ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 2/2017

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Mal die Perspektive wechseln

Neue Wege und frische Ideen, die Organisationen voranbringen

MIT LESEPROBE

Menschen
Ken Burnett füllte den Fundraiser-Fragebogen aus: „Busy doing nothing trifft auf mich nicht zu.“

Stiftung
Abspecken auf Schalke: Männliche Fußballfans wollen überflüssige Pfunde loswerden.

fundraiser-magazin.de
Aktuelle Themen, Texte und Termine jederzeit und überall. Natürlich auch auf Facebook und Twitter!

IMMER WOLLEN ALLE GLEICHZEITIG!

DIE DATENBANKLÖSUNG

für alle Spendersegmente
für alle Kommunikationskanäle
für alle Spenderbeziehungen
für alle Spendenquellen

IHR VORTEIL

Höchste Performance
durch neueste Technologie:
gleichzeitiger Zugriff
für alle ohne Wartezeit

FUNDRAISEPLUS

stehli software dataworks GmbH · Kaiserstr. 18 · 25524 Itzehoe · Niederlassung Köln: Hohenstaufenring 29-37 · 50674 Köln
Fon: [+49] 0 48 21/95 02-0 · Fax: [+49] 0 48 21/95 02-25 · info@stehli.de · www.stehli.de
Partner von *POSTADRESS* CLEAN *POSTADRESS* MOVE · Systempartner von klickTel

Liebe Leserin, lieber Leser,

manchmal kann es helfen, einmal die Perspektive zu wechseln. Der sprichwörtliche Blick über den Tellerrand offenbart häufig kreative Lösungen. Unser Autor Andreas Berg besuchte beispielsweise auf der re:campaign, einer Tagung für Online-Kommunikation, den Einführungsvortrag von Elisabeth Wehling zum Thema Framing. Was das mit Fundraising zu tun hat? Das lesen Sie auf Seite 66 – Sie werden staunen, wie einfach es manchmal sein kann. Man muss nur darauf kommen!

Deshalb ist der Perspektivwechsel in diesem Heft auch Titelthema: Was können wir Fundraiserinnen und Fundraiser aus anderen Bereichen lernen? Wie bringen uns alternative Finanzierungsformen weiter? Wie können wir unseren Job besser organisieren? Welche technischen Innovationen lassen sich noch nutzen? Und was hat die internationale Erfolgsserie „Game of Thrones" mit Denkmalschutz zu tun? Ich lade Sie ein, in den Beiträgen ab Seite 16 zu stöbern und neue Inspirationen mitzunehmen.

Im Mai trifft sich die NGO-Branche zum Deutschen Fundraising-Kongress in Kassel. Das Fundraiser-Magazin ist als Medienpartner wieder mit dabei. Weiterhin steht im Juni der SwissFundraisingDay auf dem Programm, den wir ebenfalls gern unterstützen. Welche Veranstaltungen noch empfehlenswert sind, finden Sie in unserem Fundraising-Kalender ab Seite 68.

Eine spannende Lektüre wünscht Ihnen
Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

PS: Sie haben ein gutes Fundraising-Projekt oder wollen Ihre Erfahrungen mit unseren Lesern teilen? Dann schreiben Sie mir an *redaktion@fundraiser-magazin.de*.

direct punkt
Agentur & Lettershop

erfolgreiche
SPENDEN
MAILINGS

Sprechen Sie mit den
Spezialisten:

direct punkt **Hamburg**
Ausschläger Allee 178
20539 Hamburg
T 0 40/23 78 60-0
service@directpunkt.de

direct punkt **Köln**
Buchheimer Ring 87
51067 Köln
T 02 21/759 19 44
steffi.sczuka@directpunkt.de

www.directpunkt.de

Thema

ab Seite 16

Frisches Geld aus der Traumfabrik 18
Als Drehort zu mehr Bekanntheit und Einnahmen

Bauen und Sanieren mit der Sonne 20
Photovoltaik erleichtert die Finanzierung von Bauvorhaben

Geteilter Druck – doppelter Erfolg 22
Bringt Jobsharing tatsächlich Vorteile oder nur Abstimmungs-Aufwand?

Crowdlending boomt! 24
Eine Finanzierungsalternative für Vereine?

Kein Geld dabei? Macht nichts! 26
Mobiles Spenden könnte so einfach sein – ohne die deutsche Skepsis

Praxis & Erfahrung

Fundraising-Events im kleinen Rahmen 56
Spielerisch Geld einsammeln und Anhänger mobilisieren

Gemeinsam stark 58
Lobbyarbeit ist mehr als bloße Interessenvertretung

Friendraising als Straftat 60
Warum es beim Fundraising manchmal besser ist, keine Freunde zu haben

Millionenspenden in der Schweiz 62
Forschung und Kultur profitieren von Großspenden

Neue Werte? 64
Face-to-Face-Fundraising erlebt in England eine Wende

Sagen Sie es anders! 66
Bewusstes Framing verändert die Wahrnehmung und so die Realität

Menschen

David Schraven 12
Der Kopf hinter dem gemeinnützigen Recherchebüro „Correctiv“ spricht über Fake-News und Fundraising

Gosse Bosma 54
Der neue Präsident der European Fundraising Association spricht über Engagement ohne Grenzen

Ken Burnett 88
... hat unseren Fundraiser-Fragebogen ausgefüllt und verrät Persönliches.

Projekte

Eine saubere Sache 34
Menschen mit geistiger Beeinträchtigung und Schweizer Hotels helfen Menschen in Not

Weniger bevormunden, weniger wegwerfen 36
Die Dresdner Tafel setzt auf Augenhöhe und neue Zielgruppen

Projekt „Hundemarke“ 38
Eine App will Obdachlosen helfen – und überwacht sie

Wir haben dieser Ausgabe exklusiv eine kostenlose Leseprobe des neuen Fachbuchs „**Großspenden-Fundraising – Wege zu mehr Philantropie**“ von Marita Haibach und Jan Uekermann für Sie beigelegt. Wenn Ihnen das Buch gefällt, können Sie es versandkostenfrei bestellen unter **www.edition-fundraiser.de**

International

Mehr als Wissen teilen 30
Fundraising kleinerer Organisationen in Entwicklungsländern – Beispiele aus Afrika und Indien

Stiftung

Das stille Leid der letzten Zeugen 78
Die Schweizer Gamaraal Foundation unterstützt verarmte Überlebende des Holocaust

Risiken kennen, Fallstricke vermeiden 80
Aktuelle Befragungsergebnisse zur Haftung von Stiftungsvorständen

Abspecken auf Schalke 82
Bei männlichen Fußballfans sollen überflüssige Pfunde purzeln

Rubriken

Spektrum 6
Schöner Scheitern 11
Köpfe & Karrieren 40
Dienstleisterverzeichnis 42
Branche 48
Leserpost 52
Fundraising-Kalender 68
Bildung 70
Fach- und Sachbücher 84
Fragebogen 88
Das Letzte 90
Vorschau + Impressum 90

Den Bestellcoupon finden Sie im Internet unter **www.fundraiser-magazin.de**

Autoren

... dieser Ausgabe:
Corine Aartman, Felix Bartos, Andreas Berg, Matthias Daberstiel, Beate Erler, Martin Fischer, Dr. Daniel Hampe, Daniela Münster, Peter Neitzsch, Ute Nitzsche, Katja Prescher, Theresa Ratajszczak, Heiko Schwarzburger, Udo Sonnenberg, Paul Stadelhofer, Rico Stehfest, Jan Uekermann

Weiterhin

... liegen in dieser Ausgabe (teilweise oder komplett) Beilagen der folgenden Inserenten bei. Wir bitten um freundliche Beachtung:

- Lupenmaxx GmbH
- hello. DIE DIALOG AGENTUR GmbH & Co. KG
- Swissfundraising

vanacken
Druckerei & Verlag

Es gibt viele bunte Vögel da draußen …

Welcher passt zu Ihnen?

Ihr Partner für die schnelle, zuverlässige und flexible Produktion von Drucksachen.

Von der ersten Idee, über den Druck, bis zur Postauflieferung – alles aus einer Hand. Produktsicherheit durch kurze Wege.

van Acken: Profi in Sachen Druckerei und Verlag

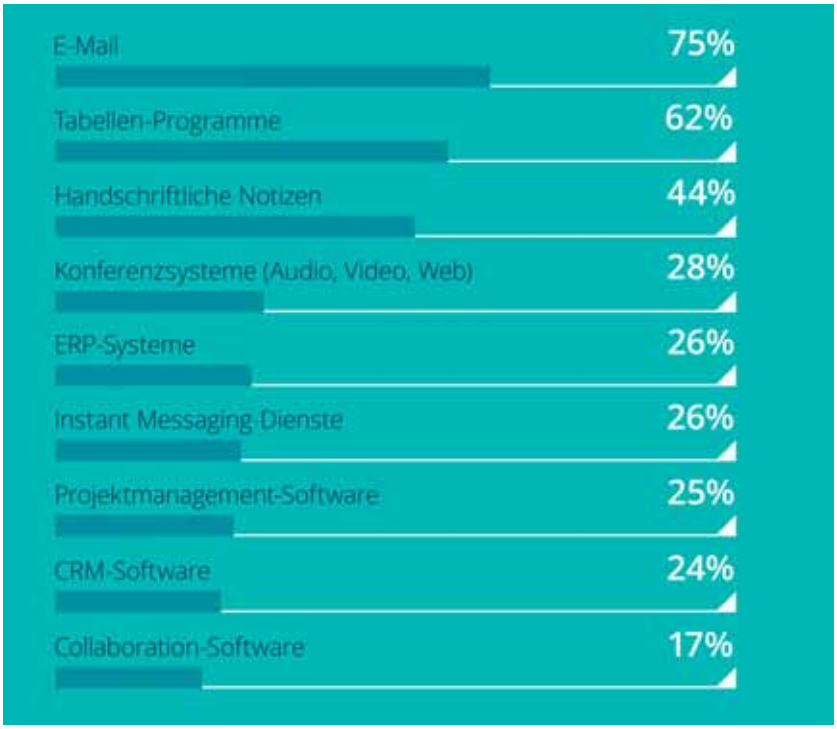
Lernen Sie unsere „Vögel“ kennen.

Wir freuen uns auf Sie!

van Acken Druckerei & Verlag GmbH
Magdeburger Straße 5, 47800 Krefeld
Telefon: 02151/4400-0
Fax: 02151/4400-55
info@van-acken.de, www.van-acken.de

Zahlen & Fakten

Der Werkzeugkoffer der Schreibtischtäter: Die meistgenutzten Tools zur Arbeitsorganisation



Im Durchschnitt jongliert jeder Büroarbeiter mit etwa fünf verschiedenen IT-Tools. Etwa sieben Prozent der Befragten nutzen sogar mehr als zehn digitale Hilfsmittel. Dabei sind E-Mails zwar meistgenutzt, doch gleichzeitig sehen 40 Prozent der Befragten darin ein Hemmnis, um ihre Arbeit produktiv erledigen zu können. Das ermittelte der aktuelle Digital Work Report von Wrike. Der Experte für Arbeitsmanagement untersucht, wie sich Büroarbeiter organisieren und welche Werkzeuge sie dafür einsetzen.

▶ www.wrike.com/de

Warum Menschen spenden

Menschen haben im Laufe ihrer Entwicklung ein raffiniertes soziales Instrument entwickelt: Geschenke! Oder allgemeiner: Gaben. Diese definieren sich durch den Dreischritt: Geben, Nehmen und Zurückgeben. Auch wir wollen unseren Lesern so viel wie nur möglich geben. Wissen und Information natürlich. Deshalb verlosen wir das Buch „Warum Menschen spenden“ von Kai Fischer. Wer ein Exemplar gewinnen möchte, braucht nur folgende Frage zu beantworten: Wie viele Spendenanfragen soll die Engländerin Olive Cooke innerhalb eines Jahres erhalten haben, bevor sie sich umbrachte? A) 3000, B) 300 oder C) 30. Die Antwort einfach per Mail bis zum 26. Mai an *gewinnen@fundraiser.de* schicken. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

MEINE MEINUNG

„Institutional Readiness? Mehr Vorstände auf die Fundraising-Schulbank!“

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

In letzter Zeit sprechen mich viele Kolleginnen und Kollegen kritisch auf das Thema Institutional Readiness im Fundraising an. Diese Häufung erstaunt, denn die Professionalisierung des Fundraisings ist doch vorangekommen? Dank der Fundraising Akademie gibt es in Deutschland jetzt sogar den ersten universitären Master-Studiengang für Fundraiserinnen und Fundraiser. Sollte doch alles gut sein, oder?

Doch die Wahrheit liegt im Inneren der Organisationen. Zu viele Vorstände verschieben das Thema gern in Abteilungen oder an Mitarbeiter. Sollen die sich doch um die Bettelei kümmern! Großzügig werden dann halbe oder befristete Stellen ausgeschrieben, ohne zu beachten, dass dies weder dem Arbeitsaufwand noch der erforderlichen Nachhaltigkeit von Fundraising in einer Organisation entspricht. Dass es hier um Beziehungspflege und nicht nur um Datenbankmanagement geht, lernen angehende Fundraiser überall, doch die Verantwortlichen scheinen das bei Stellenausschreibungen gekonnt zu übersehen.

Fundraising ist eine Querschnittsaufgabe. Dafür muss man bereit sein und sich in allen Teilen seiner Organisation darauf einstellen. Auch im Vorstand. Deshalb verwundert es auch nicht, wie wenige Vorstände beim Fundraising Kongress oder bei Fundraisingtagen auftauchen. Braucht es wirklich TV-Sendungen wie „Undercover Boss“, damit ein Vorstand mal einen Tag im Fundraising arbeitet? Wie wär's? Learning bei Doing!

Was meinen Sie? Schreiben Sie an *meinung@fundraiser-magazin.de*

HelpMundo

MIT HELPSHOPS JETZT ZUM EIGENEN CHARITY SHOPPING PORTAL!

VORTEILE MIT DEN HELPSHOPS

Ihr eigenes Portal
In Ihrem HelpShop wird alleine Ihr Verein dargestellt, kein anderer Ihrer Mitbewerber.

HelpShop in Ihrem Design
Gestalten Sie Ihren HelpShop ganz einfach: Farben, Schriften und Motive nach Ihrer Wahl.

Wählen Sie die Onlineshops selber aus
Entscheiden Sie selbst, welche der über 1.000 Onlineshops angeboten werden.

Die Spenderdaten gehören Ihnen
Somit ist eine Direktansprache für weitere Spenderbindungen erstmals möglich.

Steuerabzugsfähige Spendenquittung
Mit HelpShops können Sie Ihren Spendern erstmals Spendenquittungen ausstellen.

Keine Grundgebühren, keine Vertragsbindung, kein Aufwand für Sie. Wir übernehmen den gesamten Support. Kosten nur bei Spendenerfolg. Lassen Sie sich unverbindlich beraten!

Erfahren Sie mehr unter www.HelpMundo.de

HelpMundo GmbH – Seit 1999 erfolgreich als Pionier im Online-Fundraising!
Oberländer Ufer 192, 50968 Köln, Tel.: 0221-643096-0

Die aktuelle Form der Produktion von Palmöl ist ein globales Problem. Nicht selten werden ganze Dörfer in Entwicklungsregionen von ihrem Ackerland enteignet, um Plantagen für die Gewinnung von Palmöl anlegen zu können. Damit wird nach wie vor vielen Menschen die Existenzgrundlage entzogen. Dass dieses Vorgehen auch durch Schweizer Investitionen gefördert wird, klagen die Schweizer Organisationen Brot für alle und Fastenopfer in einer gemeinsamen Kampagne an.

▶ www.sehen-und-handeln.ch

Drei Fragen an … Dirk Wolf

Die neue Europäische Datenschutz-Grundverordnung wird zum 25. Mai 2018 inkrafttreten. Alle bisherigen Einverständniserklärungen für Mailing und Co. sind dann ungültig.

? Was ändert sich mit der Europäischen Datenschutz-Grundverordnung (EU DSGV) im Datenschutz für Fundraiser?

Der 25. Mai 2018 markiert einen Paradigmenwechsel im Datenschutz. Kannten wir aus dem Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) das grundsätzliche Verbot, ohne Einwilligung Personen anzuschreiben (und die sechs Ausnahmen davon), kehrt mit der EU DSGV die Interessenabwägung, wie wir sie bis 2009 schon im BDSG hatten, zurück. Die berechtigten Interessen der verantwortlichen Stelle müssen abgewogen werden gegen die schutzwürdigen Interessen der betroffenen Person. Eine völlig neue Herangehensweise also, die Licht und Schatten bietet.

Dirk Wolf …

… ist Geschäftsführer eines Lettershops in Hannover, Datenschutz-Berater, ehemaliger Vizepräsident des Deutschen Dialogmarketing-Verbandes und Dozent an der Deutschen Dialogmarketing-Akademie.

? Werden Fundraiserinnen und Fundraisern besondere Rechte eingeräumt?

Nein. Die Verordnung und die Erwägungsgründe erwähnen den Dritten Sektor mit keinem Wort. Es gilt gleiches Recht für alle. Allerdings wird die Interessenabwägung bei Spendenmailings in aller Regel pro Fundraiser ausgehen.

? Wann muss ich mich damit beschäftigen und woher bekomme ich die nötigen Informationen?

Am besten sofort. Zwar ist noch Zeit bis zum 25. Mai 2018. Aber bis dahin ist noch einiges zu tun. Jede Organisation, die auch nach diesem Datum noch Spendenwerbung betreiben will, muss bis dahin zahlreiche Informationspflichten erfüllen und die technischen und organisatorischen Maßnahmen an das neue Recht angepasst haben. Der Deutsche Fundraising Verband hat für dieses Jahr noch zwei bis drei ganztägige Seminare angedacht. Informationen dazu gibt es, wenn die Termine feststehen, auf der Website des Verbandes.

▶ www.fundraisingverband.de

Kurzgefasst …

Sozialpreis „Innovatio 2017“

Konkrete Antworten der Kirchen und der kirchlichen Wohlfahrt auf aktuelle soziale Fragen belohnt der Sozialpreis. Elf Projekte erhalten jeweils 2.000 Euro; der Hauptpreis ist mit 8.000 Euro dotiert. Jeder Projektträger, der Mitglied der Arbeitsgemeinschaft der christlichen Kirchen (ACK) ist, kann sich bewerben. Bewerbungsschluss ist der 30. April.

▶ www.innovatio-sozialpreis.de

Integration und Flüchtlingshilfe fördern lassen

Das Buch „Integration und Flüchtlingshilfe fördern lassen“, das einen umfassenden Überblick über fördernde Stiftungen und Fonds gibt, die Projekte im Bereich Integration und Flüchtlingshilfe unterstützen, ist in der 2. Auflage erschienen. Das Buch will vor allem auch dazu ermutigen, selbst Projekt zu realisieren. Der Download ist kostenlos.

▶ www.foerdermittelbuero.de/veroeffentlichungen/

Jahresbilanz I

Im Jahr 2016 wurden mit Spendengeldern von „Aktion Deutschland Hilft“ weltweit Hilfsprojekte mit einem Volumen von 41,4 Millionen Euro umgesetzt. Vor allem in Asien haben die Bündnisorganisationen geholfen: Mit 17,9 Millionen Euro konnten Hilfsmaßnahmen realisiert werden, die den Menschen in Nepal, den Philippinen und Myanmar zugutekamen.

▶ www.aktion-deutschland-hilft.de

Jahresbilanz II

Die Caritas Schweiz realisierte im vergangenen Jahr Programme und Projekte in Höhe von 110,5 Millionen Franken. Zugleich verzeichnete sie mit 34,1 Millionen Franken ein sehr gutes Spendenergebnis. Auch Glückskette, Bund und verschiedene internationale überstaatliche Institutionen sowie private Stiftungen unterstützten die Caritas-Projekte im In- und Ausland.

▶ www.caritas.ch

Förderung für Kinder

„Deutschland rundet auf“ hat die nächste Ausschreibung für Fördermittel gestartet. Bewerben können sich Projekte, die nachhaltige Unterstützungs- und Förderangebote für sozial benachteiligte Kinder in Deutschland schaffen und bereits mindestens zwei Jahre erfolgreich arbeiten. Das Fördervolumen liegt zwischen 200 000 und 300 000 Euro je Projekt. Bewerbungsschluss ist der 30. April 2017.

▶ www.deutschland-rundet-auf.de

Ausgezeichnet!

Fachgruppe Frauen des Deutschen Fundraising Verbands erhält Preis

Die weltweit tätige Sage Foundation, die sich auf dem Feld der Corporate Philanthropy starkmacht, hat am Internationalen Frauentag (8. März) auf dem Sage Summit in Berlin die Fachgruppe Frauen des Deutschen Fundraising Verbands als eine der drei diesjährigen Preisträgerinnen gekürt. Elisabeth Lenz, Leiterin der Fachgruppe, nahm die Ehrung entgegen. Die Sage Summit ist eine Veranstaltung rund um die digitale Transformation von Geschäftsprozessen.

Die Fachgruppe Frauen vertritt die Interessen von Fundraiserinnen im Verband. Sie trägt bundesweit dazu bei, die berufliche Situation von Fundraiserinnen zu verbessern und fördert sie durch Fortbildungsangebote und Netzwerkveranstaltungen. „Wir sind sehr stolz auf die Arbeit der Fachgruppe Frauen und danken der Sage Foundation auch auf diesem Weg noch einmal ganz herzlich für die Auszeichnung“, so Miriam Wagner-Long, stellvertretende Vorsitzende des Deutschen Fundraising Verbands.

▶ www.fundraisingverband.de

Diese Spendenquittung hat Gewicht.

Mit einem Spendenstein setzen Sie Ihren Spendern und Sponsoren ein Denkmal! Der lasergravierte personalisierte Klinker, eingelassen in eine Wand oder einen Bodenbelag, manifestiert auf lange Zeit den Einsatz und Gestaltungswillen Ihrer Unterstützer.

Spendenstein ist ein Geschäftsbereich der
Fanstein GmbH | Thomas-Müntzer-Str. 34 | 06842 Dessau-Roßlau
Fon 0340 870 16 60 | Fax 0340 870 16 61 | info@spendenstein.de

SPENDENSTEIN

Fundraising mit Mehrwert!
NEU!
www.spendenstein.de

* Die Gesellschaft der Freunde des Dessau-Wörlitzer Gartenreiches e.V. setzt bei der Finanzierung der Sanierung des Eichenkranzes auch auf den Spendenstein.

Ein Hoden für Bad Soden

Eier aus Stahl! Was wie ein Witz klingt, ist ein Preis der true fruits GmbH. Der wird an Firmen, Privatpersonen oder Personen der Öffentlichkeit (egal ob männlich oder weiblich!) verliehen, die Rückgrat beweisen, also „Eier aus Stahl" haben. Erster Preisträger ist das Unternehmen Sodastream aus Bad Soden. Die haben sich nämlich mit ihrer Kampagne „Shame or Glory" gegen Plastik-Flaschen starkgemacht und die gesamte Plastik-Lobby damit in Aufruhr gebracht. Übrigens: Der 3,7 Kilogramm schwere, handpolierte Preis aus Edelstahl hat ein lebendes Vorbild. Fragen Sie mal truefruits-Gründer und CEO Marco Knauf.

▶ www.eierausstahl.de

Spendenquittung digital

Das deutsche Bundesfinanzministerium erleichtert die Bearbeitung von Spenden

Innerhalb des Gesetzes zur Modernisierung des Besteuerungsverfahrens hat das deutsche Bundesministerium der Finanzen (BMF) im April die Erteilung von Zuwendungsbestätigungen nach amtlich vorgeschriebenem Muster in Form von schreibgeschützten Dateien erlaubt. Der genaue Wortlaut des BMF: „Zuwendungsempfänger, die dem zuständigen Finanzamt die Nutzung eines Verfahrens zur maschinellen Erstellung von Zuwendungsbestätigungen gemäß R 10b.1 Abs. 4 EStR angezeigt haben, können die maschinell erstellten Zuwendungsbestätigungen auf elektronischem Weg in Form schreibgeschützter Dokumente an die Zuwendenden übermitteln."

Konkret bedeutet das für alle Spenden erhaltenden Organisationen, dass die Form der Übermittlung der Spendenquittung ihnen überlassen ist; der postalische Weg bleibt als Option bestehen. Diese Neuerung wird zweifelsfrei für einige Organisationen Erleichterungen und Veränderungen in den Arbeitsabläufen bedeuten. Wie weitreichend das sein wird, bleibt abzuwarten. Wie werden Software-Anbieter darauf reagieren? Verändert sich dadurch das Online-Fundraising?

▶ www.bundesfinanzministerium.de

Böser Junge!

Das Massachusetts Institute of Technology (MIT) hat einen Preis für zivilen Ungehorsam ausgelobt. „Sie verändern nicht die Welt, indem Sie tun, was Ihnen gesagt wird", meint Joi Ito, Leiter des Media Labs am MIT. Der „MIT Disobedience Award" soll deshalb an eine Person oder eine Gruppe verliehen werden, die für „ein außerordentliches Beispiel für zivilen Ungehorsam zum Vorteil der Gesellschaft" aufgefallen ist. Gewaltfreiheit, Kreativität, Mut und die Übernahme von Verantwortung für die eigenen Taten sind die Kriterien für den mit 250 000 US-Dollar dotierten Preis.

▶ www.media.mit.edu/disobedience

Great Tweets

Und schon wieder eine Kampagne, die sich das Verhalten von Donald Trump zunutze machen will. Scheinbar glaubt niemand, dass er tatsächlich sein Präsidenten-Gehalt spenden wird. Die New Yorker Plattform „Make Tweets Great Again!" will die hässliche Tweets-Flut von Donald Trump in etwas Gutes wenden. Wer sich auf der Plattform registriert, kann angeben, wie viel er pro Trump-Tweet spenden will. Kassiert wird monatlich, Änderungen sind jederzeit möglich. Das Geld kommt der American Civil Liberties Union zugute, einer NGO, die sich für Bürgerrechte engagiert.

▶ www.maketweetsgreatagain.us

Armutsbericht

Die Armut in Deutschland ist auf einen neuen Höchststand von 15,7 Prozent angestiegen, so der Befund des aktuellen Armutsberichts des Paritätischen Wohlfahrtsverbands. Nach Aussagen des Verbandes markiert dieser Höchstwert einen mehrjährigen Trend wachsender Armut. Er fordert die Politik zu einem entschlossenen Handeln in der Arbeitsmarktpolitik, beim Wohnungsbau, in der Bildung und dem Ausbau sozialer Dienstleistungen und Angebote in den Kommunen auf. Voraussetzung für eine offensive Armutsbekämpfung sei ein rigoroser Kurswechsel in der Steuer- und Finanzpolitik.

▶ www.der-paritaetische.de/armutsbericht

Der wohnt hier nicht …

Aus Fehlern kann man lernen, dafür muss man sie nicht alle selber machen! Das Fundraiser-Magazin stellt in der Serie „Schöner scheitern" kleine und große Fehler von Fundraising-Aktionen vor.

von MIRIAM WAGNER LONG

Beziehungspflege ist das A und O im Fundraising. Kleinste Fehler können hier einen langen Rattenschwanz nach sich ziehen. Ich bekomme heute noch Herzrasen, wenn ich an den ärgerlichen Schnitzer während meiner Tätigkeit für eine Patientenorganisation in den USA denke – obwohl ich heute dankbar für die Erfahrung bin.

Die Aktivitäten der Organisation beruhten ursprünglich und fast ausschließlich auf einem Aktivisten-Fundraising – was selbstverständlich mit einem hohen Zeitaufwand verbunden ist. Unsere Datenbank hatten wir gezielt mit Kontakten aus dem Umfeld betroffener und engagierter Familien aufgebaut. Von unserem kleinen Büro außerhalb von Philadelphia steuerten wir Veranstaltungen in weiten Teilen des Landes – wie auch unsere jährliche Benefizgala in Manhattan.

Alles drehte sich um das Komitee, das aus mindestens zehn Personen bestand, die ihr persönliches Netzwerk öffneten. In den ersten Jahren druckten wir Einladungen, besuchten jedes Mitglied des Komitees und versendeten Einladungen gemeinsam, handadressiert. Etwa 400 Gäste und circa 400 000 Dollar erzielte die erste Gala.

Wer schon mal eine Gala vor- und nachbereitet hat, weiß, wie hoch der erforderliche Einsatz ist. Addiert man die für die Beziehungspflege benötigte Zeit dazu, wird es spannend. Auch wenn wir uns jedes Jahr aufs Neue vornahmen, rechtzeitig zu planen: Auch diesmal begannen wir wieder viel zu spät. Und selbstverständlich gaben wir nichts aus der Hand. In den vergangenen drei Jahren war die Teilnehmerliste für die Veranstaltung auf 600 Gäste angewachsen – ebenso das Ziel: 600 000 Dollar Spendeneinnahmen sollten erreicht werden. Entsprechend ist der Verteiler gewachsen, um alle Bekannten, Freunde, Arbeitskollegen, Firmenpartner und Familienmitglieder, die gemeinsam der seltenen Erkrankung den Kampf angesagt hatten.

4000 Einladungsschreiben wurden versendet – personalisiert mit dem Absendernamen eines Komitee-Mitglieds – und in Empfang genommen. Es dauerte nicht lange, da riefen die ersten Adressaten verwirrt bei uns an. Mir dämmerte, dass es sich nicht um Einzelfälle handelte.

Schnell stellten wir fest: Beim manuellen Bearbeiten des Verteilers waren die Spalten verrutscht. 4000 Einladungen waren zwar an die richtigen Adressen versendet worden – aber die Empfängernamen waren falsch. Eine sinnvolle Lösung musste schnell her.

Wir druckten ein persönliches Anschreiben, in dem wir offen und ehrlich den Fehler erklärten. Im Zusammenhang baten wir noch einmal höflich um ein Erscheinen zur Gala. Die Wirkung war positiv und die Gala ein Erfolg.

Dieser Fehler, so klein er in der Sache war, hat mich geprägt. Was ich daraus gelernt habe:

- die Datenbank effektiv zu nutzen
- stoßfestes Zeitmanagement mit Puffer in der Vorbereitung
- Stichproben im Vier-Augen-Prinzip
- Aufgaben abgeben – sich lösen von „Ach, ich mach das eben schnell selbst."
- Wenn mal etwas schiefgeht: kein blinder Aktionismus – strategisch denken!

Sind auch Sie oder Ihre Organisation schon einmal schön gescheitert? Schreiben Sie uns an *meinung@fundraiser-magazin.de*

DRUCK&SERVICE.

