

Checkliste „Erfolgreiche Gesuche bei Stiftungen“

1. Zieldefinition für Kooperation mit Stiftungen

- Vorgaben aus übergeordneten Instrumenten (Stiftungsurkunde u.a.) beachten
- Inhaltliche Ziele: Welche Zwecke sollen finanziert werden?
- Quantitative Ziele: realistische Einschätzung des Fundraising-Erfolgs, angestrebten Anteil am Gesamtbudget festlegen

2. Eingrenzung der relevanten Stiftungen

- Welche Stiftungszwecke passen zu meiner NPO/meinem Projekt?
- thematisch und inhaltlich
- geographisch
- sozial-gesellschaftlich

3. Suche und Erfassung der relevanten Stiftungen

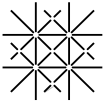
- Nutzung der richtigen Informationsquellen
- Effiziente Suche nach relevanten Stiftungen
- Vorgehensweisen

Informationsquellen:

- Eidgenössisches Handelsregister
 - Alle gemeinnützigen Stiftungen sind registriert
 - Online-Suche möglich (www.zefix.ch)
 - Schwierigkeit: Stiftungszweck nur kostenpflichtig ersichtlich
- Eidgenössische Stiftungsaufsichtsbehörde
 - Alle Stiftungen mit (inter-)nationaler Zweckausrichtung erfasst
 - Online-Suche stark verbessert (www.edi.admin.ch/esv)
 - Zweck wird angegeben
- Sonstige Suchmöglichkeiten:
 - Übersicht zu kantonalen Verzeichnissen: www.ceps.unibas.ch/service
 - Nationales Verzeichnis: www.stiftungenschweiz.ch, www.fundraisio.ch
 - Stiftungsverzeichnis der Caritas beider Basel
- Eigene Datenbank
- Internet allgemein (Google, etc.)

Suchziele:

1. Suche nach völlig unbekanntem Stiftungen
2. Suche nach bekannten Stiftungen, deren Stiftungszweck aber nicht bekannt ist
3. Interne Recherche nach Stiftungen zu einem bestimmten Projekt
4. Interne Recherche nach erfassten, aber noch nicht kontaktierten Stiftungen



4. Erstellung des Gesuchs

- Mündliche Vorabklärung sinnvoll
- Vorgaben beachten!
 - Vorgefertigte Formulare verwenden
 - Formatierungen und Umfang einhalten
 - Falls keine Angaben: Beispielgesuch unter www.swissfoundations.ch
- Vergabeprozess (Abgabetermine beachten bzw. einhalten, Bearbeitungsdauer etc.)

5. Datensicherung und –pflege

- Stiftungen in allgemeiner Datenbank gesondert erfassen
- Spezielle Datenbank zu Stiftungen mit relevanten Informationen
 - Stiftungszweck
 - Gatekeeper und Kontaktperson
 - Ort (Adresse)
 - Laufende und bereits geleistete Unterstützung
 - evtl. feste Termine für Gesuchseinreichung
- Spezielle Datenbank für laufende Gesuche
- Regelmässige Updates

6. Relationship Marketing

- Relationship Marketing bedeutet, Beziehungen
 - aktiv und strukturiert zu pflegen,
 - nutzenorientiert zu gestalten und
 - dynamisch, d.h. langfristig zu betrachten.
- Beziehung auch nach Ende eines Projektes aufrecht erhalten
- Alle kommunizieren: Corporate Behaviour muss stimmen