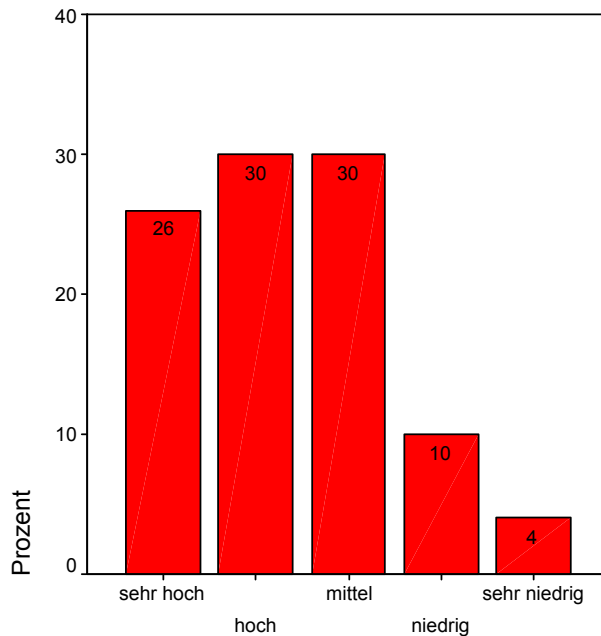


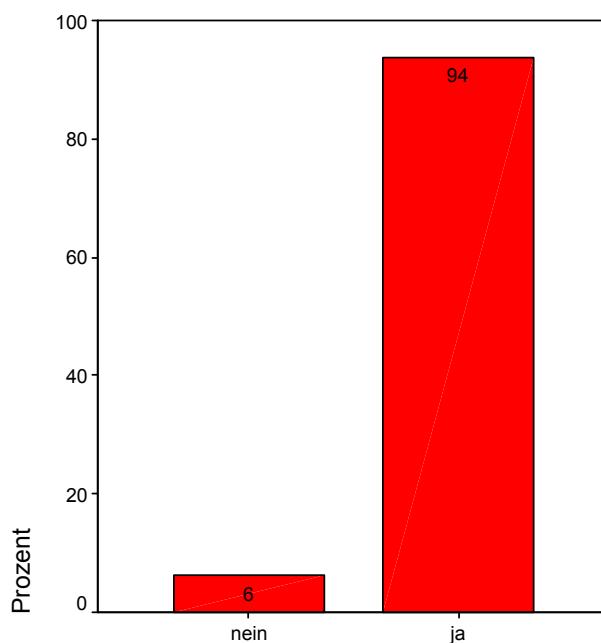
Ergebnisse der Umfrage zum Stellenwert des Fundraisings

1. Welchen Stellenwert hat Fundraising in Ihrer Organisation? (n=50)



Das Fundraising hat bei 56 Prozent der Befragten in der eigenen Organisation einen hohen bis sehr hohen Stellenwert. Bei weiteren 30 Prozent einen mittleren Stellenwert. Lediglich bei 14 Prozent einen niedrigen bis sehr niedrigen Stellenwert.

2. Ist das Fundraising in den letzten Jahren schwieriger geworden? (n=48)



Wie aus dem oben angeführten Diagramm ersichtlich ist, wurde das Fundraising in den

letzten Jahren für 94 % der FundraiserInnen schwieriger. Lediglich 6 % empfinden dies nicht so.

Die Gründe, für die Erschwernis wurden wie folgt angeführt:

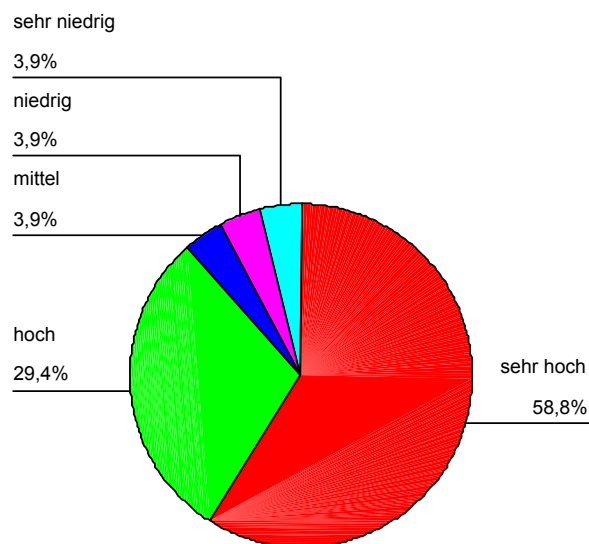
Mehr Mitbewerb	26
Zurückhaltung der Spender	13
Spendenprofile d. Unternehmen	7
Schlechte wirtschaftliche Lage	6
Professionalisierung	5

