

FUNDRAISING-GRUNDLAGEN

In fünf Schritten zum professionellen Jahresbericht: Starten Sie im Herbst!

Das Gesetz stellt keine hohen Ansprüche an die Jahresberichte gemeinnütziger Organisationen, Ihre Förderer schon. Spender und Sponsoren, Kooperationspartner und Stiftungen, Mitglieder und Mitarbeiter wissen Transparenz zu schätzen. Ein Jahresbericht ist für alle gemeinnützigen Organisationen, die im Fundraising erfolgreich sein möchten, ein wichtiges Instrument der Öffentlichkeitsarbeit, Imagepflege und Spenderbindung. Zeigen auch Sie, was Ihre Organisation innerhalb eines Jahres geleistet hat! Das schafft Glaubwürdigkeit und Motivation. Ideal ist es, wenn Sie bereits jetzt mit der Planung und Umsetzung Ihres Jahresberichtes 2010 beginnen können.

Einmal im Jahr legen Sie Rechenschaft über das Erreichte ab, geben einen Überblick über abgeschlossene Projekte und ziehen finanzielle Bilanz. Der Jahresbericht hat eine doppelte Bedeutung: Einerseits ist er Ihr Leistungsnachweis für die Vergangenheit, andererseits Ihr Selbstdarstellungsinstrument für die Zukunft. Denn er begleitet Sie auch im laufenden Jahr bei der Ansprache potenzieller Förderer und in der Öffentlichkeitsarbeit. Gerade aus dem Bereich der Unternehmenskooperationen ist ein Jahresbericht als Fundraising-Instrument inzwischen nicht mehr wegzudenken. Die in ihm enthaltenen Informationen müssen profund und überprüfbar sein und über eine einfache Selbstdarstellung hinausgehen.

Der Jahresbericht sollte alles enthalten, was die Arbeit Ihrer Organisation im vergangenen Jahr geprägt hat. Nicht nur buchhalterisch, sondern auch inhaltlich: Wurden die angestrebten Ziele erreicht? Wenn nein, was sind die Gründe dafür? Wenn ja, was sind Ihre Ziele für die Zukunft? Der Jahresbericht dient der Überprüfung und Aktualisierung Ihrer Strategie und muss eine Zukunftsvision transportieren. Er kann als motivierende Erinnerung an Erfolge mit Freude gelesen werden oder als Mahnung, um aus den Fehlern der Vergangenheit zu lernen. In diesen fünf Schritten gestalten Sie einen professionellen Jahresbericht:

Schritt 1: Vorüberlegungen und interne Beratung

Ihr Jahresbericht soll zielgruppengerecht formuliert und interessant zu lesen sein. Im ersten Schritt sollten Sie deshalb Klarheit über drei grundsätzliche Dinge erreichen:

- die Form des Berichtes: gedruckt und/oder elektronisch
- die avisierten Kosten der Gestaltung und der Produktion
-

den Zeitplan für die Erstellung und den Versand

Beziehen Sie bereits in dieser ersten Phase Ihre Kollegen aus der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, den Programmabteilungen und den Gremien in den Diskussions- und Entscheidungsprozess ein. Oder versuchen Sie alternativ, eine Arbeitsgruppe gemeinsam mit den ehrenamtlichen Unterstützern zu bilden.

Um Ihre Organisation und Tätigkeit ausführlich vorzustellen, werden Sie den inhaltlichen und konzeptionellen Input aus allen Bereichen brauchen. Denken Sie auch daran, dass Sie im Jahresbericht gleichzeitig zeigen müssen, dass Ihre Organisation aktiv ist. Die Zielgruppen des Berichtes sollen nachvollziehen können, wie und wo Ihre Organisation tätig geworden ist und wie finanzielle Mittel verwendet wurden.

Schätzen Sie vorab auch grob, mit welchen Kosten für die Produktion, den Druck und die Verbreitung des Berichtes, Ihre Organisation zu rechnen hat und ob unter Umständen ein professioneller Texter, Grafiker und Fotograf an dem Jahresbericht mitwirken sollten. Erstellen Sie einen groben Zeitplan für die Umsetzung Ihres Vorhabens.

