

# Arbeitspapier Nr. 1

## Die Gebermarktanalyse erstellen:

### Sichtbarmachung des Sonnensystems Ihrer Organisation

Im Sonnensystem wird sichtbar, welche Spender:innen Ihrer Organisation/Ihrem Projekt wie nahestehen und wen Sie sich als Spender:in wünschen oder vorstellen können. Es ist ein erster Schritt zur strategischen Zielgruppenbestimmung. Es eignet sich, wenn Sie neu ins Fundraising einsteigen, einen Überblick über das Potential brauchen, Ihr Fundraising ausbauen oder Ihr Zielgruppenpotenzial erkennen möchten.

Zur Veranschaulichung ein Beispielbild:



Diese Darstellung wird in jeder Organisation unterschiedlich ausfallen.  
 In jedem Fall wird diese Klarheit über die Potenziale in Bezug auf die Zielgruppen schaffen.

### 4 Schritte zur Erstellung des Sonnensystems

- 1 **Klären, wer beteiligt wird.** Nötig sind 2-5 Personen, die zum bestehenden oder potentiellen Gebermarkt etwas beitragen können.
- 2 **Vereinbaren Sie einen Termin** – (geht auch Online)
- 3 **Vorbereitung des Termins.**
  - A) Erstellen einer Vorlage für das Sonnensystem  
 Wenn Online: in PowerPoint, Conceptboard, Miro oder ähnliches  
 Wenn Treffen: Metaplan oder Flipchart, Moderationskärtchen und Stifte
  - B) Bitten Sie die Teilnehmer:innen sich schon im Vorfeld über mögliche Spender:innen und Spendergruppen Gedanken zu machen > *je besser diese vorbereitet in den Termin kommen, desto schneller geht's.*
- 4 **Befüllen Sie das Sonnensystem mit den bestehenden und pot. Spender:innen und Spendergruppen**  
 Prinzip: je höher der Grad der Verbundenheit zur Organisation / zum Projekt, desto mittiger. Diese Phase kann 30-60 Minuten dauern. Oft kommt es nach den ersten spontanen Nennungen zu einer Pause – danach fallen dann die neuen und bisher ungenutzten Zielgruppen ein. Also Pause durchhalten.

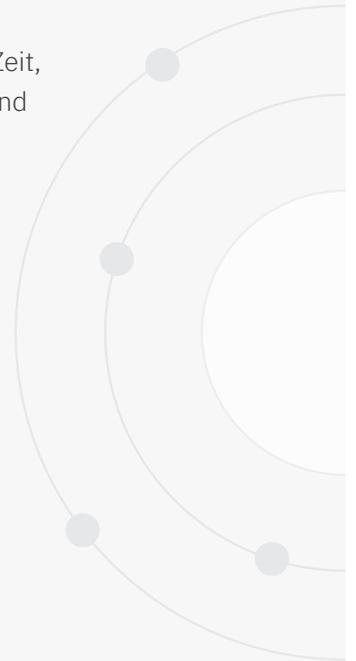
### Erläuterung zu den Ebenen:

**Die Mitte:** In der Mitte sind alle Personen und Gruppen aufgeführt, die am meisten Zeit, Geld und Engagement einbringen. Es sind die die für die Ziele und Zweck brennen und die Arbeit wichtig finden.

**Die zweite Ebene:** Hier sind alle Personen und Gruppen, die regelmäßig Zeit mit, in oder für die Organisation verbringen und/oder regelmäßig Geld geben. Sie kennen die Organisation gut und sind von ihrem Sinn überzeugt.

**Die dritte Ebene:** Dort sind diejenigen Personen oder Gruppen aufgeführt, die in der Vergangenheit Zeit eingebracht oder einmalig Geld gespendet haben. Oder Zielgruppen, die potenziell in Frage kommen, weil eine Verbindung hergestellt werden kann: inhaltlich, räumlich, persönlich.

**Die vierte Ebene:** besteht aus der eher vagen „breiten Öffentlichkeit“, die keinen Bezug haben zur Organisation oder ihren Angeboten / Themen und daher nicht definiert werden können.



Ziel ist es, ein erstes Bild von dem bestehenden und potentiellen Gebermarkt zu erhalten. Das Sonnensystem gibt Auskunft über die Zielgruppen im Bereich der kleinen und mittleren Spender:innenschicht.

### Es beginnt mit einem Brainstorming zu der Frage:

- Welche Spender:innen-, Sponsoren- oder Unterstützer:innengruppen sind bekannt?
- Wie sehr sind sie der Organisation, einer Person dort oder dem Thema verbunden?
- Wer hat eine Verbindung, entweder räumlich (z.B. Standort in selben Ort), thematisch (z.B. Interesse an der gleichen Zielgruppe) oder persönlich (direkt oder über Türöffner).

### Fragen und Kontakt:



Vcard-Link

**Beate Haverkamp**  
 Geschäftsführung und Coach  
 b.haverkamp@conversio-institut.de  
 0173-1989575



Vcard-Link

**Wiebke Doktor**  
 Geschäftsführung und Coach  
 w.doktor@conversio-institut.de  
 0174-1651839

