Fundraising Manager*in

BERUFSBESCHREIBUNG

Fundraising Manager*innen planen, steuern und koordinieren Maßnahmen zur Beschaffung von finanziellen Mittel für soziale und kulturelle Einrichtungen. Dazu gehören Hilfsorganisationen, Stiftungen, Schulen und politische Parteien. Sie konzipieren Fundraising-Aktionen und führen Direktmarketing-, Werbe- und PR--Maßnahmen durch. Mit diesen stellen sie die Anliegen und Ziele der Organisation, für die das Fundraising durchgeführt wird, möglichst ansprechend und überzeugend dar. Aufgrund der gestiegenen Bedeutung des Online-Fundraising nutzen sie vermehrt Social Media-Kanäle und Websites zur Bewerbung von Kampagnen und die Analyse von Zugriffsdaten.

Je nach Strategie gründen Fundraising Manager*innen z. B. einen Förderverein, stellen Förderanträge oder engagieren Prominente für medienwirksame Werbe- und PR-Auftritte. Sie dokumentieren die Verwendung der finanziellen Mittel und Spenden und veröffentlichen dazu Berichte. Neben Geldspenden bemühen sie sich auch um Sachmittelspenden.

Fundraising Manager*innen arbeiten eigenständig sowie im Team mit verschiedenen Mitarbeiter*innen, etwa Fundraiser*innen und stehen in engem Kontakt mit Auftraggeber*innen und Fördergeber*innen.

Ausbildung

Für den Beruf Fundraising Manager*in ist in der Regel eine abgeschlossene Schulausbildung mit kaufmännischen Schwerpunkt oder ein abgeschlossenes Fachhochschul- oder Universitätsstudium z. B. in PR, Werbung und Marketing, Kommunikation erforderlich.

Wichtige Aufgaben und Tätigkeiten

- Fundraisingkonzepte und -strategien entwickeln
- potenzielle Geldgeber*innen und Sponsoren kontaktieren, Besprechungen mit ihnen organisieren
- mittels Anzeigen, Fotos, Filmen, Broschüren oder PR-Kampagnen im Internet, Social Media etc. über Themen, Zielsetzungen und konkrete Maßnahmen, für die Spenden geworben werden, informieren
- Fundraising-Kampagnen planen und umsetzen, z. B. Spendenaufrufe, Spendenwerbung in Printmedien, Internet, Social Media
- Webdaten analysieren
- Förderanträge stellen
- Pressemitteilungen herausgeben, Pressekonferenzen und Events organisieren, Pressespiegel zusammenstellen
- Konferenzen, Vorträge und andere Werbe- und Informationsveranstaltungen organisieren und auf diesen Veranstaltungen Ziele und Inhalte einer Kampagne darstellen
- Mitarbeiter*innen einer Kampagne einweisen, anleiten, koordinieren und überwachen
- Budget, Geld- und Sachspenden dokumentieren und verwalten

Anforderungen

- Anwendung und Bedienung digitaler Tools
- Datensicherheit und Datenschutz
- gute Beobachtungsgabe
- gute Deutschkenntnisse
- gute rhetorische Fähigkeit
- kaufmännisches Verständnis
- Präsentationsfähigkeit

- Argumentationsfähigkeit / Überzeugungsfähigkeit
- Aufgeschlossenheit
- Durchsetzungsvermögen
- Kommunikationsfähigkeit
- Kontaktfreude
- Kund*innenorientierung
- Motivationsfähigkeit
- soziales Engagement
- Verhandlungsgeschick
- Verkaufstalent

- Aufmerksamkeit
- Begeisterungsfähigkeit
- Beurteilungsvermögen / Entscheidungsfähigkeit
- Flexibilität / Veränderungsbereitschaft
- Freundlichkeit
- Geduld
- Selbstvertrauen / Selbstbewusstsein
- Zielstrebigkeit

- gepflegtes Erscheinungsbild

- Koordinationsfähigkeit
- Kreativität
- Organisationsfähigkeit
- Planungsfähigkeit

© ibw-Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft