



13.

norddeutscher  
**FUNDRAISING** tag  
21. + 22. Februar 2018  
in Hamburg

Veranstalter

AGENTUR  
k o | s o



  
Fundraising  
Akademie

## Erbschaftsmarketing: Geben nach dem Leben?

10 Erfolgsfaktoren für das Erbschaftsfundraising  
Monika Willich

## Vermögen in Deutschland

Die Wohlstandsschere geht auseinander, denn einerseits:

- gehören 365.000 Deutsche zu den Vermögens-Millionären
- steigt die Anzahl derer mit überdurchschnittlichem Einkommen
- ist nie zuvor soviel vererbt worden: 2,6 Billionen Euro (bis 2020)
- ist das durchschnittliche Pro-Kopf-Erbe auf 300.000 EUR gestiegen



## Spendenbedarf in Deutschland

und andererseits

- wächst die Anzahl der Menschen in Deutschland, die weniger als die Hälfte des durchschnittlichen Einkommens zur Verfügung haben
- sind in Deutschland und im Ausland zunehmend viele Projekte im sozialen, kulturellen, ökologischen, religiösen, im Bildungs- und Tierschutzbereich auf Spenden angewiesen.



Unser Ziel:

**Wir begeistern Menschen,  
über Lebzeiten hinaus zu helfen!**

Unsere Basis:

- Unterstützung der Organisationsführung
- geeigneter Infrastruktur (Personal, Budget, Datenbank)
- Kommunikation, Marketing
- eigener Erfolgsmessung

