

# Überlegungen zum Sponsoring/Fundraising an der IGMH

- A Grundsätzliche Unterscheidung:  
Fundraising = Unterstützung über Spenden und Zuwendungen  
Sponsoring = Leistung und Gegenleistung
- B Grundfrage  
Was versetzt die IGMH in die Lage, eine für Sponsoren attraktive Gegenleistung zu erbringen?
- Vorüberlegung: Ein angesprochener Sponsor /Spender wird mangels attraktiven Angebots darauf verweisen, dass die IGMH nur eine von x Schulen der näheren und weiteren Umgebung ist.
- C Lösungen  
Die IGMH muss ihre spezifischen Stärken nach außen zeigen.
- Lösungsansatz 1: Projektarbeit  
Die Arbeit an der Schule muss einen deutlichen konkreten und projektorientierten Ansatz erhalten. Nur über konkrete Projekte können Geldgeber angesprochen werden. Diese Projekte müssen es den Geldgebern ermöglichen, sich mit ihnen zu identifizieren und sie als einen Teil ihrer eigenen kulturellen und sozialen Arbeit darzustellen.  
Ähnlich wie bei dem Ansatz der innovativen Wirtschaftsprojekte des Lions Club kann darüber hinaus auch versucht werden, konkrete Projekte unmittelbar mit Firmen abzustimmen.
- Lösungsansatz 2: Website der Schule  
Ansatz der Überlegung sind die uralten Fragen:  
*Was macht eine Website für Außenstehende attraktiv?*  
parallel dazu: *Wie kommt eine Seite in die Suchmaschinen?*
- Die Nutzergruppen einer Schul-Site:
- A User, die bereits mit der Schule verbunden sind, suchen aktuelle Informationen,
  - B Eltern auf der Suche nach einer weiterführenden Schule für ihr Kind,
  - C Öffentlichkeit auf der Suche nach Sach-Informationen
- Rating für die Netz-Arbeit

- Usergruppe A kommt ohnehin Bereitstellung von Informationen stärkt die Identifizierung und das Gefühl „dazu zu gehören“
- Usergruppe B Suchen nach der speziellen Information über den speziellen Charakter der Schule. Hier ist differenzierter Content gefragt.
- Usergruppe C Nur interessant, wenn Traffic gesucht wird.  
Allerdings genau dann interessant, wenn über den Weg von regionalen Projekten Inhalte vermittelt werden können, die ihrerseits für Werbekunden attraktiv sind  
(regionale Projekte > Inhalte > Werbekunden)

Über die Bereitstellung von attraktiven Inhalten ergibt sich dann die Möglichkeit, Werbekunden zu gewinnen. Große Gelder sind hier nicht zu erwarten, aber Beträge, mit denen sich Teile der schulischen Arbeit finanzieren lassen.

### *Leitbild-Formulierung:*

**Die IGMH vermittelt ihnen Schülern über handlungs- und praxisorientierte Projekte Einblicke in ihr wirtschaftliches, soziales und kulturelles Umfeld.**