

Anmeldung.

Das Tagesseminar „Strategisches Fundraising und Markenmanagement“ richtet sich an **Vorstände, GeschäftsführerInnen und FundraiserInnen** von Vereinen, Verbänden, Stiftungen, öffentlichen Körperschaften und NGOs.

TeilnehmerInnen bekommen Antworten auf folgende Fragen: Wie gewinne ich durch strategisches Fundraising mehr Spenden? Wie kann ich meine Organisation am (Spenden-)markt ausrichten? Wie mache ich meine Organisation zu einer Marke?

Die Antworten werden in zahlreichen Best-Practice Beispielen durch namhafte Experten und Praktiker gegeben.



Veranstaltungstag: Donnerstag, **10. Oktober 2013**, von 10:00 bis 16:00 Uhr

Veranstaltungsort: Gemeindehaus Trinitatis Kirche, **Köln** Altstadt (Eine Wegbeschreibung finden Sie auf der Website des Veranstalters.)

Die Teilnahmegebühr beträgt inkl. Getränken und Mittagessen sowie Seminarunterlagen **179,- EUR** (inkl. MwSt). Bei Buchung bis zum 30. Juni 2013 werden 15 Euro Frühbucherrabatt gewährt.

Bitte melden Sie sich online für das Seminar an unter: www.philanthropy-consulting.eu/seminar

Veranstalter.



Christian Gahrmann
Philanthropy Consulting

Christian Gahrmann Philanthropy Consulting (CGPC) ist eine global denkende und lokal handelnde Strategieberatung für gemeinnützige Organisationen. Wir unterstützen Grassroots Vereine ebenso wie Bildungsinstitutionen und Verbände.

Beratungsfelder.

Fundraising-Planung | Markenstrategie
EU Förderung | Internationales Fundraising
Finanzplanung | Controlling | Sponsoring
Stiftungsmarketing | Stiftungsgründung
Vorstandsfundraising | Workshops



Christian Gahrmann Philanthropy Consulting
Dr. Christian Gahrmann
Sürther Str. 59, 50996 Köln
Tel. 0221 / 790 086 25
Email. gahrmann@philanthropy-consulting.eu
Web. www.philanthropy-consulting.eu



Christian Gahrmann
Philanthropy Consulting

Tagesseminar

10. Oktober 2013 in Köln

Strategisches Fundraising und Markenmanagement

anhand von Best-Practice Beispielen

Mit

Dr. Peter Buss (NonproCons)

Jörg Eisfeld-Reschke (ikosom)

Dr. Christian Gahrmann (CGPC)

Barbara Stahl (Roland Berger)

Katharina Wertenbruch (Welthungerhilfe)



Inhalt.

Fundraising ist eine **Dienstleistung** am Spender. Denn Spenden befriedigt das Bedürfnis zu helfen. Und gemeinnützige Organisationen bieten ihren Spendern genau das: Sie helfen beim Helfen.

Dieser **Perspektivenwechsel** macht Fundraising zu einer eigenständigen Leistung, für die Spendenorganisationen Marketing betreiben müssen: Das heißt, eine Zielgruppe definieren, deren Bedürfnisse sich mit dem eigenen Angebot überschneiden. Sich im Spendenmarkt so positionieren, dass die Organisation als einzigartig wahrgenommen wird. Und sich schließlich positiv in den Köpfen seiner Spender verankern – die eigene Organisation zur **Marke** machen.

Damit ändert sich alles: Die klassischen Fundraising-Instrumente müssen Spender nun nicht mehr überzeugen, sondern lediglich „anstoßen“. Die Marke signalisiert dem Spender: Hier werden meine Bedürfnisse befriedigt. Hier bin ich richtig.



Das Tagesseminar „Strategisches Fundraising und Markenmanagement“ zeigt anhand von verschiedenen **Best-Practice Beispielen** präsentiert von renommierten Experten und Praktikern, wie Sie Ihre Organisation durch strategisches Fundraising zur Marke machen - und damit attraktiv für Spender und **Sponsoren** werden. Sie lernen, dass strategisches Fundraising nicht nur etwas für große Organisationen ist, sondern durch einen Perspektivenwechsel auch in kleineren Vereinen für höhere Spendeneinnahmen sorgt.

Programm.

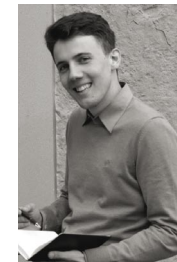
Moderation: Jörg Eisfeld-Reschke

- 09:30 Morgenandacht in der Trinitatiskirche (für Interessierte)
- 10:00 Willkommen und Einführung (Dr. Christian Gahrmann)
- 10:15 **Wie strategisches Marketing Spendenorganisationen helfen kann.** (Dr. Peter Buss, NonproCons)
- 11:15 Kaffeepause
- 11:30 **1. Fallstudie: Wie erfolgreiches Markenmanagement in kleinen und großen Organisationen funktionieren kann – am Beispiel von tat für tat: malawi und der China-EU School of Law.** (Dr. Christian Gahrmann)
- 12:30 Mittagessen
- 13:30 **2. Fallstudie: Wie man eine erfolgreiche NPO-Marke macht - am Beispiel der Deutschen Welthungerhilfe** (Katharina Wertenbruch, Leiterin Fundraising der Deutschen Welthungerhilfe)
- 14:30 Kaffeepause
- 14:45 **3. Fallstudie: Wie Roland Berger Strategy Consultants Partner für sein Unternehmensengagement findet.** (Barbara Stahl, Roland Berger)
- 15:45 Zusammenfassung und Feedback (Dr. Christian Gahrmann)
- 16:00 Ende der Veranstaltung

Referenten.



Dr. Peter Buss, Gründer und CEO der NonproCons AG in Basel, Management Consulting und Fundraising für NPO, Anwalt und diplomierter NPO-Manager sowie Autor des Buches „Fundraising: Grundlagen, System und strategische Planung“



Jörg Eisfeld-Reschke (Moderation), Gründer von ikosom, Institut für Kommunikation und soziale Medien, Lehrbeauftragter für „Strategisches Fundraising-Management“ an der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg.



Dr. Christian Gahrmann, Inhaber von CGPC sowie Fundraising- und Marketingmanager für die China-EU School of Law (CESL) in Peking, Autor des Buches „Strategisches Fundraising“



Barbara Stahl, Senior Manager bei Roland Berger Strategy Consultants, verantwortlich für Corporate Social Responsibility (CSR) des Beratungsunternehmens



Katharina Wertenbruch, Leiterin Fundraising Deutsche Welthungerhilfe e. V., verantwortlich für DirectMail, Online Marketing und Unternehmenskooperationen