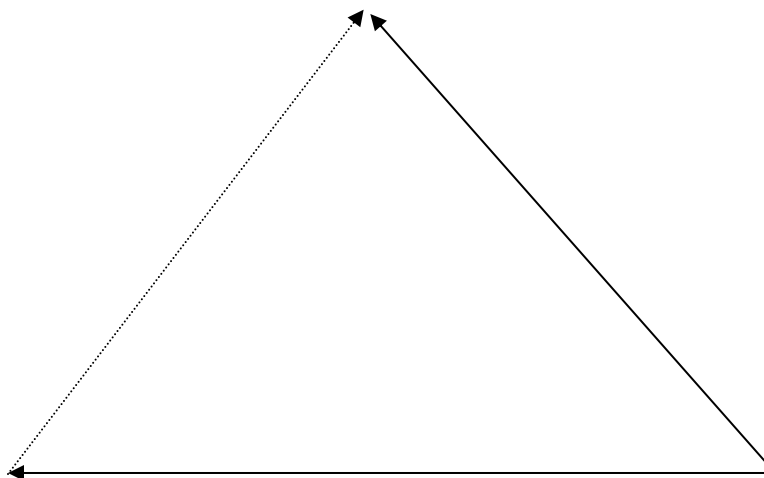


# Nachlässe - Vision der Veränderung

Spendenzweck

Spender

Treuhänder



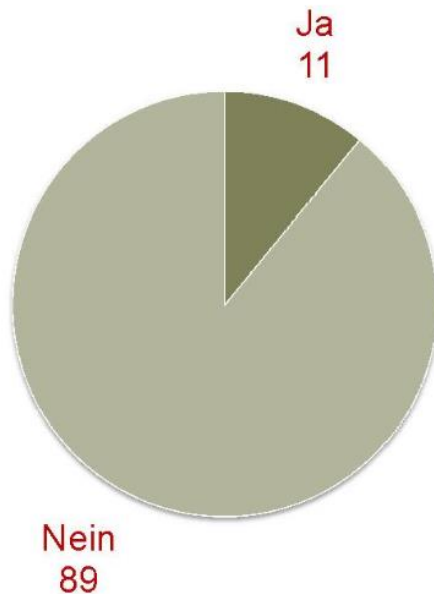
# Nachlass-Fundraising

## Bereitschaft zum gemeinnützigen Vererben

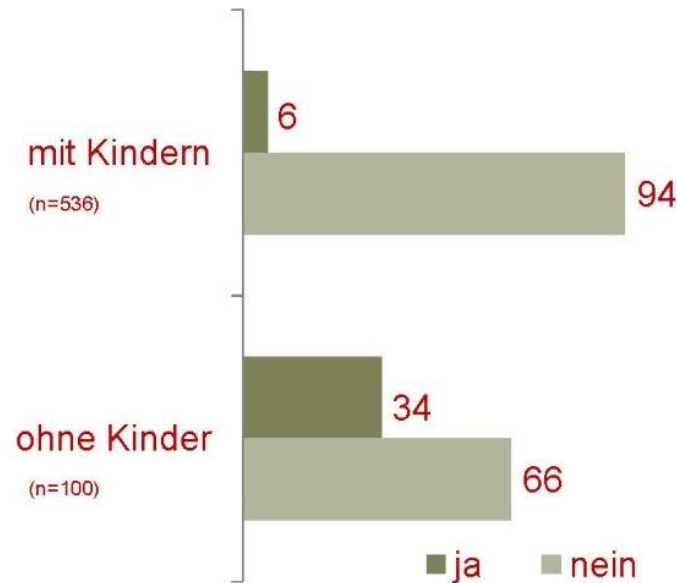
Können Sie sich vorstellen, Ihr Erbe oder einen Teil Ihres Erbes einem gemeinnützigen Zweck/einer gemeinnützigen Organisation zu hinterlassen?



### Gesamt



### mit bzw. ohne Kinder



n=636

Stichprobe: Deutsche und deutsch-sprachige EU-Ausländer in Deutschland ab 60 Jahren

13.09.2013

Angaben in Prozent

(Quelle: GfK 2013)



# Nachlass-Fundraising

## Gewünschte Beratungs- und Serviceangebote

Welches Beratungs- und Serviceangebot würden Sie sich wünschen? (Mehrfachnennungen möglich)

*NUR diejenigen, die sich das gemeinnützige Vererben persönlich vorstellen können.*



(Quelle: GfK 2013)



n=68

Stichprobe: Deutsche und deutsch-sprachige EU-Ausländer in Deutschland ab 60 Jahren

13.09.2013

Angaben in Prozent

## Entwicklung eines Nachlass - Programms

1. **Ziele**
2. **Zielgruppen**
3. **Kernbotschaft**
4. **Prozessplanung**
5. **Standards**
6. **Instrumente:** Fundraising- und Kommunikation
7. **Instrumente:** Beziehungspflege und Bindung (CRM)
8. **Budgetplan**
9. **Interne Kommunikation**
10. **Person**





# Entwicklung eines Nachlass - Programms

## 1. Zieldefinition:

- Erbeinsetzung und/oder Vermächtnisse?
- Zweckfreie und/oder zweckgebundene Nachlässe?

## 2. Primäre Zielgruppen:

- Förderer, Mitglieder, Spender, langjährige Ehrenamtliche

## Sekundäre Zielgruppen (Multiplikatoren):

- haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiter
- Nutzer und ggf. Kunden
- Rechtsanwälte u. Notare, Testamentsvollstrecker, Steuerberater



## Kernbotschaft und Kommunikationsleitlinien

### 3. Wir begeistern Menschen, über Lebzeiten hinaus zu helfen!

Jeder von uns fragt sich eines Tages:

- In wessen Hände möchte ich mein Hab und Gut legen?
- Was kann ich mit meinem Nachlass Positives bewirken?

Wir bieten kompetenten Rat an.

Denn: Seinen Nachlass gut geregelt zu wissen, schenkt inneren Frieden.