„Spendenmailings sind unser Herzblut, denn sie bewegen Menschen."

Alexandra Sievert-Heidemann
Geschäftsführerin

Adress-Selektion, Personalisierung, Druck, Lettershop, Seminare

Ihr Kontakt zum professionellen Spendenmailing:
Alexandra Sievert-Heidemann
0521-557359-19
Potsdamer Straße 190
D-33719 Bielefeld
www.druck-u-service.de

„Warum reden alle

immer übers Geld?“

„Correctiv“ ist ein journalistisches Experiment, das von sich reden macht: Die Redaktion ist gemeinnützig, komplett über Spenden finanziert und preisgekrönt. Seit der Gründung 2014 deckte das Recherchebüro zahlreiche Skandale auf und wurde unter anderem mit dem Deutschen Reporterpreis ausgezeichnet.
Mit David Schraven, dem Kopf hinter „Correctiv“, sprach Peter Neitzsch für das Fundraiser Magazin über Fake-News und die Notwendigkeit einer redaktionellen Gesellschaft.

? Herr Schraven, Sie haben eine lange Reporter-Karriere hinter sich, zuletzt als Ressortleiter für Recherche bei der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (WAZ) und der Funke Mediengruppe. Warum haben Sie so eine sichere Position für ein Abenteuer wie „Correctiv“ aufgegeben?

In meinem Arbeitsumfeld fehlte es an Möglichkeiten, Journalismus so zu entfalten, wie ich das gerne wollte. Bei einer Zeitung richtet sich alles nach den Formaten, die man befüllen muss, also im Zweifel nach der Anzahl der Zeilen. Bei einem regionalen Fokus ist es außerdem nicht möglich, Geschichten zu recherchieren, die über das Verbreitungsgebiet hinausgehen. Wenn eine Recherche von Emden aus nach Thüringen und von dort nach Palermo führt, ist das mit einer Regionalzeitung schwer zu machen. Da fehlen oft die Mittel, eine Story zu Ende zu recherchieren. Das ist bei „Correctiv“ anders: Wir recherchieren erst fertig und danach suchen wir uns das passende Format, um den Stoff aufzubereiten. Sei das für eine Zeitung, ein Magazin, für Online oder fürs Fernsehen.

? Wie kam es schließlich zur Gründung des Recherchebüros, das die Brost-Stiftung 2014 mit einer Finanzierung von drei Millionen Euro angeschoben hat?

Die Planungen dauerten ungefähr zwei Jahre. In dieser Zeit haben wir uns überlegt, was klug ist und was wir konkret machen wollen. Uns war von Anfang an klar, dass wir auch an den Methoden arbeiten müssen. Deshalb wollten wir mit „Correctiv“ auch ein Bildungsprogramm anstoßen. So etwas wäre mit einer klassischen Redaktion nicht möglich gewesen. Wir konnten dann die Brost-Stiftung der WAZ-Gründerfamilie davon überzeugen, dass das ein guter Plan ist.

? Jetzt gibt es viele Stimmen, die fordern, dass Journalismus gemeinnützig werden sollte. Noch ist es aber nicht so weit. War das Weiterbildungsprogramm auch nötig, damit „Correctiv“ vom Finanzamt als gemeinnützig anerkannt wurde?

Darum ging es uns nicht in erster Linie. Unser Anliegen ist es, Wissen weiterzugeben. Eine Möglichkeit dazu ist unser Bildungsprogramm, etwa zu Auskunftsrechten gegenüber Behörden. Eine andere besteht darin, die Informationen, die wir durch unsere Arbeit erhalten, so aufzubereiten, dass die Menschen daraus etwas lernen können. Wir veranstalten also keine Workshops, nur um die Gemeinnützigkeit zu bekommen.

? Welche Recherchen konnte „Correctiv“ seit der Gründung umsetzen?

Es gibt schon einige Recherchen, auf die wir ziemlich stolz sind. Gut gefallen hat mir etwa das Projekt „Euros für Ärzte“. Dabei machen wir öffentlich, welche Mediziner Geld von Pharmaunternehmen erhalten. Seit einiger Zeit recherchieren wir auch zum Klimawandel und zwar nicht zur Frage, was könnte in Zukunft passieren, sondern dazu, was heute bereits los ist. Dann haben wir auch ein sehr langfristig angelegtes Rechercheprojekt zur neuen Rechten in Deutschland. Daraus soll demnächst ein Buch entstehen.

? Die Brost-Stiftung ist der größte Geldgeber. Wie finanzieren Sie Ihre Arbeit außerdem noch?

Am Anfang hat uns die Brost-Stiftung zu 100 Prozent finanziert. Das hat sich aber im Laufe der Jahre verändert. Wir haben jetzt vier große Einkommensströme: Am wichtigsten sind unsere rund 2200 Fördermitglieder, die bereits 20 Prozent des Etats ausmachen. Das ist vor allem langfristig bedeutend, weil Förderer uns auf Dauer tragen. Dann unterstützen uns weiterhin Stiftungen: Neben der Brost-Stiftung mit einem Viertel des Etats sind das etwa die Rudolf-Augstein-Stiftung und die Schöpflin-Stiftung. Daneben gibt es auch Fördermittel für konkrete Projekte, so finanziert die Bundeszentrale für politische Bildung unsere Workshops. Außerdem haben wir den Geschäftsbetrieb in einen kleinen Verlag ausgelagert, über den wir unsere Bücher vermarkten und der rund 30 Prozent zum Etat beiträgt.

? Wie viel Zeit verwenden Sie für die Mittelbeschaffung? Haben Sie einen Fundraiser im Team oder läuft das eher über persönliche Kontakte etwa zu den Stiftungen?

Das ist ganz unterschiedlich: Wir kümmern uns um jeden Einkommensstrom anders. Bei den Fördermitgliedern machen wir permanent Kampagnen, um Menschen zu überreden, uns zu unterstützen. Das läuft vor allem über unsere Social-Media-Mitarbeiter. Bei den Großspendern geht viel über persönliche Kontakte, die in erster Linie ich pflege. Bei der Projektfinanzierung entwickeln wir zunächst das Projekt: Wenn wir eine Idee haben, schreiben wir dazu ein Konzept. Im nächsten Schritt schauen wir, wer das finanzieren könnte. Für den gewerblichen Teil haben wir jetzt einen Prokuristen angestellt. ▸

? Das klassische Geschäftsmodell im Journalismus über Anzeigen und Verkäufe steht unter Druck. Könnte „Correctiv" auch ein Modell für andere Redaktionen sein?

Ich glaube, wir sind nur ein Modell unter vielen. Etliche Projekte würden in klassischen Medien nicht funktionieren, weil die formatgetrieben denken. Vieles von dem, was wir machen, ist aber nicht auf ein Format festgelegt. Wir haben einmal dazu recherchiert, wie der Handel mit Flüchtlingen organisiert ist. Wer verdient daran, dass Menschen übers Mittelmeer kommen? Schließlich ist dann ein Theaterstück daraus geworden. Das wäre in einem traditionellen Medium nie möglich gewesen. Andere Aspekte könnten dagegen durchaus ein Modell sein: Ich halte zum Beispiel Crowdfunding für einen sehr geschickten Weg, Recherchen zu finanzieren, die eine Redaktion allein nicht stemmen kann.

? Auf der „Correctiv"-Website bieten Sie Journalisten an, Rechercheprojekte mittels Crowdfunding zu finanzieren. Was macht eine gute Crowdfunding-Kampagne aus?

Das machen wir sehr regelmäßig. Das ist zwar aufwendig, aber es funktioniert sehr gut: Wir haben eine Erfolgsquote von 60 Prozent und insgesamt knapp 100 000 Euro eingeworben. Ob eine Kampagne Erfolg hat oder nicht, hängt gar nicht so sehr vom Thema ab. Ein Erfolgsfaktor ist viel mehr die Personalisierung: Der Reporter muss im Mittelpunkt stehen. Daneben sollte es ein Thema sein, dass für viele Menschen relevant ist. Schließlich muss klar sein, dass die Arbeit auch zu einem Abschluss kommt. Das Ergebnis der Recherche ist natürlich offen, aber das Produkt, das am Ende steht, muss vorher feststehen. So haben wir etwa eine Recherche zu den Folgen der Gezi-Proteste in Istanbul finanziert. Eine andere widmete sich der Frage: Was passiert mit den Hilfsgeldern für Syrien? Das ist eine klar umrissene Frage, die sich auch beantworten lässt. Und es ist auch vorher klar, wie viel so eine Recherche kostet. Crowdfunding funktioniert immer dann, wenn es konkret und einfach ist.

? Freie Journalisten klagen über immer niedrigere Honorare. „Correctiv" überlässt großen Redaktionen wie dem „Spiegel" Recherche-Ergebnisse gleich ganz ohne Bezahlung. Entwertet das die journalistische Arbeit nicht auch?

Das halte ich für Unsinn: Wir bezahlen ja unsere Reporter. Ich finde auch diese Fixierung auf das Finanzielle sehr interessant: Vielen scheint das Geld wichtiger zu sein als die Sache. Das ist für mich nur schwer nachvollziehbar, denn mir geht es um Inhalte. Ich bin nicht Journalist geworden, um viel Geld zu verdienen, sondern um gute Geschichten zu machen.

„Crowdfunding funktioniert immer dann, wenn es konkret und einfach ist."

? Für Facebook haben Sie jetzt die Aufgabe übernommen, Fake-News auf ihren Wahrheitsgehalt zu überprüfen. Wenigstens dafür könnten Sie doch Geld verlangen?

Da stellt sich aber auch die Frage: Wie macht man sich denn da von Facebook abhängig? Wenn ich in ein Dienstleistungsverhältnis gehe, dann hat mein Auftraggeber plötzlich Ansprüche an meine Arbeit, die ich erfüllen muss. Was weiß ich denn, wie Facebook drauf ist? Wenn ich von denen kein Geld nehme, können die auch keinen Druck auf mich ausüben. Mir ist auch klar, dass man so eine Arbeit nicht auf Dauer kostenlos machen kann. Aber man sollte nicht immer als Erstes nach der Bezahlung fragen: Warum reden alle immer übers Geld statt über Inhalte? Wir haben jetzt ein akutes gesellschaftliches Problem, das wir lösen müssen – gerade in Wahlkampfzeiten. Da muss man handeln, und das machen wir.

? Wie sehen Ihre Förderer und Spender das Engagement auf Facebook? Schließlich finanzieren diese ja Ihre Arbeit. Gibt es da viel Kritik?

Wir haben am Anfang auch mit unseren Mitgliedern viel darüber diskutiert und ein paar haben auch gekündigt, aber am Ende hat die Mehrheit gesagt: Wir finden das gut und wir unterstützen das.

? Warum sind Fake-News so gefährlich für den Journalismus? Reicht es nicht, der Gerüchteküche im Netz klassische journalistische Tugenden entgegenzuhalten?

Das Problem ist, dass journalistische Arbeit nicht dort wahrgenommen wird, wo Fake-News verbreitet werden. Es macht also wenig Sinn, an der Universität eine Studie über den Wahrheitsgehalt journalistischer Artikel zu veröffentlichen. Das liest niemand. Stattdessen muss man dahin gehen und journalistische Arbeit dort erbringen, wo das Problem ist – und das ist nun mal auf Facebook. Was die Methoden betrifft, bin ich ja ganz bei Ihnen: Das ist klassisches journalistisches Handwerk, mit dem wir die Gerüchte entlarven wollen.

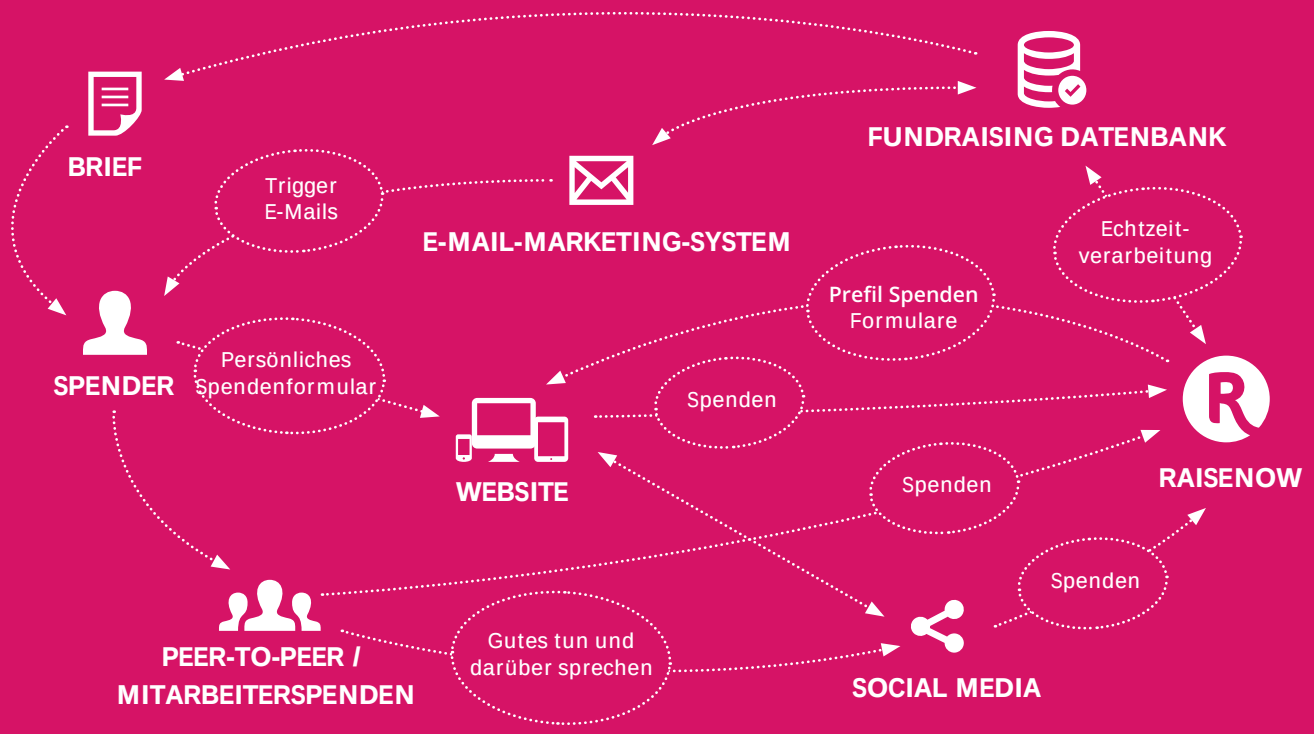
? Gemeinsam mit „Spiegel"-Reporter Cordt Schnibben haben Sie die Reporterfabrik ins Leben gerufen. Dort soll jeder das journalistische Handwerkszeug lernen können. Was bezwecken Sie damit?

Wir haben bei „Correctiv" von Beginn an mit Bildungsmethoden gearbeitet, weil wir glauben, dass wir eine gesellschaftliche Veränderung brauchen. Am Ende der Digitalisierung und der Demokratisierung der Kommunikationsmittel muss eine redaktionelle Gesellschaft stehen. Dafür müssen die Methoden der Informationssammlung und -aufbereitung möglichst vielen Menschen zugänglich sein. Damit sie lernen, verlässliche Quellen zu erkennen. Wie lässt sich ein Gerücht von einer glaubwürdigen Information unterscheiden? Wenn wir es hinbekommen, dieses Wissen an 50 000 oder 100 000 Menschen weiterzugeben, dann können wir auch das Problem von Desinformation und Propaganda in den Griff bekommen. Hinzu kommt: In einigen Teilen Deutschlands, etwa in Mecklenburg oder im Sauerland, gibt es auch Städte und Dörfer ohne lokale Medien. Deswegen müssen die Bürger in diesen Regionen selbst zu Aufklärern werden. Dafür bieten wir etwa Online-Tutorials an, die zu Kursen zusammengefasst werden. Später soll es auch Präsenz-Workshops geben. ◘

RaiseNow

Mehr Power im Online-Fundraising

Für komplexe Probleme gibt es keine einfache Lösung - sagt man. Aber Online-Fundraising ist komplex und es gibt eine einfache Lösung! Für einen perfekten Prozess müssen alle Informationen immer und überall in Echtzeit zur Verfügung stehen und richtig eingesetzt werden. Egal ob Website, E-Mail Marketing-Aktion oder Social Media - und natürlich unabhängig vom Endgerät. Wer diesen Prozess beherrscht wird Spenderinnen und Spender begeistern und im Online-Fundraising erfolgreich sein.



Einfach mit RaiseNow

Wir verknüpfen alle Online-Fundraising-Instrumente. Für mehr Ertrag, Effizienz und Nachvollziehbarkeit!

Schweiz
RaiseNow AG
Hardturmstrasse 101
8005 Zürich
+41 44 533 56 15
zurich@raisenow.com

Deutschland
RaiseNow GmbH
Schlesische Str. 12
10997 Berlin
+49 30 555 71 73 0
berlin@raisenow.com

www.raisenow.com
blog.raisenow.com

Besuche uns am:

CSR Forum 2017
4. und 5. April in Ludwigsburg

Deutschen Fundraising Kongress 17
3. bis 5. Mai in Kassel

Mal die Perspektive wechseln

Neue Wege und frische Ideen, die Organisationen voranbringen

Frisches Geld aus der Traumfabrik

Was haben der „Tatort“ und „Game of Thrones“ gemeinsam? Beide spülten als Filmkulisse Geld in die Kassen von denkmalschützenden Stiftungen. Finanziell scheint es sich zu lohnen. Für die Öffentlichkeitsarbeit ist es unbezahlbar. Seite 18

Bauen und Sanieren mit der Sonne

Wer denkt, dass der Boom der Photovoltaik durch die Senkung der sogenannten Einspeisevergütung vorbei ist, irrt. Sonnenstrom erleichtert die Finanzierung von Bauvorhaben und senkt obendrein die Kosten. Seite 20

Jobsharing: Geteilter Druck – doppelter Erfolg

Zwei Menschen teilen sich eine Arbeitsstelle. In der Realität findet diese Form der Teilzeitarbeit allerdings noch selten statt. Kann dieses Modell für Non-Profit-Organisationen sinnvoll sein? Und bringt Jobsharing tatsächlich Vorteile oder nur Abstimmungs-Aufwand? Seite 22

Crowdlending boomt

Schon seit Jahren weist das Crowdlending, also das Verleihen von Geld durch private Investoren an Start-ups, Vereine oder Unternehmen, große Wachstumsraten auf. Mehr als 76 Millionen Euro vergab die Crowd 2016 an Investments, die eine Rendite von bis zu 12 Prozent versprechen. Doch ist das seriös? Seite 24

Kein Geld dabei? Macht nichts!

Die Schweden tun es und die Osteuropäer, in Asien, Afrika und den USA ist es weit verbreitet: Bezahlen mit dem Handy. Mobile Payment eignet sich auch fürs Fundraising. Im deutschsprachigen Raum ist bei dem Thema allerdings Zurückhaltung zu beobachten. Aber wie lange noch? Seite 26

Frisches Geld aus der Traumfabrik

Als Drehort zu mehr Bekanntheit und Einnahmen

Was haben der „Tatort“ und „Game of Thrones“ gemeinsam? Beide spülten als Filmkulisse Geld in die Kassen von denkmalschützenden Stiftungen. Finanziell scheint es sich zu lohnen. Für die Öffentlichkeitsarbeit ist es unbezahlbar.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Die Erfolgs-Serie „Game of Thrones“ wurde unter anderem im Kloster Eberbach gedreht – eine Win-win-Situation für Betrieb und Unterhalt der 900-jährigen Klosteranlage.

Als im Februar 2017 der „Tatort“ aus Weimar über die Bildfläche flimmerte, sorgte nicht nur der „Exkreminator 7000“ für die Windelabfälle einer Kita, sondern auch die Leuchtenburg bei Seitenroda mit ihrem Porzellanmuseum als Drehort für Aufsehen. Schon in den erste Minuten waren die größte Porzellanvase und die kleinste Porzellankanne der Welt zu sehen. Die beiden Superlative sind Höhepunkte des Museums „Porzellanwelten Leuchtenburg“.

Das über 800-jährige Burgensemble, das im Volksmund gern als die „Königin des Saaletals“ bezeichnet wird, hatte harte Zeiten hinter sich: Herrschafts- und Verwaltungssitz, Irren- und Armenhaus und später Jugendherberge. Die Burg war 1997 marode und am Ende. Der engagierte und der Burg verbundene Unternehmer und Tourismusexperte Sven-Erik Hitzer errichtete in Rekordzeit eine gemeinnützige Stiftung, die die Burg erwerben konnte. „Uns war und ist es wichtig, die Burganlage in ihrer Einzigartigkeit zu erhalten und gleichzeitig durch moderne Bauten zu ergänzen. Auf diese Weise möchten wir die Leuchtenburg mit ihrer spannenden Geschichte in das 21. Jahrhundert überführen“, erläutert er sein Anliegen.

Geschäftsmodell Drehort

Dieses Konzept kam offenbar auch bei Locations-Scouts gut an. Diese suchen für Film- und Fernsehproduktionen spannende Drehorte und da sind Burgen und Klöster schon mal ganz weit vorn. Davon weiß auch Martin Blach, Vorstand der Stiftung Kloster Eberbach, zu erzählen. Sein Kloster profitiert noch heute vom spektakulären Filmdreh in den 1980er-Jahren zu „Der Name der Rose“. 80 Prozent der Filmaufnahmen entstanden dort und bereiteten Blachs Vorgänger einiges Kopfzerbrechen. Blach hat mittlerweile mit der Vermarktung des Klosters als Drehort dagegen schon viel Erfahrung und daraus ein Geschäftsmodell gemacht. Auf seiner Website können sich Produktionsfirmen und Scouts professionell über den Drehort informieren. „Wir bekommen etwas zwölf Anfragen für Drehgenehmigungen pro Jahr und darunter sind auch immer zwei, drei dicke Fische“, weiß er zu berichten. Über Zahlen möchte niemand sprechen, aber Produktionen wie das Finale von „Deutschland sucht den Superstar“ (DSDS) oder die internationale Erfolgsserie „Game of Thrones“ gehören zweifelsohne zu den Produktionen mit tieferen Taschen.

Hohe Aufmerksamkeit

Die Zusammenarbeit mit den Drehteams beschreibt Blach als hochprofessionell und Win-win-Situation. Denn die Erträge fließen

So kommt Ihre Burg zum Film

Location-Scouts suchen Motive, die Produktionsfirmen schließen dann Motivmietverträge ab. Der Bundesverband der Location-Scouts e.V. und Location Networx haben jeweils ein Merkblatt für Motivgeber entwickelt.

▶ *www.bvlocation.de/downloads/Merkblatt_Motivgeber.pdf*

▶ *www.location-networx.de/german/Merkblatt_Motivgeber.pdf*

Muster für einen Motivmietvertrag:

▶ *www.bvlocation.de/downloads/Motivmietvertrag.pdf*

in den Erhalt der 900-jährigen Klosteranlage, die in Betrieb und Unterhalt nicht auf öffentliche Zuschüsse hoffen kann, und die öffentliche Aufmerksamkeit kommt noch hinzu. Da kam ihm selbst DSDS gerade recht. Auf der Habenseite standen aus der Sicht der gemeinnützigen Stiftung besonders die sehr große Reichweite der TV-Show, immerhin 3,64 Millionen Zuschauer, sowie die große Aufmerksamkeit, die ein solches Format mit sich bringt. „Wer die Sendung und damit unser Kloster und die Basilika gesehen hat, erkennt sofort, was für ein besonderer Ort Kloster Eberbach ist“, so Blach. Natürlich seien solches Vorhaben in einem denkmalgeschützten Ensemble nie unumstritten, aber gerade für die Markenbildung häufig sehr erfolgreich. „Ich kann nur jedem, der solche Locations hat, zuraten, das zu wagen und ins kalte Wasser zu springen“, so Blach.

Nachahmern empfiehlt er, sich im Vorfeld über die Produktionsfirma schlauzumachen und sogenannte Motivmietverträge nicht ohne anwaltliche Prüfung abzuschließen. Gerade für historisches Gelände seien Versicherungen Pflicht, denn wenn etwas passiert, steht hinter jeder TV-Produktion ein Heer von Anwälten.

Verträge und Mieten

Vergleichszahlen zu den zu erzielenden Mieten sind rar. Fernsehproduktionen zahlen für die Überlassung von Wohnungen oder Häusern schon Motivmieten von einer monatlichen Kaltmiete pro Drehtag. Bei einem Nobelhotel können dagegen schon 5000 Euro fällig werden. Denn auch der Verdienstausfall spielt bei der Festsetzung eine Rolle. Nebenkosten sollten immer extra berechnet werden, sonst erlebt man böse Überraschungen.

Zum Win-Win gehört aber vor allem der langfristige Effekt. Immer noch sind die jährlichen Veranstaltungen zum Film „Der Name der Rose“ oder die Führungen zu den Drehorten im Kloster Eberbach ein Renner. Blach hat sich sogar die Filmrechte an einigen Innenaufnahmen vom Besitzer Constantin-Film gesichert und kann die nun zur Präsentation nutzen. „Dabei hat uns unser gemeinnütziger Status zweifelsohne etwas geholfen.“

Von dieser Aufmerksamkeit will nun auch die Leuchtenburg profitieren. Eine Tatort-Krimi-Führung ist schon fest im Programm. Gemeinsam mit dem Kahlaer Porzellanwerk hat die Stiftung Leuchtenburg Bierdeckel entworfen, welche die beiden Ermittler Kira Dorn und Lessing – verkörpert von Nora Tschirner und Christian Ulmen – zieren. Unter dem Motto „Auf zu den echten Tatorten“ werben sie in Kneipen, in denen immer sonntags der „Tatort“ läuft, für einen Besuch der Leuchtenburg.

DialogGroup
G&O CreativeAgency
#one part of it

Wir finden die passenden Spender!

Profitieren Sie von 40 Jahren geballter Kompetenz und Herzblut:
#Beratung #Strategie #Listbroking #Konzeption #Kreation #Produktion der Werbemedien online, offline, crossmedial #Erfolgskontrolle und #Follow-up.
Alles aus einer Hand. Wir beraten Sie gerne persönlich.

Die Adresse für Fundraising und Dialog 4.0

Gregor Gauder +49 7156. 425 84 - 29 g.gauder@as-dialoggroup.de
Michael Oßwald +49 7156. 425 84 - 28 m.osswald@as-dialoggroup.de

G&O CreativeAgency GmbH · Stuttgarter Straße 41 · 71254 Ditzingen www.as-dialoggroup.de

Bauen und Sanieren mit der Sonne

Photovoltaik erleichtert die Finanzierung von Bauvorhaben und senkt die Stromkosten

Wer denkt, dass der Boom der Photovoltaik durch die Senkung der sogenannten Einspeisevergütung vorbei ist, irrt. Sonnenstrom erleichtert die Finanzierung von Bauvorhaben und senkt obendrein die Kosten.

Von HEIKO SCHWARZBURGER

Zunehmend werden Solaranlagen nicht nur auf Wohnhäusern und Gewerbebetrieben sondern auch auf Kirchen und Vereinsgebäuden installiert, um Stromkosten zu sparen.

In den vergangenen Jahren haben sich die Baubranche und die Immobilienwirtschaft grundlegend gewandelt. Denn die Gebäude bieten nicht mehr nur ein Dach über dem Kopf und Nutzflächen, sondern sie erzeugen die Energie für ihre Nutzer selbst.

Die Preise für Solarstromsysteme sind innerhalb weniger Jahre in den Keller gerauscht. Zudem sind sehr preiswerte Stromspeicher erhältlich, mit denen sich der Sonnenstrom für die Nachtstunden bunkern lässt. Solche Systeme für den Verbrauch des Solarstroms vom Dach senken die Strombezugskosten von Gebäuden um 30 bis 70 Prozent – je nach Nutzung und Verbrauchsprofil des Stroms.

Zunehmend wirken sich diese Vorteile aus. So kann man mit Photovoltaiksystemen die strengen Vorgaben der Energieeinspar-Verordnung (EnEV) sehr gut erreichen. Das macht sich vor allem bei Neubauten für gemeinnützige Bauherren bezahlt, die meist sehr genau auf ihre Budgets schauen müssen und auf günstige Kreditkonditionen angewiesen sind.

Mit Solargeneratoren zu bauen, erlaubt es beispielsweise, den begehrten KfW-40-Standard zu erreichen. Solche Häuser, die den hohen energetischen Ansprüchen der Kreditanstalt für Wiederaufbau entsprechen, erhalten lukrative Tilgungskonditionen.

Außerdem zahlt sich die Photovoltaik auf dem Dach oder an der Fassade auch beim Betrieb der Gebäude aus. Rund neun Eurocent kostet die Kilowattstunde Solarstrom, alle Kosten für die Investition und die Wartung eingerechnet. Hinzu kommen eventuelle Investitionen in den Stromspeicher sowie die EEG-Umlage, die für Solargeneratoren ab 10 Kilowatt fällig wird.

Dennoch bleiben solche Eigenversorgungssysteme deutlich unter den Kosten, wenn man den Strom aus dem regionalen Verteilnetz einkaufen muss. Das entlastet vor allem im Sommer die Budgets der Gebäudenutzer. Mit Sonnenstrom kann man die Räume auch kühlen oder warmes Trinkwasser bereiten, etwa für Duschen oder Küchen.

Ein weiterer Vorteil von Sonnenstrom: Die Technik eignet sich ideal für Bürgerbeteiligungen, für Projekte im Fundraising oder Crowdfunding. So bietet die GLS Bank seit Kurzem ein spezielles Crowdfunding-Portal an, mit dem bereits erste Solarprojekte finanziert wurden.

Größere Solargeneratoren lassen sich in Bauabschnitten errichten, etwa in Teilgeneratoren zu je 5 oder 10 Kilowatt. Das erlaubt die sukzessive Finanzierung durch Spenden, durch Anteile innerhalb einer Energiegenossenschaft oder private Förderer. Nicht zu vernachlässigen ist der Imagegewinn für die Fundraiser und die gemeinnützigen Bauherren: Sonnenstrom ist sauber und still, er passt faktisch auf jedes Dach. In der Regel wird der Wert einer Immobilie durch Solartechnik erhöht. Die Anlagen laufen problemlos 20 Jahre, wenn sie professionell geplant, installiert und gewartet werden.