Weiters wurden als Erschwernis u.a. angeführt:

- kritische Medienberichterstattung
- Spender werden kritischer
- Fr-Tools sind ausgereizt

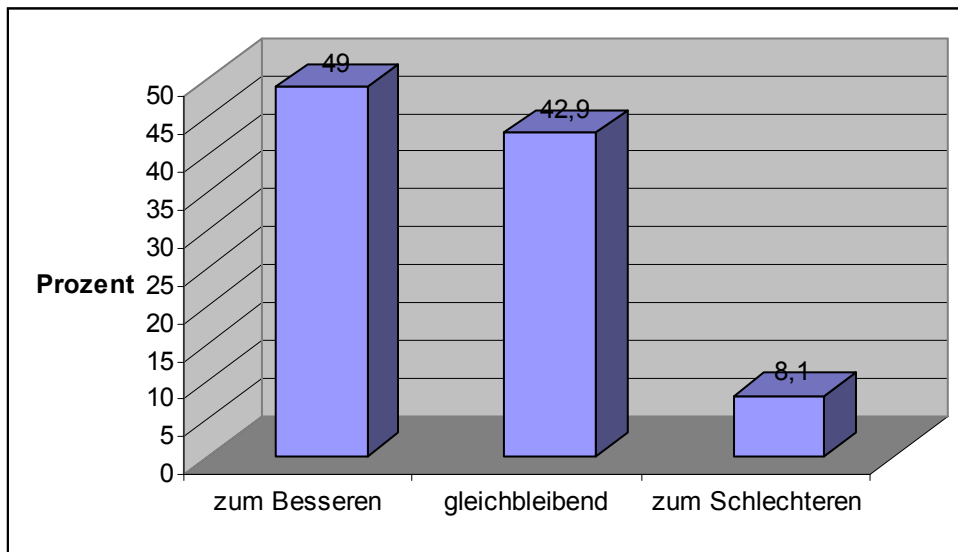
Als Gründe für eine Erleichterung wurden die besseren Umweltbedingungen und die Prominenz einzelner Organisationen angeführt.

3. Welchen Stellenwert hat Fundraising für Sie persönlich? ($n=51$)



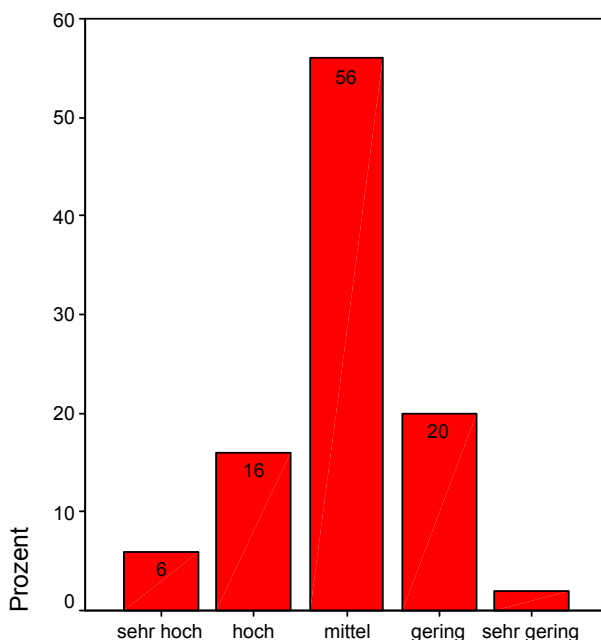
Für 58,8 Prozent der FundraiserInnen hat Ihre Tätigkeit für sie persönlich einen sehr hohen Stellenwert. Gefolgt von 29,4 % mit hoch. Lediglich 11,7 Prozent in Summe sehen den Stellenwert des Fundraisings persönlich als mittel bis sehr niedrig.

4. **Hat sich das Image von FundraiserInnen Ihrer Meinung nach in den letzten 5 Jahren geändert?** (n= 49)



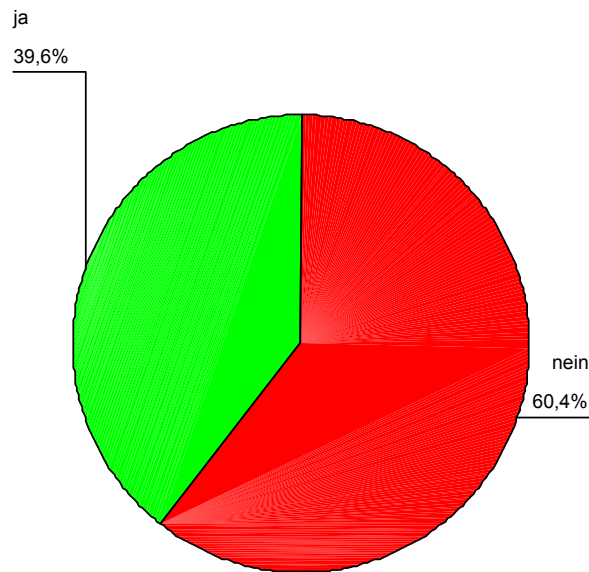
Für 8,1 Prozent der Befragten hat sich das Image der FundraiserInnen in den letzten 5 Jahren verschlechtert. Hingegen geben 49 Prozent der FundraiserInnen an, dass sich das Image zum Besseren gewandelt hat bzw. knappe 43 Prozent sind der Meinung, dass sich das Bild nicht wesentlich verändert hat.

5. **Findet Ihrer Meinung nach Ihr Beruf in der Öffentlichkeit Anerkennung?** (n=50)



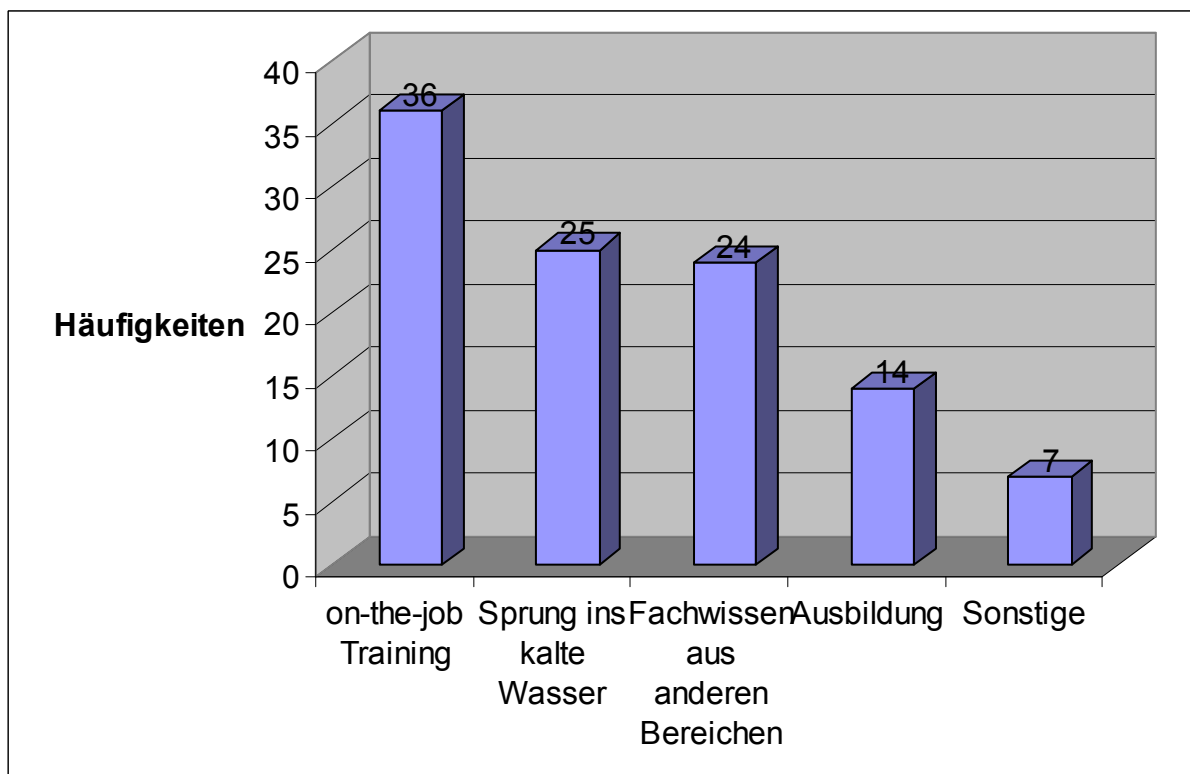
Die Höhe Anerkennung des Fundraising-Berufes in der Öffentlichkeit beurteilen 56 Prozent der Befragten als mittel. 22 Prozent empfinden Sie als hoch bis sehr hoch. Weitere 22 Prozent der FundraiserInnen empfinden Sie als gering bis sehr gering.

6. **Haben Sie das Gefühl, dass Ihre Arbeit als FundraiserIn adäquat honoriert wird?** (n=48)



60,4 Prozent der Befragten haben nicht das Gefühl, dass ihre Arbeit als FundraiserIn adäquat honoriert wird. 39,6 Prozent der FundraiserInnen fühlen sich hingegen adäquat honoriert.

7. **Wie haben Sie sich Ihr Fundraising-Wissen angeeignet?** (n=50)
Mehrfachantworten

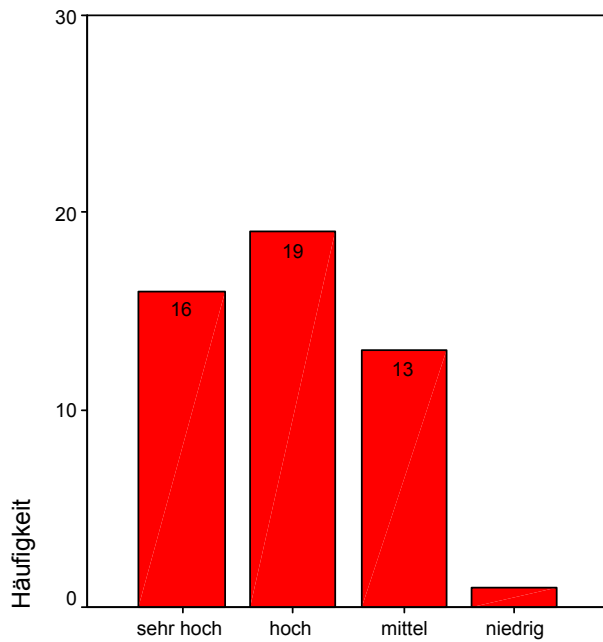


Das Wissen über Fundraising wurde zum größten Teil über „on-the-job Training“ erworben (36 Nennungen). Mit 25 Nennungen folgt der „Sprung ins kalte Wasser“, dicht gefolgt von

„Fachwissen aus anderen Bereichen“ mit 24 Nennung. „Ausbildung“ als Wissensaneignung im Fundraising wurde 14 Mal von den Befragten angegeben.

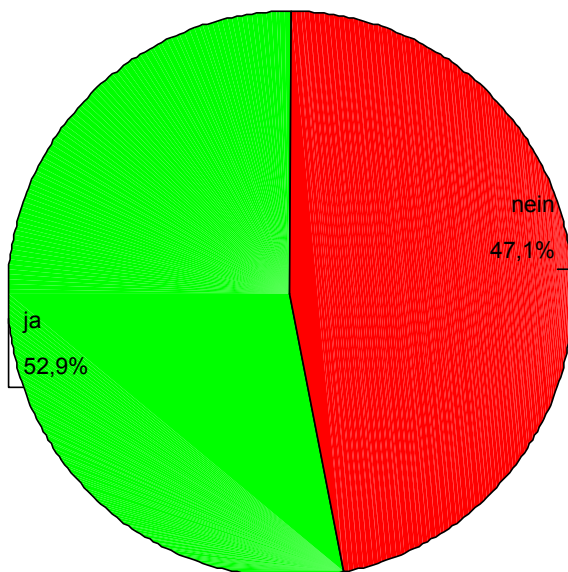
In der Antwortkategorie „Sonstige“ wurden u.a. genannt: andere Fundraiser, Literatur, etc.

8. Herrscht Ihrer Meinung nach ein erhöhter Schulungsbedarf im Bereich Fundraising? (n=49)



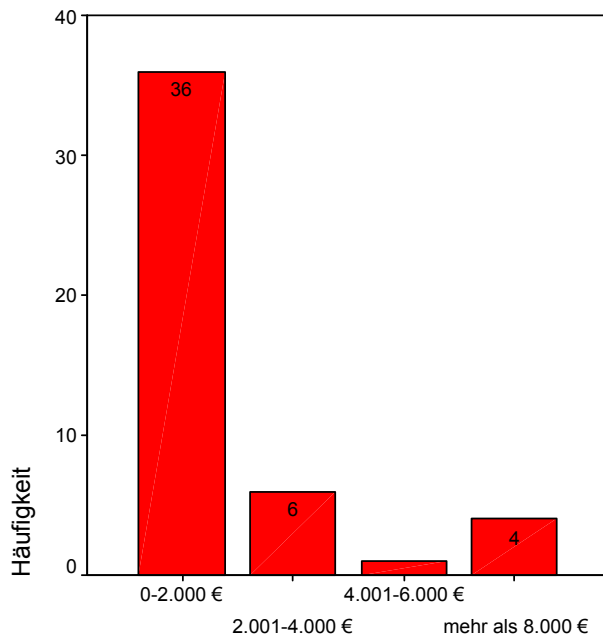
Wie sich unschwer erkennen lässt, sind die Befragten der Meinung, dass ein erhöhter Schulungsbedarf im Fundraising vorherrscht. 33 Prozent glauben, dass der Schulungsbedarf sehr hoch ist. Der größte Anteil der FundraiserInnen ist mit 39 Prozent der Überzeugung, dass der Bedarf hoch ist. Gefolgt werden die Anteile mit 26 Prozent von „Schulungsbedarf – mittel“ und 2 Prozent von „Schulungsbedarf- niedrig“.

9. Haben Sie in den letzten 5 Jahren an einer Fundraising-Ausbildung teilgenommen? (n=51)



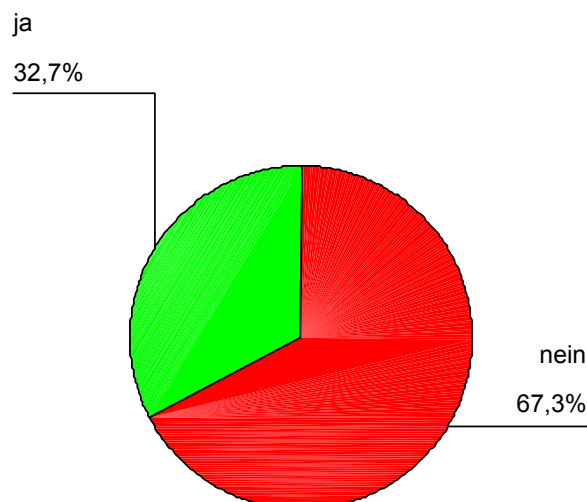
Rund 47 Prozent der Befragten haben in den letzten 5 Jahren an keiner Fundraising-Ausbildung teilgenommen. Knappe 53 Prozent jedoch haben eine Ausbildung absolviert.

10. Wieviel Budget ist in Ihrer Organisation jährlich für Ausbildung im Fundraising geplant? (n=47)



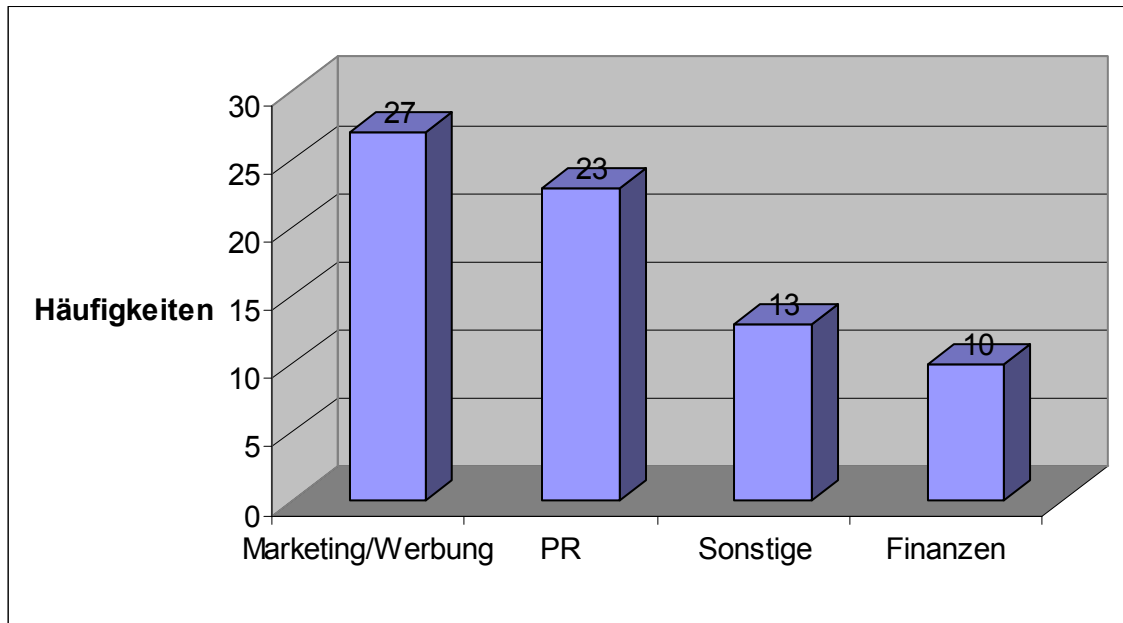
In den Organisationen von 36 FundraiserInnen wird jährlich ein Ausbildungsbudget von 0-2.000 € festgelegt. Lediglich 6 Organisationen budgetieren für Fortbildung zwischen 2.001 und 4.000 €. Mehr als 4.000 € investieren nur 5 Organisationen.

11. Gibt es in Ihrer Organisation eine eigene Fundraising-Abteilung? (n=49)



Wie aus dem oben angeführten Kreisdiagramm ersichtlich ist, geben rund 67 Prozent der Befragten an, dass es in Ihrer Organisation keine eigene Fundraising-Abteilung gibt. Etwa ein Drittel der Befragten arbeitet hingegen in einer eigenen Fundraising-Abteilung.

12. In welchem der unten genannten Bereiche würden Sie das Fundraising ansiedeln? (n=51) Mehrfachantworten

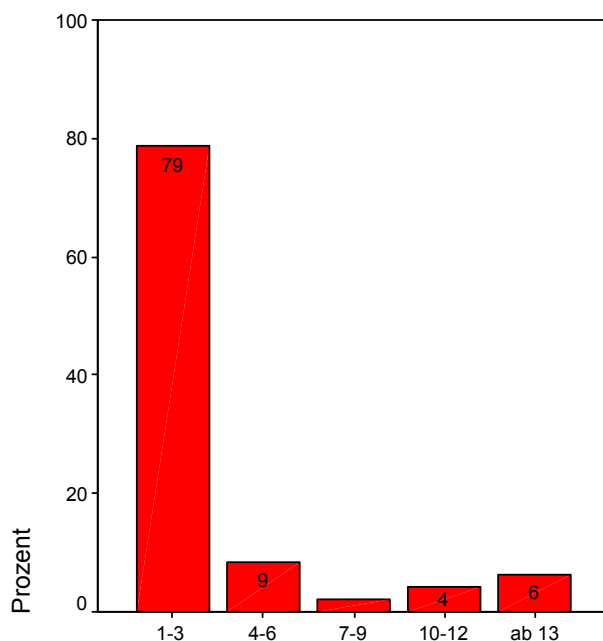


Der Bereich in dem Fundraising von den Befragten am häufigsten angesiedelt wurde ist „Marketing/Werbung“ mit 27 Nennungen. Dicht gefolgt mit 23 Nennungen in der „PR“. 10 Nennungen erreichte der Bereich „Finanzen“.

