



73.

**Bundesversammlung 2009**  
in Ortenberg / DV Freiburg

## »»» Anhang zum Antrag 1

### „Pfadfinden ein Leben lang“ (Arbeitstitel)

Eine integrierte Image- & Fundraisingkampagne der DPSG  
Zusammenfassung vom 07.05.2009

#### Die Zielsetzung

Die Arbeit der DPSG auf allen Ebenen dauerhaft zu sichern und dazu die entsprechenden (finanziellen) Ressourcen zu akquirieren.

Dies bedeutet, die DPSG:

- optimiert ihr zielgruppenspezifisches Image.
- führt dazu eine Imagekampagne durch, die ihr Profil entsprechend der Verbandsordnung, ihre auf pfadfinderische und christliche Werte basierende Erziehungsarbeit und damit die Attraktivität ihrer Angebote an Kinder, Jugendliche, junge Erwachsene und die Gesellschaft verdeutlicht.
- zielt dabei auf die verbandsinterne und –externe Öffentlichkeit.
- integriert in diese Imagekampagne eine Fundraisingkampagne.
- baut systematisches Fundraising auf und
- befähigt hinführend die Verbandsebenen und –Akteure zum aktiven Fundraising.
- gewinnt ehemalige Mitglieder als Fürsprecher und Spender und hält viele ehemalige Mitglieder als Dauerspender.
- erhöht dadurch das Stiftungskapital und damit die Ausschüttungen an die eigenen Gruppierungen.
- steigt langfristig ins Upgrading ein und motiviert ehemalige Mitglieder bzw. Spender zu mehr Spenden/Großspenden/Erbschaften
- stärkt die Zusammenarbeit der beteiligten Ebenen und Akteure.

#### Die operationalisierten Ziele

- Die Mitglieder der DPSG gehen selbstbewusst und offensiv mit ihrer Mitgliedschaft und pfadfinderischen Identität um. Es gelingt ihnen das Profil der DPSG verständlich zu kommunizieren.
- Die ehemaligen Mitglieder der DPSG gehen selbstbewusst und offensiv mit ihrer pfadfinderischen Identität um. Es gelingt ihnen das Profil der DPSG verständlich zu kommunizieren.
- Die verbandsnahe, verbandsexterne und sympathisierende Öffentlichkeit nimmt die DPSG und ihr Profil wahr und reagiert darauf positiv.
- Die Stiftung ist als Zukunft sicherndes Instrument verbandsintern, verbandsnah und unter Sympathisanten bekannt.
- Das Stiftungsvermögen ist im Jahr 2015 um 2,5 Mio € erhöht.
- Ehemalige und Sympathisanten sind als Fürsprecher und Dauerspender an den Verband gebunden und der Kreis der Freunde und Förderer der DPSG ist strategisch ausgebaut.

#### Die Zielgruppen

- Mitglieder (Kinder, Jugendliche und Erwachsene ab 7 Jahren)
- ehemaligen Mitglieder
- Eltern und Angehörige der Mitglieder
- Kirchengemeinden
- Gemeinden- und Gruppenumfeld, z.B. ortsansässige Firmen
- allgemeine (zu segmentierende) Öffentlichkeit



### **Die strategischen Hebel**

- Integrierte Image- & Fundraisingkampagne
- Botschaft:  
„Es gibt Pfadfinder. Es gibt die DPSG. Sie ist attraktiv für mich & dich“  
„Zukunft sichern. Auch morgen Pfadfinden.“
- Sammeln sichtbar machen und Öffentlichkeit aufrufen, sich zu beteiligen.
- Die Ebenen und Akteure des Verbandes können auf geeignete Materialien und Medien zur Profilierung der DPSG in der Öffentlichkeit zurückgreifen. Sie identifizieren sich mit den zur Verfügung gestellten Materialien und Medien und nutzen diese zur Kontaktherstellung zu anderen Ehemaligen.
- Mitglieder nehmen Kontakt zu ehemaligen Mitgliedern auf bzw. ermitteln deren Kontaktdaten. Unbekannte ehemalige Mitglieder werden über die Kampagne direkt angesprochen und melden sich.
- Bekannte ehemalige Mitglieder und Sympathisanten geben der Stiftung direkt Geld.
- Solidarisches Ehemaligen-/Danksymbol entwickeln

### **Das konkrete Vorgehen**

- Imagekampagne mit kostenfreien Selbstdarstellungs-Materialien für alle Gruppierungen
- begleitende öffentliche Aktionen
- multimediale öffentliche Selbstdarstellung
- solidarische Adress-Sammelaktion
- Zeitraum Bundesversammlung 2009 bis Bundesversammlung 2011

Dieser Teil der Kampagne verläuft in zwei Phasen:

- Konkretisierende Planung der Steuerungsgruppe & beginnende interne Mobilisierung der Mitglieder (Mai 2009 bis Mai 2010): Artikel in mittendrin und auf [www.dpsg.de](http://www.dpsg.de), Informationsversände, Best Practice Beispiele zum Fundraising werden gesammelt
- Zentraler Auftakt der solidarischen Sammelaktion der Mitglieder Pfingsten 2010  
Zeitgleich: Öffentliche Suche ehemaliger Mitglieder und Sympathisanten  
Formaler Abschluss der Sammelaktion zum Friedenslicht 2010

### **Die Maßnahmen: Aktionen und Materialien**

Die Stämme erhalten

- einen Leitfaden mit konkreten Aktionsideen
- attraktives Material (Image-Plakate und -Produkte, Dankkarte, Danksymbol für Spender)

und bringe diese zum Einsatz.

### **Die Maßnahmen: Das Sammeln von Adressen**

- Kinder und Jugendliche führen ab Pfingsten 2010 einen solidarischen Aufruf durch. Ziel ist ca. 5000 Adressen ehemaliger Mitglieder (und potentieller Spender) zu generieren.
- Die Aktionen konzentrieren sich auf ein bis zwei Aktionswochen.
- Es gibt einen bundesweiten Auftakt (Pfingsten 2010) und diözesanweite Aktionen.
- Die Stämme, die am meisten Kontakte sammeln, werden ausgezeichnet.
- Die Ergebnisse werden laufend auf der Webseite dokumentiert.

### **Die Maßnahmen: Ehemalige und Sympathisanten als Spender gewinnen**

- Zum bundesweiten Start der Sammelaktion rufen prominente ehemalige Mitglieder und Sympathisanten dazu auf, selbst Mitglied zu werden oder sich als Ehemaliger/Sympathisant öffentlich zu zeigen, und das Pfadfinden durch eine Spende nachhaltig zu sichern.
- Parallel dazu werden (kostenlose) Großflächen und Anzeigen mit einem entsprechenden Aufruf geschaltet.
- Gleichzeitig startet die Sammelaktion der Mitglieder. Diese übergeben den Ehemaligen und Förderern Danksymbol und eine Kontaktkarte.
- Mit der Kontaktkarte (bzw. auf der Webseite) melden sich (potentielle und) ehemalige Mitglieder (direkt oder über Mitglied) und Sympathisanten beim Verband.

### **Die Maßnahmen: Die Aktion am Laufen halten**

- Die kostenlose Schaltung der Großflächenplakate und Anzeigen (z.B. im DB-Fahrplaner oder in der mobil) erfolgt über die gesamte Kampagnendauer (von Pfingsten 2010 bis Friedenslicht 2010).
- Jeden Monat findet eine Aktion mit einem berühmten ehemaligen Mitglied statt. Prominente suchen öffentlich ehemalige Mitglieder und Sympathisanten, überreichen eine Geldspende und/oder tragen das symbolische Zeichen.

- Zum Abschluss findet ein großes Dankfest mit Mitgliedern, ehemaligen Mitgliedern (und Spendern) statt. Die ersten Gelder (= Ausschüttungen) werden feierlich übergeben.

#### **Die Maßnahmen: Ehemalige als Spender halten**

- Die ehemaligen Mitglieder und Spender werden mit einem eigenen Schreiben als Teil der Solidargemeinschaft vom Verband begrüßt.
- Alle ehemaligen Mitglieder bzw. Spender erhalten dreimal pro Jahr einen Spendenbrief (Ostern, Sommer, Weihnachten).
- Zusätzlich wird den Spendern zu Beginn eines jeden Jahres (ein Teil der) die erste Ausgabe des Mitgliedermagazins kostenlos zugesandt.
- Die jeweils im Umkreis wohnenden Mitglieder bzw. Spender werden zu regionalen Veranstaltungen eingeladen.
- Die Spender und ehemaligen Mitglieder erhalten ein eigenes Forum auf der Internetseite.

#### **Die kreative Leitidee / Botschaften**

- Der Claim muss auffordernd sein, aktivierend.
- Inhalt: Pfadfinden nachhaltig möglich machen.
- Erste Ideen:
  - o Spuren hinterlassen. Wege bereiten. Pfadfinden – gestern, heute, morgen.
  - o Pfadfinder gesucht! Pfadfinder ein Leben lang.

#### **Ausblick:**

- Von Friedenslicht 2010 bis Mai 2015 werden die ehemaligen Mitglieder gepflegt und als Dauerspender für den Verband gewonnen.
- Parallel dazu werden kostenlose Anzeigen bzw. Plakate geschaltet bzw. aufgehängt.
- Von September 2014 bis Mai 2015 wird eine erneute Solidaritätskampagne zum 85-jährigen Jubiläum gestartet. Je nach Erfolg der bisherigen Aktivitäten kann / sollte diese als Dankkampagne gestaltet werden. Zielgruppen sind die bisherigen Spender und neue ehemalige Mitglieder.