

The Girl Shop

- Video fra Danmarksindsamlingen
- https://www.google.com/search?q=the+girl+shop+danmarksindsamlingen&rlz=1C1GCEA_enDK1004DK1004&oq=the+girl+shop+danmarksindsamlingen&aqs=chrome..69i57j33i10i160l3.6944j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8#fpstate=ive&vld=cid:51423d56,vid:8i-plUN6nh4

Derfor er kampagnen god

- Ny vinkel på kendte temaer
- Overraskende og giver lyst til at undersøge nærmere
- Taler ind i modtagerens hverdag

→ alt dette kommer vi nærmere ind på i første del af kurset om støtte fra privatpersoner

Introduktion til Fundraising



Rådgiver Maria Haahr – mha@cisu.dk
Foreningskonsulent Andrea Kiel Christensen – akc@cisu.dk

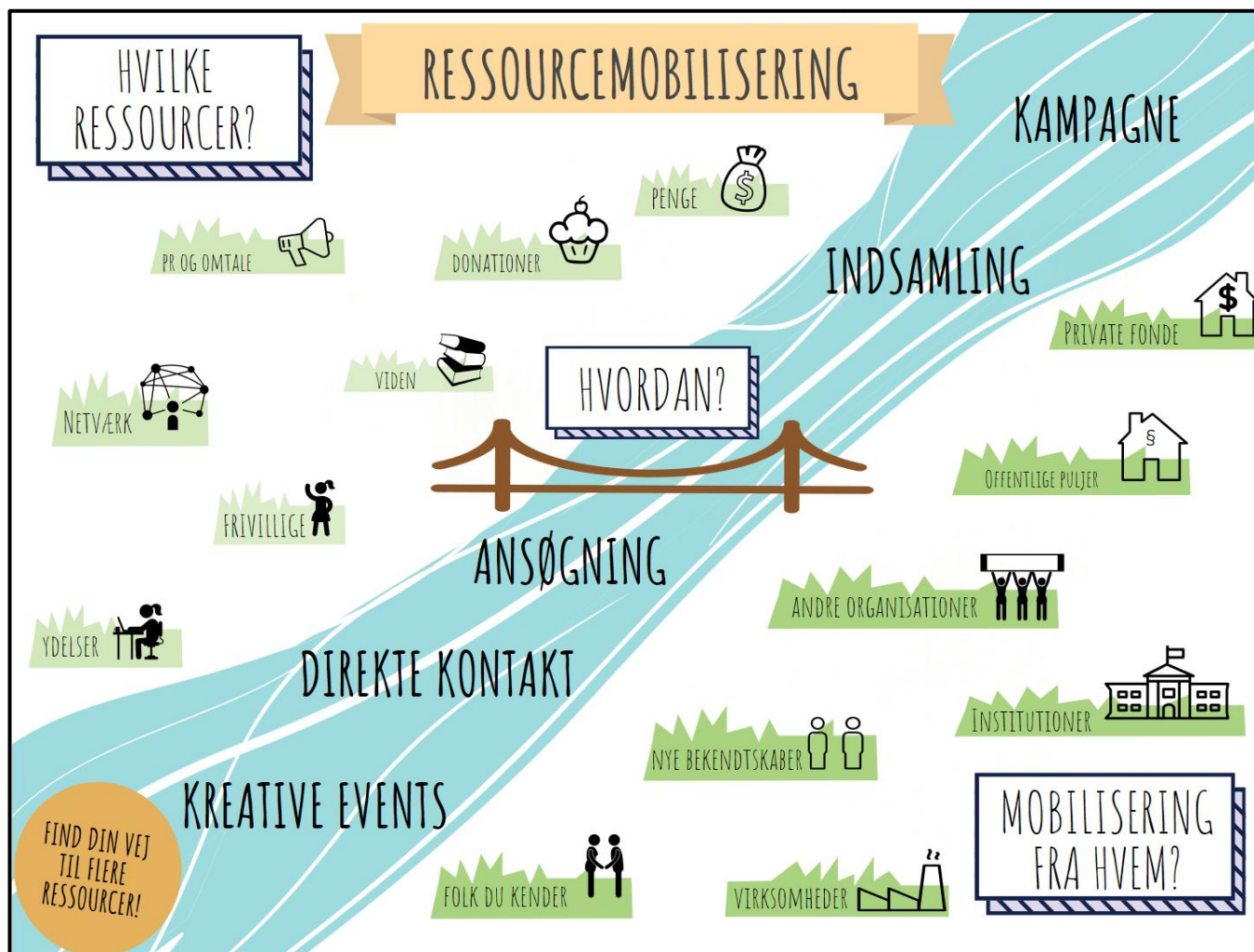
PROGRAM

- Hvad er god fundraising?
- **Indsamling fra privatpersoner:**
 - Kampagner, faste donorer og brug af indsamlingsplatforme.
 - Indsamlingslovgivning og paragraf 8A godkendelse
 - Tendenser
- Øvelse: hvilken chance har den dovne giver hos jer?
- Pause 5 min.
- **Fondsansøgninger:** Sådan finder du fondene og den gode fondsansøgning
- **Virksomhedsstøtte og partnerskaber**

Alt materiale findes på kursets side på læringsplatformen Fabo

<https://fabo.org/cisu/Fundraisingintro>

Hvad er god fundraising?



Hvornår er fundraising en succes?

- Penge😊
- Realisme ift. afrapportering og kommunikation
- Troværdighed og integritet
- God sammenhæng med netværk og kommunikation
- Tænkt med fra starten af projektet



Hvordan
prioriterer
man bedst sin
indsats?



Prioritéér og vær
vedholdende i det I
vælger



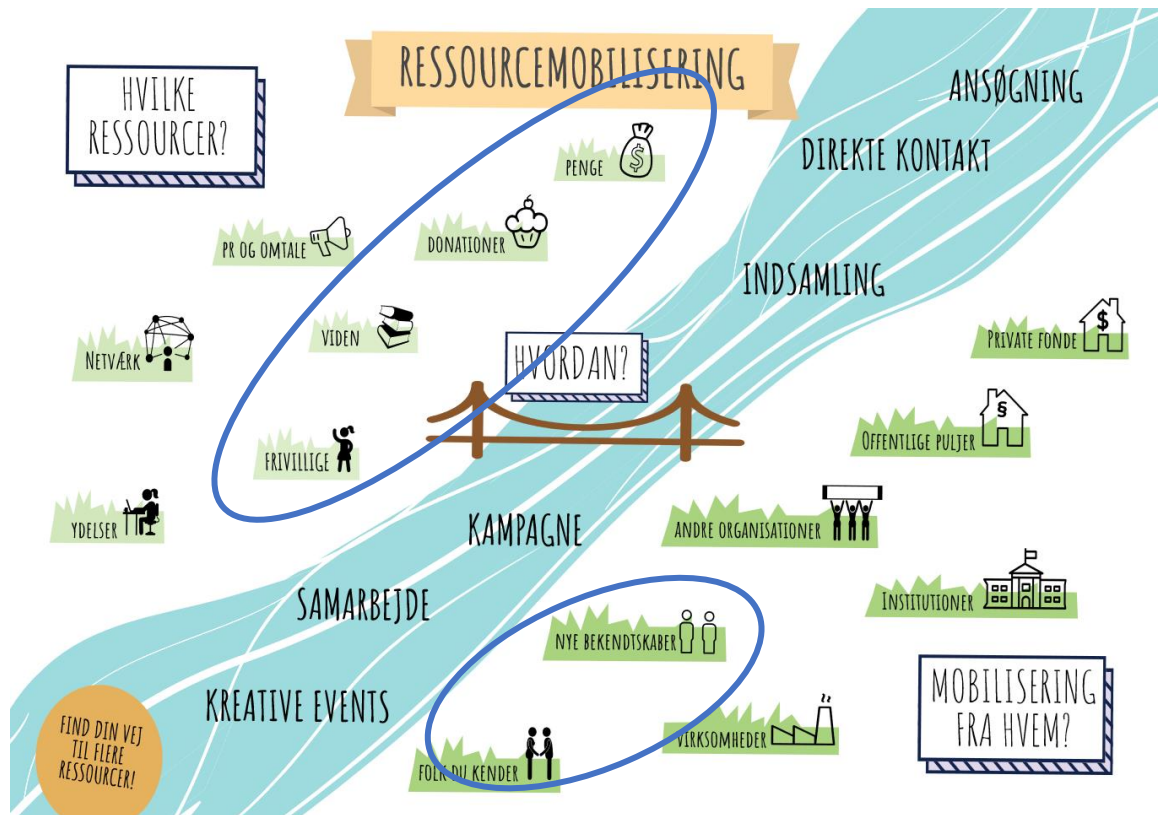
Brug tid på research



Planlæg indsatsen i
god tid, opdel gerne i
faser/delprojekter

Støtte fra privatpersoner

- Styr på formaliteterne
- Kampagner
- Faste støtter
- Tendenser
- Inspiration fra abonnementsløsninger
- Den dovne giver



Mål: engagement i jeres sag

Engagement = When someone cares so much about something, that they do something

- Gør jer fortjent til folks opmærksomhed ved at tage udgangspunkt i deres virkelighed
- Find fællesmængden mellem dit budskab og målgruppens virkelighed
- Hav et klart "call to action": *hvad skal folk gøre?*
- Engagement i sagen før appel om støtte
- Et budskab fra menneske til menneske
- Vælg en stil, der passer til jer og jeres målgruppe: fuld af følelser, sjovt, seriøst....
- Udnyt jeres styrker som mindre organisationer: lokalt, nærvær, personlighed

Husk at få styr
på
formaliteterne

- Indsamling uden for privat netværk kræver anmeldelse:

www.civilstyrelsen.dk/sagsomraader/indsamlingsnaevnet

- **OBS: Alle offentlige indsamlinger skal anmeldes til Indsamlingsnævnet.**
- Det gælder også, hvis I opfordrer til at donere penge til organisationen på jeres hjemmeside.