Wer solar bauen oder modernisieren will, sollte sich unbedingt einen gewieften Architekten an die Seite holen, der solche Projekte bereits umgesetzt hat. Die Finanzierung kann durch eigene Budgets erfolgen. Dann ist der Bauherr zugleich Investor in die Anlagentechnik und übernimmt alle Pflichten zum Betrieb und zur Wartung der Solargeneratoren, ebenso alle Pflichten zur Meldung der Solarerträge an den

Netzbetreiber und die Abrechnung mit dem Fiskus. Will man diesen Aufwand vermeiden, lassen sich solche Anlagen unter Umständen leasen. Nicht selten ist die Gemeinnützigkeit einer Organisation auf einen engen Zweck eingeschränkt. Die Erzeugung und der Handel mit Strom könnte diesen Rahmen sprengen und zu Ärger mit dem Finanzamt führen.

Dann kann man die eigenen Dächer gegen Pacht zur Verfügung stellen, etwa in Kooperation mit dem kommunalen Stadtwerk. Der lokale Energieversorger finanziert, baut und betreibt die Solaranlage, der Gebäudenutzer kauft bei ihm den Sonnenstrom vom eigenen Dach – über einen legalen und vielerorts praktizierten Umweg.

Dieses Modell ist neben den Zwängen der Gemeinnützigkeit interessant, wenn die finanziellen Mittel für eigene Investitionen sehr klamm sind, und wenn Bestandsimmobilien ausreichend Dachfläche für den Stadtwerkspartner anbieten. Über Google und regionale Solaratlanten im Internet lässt sich die Eignung von Dächern für die solare Stromerzeugung sehr leicht feststellen.

Anstelle der Stadtwerke können auch lokale Bürgerenergiegenossenschaften oder Mietergenossenschaften in die Bresche springen, um die Anlagen vorzufinanzieren. Die Abrechnung des Stroms für die Nutzung im Gebäude erfolgt üblicherweise über Zähler auf dem klassischen Weg. Die Genossenschaft tritt in diesem Falle wie ein Stromversorger auf und kümmert sich auch um die Lieferung des Stroms, der im Winter aus dem lokalen Verteilnetz zugekauft werden muss.

Dipl.-Ing. **Heiko Schwarzburger**, M.A., ist Chefredakteur der Fachzeitschrift „Photovoltaik“, die im Alfons W. Gentner Verlag in Stuttgart erscheint. Bereits seit 15 Jahren ist der Maschinenbauingenieur und Fachjournalist in der Solarbranche und in der regenerativen Haustechnik unterwegs, schreibt Ratgeber für Installateure und Architekten und berät Bauherren bei der Umsetzung ihrer Solarprojekte.
▶ www.photovoltaik.eu

„Plus-Energie-Kirche“ mit negativen Betriebskosten

Als sich Florian Reißmann, Vorsitzender des Kirchenvorstandes der Ev.-Luth. Laurentiuskirchgemeinde Dresden-Trachau und Mitglied der Landessynode, Gedanken über die Sanierung der Weinbergskirche Trachenberge machte, dachte er sofort an regenerative Energien. Der bisher kaum gedämmte Bau mit alter Heizungsanlage und defekter Elektrik taugte nicht mehr für eine moderne Nutzung. Schließlich sollte sich die Kirche zukünftig als „KulturKirche Weinberg Dresden-Trachenberge“ auch für weltliche Events öffnen und Einnahmen in die Gemeindekasse spülen. Gemeinsam mit einer kleinen Gruppe von Enthusiasten baute er die Kirche dank unterschiedlichster Förderer und Sponsoren um. Das Konzept, eine energieeffiziente Kirche zu errichten, kam dabei sehr gut an. Die Einnahmen aus dem „grünen Strom“ waren von Anfang an Teil der Finanzierung.
Nach nur neun Monaten Bauzeit wurde die Kirche Ende 2014 wiedereröffnet und steht Gemeindemitgliedern und Gästen für vielfältige Nutzungen zur Verfügung. Seitdem wird das Gebäude überwiegend mit Abwärme aus der Kanalisation beheizt. Die erweiterte Photovoltaik-Anlage produziert den dafür erforderlichen Strom und die Kohlendioxidemissionen konnten um 90 Prozent gesenkt werden. Dank dieser Innovationen, integriertem Energiekonzept und einer erweiterten Nutzung hat sich die in den 1950er Jahren erbaute Kirche zu einer „Plus-Energie-Kirche“ mit negativen Betriebskosten entwickelt. Die Kirche wurde dafür 2015 mit dem Energie-Effizienzpreis Sachsen „elisa“ ausgezeichnet.

Geteilter Druck – doppelter Erfolg

Bringt Jobsharing tatsächlich Vorteile oder nur Abstimmungs-Aufwand?

Immer wieder ist von Jobsharing zu lesen – zwei Menschen teilen sich eine Arbeitsstelle. In der Realität findet diese Form der Teilzeitarbeit allerdings noch selten statt. Kann dieses Modell für Non-Profit-Organisationen sinnvoll sein?

Von DANIELA MÜNSTER

Stephanie Neumann (links) und Debby Tamchina teilen sich beim BUND seit zehn Jahren den Job.

Schon seit zehn Jahren teilen sich Stephanie Neumann und Debby Tamchina beim Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e. V. (BUND) den Job. Beide sind in der Bundesgeschäftsstelle verantwortlich für das Direktmarketing. Da geht es um straffe Terminketten, große Summen und weitreichende Entscheidungen. So ein echtes Vier-Augen-Prinzip mindert das Risiko und führt zu gut reflektierter, fachlich abgestimmter Arbeit. Ergebnis und Qualität gewinnen.

Ein Erfolgsmodell, sollte man denken. Doch der Anteil der Unternehmen, die Jobsharing-Stellen anbieten, ist bisher nicht sehr hoch. Während in Großbritannien beinahe jede zweite Stelle für Jobsharing geeignet ist, schreiben im deutschsprachigen Raum nicht einmal 20 Prozent der Unternehmen solche Stellen aus, geschweige denn besetzen sie.

Zwei Arten von Jobsharing werden unterschieden: Beim Jobpairing sind beide Partner für alles gemeinsam zuständig, teilen Schreibtisch, Arbeitszeit und Aufgaben eigenverantwortlich untereinander auf. Beim Jobsplitting wird der Vollzeitarbeitsplatz komplett zwischen den zwei Stellen aufgeteilt, es gibt zwei unabhängige Arbeitsverträge. So auch bei Debby Tamchina und Stephanie Neumann.

Der Auslöser für die aufgeteilte Stelle war – wie bei vielen Arbeitnehmerinnen – die Elternzeit. „Es war für mich sehr viel wert, dass ich nach der Geburt meines Sohnes meine Stelle beim BUND in Teilzeit weiterführen konnte. Diese Perspektive als junge Mutter zu haben, deren Leben sich gerade einmal komplett auf den Kopf gestellt hatte, hat mir eine große Ruhe und Zuversicht gegeben. Das ist nicht zu unterschätzen!“, erzählt Debby Tamchina. Auch Stephanie Neumann hatte zwei kleine Kinder. „Aus meiner Sicht ist es nicht selbstverständlich, in einer solchen Situation einen Job zu bekommen. Der BUND hat mir eine Chance gegeben, als ich eine gebraucht habe. Ich konnte immer zugleich Mutter sein und einen Beruf ausüben. Es war immer jemand da, der mich vertreten konnte. Ich war nur selten in einer Zerreißprobe zwischen Kindern und Arbeit“, sagt sie. Und man merkt, wie dankbar beide dafür sind und wie groß ihre Loyalität gegenüber dem Arbeitgeber ist.

Jobsharing eignet sich nicht nur für junge Eltern. Auch Menschen, die einen Angehörigen pflegen, ältere Arbeitnehmer, die „etwas kürzer treten wollen“, oder junge Menschen, die nebenbei ein Studium absolvieren oder mehr Zeit für Ehrenämter brauchen, sind geeignete Kandidaten für geteilte Stellen. Auch Führungskräfte können ihre Stelle teile – dieses Topsharing ist allerdings nichts für Macht- und Hierarchie-Besessene.

Im Arbeitsalltag heißt Jobsharing, gut zu organisieren und sich gegenseitig aufeinander verlassen zu können. „Wir haben die Arbeit nach Themengebieten aufgeteilt. Im Büro sitzen wir in einem Zimmer an zwei Schreibtischen nebeneinander. Wir haben Zugang zu den E-Mail-Konten der jeweils anderen, und wir haben ein

Das sollte vertraglich geregelt sein

- Beginn und Dauer des Jobsharings (z. B. Elternteilzeit, was kommt danach?)
- Arbeitszeit (Gleitzeit, Anwesenheitszeiten, Abstimmung der Arbeitszeitverteilung)
- Prozedere für den Fall, dass sich die Partner nicht einigen können
- Vertretungsregelungen und entsprechende Entlohnung
- Regelung für den Fall, dass ein Partner das Arbeitsverhältnis beendet
- Urlaubsregelung
- ob und wie vom Jobsharing in eine Vollzeitstelle gewechselt werden kann

(Quelle: jobnews.at)

gemeinsames Ordnersystem“, beschreibt es Stephanie Neumann. Debby Tamchina ergänzt: „Jede für sich muss in der Lage sein, alle Entscheidungen allein zu treffen und die Verantwortung allein zu übernehmen. Dafür müssen beide den Job komplett kennen und auch die Arbeitsbereiche der jeweils anderen machen können und wollen.“ Geteilter Erfolg ist doppelter Erfolg – aber wer steht denn für Fehler gerade? Debby Tamchina empfindet das so: „Wir sehen unseren Arbeitsbereich immer als Gemeinschaftswerk an. Schlussendlich ist es auch so, dass alle Aufgaben ineinandergreifen. Im Entstehungsprozess eines Mailings spielen so viele Aspekte eine Rolle, da kann so viel schiefgehen, dass wir immer beide unsere Anteile daran haben – egal wie es läuft. Und wenn einer von uns mal ein Fehler passiert, hat es die andere noch nie krummgenommen. Wir schauen dann schnell wieder nach vorne und lernen draus. Auch wenn wir sehr unterschiedliche Persönlichkeiten sind – hier ticken wir beide sehr ähnlich – das ist sicher ein Vorteil. Und ein tolles Gefühl!“

Für NGOs, die Jobsharing-Stellen anbieten, liegen die Vorteile klar auf der Hand: ein gut funktionierendes Team, das sich fachlich und inhaltlich ergänzt, im Krankheitsfall gegenseitig vertritt und eine hohe Motivation mitbringt. Die Fluktuation geht zurück und das Know-how der NGO bleibt auch bei einem Personalwechsel erhalten. Der zusätzliche Aufwand ist gering, wenn klare Absprachen getroffen werden. Dennoch eignet sich Jobsharing nicht für alle Persönlichkeiten. Kritikfähigkeit, Toleranz und Flexibilität sind gefragt. „Offenheit und gegenseitiges Vertrauen bilden die Basis für unsere Zusammenarbeit. Ich habe gelernt, dass auch andere Wege zum Ziel führen, als der, den ich gewählt hätte. Das ist eine durchaus hilfreiche Erfahrung“, gibt Debby Tamchina zu. Und noch ein Aspekt spricht für ein Jobsharing: Spezialisten in NGOs sind oft Einzelkämpfer. Das trifft auf die Fundraiserin genauso zu wie auf den PR-Menschen oder den IT-ler. Wenn man die Dinge mit jemandem Gleichrangigen besprechen kann, verbessert das die Arbeitsergebnisse und nimmt den Druck raus. So sieht es auch Debby Tamchina: „Es ist wahnsinnig viel wert, immer eine kompetente Mitstreiterin zu haben, mit der ich mich fachlich austauschen kann. Ich erinnere mich noch gut daran, wie einsam ich mit meinem Arbeitsgebiet vorher oft war.“

Jobsharing-Plattformen und weiterführende Infos:

- www.tandemploy.com
- www.go-for-jobsharing.ch

Die Plattform go-for-jobsharing.ch bietet eine nützliche Ratgeber-Broschüre zum kostenlosen Download an.

03. - 05. Mai 2017

Kreativ und mit Leidenschaft für Ihre Ziele

Informieren Sie sich beim Deutschen Fundraising Kongress in Kassel über die umfassenden Dienstleistungen der GFS. Von Database Fundraising bis Geldauflagenmarketing. Bei der GFS erhalten Sie alles aus einer Hand!

Wir freuen uns auf Sie!

Vereinbaren Sie gleich einen persönlichen Termin mit uns.

Rufen Sie uns an: 02224 - 918 250
Schreiben Sie uns: info@gfs.de

GFS Einfach Fundraising.

GFS Fundraising Solutions GmbH
Linzer Straße 21 · 53604 Bad Honnef · www.gfs.de

Schnell geliehen, langfristig finanziert

Crowdlending boomt! Eine Finanzierungsalternative für Vereine?

Schon seit Jahren weist das Crowdlending, also das Verleihen von Geld durch private Investoren an Start-ups, Vereine oder Unternehmen, große Wachstumsraten auf. Mehr als 76 Millionen Euro vergab die Crowd 2016 an Investments, die eine Rendite von bis zu zwölf Prozent versprechen. Doch ist das seriös?

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Der 21. März 2016 ist in die Crowdfunding-Geschichte eingegangen. Hertha BSC, Fußball-Bundesligist und Sportverein in Berlin, startete mit dem Berliner Fintech-Start-up kapilendo seine Crowdlending-Aktion. Der Verein suchte Privatanleger, um eine Million Euro zum Ausbau digitaler Kommunikationskanäle einzusammeln und bot dafür eine Rückzahlung innerhalb von drei Jahren und eine feste Verzinsung von 4,5 Prozent p.a. an. Diese Traumrendite in zinsarmen Zeiten wollten sich offensichtlich viele nicht entgehen lassen. 60 Tage waren für das Einsammeln angesetzt – aber bereits nach 9 Minuten und 23 Sekunden hieß es bei kapilendo „vollständig finanziert". Die schnellste Kapitalkampagne Europas war abgeschlossen. Zwischen 100 und 10 000 Euro konnten Privatanleger investieren.

Fanbase und Risikobereitschaft

An diesem Beispiel werden zwei Trends im Crowdlending sichtbar, die für Vereine, die sich mit diesem Finanzierungsinstrument auseinandersetzen, wichtig sind. Erstens verfügte der Verein über eine breite Fanbase. „Wir haben bereits im Vorfeld der digitalen Finanzierung mit Hertha BSC gesehen, dass es ein sehr großes Interesse gibt. Es gab einen regelrechten Run auf unseren Newsletter", berichtete Christopher Grätz, Gründer und CEO der kapilendo AG damals. Und zweitens senkt die aktuelle Tiefzinsphase offenbar die Hemmungen, neue Investitionsmöglichkeiten anzunehmen, wenn der Vertragspartner vertrauenswürdig genug ist. Die Kapitalkampagne der Hertha war für Grätz deshalb „vor allem auch ein Zeichen dafür, dass Crowdlending auch in Deutschland ein enormes Potenzial hat".

Plattformen gibt es, wie im Crowdfunding und Crowdinvesting, auch hier viele. Auxmoney und Funding Circle gelten als die Platzhirsche am Markt. Nach Angaben des Crowdfunding-Monitors der Plattform Fuer-Gruender.de finanzierten sich im letzten Jahr 4444 Projekte über Crowdlending mit einem durchschnittlichen Volumen von 17 254 Euro. Hohe Renditen sind dabei durchaus üblich. Die 4,5 Prozent der Hertha sind dabei eher durchschnittlich. Die privaten Investoren müssen allerdings damit rechnen, ihr Geld nicht wiederzusehen, denn eine Ausfallbürgschaft wie bei einer Bank gibt es nicht. Dafür aber natürlich einen Vertrag mit dem Kreditnehmer, was das Risiko auf den Insolvenzfall reduziert. Trotzdem investiert man in ein Geschäftsmodell mit dem Risiko des Totalausfalls. Zum Geschäftsmodell der Crowdlending-Plattformen gehört es

deshalb fast immer, die Bonität der Kreditsuchenden zu beurteilen und auf dieser Grundlage den Zins festzulegen.

Wirtschaftliche Projekte bevorzugt

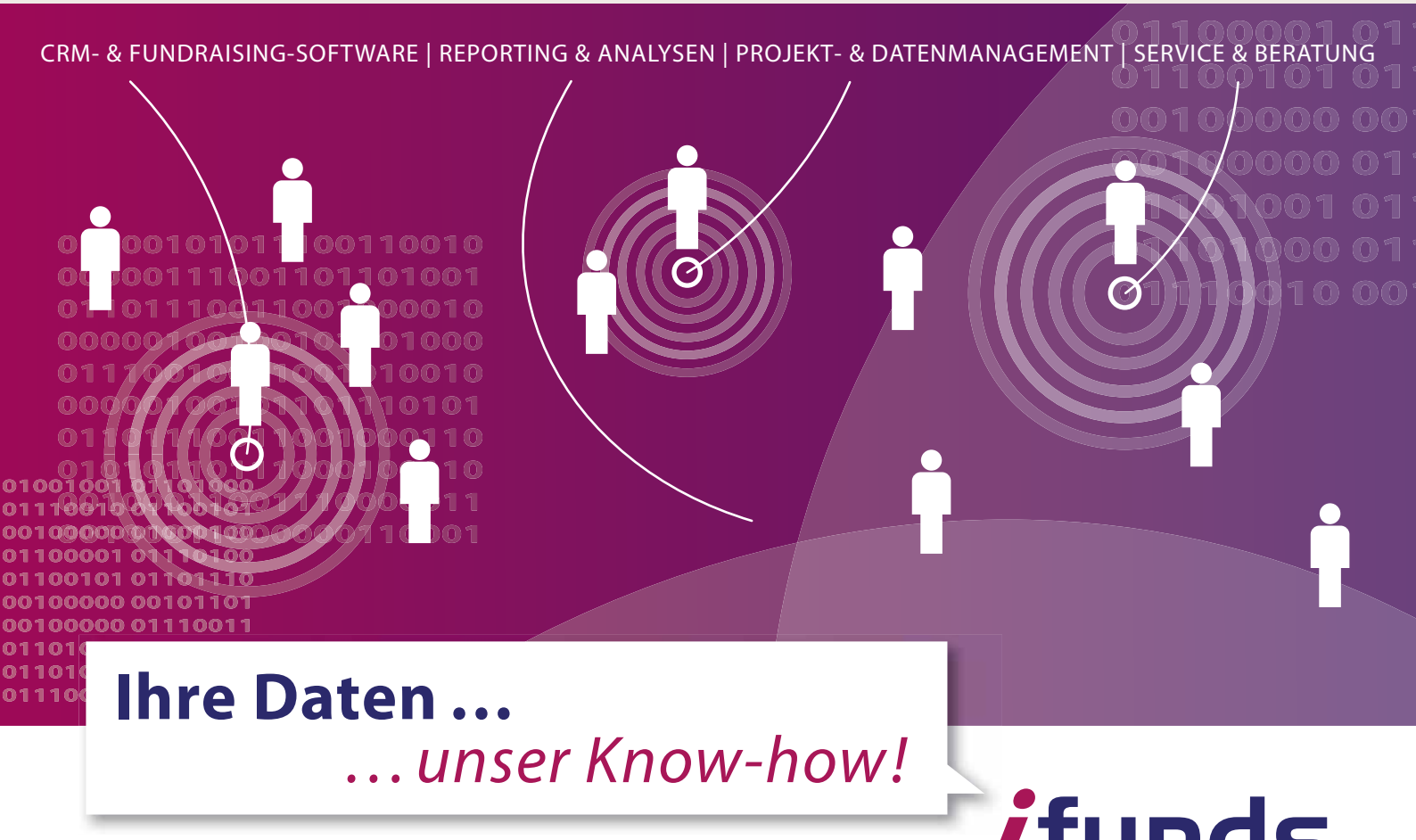
Ein Problem für viele Vereine ist die Refinanzierung. Es muss sich um Projekte handeln, die eine wirtschaftliche Perspektive haben und Einnahmen erwirtschaften. Die Spenderbrille ist dabei eher hinderlich. Hier geht es um ein echtes Geschäft. Schulen, die Schulgebühren von den Eltern nehmen, oder Vereine mit wirtschaftlichem Geschäftsbetrieb haben da bessere Chancen. Projekte mit gemeinnützigem Charakter sind deshalb momentan noch rar – Projekte mit nachhaltigem wirtschaftlichem Ansatz dagegen umso öfter zu finden. Spektakulärstes Projekt war die Finanzierung einer Produktionserweiterung einer Kaffeeabfall-Brikett-Fabrik in Äthiopien mit 12 Prozent Rendite auf „bettervest". Diese Plattform refinanziert besonders Projekte, die Investitionen in Energieeffizienz vornehmen und durch die eingesparten Energiekosten so eine Rendite erzielen können.

Für Heinz Schönemann, Geschäftsführer der Erbacher Regenbogenhaus gGmbH, der eine neue Heizanlage auf diese Weise finanzierte, ist das bettervest-Konzept sehr plausibel: „Wir erhalten eine neue Heizung, die sich selbst finanziert und die wir zurzeit nicht selbst hätten finanzieren können. Am Ende gibt es nur Gewinner."

Keine Konkurrenz für Banken

Die Banken, bisher Alleinunterhalter in der Finanzierung großer Vorhaben, sehen den Trend bisher eher gelassen. Im Gegenteil: Da viele Projekte meist einen noch höheren Finanzbedarf haben, kann Crowdlending dazu beitragen, die Bonität des Projektes zu erhöhen und so an das gewünschte Bankdarlehen zu kommen. Das eingesammelte Geld wird nämlich ähnlich wie Eigenkapital behandelt. Für Vereine, Start-ups und Initiativen bietet Crowdlending definitiv Vorteile, wie einen geringeren bürokratischen Aufwand im Vergleich zum klassischen Bankkredit und eine zügige Bearbeitung.

Matthias Daberstiel ist Inhaber der Spendenagentur und berät gemeinnützige Organisationen im Bereich Fundraising, Crowdfunding und Stiftung. Als Vorstand einer Montessori-Grundschule verantwortete und organisierte er 2015 die Finanzierung eines neuen Schulgebäudes in Dresden. Er ist einer der Herausgeber des Fundraiser-Magazins.
▶ www.spendenagentur.de



Kein Geld dabei? Macht nichts!

Mobiles Spenden könnte so einfach sein – wenn nur die deutsche Skepsis nicht wäre

Die Schweden tun es und die Osteuropäer, in Asien, Afrika und den USA ist es weit verbreitet: Bezahlen mit dem Handy. Mobile Payment eignet sich auch fürs Fundraising. Im deutschsprachigen Raum ist bei dem Thema allerdings Zurückhaltung zu beobachten. Aber wie lange noch?

Von DANIELA MÜNSTER

Hat Ihr Smartphone NFC? Vermutlich ja, denn in den meisten modernen Handys ist diese Technik enthalten. Sie können damit Daten vom Handy zum Tablet übertragen oder beispielsweise auch schon an der Esso-Tankstelle oder bei ALDI-Nord an der Kasse zahlen. Und was könnte man doch alles im Fundraising damit anstellen! Straßensammlungen, Kollekten, Veranstaltungstickets ...

Mobiles Bezahlen

Der asiatisch-pazifische Raum liegt bei der Nutzung von Mobile Payment vorn: 163 Mio. Menschen nutzen dies. In Afrika zahlen 101 Mio. Nutzer mobil, in Europa nur 64 Mio. Menschen.
Durchgesetzt haben sich die folgenden Systeme:

- Near-Field-Communication (NFC)
- Barcode und Quick-Response-Code (QR)
- Beacon und Bluetooth Low Energy (BLE)
- TAN-Code
- Remote Payment
- Multichannel Payments
- Person-to-Person-Payments

Apple Pay (auf NFC-Basis) soll in Kürze in Deutschland verfügbar sein, in der Schweiz gibt es diesen Bezahldienst bereits. Auch die deutsche Markteinführung von Android Pay (auch NFC) via Samsung steht Branchenkennern zufolge kurz bevor. Apple Pay hat im März in Großbritannien die Funktion „Apple Pay donations“ an den Start gebracht.

Ein bekanntes Beispiel für den Einsatz der NFC-Funktechnik ist die Kampagne der Deutschen Gesellschaft zur Rettung Schiffbrüchiger. Seit 2013 sind tausende Spendensammel-Schiffchen der Seenotretter mit einem Aufkleber versehen, welcher einen NFC-Chip enthält. Kein Kleingeld dabei – einfach Handy dranhalten und spenden.

NFC steht für „Near Field Communication“, sprich beide Geräte müssen in einem Abstand von wenigen Zentimetern aneinander gehalten werden. Die Übertragung kleiner Datenmengen, wie ein Überweisungs-Link, ist schnell und relativ abhörsicher. Eine Alternative basiert auf QR-Codes. Hierfür ist kein spezieller Chip notwendig – dafür braucht man aber Internetzugang. Experten sind sich uneins, welches System besser ist. Datensicherheit ist hier das Stichwort. Dank der Verbreitung durch Apple und wegen der unkomplizierten Anwendung hat NFC das größere Potenzial.

Während die Menschen im deutschsprachigen Raum noch abwarten, ist mobiles Bezahlen in anderen Ländern längst Normalität. Der chinesische Chat-Dienst „WeChat“ ist nicht bloß ein Messenger, er bietet ein mobiles Bezahlsystem über QR-Code-Technologie an. Der Nutzer kann außerdem verschiedene Bank-Karten hinterlegen, Geld überweisen, Finanzprodukte kaufen, die Stromrechnung bezahlen und den eigenen Kontostand kontrollieren. Auch an kulturelle Besonderheiten wurde gedacht. So gibt es in China die Tradition, zum Frühlingsfest Geld in einem roten Briefumschlag an Kinder oder Freunde zu verschenken. Die Funktion „Rotes Paket“ ermöglicht das digital und erweitert es auf Gruppen. Der Nutzer kann sogar bestimmen, wie sein Geldgeschenk unter den Freunden in der Gruppe verteilt wird. Spätestens hier bekommen Fundraiser glänzende Augen.

Auch in afrikanischen Ländern ist der Peer-to-Peer-Geldtransfer weit verbreitet. Und zwar oft ganz ohne Bankkonten. Allein über alte Nokia-Handys kann Geld an Familienangehörige verschickt werden. Der Arbeitslohn wird aufs Handy „gezahlt“, die Anschlussgebühr für die Wasserleitung „abgebucht“. „M-Pesa“ (zu deutsch in etwa „mobiles Geld“) heißt der Dienst, den der kenianische Mobilfunkanbieter Safaricom schon im Jahr 2007 installierte. In Südafrika boomt gerade das Start-up „Snapscan“, eine Smartphone-App zum mobilen Bezahlen über QR-Codes. Souvenirs, Zeitungen, Kaffee oder Parkplätze – alles ohne Bargeld bezahlbar, einfach nur den Code scannen! Man kann sich gut eine Fundraisingaktion vorstellen, bei der Dialoger den QR-Code auf ihren T-Shirts tragen.

Doch Deutschland wartet lieber ab. „Unsere digitalen Sammelschiffchen mit QR-Code und NFC-Chip haben uns viel Aufmerksamkeit gebracht“, verrät Ulrich Reiter, der bei den Seenotrettern für Fundraising und Marketing verantwortlich ist, „aber der Fundraisingerfolg war eher überschaubar“. An der Technologie liegt es nicht, die ist zukunftsfähig. Das bestätigt auch Robert Dürrhager von der Berliner Agentur Wigwam, die gemeinsam mit dem Start-up „twingle“ die Online-Plattform für das Spenden per QR-Code und NFC-Chip bereitstellt: „Das ist eine rein gewöhnungskulturelle Sache.“ Die Skepsis der Deutschen aus Angst um die Datensicherheit ist immer noch groß.

Wer oft viele Bargeld-Münzen – beispielsweise aus Kollekten – bei der Bank einzahlen muss, ist heute fast überall schon mit Gebühren konfrontiert. Bargeldloses Spenden kann da eine gute Alternative sein. Mobile Payment wird auch in Deutschland Fuß fassen, die Frage ist nur, wann. Die Technologieanbieter sitzen jedenfalls schon in den Startlöchern. NGOs können sich bereit machen.

Fundraising-Wahrheit Nr. 2

Die Wahrheit liegt in der Bitte.

Richartzstraße 10 · 50667 Köln
Telefon 0221 / 677 845 - 90
www.fundango.de
kontakt@fundango.de

Wir machen Gewinner

Deutscher Fundraising Preis 2016

fundango
Fundraising ist mehr

Das alles – und noch viel mehr – finden Sie

Fundraising-Jobs

Kostenlose Job-Börse

für Jobs in Non-Profit-Organisationen

In unserer Online-Stellenbörse finden Sie Ihren neuen Traumjob oder können selbst solche Jobs anbieten. Tragen Sie offene Stellen in Non-Profit-Organisationen hier ein oder stöbern Sie in den Inseraten! Dieser Service ist bei uns kostenlos.

Karriere im Fundraising

Dossier zum Thema Karriere

Wie wird man Fundraiser? Welche Berufswege sind typisch? Welche Voraussetzungen muss man erfüllen? Und was tun NGOs, um ihr Personal weiterzubilden? Im Dossier zum Thema Karriere hat unsere Redaktion für Sie Antworten auf diese Fragen zusammengestellt.

Fundraising-Kalender

Seminare + Tagungen auf einen Blick

Im Fundraising-Kalender finden Sie aktuelle Veranstaltungs-Termine für Vereine, Stiftungen und NGOs rund um die Themen Spenden, NPO-Management und Öffentlichkeitsarbeit. Stöbern Sie einfach in der Terminliste oder nutzen Sie zielgerichtet die Suchfunktion!

Fundraisingtage

Gleich direkt zur Tagung anmelden

Die Fundraisingtage, die das Fundraiser-Magazin veranstaltet, sind immer einen Besuch wert. Profitieren Sie vom Wissen kompetenter Fachreferenten und vom Erfahrungsaustausch mit anderen Vereinen und Stiftungen! Alle Termine und Details unter *www.fundraisingtage.de*

Fotocredits: AdobeStock©Tijana, AdobeStock©charles taylor, AdobeStock©davooda, AdobeStock©vitamin s, AdobeStock©weerachai, arthurhidden@fotolia.com, georgejmclittle@fotolia.com, Paul Stadelhofer

auf www.fundraiser-magazin.de .at .ch

Tweets von @fundraiser_mag

facebook.com/fundraisermagazin

Dienstleister-Verzeichnis

Wer kann was, wer unterstützt wo?

In unserem Dienstleisterverzeichnis finden Sie über 100 Unternehmen rund um die Themen Sozialmarketing, Fundraising, Direktmarketing und Kommunikation. Sie bieten Unterstützung im Bereich Beratung, Druckerei, Software, Kommunikation, Lettershop, Kreation, Face-to-Face- oder Telefon-Fundraising sowie Recht und Steuern. Suchen Sie einfach nach Stichworten oder nach Region!

Archiv-Recherche

Stöbern Sie kostenlos

Hier ist alles drin, nur keine Staub-Allergie! Im Online-Archiv des Fundraiser-Magazins können Sie in den älteren Heften stöbern. Blättern Sie in den PDF-Dateien oder nutzen Sie unsere Volltextsuche. Die Recherche im Archiv des Fundraiser-Magazins ist unbegrenzt und kostenfrei.

Dossier Fördermittel

Die passende Förderung finden

Fundraising-Einsteiger suchen oft die passende Förderung für ihr Projekt. Das Fundraiser-Magazin hat verschiedene Förder- und Stiftungsverzeichnisse zusammengeführt und einen Überblick erstellt.

So geht Online-Fundraising

Mit Technik Herzen öffnen

Die Online-Spende gehört im modernen Fundraising zu den Akquise-Instrumenten mit den stärksten Wachstumsraten. Wir zeigen in der Textsammlung „Online-Fundraising“, was notwendig ist, um die vielfältigen Möglichkeiten des Online-Fundraisings zu nutzen.

Abo und Bücher bestellen

Fachlektüre, die Spaß macht

Bestellen Sie sich bequem Ihr Fundraiser-Magazin nach Hause oder ins Büro. Auch das beliebte Orga-Abo für die Kollegen können Sie online buchen.
Oder wie wäre es mit einem Fachbuch aus der Edition Fundraiser? Das gibt es unter *www.edition-fundraiser.de*

Mehr als Wissen teilen

Fundraising kleinerer Organisationen in Entwicklungsländern

Können NGOs in Entwicklungsländern Gelder für Entwicklungsprojekte ausgerechnet im eigenen Land akquirieren? Für ihr „Change the Game"-Programm hat sich die niederländische Wilde Ganzen Stiftung mit vier Partnern zusammengeschlossen und gezeigt, dass sich eine wachsende Mittelschicht und lokale Communities gern für eine Sache engagieren, an die sie auch glauben.

Von CORINE AARTMAN
Deutsch von RICO STEHFEST

Bereits seit mehreren Jahren engagiert sich die Wilde Ganzen Stiftung gemeinsam mit ihren vier Partnern für den Ausbau des lokalen Fundraisings. Die brasilianische NGO Coordenadoria Ecumênica de Serviço (CESE) , die Kenya Community Development Foundation (KCDF), die Smile Foundation in Indien und das Soul City Institute in Südafrika können mittlerweile Erfolge verzeichnen. Zwischen 2011 und 2015 konnten gemeinsam mehr als 900 Führungskräfte ausgebildet werden, die eine Summe von umgerechnet 2,864 Millionen Euro gesammelt haben. Das Jahr 2015 brachte dabei auch den wirtschaftlichen Break-even, den Punkt, an dem die Investitionen der niederländischen Stiftung amortisiert waren.

Mit einer Investition von 4,6 Millionen Euro begann die Stiftung zunächst, die Kapazitäten der Partnerorganisationen auszubauen, um ihre Aktivitäten im nächsten Schritt wiederum auf deren lokale Partner auszuweiten. Die Ausbildung beinhaltete Fundraising-Expertise, Organisationsmanagement und rechtliche Hintergründe. Zeitgleich wurde ein intensives Coaching von Seiten der Wilde Ganzen Stiftung angeboten.

Was aber genau braucht es, um lokales Fundraising zo starten? Zuallererst sind da das Engagement innerhalb der Organisation und eine entsprechende Leitung zu nennen. Beides ist unabdingbar für einen Wandel von einer Organisation, die auf eine Handvoll institutioneller Förderer angewiesen ist, hin zu einer transparenten Organisation, die für die gesamte Öffentlichkeit Verantwortung zeigt. Dafür sind gut durchdachte Kampagnen notwendig, die die Zielgruppe aktivieren und gleichzeitig eine soziale Marke etablieren. Eine Erfahrung, die die Wilde Ganzen Foundation dabei machen musste, war die Tatsache, dass es wesentlich aufwendiger ist, eine langfristige Form der Unterstützung in der Mittelschicht zu etablieren als Fundraising in den ärmeren Communities zu betreiben. Bei Letzteren ist das soziale Netz sehr eng geknüpft: Man kennt die Leute, die um eine Spende bitten, und das zu unterstützende Projekt liegt in der Regel inhaltlich

Eine Schule in Kenia – um Gelder zu sammeln, ist es notwendig, sich an den tatsächlichen Bedürfnissen der Communities zu orientieren.

im Bereich der eigenen Interessen. Dadurch funktioniert dort Fundraising in der Regel gut, sowohl in ländlichen als auch in städtischen Gebieten. Und ein Nebeneffekt: stärkeres Selbstbewusstsein, Einbindung von Frauen in die Leitung derartiger Prozesse und so weiter. Das sollte in der Gesamtheit der Entwicklung einer Community keinesfalls unterschätzt werden.

Den Worten Caesar Ngules zufolge, Programmmanager bei KCDF, ist es von absoluter Bedeutung, die lokalen Zusammenhänge und Motivationen zu verstehen, die hinter der Unterstützung für eine Organisation oder eines Projektes stehen. Um Gelder zu sammeln, ist es notwendig, sich an den tatsächlichen Bedürfnissen der Communities zu orientieren und die richtigen Leute mit dem richtigen Projekt anzusprechen.

In Indien setzt die Smile Foundation auf Unternehmenspartnerschaften. Das wird durch ein starkes Netzwerk an Beziehungen und ein neues Gesetz ermöglicht, das Unternehmen dazu anhält, zwei Prozent ihres Netto-Profits in soziale Projekte zu investieren. „Sie werden dann aktiv, wenn sie geschäftliches Interesse sehen", so Swantantra Gupta, Manager für Unternehmenspartnerschaften bei Smile. „Ein Gewinn versprechendes Angebot bietet vor allem Synergien." Innerhalb von fünf Jahren hat die Smile Foundation ihre Einnahmen von 1,4 Millionen US-Dollar auf 4,4 Millionen US-Dollar gesteigert, wovon 70 Prozent durch Unternehmenspartnerschaften eingenommen wurden.

Im vergangenen Jahr kam ein weiterer Baustein im Programm hinzu, die „Change the Game Academy", eine weltweit zugängliche Lernplattform für NGOs. Diese bietet kostenlos für jeden interaktive E-Learning-Kurse, inklusive vieler Best-Practice-Beispiele. Zusätzlich bietet die Wilde Ganzen Foundation vertiefende Vor-Ort-Kurse an. Ziel ist es, bis 2020 dieses Angebot von sechs auf 20 Länder auszuweiten, 1000 Organisationen direkt und weitere 9000 indirekt durch E-Learning zu erreichen.

Die Beharrlichkeit, professionelle Einstellung und Kreativität, die Engagierte in den Partnerorganisationen an den Tag legen, ist für jeden Beteiligten eine Inspiration. Vor allem Mitarbeiter aus „erfahreneren Fundraising-Märkten" können dabei viel lernen. Was alles mit so wenigen Mitteln erreicht werden kann, ist beeindruckend. Wenn wir unser Wissen teilen, können wir viel bewirken. Am Ende haben wir ja bekanntlich alle das Ziel, uns selbst überflüssig zu machen.

Corine Aartman hat erfolgreich innovative Fundraising-Programme für international tätige Organisationen wie UNICEF und andere NGOs entwickelt. Sie gründete die Beratungs-Agentur BLOOM Consultancy und ist aktuell Programmmanagerin der Wilde Ganzen Foundation, wo sie die „Change the Game Academy" mitentwickelt hat.

- www.changethegameacademy.org
- www.wildeganzen.nl
- www.cese.org.br
- www.kcdf.or.ke
- www.smilefoundationindia.org
- www.soulcity.org.za

BRAKELEY
FUNDRAISING CONSULTANTS
MEMBER OF MIRA PARTNERSHIP

Oft sind es Großspenden, die herausragenden Ideen den entscheidenden Durchbruch ermöglichen. Wir helfen Ihnen, dieses Potential auf professionelle Weise zu erschließen – mit unserer jahrzehntelangen Erfahrung im deutschsprachigen Raum, der Erfahrung unserer internationalen Kollegen der Mira Partnership, und der kollektiven Erfahrung der Brakeley Group of Companies, die in das Jahr 1919 zurückreicht. Allein in den vergangenen 20 Jahren unterstützte Brakeley weltweit 1.300 Kunden im Großspenden-Fundraising.

Brakeley GmbH
Emil-Riedel-Str. 18
80538 München
www.brakeley.de
www.mirapartnership.com

Share smart!

In Deutschland haben 728 0000 Erwachsene sexuelle Online-Kontakte mit Kindern. Das zumindest hat laut Innocence in Danger e.V. eine Studie ergeben. Deshalb hat die weltweit agierende Organisation gegen sexuellen Missbrauch von Kindern einen provokanten Clip produziert, der zu achtsamem Umgang mit Kinderfotos im Netz aufruft. Die lieben Kleinen sind nämlich für manchen durchaus mehr als nur süß.

▶ www.innocenceindanger.de

Tibet verschwindet

Eine Kampagne nutzt die Eigenheit von Snapchat

Chinas Druck auf Tibet hält an. Um auf die prekäre Lage aufmerksam zu machen, hat die Gesellschaft Schweizerisch-Tibetischer Freundschaft eine besondere Kampagne auf Snapchat gestartet und sich dabei die Eigenheiten dieses digitalen Kanals zunutze gemacht. Der Empfänger erhielt auf sein Telefon beklemmende Fakten über die tibetische Bevölkerung, wie beispielsweise die Tatsache, dass in Tibets Schulen Tibetisch verboten ist. Immer wieder kommt es auch vor, dass sich Bewohner des Landes aus Protest selbst verbrennen. So, wie die über diesen Dienst verschickten Informationen nach wenigen Sekunden wieder verschwinden, droht auch Tibet als Staat mit seiner gesamten Kultur zu verschwinden. Darauf machte am Ende einer jeden Information ein gesonderter Satz aufmerksam. Durch das Vergessen der Tatsachen wurde also besondere Aufmerksamkeit generiert.

▶ www.gstf.org

Aufrunden

Die gemeinnützige Stiftung „Deutschland rundet auf" hat mit Henkel seit März einen neuen Partner: Die rund 8300 Mitarbeiter von Henkel in Deutschland können monatlich einen Betrag zwischen 50 Cent und 5 Euro von ihrem Gehalt spenden – und so sozial benachteiligten Kindern und Jugendlichen eine bessere Zukunft ermöglichen. Alle Spenden der Mitarbeiter werden zusätzlich von der Fritz Henkel Stiftung verdoppelt. Mit dem dreistufigen Prüfverfahren der Förderprojekte sind Sicherheit und hohe Wirksamkeit der Spenden garantiert.

▶ www.deutschland-rundet-auf.de

Barrierefrei

Die Bundesliga-Stiftung baut in Kooperation mit Aktion Mensch ihr Angebot für Zuschauer mit Behinderung weiter aus. Den Reiseführer „Barrierefrei ins Stadion" gibt es ab sofort auch in „Leichter Sprache" für Menschen mit geistiger Behinderung sowie mit Hörservice für blinde und sehbehinderte Fans. Er deckt alle Spielorte der Bundesliga, 2. Bundesliga und 3. Liga ab. Vom Ticketkauf über die Anreise bis hin zur Lage von Rollstuhlfahrer- und Sehbehindertenplätzen bietet der Reiseführer viele nützliche Informationen.

▶ www.barrierefrei-ins-stadion.de

Förderung

Um für die Umsetzung kultureller Projekte zur Integration Geflüchteter finanzielle Mittel bereitzustellen, hat ein Bündnis aus Hamburger Stiftungen, Unternehmern und Bürgern Anfang 2016 „FREIRÄUME! Fonds für kulturelle Projekte mit Geflüchteten" initiiert. Nach dem erfolgreichen Start 2016 wird das Engagement auch 2017 weitergeführt und nach einem Beschluss der Bürgerschaft durch die Freie und Hansestadt Hamburg mit 200 000 Euro aus dem Hamburger Integrationsfonds ergänzt. Somit stehen aktuell 400 000 Euro für kulturelle Projekte mit Geflüchteten zur Verfügung.

▶ www.kulturstiftung-hh.de

Kurzgefasst …

Raumbörse

Die Münchner Förderstelle FÖBE (Förderung Bürgerschaftlichen Engagements) bietet Vereinen und Initiativen eine Raumbörse an, die laufend erweitert wird. Sie bietet eine Übersicht an Räumlichkeiten für die verschiedensten Gelegenheiten und steht als Download zur Verfügung. Die genauen Mietkonditionen sind direkt mit den angegebenen Vermietern abzusprechen.

▶ www.foebe-muenchen.de

Pfandspende

Die Kunden des Lebensmittelhändlers Lidl haben einen neuen Spendenrekord aufgestellt: Zwölf Millionen Euro sind seit Beginn des Pfandspendenprojektes im Jahr 2009 zusammengekommen. Mit den Spenden wurden bislang mehr als 1650 Projekte bei den Tafeln unterstützt sowie die Initiative „Kochknirpse“, ein Kochprojekt der Stralsunder Tafel für Kinder aus bedürftigen Familien.

▶ www.tafel.de

Zuhören

Die Telefon- und Onlineberatung time4friends des Österreichischen Jugendrotkreuzes bietet Jugendlichen anonyme und kostenfreie Seelsorge. Für diese freiwillige Tätigkeit werden aktuell Jugendliche im Alter von 15 bis 18 Jahren gesucht. Die nächste Grundausbildung findet vom 2. bis 6. Juni in Litzlberg am Attersee in Oberösterreich statt.

▶ www.jugendrotkreuz.at/time4friends

Gäste im Wohnzimmer

Die Aktion „Landshuter Kaffeetisch – Flüchtlinge zu Gast im Wohnzimmer“ regt Bewohner der Stadt dazu an, Geflüchtete an ihre Kaffeetafel zu laden oder aber sich alternativ in einem Café zu treffen. Nach einer Registrierung online nimmt die Bürgerstiftung Landshut Kontakt mit den Gastgebern auf und vermittelt einen Termin für ein Treffen.

▶ www.kaffee-kuchen-la.de

Kleiderspende im Karton

Auch Kleidung kann jetzt über einen Paketversand gespendet werden. Einfach Paket packen (min. 3 kg), kostenlosen Paketschein ausdrucken und das Paket bei DHL oder Hermes abgeben. Die Kleidung wird als Secondhand-Ware erneut vermarktet; 50 Prozent des Erlöses gehen an das Deutsche Rote Kreuz. Und der Spender erhält einen Gutschein für neue Mode.

▶ www.packmee.de

Selfie mit Luther

Die Stadtkirche Wittenberg bietet ein originelles Gemälde gegen Spende

Die Evangelische Stadtkirchengemeinde Wittenberg sammelt Spenden für die Sanierung ihrer Stadtkirche. Das ist erst mal keine Besonderheit. Aber die Art und Weise, in der sie das tut, findet vor allem im Luther-Jahr großen Anklang. Die Kirche beherbergt mit dem Reformationsaltar eines der bedeutendsten Gemälde Lucas Cranachs. Es zeigt unter anderem eine Darstellung des Abendmahls. Im Kreis der Apostel und Wittenberger Bürger sitzt auch Martin Luther als Junker Jörg mit Bart. Und wer gerne mal mit auf das Bild möchte, muss einfach nur mindestens fünf Euro spenden. Dann kann der Spender ein Foto von sich im Netz hochladen, dass in eine der Figuren eingepasst wird. Außerdem gibt es die Möglichkeit, eine persönliche Luther-Botschaft hinzuzufügen. Das fertige Bild kommt dann per Mail ins Haus. Der erste, der sich auf diese Weise verewigt hat, war Sänger und Moderator Gunther Emmerlich. Er ist nämlich Schirmherr der Kampagne.

▶ www.am-tisch-mit-luther.de

Eine saubere Sache

Menschen mit geistiger Beeinträchtigung und Schweizer Hotels helfen Menschen in Not

Wussten Sie, dass Händewaschen wirksamer sein kann als Impfungen, Medikamente oder isolierte Initiativen für sauberes Wasser? Händewaschen kann die Sterblichkeitsrate um fast 50 Prozent verringern. Das setzt natürlich Seife voraus. Die wiederum landet vor allem in Hotels oft nach einmaligem Gebrauch im Müll. Das muss nicht sein.

Von KATJA PRESCHER

Als Dorothée Schiesser mit ihrem Ehemann, Direktor eines Luxushotels, einige Jahre in Kamerun lebte, bemerkte sie den „Kontrast zwischen dem Luxus im Hotel und dem sehr bescheidenen Leben der mittellosen Menschen rundherum in der Stadt". Sie wusste: Jährlich sterben Millionen Kinder an den Folgen von Durchfallerkrankungen und akuten Infektionen der unteren Atemwege. Sie wusste auch, dass Händewaschen mit Seife der effektivste Weg ist, Kindersterblichkeit zu verringern. Denn Händewaschen wirkt wie eine Selbstimpfung. Ihr wurde klar, genau hier einen wichtigen Beitrag für bessere sanitäre Verhältnisse in armen Regionen leisten zu wollen. Das würde sie schaffen, denn 4- und 5-Sterne-Hotels allein in der Schweiz produzieren jedes Jahr über 150 Tonnen Seifenreste.

Dorothée Schiesser gründete die nicht gewinnorientierte Stiftung SapoCycle unter dem Dach der „Fondation des Fondateurs" mit einfachem als auch fordernden Zweck. Schweizer Hotels sorgen dafür, dass ihre Seifenreste eingesammelt und auf ihre Kosten den Partnerorganisationen in der Schweiz für die Wiederaufbereitung zur Verfügung gestellt werden. Sie werden recycelt und durch weitere Partnerorganisationen an sanitäre Einrichtungen in Schwellenländern verteilt.

Wie aber funktioniert Seifen-Recycling? Weltweit gibt es nur zwei Projekte, die sich mit dem Thema beschäftigen. Dorothée Schiesser lernte von freiwillig Engagierten aus Unternehmen in den USA und von Studierenden in Hongkong. Für sie begann ein kleines Studium, um die Herstellung von Seifen zu entwickeln und aufzusetzen, bis sie im April 2015 die Produktion startete.

Erste Partnerorganisation wurde das WohnWerk in Basel, eine Inklusionsinitiative für Menschen mit Beeinträchtigungen. Dort werden die Seifen in Handarbeit sortiert, gereinigt, gehäckselt, verrührt, extrudiert, gepresst, geschnitten und verpackt. Heute beschäftigt die soziale Institution vier bis sechs Mitarbeitende mit einer geistigen Beeinträchtigung. Pia Tinner, Leiterin des WohnWerk-Seifenhersteller-Projektes, ist froh, dass sie sich mit ihren individuellen Fähigkeiten in das Seifen-Projekt einbringen können.

Als Josef Reinhardt, Leiter der Katastrophenhilfe des Schweizerischen Roten Kreuzes, das WohnWerk in Basel Anfang April

2016 besuchte, stand die erste Lieferung bereit. 500 Kilogramm recycelter Seife sollten in einem Projekt in Weißrussland eingesetzt werden, um die hygienischen Bedingungen für Kinder und Familien zu verbessern. Heute stellt das Schweizerische Rote Kreuz Ländern wie Afrika, Weißrussland und Bulgarien die recycelten Seifen zur Verfügung. Tausende dieser Seifen gingen 2016 ins In- und Ausland – an Menschen, die von Armut und Flucht betroffen sind: nach Kamerum, Griechenland, Rumänien, aber auch in die Nordschweiz.

Pressearbeit, Social-Media-Aktivitäten und Mund-zu-Mund-Propaganda sorgen für Aufmerksamkeit. Das Interesse der Medien reißt nicht ab. Das kommt der Stiftung und ihrem Projekt zugute. Mittlerweile senden über 70 Hotels ihre angebrochenen Seifen per Post nach Basel. Neben Hotels springen auch andere Unternehmen auf. Sie suchen nach Exklusivität, die es nicht zu kaufen gibt. Etwas, das für ihre Mitarbeiter speziell hergestellt werden kann – für ein nachhaltiges Geschenk. So unterstützte Manor, die größte Schweizer Warenhauskette, das engagierte Projekt zudem mit einer großzügigen Spende.

Fundraising steckt bei der Stiftung noch in den Kinderschuhen. Unterstützung erhält sie von Soroptimist International, einer Service-Organisation berufstätiger Frauen mit gesellschaftspolitischem Engagement. Stiftungsfundraising und Crowdfunding werden folgen. Dorothée Schiesser setzt auf Diversität und möchte verschiedenste Einnahmequellen nutzen. Noch unterstützt sie das Projekt finanziell auch persönlich.

Inhaltlich basiert die Arbeit im Projekt auf drei Säulen: einer ökologischen, einer sozialen und einer humanitären. Auf der ökologischen Seite stehen 150 bis 200 Tonnen recycelte Hotelseifen. Der soziale Aspekt findet sich in der Schaffung stabiler Arbeitsplätze für Erwachsene mit Beeinträchtigungen und somit gesellschaftlicher Anerkennung für sie. Hygiene-Erziehung und Sauberkeit verhindern die Ausbreitung von Krankheiten und den Tod von Millionen Kindern, was den humanitären Aspekt darstellt.

Seit nunmehr zwei Jahren arbeitet Dorothée Schiesser mit ihrem Team an der Umsetzung. Die Stiftung SapoCycle wurde Ende 2016 für die Schweizer Milestones 2016 „Excellence in Tourism" in der Kategorie Nachhaltigkeit nominiert. Diese positive Entwicklung soll anhalten und es soll nicht bei 700 Seifen pro Tag bleiben. Die Stiftungsgründerin möchte noch in diesem Jahr Mitarbeiter aus Hotels in Deutschland und Frankreich motivieren – für eine saubere Sache.

▶ www.sapocycle.org
▶ www.wohnwerk-bs.ch

WSAG Walter Schmid AG
DIE BESTE ADRESSE FÜR ADRESSEN

Ihre Adressen-Quelle für die Gewinnung von neuen Gönnerinnen- und Gönnern

Wir kennen den Schweizer Spendenmarkt seit über 30 Jahren. Nutzen Sie unsere grosse Erfahrung bei der Auswahl der richtigen Zielgruppen, damit Sie diesen stark umworbenen Markt erfolgreich bearbeiten können.

NPO-Dienstleistungen

• Auswahl und Beschaffung von Spenderadressen • Kundenstamm-Analyse, Veredelung und Adressbereinigung von Spenderadressen • Auf- und Ausbau leistungsfähiger Gönner-Datenbanken • Entwicklung von Marktbearbeitungs-Konzepten • Drucken, Personalisieren • Weiterverarbeitung Ihrer Direct Mailings bis zur Postaufgabe.

Walter Schmid AG | Auenstrasse 10 | CH-8600 Dübendorf | Telefon 044 802 60 00 | www.wsag.ch | info@wsag.ch

Weniger bevormunden, weniger wegwerfen

Die Dresdner Tafel setzt auf Augenhöhe und neue Zielgruppen

Veränderung erfordert Mut. Der neue Chef der Dresdner Tafel ist mutig, denn er hat seinen Laden auf den Kopf gestellt. Dafür gab es nicht nur Lob, aber zufriedenere Tafelkunden. Sie können sich ihre Lebensmittel jetzt selbst aussuchen und sicher sein, dass nichts mehr weggeworfen wird.

Von BEATE ERLER

Das neue Konzept kommt gut an. Vor der Ausgabestelle des Dresdner Tafel e. V. stehen wartende Menschen in einer langen Schlange. Drinnen drängt sich Einkaufswagen an Einkaufswagen. Eine Veränderung, die Tafelchef Andreas Schönherr umgesetzt hat, ist gleich zu sehen. „Bisher gab es mehrere Stationen, an denen Lebensmittel von unseren Mitarbeitern an die Kunden verteilt wurden", sagt er. Heute sieht es aus wie in einem normalen Supermarkt. Die Leute stöbern in den Regalen und legen die Lebensmittel, die sie brauchen, selbst in ihren Einkaufswagen. Danach bezahlen sie an der Kasse.

Der Vorteil: Niemand bekommt einen Blumenkohl, wenn er eigentlich keinen braucht. Zuhause werden nicht benötigte Lebensmittel nicht weggeschmissen, sondern alles findet seine Verwendung. „Außerdem sind unsere Kunden sehr zufrieden darüber, dass sie nicht mehr bevormundet werden", so der Tafel-Chef.

Ebenfalls neu ist die Sonntagsausgabe: Am letzten Tag der Woche werden die noch übrigen Lebensmittel kostenlos verteilt. Die Dresdner Tafel steht an diesem Tag für alle offen. Niemand muss seine Bedürftigkeit nachweisen. Dieses Angebot nutzen vor allem Flüchtlingsfamilien, aber auch junge Menschen, die sich als Lebensmittelretter verstehen und sonst containern gehen. Damit hat sich die Zielgruppe der Tafelkunden erweitert, und das war auch so gewollt.

Mit Aktionen wie der „Late Night Tafel" für Studenten und Auszubildende sprechen die Tafelmitarbeiter junge Menschen gezielt an. So auch Alrik Schumann, der Student ist und die Tafel in der Pressearbeit ehrenamtlich unterstützt. „Alle gespendeten Lebensmittel werden so sinnvoll verteilt, und die Zielgruppe wird bunter", sagt er. Studenten müssen nur ihren

Studentenausweis vorlegen und bekommen dann eine Tafelkarte ausgestellt. Mit der können sie zu allen Öffnungszeiten in den insgesamt elf Dresdner Tafelläden einkaufen. An drei Tagen der Woche können sie sich durch die Late-Night-Ausgabe wühlen.

Andreas Schönherr ist seit anderthalb Jahren der neue Chef der Dresdner Tafel und stand vor einer schwierigen finanziellen Situation. Mit wöchentlich 12 000 Kunden und 2000 Tonnen jährlich verteilter Lebensmittel, ist die Dresdner Tafel eine der größten in Ostdeutschland. „Wir hatten im Mai 2015 pro Monat 8000 Euro Kostenunterdeckung und 80 000 Euro offene Rechnungen. Es war meine Aufgabe, die finanzielle Schieflage zu begradigen", sagt Schönherr. Das Geld ist das eine, die Kritik an den Tafeln in Deutschland das andere. Deshalb sollte sich auch die Art der Lebensmittelausgabe verbessern und mehr Tafelkunden für eine ehrenamtliche Mitarbeit interessiert werden.

„Alle gespendeten Lebensmittel werden sinnvoll verteilt, und die Zielgruppe wird bunter."

Vor allem Menschen mit eingeschränkter Gesundheit können in den Tafelläden eine Aufgabe finden und so am gesellschaftlichen Leben teilnehmen. Sie kümmern sich zum Beispiel um das Obst und Gemüse, das jetzt für die Ausgabe im Laden noch genauer vorsortiert werden muss. Derzeit arbeiten 120 ehrenamtliche Helfer bei der Dresdner Tafel. Durch die Neuerungen werden zwischen 300 und 500 Tafelkunden pro Woche mehr mit Lebensmitteln versorgt als noch 2015.

Finanziert wird alles über ein neues Bezahlsystem. So kosten zum Beispiel vier Becher Joghurt, fünf Apfelsinen oder ein halbes Brot 20 Cent. Dieser Betrag entspricht einer festgelegten Einheit, die für die Betriebskosten des Vereins verwendet werden. „Bei großen Übermengen werden Lebensmittel aber auch in bis zu zehnfacher Menge der veranschlagten Einheit abgegeben", sagt der Tafelchef. Insgesamt ist der Einkauf aber teurer geworden.

Auch in anderen Städten gibt es neue Angebote, die über die klassische Ausgabe von Lebensmitteln hinausgehen, informiert der Bundesverband Deutsche Tafel e. V. So zum Beispiel, unweit von Dresden, in Bautzen. Dort bewirtschaftet die Tafel einen Garten, in dem Obst, Gemüse und Kartoffeln in Bio-Qualität angebaut werden. Die Erträge landen dann in der Bautzner Ausgabestelle der Tafel. In Berlin fährt die Tafel mit einem Doppeldeckerbus, dem Kimba-Mobil, Schulen und andere Jugendeinrichtungen an. Die Kinder lernen das Thema Ernährung und somit die Wertschätzung von Lebensmitteln kennen. Im Bus, der mit moderner Küchentechnik ausgestattet ist, können sie selber zum Kochlöffel greifen.

lupcard-
die Lupe - das Original*
Scheckkartenlupe mit 4-facher Vergrößerung im Format 86x54 mm -
* nur 0,3 mm dünn und 1,9 Gramm leicht!

lupenmaxx®
...wir machen´s größer!
info@lupenmaxx.de · www.lupenmaxx.de
www.mikrofasertuch.de

Wir bringen Ihre Werbung GROSS raus!

Lupenmaxx GmbH
Freiburger Str. 8
79199 Kirchzarten
Tel.: +49 (0) 7661 909988 0

Projekt „Hundemarke“

Eine App will Obdachlosen helfen – und überwacht sie

Hinsehen ist ja eben nicht einfach. Obdachlose stecken oftmals in einer Verkettung unglücklicher Umstände, aus denen sie ohne Hilfe kaum einen Ausweg finden können. Eine US-amerikanische App will unkompliziert Hilfe in Form von schnellen und einfachen Spenden bringen. Der Haken daran: Dazu werden die Obdachlosen quasi überwacht.

Von RICO STEHFEST

Die „Streets of Philadelphia“ sind für Obdachlose nicht nur im Winter rau. Um diese Situation sowohl kurzfristig also auch langfristig zu verbessern, haben zwei Mitarbeiter der University of Pennsylvania eine App entwickelt. Deren Funktionsweise kann man wie folgt beschreiben:

Individualisierte Profile einzelner Obdachloser zeigen deren konkreten, aktuellen Bedarf verschiedenster Gegenstände. Das können Socken sein oder Unterwäsche oder vielleicht eine Zahnbürste. Will man einen der Obdachlosen unterstützen, spendet man via Paypal für einen der Gegenstände einen beliebigen Betrag. Wurde der Artikel finanziert (Stichwort: Crowdfunding), wird der Obdachlose informiert und kann sich das Gewünschte in einer Servicestelle für Obdachlose abholen. So weit, so gut. Einfache Hilfe, schnell und unkompliziert.

