foreningens bestyrelse om at skabe et strategisk og slagkraftigt projekt. Begynd med at kigge på jeres egne styrker og succeser (SWOT analyse), undersøg hvad der er gang i udenfor foreningens klublokale (PEST analyse) og find derefter ud af, hvilket projekt I kan skabe, der både skaber mening og

værdi for jer i foreningen, og samtidig skaber værdi i det omkringliggende samfund. Projektet skal beskrives detaljeret i en projektbeskrivelse, der også indeholder budget, tidsplan osv.

Skriv direkte til en bidragsyder

En standardansøgning i 50 eksemplarer giver ingenting. Hver enkelt ansøgning skal være skrevet målrettet til modtageren. Selvfølgelig kan meget af teksten i en ansøgning genbruges, men sætningerne skal være rettet mod bidragsyderen. Lav derfor en grundig research på bidragsyderen – hvad støtter de?, hvilke værdier er fonden/virksomheden/puljen mv. skabt på? Find ud af hvor I har fælles interesser i jeres projekt (I skaber projektet – bidragsyderen ønsker at et element i projektet fremmes i det danske samfund), og sørg for at ansøgningen tydeligt forklarer hvorfor det er oplagt, at bidragsyderen støtter jeres projekt. På den måde får I mange forskellige vinkler i projektet trukket frem – og dermed kan I søge mange forskellige bidragsydere om penge til det samme projekt. Ansøgningsbrevet er individuelt mens den vedhæftede projektbeskrivelse er ens til alle.

Søg i flere omgange

Send ansøgninger af sted i flere omgange. Hvis I sender 100 ansøgninger og får 100 afslag – er det svært at komme videre. Sender I fem ansøgninger, kan I ændre og forbedre teksten/projektbeskrivelsen inden I sender yderligere fem ansøgninger. På et tidspunkt modtager I et tilsagn om støtte. Nu kan I opdatere budgettet og ansøgningen og sende nye ansøgninger, hvor I skriver, at I allerede har modtaget støtte fra X til projektet. Med tiden stiger procentdelen der allerede er finansieret og ender forhåbentligt på 100% - så I kan komme i gang med at realisere projektet. De første bidrag er de sværest, derefter går det lettere. De fleste vil gerne give det sidste bidrag, hvorefter projektet lige bagefter kan udføres i praksis. Søg derfor gerne de første bidrag fra en offentlig pulje med enkle kriterier, eller fra en lokal/tidligere bidragsyder, hvor I lettere kan få de første bidrag hjem.

Brug jeres netværk

Hvis I kan få en person "indenfor murene" hos en bidragsyder til at fremlægge jeres projektidé, og så selv fremsende en officiel ansøgning, eller få lov til at komme til et møde og præsentere projektet – er I godt kørende. Når bidragsydere inviterer til seminarer eller konferencer mv., er det givet godt ud at deltage, hvis I har et potentielt projekt i støbeskeen. Fortæl til mange i jeres netværk, hvor I har fået penge fra – så fortæller de garanteret også succeshistorier til jer – og der er masser af penge at komme efter, så vær ikke bange for at andre foreningsfolk er konkurrenter.

Vær professionel

Jeres materiale skal se ordentligt ud og være læst ordentligt igennem, før I sender det af sted. Hvis der er flere fra foreningen, der søger om penge – så afklar at I ikke sender to ansøgninger til samme fond oveni hinanden. Vær ærlig omkring projektet og gør jer umage med at skabe de resultater, I har lovet i projektet, og i andre projekter. Med tiden kan I opbygge en goodwill omkring jeres forening og jeres evner til at skabe resultater. Derefter bliver det lettere at søge penge hos de samme bidragsydere, eller hos nye. Hvis I fusker eller opfører jer dumt, går det ikke kun ud over jer, men måske alle andre foreninger i jeres landsorganisation eller alle foreninger i DUF fællesskabet – det er en meget høj pris...

God arbejdslyst!