- Det koster et gebyr på 1.200 kr. pr. år.
- Der gælder andre regler for organisationer, som er godkendt efter ligningslovens §8A.

Et eksempel på en godkendt indsamling

- Op til 1 år
- Indsamlingsmåde: husk at nævne alle I kan forestille jer at bruge
- Formål: beskriv det bredt som her, så alt er dækket

Tandsundhed Uden Grænser

31-10-2023

Indsamlinger

Tilladelse § 3

Kontaktoplysninger

Amaliegade 17, 1256 København K - CVR-nr.: 27552765

Indsamlingsperiode

Fra den 1. november 2022 til den 31. oktober 2023.

Indsamlingsmåde

Indsamlingen foregår ved events samt via hjemmeside/donationsmodul (www.tug-dk.org), online indsamlingsplatform, sociale medier (Facebook), salg/auktion.

De indsamlede midler modtages via mobile betalingsløsninger (nr. 55656) og kontooverførsel (reg.nr.: 9385 kontonr.: 1110122450).

Indsamlingens formål

Midlerne skal anvendes til fordel for at støtte foreningens generelle arbejde for at skabe bedre tandsundhed blandt verdens fattige. Midlerne vil blive anvendt på foreningens projekter, støtte til udsendelse af frivillige på dentalmissioner og projekter.

Indsamlingsområde

Landsdækkende.