Man kann dieses Projekt aber auch ganz anders beschreiben: Als sorgloser (weil nicht obdachloser) Bürger flaniert man die Straße entlang und erfährt, sofern man die App installiert hat, ob im eigenen Umkreis von gut 45 Metern ein Obdachloser sitzt. Das ist möglich, weil jener Obdachlose nämlich mit einem Bluetooth-Sender ausgestattet ist. Jetzt hat man also nicht nur die Möglichkeit, einen möglichst großen Bogen um die Person zu machen, sondern schaut sich zusätzlich das Foto des Obdachlosen an, erfährt seinen Namen und seine persönliche Geschichte. Mit Sicherheit möchte nicht jeder Obdachloser als solcher zum einen identifiziert werden und zum anderen das Ganze auch noch ohne seine Kontrolle. Und wenn einem der Obdachlose oder dessen Geschichte nicht gefällt, dann wählt man sich eben einfach einen anderen aus. Es muss nicht derjenige aus direkter Nähe sein; man kann alle registrierten Personen einsehen. Früher nannte man dergleichen einen Eingriff in die Privatsphäre. Aber die war ja schon abgeschafft, bevor das postfaktische Zeitalter ausgerufen wurde.

Aber das ist noch nicht alles. Der „Kunde“ oder „Klient“ (client), wie die Obdachlosen dieses Projektes genannt werden, wird im Fall erfolgreicher Finanzierung von ein paar Socken per SMS informiert. Hoffentlich hat der „Kunde“ auch immer eine Steckdose in Reichweite. Die heutigen Akkus halten ja nicht mehr sonderlich lange. Und seine „Spende“ bekommt er auch nicht einfach so ausgehändigt. Dazu muss er sich vorher zur Zusammenarbeit mit einem Sozialarbeiter bereit erklären, um gemeinsam mit ihm einen Plan aufzustellen, der eine Strategie enthält, wie der Obdachlose wieder an einen Job kommen kann, wie Gesundheitsvorsorge möglich ist und, natürlich, wie er wieder an ein Dach über dem Kopf gelangt.

Das ist nicht nur entwürdigend, sondern stellt den Begriff des sozialen Engagements in ein sehr bedenkliches Licht.

▶ www.streetchangephilly.org

Kommt gut an:

TeleDIALOG macht kleine Ideen groß.

Kleine NGOs werden groß – unsere Ideen wachsen mit.

Als erfahrene Spezialisten für Telefon-Fundraising sorgen wir seit 20 Jahren für wertvolle Kontakte zu Förderern und Spendern.

Eine direkte und dauerhafte (Ver-)Bindung, die gut ankommt!

Gerne gehen wir auch mit Ihnen die ersten Schritte.

Fotos: AdobeStock@guergraphics, AdobeStock@reimax16, AdobeStock@domnitsky

TeleDIALOG
Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

Neu in der Philanthropie

Die Stiftung terre des hommes – Kinderhilfe verstärkt ihren Bereich Philanthropie in der Deutschschweiz. **Christelle Amerio** (links) ist seit November 2016 verantwortlich für den Aufbau der Unternehmenspartnerschaften in der Schweiz sowie auf internationaler Ebene. Seit Dezember verantwortet **Charlotte Marsac** die Beziehungen zu den Kantonen und Städten und ist für Stiftungen auf dem US-Markt zuständig.

Verstärkung für den Deutschen Spendenhilfsdienst

Manuela Ewert wird ab Juni das Team des Deutschen Spendenhilfsdienstes in Berlin unterstützen. Sie übernimmt in der Agentur für Telefon-Fundraising die Assistenz der Geschäftsführung und wird neue Ansprechpartnerin im Bereich Kampagnen- und Kundenbetreuung. Seit mehreren Jahren ist Ewert in der Mitgliederbetreuung beim Deutschen Fundraising Verband engagiert. Ihre Erfahrungen als Officemanagerin bei einer Berliner Designagentur bilden für die studierte Ökonomin das Rüstzeug zur Verstärkung des Teams in Berlin.

Hans-Rosenthal-Ehrenpreis

Der Hauptgeschäftsführer von MISEREOR, **Pirmin Spiegel**, erhielt Mitte März den mit 10 000 Euro dotierten Hans-Rosenthal-Ehrenpreis für sein großes soziales und humanitäres Engagement. „Pirmin Spiegel überzeugt durch Haltung, Engagement, Charakter, Leidenschaft, Askese und Klarheit", so der der ehemalige ZDF-Intendant Professor Markus Schächter in seiner Laudatio. Das Preisgeld stellt Spiegel MISEREOR zur Verfügung.

Stiftungsratsvorsitz

Marcus Lettschulte, General Counsel und Leiter der Rechtsabteilung von McDonald's Deutschland, ist neuer Stiftungsratsvorsitzender. Seit 1998 als Syndikusrechtsanwalt bei McDonald's Deutschland tätig, übernahm er 2015 die Leitung der Rechtsabteilung und wurde erst im vergangenen Jahr in den Vorstand berufen. Als Stiftungsratsvorsitzender unterstützt er die Kinderhilfe weiterhin ehrenamtlich.

Fundraising für 500 Jahre Reformation

Ronald Menzel-Nazarov verstärkt seit Februar als Beauftragter der Geschäftsführung für Fundraising die Akquise des Reformationsjubiläums e. V. zur Umsetzung der Großveranstaltung der Evangelischen Kirche in Deutschland und des Deutschen Evangelischen Kirchentags zu 500 Jahre Reformation. Zuvor leitete er das One-to-One-Fundraising bei der Christoffel-Blindenmission Deutschland (CBM).

Die Heinz Sielmann Stiftung wurde 1994 als Stiftung bürgerlichen Rechts gegründet und gehört heute zu den namhaftesten privaten Stiftungen, die sich den Themen Naturschutz und Artenvielfalt widmen. Sie verfolgt ausschließlich gemeinnützige Zwecke und engagiert sich bundesweit für den Umwelt- und Naturschutz. Die über 30 Mitarbeiter der Stiftung betreuen eine Vielzahl von Großprojekten von vier Standorten in Deutschland aus. Nach einem umfassenden Prozess der Neuaufstellung verwirklicht die Stiftung nun zukunftsorientiert ihren Claim „Vielzahl ist unsere Natur."

Zur Weiterentwicklung der Fundraising-Aktivitäten suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt befristet auf zwei Jahre in Vollzeit eine menschlich und fachlich überzeugende Persönlichkeit als

Referent Nachlassmanagement/Legate Fundraiser (m|w)

Standort Berlin/Wustermark

Heinz Sielmann Stiftung

Ihre Aufgaben:
> Weiterentwicklung des Nachlassmanagements, des Erbschafts- und Bußgeldmarketings sowie der Spenderbetreuung
> Entwicklung des Programmes zur Gewinnung von Erbschaften und Vermächtnissen sowie Zustiftungen und Treuhandstiftungen
> Platzierung der Stiftung in auf das Thema Nachlass und Testamente spezialisierten Medien
> Entwicklung und Implementierung von zielgruppengerechten Kommunikationsstrategien zur Spenderbindung
> Aufbau und Pflege von Beziehungen zu potentiellen Nachlassgebern und Stiftern/Spendern
> Koordination von Nachlass-Spenden und Zusammenarbeit mit Rechtsanwälten, Notaren, Nachlassverwaltern und ggf. anderen Organisationen
> Konzeption und Organisation von Veranstaltungen
> Kostenplanung, Berichtswesen und Controlling
> Datenbankmanagement

Wir freuen uns auf das Gespräch mit Ihnen, wenn Sie über ein Hochschulstudium oder eine vergleichbare Qualifikation und nachweisliche Erfahrung im Fundraising und/oder im Stiftungsmanagement verfügen. Kenntnisse im Nachlassmanagement setzen wir ebenso voraus wie eine Identifikation mit den Zielen der Stiftung. Dank Ihrer ausgeprägten Empathie fällt es Ihnen leicht, auf die Zielgruppe zuzugehen, Vertrauen zu schaffen und nachhaltig Kontakte zu knüpfen und zu festigen. Sie sind eine engagierte und kommunikationsstarke Person, die sich für Arten- und Tierschutz begeistern und diese Themen der Zielgruppe nahebringen kann. Verhandlungsgeschick in Verbindung mit einem hohen Maß an sozialer Kompetenz sowie Teamfähigkeit setzen wir voraus. Sie sind es gewohnt, strukturiert, eigenverantwortlich und ergebnisorientiert zu arbeiten. Die Bereitschaft zu innerdeutschen Reisen bringen Sie mit.

Wir bieten Ihnen eine herausfordernde und abwechslungsreiche Aufgabe in einer Stiftung, die gut aufgestellt ist und einer nachhaltigen Sache dient. Neben einer angemessenen Vergütung erwarten Sie ein familienfreundliches Arbeitszeitmodell und ein hochmotiviertes Team.

Für weiterführende Informationen stehen Ihnen seitens der Personalberatung Kienbaum unsere Berater Anne von Fallois und Lucas Galas unter der Rufnummer +49 30 880199-62 gerne zur Verfügung. Diskretion ist für uns selbstverständlich.

Registrieren Sie sich bitte über das Kienbaum ExecutiveGateway https://executivegateway.kienbaum.com oder senden Sie Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen (tabellarischer Lebenslauf, Zeugniskopien, Angabe des Gehaltswunsches, möglicher Eintrittstermin) unter Angabe der Kennziffer 0816433 per E-Mail an ina.jacobs@kienbaum.de.

Kienbaum Consultants International GmbH
Potsdamer Platz 8 | 10117 Berlin I www.kienbaum.de

Kienbaum

Neue Geschäftsführung

Seit Februar ist **Sarah Müller** Geschäftsführerin der GFS probono für Geldauflagenmarketing. Zuvor war sie Geschäftsführerin bei der Beratungsagentur probono berlin und hat dort regional, überregional und international tätige Organisationen in den Bereichen Geldauflagenmarketing, Markenkommunikation und strategisches Fundraising beraten. Müller hat Ethnologie und Volkswirtschaftslehre studiert (M. A.). An der Fundraising-Akademie ist sie Dozentin für Geldauflagenmarketing.

Wechsel auf die Bundesebene

Thomas Mähnert ist Anfang März zum neuen Mitglied des Bundesvorstandes der Johanniter-Unfall-Hilfe e. V. ernannt worden. Er wird unter anderem für das Ressort Finanzen zuständig sein. Der 56-jährige Diplom-Kaufmann und Diplom-Verwaltungswirt ist den Johannitern schon seit vielen Jahren eng verbunden. Seine berufliche Laufbahn in der Johanniter-Unfall-Hilfe begann er im Jahr 1995 als Kaufmännischer Leiter im Landesverband Niedersachsen-Bremen.

Stabwechsel

Wechsel beim Lateinamerika-Hilfswerk Adveniat: Der Hauptgeschäftsführer Prälat Bernd Klaschka hat im März offiziell die Leitung an seinen Nachfolger Pater **Michael Josef Heinz** übergeben. Klaschka hatte die Geschäftsstelle seit 2004 geführt. Der aus dem Saarland stammende Heinz war von 2011 bis Dezember 2016 Provinzial der Steyler Missionare in Bolivien. Insgesamt 16 Jahre verbrachte er in Nicaragua und Bolivien.

Änderungen in Gremium

Auf der Mitgliederversammlung des Bündnisses „Aktion Deutschland Hilft“ wurde der amtierende Vorsitzende **Bernd Pastors** (Vorstandssprecher action medeor) im Januar in seiner Funktion bestätigt. Novum ist die Installation eines hauptamtlichen Vorstands in Person von **Manuela Roßbach**, bislang Geschäftsführerin von „Aktion Deutschland Hilft“. Sie wird auch in der neuen Funktion weiter diese Aufgabe erfüllen.

Neues Vorstandsmitglied

Das Präsidium des DRK-Landesverbandes Nordrhein hat ein neues hauptamtliches Führungsteam beauftragt. **Leonard von Hammerstein** tritt dabei die Nachfolge von Detlef Schmidt als Mitglied des Vorstands an. „Mit Leonard von Hammerstein haben wir jemanden eingesetzt, der die wertvollen Aufgaben der größten Hilfsorganisation Deutschlands und Spitzenverband der Wohlfahrtspflege in Nordrhein dynamisch fortführt“, so Hans Schwarz, Präsident des DRK-Landesverbandes Nordrhein.

Haben Sie Neuigkeiten?

Sie haben eine neue Aufgabe übernommen oder begrüßen eine **neue Kollegin** oder einen **neuen Kollegen** in Ihrem Team? Oder Sie haben vielleicht sogar eine ganz neue Stelle geschaffen und Ihr Team vergrößert? Lassen Sie es uns wissen! Wer, woher, wohin? Das interessiert unsere Leser und die gesamte Branche. Schicken Sie uns Ihre personellen Neuigkeiten inklusive einem druckfähigen Foto an koepfe@fundraiser-magazin.de

vanacken
Fundraising

Ihnen fehlt momentan ein Fundraiser?

Wir können helfen!

Ihr Team ist zurzeit nicht komplett oder Sie benötigen personelle Unterstützung?

„Rent a Fundraiser“ ist unser flexibler Einsatz für Sie vor Ort.

Vereinbaren Sie jetzt einen Termin und treffen Ihren Fundraiser für 2017

Ihre Vorteile:

- Fundraising ohne volle Personalstelle
- Sofort starten und das Know-how eines großen Teams nutzen!
- Fundraiser auch als Vertretung (Elternzeit, Krankheit, Vakanzen etc.)

van Acken – mehr als nur eine Agentur.

van Acken Fundraising GmbH
Magdeburger Straße 5, 47800 Krefeld
Telefon: 021 51 / 44 00-0, Fax: 021 51 / 44 00-55
info@van-acken.de, www.van-acken.de

PLZ-BEREICH 0

Mit unserem
Know-how
finden auch Sie
Spender und
Sponsoren!

SPENDENAGENTUR

Spendenagentur
Fundraising | Marketing | Public Relations
Die Spendenagentur hilft bei der Gründung der Organisation und dem Aufbau des Fundraisings, unterstützt Sie bei der konzeptionellen Arbeit, bildet Ihr Personal oder Ihre ehrenamtlichen Fundraiser weiter und organisiert Ihre Fundraising-Events. Vereinbaren Sie einfach ein kostenfreies Beratungsgespräch.

Altlockwitz 19 · 01257 Dresden
Telefon: +49 (0)351 87627-60
Telefax: +49 (0)351 87627-79
kontakt@spendenagentur.de
www.spendenagentur.de

MediaVista KG
Sprechen Sie Klartext!
Treffen Sie den richtigen Ton!
Damit Ihre Spender und Sponsoren Sie immer richtig verstehen.
Wir unterstützen Sie dabei.
www.mediavista.de

MediaVista KG
Agentur für Medien, Public Relations & Werbung
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Spendenbriefe richtig schreiben
- Sponsoren erfolgreich ansprechen
- Corporate Design
- Entwicklung Ihres Leitbildes
- Ganzheitliche Kommunikation
- Zeitschriften, Newsletter, Internet

Damit Ihre Spender und Sponsoren Sie richtig verstehen.

Altlockwitz 19 · 01257 Dresden
Telefon: +49 (0)351 87627-10
Telefax: +49 (0)351 87627-99
kontakt@mediavista.de
www.mediavista.de

Fanstein GmbH
Wir bieten ein innovatives Fundraising-Konzept für außergewöhnliche Projektfinanzierungen. Mit dem Sponsorstein geben Sie Ihren Spendern und Unterstützern die attraktive Gelegenheit, sich für ihr finanzielles Engagement öffentlich gewürdigt zu sehen. Der Verkauf der individuell lasergravierten Klinker bewirkt Mehreinnahmen und Sponsorenbindung.

Thomas-Müntzer-Straße 34 · 06842 Dessau-Roßlau
Telefon: +49 (0)340 8701660
Telefax: +49 (0)340 8701661
info@sponsorstein.de
www.sponsorstein.de

PLZ-BEREICH 1

Institut für Kommunikation in sozialen Medien
ikosom UG
ikosom forscht seit 5 Jahren zum Thema Crowdfunding, hat zahlreiche Studien zu dem Thema herausgebracht und viele Unternehmen, Projekte, NGOs und politische Organisationen bei Crowdfunding-Kampagnen beraten. Ebenso sind wir vertreten im European Crowdfunding Stakeholder Forum in Brüssel und gründeten das German Crowdfunding Network.

Karl-Liebknecht-Straße 34 · 10178 Berlin
Telefon: +49 (0)1512 5369083
crowd@ikosom.de
http://crowd.ikosom.de

Deutscher Spendenhilfsdienst Berlin GmbH
„Wir sprechen mit Erfahrung"
Seit über 10 Jahren telefonieren wir ausschließlich für NGOs und bieten
- Beratung zum Auf- und Ausbau von Telefon-Fundraisingmaßnahmen.
- Durchführung von Telefonkampagnen (Outbound- und Inbound)
- Beratung zum Aufbau eigener „Telefon-Lösungen"
- Seminare/Schulungen für haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiter

Boxhagener Straße 119 · 0245 Berlin
Telefon: +49 (0)30 232553000
Telefax: +49 (0)30 232553020
berlin@spendenhilfsdienst.de
www.spendenhilfsdienst.de

FRC Spenden Manufaktur GmbH
Die FRC Spenden Manufaktur bietet hochwertige telefonische Spendenwerbung für gemeinnützige Organisationen an. Unser Angebot umfasst alle Aspekte der Spenderbetreuung, Reaktivierung, Dauerspendergewinnung und Spendenerhöhung. Unsere maßgeschneiderten Kampagnen bieten eine optimale Kostenkontrolle bei vollständiger Transparenz und Erfolgsgarantie.

Alt-Moabit 89 · 10559 Berlin
Telefon: +49 (0)30 23329117
Telefax: +49 (0)30 22908877
h.menze@spenden-manufaktur.de
www.spenden-manufaktur.de

direct. Gesellschaft für Direktmarketing mbH
Die Direktmarketing-Agentur mit eigenem Lettershop. Speziell für NPO: Mailings zur Spenderbindung, Upgrading, Reaktivierung inaktiver Spender, Neuspendermailings, Versand von Zuwendungsbestätigungen, Förderzeitung
- Konzept und Idee
- Adressen
- EDV-Service
- Druck
- Personalisierung
- Bildpersonalisierung
- Handschriften
- Lettershop
- Fulfillment

Sie finden uns außerdem in Hamburg und Köln.

Kurfürstendamm 171–172 · 10707 Berlin
Telefon: +49 (0)30 8871740
Telefax: +49 (0)30 88717422
direct.berlin@directpunkt.de
www.directpunkt.de

IBV Informatik GmbH
Die NPO/NGO Applikation iInfo bildet Ihre Geschäftsprozesse im Bereich Adressen, Dokumente, Fundraising, Handel, Marketing, Projekte, Spenden, Finanzen vollständig ab.
Mit auf Ihre Bedürfnisse abgestimmten Dienstleistungen werden standardisierte Prozesse implementiert und individuelle Anforderungen definiert und umgesetzt.

Brandenburgische Straße 10 · 10713 Berlin
Telefon: +49 (30) 577076850
Telefax: +49 (30) 577076859
marketing@ibv.eu
www.ibv-solutions.com/de

ANF Agentur für Nachlass-Fundraising GmbH
- Datenbank-Analysen, Spenderprofile
- Identifikation neuer Testamentspender
- Strategie, Konzeption
- Beziehungsaufbau und -pflege – postalisch, telefonisch, persönlich
- Broschüren, Newsletter, Webpräsenzen
- Sparring rund um Veranstaltungen
- Vermittlung eines Kooperationspartners für Nachlass-Abwicklung
- Herausgeber von Regionalverzeichnissen

Wir beraten und unterstützen Sie gerne – mit Herz, Verstand und Feingefühl!

Fuggerstraße 35 · 10777 Berlin
Telefon: +49 (0)151 61367573
info@nachlass-fundraising.de
www.nachlass-fundraising.de

RaiseNow GmbH
RaiseNow ist ein führender Anbieter von Online-Fundraising-Lösungen. Unser Fokus liegt auf „white label" Online-Fundraising-Tools, die von Organisationen und Spender/innen einfach anzuwenden sind. Von Online-Spenden über Payment-Prozesse hin zu Peer-to-Peer und Employee Giving – alles fügt sich in die bestehende Fundraising-Infrastruktur ein.

Schlesische Straße 12 · 10997 Berlin
Telefon: +49 (0)30 55571730
berlin@raisenow.com
www.raisenow.com

AKB Fundraisingberatung
Arne Kasten
Passgenaues Fundraisingmanagement
Strategische Planung, integriertes Fundraising, Planungssupervison, Budgetplanung, Controlling, Qualitätsprüfung, Individualisierte Methodenentwicklung, Potentialanalysen, Konzeptentwicklung, Reorganisation von Fundraising-Strukturen, Optimierung der Spendenverwaltung

Rohrbachstraße 11 · 12307 Berlin
Telefon: +49 (0)30 70782840
Telefax: +49 (0)30 70073299
info@akb-fundraising.de
www.akb-fundraising.de

probono berlin GmbH
probono berlin unterstützt Akteure des gesellschaftlichen Wandels – gemeinnützige Organisationen und Unternehmen, die sich zum Wohle der Gesellschaft engagieren.
Wir kommunizieren gesellschaftliche Themen und beraten in den Bereichen Fundraising-Strategie, Organisationsentwicklung, Markenkommunikation und Geldauflagenmarketing.

Adlergestell 129 · 12439 Berlin
Telefon: +49 (0)30 67805000
Telefax: +49 (0)30 6780500-10
www.probono-berlin.de
info@probono-berlin.de
blog.probono-berlin.de

micropayment™ GmbH
Die micropayment™ GmbH ist einer der führenden Zahlungsanbieter im Internet. Das Unternehmen bietet umfangreiche Zahlungs- und Verwaltungssysteme zur Abrechnung von Onlinespenden an. Die Transaktionen werden über ein eigenes Rechenzentrum abgewickelt.

Scharnweberstraße 69 · 12587 Berlin
Telefon: +49 (0)30 3000770
Telefax: +49 (0)30 3000771
fundraising@micropayment.de
www.micropayment.de

GRÜN spendino
Ihr Partner für Online-Fundraising, Social Media- und SMS-Fundraising. Mehr Spenden! Weniger Arbeit.
Spendenlösungen:
- Spendenbutton, Spendenformular, Spendenwidget, Hilfeleiste, Facebook App
- SMS-Spenden
- Spendenverwaltung, Statistiken, Spendenbelege, Datenaustausch
- Dauerspenden, Bezahlverfahren, Sicherheit
- E-Mailing-Tool

Mehr Spenden! Weniger Arbeit:
Online-Fundraising mit spendino beinhaltet: Spender gewinnen, Daten einfach verwalten und somit mehr Zeit für die gemeinnützige Arbeit. Für jeden Euro spendino-Kosten erhalten Organisationen im Schnitt 11,50 Euro Spenden.
Zuverlässig:
10 Spenden in der Sekunde, 300.000 Euro an einem Tag, 14 Millionen Seitenaufrufe pro Stunde. spendino ist einfach verlässlich.
Kostenlose Beratung: 0800/0044533

Liebenwalder Straße 11 · 13347 Berlin
Telefon: +49 (0)800 0044533
Telefax: +49 (0)30 45025657
info@spendino.de
www.gruen.net/spendino

emcra GmbH – Europa aktiv nutzen
emcra ist eines der führenden Weiterbildungs- und Beratungsunternehmen rund um europäische und nationale Fördermittel.
- Zertifizierte Weiterbildungen für erfolgreiche EU-Antragstellung (Förderung möglich)
- Beratung für NGOs/Sozialwirtschaft, Unternehmen, öffentlicher Sektor
- Umfangreiche Expertise im europäischen Projekt- und Finanzmanagement

Hohenzollerndamm 152 · 14199 Berlin
Telefon: +49 (0)30 31801330
Telefax: +49 (0)30 31801369
info@emcra.eu
www. emcra.eu

PLZ-BEREICH 2

Bauer Vertriebs KG
BAUER POSTAL NETWORK
BPN ist der Post- und Logistikspezialist für die Zustellung von Presse- und Dialogpost mit eigener Zustellstruktur. BPN befördert jedes Jahr mehr als 140 Mio. Sendungen für namhafte Kunden. Persönlich, preiswert und planungssicher.
- eigenes Zustellnetzwerk
- planbare, taggenaue Zustellung
- persönliche Beratung
- Formatfreiheit für Dialogpost
- bis zu 30 % Portoersparnis

Meßberg 1 · 20086 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 30198040
Telefax: +49 (0)40 30191414
info@bauer-postal-network.de
www.bauer-postal-network.de

PP Business Protection GmbH
Versicherungsmakler für beratende Berufe und Mangement, ein Unternehmen der Ecclesia-Gruppe
PP Business Protection GmbH Ihr Spezialberater für Versicherungen des Managements
- D&O Versicherung
- Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung
- Rahmenvertrag für Stiftungen (Bundesverband dt. Stiftungen), Verbände (DGVM)
- Spezial-Strafrechtsschutz-Versicherung
- Vertrauensschaden-Versicherung
- Anstellungsvertragsrechtschutz-Versicherung

Tesdorpfstraße 22 · 20148 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 413453210
Telefax: +49 (0)40 413453216
ppb@pp-business.de
www.pp-business.de

direct. Gesellschaft für Direktmarketing mbH

Die Direktmarketing-Agentur mit eigenem Lettershop. Speziell für NPO: Mailings zur Spenderbindung, Upgrading, Reaktivierung inaktiver Spender, Neuspendermailings, Versand von Zuwendungsbestätigungen, Förderzeitung

- Konzept und Idee
- Adressen
- EDV-Service
- Druck
- Personalisierung
- Bildpersonalisierung
- Handschriften
- Lettershop
- Fulfillment

Sie finden uns außerdem in Berlin und Köln.

Ausschläger Allee 178 · 20539 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 2378600
Telefax: +49 (0)40 23786060
service@directpunkt.de
www.directpunkt.de

stehli software dataworks GmbH

Die Komplettlösung für Fundraiser

- Druckfertige Mailingaufbereitung Von Postadress über DataQuality – Datenverarbeitung mit unserer MasterIT
- Business Intelligence mit dem FundraiseAnalyser Wirtschaftliche Betrachtung und Analysen aller Ihrer Aktivitäten
- Spendenverwaltung mit FundraisePlus NG Entweder als „Do it yourself"-Variante oder als „Rundum sorglos"-Paket
- Wealth Overlay – Großspenderpotenzialanalyse Wir helfen Ihnen, Ihre Großspender zu identifizieren

Kaiserstraße 18 · 25524 Itzehoe
Telefon: +49 (0)4821 9502-0
Telefax: +49 (0)4821 9502-25
info@stehli.de
www.stehli.de

Koopmanndruck GmbH

Wie generieren Sie Ihre Spender? Mit unserem kreativen Endlosdruck schaffen wir Ihnen die ideale Kombination zwischen einem Brief/Zahlschein und einem Give away oder Gimmick. Über die Standards hinaus, bieten wir eine Weiterverarbeitung mit Laminaten, Magnetfolien und Haftmaterial an. Im Handumdrehen sind Namensetiketten oder z.B. eine Patenkarte in Ihrem Brief/Zahlschein integriert. Überzeugen Sie sich selbst.

Lise-Meitner-Straße 3 · 28816 Stuhr
Telefon: +49 (0)421 56905-0
Telefax: +49 (0)421 5690-55
info@koopmann.de
www.koopmann.de

neolo fundraising GmbH

Effektives Geldauflagen-Marketing: Wir halten die Kosten niedrig und erhöhen damit Ihren Ertrag. Wir bieten Full-Service vom Mailing über die Verwaltung bis zu Bindungsmaßnahmen und der Evaluation Ihrer Geldauflagen.
Profitieren Sie auch von einer passgenauen Fundraising-Strategie und unserer jahrelangen Erfahrung in der Antragstellung.

Burgstraße 3 a · 29342 Wienhausen
Telefon: +49 (0)5082 2193280
Telefax: +49 (0)5082 2193281
mail@neolo.de
www.neolo.de

Ihr Unternehmen
fehlt hier noch?
Gleich eintragen unter:
fundraising-dienstleister.de

PLZ-BEREICH 3

adfinitas GmbH

Strategische Fundraisingberatung
Internationale Fundraisingprogramme mit europaweiter Präsenz
Kreation & Text & Grafik & Produktion
Full Service Direct Mail Fundraising
Online Fundraising
Zielgruppenberatung
Spender-Upgrading & Dauerspendergewinnung
Großspender- & Erbschaftsmarketing

Theaterstraße 15 · 30159 Hannover
Telefon: +49 (0)511 524873-0
Telefax: +49 (0)511 524873-20
info@adfinitas.de
www.adfinitas.de

marketwing GmbH

Mit modernsten Fundraising-Systemen stellt marketwing den Kontakt zu Spendern her. Als Fullservice-Partner verfügen wir über jahrzehntelange Fundraising-Erfahrung und Know-how. Unser Leistungsspektrum umfasst die Gewinnung und Betreuung von Spendern, Kreation, Zielgruppen-Management, Datenbank-Dienstleistungen, EDV-Services, Produktion und Versand.

Steinriede 5 a · 30827 Garbsen
Telefon: +49 (0)5131 45225-0
Telefax: +49 (0)5131 45225-20
info@marketwing.de
www.marketwing.de

KomServ GmbH

KomServ bietet professionelle Mitgliederverwaltung für Non-Profit-Organisationen, damit sich gemeinnützige Organisationen noch besser ihren eigentlichen Aufgaben widmen können!
Mit professionell gemanagten Daten verbessern Sie den Kontakt zu Ihren Förderern. Die Folge sind weniger Austritte, höhere Einnahmen und eine bessere Kommunikation.

Raiffeisenstraße 2 · 30938 Burgwedel
Telefon: +49 (0)5139 402-300
Telefax: +49 (0)5139 402-333
info@komserv-gmbh.de
www.komserv-gmbh.de

service94 GmbH

Dienstleistungen im Bereich Fundraising seit 1984:

- Promotion und Öffentlichkeitsarbeit an Informationsständen
- Mitgliederwerbung

Leistungen außerhalb des Fundraisings:

- Mitgliederverwaltung
- Call-Center
- Mailings
- Pressearbeit

Zu unseren Kunden gehören bundesweit namhafte Vereine und Verbände.