Schritt 2: Planung und Konzeption

Die Konzeptions- und Planungsarbeiten für Ihren Jahresbericht umfassen:

- die Zeitplanung
- das Text- und Bildkonzept
- die Produktions- und Versandplanung

Es lohnt sich, Zeit in diese konzeptionelle Phase zu investieren und die Planungsschritte genau zu definieren. Stellen Sie die Ziele, die Sie mit dem Jahresbericht verfolgen, zusammen und leiteten Sie daraus Ihre Strategien und Maßnahmen zur Gestaltung ab.

Zu den Funktionen eines Jahresberichtes können gehören:

- Mittel zur Legimitation des Vorstandshandelns
- Basis für Partnerschaft und Vertrauen
- Grundlage für künftige Förderung

-

Instrument für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit

Beraten Sie sich mit Ihren Kollegen und halten Sie die Ergebnisse der Diskussionen schriftlich fest. Zusätzlich zu den inhaltlichen und grafischen Überlegungen sollte Sie sich rechtzeitig um die nötigen Angebote für die Produktion und den Druck kümmern und – je nach Bedarf und Ihren finanziellen Möglichkeiten – eine Auswahl externer Dienstleister treffen.

SCHRITT 3: Inhaltliche und grafische Gestaltung

Inhaltlich sind neben der Bilanz und der Einnahmen-/Überschussrechnung gute Texte und Bilder für einen wirkungsvollen Jahresbericht entscheidend. Ein Jahresbericht hat in der Regel einen hohen Textanteil, den Sie durch eine professionelle Gestaltung strukturieren können. Idealerweise sollten die Texte durch Tabellen, Diagramme und Sachdarstellungen verdeutlicht und ergänzt werden. Geschätzt bei den Lesern sind Übersichten wie z. B. Organigramme.

Neben Verständlichkeit und Klarheit sind es die emotionalen Momente, die einen Jahresbericht lesenswert machen. Mit kurzen, informativen Artikeln aus dem Alltag Ihrer Organisation und aussagekräftigen Bildern rund um Ihre Projekte wird Ihr Jahresbericht zu einer spannenden Lektüre.

Checkliste: Das gehört in den Jahresbericht

Diese Elemente sollten im inhaltlichen Konzept Ihres Jahresberichtes Berücksichtigung finden:

-

Inhaltsverzeichnis mit dem Überblick über die Bestandteile Ihres Jahresberichtes

-

Einleitung:

-

ein kurzer Gesamtbericht zur Tätigkeiten Ihrer Organisation im Berichtszeitraum

-

ein Ausblick auf das nächste Jahr

-

Grußworte, z. B. von bekannten Experten aus dem Tätigkeitsfeld Ihrer Organisation oder von Prominenten aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft oder Medien

-

Berichte aus den Bereichen:

-

Organisationsdaten: Mitglieder und Fördermitgliederzahl, Gremienübersicht, Mitgliedschaften in Dachverbänden etc.

-

Informationen zum Führungsteam und dessen Aufgabenbereichen

-

Einzelberichte zu konkreten inhaltlichen Projekten und Spendenprojekten

-

Finanzbericht

-

Bericht über den letzten Jahresabschluss mit Bilanz und Einnahmen-/Ausgabenrechnung

-

Auflistung geleisteter ehrenamtlicher Arbeit

-

Auflistung der Spendeneinnahmen mit Rechnungslegung über die Verwendung zweckgebundener Spenden

-

Impressum mit den üblichen Daten zu Herausgeber, Verantwortliche für den Inhalt, Jahr der Veröffentlichung, Redaktion, Auflage, Spendenkonto, Fotonachweis, etc.

