

Die Zukunft 2025 gestalten

Der zielgenaue Blick in die Glaskugel



© Inked Pixels/Shutterstock.com

Beim Blick in die Nachrichten, Wirtschaftsseiten, Jahresrückblicke und Prognosen für 2025 überschlagen sich gefühlt die schlechten Nachrichten:

- Die wirtschaftliche Entwicklung insbesondere in Deutschland stagniert. Die Automobilbranche samt Zulieferer etwa stecken in der Krise und planen einen Personalabbau.
- Die Politik erstarrt im Wahlkampf, populistische und extreme Parteien verzeichnen einen Zulauf. Öffentliche Haushalte werden nicht oder mit Verspätung beschlossen.
- Öffentliche Zuschüsse werden gekürzt – zu beobachten ist zudem eine Verschiebung von Zuschüssen zu Darlehen.
- Immer mehr Einrichtungen – auch aus der Wohlfahrt – kommen zunehmend in finanzielle Schwierigkeiten. Die Träger beklagen steigende Kosten und ungenügende Finanzierung ihrer Angebote.
- Stiftungen reduzieren ihr Engagement und begrenzen ihre Förderung – nicht zuletzt aufgrund der Vielzahl von Anträgen und Projekten.

Klar ist, alle NGOs – ob groß oder klein, ob Vereine, Stiftungen, Verbände, gGmbHs oder Kirchen – stehen vor großen gesellschaftlichen Herausforderungen.



Wird es so weitergehen?

Die Herausforderungen werden bleiben. Eine schnelle Veränderung ist nicht zu erwarten. Die Wirtschaft befindet sich vor einem großen Wandel – dies gilt insbesondere für die energieintensiven Branchen oder die Automobilbranche. Auch politisch sind Entscheidungen überfällig – und der demographische Wandel wird die Arbeitswelt wie die Zivilgesellschaft nachhaltig verändern. Von daher empfehlen wir, nicht in Resignation zu verfallen oder an überholten Wegen festzuhalten, sondern mutig auf gesellschaftliche Herausforderungen zu reagieren. Auch gemeinnützige Organisationen stehen vor einer Transformation.

Welche Trends sehen wir?

Welche Trends und Entwicklungen sehen wir für das Fundraising, Marketing und Nonprofit-Management für 2025? Was ist bei den eigenen Strategien zu beachten?

Systematisches Fundraising wird für alle gemeinnützigen Organisationen zur Pflicht

Die Eigenverantwortung der gemeinnützigen Organisationen wird weiter zunehmen. Sie werden zunehmend in die Pflicht genommen, selbstständig für ihre Finanzierung zu sorgen – sie haben neben staatlichen Zuschüssen zusätzliche, planbare Finanzierungssäulen aufzubauen. Hier ist ein systematisches Fundraising erforderlich, das individuell zur Arbeit der Organisation entwickelt wird – Standardwege nach Lehrbuch funktionieren immer weniger. Hierzu braucht es ein klares Commitment in der Organisation und die Bereitschaft zur Veränderung und zur Investition.

Bau-Fundraising wird deutlich wichtiger

Die Sanierung oder der Neubau von gemeinnützigen Immobilien lassen sich immer schwieriger finanzieren. Staatliche Zuschüsse werden weniger, gemeinnützige Mittel stehen für Investitionsmaßnahmen nur in geringerem Maße zur Verfügung. Gleichzeitig steigen die Baukosten – und die bürokratischen Hürden werden eher größer als kleiner. Professionelles Immobilienmanagement und systematisches Fundraising sind künftig unverzichtbar für die Realisierung von Bauprojekten. Es braucht einen anderen Planungsprozess, neue Nutzungskonzepte mit einer immobilienwirtschaftlichen Betreuung. All das benötigt einen zeitlichen Vorlauf, Rücklagen sowie eine professionelle Umsetzung und Begleitung.

Agile Arbeitsweisen bieten erhebliche Chancen

Über die Chancen und Möglichkeiten des Einsatzes von KI wird zwar immer noch diskutiert, doch in der Praxis werden viele Tools bereits eingesetzt. Das führt zu Zeitersparnis und auch mehr Effizienz. Doch nur mit technischen Tools werden die zukünftigen Herausforderungen und Aufgaben nicht bewältigt werden. Strukturen, Prozesse und individuelle Arbeitsweisen von Mitarbeiter:innen sind zu verändern und anzupassen. Eigenverantwortliches Arbeiten im eigenen Arbeitsfeld wird immer wichtiger, unterstützt durch technische Lösungen und flexible Prozesse der Organisation. Die Entbürokratisierung muss auch innerhalb von gemeinnützigen Organisationen vorgenommen werden.



zielgenau.

Leadership wird ein entscheidender Faktor für die Zukunft gemeinnütziger Organisationen

Die Führung von Organisationen wird immer komplexer, Organisationen werden sich verändern und anpassen müssen – bei den Angeboten, der Finanzierung, den Strukturen, Arbeitsweisen oder auch in der Führung.