Sonstige Bereiche (13 Nennungen), die u.a. angegeben wurden:

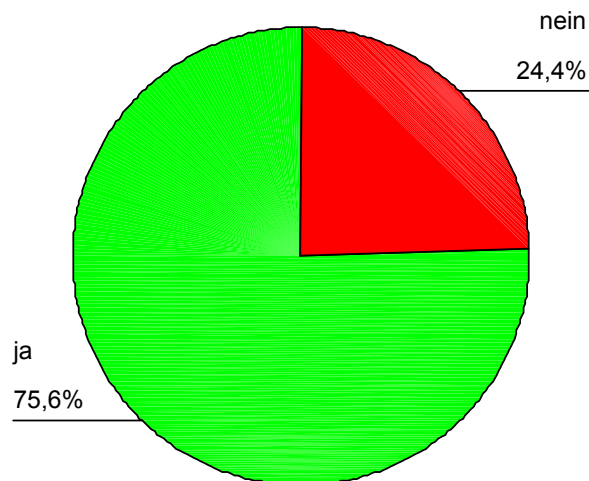
- eigene Stabstelle/Abteilung
- Verwaltung
- Verkauf

13. Wieviele MitarbeiterInnen sind in Ihrer Organisation mit Fundraising betraut? (n=47)



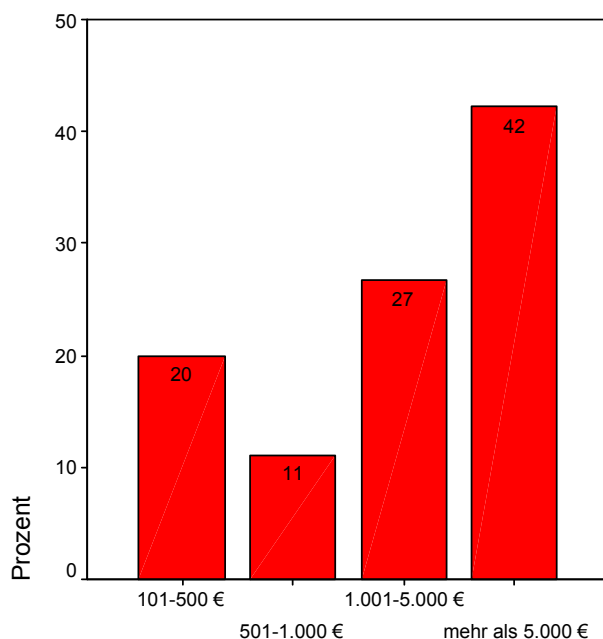
Wie aus dem Diagramm ersichtlich ist, arbeiten die Organisationen der Befragten zu 79 Prozent mit kleinen Teams von 1 bis 3 Mitarbeitern. Lediglich 6 Prozent der Organisationen haben den Luxus sich ein Team ab 13 Mitarbeitern leisten zu können.
Mittelwert 1,51

14. Planen Sie in Zukunft Fundraising vermehrt einzusetzen? (n=45)



Rund 76 Prozent der Befragten möchten in Zukunft Fundraising vermehrt einsetzen. Knappe 24 Prozent hingegen werden dies nicht tun.

