

Fundraising und Sponsoring

Unter Fundraising werden Maßnahmen einer Non-Profit-Organisation zur Beschaffung von Ressourcen verstanden, mit denen die Einrichtung (wie z. B. Bibliotheken) ihre Aufgaben und Ziele erfüllen kann. Bei den beschafften Ressourcen kann es sich um Geldmittel, Sachmittel, kostenlos zur Verfügung gestellte Dienstleistungen, Personalaustausch oder ehrenamtliche Mitarbeit handeln. Die eingeworbenen Mittel dienen nicht der Grundfinanzierung, sondern sind zur Finanzierung zusätzlicher Projekte oder Angebote.

Die bekannteste Form des Fundraisings ist das Sponsoring. Obwohl Sponsoring oft mit Fundraising gleichgesetzt wird, ist es nur eine von vielen möglichen Fundraising-Strategien.

Unter Sponsoring versteht man die Förderung einer Organisation durch Dritte mit der Erwartung, eine die eigenen Kommunikations- und Marketingziele unterstützende Gegenleistung zu erhalten. Dabei spielen Analyse, Planung, Umsetzung und Kontrolle dieser Maßnahmen und eine vertragliche Beziehung zwischen Sponsor und Gesponsertem, in welcher Leistung und Gegenleistung definiert sind, eine wichtige Rolle. Sponsoring kann in Form von Geld-, Sach- und Dienstleistungen erfolgen.

Ausführlichere Informationen zum Thema Fundraising finden Sie unter folgenden Links:

- [Bibliotheksportal](#)
- [Rohmann, Ivonne: Fundraising durch Bibliotheken: Das Beispiel der Herzogin Anna Amalia Bibliothek in Weimar. - \(Berliner Handreichungen zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft Heft 236\)](#)
- [Das Bibliothekswissen](#)