Es braucht Führungspersönlichkeiten, die sich selbst, Teams und Organisationen selbstbewusst und zielgewiss führen und leiten können. Es geht darum, Visionen zu entwickeln, Ziele zu setzen und Menschen zu motivieren, gemeinsam anzupacken, um sie auch zu verwirklichen. Eine effektive Führungskraft ist in der Lage, andere zu inspirieren, zu unterstützen und zu befähigen, ihr Bestes zu geben. Unsere Empfehlung: Investieren Sie in Leadership und fördern Sie Talente. Auch hier können Sie gemeinsam mit Großspendern einen Impact entfachen.

Outsourcing von Aufgaben im Fundraising

Ein Trend wird das gezielte Auslagern/Outsourcing von Aufgaben im Fundraising und Marketing. Um ein systematisches Fundraising nachhaltig aufbauen zu können, braucht es u.a. auch entsprechende Fachkräfte. Da diese immer weniger in den Organisationen vorhanden sind, wird das Outsourcen immer wichtiger. Viele Aufgaben lassen sich mit klaren Absprachen, Prozessen und digitalen Lösungen inzwischen an Dienstleister abgeben. Doch damit dieses Modell funktioniert, braucht es einen festen „Anker“, eine personelle Verzahnung in der Organisation.

Entbürokratisierung der gemeinnützigen Arbeit

Die bürokratischen Vorgaben haben in vielen Bereichen in den letzten Jahren deutlich zugenommen – häufig durch gesetzliche Bestimmungen. Das Thema muss politisch angegangen werden. Doch auch im gemeinnützigen Bereich gibt es viele bürokratische Hürden, die beseitigt werden können. Antragsprozesse bei Stiftungen oder Soziallotterien sollten ebenso betrachtet werden wie Prozesse innerhalb der eigenen Organisation. Zu häufig sind sie personen- und nicht sachorientiert, gepaart mit einer veralteten Technik und der Angst, Fehler zu machen. Die Folge sind umfangreiche Arbeitsanweisungen, zum Teil ein hoher manueller Aufwand. Entsprechend sollten Organisationen ihre Prozesse und Abläufe grundlegend überprüfen.

Die klassischen Fundraising-Instrumente und Methoden reichen nicht mehr aus

Die gesellschaftlichen Veränderungen in Politik, Wirtschaft, Verwaltung – national und international – machen ein anderes Fundraising-Verständnis erforderlich. Zum demografischen Wandel bei den Spender:innen gibt es noch immer nur einzelne Ansätze. Die GenZ etwa engagiert sich anders als die Baby-Boomer oder die Kriegsgeneration. Methoden wie Mailings haben ihre Berechtigung, doch passt jedes Instrument auf unterschiedliche Zielgruppen? Sicher nicht. Wie schaffen wir Beteiligungsformen? Wie binden wir Unternehmen in einem wirtschaftlich schwierigen Umfeld ins Fundraising ein? Fundraising 2025 muss sich diesen Fragen verstärkt stellen.



zielgenau.

Das WARUM entscheidet

Bei Fördermitteln ist die Entwicklung bereits klar erkennbar. Die Summe aller Anträge ist deutlich größer als der zur Verfügung stehende Betrag. Entsprechend wichtig ist die Begründung, warum gerade dieses Projekt gefördert werden soll. Das WARUM wird immer wichtiger – hier sind Kommunikation und Marketing gefordert. Es braucht einen Case for Support, eine Grundargumentation, die Außenstehende und Nicht-Experten verstehen. Gutes Engagement reicht nicht mehr, eine klare Wirkungsorientierung ist gefordert. Der Impact muss klar vermittelt werden.

Es gibt viele Trends und Ansatzpunkte für gemeinnützige Organisationen, die Sie 2025 im Fundraising, Marketing und Nonprofit-Management angehen können, um sich nachhaltig und zukunftsorientiert aufstellen zu können.

Fazit: Jetzt handeln

Die Herausforderungen sind klar: Das klassische Fundraising funktioniert nicht mehr, und die Finanzierungslücken wachsen. Doch anstatt abzuwarten, können Sie jetzt die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft stellen. Fundraising von morgen braucht klares Leadership – Organisationen, die gut geführt werden, sind widerstandsfähiger, handlungsfähiger und erfolgreicher im Einwerben von Mitteln.

Investieren Sie deshalb in die Führungskräfte von morgen: Als Mitbegründer der Stiftung Leaders of Tomorrow bieten wir ein Qualifizierungsprogramm speziell für Führungskräfte gemeinnütziger Organisationen an.

Nutzen Sie diese Chance, um Ihre Organisation zukunftsicher aufzustellen – durch starke Führung, eine durchdachte Fundraising-Strategie und effiziente Prozesse. Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, um aktiv zu werden!

zielgenau.

Agentur Zielgenau GmbH
Hilpertstr. 27 | 64295 Darmstadt
Tel.: 06151 - 13 65 18 - 0
info@agentur-zielgenau.de
agentur-zielgenau.de