Layout: dezente, helle Farben verwenden

Fotos: ältere Menschen mit positiver Ausstrahlung



## Prozessplanung, Organisatorisches

### 4. Wer übernimmt welche **Rollen und Aufgaben**?

- Fundraising-Instrumente, Beziehungspflege
- Datenbankpflege und Auswertung
- begleitende PR
- Abwicklung von Nachlässen
- Gremienarbeit

#### **Voraussetzung:**

Ausreichend personelle Ressourcen und angemessenes Budget



## Standards entwickeln

### 5. Ethische und fachliche Standards beinhalten:

- Keine Einmischung in familiäre Konflikte
- Respekt vor der Entscheidung, wer in der Nachlassregelung bedacht wird (ggf. auch konkurrierende NPOs)
- Verzicht auf Maßnahmen, die als Überredung oder psychischer Druck missverstanden werden könnten
- gute Erbrechtskenntnisse, Hinzuziehung von Fachleuten
- Beachtung des Datenschutzes, von Auflagen und Zweckbindungen
- Klare Verabredung in der Organisation welche Auflagen und welche Zweckbindungen sinnvoll angeboten werden können



## Fundraising- und Kommunikationsinstrumente

### 6. Geeignete Instrumente sind:

- Flyer als Beilage in: mailings, Mitgliederzeitschrift  
Füllanzeigen, Coupons, redaktionelle Berichte in  
in- und externen Medien
- Testamentsbroschüre auf Anforderung versenden,  
ca. drei Wochen später Reminder verschicken
- websites der Organisation
- Vorträge zur Nachlassgestaltung
- Besuche und persönliche Gespräche mit Interessenten  
durch Fundraiser
- Nennung von Notaren/Fachanwälten
- regelmäßige Information



## Nachlässe: Donor-Relationship-Management

### 7. Beziehungspflege und Bindung:

- Besuche, Telefonate, Geburtstags- u. Weihnachtskarten ...
- Spendern konkrete Beispiele für den Einsatz von Nachlässen aufzeigen

Nachlassspender haben Wünsche ...

- Sozialer Kontakt, Dankbarkeit
- Beratung bei der Nachlassregelung
- Grabpflege, Wohnungsauflösung
- „Hilfe bei Alltagsproblemen ... !!!



## Der Nachlass :

... kann beinhalten:

- Immobilien, Grundbesitz
- Hausrat
- Geldvermögen
- Aktien
- Kapitalbildende Versicherungen
- Kunstgegenstände, Antiquitäten, Sammlungen
- Schmuck
- ...



## Budgetplan und Erfolgskontrolle

### 8. Sachkostenbudget und Erfolgskontrolle :

- Kostenkalkulation für die Fundraising- und Kommunikationsinstrumente
- Kostenkalkulation für die Beziehungspflege
- Reisekosten, Rechtsberatungskosten, ggf. Kosten für die Nachlassabwicklung
- Datenbankgestützte Auswertung
- jährlicher Bericht über Anzahl von Broschürenbestellern, Vortragsteilnehmern, beratenen Interessenten, Personen, die die NPO im Testament bedacht haben, Anzahl und Wert der Nachlasseingänge





## 9. Interne Kommunikation und Berichtswesen

- Konzept Nachlassfundraising mit Vorgesetzten und Kollegen besprechen
- Vorgesetzte und Kollegen zu Nachlassvorträgen einladen
- Testamentebroschüre auslegen, aushändigen
- Testimonials Testamentsversprechen veröffentlichen (in- u. externe Medien)
- Anzahl der verschickten/verteilten Testamentebroschüren und Besuche bei Nachlassinteressenten, neue Testamentsversprechen mit geschätzter Nachlasshöhe, jährliche Summe der Eingänge aus Nachlässen Vorgesetztem berichten



## Die Person des Erbschaftsfundraisers

### 10. Persönliche Eigenschaften/Soft Skills:

- authentisch
- kommunikativ und ein guter Zuhörer
- kann gut auf Senioren eingehen
- gute Allgemeinbildung
- im Smalltalk versiert
- angemessen gekleidet
- hat sich mit Sterben und Nachlass auseinandergesetzt
- flexibel, anpassungsfähig
- Organisationstalent



*Danke für Ihre Aufmerksamkeit!*

