

Online-Seminar

## Die große Fortbildung „Fundraising-Psychologie“ Das Beste für die tägliche Praxis aus Spender-, Sozial- und Organisationspsychologie

### **Die besten Erkenntnisse für Erfolg in der Praxis – wissenschaftlich belegt**

Lernen Sie die wichtigsten psychologischen Gründe für lang- und kurzfristige Erfolge. Hier einige Beispiele aus dem Online-Seminar: die strategisch beste Positionierung Ihrer Fundraising-Organisation, neue Kreativitätstechniken, wirkungsvolle Gestaltung Ihrer Werbemittel, die psychologischen Prinzipien erfolgreicher Spender\*innen-Bindung bis hin zur Auswahl, Führung und Motivation engagierter Mitarbeiter\*innen.

### **Abwechslungsreiche Fortbildung**

In der Fortbildung wechseln sich Online-Seminar und Selbstlernphasen ab. Sie vertiefen Ihre Kenntnisse in regelmäßigen Gruppenarbeiten und kleinen Fallarbeiten. Stets unterstützt von Ihrem Dozenten.

Sie lernen von zu Hause aus. Viele Lernzeiten bestimmen Sie selbst. Die konkrete Anwendung der Erkenntnisse trainieren Sie gemeinsam mit anderen und dem Dozenten – gerne an Beispielen aus Ihrer Praxis. So lösen Sie konkrete Fundraising-Herausforderungen und erhalten neue Anregungen für Ihre Praxis.

### **Unterstützt durch Tools und Checklisten**

Die Seminarinhalte in der Praxis anwenden fällt leicht, denn bewährte Praxis-Schritte zum Erfolg bilden den roten Faden, der sich durch das Seminar zieht: Von der psychologischen Positionierung Ihrer Organisation, über konkrete Gestaltung der Werbemittel bis hin zu Optimierungsprozessen.

Und Sie erhalten verschiedene psychologisch fundierte Tools zur Unterstützung Ihrer täglichen Arbeit. Das sind z.B. Tipps für effektive Internetrecherchen, Checklisten zur Werbemittelgestaltung, Anwendungshinweise für neue Kreativitätstechniken, eine Interview-Vorlage zur fundierten Auswahl von Mitarbeiter\*innen – und vieles mehr.

### **Erkenntnisse, die lange Zeit gültig sind**

Dass Menschen Bilder eher anschauen als Texte, oder dass im Bild Kinder eher ein Hingucker sind als Gebäude – solche Erkenntnisse ändern sich nicht. Und das gilt für viele psychologische Erkenntnisse: Einmal gelernt, lassen sie sich lange Zeit auf die unterschiedlichsten Fälle anwenden. Und das Beste: Selbst wenn neue Werbemittel auf dem Markt auftauchen, können Sie das Potenzial für Ihre Organisation schnell bewerten. Und natürlich sind diese Erkenntnisse auch eine sichere Grundlage, um Kolleg\*innen optimal zu beraten.

## **Die Fortbildung richtet sich an:**

Haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiter\*innen in großen wie auch kleineren Organisationen oder Agenturen, die

- durch bewährte Erkenntnisse der Psychologie Ihre Fundraising-Materialien noch besser gestalten wollen,
- wissen möchten, wie man zusätzlich zur Gestaltung die Kommunikation optimiert,
- die Arbeit von Mitarbeiter\*innen regelmäßig kompetent beurteilen.

## **Teilnahmebeitrag: Einführungspreis 1.950 Euro**

(Arbeitsunterlagen und Zertifikat sind im Preis enthalten)

## Themenschwerpunkte

### Verlassen Sie sich nicht auf veraltete Werbemethoden

- Warum die AIDA-Werbewirkungs-Formel reif fürs Museum ist
- Vergessen Sie die Maslow-Pyramide
- Warum Sie nicht jedem Ergebnis aus der „Neurowissenschaft“ trauen können

### Die erfolgreiche Spendenorganisation

- Grundlagen erfolgreicher Spender\*innen-Ansprache: Ihre Positionierung
- Tipps zur erfolgreichen Organisation
- Wie Sie geeignete Mitarbeiter\*innen finden, fördern und führen
- uvm.

### Psychologie erfolgreicher Spender\*innen-Ansprache

- Wie man potenzielle Spender\*innen erfolgreich anspricht und bindet
- Wie wenige Sekunden über das Schicksal Ihrer Werbemittel entscheiden
- So motivieren Sie mit Bildern und Headlines zur Beschäftigung mit Ihrer Botschaft
- So schreiben Sie wirkungsvolle, leicht lesbare, Texte: bewährte Regeln der Texter-Psychologie
- Die Menschen zum Spenden, Mitmachen, Unterstützen etc. motivieren: die besten psychologischen Erkenntnisse zur Handlungsaufforderung
- Gestaltungstipps für On- und Offline-Werbemittel