-

Anerkennung, Dank und Auszeichnungen

-

Anerkennung und Dank für die Unterstützung an Spender, Förderer und Ehrenamtliche

-

Nennung der Kooperationspartner, mit denen Sie erfolgreich zusammenarbeiten

-

Presseschau, die die Wahrnehmung Ihrer Organisation von außen verdeutlicht

-

Wahlweise Werbung und Response-Element – entsprechend konkreten Bedürfnissen Ihrer Zielgruppe und Ihrem finanziellen Rahmen

Schritt 4: Erstellung und Produktion

Sind die Inhalte vorbereitet, die Bilder ausgewählt und die Gestaltungslinie festgelegt, dann können Sie mit der Erstellung des Berichtes anfangen. Suchen Sie sich einen professionellen Grafiker, der Ihren Bericht in Form bringt. Sparen sollten Sie an dieser Stelle nicht: Ein grafisch schlecht aufgemachter Jahresbericht führt, wenn auch unbegründet, zu Rückschlüssen auf die Arbeit Ihrer Organisation. Auch kann ein Layout-Experte Sie bei der Auswahl des Papiers, der Qualität der Bilder und bei der Farbzusammensetzung beraten. Idealerweise übernimmt er außerdem die nötigen Absprachen mit der Druckerei und kontrolliert so die Produktion Ihres Jahresberichtes.

Schritt 5: Veröffentlichung und Verbreitung

Wer soll Ihren Jahresbericht wie erhalten? Diese Frage hat die Konzeption Ihres Berichtes beeinflusst. Nun gilt es, die entsprechenden Verteiler zusammenzustellen und die Begleitschreiben vorzubereiten. Können Sie den Jahresbericht einer bereits geplanten Versandaktion beilegen? Untersuchen Sie diese Möglichkeit und sparen Sie Versandkosten.

Außer Ihren Mitgliedern sollten Sie bei der Verbreitung folgende Zielgruppen berücksichtigen:

- Spender und Sponsoren
- Kooperations- und Geschäftspartner
- Geldauflagenzuweiser und Stiftungen, mit denen Sie zusammenarbeiten
- Medien und Öffentlichkeit

Stellen Sie den Jahresbericht auch auf Ihrer Internetseite als PDF-Datei zur Verfügung. So erreichen Sie mit wenig Aufwand neue Interessenten.

Nutzen Sie interne und externe Veranstaltungen, um mit dem Jahresbericht über Ihre Arbeit zu informieren. Legen Sie den Bericht in Ihrer Geschäftsstelle aus und bitten Sie befreundete Institutionen, mit dem Bericht in ihren Räumlichkeiten über die Arbeit Ihrer Organisation zu informieren. Selbstverständlich nützt Ihnen der Jahresbericht bei Erstanfragen oder persönlichen Terminen mit potenziellen Förderern.

Zeitplanung: Rechtzeitig mit den Vorbereitungen beginnen

Ideal ist es, wenn Sie jeweils im Herbst des Vorjahres mit der Planung Ihres Jahresberichtes beginnen können. Allein die vielen internen Abstimmungen und die Freigabe benötigen viel Zeit. Erfahrungsgemäß fällt dem einen oder anderen kurz vor Druck doch noch etwas ein. Darauf sollten Sie vorbereitet sein!

Der Jahresbericht soll die Botschaft vermitteln, dass Ihre Organisation unvergleichlich ist: vertrauenswürdig, attraktiv und uneingeschränkt unterstützenswert. Die Herausarbeitung dieser Eigenschaften in Text und Bild nimmt viel Zeit in Anspruch. Die Vorbereitung eines Jahresberichtes ist ein fortlaufender Prozess, der das ganze Jahr über im Hintergrund verläuft und einer klaren Struktur sowie Ablaufplanung bedarf. Hier gilt die bekannte Fundraising-Weisheit: „Gut geplant ist halb gewonnen!“

Beginnen Sie deshalb im Idealfall schon anderthalb Jahre vor dem Erscheinungstermin mit den ersten Vorbereitungen. Legen Sie einen Jahresbericht-Ordner an und sammeln Sie das ganze Jahr über Ergebnisse gelungener Projekte, gute Geschichten aus dem Leben Ihrer Organisation, wirksame Bilder und Zeitungsausschnitte. Im optimalen Fall verläuft die Herstellung eines Jahresberichtes einer kleinen bis mittleren Organisation in folgender Weise:

[Überblick Zeitplan]

Überblick: Zeitplan für den Jahresbericht einer mittleren Organisation

Herbst 2009

1. Abschlag für den Jahresbericht im Budget 2009 einplanen.

Frühjahr 2010

Suche nach Praktikanten beginnen (falls nicht genug Kräfte vorhanden sind, die helfen können).

Anfang September 2010

Angebote von Agenturen, Grafikern, Textern und Fotografen einholen, mögliche Termine für die Präsentation des Jahresberichts im nächsten Jahr mit dem Vorstand klären.

Ende September 2010

Eine Agentur auswählen, ein Konzept erstellen, Ideen sammeln, abfragen, wie viele Jahresberichte wo benötigt werden, zur Redaktionskonferenz einladen und diese durchführen.

Anfang Oktober 2010

Einen Seitenplan erstellen, den Termin für die Freigabe durch den Vorstand festhalten, an die Autoren schicken und diese mit der Verfassung des redaktionellen Beitrags beauftragen.

Mitte Oktober 2010

Grußworte anfragen und gegebenenfalls einen Fototag organisieren.

Anfang November 2010

Die Inhalte sollten, mit Ausnahme der Grußworte, der aktuellen Ergänzungen und eines Teils der Zahlen vorliegen.

Mitte November 2010

Gegebenenfalls eine 2. Redaktionsrunde zum Stand der Dinge durchführen, gemeinsam eine Druckerei auswählen, einen Zwischenbericht an den Vorstand übermitteln.

Ende November 2010

Die 1. Korrekturfahne (Abzug des noch nicht umgebrochenen Satzes) sollte fertiggestellt und verteilt werden, die letzten Grußworte sollten ankommen und eine Adressliste für den Versand der Jahresberichte erstellt werden.

Anfang Dezember 2010

Rücklauf der 1. Korrekturfahne, danach Änderungen zusammenführen und einarbeiten, offiziell zur Präsentation einladen. Avisieren Sie der Druckerei den voraussichtlichen Drucktermin, damit sie sich darauf einstellen kann.

Mitte Dezember 2010

Die 2. Korrekturfahne wird erstellt und dem Vorstand zur Freigabe vorgelegt. Lediglich im Zahlenteil fehlen noch die Daten des Jahresabschlusses.

Anfang Januar 2011

Einarbeiten der letzten Zahlen, Erteilung der Druckfreigabe, Druck, Fertigstellung

Ende Januar 2011

Präsentation des Jahresberichts auf dem Neujahrsempfang Ihrer Organisation

Februar 2011

Auslieferung des Jahresberichtes für 2010

Einen Kommentar schreiben

Kommentar von [sicherer datenraum](#) | 01.11.2016

Ein sehr guter Artikel. Bei der Erstellung und Versicherung von den Produkten kann ich noch virtuelle Datenräume empfehlen.

Antwort von Matthias Daberstiel

Hallo,

sind solche sicheren Datenräume, denn für Non-Profit-Organisationen wirklich relevant und ist ein Jahresbericht für eine solches Vorhaben nicht zu winzig?

Danke für eine kurze Antwort.

Mit freundlichen Grüßen vom Redaktionsteam

Matthias Daberstiel

Kommentar von sicherer datenraum | 02.11.2016

Danke für Ihre Frage.

Solche Datenräume passen perfekt sogar für Vorhaben mit kleinem Jahresbericht. Für Details, sehen Sie sich den anhängenden Website an.

<https://www.idealsvdr.com/de/virtueller-datenraum-anbieter/>

Antwort von Matthias Daberstiel

Verstehe, es geht also mehr um die gemeinsame Erstellung eines Jahresberichtes in einem solchen virtuellen Datenraum. Danke für die Information.