Raiffeisenstraße 2 · 30938 Burgwedel
Telefon: +49 (0)5139 402-0
Telefax: +49 (0)5139 402-111
info@service94.de
www.service94.de

AZ fundraising services GmbH & Co. KG

Über 25 Jahre Fundraising-Erfahrung:

- Psychografische Spenderanalyse
- Themenaffine Zielgruppenadressen
- Zuverlässige Datenpflege
- Spendenaffines Online-Marketing
- Partnerschaftliches Kooperationsmarketing
- Effiziente Werbemittelproduktion

DDV-Qualitätssiegel für Datenverarbeitung, Adressverlag und Listbroking.

Carl-Bertelsmann-Straße 161 S · 33311 Gütersloh
Telefon: +49 (0)5241 802864
Telefax: +49 (0)5241 806094
dirk.langnau@bertelsmann.de
www.az-fundraising.com

Sievert Druck & Service GmbH

Wir unterstützen NPOs und NGOs deutschlandweit bei der Generierung von Spenden durch:

- Konzeptentwicklung und Beratung
- Adressselektion und -optimierung
- Portooptimierung
- Druck, Personalisierung und Postauflieferung von Mailings und Spenderzeitungen; klassisch und handschriftlich
- Workshops und Seminare

Potsdamer Straße 220 · 33719 Bielefeld
Telefon: +49 (0)521 557359-0
Telefax: +49 (0)521 557359-99
info@druck-u-service.de
www.druck-u-service.de

PLZ-BEREICH 4

microm

Micromarketing-Systeme und Consult GmbH

Microm ist einer der führenden Spezialisten für Consumer Marketing. Auch der Erfolg von Spendenaktionen ist immer vom Erfolg des Marketings abhängig. Deshalb gehören dialogstarke Werbeinstrumente zum Alltag der Fundraiser. Entdecken Sie mit uns die Möglichkeiten der Spenderbindung und -rückgewinnung und finden Sie die Top-Spender von morgen!

Hellersbergstraße 11 · 41460 Neuss
Telefon: +49 (0)2131 109701
Telefax: +49 (0)2131 109777
info@microm-online.de
www.microm-online.de

orthdirekt Listmanagement GmbH

Erfolg durch Response

Hier finden Sie die Adressen, die Sie schon lange suchen.
Unsere Exklusiv-Listen waren in den letzten Jahren schon immer ein Geheimtipp, wenn es um die Auswahl erfolgreicher Adressen zur Gewinnung neuer Spender ging.
Mit unseren Adresslisten wird auch Ihre Neuspender-Gewinnung zum Erfolg. Am besten, Sie testen.

Schillerstraße 78 · 41464 Neuss
Telefon: +49 (0)2131 3193195
Telefax: +49 (0)2131 3193196
info@orthdirekt.de
www.orthdirekt.de

DONUM Zuwendungsverwaltung

Rüdiger Fresemann

Mit diesem Zuwendungsprogramm können Sie ohne große Vorkenntnisse und nach einer kurzen Einarbeitung alle Spenden sachgerecht verwalten. Alle Bildschirmmasken sind einfach aufgebaut und ermöglichen auch dem Laien eine schnelle und sichere Anwendung. Durch Zusatzmodule (z. B. Fundraising) erweiterbar. Kostenlose Demo auf der Homepage.

Im Johannistal 3 · 42119 Wuppertal
Telefon: +49 (0)202 8506671
Telefax: +49 (0)202 4265042
postfach@spendenprogramm.de
www.spendenprogramm.de

OPTIGEM GmbH

Softwarelösungen für Vereine, Stiftungen und gemeinnützige Werke

OPTIGEM Win-Finanz, unser zentrales Produkt, vereinigt viele Aufgaben in nur einer integrierten Softwarelösung: von der Adresse bis zur Zuwendungsbestätigung und von der einfachen Projektverwaltung bis zur kompletten Buchhaltung. Win-Finanz bringt Daten ohne Medienbrüche in Verbindung – mit wenigen Klicks. Testen Sie uns doch einfach kostenlos!

Postfach 102911 · 44029 Dortmund
Telefon: +49 (0)231 1829 3-0
Telefax: +49 (0)231 1829 3-15
info@optigem.com
www.optigem.com

Benefit Informationssysteme AG

OpenHearts unterstützt alle zentralenAbläufe groß- er und kleiner Non-Profit-Organisationen einfach und effizient. Unsere Kunden schätzen neben dem umfassenden Funktionsumfang unserer Standardsoftware besonders das gute Preis-Leistungs-Verhältnis und den kompetenten und freundlichen Service unserer Hotline.
Zu unseren Anwendern gehören namhafte Verbände, Vereine und Stiftungen aus Tier- und Umweltschutz, Förderung von Kindern und Familie, Entwicklungshilfe, kirchlichem Umfeld sowie Hospize und Krankenhäuser, Universitäten und andere Bildungseinrichtungen.

Wasserstraße 3–7 · 45468 Mülheim an der Ruhr
Telefon: +49 (0)208 30193-0
Telefax: +49 (0)208 30193-49
info@benefit.de
www.benefit.de

caretelligence Media Monitoring GmbH

Media Monitoring für den Nonprofit-Sektor

caretelligence hilft Ihnen, das Internet besser zu verstehen und strategisch einzusetzen.

- tagesaktuelle Analyse Ihrer Organisation im Netz
- Krisenvorerkennung durch rechtzeitige Alarmierung
- Finden von neuen Themen, Spendern und Personal
- Beobachtung Ihrer Wettbewerber
- Entwicklung von Strategie

Bergerstraße 19 · 45470 Mülheim an der Ruhr
Telefon: +49 (0)1511 9669932
info@caretelligence.de
www.caretelligence.de

Fundraising und System

Analysen Software Beratung

„Du verstehst unsere Sprache" – Dolmetscherin zwischen NPO und Software

- Unabhängige Beratung zu Fundraising-Software
- Analyse von Spendendaten
- Seminare Database-Fundraising und Fundraising-Kennzahlen
- Unterstützung für neues SEPA-Lastschriftverfahren
- Informationen zur Potenzialberatung NRW (Fördermittel für Beratungsprozesse)

Doris Kunstdorff
Knappenweg 27 · 45473 Mülheim an der Ruhr
Telefon: +49 (0)208 760170
Telefax: +49 (0)3222 9823430
kunstdorff@fundraising-und-system.de
www.fundraising-und-system.de

Maik Meid Content Fundraising

Digitale Inhalte für Nonprofits

Ideen aus dem Ruhrgebiet und mit über 20-jähriger Nonprofit-Erfahrung

- Fundraising-Aufbau und Entwicklung in Ihrer Organisation
- Prozess-Check auf Herz und Nieren
- Implementierung von Online-Fundraising
- Digitale Kommunikation für gemeinnützige Organisationen
- Social Media Aufbau und Weiterentwicklung
- Medienbeobachtung über alle Kanäle

Bruchstraße 43 · 45525 Hattingen
Telefon: +49 (0)1511 9669932
info@fundraisingnetz.de
www.fundraisingnetz.de

eliteONE®

- Großspenderpotentialanalysen
- Projektmanagement
- Internationale Adress-Database
- Neuspender-Adressen
- Marketing & Konzeption
- Spenderreaktivierung
- Fundraising

Fuldastraße 25 · 47051 Duisburg
Karl Heinrich Hoogeveen
Telefon: +49 (0)1511 8422199
info@eliteone.de · www.eliteone.de

Ansprechpartner Österreich
Mag. Georg Duit, Wien
Telefon: +43 (0)676 7710707
georg.duit@fundoffice.at
www.fundoffice.at

Ansprechpartner Schweiz
Andreas J. Cueni, Basel
Telefon: +41 (0)79 6615794
andicueni@bluwin.ch
www.andicueni.ch

Conversio Institut

Fundraising-Management + Organisationsentwicklung

Wir beraten Sie auf dem Weg, Spenderbeziehungen zu verankern und Fundraising zu einer stabilen Säule in der Finanzierung Ihrer Organisation zu machen. Außerdem bieten wir

- Coaching (Einzel + Team)
- Seminare, Trainings
- Fundraising-Forschung
- kompetente Beratung
- strategische Positionierung
- Befragungen (SpenderInnen, MitarbeiterInnen, etc.)

Wildstraße 9 · 47057 Duisburg
Telefon: +49 (0)203 485777-0
Telefax: +49 (0)203 485777-19
info@conversio-institut.de
www.conversio-institut.de

van Acken Fundraising GmbH

Dienstleistung im Fundraising seit 1975

Wir bieten:

- Strategie (Markforschung, Konzeptentwicklung, Adressauswahl, Erfolgskontrolle)
- Projektmanagement (Beratung, Koordination, Terminplanung, Etatüberwachung)
- Produktion (Druck, Personalisierung, Lettershop, Postversand)
- Print- und Außenwerbung
- Direktkommunikation (Mailings, Beilagen, telefonische Spenderbetreuung)
- Markenbildung
- Internet (Online-Marketing, Social Media)

Magdeburger Straße 5 · 47800 Krefeld
Telefon: +49 (0)2151 4400-0
Telefax: +49 (0)2151 4400-55
info@van-acken.de
www.van-acken.de

GOB Software & Systeme

GOB ist weltweit einer der größten Microsoft Partner im Non-Profit-Sektor und Marktführer von Fundraising-Software in Deutschland. Mit über 250 Mitarbeitern unterstützen wir Sie mit ausgezeichnetem Beratungs-Know-how und Support bei der erfolgreichen Implementierung Ihres Software-Projektes.

Europark Fichtenhain A5 · 47807 Krefeld
Telefon: +49 (0)2151 349-3000
Telefax: +49 (0)2151 349-1120
info@gob.de
www.gob.de

HP-FundConsult – Brücke zwischen Profit und Non-Profit

Partner und Bindeglied zwischen gemeinnützigen Organisationen, Wirtschaftsunternehmen und Privatpersonen

Kompetenter Partner bei Fundraising- und CSR-Prozessen für Non-Profit- und Profit-Kunden. Beratung bei Entwicklung, Aufbau und Umsetzung von nachhaltigem Fundraising und gesellschaftlichem Engagement. Integration in unternehmerisches Kerngeschäft. Verbindung von Wert und Werten. Lösung von Zielkonflikten zwischen Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft.

Rothenburg 41 · 48143 Münster
Telefon: +49 (0)251 48435-70
Telefax: +49 (0)251 48435-03
info@hp-fundconsult.de
www.hp-fundconsult.de

PLZ-BEREICH 5

fundango GmbH

Die Fundraising-Experten aus Köln. Gewinner des Mailingwettbewerbs 2012 in der Kategorie Effizient & Auflagenstark!

fundango unterstützt Ihr Fundraising nach allen Regeln der Kunst – online wie offline. Wir konzipieren und realisieren Kampagnen und Aktionen, die Spender überzeugen – kreativ, authentisch, verlässlich und vor allem: erfolgreich!

Richartzstraße 10 · 50667 Köln
Telefon: +49 (0)221 67784590
Telefax: +49 (0)221 67784599
info@fundango.de
www.fundango.de

steinrücke+ich gmbh

Kommunikation und Fundraising für soziale Anliegen

Entwicklung und Umsetzung von Fundraisingkampagnen und -maßnahmen | Gewinnung von Neu- oder Dauerspenden | Reaktivierung von Inaktiven | Testamentsspenden | Aktivierung Ehrenamtlicher | Konzept, Text, Grafik und Produktion von Materialien | Internetauftritt, Newsletter, Social-Media | Events | Sponsoren und Unternehmenskooperationen | Pressearbeit

Bismarckstraße 12 · 50672 Köln
Telefon: +49 (0)221 569656-00
Telefax: +49 (0)221 569656-20
info@steinrueckeundich.de
www.steinrueckeundich.de

GOLDWIND – gemeinsam wirken

Dipl.-Psych. Danielle Böhle

GOLDWIND bietet psychologisches Fachwissen plus praktische Umsetzbarkeit. Gemeinsam gehen wir die Herausforderungen Ihrer Spenderkommunikation an – bis Sie es selbst können. GOLDWIND ist „Hilfe zur Selbsthilfe".

Schwerpunkte: Spenderansprache, Spenderbindung

- Beratung & Strategie
- Spenderbefragungen
- Mitarbeiterentwicklung (Seminare, Trainings)

Gutenbergstraße 126 · 50823 Köln
Telefon: +49 (0)221 7158959
anfrage@goldwind-bewirken.de
www.goldwind-bewirken.de

Deutscher Spendenhilfsdienst – DSH GmbH

„Wir sprechen mit Erfahrung"
Seit über 10 Jahren telefonieren wir ausschließlich für NGOs und bieten

- Beratung zum Auf- und Ausbau von Telefon-Fundraisingmaßnahmen.
- Durchführung von Telefonkampagnen (Outbound- und Inbound)
- Beratung zum Aufbau eigener „Telefon-Lösungen"
- Seminare/Schulungen für haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiter

Alpenerstraße 16 · 50825 Köln
Telefon: +49 (0)221 9901000
Telefax: +49 (0)221 9901099
koeln@spendenhilfsdienst.de
www.spendenhilfsdienst.de

Fundraising Profile GmbH & Co. KG

Menschen berühren und zum Spenden bewegen – das ist unser Geschäft.

Unsere Kunden profitieren von

- kreativen Konzepten
- zuverlässiger Produktion
- vielen Jahren Erfahrung

Mit maßgeschneiderten Lösungen gewinnen, binden und reaktivieren wir Ihre Spender und unterstützen Sie professionell im Erbschafts- und Stiftungsmarketing.

Alpenerstraße 16 · 50825 Köln
Telefon: +49 (0)221 484908-0
Telefax: +49 (0)221 484908-50
welcome@fundraising-profile.de
www.fundraising-profile.de

Trebbau direct media

Sie suchen nach neuen Spendern oder nach einem Lettershop für Ihre Mailings? Trebbau direct media ist eine Dialogmarketing-Agentur mit den Schwerpunkten Listbroking, Datenverarbeitung, Media, Online, Lettershop und Print Management. Zahlreiche Non-Profit-Organisationen sind schon seit vielen Jahren mit uns erfolgreich. Jetzt freuen wir uns auf Sie!

Schönhauser Straße 21 · 50968 Köln
Telefon: +49 (0)221 37646-0
Telefax: +49 (0)221 37646-4899
info@trebbau.com
www.trebbau.com

Christian Gahrmann Philanthropy Consulting GmbH

Experts for Strategic and International Fundraising

Wir helfen NPOs weltweit, ihre Projekte zu finanzieren. Als Ihr Partner und Dienstleister akquirieren wir zusammen mit Ihnen und in Ihrem Auftrag, diejenigen Ressourcen, die Sie benötigen, um die Welt zu einem besseren Ort zu machen.

Beratungsfelder: Strategische Fundraising-Planung | Internationales Fundraising | EU-Förderung | Fundraising-Starterpaket | Großspenden | Stiftungen | Sponsoring | Philanthropie in China

Sürther Straße 59 · 50996 Köln
Telefon: +49 (0)221 79008625
gahrmann@philanthropy-consulting.eu
www.philanthropy-consulting.eu

ifunds germany GmbH

Wir von ifunds sind Spezialisten für Daten im Fundraising. Wir vertreiben Fundraisingsoftware, Datenservices und Beratungsleistungen zur Qualitätskontrolle, effektiven Prozesssteuerung, konsistenten Kategorisierung, systematischen Aufbereitung und aussagekräftigen Darstellung von Daten im Fundraising. Unsere Produkte sind raise-it und analyse-it.

Schanzenstraße 35 · 51063 Köln
Telefon: +49 (0)221 6699520
Telefax: +49 (0)221 66995299
info@ifunds-germany.de
www.ifunds-germany.de

direct. Gesellschaft für Dialogmarketing mbH

Die Direktmarketing-Agentur mit eigenem Lettershop. Speziell für NPO: Mailings zur Spenderbindung, Upgrading, Reaktivierung inaktiver Spender, Neuspendermailings, Versand von Zuwendungsbestätigungen, Förderzeitung

- Konzept und Idee
- Adressen
- EDV-Service
- Druck
- Personalisierung
- Bildpersonalisierung
- Handschriften
- Lettershop
- Fulfillment

Sie finden uns außerdem in Berlin und Hamburg.

Buchheimer Ring 87 · 51067 Köln
Telefon: +49 (0)221 7591944
Telefax: +49 (0)221 4539879
renn@directpunkt.de
www.directpunkt.de

Zentrum für Systemisches Fundraising GmbH

Das Zentrum für Systemisches Fundraising begleitet den Aufbau, die Entwicklung und die Implementierung von Fundraising in Non-Profit-Organisationen. Unsere Fachleute agieren dabei komplementär: Sie verknüpfen gängige Vorgehensweisen (Fundraisingmaßnahmen und -instrumente) mit systemischen Kompetenzen in der Organisationsberatung und -entwicklung.

Theaterstraße 15 · 52062 Aachen
Telefon: +49 (0)241 1891315
Telefax: +49 (0)241 1891314
info@Systemisches-Fundraising.de
www.Systemisches-Fundraising.de

Bergmoser + Höller Agentur GmbH

Fundraising-Agentur der ersten Stunde

Fundraising-Agentur mit Sitz in Aachen und Büro in München. Mit 12 Köpfen machen wir systematisches und nachhaltiges Fundraising:
seit 35 Jahren, in ganz Deutschland, mit allen Instrumenten, auch online für

- Kirche, Caritas und Diakonie
- NGOs und Hilfsorganisationen
- Stiftungen und Verbände
- Gesundheit und Soziales

und gerne auch für Sie! :-)

Karl-Friedrich-Straße 74 · 52072 Aachen
Telefon: +49 (0)241 98 09 98-0
Telefax: +49 (0)241 98 09 98-99
info@buh-agentur.de
www.buh-agentur.de

GRÜN Software AG

Die Unternehmensgruppe GRÜN bietet Software- und IT-Serviceleistungen für Spendenorganisationen an. Mit der Branchen-Softwarefamilie GRÜN VEWA werden als Marktführer über 1 Milliarde Euro an Spenden und Beiträgen abgewickelt. Dienstleistungen in den Bereichen Outsourcing, Beratung, Werbung und interaktive Medien runden das Leistungsspektrum ab.

Pascalstraße 6 · 52076 Aachen
Telefon: +49 (0)241 1890-0
Telefax: +49 (0)241 1890-555
verwaltung@gruen.net
www.gruen.net

SYSTOPIA Organisationsberatung
Von der Ist-Analyse über Konzeptentwicklung bis zu Migration und Anpassung – wir sind die Experten für CiviCRM. Features der Software:
- Kontakthistorie, Segmentierung
- Spendenverwaltung, Mitgliedschaften, Events
- Online-Formulare & Spendenseiten
- Massenmails
- SEPA-fähig
- Datenanalyse
- hochgradig anpassbare Webanwendung
- lizenzkostenfrei

Franzstraße 11 · 53111 Bonn
Telefon: +49 (0)228 96104990
Telefax: +49 (0)228 96104991
info@systopia.de
www.systopia.de

Rechtsanwalt Michael Röcken
Vereins- und Verbandsrecht Rechtsanwalt Michael Röcken aus Bonn hat sich auf die bundesweite Beratung und Vertretung von Vereinen und Verbänden spezialisiert.
Neben der Vertretung und Beratung in allen Fragen des Vereins- und Verbandsrechts oder des Gemeinnützigkeitsrechts ist er als Referent bundesweit im Vereinsrecht tätig.

Thomas-Mann-Straße 62 · 53111 Bonn
Telefon: +49 (0)228 96399894
Telefax: +49 (0)228 96399895
info@ra-roecken.de
www.ra-roecken.de

BuschConsult
Fundraising | Projektmanagement | Antragsprüfung
Wir unterstützen Sie gewinnbringend in den Bereichen Stiftungsmarketing, öffentliche Fördermittel und Unternehmenskooperationen. Wir bieten:
- Förderberatung
- Strategieentwicklung
- Fördermittelrecherche
- Projektplanung und -entwicklung
- Antragstellung
- Kontaktpflege
- Training und Coaching
- Projektmanagement
- Prüfung von Projektanträgen

Postfach 32 11 · 53315 Bornheim
Telefon: +49 (0)2232 928544-1
Telefax: +49 (0)2232 928544-2
info@buschconsult.org
www.buschconsult.org

Trust Fundraising
Jürgen Grosse & Team
Leistungen: Fundraising von Analyse über Beratung, Strategie, Konzept und Umsetzung bis zur Erfolgskontrolle – als Einzelleistung oder umfassend.
Agenturmotto: Innovation, Zuverlässigkeit und Transparenz.
Nutzen: 30 Jahre Fundraising-Praxis; Gründer/Mitglied des SynTrust-Netzwerkes von neun Fundraising-Spezialisten für ganzheitliches Fundraising.

Antoniusstraße 2 · 3547 Kasbach-Ohlenberg
Telefon: +49 (0)2644 600-874
Telefax: +49 (0)2644 600-828
j.grosse@trustfundraising.de
www.trustfundraising.de

Kensik.com Datenanalysen.
Dipl.-Psych. Andreas Kensik
Seit 20 Jahren Analysespezialist und unabhängiger Berater im Fundraising und Dialogmarketing
- Spenderanalysen und -profile: Gewinnung, Bindung, Segmentierung, Reaktivierung
- Spenderbefragung und Motivforschung
- Strategische Fundraisingkonzepte
- Softwareentwicklung & Schulung: Interaktive Datenanalysen mit SPSS, Qlik, Excel
- FundraiseAnalyser

An der Hetzelhardt 21 · 53604 Bad Honnef
Telefon: +49 (0)2224 969319
Telefax: +49 (0)2224 969320
info@kensik.com
www.kensik.com

GFS Fundraising Solutions GmbH
Einfach Fundraising für Ihren Erfolg: Sie suchen Erfahrung, Kompetenz und Sachverstand im Fundraising? Dann sind Sie bei der GFS genau richtig. Über 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bieten Ihnen einen umfassenden Service aus einer Hand: Beratung, Konzeption und Produktion von Mailings, Data-Base-Fundraising, Spenderanalysen, Listbroking, Spender- und Mitgliederbetreuung, Telefon-Fundraising und Geldauflagenmarketing. Wir arbeiten mit Kopf und Herz für Ihre Ziele.

Linzer Straße 21 · 53604 Bad Honnef
Telefon: +49 (0)2224 918250
Telefax: +49 (0)2224 918350
info@gfs.de
www.gfs.de

probono Geldauflagenmarketing
Jedes Jahr werden in Deutschland rund 130.000 Gerichts- und 190.000 Ermittlungsverfahren gegen Zahlung einer Geldauflage eingestellt. Dabei zahlen die Gerichte etwa 100–120 Millionen Euro an gemeinnützige Organisationen aus. Nutzen Sie die Chance, dass auch Ihre Organisation an diesen Zahlungen teilhat durch professionelles und konsequentes Geldauflagenmarketing. Wir helfen Ihnen dabei.

Linzer Straße 21 · 53604 Bad Honnef
Telefon: +49 (0)2224 918250
Telefax: +49 (0)2224 918350
info@gfs.de
www.gfs.de

Andreas Berg
Analyse · Beratung · Strategie
Als unabhängiger Berater mit 16 Jahren Fundraising-Erfahrung stehe ich NPOs zur Seite mit
- Spenderanalysen,
- Fundraising-Audits,
- Marktforschung,
- Strategieberatung und
- Database-Fundraising

Im Grunde bin ich ein Dolmetscher – zwischen Fundraisern und Ihren Daten ebenso wie zwischen Fundraisern und Ihren Zielgruppen.

W.-Mittelmeier-Straße 53 a · 53757 Sankt Augustin
Telefon: +49 (0)2241 2091836
fundraising@andreasberg.net
www.schwieriges-einfach-machen.de

PLZ-BEREICH 6

faktor
Die Social Profit Agentur GmbH
Wir machen Ihre Marke stark und gewinnen für Ihre Organisation Spender, Besucher, Mitarbeiter, Mitglieder und Engagierte. Unser Know-how:
- Entwicklung von Kommunikations- und Fundraisingstrategien
- Re-Brandings
- Beratung & Coaching
- Online-Fundraising & Social Media
- Kunden-/Mitarbeiterzeitschriften
- Kampagnenentwicklung
- (E-)Mailings

Ansprechpartner: Dr. Oliver Viest
Wilhelm-Busch-Straße 44 · 60431 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69 366059-43
Telefax: +49 (0)69 366059-47
info@em-faktor.de
www.em-faktor.de

Fundraising Akademie gGmbH
Die Fundraising Akademie bietet Ihnen das individuelle Angebot für Ihre Organisation oder für Ihren persönlichen Bedarf: den Studiengang zum Fundraising-Manager, eine Ausbildung zum Regionalreferent Fundraising, Grundlagenkurse und Inhouse-Seminare. Gerne vermitteln wir Ihnen auch ausgewiesene Referentinnen und Referenten zum Thema Fundraising.

Emil-von-Behring-Straße 3 · 60439 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 58098-124
Telefax: +49 (0)69 58098-271
info@fundraisingakademie.de
www.fundraisingakademie.de

ENTERBRAIN Software AG
Neue Generation ENTERBRAIN 2.0
schneller · moderner · einfacher · sicher
Weitere Leistungen:
Rechenzentrum · Outsourcing
ASP-Lösungen und Consulting
www.enterbrain.ag

ENTERBRAIN Software AG
FIT für die Zukunft mit ENTERBRAIN
Software und Fundraising-Dienstleistungen aus einer Hand
Wir bieten Ihnen sämtliche Services für Ihre kompletten Fundraising-Kampagnen – Kernstück dabei ist die eigens für NPOs konzipierte Fundraising-Software ENTERBRAIN 2.0. Ebenso übernehmen wir für Sie Consulting, Layout, Druck, Kuver- tierung und Versand unter einem Dach. Und das bei absoluter Datensicherheit – dafür steht unser ISIS 12 Gütesiegel. Darüber hinausgehend entwickeln wir unsere Lösungen ständig weiter – neu ist z.B. ENTERmed, die Speziallösung für den Gesundheitsmarkt.
Ab sofort neu im ProduktPortfolio ist Social Scout – die Verwaltungs-Software für alle Freiwilligendienste und das Ehrenamt.

Röntgenstraße 4 · 63755 Alzenau
Telefon: +49 (0)6023 9641-0
Telefax: +49 (0)6023 9641-11
info@enterbrain.ag
www.enterbrain.ag

Scharrer Social Marketing
- Konzepte und Beratung
- Gestaltung und Produktion
- Mailings, auch in großen Auflagen
- Zielgruppen-Beratung
- glaubwürdige Kommunikation steht bei uns im Vordergrund

Römerstraße 41 · 63785 Obernburg
Telefon: +49 (0)6022 710930
Telefax: +49 (0)6022 710931
scharrer@socialmarketing.de
www.socialmarketing.de

Agentur Zielgenau GmbH
Unser Fokus liegt auf der Entwicklung & Umsetzung individueller Konzepte.
Dabei bieten wir umfassende Leistungen in folgenden Bereichen:
- Fundraising
- Marketing
- Beratung
- Spenderbetreuung
- Geschäftsstelle
- Marketing

Profitieren Sie von unseren langjährigen Erfahrungen & Kenntnissen im Non-Profit-Bereich. Wir bieten Ihnen zielgenaue Lösungen.

Bessunger Straße 3–5 · 64285 Darmstadt
Telefon: +49 (0)6151 136518-0
Telefax: +49 (0)6151 136518-9
info@agentur-zielgenau.de
www.agentur-zielgenau.de

GEMINI DIRECT marketing solutions GmbH
Leistungen für Ihr Fundraising:
- spendenaffine Zielgruppenadressen
- Spenderprofile zur Spendergewinnung, -rückgewinnung und -bindung
- Datenverarbeitung und -pflege
- Ermittlung passender Werbemedien
- Mailingproduktion und Fulfillment

ISO 27001-Zertifizierung auf Basis von IT-Grundschutz des BSI, Qualitätssiegel Datenverarbeitung des DDV

Black-und-Decker-Straße 17 C · 65510 Idstein
Telefon: +49 (0)6126 95196-10
Telefax: +49 (0)6126 95196-29
mail@geminidirect.de
www.geminidirect.de

Centrum für Soziale Investitionen und Innovationen, Universität Heidelberg
Das Centrum für Soziale Investitionen und Innovationen ist eine zentrale wissenschaftliche Einrichtung der Universität Heidelberg. Wissen, Kontakte und Know-how des Instituts zu Strategien, Wirkungsnachweisen, Marketing und Fundraising im Bereich sozialer Investitionen stellt das CSI über seine Abteilung Beratung als Dienstleistung zur Verfügung.

Bergheimer Straße 58 · 69115 Heidelberg
Telefon: +49 (0)6221 54119-50
Telefax: +49 (0)6221 54119-99
csi@csi.uni-heidelberg.de
www.csi.uni-heidelberg.de

PLZ-BEREICH 7

faktor
Die Social Profit Agentur GmbH
Wir machen Ihre Marke stark und gewinnen für Ihre Organisation Spender, Besucher, Mitarbeiter, Mitglieder und Engagierte. Unser Know-how:
- Entwicklung von Kommunikations- und Fundraisingstrategien
- Re-Brandings
- Beratung & Coaching
- Online-Fundraising & Social Media
- Kunden-/Mitarbeiterzeitschriften
- Kampagnenentwicklung
- (E-)Mailings

Ansprechpartner: Dr. Oliver Viest
Torstraße 20 · 70173 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 414142-0
Telefax: +49 (0)711 414142-42
info@em-faktor.de · www.em-faktor.de

Arnold, Demmerer & Partner
25 Jahre Fundraising-Erfahrung für Ihren Erfolg.
Gratis Arbeitshilfen und Case Studies zum Fundraising finden Sie auf:
www.zielgruppenmarketing.de
- Neuspendergewinnung
- Reaktivierung inaktiver Spender
- Bestands-/Mail-Response-/LTV-Analysen
- Kosten-/Nutzenanalysen
- Scoring / Optimierung
- EDV-Verarbeitung

Motorstraße 25 · 70499 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 88713-0
Telefax: +49 (0)711 88713-44
post@arnold-demmerer.de
www.zielgruppenmarketing.de

pb direkt
Praun, Binder und Partner GmbH
IT-Service im Fundraising und Direktmarketing
20 Jahre Fundraising-Erfahung mit über 50 Spendenorganisationen als Kunden.
- Scoring und DataMining
- Druckfertige Mailingaufbereitung
- Adresskorrektur, -prüfung und -aktualisierung
- Umzugs-, Verstorbenen- und Unzustellbarkeitsprüfung
- Responseverarbeitung
- CRM-Datenbanken, Spenderverwaltung

Motorstraße 25 · 70499 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 83632-16
Telefax: +49 (0)711 83632-37
info@pbdirekt.de
www.pbdirekt.de

G&O CreativeAgency GmbH

Die Adresse für Dialogmarketing 4.0 und Fundraising

Sie möchten wissen, wie Sie alte und neue Spender erreichen? Sie möchten über alle relevanten Offline- und Online-Kanäle kommunizieren?
Als ausgemachte Experten im Fundraising wissen wir, wie Conversion funktioniert und unterstützen Sie mit unserem kombinierten Angebot aus Expertise, Strategie, Listbroking, Konzeption, Kreation, Produktion, Erfolgskontrolle und Follow-up. Wir beraten Sie gerne persönlich.

