



**Bundesverband
Herzranke
Kinder e.V.**

Von der Vision zur Wirkung:

Fundraising-Inspirationen für

Patientenorganisationen

Netzwerktreffen der
O-Mamori-Community



**Bundesverband
Herzkrankte
Kinder e.V.**

BVHK – Wer wir sind

- Dachverband für Familien mit herzkranken Kindern & EMAH
- Seit über 30 Jahren aktiv, Sitz in Aachen
- 29 Mitgliedsvereine, ca. 3.500 betroffene Familien bundesweit
- Angebote: Beratung, Informationsmaterial, Begegnungsangebote, gesundheitspolitische Interessenvertretung

Mögliche Geldquellen für Patientenorganisationen

Privat & Umfeld:

- Einzelspenden, Dauerspenden
- Spendenaktionen (Geburtstag, Jubiläum, Sport, Online)
- Trauerspenden ("Statt Blumen..."), Erbschaften & Vermächtnisse

Institutionen & Organisationen:

- Firmenspenden / Unternehmenskooperationen
- Stiftungen, Krankenkassenförderung, öffentliche Zuschüsse
- Bußgelder (Geldauflagen)

Mix ist wichtig: nicht von einer Quelle abhängig sein

Worauf lohnt sich der Fokus besonders?

Jetzt stärken: Privatspenden, Dauerspenden, Spendenaktionen, Krankenkassenförderung

Gezielt ausbauen: Firmenspenden / Unternehmenskooperationen, Stiftungen

Langfristig mitdenken: Trauerspenden, Erbschaften/Vermächtnisse, Bußgelder, öffentliche Zuschüsse



Bundesverband
Herzkrankte
Kinder e.V.

Warum Fundraising für Patientenorganisationen anders ist

- Viele kommen über eigene Betroffenheit, nicht aus dem Fundraising
- Hohe emotionale Nähe zu den Familien
- Großer Bedarf, wenige Ressourcen

Fundraising = Beziehungen aufbauen, Vertrauen schaffen,
Wirkung ermöglichen



Bundesverband
Herzkrankte
Kinder e.V.

Von der Vision zur Wirkung – einfaches Modell

Vision → Ziele → Angebote/Projekte → Wirkung im Leben der Betroffenen

Beispiel:

- Vision: Familien mit herzkranken Kindern fühlen sich nicht allein
- Angebote: Beratung, Broschüren, Elterncoaching, Mut-Mach-Pakete
- Wirkung: mehr Sicherheit, weniger Angst, bessere Teilhabe

Vom Bedarf zum Angebot – Beispiel BVHK

Sozialrechts-Hotline:

- Themen: Pflegegrad, Schwerbehinderung, Reha, Schule, Beruf
- Ziel: Orientierung & Entlastung für Eltern

Mut-Mach-Pakete & Avatare:

- Kuschelpuppe "Erwin/Rosi", Buch/Tagebuch "Annas Herz-OP"
- Telepräsenz-Avatar für Schule bei längerer Krankheit
- Ziel: Verständnis, Teilhabe, weniger Isolation



Bundesverband
Herzranke
Kinder e.V.

Inspiration 1: Geschichten statt Projektlisten

Nicht nur: Wir haben Hotline, Broschüren, Seminare, Camps ...
Stattdessen: 1 konkrete, anonymisierte Geschichte

- Ausgangslage: Schock, Überforderung
- Unterstützung: Beratung + Material + Austausch
- Ergebnis: mehr Klarheit, weniger Angst

Spendenbotschaft: **Mit X € ermöglichen Sie diese Begleitung für eine Familie**



Bundesverband
Herzkrank
Kinder e.V.

Inspiration 2: Wirkung zeigen – ganz einfach

Nach Angeboten 3 Fragen stellen:

1. Wie ging es dir vorher?
2. Wie geht es dir jetzt?
3. Was nimmst du konkret mit?

Mögliche Aussagen: **80 % fühlen sich sicherer, 9 von 10 empfehlen weiter**

Nutzen: stärkere Anträge, glaubwürdige Spendenargumente, klare Botschaft:
Ihre Spende wirkt



Bundesverband
Herzranke
Kinder e.V.

Inspiration 3:

Fokus wählen, statt alles gleichzeitig

Typischer Druck: Briefe, Social Media, Stiftungen, Unternehmen, Online ...

Vorschlag: 1 Schwerpunkt für 6–12 Monate:

- Dauerspender:innen gewinnen
- Jahresaktion für ein Herzensprojekt
- 2–3 Unternehmenspartnerschaften lokal

Geeignete BVHK-Beispiele: Mut-mach-Pakete, Avatare, Familienwochenenden, Jugendfreizeiten, Elterncoaching

Transparenz schafft Vertrauen

Einnahmen z.B. aus:

- Privatspenden & Dauerspenden
- Firmenspenden & Stiftungen
- Krankenkassenförderung & öffentliche Zuschüsse
- Bußgelder, Trauerspenden, Erbschaften/Vermächtnisse

Transparenz-Bausteine:

- kurze, verständliche Infos zur Mittelverwendung
- Tätigkeits- / Jahresbericht
- einfache Übersicht: So haben wir Ihr Geld eingesetzt



Bundesverband
Herzkrankte
Kinder e.V.

Was Ihr morgen tun könnt

- 1 Wirkungs-Geschichte aus der eigenen Arbeit aufschreiben (anonym)
- Für 1–2 Angebote 3 Feedback-Fragen einführen
- Fundraising-Schwerpunkt für die nächsten 6–12 Monate definieren
- 2–3 Sätze zu Wirkung & Transparenz auf Website/Newsletter ergänzen
- **Prüfen:** Welches Projekt eignet sich am besten für eine Spendenaktion?

Von der Vision zur Wirkung – gemeinsam

- **Unsere Visionen sind stark – wir dürfen ihre Wirkung selbstbewusst zeigen**
- **Fundraising ist lernbar, Schritt für Schritt**



**Bundesverband
Herzkrankte
Kinder e.V.**

Danke für Eure Aufmerksamkeit

Fragen, Austausch,
Erfahrungen