§8A godkendelse hos SKAT

Fordele: giverne kan få skattefradrag + listen bruges af virksomheder (mobilepay, google grants, facebook) til at afgøre, hvem de anerkender som indsamlingsorganisationer

Krav for at opnå godkendelsen

- 1) Midlerne anvendes til fordel for en kreds af personer, der ikke geografisk eller på anden måde er begrænset til et befolkningsunderlag på under 35.000.
- 2) Antallet af **gavegivere i EU/EØS årligt overstiger 100.**
- 3) Den enkelte gavegiver skal i løbet af året samlet have ydet en gave på **mindst 200 kr.** til den pågældende almenvelgørende og almennyttige forening, fond, stiftelse eller institution m.v.
- 4) Der skal ved afgivelse af erklæring oplyses, hvorvidt der i det forudgående kalenderår fra samme udenlandske gavegiver er modtaget en eller flere gaver, der sammenlagt overstiger 20.000 kr.
- 5) Den årlige bruttoindtægt eller **formuen (egenkapitalen) overstiger 150.000 kr.**

§ 2. For foreninger, der er et selvstændigt retssubjekt, kræves yderligere følgende betingelser opfyldt:

- 1) Foreningens bestyrelse er **ikke i overvejende grad selvsupplerende.**
- 2) Antallet **af kontingentbetalende medlemmer i EU/EØS overstiger 300**, og kontingentet har en sådan størrelse, at det dækker foreningens normalt forekommende administrationsudgifter.
- 3) Foreningen er ikke medlem af en allerede godkendt hovedforening. Denne betingelse gælder dog ikke, hvis den ansøgende forening er en landsorganisation.

HUSK GDPR

- Husk at få tilladelse til opbevaring af data
- Få styr på jeres system til at opbevare data
- Se mere på www.cisu.dk/organisation/persondata





Private givere:
Mange
indsamlingsformer

Kampagner: akut behov, særligt fokus eller anledninger

- Mobilepay, sms, kontant
- Engangsstøtte ved arrangementer eller events
- Online: egen hjemmeside, sociale medier, indsamlingsplatforme

Faste støtter: formålet i fokus, relation til jer som organisation

- Fast giveraftale, medlemskab, gavebrev, testamenter

→ Vær så fleksible, som I har ressourcer til...



Private givere:
Mange
indsamlingsformer

Online platforme

Facebook og Instagram: kun muligt at bruge for ISOBROs medlemmer

Egne hjemmesider: betaling via kort og/eller mobilepay

Mobilepay: MyShop aftale

§8A godkendelse: muligt at blive fritaget for gebyrer

Andre: 999 kr. i oprettelse + 49 kr. pr. md + 0.75 kr. pr. transaktion

dk.crowdfunding.betternow.org: CISU overvejer at tilbyde en fælles aftale og adgang for medlemmer.

→ Kan I forestille jer at oprette en indsamlingskampagne online på platformen inden for det næste år?

Trends: online fundraising

1. Bliv på de sociale medier og andre platforme, hvor folk er i forvejen.
2. Lav mere indhold! Tendensen er, at social media forbrug bevæger sig væk fra deling med venner og familie over til indhold, der deles i interessefællesskaber både af professionelle og amatører.
3. Power of community: Opret mange små grupper på facebook omkring konkrete events og byg din online fundraising strategi op om konkrete handlinger og konkrete problemer.

Nick Byrne, fundraisingkonferencen 2022

Hvad kan vi lære af abonnementsløsningerne?

- Byd godt velkommen hurtigt
Man skal opleve værdi af medlemskabet/støtten inden for den første uge
- Beløn loyalitet
Giv den største tak til loyale medlemmer og støtter. Melder man sig ud, skal man miste privilegier.
- Tillid + høj opfattet værdi
 - føle sig værdsat
 - hjertesag
 - eksklusivitet
 - del af et rart fællesskab

♥ FORDELSKLUB 📦 BILLIG FRAGT - OG FRI FRAGT FOR PLATINMEDLEMMER ⚖️ 90 DAGES RETURRET ★★★★★ TRUSTPILOT



Kom med til en hyggelig strikkeaften med søstrene bag **Krea Deluxe**

LÆS OM DET - HER

Telmore PR

📶 4G 92% 🔋 07.53

← Aarstiderne 🔍



Aarstiderne

Sponsored • 🌐



Hej Aarhus! Må vi invitere jer på middag? 🌿

Endnu en gang inviterer vi til vores vildt populære fællesspisninger. Denne gang i Aarhus, hvor vi serverer et godt, vegetarisk måltid mad og giver jer muligheden for at lære os bedre at kende - og omvendt.

Alle er velkomne, og fællesspisningen er gratis, hvis du er kunde hos Aarstiderne. Vi glæder os til at møde jer! 😊



Write a comment...



Fundraisingens 10 grundprincipper

- 1) Fundraising handler ikke om penge. Det handler om omsorg for dem, der har for lidt.
- 2) Fundraising handler om hjerteblod. "Open heart – open mind – open cheque book"
- 3) Mennesker giver til mennesker, ikke til organisationer. **Vis derfor, hvordan din organisation er en kanal mellem mennesker.**
- 4) Giveren skal være en ven, ikke en kunde.
- 5) 80 % af indtægterne kommer fra 20% af giverne – sørg for at behandle de 20 % som "VIPs".
- 6) Gør det let at give – **donorer er dovne.**
- 7) Du får ikke det, du ikke beder om. Det er ikke nok at gøre et godt stykke arbejde.
- 8) Brug de muligheder, der opstår (Be bold – be ready – be passionate)
- 9) Fundraisingsteknikker kan anvendes universelt – undgå at tænke "det virker ikke hos os".
- 10) **Sig tak.**

Kilde: Per Stenbeck

Og hvad snakker man helt aktuelt om i branchen?

Tendenser fra Fundraisingkonferencen 2023:

- Det handler om at skabe et community – også for virksomhederne, som – også – er jeres konkurrenter
- AI gør kommunikation nemmere at målrette, men også mere ens – her er jeres chance for at være unikke og personlige
- Forventningen til ”kundeoplevelsen” stiger hele tiden, fordi virksomhederne bliver bedre og bedre til at lave helt målrettet, personligt kommunikation

Hvilken chance har den dovne giver hos jer?

1) I bliver om et øjeblik sendt ud i breakout-rooms to og to tilfældigt sammensat.

2) Kig på den anden persons organisations hjemmeside / facebookside

Mobilen har i dag overhalet pc til web-søgninger, så brug gerne den...

3) Prøv at finde ud af:

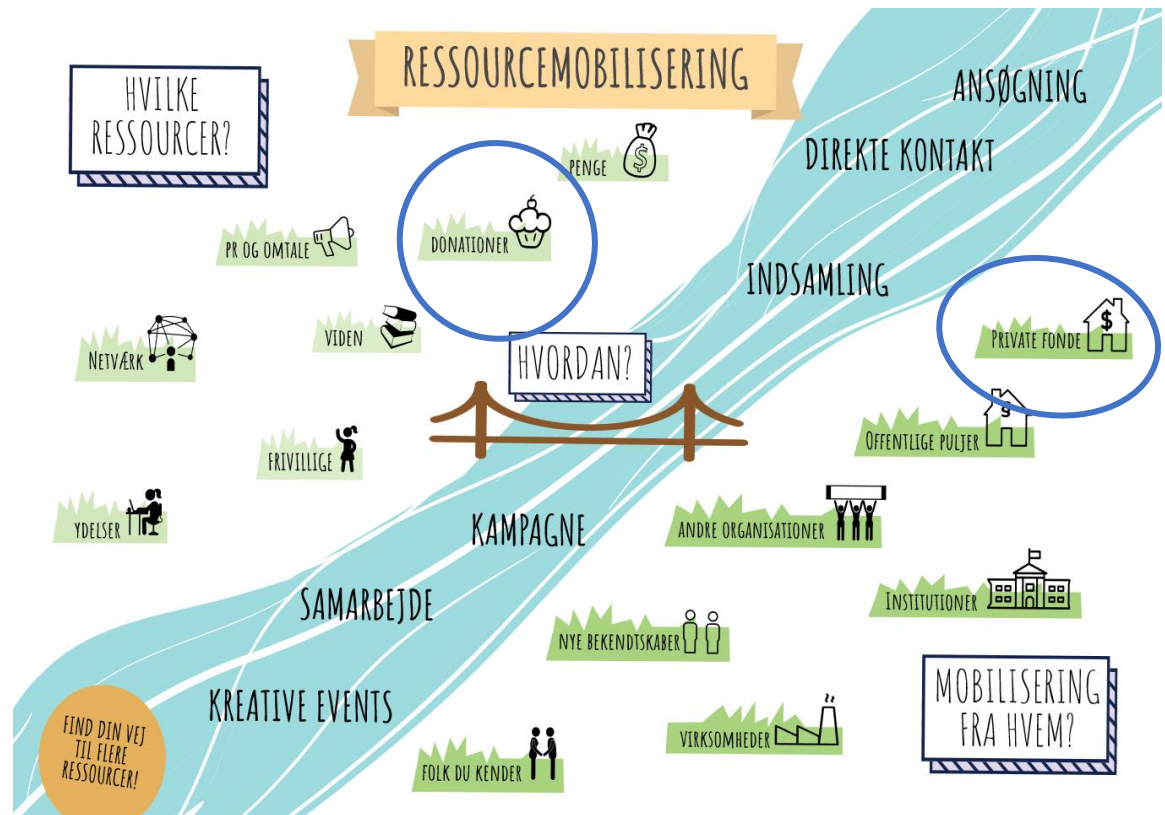
→ Hvordan bliver jeg medlem?

→ Hvordan giver jeg en gave?

4) Giv jeres ærlige feedback: virker det som om den anden organisation gerne vil have jeres penge og medlemskab? Hvorfor / hvorfor ikke?

Støtte fra fonde

- Globale trends
- Privat vs. offentlig
- Find fondene
- Den gode ansøgning
- Søg om "Støtte til ansøgningsproces"
- Et par gode fonde



Støtte fra private fonde og legater i Danmark

- De større danske fonde får i stigende grad egne dagsordener og prioriteter – og støtter ofte både udviklingsprocesser og materialer.
- De fleste mindre private fonde og foreninger vil helst støtte materielle ting: Bygninger, udstyr, biler og andre ting, som kan måles og vejes – og fotograferes...
- Civilsamfundspuljen og de øvrige offentlige puljer vil helst støtte udviklingsprocesser: Kapacitetsopbygning, netværksdannelse, evalueringer, læring osv. Dvs. gerne lønninger
- Løbende drift og lønninger støttes sjældent i mindre bevillinger, men administrationsudgifter accepteres normalt.

Støtte fra
private
fonde og
legater i
Danmark
- *Hvor finder
man
fondene?*

- **Brug fonde.dk**
- **Brug jeres netværk**
- **Lær af andre foreninger, særligt dem der ligner jer (geografi, fokusområde, størrelse): google er din ven**



Støtte fra
private
fonde og
legater i
Danmark
- *Hvor finder
man
fondene?*

**Få gratis adgang til fonde.dk som CISU
medlemsorganisation**

Skriv til info@fonde.dk med dit fulde navn samt din forenings navn. I emnefeltet skal der stå "CISU". Derefter vil I modtage loginoplysninger direkte fra fonde.dk med anvisninger til, hvordan I kommer godt i gang med funktionerne.

→Tilmeld dig også gerne deres nyhedsfunktion

Støtte fra private fonde og legater i Danmark - *Nyttige erfaringer om fonde*

- De store og kendte fonde giver som udgangspunkt helst til de helt store og kendte projekter/organisationer
- De store indgår mere og mere i strategiske partnerskaber og mindsker deres åbne uddelinger
- Mindre fonde vil ofte give til mindre organisationer/projekter - hellere end at drukne i en stor organisations fundraising
- Mange små fonde lever skjult og har ikke en egentlig organisation bag sig
- Fondene mangler ofte selv faglig viden om udvikling

Støtte fra
private fonde
og legater i
Danmark
- *sæt
fundraising
i system*

- **Sæt arbejdet i system** (tovholder, kartotek, følg op på henvendelser)
- **Vær indstillet på mange afslag!**
- **Ring/skriv tilbage**, hvis I har fået et afslag
- **Plej de gode kontakter** – vær ikke bange for at søge igen samme sted
- **Søg meget gerne flere steder samtidig**

Den gode ansøgning



Brug ansøgningsformat, hvis tilgængeligt, og brug tid på at tilpasse ansøgningen



Vær ærlige – lad være med at male et urealistisk rosenrødt billede.