Ansprechpartner: Gregor Gauder
Stuttgarter Straße 41 · 71254 Ditzingen
Telefon: +49 (0)7156 42584-29
Telefax: +49 (0)7156 42584-90
g.gauder@as-dialoggroup.de
www.as-dialoggroup.de

„1% Response reicht einfach nicht!"
Neuspendermailings, die sich für Sie rechnen.
P Direkt GmbH & Co. KG

P Direkt: 100 % Mailing-Erfolg für Sie!

Sie schätzen einen maximalen Return für Ihr Budget? Und pragmatische Lösungen für zuverlässige Kampagnen-Erfolge?
Dann sind wir Ihr **Fullservice-Partner**:
- Top-Know-how aus über 3.500 Kampagnen und über 30 Jahren Fundraising-Praxis
- Punktgenaue Zielgruppen-Konzepte
- Effiziente Neuspendergewinnung
- Emergency-Mailings: „Go" + 24 h => Streuung
- Adressenberatung/Listbroking
- Scoring Fremd-/Eigenadressen
- Produktion und Lettershop

Gritznerstraße 11 · 76227 Karlsruhe
Telefon: +49 (0)721 626938-0
info@pdirekt.de
www.pdirekt.de

www.bussgeld-fundraising.de

Mit Geldauflagen erfolgreich Projekte finanzieren
- über 9.000 personalisierte Adressen von Strafrichtern, Amts- und Staatsanwälten mit Kontaktdaten
- zielgruppengenaue Selektion
- einfach als Excel-Tabelle herunterladen
- ohne Nutzungsbegrenzung: „preiswert kaufen statt teuer mieten"
- Adresspflege und -updates
- Fullservice: Mailingabwicklung und Geldauflagen-Verwaltung
- kostenlose Software

Postfach 102133 · 78421 Konstanz
Telefon: +49 (0)7531 282180
Telefax: +49 (0)7531 282179
post@bussgeld-fundraising.de
www.bussgeld-fundraising.de

PLZ-BEREICH 8

Brakeley GmbH

Fundraising & Management Consultants

Brakeley, 1919 in den USA gegründet, ist eine erfahrene internationale Fundraising-Beratung. Wir helfen gemeinnützigen Organisationen insbesondere im Großspenden-Fundraising. Dazu vereinen die deutschsprachigen Berater der Brakeley GmbH internationales Fundraising-Know-how mit ihrer langjährigen Fundraising-Erfahrung im deutschsprachigen Raum. Brakeley GmbH ist Gründungsmitglied der Mira Partnership: www.mirapartnership.com.

Emil-Riedel-Straße 18 · 80538 München
Telefon: +49 (0)89 46138686
Telefax: +49 (0)89 46138687
johannes.ruzicka@brakeley.de
www.brakeley.de

Fundraising&More

Professional Fundraising Solutions

Fundraising&More ist Ihr kompetenter Partner im Fundraising, in der Stiftungsberatung und in der Organisationsentwicklung. Wir erarbeiten mit Ihnen gemeinsam ein fundiertes, strategisches, maßgeschneidertes Fundraising-Konzept und begleiten Sie auch bei der Umsetzung. Wir führen Sie zum Erfolg – offen, authentisch, konsequent.

Prinzregentenstraße 54 · 80538 München
Telefon: +49 (0)89 60087100
info@fundraisingandmore.de
www.fundraisingandmore.de

SCHÖNER SPENDEN

Eine Idee der Allplast GmbH

Die Spendenprodukte von SCHÖNER SPENDEN werden von Fundraisern für Fundraiser entwickelt. Die Produktpalette umfasst
- Spendendosen
- Spendenboxen
- Spendenteller
- Spendenhäuser
- Spendensäulen
- und Pfandmarkenboxen

aus hochwertigem Acryl.
SCHÖNER SPENDEN ist selbst Hersteller und bietet auf Wunsch auch Sonderanfertigungen an.

Neurieder Straße 8 · 82131 Gauting
Telefon: + 49 (0)89 86487446
Telefax: + 49 (0)89 86487447
vertrieb@schoener-spenden.de
www.schoener-spenden.de

compact dialog GmbH

Jährlich vertrauen zahlreiche Non-Profit-Organisationen im Bereich der telefonischen Mitgliederbetreuung und Öffentlichkeitsarbeit auf die Qualität unseres Unternehmens. Sichern auch Sie Ihren stetigen Zufluss finanzieller Mittel und Aktualisierung Ihrer Mitgliederdaten durch eine Zusammenarbeit mit uns.

Herzog-Georg-Straße 29 · 89415 Lauingen
Telefon: +49 (0)9072 95370
Telefax: +49 (0)9072 953716
kontakt@compact-dialog.de
www.compact-dialog.de

TeleDialog GmbH

Telefon-Fundraising: seit vielen Jahren ausschließlich für Non-Profit-Organisationen in der telefonischen Spenderbetreuung tätig.
Neuspendergewinnung – Interessenten werden zu langfristigen Spendern
Spender-Bedankung, Reaktivierung – Vom inaktiven zum aktiven Spender.
Upgrading, Datenkontrolle, Adressrecherche, Info- und Serviceline

Kirchenweg 41 · 83026 Rosenheim
Telefon: +49 (0)8031 80660
Telefax: +49 (0)8031 8066-16
kundenbetreuung@teledialog.com
www.teledialog.com

base4IT AG

In langjähriger Zusammenarbeit mit Stiftungen und Spendenorganisationen entwickelt base4IT modulare, flexibel anpassbare Software-Lösungen zur Optimierung sämtlicher Stiftungsprozesse.

Leistungsspektrum (Auszug):
- Kontaktverwaltung/CRM
- Kampagnen
- Spendenmanagement
- Dokumentenverwaltung
- Förderprojekte / operative Projekte
- Rechnungswesen

Carl-von-Linde-Straße 10a · 85716 Unterschleißheim
Telefon: +49 (0)89 809093-0
Telefax: +49 (0)89 809093-79
info@base4it.com
www.stiftungssoftware.info

FundraisingBox

c/o Wikando GmbH

Die FundraisingBox ist ein Online-Arbeitsplatz für gemeinnützige Organisationen, um erfolgreich Spenden zu sammeln, zentral Kontakte zu verwalten und optimal im Team zusammen zu arbeiten. Von Spendenformular, Facebook-App, Charity-Shop, kompletter Paymentabwicklung, eigenen Fundraising-Anwendungen bis hin zur Integration in bestehende Systeme.

Schießgrabenstraße 32 · 86150 Augsburg
Telefon: +49 (0)821 907862-50
Telefax: +49 (0)821 907862-59
support@wikando.de
www.fundraisingbox.com

PLZ-BEREICH 9

Förderlotse T. Schmotz

Fördermittel für gemeinnützige Organisationen

Wir unterstützen gemeinnützige Träger bei der Gewinnung von Fördermitteln und im Fundraising. Wir bieten:
- Förderberatung
- Projektkonzeption
- Fördermittelrecherche
- Antragstellung
- Qualitätssicherung
- Förderdatenbank
- Seminare und Workshops
- Fachliches Coaching
- Strategieentwicklung
- Aufbau von Fundraisingstrukturen
- Outsourcing

Buchenstraße 3 · 91564 Neuendettelsau
Telefon: +49 (0)9874 322 311
Telefax: +49 (0)9874 322 312
beratung@foerder-lotse.de
www.foerder-lotse.de

Mittel & Wege

Fundraising, Beratung, Fortbildung,Coaching

Seit 17 Jahren Beratung von kleinen und großen Organisationen zu ihren Fundraising-Themen und Möglichkeiten.
- fachliches Coaching
- Konzeptentwicklung der Fundraisingstrategie
- Beratung und Weiterbildung zu einzelnen Fundraising-Werkzeugen im Spendenmarketing, Erbschaftsmarketing, Geldauflagenmarketing, Stiftungsanträge
- Projektentwicklung

Steubenstraße 15 · 99423 Weimar
Telefon: +49 (0)3643 773878
fundraising@mittel-wege.de
www.mittel-wege.de

ÖSTERREICH

Fundraising Competence Group GmbH

Wir betrachten die Dinge von allen Seiten!
- Wie komme ich zu den besten Spenderadressen?
- Bringt ein teures Mailing bessere Ergebnisse?
- Welche neuen Kreationen passen zu meiner Organisation?

Als Experten für Direct-Mailing-Kampagnen verfügen wir über fundiertes Fundraising-Wissen und umfangreiche Adresspools.
Wir helfen Ihnen helfen.

Davidgasse 84 · 1100 Wien
Telefon: +43 (0)1 893 95 58-0
Telefax: +43 (0)1 893 95 58-27
office@fcgroup.at
www.fcgroup.at

atms Telefon- und Marketing Services GmbH

atms ist der einzige österreichische Telekomnetzbetreiber, der sich rein auf Kundendialoglösungen spezialisiert hat. In diesem Zusammenhang bietet atms mobile Fundraisinglösungen an, die eine Spendenrufnummer, den 24/7-Betrieb der Spendenplattform und Online-Schnittstellen für die Abwicklung von SMS-Einzel- und -Dauerspenden, auch für Facebook, umfassen.

Saturn Tower · Leonard-Bernstein-Straße 10
1220 Wien
Telefon: 0800 2404010
service@atms.at
www.atms.at

SOCIAL CALL fundraising GmbH

Über 15 Jahre Erfahrung am Telefon mit Spendern für mehr als 52 Organisationen.

Wir bieten:
- Klassisches Telefon-Fundraisingvon A bis Z
- In- und Outbound
- Spezialisierung auf Klein-/Großspender, Unternehmen
- Besonderer Service für Notfälle und Patenschaften
- Qualifizierte Agents sprechen sensibel und authentisch
- Innovationen wie SMS-Spende

Technologiestraße 8/3, Postfach 207 · 1120 Wien
Telefon: +43 (0)1 6023912-364
Telefax: +43 (0)1 6023912-33
office@socialcall.at
www.socialcall.at

30 Jahre
Den Spender im Herzen.

DIRECT MIND GmbH

Fundraising aus Leidenschaft

- Sie suchen neue Spender?
- Wollen „nur" Adressen mieten?
- Brauchen eine Datenbank, mit Kennzahlen als Entscheidungshilfe?
- Wollen eine Telefon-Aktion starten?
- Suchen frische Kreationen mit einer Strategie, die den aktuellen Trend am Markt berücksichtigt?

Dieses erfahrene Team steht Ihnen mit Freude zur Seite.

Technologiestraße 8, Postfach 207 · 1120 Wien
Telefon: +43 (0)1 6023912-0
Telefax: +43 (0)1 6023912-33
office@directmind.at
www.directmind.at

SCHWEIZ

Motion Consulting GmbH

Fundraising | NPO-Management

Als Fundraiser, Marketing- und NPO-Spezialisten mit langjähriger Erfahrung bieten wir Know-how und Beratung für ein erfolgreiches Fundraising, zielgerichtetes Marketing und somit wirkungsvolles Handeln. In enger Zusammenarbeit mit unseren gemeinnützigen Kunden entwickeln wir innovative Ideen und Strategien, die einen spürbaren Wettbewerbsvorteil verschaffen und das Spendenergebnis nachhaltig verbessern.

Effingerstrasse 55 · 3008 Bern
Telefon: +41 (0)31 311 80 10
kontakt@motion-consulting.ch
www.motion-consulting.ch

Kuvertdruck Zurwerra AG

Ein Kuvert soll zu Ihrer Werbebotschaft genau so passen wie ein Maßanzug zu Ihnen.
Selbstklebend, gummiert, randabfallender Druck, in spannenden Formaten, Farben und Materialen. Heute bestellen - morgen liefern - Online-Lagerabruf u.v.m. Nehmen Sie mit uns Kontakt auf. Unser Beraterteam freut sich, Sie persönlich kennenlernen zu dürfen.

Weingartenstrasse 68 · 3904 Naters
Telefon: +41 (0)27 9243420
Telefax: +41 (0)27 9235331
mail@kuvertdruckzurwerra.ch
www.kuvertdruckzurwerra.ch

StiftungSchweiz.ch

Die Schweizer Stiftungsplattform

Suchen Sie Stiftungen in der Schweiz? Stiftung Schweiz.ch ist eine webbasierte Applikation, auf welcher alle rund 13.000 Schweizer Stiftungen zu finden sind. Die Plattform ist ein Instrument für alle Fundraiser, Gesuchsteller, Stifter, Stiftungsräte, Anwälte, Notare, Treuhänder, Behörden und Forschende. Verschiedene Leistungspakete sind verfügbar.

Rittergasse 35 · 4051 Basel
Telefon: +41 (0)61 2 78 93 83
kontakt@stiftungschweiz.ch
www.stiftungschweiz.ch

NonproCons

Management und Fundraisingberatung

NonproCons berät Non-Profit-Organisationen im Bereich Fundraising und Management. Gehen Sie mit uns neue Wege! In Zusammenarbeit mit Ihnen stellen wir Ihre Organisation, Ihre Stiftung oder Ihr Projekt auf eine finanziell und strukturell sichere Basis. Wir beraten Sie gerne!

Rittergasse 35 · 4051 Basel
Telefon: +41 (0)61 2789393
sekretariat@nonprocons.ch
www.nonprocons.ch

Harry Graf

Organisations- und Datenberatung

Harry Graf berät Non-Profit-Organisationen bei der Analyse und Konzeption ihrer Prozesse und hilft bei der Auswahl/Einführung von geeigneter Software. Zum Leistungsportfolio gehören auch Standortbestimmungen mit Konkurrenz-Vergleich. Er ist Dozent an der ZHAW Winterthur und zertifiziert vom Schweizerischen Fundraising-Verband (Berufsregister).

Obere Brünishalde 28 · 5619 Büttikon
Telefon: +41 (0)79 5068380
hg@harrygraf.ch
www.harrygraf.ch

getunik AG

Digital-Agentur für Non-Profit Organisationen

Wir machen das Web und die Welt seit 1998 ein bisschen besser. Wir kreieren digitale Auftritte, die begeistern. Mittels digitaler Fundraising-Massnahmen steigern wir Ihren Erfolg.
Mit unserer langjährigen Erfahrung in den Bereichen User Journey, Content-Strategie, Informationsarchitektur sowie User Experience Design machen wir Ihren digitalen Auftritt für die Besucher zum Erlebnis.
Technik entwickelt sich stetig weiter. Wir uns auch. Durch agiles Vorgehen ermöglichen wir Ihnen ein hohes Mass an Flexibilität.

Hardturmstrasse 101 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 533 56 00
info@getunik.com
www.getunik.com

RaiseNow AG

RaiseNow ist ein führender Anbieter von Online-Fundraising-Lösungen. Unser Fokus liegt auf „white label" Online-Fundraising-Tools, die von Organisationen und Spender/innen einfach anzuwenden sind. Von Online-Spenden über Payment-Prozesse hin zu Peer-to-Peer und Employee Giving – alles fügt sich in die bestehende Fundraising-Infrastruktur ein.
Hardturmstrasse 101 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 5335620
zurich@raisenow.com
www.raisenow.com

Corris AG

Corris ist eine 1995 gegründete Agentur für nachhaltiges Spendenmarketing. Von unseren Büros in Zürich, Bern, Lausanne und Bellinzona aus organisieren und realisieren wir Fundraising-Kampagnen in der ganzen Schweiz – mit Hilfe modernster Tablet-Computer und 3D-Datenbrillen.
Non-Profit-Organisationen erhalten bei Corris alles aus einer Hand: Beratung, Standaktionen (Face2Face), Haustür-Werbung (Door2Door), Datenverwaltung, Callcenter und Lettershop.

Hardturmstrasse 261 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 5638888
Telefax: +41 (0)44 5638899
info@corris.com
www.corris.com

comconsult

Zuverlässiger Outsourcing-Partner für alle Datenbank-Dienstleistungen rund ums Fundraising.

- Pflege Spenderbestand über ein EDÖB-zertifiziertes Secure Hosting
- tägliche Adressaktualisierung
- Datenanalysen und Potenzialermittlung
- wirksame Selektionen
- Spendenerfassung und Verdankungen
- transparente Abbildung Spenderverhalten

Kirchenweg 5 · 8008 Zürich
Telefon: +41 (0)44 4461040
Telefax: +41 (0)44 4461046
info@com-consult.ch
www.com-consult.ch

Ihr Unternehmen
fehlt hier noch?
Gleich eintragen unter:
fundraising-dienstleister.de

asm Agentur für Sozial-Marketing

Professionelle Mittelbeschaffung für NPOs seit über 35 Jahren. Von der Kreation bis zur Postaufgabe, von der Responseverarbeitung bis zur Adresspflege:

- Strategische Fundraising-Planung
- Mailing-Konzepte und Marketing-Mix
- Spendergewinnung, -bindung und -upgrading
- Spenderbefragungen
- Major Donor Fundraising
- Legatmarketing

Kirchenweg 5 · 8008 Zürich
Telefon: +41 (0)43 3883141
Telefax: +41 (0)43 3883151
info@asm-cc.ch
www.asm-cc.ch

ANT-Informatik AG

Nonprofit-Branchenlösung

Die ANT-Informatik wurde 1991 gegründet und hat sich seither mit ihrer Software SextANT zum führenden Anbieter integrierter Gesamtlösungen für Nonprofit-Organisationen entwickelt.
Wir bieten für folgende Branchen komplette Lösungen an:

- Spendenorganisationen
- Vergabe Stiftungen
- Internationale Hilfswerke
- Zoos und Museen

Hufgasse 17 · 8008 Zürich
Telefon: +41 (0)44 5522929
info@ant-informatik.ch
www.ant-informatik.ch

Arenae Consulting AG

Das modular aufgebaute Softwarepaket funtrade unterstützt alle Bereiche des kollektiven und individuellen Fundraisings, optional auch den Versandhandel. Es wird beim Kunden installiert oder als SaaS-Angebot genutzt. funtrade wird in Zusammenarbeit mit den Kunden stetig weiterentwickelt, um neuen Bedürfnissen des Fundraisingmarkts gerecht zu werden.

Freiestrasse 18 · 8032 Zürich
Telefon: +41 (0)44 2477000
info@arenae.ch
www.arenae.ch

fundraiso.ch

by InternetTime GmbH

Fundraiso.ch bietet eine Suchplattform im Bereich Stiftungen, Fonds und Sponsoring. Die Datenbank fokussiert sich auf die Schweiz und Deutschland. Sie bietet somit eine grenzüberschreitende Datensammlung im Bereich des institutionellen Fundraisings. Man kann selber in der Datenbank suchen oder Datenauszüge kaufen.

Sihltalstrasse 67 · 8135 Langnau am Albis
Telefon: +41 (0)43 3778975
anfrage@fundraiso.ch
www.fundraiso.ch

ZHAW School of Management and Law

Zentrum für Kulturmanagement ZKM

Das Diplom of Advanced Studies in Fundraising Management (30 ECTS Punkte) ist ein Weiterbildungsangebot des Zentrums für Kulturmanagement an der ZHAW. Dieses verfügt über ein gut ausgebautes Netzwerk von Experten, Dozenten und Mitarbeitern, die mit den vielfältigen Fragestellungen des Fundraising bestens vertraut sind.

Bahnhofplatz 12 · 8400 Winterthur
Telefon: +41 (0)58 9347979
info-weiterbildung.sml@zhaw.ch
www.zhaw.ch/zkm/fundraising

BLICKLE & HÄFLIGER Directmarketing AG

Wir beraten Sie seit über 25 Jahren kompetent von der Adresse bis zur Postaufgabe

NPOs vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen, dank unseres grossen Know-hows und unserer Flexibilität.
Blickle & Häfliger Directmarketing AG – Ihr unabhängiger Partner für:

- Zielgruppenberatung
- Adressvermittlung
- EDV-Dienstleistungen
- Laser-Personalisierung
- Lettershop
- Fulfillment-Abteilung

Wir freuen uns auf Sie!

Hardhofstrasse 15 · 8424 Embrach
Telefon: +41 (0)44 8667200
Telefax: +41 (0)44 8667201
blickle@blickle.ch
www.blickle.ch

Walter Schmid AG

Die beste Adresse für Adressen

Die Walter Schmid AG gehört zu den führenden Adressen-Anbieter in der Schweiz. Als profunde Kenner des Schweizer Spendenmarktes erwarten unsere Kunden erfolgreiche Marktbearbeitungs-Konzepte und Zielgruppenvorschläge sowie Unterstützung bei der Pflege und Bewirtschaftung der eigenen Gönnerdaten. Für die Neuspendergewinnung steht Ihnen unsere exklusive „SwissFund" Adressen-Datenbank zur Verfügung.

Auenstrasse 10 · 8600 Dübendorf
Telefon: +41 (0)44 8026000
Telefax: +41 (0)44 8026010
info@wsag.ch
www.wsag.ch

IBV Informatik AG

Die NPO/NGO Applikation iInfo bildet Ihre Geschäftsprozesse im Bereich Adressen, Dokumente, Fundraising, Handel, Marketing, Projekte, Spenden, Finanzen vollständig ab.
Mit auf Ihre Bedürfnisse abgestimmten Dienstleistungen werden standardisierte Prozesse implementiert und individuelle Anforderungen definiert und umgesetzt.

Stallikerstrasse 1 · 8906 Bonstetten
Telefon: +41 (0)44 7459292
Telefax: +41 (0)44 7459293
marketing@ibv.eu
www.ibv-solutions.com/de

SAZ Services AG

Das SAZ Fundraising-Portfolio mit ihren professionellen Softwarelösungen und datenbankgestützen Informationen bietet seit 30 Jahren NPOs auf der ganzen Welt eine ausgereifte und umfassende Branchenlösung an, die alle Aspekte von der Spendergewinnung über deren Umwandlung zu Dauerforderern bis hin zur Spenderbetreuung abdeckt.

Davidstrasse 38 · 9001 St. Gallen
Telefon: +41 (0)71 2273500
Telefax: +41 (0)71 2273501
info@saz.net
www.saz.com

Creativ Software AG

Die Creativ Software AG entwickelt Standard-Softwarelösungen für alle Bereiche des Büroorganisations-Managements sowie Branchenlösungen für Non-Profit-Organisationen, Verbände, Gewerkschaften, Parteien, Verlage, Beraterfirmen, Softwarehersteller, usw.
OM (Organisation Management) ist eine umfassende Businesssoftware mit hoher Parametrisierbarkeit

Unterdorfstrasse 83 · 9443 Widnau
Telefon: +41 (0)71 7272170
Telefax: +41 (0)71 7272171
info@creativ.ch
www.creativ.ch

Mensch statt Mode

Während sich die Modebranche im Glanz der Fashion Week in Berlin sonnte, machte das Onlinespendenportal betterplace.org zusammen mit der Werbeagentur FCB Hamburg auf das Leid von Kriegsflüchtlingen aufmerksam. Die Plakate des Fake-Fashionlabels „Epic Escape" sehen auf den ersten Blick aus wie Werbung für Mode, zeigen aber tatsächlich die Schicksale der abgebildeten „Models".

▶ www.menschlichkeit.de

Die Wette gilt!

Online-Plattform CommitMe geht neue Wege in der Spendenakquise

Wettschulden sind bekanntlich Ehrenschulden. Und weil das so ist, hat sich die neue Schweizer Plattform CommitMe ein besonderes Konzept ausgedacht, um Spenden zu generieren: User sollen eine Wette mit sich selbst abschließen. Das kann zum Beispiel wie folgt aussehen: „Ich esse einen Monat kein Fleisch, oder ich spende 50 Schweizer Franken an den Tierrettungsdienst." Gewettet werden kann ganz einfach über ein Formular auf der Website: Wette starten, Dauer und Wettpartner festlegen und Wetteinsatz wählen. Und wenn der innere Schweinehund besiegt wird? Dann haben die teilnehmenden NGOs – aktuell sind Amnesty International, Fairmed, Kinderkrebs Schweiz, Save the Children, die Schweizerische Herzstiftung und visopartents Schweiz dabei – trotzdem etwas davon, denn sie erreichen über CommitMe neue Zielgruppen.

▶ www.commitme.ch

Kurzgefasst …

Gute Bilanz I

Das Anlagevolumen, welches die Bank für Kirche und Diakonie 2016 betreute, stieg um 6,5 Prozent auf 7,6 Milliarden Euro. Die Bank vergab 220 Millionen Euro neue Kredite, zumeist an soziale Einrichtungen. Außerdem freut sie sich über sehr gute Werte bei Kundenbefragungen und die Auszeichnung als „Beste Bank".

▶ www.kd-bank.de

Gute Bilanz II

Aus dem Marktreport des Crowdfunding-Informationsportals crowdfunding.de geht hervor, dass der Crowdinvesting-Gesamtmarkt 2016 um 39 Prozent gegenüber dem Vorjahr gewachsen ist. Dabei stehen Immobilien mit 40,3 Millionen Euro an der Spitze der Investitionen, gefolgt von kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie Start-ups mit 8,8 Millionen und Energieprojekten mit 4,8 Millionen Euro.

▶ www.crowdfunding.de

Ganz schön was drauf

„Die Bremer Stadtmusikanten" zieren die diesjährigen Wohlfahrtsmarken. Die Aktion der Bundesarbeitsgemeinschaft der freien Wohlfahrtspflege steht unter dem Motto „Zeig was du drauf hast". Wer mit den Briefmarken seine Post frankiert, unterstützt damit gleichzeitig die Arbeit von AWO, Caritas, Diakonie, DRK, Paritätischem und der Zentralwohlfahrtsstelle der Juden.

▶ www.wohlfahrtsmarken.de

Neues kirchliches Spendenportal

Die Evangelische Kirche in Baden plant gemeinsam mit den Agenturen web commerce und altruja ein eigenes Spendenportal für kirchliche Projekte. Ziel ist es, die ganze Vielfalt kirchlichen Fundraisings zu zeigen und Gemeinden die Chance zu geben, auch online um Spenden und Anlassspenden zu bitten. Auch diakonische Projekte sollen auf der Plattform vertreten sein.

▶ www.ekiba.de

Zugehört und hingeschaut

Nightline Köln, das anonyme Zuhörtelefon von Studenten für Studenten, hat ein neues Corporate Design. Entwickelt hat es die Markenagentur wirDesign, die diese Aufgabe pro bono übernommen hat. Zentraler Aspekt ist das effektive Design, das jederzeit fortgeführt werden kann, ohne dass dafür spezielle Kenntnisse erforderlich sind.

▶ www.wirDesign.de ▶ www.nightline-koeln.de

Wieder unabhängig

Cornelia Blömer, seit 2010 selbstständig als Organisationsberaterin und Vorstandsmitglied im Deutsche Fundraising Verband, beendet ihre beratende Tätigkeit für die Softwarefirma ANT. „Der Schweizer Marktführer ist mit der Gründung der ANT Service GmbH in Deutschland erfolgreich auf dem deutschen Markt angekommen", zieht die erfahrene Fundraising-Managerin Bilanz. In den vergangenen zwei Jahren beriet sie den Geschäftsführer der ANT-Informatik, Thomas Walther, bei der Markteinführung der Branchenlösung in Deutschland und gestaltete gemeinsam mit jungrad.design den Markenauftritt der Firma neu. „Die NPOs in Deutschland profitieren von unterschiedlichen Anbietern – Konkurrenz belebt hier wirklich das Geschäft", zeigt sich die 51-Jährige überzeugt. Sie freut sich, jetzt wieder mehr Zeit für ihre Kunden zu haben, denn: „Der Softwaremarkt boomt gerade, und viele Kunden benötigen Unterstützung bei der Auswahl und Implementierung."

▶ www.fundraising-bloemer.de

Was Besseres zu tun?

„Für jeden Scheiß hast Du Zeit gehabt, dafür hat Dich jetzt der Krebs umgebracht" – klingt nicht nach einem lustigen Kinderreim, den der Kinderchor bei einer Schulaufführung (Foto) da singt. Der TV-Spot gehört zur diesjährigen Kampagne der Felix Burda Stiftung zu mehr Bewusstsein für die Darmkrebsvorsorge. Die Stiftung greift dabei wieder auf die erfolgreiche Kampagne aus dem letzten Jahr mit dem Motto „Ausreden können tödlich sein!" der Berliner Agentur Heimat zurück.

▶ www.felix-burda-stiftung.de

Gewinner

Die Agentur Freundliche Grüsse aus Zürich und Berlin ist Newcomer-Agentur 2016. Das entschied die Jury des Wettbewerbs „Das Jahr der Werbung". Das Team von Freundliche Grüsse macht nicht nur selbst Werbung, sondern unterstützt auch die Ausbildung von Flüchtlingen. Zusammen mit dem Arbeiterhilfswerk Zürich hat die Agentur das langfristig angelegte Projekt „Integrated" initiiert und bietet Flüchtlingen Praktika im Kreativbereich an.

▶ www.freundlichegruesse.com

Preisverdächtig

Der Deutsche Dialogmarketing Verband hat einen neuen Wettbewerb für den gesamten deutschsprachigen Raum ins Leben gerufen. Der MAX Award richtet sich an Agenturen und werbungtreibende Unternehmen und fordert sie auf, ihre besten Dialogarbeiten einzureichen. Dabei gibt es 33 Kategorien, darunter zum Beispiel „Spendengenerierung" und „Low Budget". Die Sieger werden in einer öffentlichen Onlineabstimmung im Zeitraum vom 28. August bis 17. September ermittelt. Die 30 besten Kampagnen werden in einer digitalen Ausstellung vorgestellt.

▶ www.max-award.de

n|w Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft

Kommunikation für Nonprofit-Organisationen (NPO)

Erfolgreiches Kommunizieren in NPO motiviert Mitarbeitende, überzeugt Geldgeber und sorgt für eine positive Medienpräsenz. Das Know-how dazu vermittelt der berufsbegleitende Studiengang «Kommunikation für NPO» (Certificate of Advanced Studies).