### Wie man Spender\*innen noch effektiver anspricht

- Neue Kreativitätstechniken für noch bessere Lösungen
- Wie Ihre Botschaft gut im Gedächtnis verankert wird
- Wie Ihre Botschaften viral werden

### Recherche-Techniken

- Mehr als Google: Wie Sie im Internet selbst schnell neue Erkenntnisse finden
- Die besten Quellen für wirklich erfolgreiche Recherchen

Je nach Wunsch der Teilnehmer\*innen können weitere Themen aufgenommen werden

## Ihr Abschluss: Referent\*in „Fundraising-Psychologie“

Auf Wunsch können Sie sich prüfen lassen. Als Abschluss der Fortbildung schreiben Sie eine kurze Hausarbeit, in der Sie eines der behandelten Themen aus Ihrem Fundraising-Alltag anwenden. Danach erhalten Sie ein Zertifikat, das Sie berechtigt den Berufstitel „Referent\*in Fundraising-Psychologie“ zu führen.



## Referent



**Dipl. Psych. Univ. Robert K. Bidmon:** Betriebswirt VWA, Direktmarketing-Fachwirt BAW. Freiberuflicher Trainer, Autor und Agentur-Berater. Er liebt Praxis und Wissenschaft. Er lehrt und forscht im Bereich Fundraising, Werbung & Marketing. Einige seiner Lieblingsthemen: Spender bzw. Kunden gewinnen und binden durch wirksame Texte und motivierende Werbemittelgestaltung, bewährte Beeinflussungsmethoden sowie neue Kreativitätstechniken.

Er verbindet erfolgreich Tipps für die Praxis mit den besten Forschungsergebnissen aus Psychologie und Neurowissenschaft. Er hatte und hat Gastvorlesungen und Lehraufträge an verschiedenen Universitäten (München, Rostock, Gießen, Seekirchen & Wien) und Hochschulen (Ludwigshafen, Ravensburg).

Er leitete von 1990–2005 das Drittmittelprojekt „Deutsche Forschungszentren für Direktmarketing an den Universitäten Rostock und München“. Von 1997–2016 war er der legendäre Studienleiter Dialogmarketing und Direktmarketing an der Bayerischen Akademie für Marketing & Werbung.

Über 30 Abschlussarbeiten seiner Absolventen aus Wissenschaft und Praxis wurden mit Preisen ausgezeichnet. Er ist Autor von über 90 Publikationen in den Bereichen Psychologie des (Dialog-) Marketings, Arbeitspsychologie und Medizin. Lektor an der Blocherer Schule (München) für Kommunikationsdesign und Innenarchitektur.

## Termine und Themen

**Jeweils digital von 16:00 Uhr bis 20:00 Uhr**

### **Mittwoch, 15. September 2021**

So unterstützt Sie die Psychologie bei erfolgreichem Fundraising / Die Psychologie der Spender\*innen-Ansprache

### **Mittwoch, 29. September 2021**

Psychologie wirkungsvoller Bilder und Texte

### **Mittwoch, 13. Oktober 2021**

Spezifische Gestaltungsregeln aus der Psychologie für On- und Offline-Instrumente

### **Mittwoch, 27. Oktober 2021**

Psychologische "Tuning"-Tipps für die kreative, erfolgreiche Ansprache

### **Mittwoch, 10. November 2021**

Psychologie der Spender\*innen-Bindung

### **Mittwoch, 24. November 2021**

Mitarbeiter\*innen gewinnen und führen. Organisationspsychologie für Fundraising-Organisationen

## Kontakt und Ansprechpartner

Christian Schleicher  
Fundraising Akademie gGmbH  
Emil-von-Behring-Straße 3  
60439 Frankfurt am Main

Tel. +49 69 58098-275  
Fax +49 69 58098-271  
schleicher@fundraisingakademie.de  
www.fundraisingakademie.de

Partner der Fundraising Akademie



# Anmeldung

Per Fax: +49 69 58098-271 oder E-Mail: schleicher@fundraisingakademie.de

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bitte melden Sie sich rechtzeitig an. Sie können sich für die große Fortbildung „Fundraising-Psychologie“ per Fax oder E-Mail anmelden.

Zur Anmeldung oder bei Fragen zum organisatorischen Ablauf steht Ihnen Christian Schleicher telefonisch unter +49 69 58098-275 oder per E-Mail unter schleicher@fundraisingakademie.de gern zur Verfügung.

Nach Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und die Rechnung. Überweisen Sie bitte den Teilnahmebeitrag nach Erhalt der Rechnung. Der Rücktritt bis vier Wochen vor dem Online-Seminar ist kostenfrei. Danach müssen wir leider den Betrag in voller Höhe erheben.

**Ich melde mich verbindlich zur Teilnahme an:**

## 1. Fortbildung „Fundraising-Psychologie“ 2021

Vorname, Name: \_\_\_\_\_

Organisation/Stiftung/Firma: \_\_\_\_\_

Straße, Nr.: \_\_\_\_\_

PLZ, Ort: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

Fax: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Datum, Unterschrift: \_\_\_\_\_