Gå efter samme stil som fonden selv bruger



Undgå fagsprog, forkortelser og indforståethed.



Fokuser på hvad I vil gøre, vær konkret. En god sag er ikke nok i sig selv.



Budgettet skal være gennemarbejdet og gennemskueligt – vær ikke for beskedne, men heller ikke urealistisk høje i jeres ønsker.



Få en person uden for bestyrelsen/foreningen til at læse ansøgningen igennem og komme med ærlig feedback.



PS: de samme tips kan også bruges overfor store private donorer, virksomheder, CISUs egne puljer etc.

Søg CISU om ”Støtte til Ansøgningsproces”

→ Hvis det er svært for jer at skaffe midler til at søge midler, kan CISU hjælpe gennem Civilsamfundspuljen.

Det er muligt at søge om **Støtte til Ansøgningsproces** i Civilsamfundspuljen. Der kan søges fra 20.000 kr. til 50.000 kr.

Der kan ydes støtte til relevante udgifter til en ansøgningsproces, hvor ansøger sammen med deres partnere er i en konkret proces med at ansøge en anden donor (som ikke er finansieret af Udenrigsministeriet). Det skal være beskrevet og budgetlagt, hvorledes støtten konkret vil blive anvendt.

- Der kan søges om maksimalt 50.000 kr., der kan dække alle typer af relevante omkostninger.
- Ansøgningens samlede budget skal være på minimum 500.000 kr.
- Anvendelsen af tilskuddet kan, hvor det er relevant, anvendes til lønninger og aktiviteter hos de omfattede partnere i ansøgningen.

Bliv klogere på samarbejde med danske fonde

Kurset "Samarbejde med danske fonde – del 2" **11/10-2023**

På kurset vil Dennis Hørmann fra virksomhederne Fonde.dk og Fundraiseren.dk dele tips, tricks og erfaringer med, hvordan man bedst får støtte fra og samarbejder med de danske fonde.

Du vil i løbet af dette fundraising kursus:

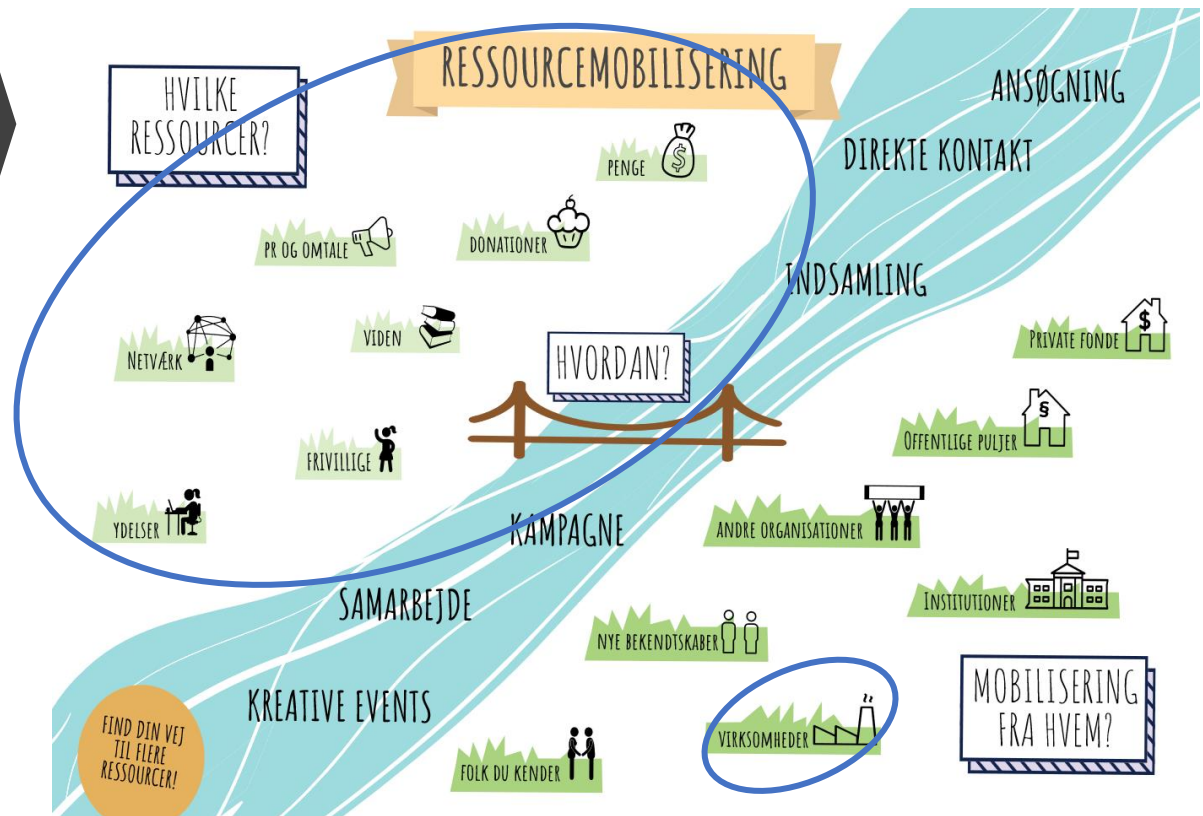
- Vurdere en rigtig ansøgning og tage stilling til, om den skal have støtte eller ej
- Arbejde med din egen projektidé ud fra der hvor du er i processen, fx med:
 - o Identificering og udvælgelse af fonde og puljer
 - o One-pager og fondsdialog
 - o Fondsansøgningen
 - o Budget- og finansieringsplanen

→ Tilmeld dig nu på cisu.dk/kurser

Partnerskaber med virksomheder

- *Hvad kan det handle om?*

- Sponsorater af konkrete ting
- Økonomisk støtte til organisation/projekter (husk at fradragsreglerne også gælder for virksomheder)
- Fælles dagsordener og PR (Verdensmål er god mulighed)



Partnerskaber med virksomheder

- Afstemning og involvering

Behov for at afstemme
med virksomhederne

Fælles værdiskabelse

(udvikle fælles løsninger)

Semi-strategisk

(Fælles om hver sine mål)

Noget-for-noget

(xx kr. pr. solgt xx går til)

Velgørenhed

(Donationer)

Involvering
og kontakt



Partnerskaber med virksomheder

-

Velfungerende partnerskaber

- Fælles engagement ift. fælles udfordringer eller potentialer
- Begge partnere bruger deres kernekompetencer i partnerskabet
- Partnerskabet er relevant for begge partners mission og strategi
- Begge partners bidrag anerkendes
- Partnerskabet giver øget værdi til begge partnere

A large orange circle on the left side of the slide, partially cut off by the edge.

Partnerskaber med virksomheder - Potentielle udfordringer

- Gode virksomhedssamarbejder kan være tidskrævende
 - Dårlig omtale kan smitte – afstem etik og værdier med virksomheden
 - Potentiale for konflikter ved forskellige mål for partnerskabet
 - Partnerne kan være klar til at rykke på forskellige tidspunkter
- 
- A yellow dashed line in the bottom right corner, consisting of several short, curved segments.

Overvej med dig selv + fælles check ud

- Hvad skal jeg undersøge nærmere efter i dag?
- Hvilken konkret handling kan jeg gøre inden for den næste måned for at komme videre med fundraising?