

Bewertungsschema FundraisingPreis

Antragsteller:				
Kategorie:				
Fundraisingkonzept	Kreativität	Außenwirkung	Glücksgeschichte	Nachbarschaftsraum

Vorschlag Platzierung: 1. Platz 2. Platz 3. Platz keine Berücksichtigung

Kurze inhaltliche Beschreibung der Bewerbung:

.....

.....

.....

Formale Voraussetzungen

Kriterium	nicht erfüllt	fraglich	erfüllt
KG oder diakonische Einrichtung der EKHN			
mind. drei Jahre Engagement im Fundraising			
Teilnehmer in FR-Weiterbildung <u>oder</u> mehrstufige Beratung durchgeführt <u>oder</u> anderweitig ausgebildete Person in Einrichtung			
Vorgabe (500 bzw. 1.500 Wörter) eingehalten			
zwei Ansprechpartner*innen genannt			
Bemerkungen (z.B. unklare, noch zu prüfende Aspekte):			

Bewertung der Bewerbung

Kriterium	-	0	+
ansprechende Form			
verständlicher Inhalt, auf Fundraising fokussiert			
aussagefähige Anlagen (soweit sinnvoll)			
Konzept und Struktur erkennbar			
festes, dauerhaft aktives Team vorhanden			
strukturierte Daten vorhanden und genutzt			
Projekt von besonderer Bedeutung			
Nachhaltigkeit des Projektes			
Gemeindeaufbau (nicht nur Geld) im Fokus			
Ziele und Zeitrahmen definiert			
vielfältige Maßnahmen, nicht aktionistisch			
etablierte Dank-/Betreuungskultur			
nachhaltige Spenderbindung			
Reflexion des Erfolgs oder Misserfolgs der Kampagne			
überzeugende Begründung, den Preis zu verdienen			
nachahmenswerte und übertragbare Aktionen (außer für Kategorie Glücksgeschichte)			
Bemerkungen:			

Kategorie: Bestes Fundraisingkonzept

für Projekte, in denen einfach an alles gedacht wurde

spezielles Kriterium	-	o	+
Berücksichtigung 7-Phasen-Modell			
besonders umfassende SWOT-Analyse			
<u>Bemerkungen:</u>			

Kategorie: Beste Kreativität

für Projekte mit besonders einfallsreichen und originellen Elementen

spezielles Kriterium	-	o	+
Wow-Effekt			
Originalität			
Neuland-Faktor/Innovation			
<u>Bemerkungen:</u>			

Kategorie: Beste Außenwirkung

für Projekte mit einer besonderen Wahrnehmung auch über die jeweilige Gemeinde oder diakonische Einrichtung hinaus

spezielles Kriterium	-	o	+
Wow-Effekt			
Verbreitung deutlich über Organisation hinaus			
Initiative bei Externen ausgelöst			
<u>Bemerkungen:</u>			

Kategorie: Beste Fundraising-Glücksgeschichte

für besondere Erlebnisse im Rahmen eines Fundraising-Projekts

spezielles Kriterium	-	o	+
sympathische, mitreißende Geschichte			
Überraschungsmoment vorhanden			
vorlesbar			
<u>Bemerkungen:</u>			

Kategorie: Bestes Fundraising im Nachbarschaftsraum

für Fundraising-Projekte, die dabei geholfen haben, den neuen Nachbarschaftsraum zusammenwachsen zu lassen.

spezielles Kriterium	-	o	+
Einbindung möglichst vieler Kirchengemeinden			
Nachhaltigkeit der integrativen Wirkung			
Aspekt der neuen Gemeinsamkeit sichtbar			
<u>Bemerkungen:</u>			