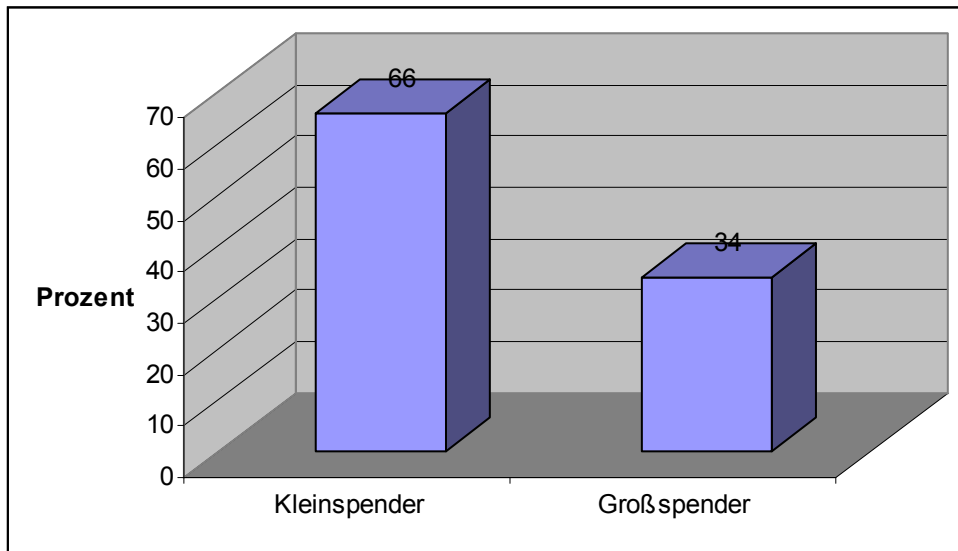
15. Wie definieren Sie monetär Großspender? (n=45)



42 Prozent der Befragten definieren Großspender mit „mehr als 5.000 €“. Gefolgt von 27 Prozent mit „1.001 – 5.000 €“. Der große Unterschied zur Definition von 20 Prozent der Befragten, dass „101-500 €“ als Großspende zu werten sind, liegt wohl in der gemischten

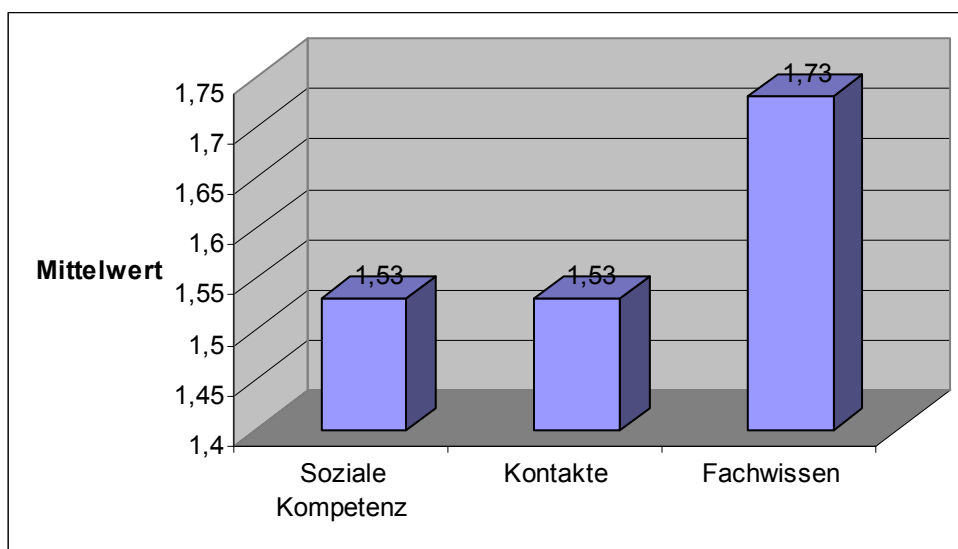
Befragtenstruktur (große/kleine Organisationen). 11 Prozent definieren für sich „501-1.000 €“ als Großspender.

16. Wie ist das Verhältnis zwischen Klein- und Großspender in Ihrer Organisation? (n=40)



Das Verhältnis von Klein- und Großspender teilt sich bei den Organisationen der Befragten wie folgt auf: Rund 66 Prozent der Spender sind Kleinspender, wohingegen Großspender einen Raum von durchschnittlich 34 % Prozent einnehmen.

17. Wie wichtig sind folgende Kriterien für erfolgreiche FundraiserInnen? (n=51)



Am wichtigsten erscheinen den Befragten die „soziale Kompetenz“ und die „Kontakte“ als Kriterien für erfolgreiche FundraiserInnen (Mittelwerte 1,53). Dicht gefolgt von „Fachwissen“ mit einem Mittelwert von 1,73.

Sonstige Kriterien die u.a. erwähnt wurden (n=20; Mittelwert 2,00):

- BWL
- Marketingkenntnisse