Information und Anmeldung: marianne.bucca@fhnw.ch, T +41 62 957 22 26

www.fhnw.ch/wirtschaft/weiterbildung/npo-kommunikation

Model Ann-Kathrin Brömmel hält einen toten Fuchs in die Kamera. Dem Tier wurde das Fell abgezogen, um es für Pelze zu verarbeiten. Zusammen mit der Tierrechtsorganisation PETA möchte Brömmel mit der Kampagne auf die qualvolle Haltung und Tötung von Tieren für Modezwecke hinweisen. Laut PETA sterben dafür pro Jahr mehr als 74 Millionen Tiere.

▶ www.peta.de

Das schmeckt uns nicht

CSR-Reporting: Nahrungsmittelindustrie am intransparentesten

Das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und der Unternehmensverband „future – verantwortung unternehmen" haben die CSR- und Nachhaltigkeitsberichte von 150 deutschen Großunternehmen bewertet. Dabei stellte sich die Nahrungsmittelindustrie als die Branche heraus, die bei Menschenrechts-, Arbeits-, Sozial- und Umweltbelangen am wenigsten transparent arbeitet. So veröffentlichte das Deutsche Milchkontor als einziges der fünf größten deutschen Nahrungsmittelunternehmen überhaupt einen CSR-Bericht. Das absolute Schlusslicht der Branche kommt ebenfalls aus der Milchwirtschaft: Die Unternehmensgruppe Theo Müller gibt überhaupt keine Informationen zu ihrer Nachhaltigkeit heraus. Besser machen es die Brauerei Neumarkter Lammsbräu und der Biolebensmittelproduzent Alnatura sowie das Unternehmen Lebensbaum, die als gute Beispiele herausgehoben werden. Bemängelt wurden vor allem – und das nicht nur im Bereich der Nahrungsmittelindustrie – fehlende Transparenz bei Verantwortung und Risiken in der Lieferkette sowie bei der Herkunft der Lieferanten. Besonders die Arbeitnehmerstandards und Umweltwirkungen internationaler Zulieferbetriebe werden unzureichend dargestellt.

▶ www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de

Ganz einfach

Gute Nachrichten für Organisationen, die ein Spendenkonto bei der GLS-Bank haben: Einmalige und wiederkehrende Spenden, die über das Onlinetool twingle kommen, werden direkt und zu 100 Prozent dem Konto gutgeschrieben. Die Organisationen müssen sich nicht um den Lastschrifteinzug kümmern. Mit twingle kann auf der Website, über das Smartphone oder direkt vor Ort gespendet werden. Benutzername oder Passwort sind nicht nötig, außerdem kann der Spender selbst entscheiden, ob er der Organisation, die er unterstützt, seine Daten mitteilt.

▶ www.twingle.de

Kompetent

Die Kanzlei Schomerus bietet seit Anfang des Jahres in Hamburg Strategieberatung für Gemeinnützige Vereine, Organisationen, Stiftungen und Verbände sowie Philanthropieberatung für Unternehmer und vermögende Privatpersonen an. Schwerpunkte sind der Auf- und Ausbau von Fundraising-Konzepten und die nötigen Schritte zur Etablierung und Positionierung der eigenen Marke. Geschäftsführer der „Schomerus – Beratung für gesellschaftliches Engagement GmbH" ist der Marken- und Fundraising-Experte Andreas Schiemenz.

▶ www.schomerus-npo.de

Nachhaltig

Die Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis ruft zum 3. Next Economy Award auf. Der Wettbewerb richtet sich an Start-ups und Organisationen, welche die Wirtschaft mit sozialen und ökologischen Verbesserungen nachhaltig mitgestalten wollen. Bedingung: Sie müssen in den letzten fünf Jahren in Deutschland gegründet worden sein. Den Gewinner erwarten Kommunikations- und Sachleistungen im Wert von 25 000 Euro. Bewerbungen sind bis 16. Juni möglich, die Preisverleihung findet am 7. Dezember in Düsseldorf statt

▶ www.nexteconomyaward.de

marketwing®

Wir geben Ihren Spendern ein Gesicht

Mit hochkomplexen Analyse-Systemen modellieren wir individuelle Förderer-Profile, damit Sie Ihre Neuspender-Potentiale optimal nutzen können. Die Ergebnisse sprechen für sich. Machen Sie Ihr Fundraising kreativ, einzigartig – zukunftssicher!

marketwing verewigt Fundraiser mit Köpfchen ...

... live auf dem Deutschen Fundraising Kongress 2017 in Kassel.
Jetzt Scan-Termin sichern, Kontaktdaten an **skulptur@marketwing.de** schicken und auf Losglück bauen.

Ihre persönliche 3D Figur

Leser-Post … und Leser-Postings

Fachlektüre, die Spaß macht

Zum Magazin allgemein

Vielen Dank für Ihr tolles Heft, das immer vollgepackt mit wertvollen Information und Ideen ist. Es macht wirklich Spaß; zu stöbern und zu lesen.

Liebe Grüße aus Lübeck
Sarah von KIDS Kenia

Auch Erkenntnisse gewonnen

Zur Verlosung im Magazin

Ich habe im Juli letzten Jahres das Praxishandbuch „Online-Fundraising. Wie man im Internet und mit Social Media erfolgreich Spenden sammelt“ gewonnen. Die Erkenntnisse aus dem Buch haben mir bei der Strukturierung und der weiteren Ideenfindung meiner Bachelorarbeit sehr weitergeholfen und bestimmt auch dazu beigetragen, dass ich die Arbeit mit 1,0 bestanden habe.

Viele Grüße,
Caroline Lauhoff

Amerikanisches Steuerrecht

Zu „Die Rolle der Stiftungen in der amerikanischen Gesellschaft“ Ausgabe 1/2017, Seite 80

Sehr geehrte Damen und Herren,
im Bericht von Herr Adam ist m.E. eine Korrektur vorzunehmen. Auf Seite 81, in der Mitte der zweiten Spalte, heißt es zur Steuerverschärfung: „… ein Minimum von zuerst 4,5 Prozent und ab 1975 von 6 Prozent ihres geschätzten Einkommens …“ Statt Einkommen muss es „ihres geschätzten Vermögens“ heißen, sonst wird das angestrebte Ziel des amerikanischen Steuerrechts nicht erreicht.

Mit freundlichen Grüßen
Michael Stephan, Stiftung St. Johannes der Täufer, Erkrath.

Ihre Post ans Fundraiser-Magazin

Wir freuen uns auf Ihre Post.
Was gefällt Ihnen am Magazin, was fehlt Ihnen und was sollten wir besser machen? Schreiben Sie bitte an

meinung@fundraiser-magazin.de

Aus Platzgründen müssen wir uns vorbehalten, Leserzuschriften gegebenenfalls auszugsweise zu veröffentlichen oder zu kürzen.

Die Lust an der Demokratie

Zu „Schöner Scheitern“

Liebe Redaktion,
schön, dass Sie das Thema aufgreifen. Warum darf man als Erwachsener sich das nicht mehr leisten, was als Kleinkind die Basis allen Lernens (Laufen, Essen ...) ist? Meine Geschichte ist aus einer Zeit, als das Thema noch weniger salonfähig war als heute.

„Scheitern als Chance“ und „Wähle dich selbst“, das waren die Leitmotive von Christoph Schlingensiefs „CHANCE 2000“ zur Bundestagswahl 1998. Auch ich bin unter dieser Flagge als parteiloser Bundestagskandidat angetreten. Die Organisation war schrecklich konfus, aber das Spektakel half, die Mission bekannt zu machen. Leider hat es dann nicht geklappt, mit Tausenden badenden Arbeitslosen im Wolfgansee Helmut Kohls Ferienhaus zu überfluten. Ich selbst kam mit 382 Wählerstimmen auch ich nicht weit. Wichtiger war die Botschaft: Jeder kann sich selbst ganz ohne Partei zum wählbaren Kandidaten aufstellen. Basis des vorprogrammierten Scheiterns war das Sammeln von 200 Unterstützerunterschriften ohne professionelle Dialoger. Das hat mich viel gelehrt. Viele Ansprachen, wenig Ausbeute. Ausgerechnet an der Universität war es am schwierigsten, Leute zu gewinnen. Auch der Datenschutz war damals ein großes Thema für die Unterstützer. Die Wahlbehörden hielten ebenfalls einige Schikanen parat – es durften damals keine selbst kopierten Formulare verwendet werden, gar nicht zu reden von Formblättern zum Download aus dem Internet.

Ich begegnete im Wahlkampf meinen Wettbewerbern von CDU, SPD, Grünen und FDP selbstbewusst auf Augenhöhe, das hat sie sichtlich irritiert. Und mich motiviert, es nochmal zu probieren: Aus der regelmäßigen Forsa-Umfrage, welche Partei in Deutschland am ehesten die anstehenden Probleme lösen könnte, antworteten regelmäßig über 50 Prozent: „Keine Partei.“ Voilà, das Motto meiner erneuten Kandidatur 2002 war gefunden, und ich konnte meine Stimmen verdoppeln.

„(Ge)scheiter weiter“, könnte man sagen. Nach wie vor stehe ich dazu: Alle Direktkandidaten (also die, die man mit der Erststimme wählt, das ist die Hälfte der Bundestagsabgeordneten) sollten parteilos sein. Inzwischen meine ich außerdem, dass die Plätze im Parlament in einer Mischung aus Wahl und Verlosung vergeben werden sollten. In nicht allzu ferner Zukunft ist die Zeit reif dafür, davon bin ich überzeugt. Wie sonst soll frustrierten Bürgerinnen und Bürgern die Lust an repräsentativer Demokratie zurückgegeben werden?

Viele liebe Grüße nach Dresden
Markus Schilling

frc Spenden MANUFAKTUR
Fundraising Communicators

Holger Menze
Geschäftsführer
Spenden Manufaktur
Vorsitzender QTFR

QUALITÄTSZIRKEL TELEFON-FUNDRAISING

Mit Strategie und Erfahrung zum Erfolg
Gute Spendenkampagnen sollen sich finanziell lohnen und gleichzeitig die Spenderbindung stärken. Wir alle wissen: Das kann eine Gratwanderung sein. Telefonkampagnen gehören durch den sehr persönlichen Kontakt zu den erfolgreichsten Spendenkampagnen, finanziell und ideell. Wir beraten Sie gerne zu den vielfältigen Einsatzmöglichkeiten. Profitieren Sie von unserer langjährigen europaweiten Erfahrung und reden Sie mit uns. Wir reden mit Ihren Spendern.

FRC Spenden Manufaktur GmbH
Alt-Moabit 89, 10559 Berlin
+49 30 23 32 91 17
h.menze@spenden-manufaktur.de
www.spenden-manufaktur.de

„Fundraising macht

Fundraising ist für die europäischen Demokratien von essenzieller Bedeutung. Dieser Meinung ist zumindest Gosse Bosma. Er ist Leiter der NGO Goede Doelen in den Niederlanden und neuer Präsident der European Fundraising Association (EFA), einem Netzwerk mit 17 nationalen Fundraising-Verbänden aus ganz Europa. Im Interview mit Paul Stadelhofer benennt er die Kernaufgaben, die er während seiner Amtszeit angehen will.

? Welche persönliche Bedeutung hat Fundraising für Sie?

Jeder kann ein Fundraiser sein, dazu muss man nicht studiert haben. Es ist einfach, jemanden darum zu bitten, eine gute Sache zu unterstützen. Aber Fundraising ist mehr als das. Fundraising ist tatsächlich zu einem Metier mit einer Menge Expertise geworden. Diese hat natürlich auch immer ihre gewisse Färbung, da es sich ja um Organisationen handelt, die sich an einem Ideal orientieren und Ideen entwickeln, wie man ein Problem lösen und Unterstützung erhalten kann.

? Sie haben Politikwissenschaften studiert. Warum glauben Sie, dass Fundraising der Bereich ist, in dem Sie positive Veränderungen herbeiführen können?

Fundraising ist ein Werkzeug für Philanthropie. Vielleicht war ich anfangs gar nicht so sehr am Fundraising interessiert als vielmehr an Organisationen, die Fundraising benötigen, um ihre Arbeit machen zu können. Es handelt sich dabei immer um ein Ideal dessen, was wir tun sollten, selbst wenn sich Regierungen nicht darum kümmern oder es keine Marktlösungen gibt. Die Energie, das Wissen und die Kraft, die entstehen, wenn sich Menschen zusammentun, um Probleme zu lösen, das ist es, was Fundraising ausmacht. Es geht darum, Partner und Spender miteinander zu verbinden und sie zu unterstützen, um Situationen zu verbessern.

nicht an Grenzen halt“

? Es geht also gar nicht allein um Geld?
Ein erfolgreicher Fundraiser ist nicht der, der das meiste Geld sammelt. Ein erfolgreicher Fundraiser schafft die besten und nachhaltigen Beziehungen zu einer großen Anzahl von Unterstützern. Es kann eine Spannung geben zwischen kurzzeitigem Profit, den Sie anstreben, und der Langzeit-Unterstützung, die Sie benötigen. Die meisten Organisationen verfolgen Ambitionen, die auf einen längeren Zeitraum ausgerichtet sind, während kurzfristige Lösungen in der Regel nicht nachhaltig sind.

? Warum haben Sie sich als Kandidat für die Präsidentschaft der EFA beworben?
Ich bin Gründungsmitglied der EFA und saß auch einige Jahre im Vorstand, habe mich später dann etwas zurückgezogen, war aber stets sehr interessiert. Es geht mir vor allem um die Verbindungen. Die machen einen klüger, bereichern und verleihen Energie. Deshalb war die EFA für mich immer eine Leidenschaft. Als es dann an der Zeit war, die Position zu übernehmen, habe ich zugesagt. Einer der Gründe lag auch darin, dass der Holländische Fundraising-Verband eine der größeren Mitgliedsorganisationen der EFA ist.

? Worin genau sehen Sie Ihre Rolle? Was sind Ihre Ziele?
Physisch betrachtet ist die EFA eine kleine Organisation, aber das Potenzial ist enorm. Wir sollten die EFA in jedem Fall effektiver gestalten. In jedem Land betreiben die Leute Forschung und verfügen über eine Menge Daten darüber, was aktuell vonstattengeht. Gleichzeitig interessieren sich viele dafür, was in ihren Nachbarstaaten geschieht, denn Informationen darüber können helfen, die eigene Arbeit zu verbessern, das Lobbying im eigenen Land voranzutreiben oder Innovationen zu schaffen. Man gewinnt durch den Austausch ein besseres Bild des Sektors im eigenen Land.

? Gibt es da spezifische Unterschiede?
Ich bin der Ansicht, dass einige südliche Länder einen stärkeren Sektor entwickeln sollten. Wenn wir uns die Staaten in Mittel- und Osteuropa anschauen, dann sehen wir, dass die dortige Zivilgesellschaft nach dem Fall des Eisernen Vorhangs entschiedene Impulse erhalten hat. Nun ist es daran, dass diese Organisationen als Teil der Zivilgesellschaft finanziell unabhängig werden müssen. Deshalb ist Fundraising in den ost- und südeuropäischen Ländern von immenser Bedeutung. Es ist wichtig, dass sich diese Organisationen eine kritische Haltung bewahren, um nicht zu abhängig von Finanzmitteln seitens der Regierungen zu werden. Fundraising und die gute Sache machen nicht an Grenzen halt. Deshalb ist eine internationale Orientierung der Zivilgesellschaft sinnvoll. Die EFA will dabei helfen.

? Worin sehen Sie die wichtigsten Herausforderungen des europäischen Sektors?
Sie müssen sich nur mal die Präsenz der Zivilgesellschaft in Brüssel vor Augen halten. Viele der internationalen Organisationen sind mit ihrer speziellen Aufgabe assoziiert, wie beispielsweise Umweltschutz. Sie haben in ihrem Bereich eine starke Lobby, aber die Bemühungen sind eher vereinzelt, wenn wir die Zivilgesellschaft als Ganzes betrachten, ihre Sichtbarkeit und ihren Einfluss. Unsere Stimme sollte stärker sein und muss eher gehört werden, wenn Eventualitäten auftauchen, die durch europäisches Recht alle Arten zivilgesellschaftlicher Organisationen betreffen. Wir müssen zusammenarbeiten und die Grundvoraussetzungen für eine florierende Zivilgesellschaft schützen.

NON-PROFIT FÜR EINSTEIGER RATGEBER

Fundraising-Events im kleinen Rahmen

Spielerisch Geld einsammeln und Anhänger mobilisieren

Eine Veranstaltung organisieren und dabei Spenden sammeln – das kann auch, wer kein Fundraising-Profi ist. Für ein gelungenes Event sind kreative Ideen gefordert – und eine gesunde Portion Realismus. Doch Vorsicht: Die Grenze zum Geschäftsbetrieb ist schnell überschritten.

Von PETER NEITZSCH

Einmal im Jahr ein großes Fundraising-Event organisieren, zu dem alle kommen und spenden, und die Vereinskasse ist wieder voll? So einfach funktioniert es leider nicht: „Eine Benefizveranstaltung ist ein gutes Mittel, um richtig viel Geld zu verbrennen", warnt Fundraiserin Beate Haverkamp. Die Geschäftsführerin des Conversio Instituts weiß: Hinter einer Gala, einem Drachenboot-Rennen oder dem Oxfam-Trailwalker steht ein immenser Aufwand, den eigentlich nur große und erfahrene Non-Profit-Organisationen bewältigen. „Viele kleine Initiativen sagen: Sobald Leute kommen und etwas Geld hängen bleibt, hat sich das schon gelohnt", berichtet auch Maik Meid, der mit seiner Firma Content Fundraising gemeinnützige Organisationen berät. Doch wenn der finanzielle und zeitliche Aufwand eingerechnet wird, fällt die Bilanz oftmals gemischt aus. Bei einer Kita, die einen Kinderflohmarkt organisiere, sei das vielleicht nicht so wichtig. Aber: „Wer im größeren Maßstab Spenden einsammeln möchte, sollte auch auf den Aufwand achten."

Meid hat auch ein Beispiel aus seiner Berufspraxis parat: Eine Laientheatergruppe hatte angeboten, die Einnahmen aus einem Auftritt einer freien Schule zu spenden. Einzige Bedingung: Die Schule hätte die Benefizveranstaltung organisieren müssen. „Wir haben dann kurz nachgerechnet und festgestellt, dass abzüglich Raummiete und Werbung kaum etwas übrig geblieben wäre." Schließlich musste die Schule das Angebot ablehnen. Am Anfang müssen daher ein paar grundlegende Überlegungen stehen: Welches Event passt zu uns? Wen können wir damit erreichen? „Der Auftritt eines Gospelchors in der Kirche ist einfach umzusetzen, weil die ihre eigene Fanbase schon mitbringen", sagt Meid. Je weniger Arbeit ein Event macht, desto besser: „Manche Sachen funktionieren immer wieder: Die freiwillige Feuerwehr kocht einmal im Jahr Erbsensuppe, und das hat Tradition." Aber auch exotische Events wären oft leicht machbar, etwa ein Bürogolfturnier in den neuen Räumlichkeiten.

„Die Größe des Events muss zur Größe der Organisation passen", bestätigt Haverkamp. So ist etwa für die Organisation von Konzerten auch entsprechende Erfahrung nötig. „Wenn der Verein nur 800 Leute im Verteiler hat, kann er damit keine Konzerthalle füllen." Bevor sich Ehrenamtliche in eine Fundraising-Veranstaltung stürzen, sollten sie sich daher fragen: „Haben wir die Zeit, das Know-how und das Geld, das richtig zu machen?"

Die Fundraiserin warnt davor, einfach ein Event zu kopieren: „Bloß weil etwas bei anderen funktioniert hat, lässt sich das nicht 1:1 übertragen." Stattdessen sollte sich eine Initiative fragen: Was können unsere Mitglieder und was lässt sich daraus machen? „In unserer Kirchengemeinde gab es eine Männer-Kochgruppe, die hat sich mit der Theatergruppe zusammengetan und einen Dinnerabend organisiert." Mit Erfolg: Das Fundraising-Event ist mittlerweile eine feste Institution im Gemeindeleben.

An ein bereits bestehendes Event anzudocken, ist oft sinnvoller, als etwas ganz Neues aus dem Boden zu stampfen. „Wenn ohnehin viele Menschen kommen, etwa zum jährlichen Sommerfest, lässt sich da auch noch ein Fundraising-Event dranhängen", rät die Expertin. „Am Anfang können das einfache, kleine Sachen sein, die Spaß machen – etwa Dosenwerfen." Haverkamp und ihre Mitstreiter haben einmal auf einem Gemeindefest Rikschafahrten gegen eine Spende angeboten. Auch das funktionierte gut. Ein Event zu organisieren, kann sich also lohnen, wenn es richtig gemacht wird. „Auch wenn sie nie der ganz große Geldbringer sind, Veranstaltungen sind eine gute Möglichkeit, die Öffentlichkeit zu erreichen", sagt Haverkamp. Auch der Presse bieten sie einen Anlass zu berichten. „Diesen Marketingeffekt muss man natürlich auch einkalkulieren." Und es gibt noch weitere Gründe für diese Form des Fundraisings: „Events sind hoch emotional, und sie dienen der Mobilisierung von Unterstützern", erklärt Meid.

Fundraising-Events stellen den Veranstalter noch vor eine weitere Herausforderung: „Bei jedem Event gibt es immer die Falle: wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb", weiß Meid. Wird Eintritt verlangt oder geht der Spendenhut rum? Steuerlich macht das einen großen Unterschied. Sobald es eine Gegenleistung gibt, zählen die Einnahmen zum Geschäftsbetrieb. So lassen sich die Erlöse vom Kuchenbasar nur mit einem Trick als Spende verbuchen: „Sie können den Kuchen verschenken und dann um eine freiwillige Spende bitten."

Bei einer Tombola kommen die Veranstalter dagegen nicht um den Geschäftsbetrieb herum: „Wenn Preise verlost werden, können die Spender, etwa lokale Unternehmen, ihre Sachspenden nicht einfach absetzen", erklärt Meid. Eine Tombola ist außerdem immer genehmigungspflichtig, denn sie unterliegt den Glücksspielgesetzen der Bundesländer. Aber auch beim Geschäftsbetrieb haben gemeinnützige Vereine einen steuerlichen Spielraum. Haverkamp rät daher: „Immer vorher einen Steuerexperten fragen, der sich das Modell genau ansieht."

Link-Tipp:

▶ www.fundraiserinsight.org/ideas

Bank
für Sozialwirtschaft

Fundraising professionalisieren.

Zum Beispiel mit unserem BFS-Net.Tool XXL. Generieren Sie Spenden im Internet und automatisieren Sie Ihre Spendenströme direkt auf Ihr Konto. Sie brauchen kein Programm zu installieren oder Ihre Homepage umzubauen.

Sprechen Sie mit uns. Wir haben die Lösung.

Telefon 0221 97356-0 | bfs@sozialbank.de | www.sozialbank.de | www.spendenbank.de

Die Bank für Wesentliches

Gemeinsam stark

Lobbyarbeit ist mehr als bloße Interessenvertretung

Wer seine legitimen Interessen gehört wissen will, muss sich aktiv darum kümmern. Die Fundraisingbranche setzt professionelle Lobbyarbeit oft auf die Agenda. Es geht aber um mehr, als nur den Hausausweis für den Deutschen Bundestag zu beantragen. Public Affairs umfassen aktive, geplante und zielgerichtete Dialoge mit der politischen Entscheideröffentlichkeit und gesellschaftlichen Gruppierungen mit dem zentralen Aspekt, Social Issues in Einklang mit eigenen Zielen zu bringen.

Von MARTIN FISCHER und UDO SONNENBERG

Aktuelle Themen? Datenschutz, Stiftungsrecht und Finanzen. „Steuern sowie steigendes Porto auf Spendenbriefe belasten wohltätige Vereine, Stiftungen und Verbände. Leidtragende sind Bedürftige", kritisiert Anja Raubinger, Geschäftsführerin der van Acken Fundraising GmbH. Die Einführung der Umsatzsteuer auf Porto hat den einfachen Werbebrief um 13 Prozent verteuert. Wohltätige Organisationen sind auf den Versand von Spendenbriefen und Magazinen angewiesen. Nur gut informierte Spender helfen. Zum adressierten Spendenbrief gibt es keine Alternative, eine Kürzung der Mailings hat Spendenverluste zur Folge. Steigende Kosten müssen Hilfsorganisationen bei Projekten einsparen. In Deutschland erhebt der Fiskus auf den Preis der Dialogpost von 28 Cent noch 19 Prozent Umsatzsteuer. In puncto Umsatzsteuer auf Porto ist der kommerzielle Versandhändler in Deutschland besser gestellt als das Kinderhilfswerk. „Der Staat greift große Beträge zulasten der Spendenorganisationen ab, die immer mehr sozialstaatliche Aufgaben schultern", merkt Raubinger an.

Public Affairs versteht sich als professionelle Weiterentwicklung des Lobbying zu einem effizienten Managementsystem, um legitime Interessen von Unternehmen oder Verbänden konsequent durchzusetzen, mit klaren Aufgaben: Durch Beeinflussung von Regierungen, Parlamentariern, Meinungsbildnern etc. soll das Umfeld verbessert werden, zum Beispiel durch Begrenzung der potenziell negativen Auswirkungen der Aktivitäten der Politik.

Im politischen System in Deutschland ist die direkte Einbindung von Verbänden in die politische Entscheidungsfindung charakteristisch. In der Verbändeliste des Deutschen Bundestages sind derzeit 2250 bundesweit agierende Verbände als Interessengruppen registriert. 10 000 Menschen arbeiten in diesem Bereich. Die Bedeutung der Verbände auf der politischen Ebene gründet auf der Tradition, politische Entscheidungen im größtmöglichen gesellschaftlichen Konsens zu treffen.

Zu den Aufgaben des Verbandslobbyisten gehört unter anderem frühes Informieren der Mitglieder über politische Vorhaben im jeweiligen Gebiet, über verbandsinterne Vorgänge sowie über Pläne gegnerischer Verbände oder Institutionen. Das Herstellen und die Moderation von Kontakten zwischen Verbandsmitgliedern und Ansprechpartnern in der Politik ist dabei von entscheidender Bedeutung. Im Sinn der Koordination

sollten einheitliche Auffassungen oder Richtlinien im Verband herbeigeführt werden. Auch Allianzen spielen eine Rolle: Über das Organisieren verbandsübergreifender Bündnisse kann die Durchsetzung gemeinsamer Ziele erreicht werden. Und nicht zuletzt ist politische Repräsentation vonnöten: Lobbying gegenüber der Politik, Behörden oder Medien.

Arbeitstechniken sind für Lobbyisten im Verband, in Unternehmen wie in NGOs vergleichbar. Der direkte Kontakt mit der Politik läuft nach den gleichen Mustern ab. Public Affairs ist ein spezialisiertes Handwerk. Ein guter Lobbyist lernt zunächst, die Inhalte seiner Auftraggeber zu verstehen. Er ist damit Inhaltsträger und berät dann aus seiner Kenntnis der politischen Zusammenhänge heraus vor dem Hintergrund des angeeigneten Fachwissens.

Was tun? Professionelle Lobbyarbeit kann auch für den Deutschen Fundraising Verband nur funktionieren, wenn auf Basis einer Analyse und der Entwicklung einer geeigneten Strategie eine Verzahnung der Maßnahmen angestrebt wird. Generell besteht bei Politik, Medien und Bürgern eine viel zu geringe Kenntnis über die Leistungen von NPOs und über das Thema Fundraising im Besonderen. Günstigere Rahmenbedingungen und eine gute Reputation für eine ganze Branche können nur als konzertierte Aktion erreicht werden.

In anderen europäischen Ländern greift der Staat Hilfsorganisationen unter die Arme statt in die Tasche. So gewährt Österreich eine Rückvergütung der Umsatzsteuer, und die österreichische Post bietet vergünstigte Versandbedingungen; in Großbritannien sind NPOs umsatzsteuerbefreit. Die Forderung beispielsweise nach besseren Konditionen für gemeinnützige Organisationen sollte gerade in einem Superwahljahr professionell kommuniziert werden.

Martin Fischer, Politologe M.A., ist Fundraising-Berater bei der van Acken Fundraising GmbH in Krefeld. Als Mitglied im Deutschen Fundraising Verband leitet er stellvertretend die Fachgruppe Stiftungen.
▶ www.van-acken.de

Udo Sonnenberg berät als Geschäftsführender Gesellschafter der elfnullelf Beratungsgesellschaft für Strategie und politische Kommunikation mbH in Berlin Kunden im Bereich der politischen Interessenvertretung.
▶ www.elfnullelf.de

GRÜN SOFTWARE AG

Neues GRÜN VEWA7 im modernen Design und mit neuen Funktionen

Neu: Native App GRÜN mVEWA

GRÜN Software AG | Pascalstraße 6 | 52076 Aachen | Tel 0241 18 900 www.gruen.net

Friendraising als Straftat

Warum es beim Fundraising manchmal besser ist, keine Freunde zu haben

Friendraising, Relationship Fundraising, Inside Out – Freundschaften spielen in Literatur, Aus- und Fortbildung eine zentrale Rolle, wenn es um die Faktoren erfolgreichen Fundraisings geht. Im Zusammenhang mit dem Fundraising staatlicher Schulen, Kindergärten, Museen oder Theater können Freundschaften jedoch schnell gefährlich werden – welche strafrechtlichen Risiken beim „Public Fundraising" lauern und wie sich diese minimieren lassen, soll daher im Folgenden skizziert werden.

Von DANIEL HAMPE

Beim Public Fundraising stellt sich immer die Frage, ob die Entgegennahme von Sponsoring- und Spendenmitteln eine strafrechtlich relevante Vorteilsannahme im Sinne des Strafgesetzbuchs (StGB) darstellt. Denn § 331 Abs. 1 StGB lautet: „Ein Amtsträger [...], der für die Dienstausübung einen Vorteil für sich oder einen Dritten fordert [...] oder annimmt, wird mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft."

Tatbestand: Vorteilsnahme

Das Problem: Das Public Fundraising erfüllt genau diese Merkmale. Daran ändert sich auch nichts, wenn nicht die Einrichtung selbst, sondern statt dieser ein Förderverein die Mittel einwirbt. In diesem Fall droht den handelnden Mitgliedern des Fördervereins sogar ein Strafverfahren wegen Beihilfe (vgl. z. B. Beschluss des VGH München aus 2015, Az. 7 CE 15 450) – dies wird in der Praxis häufig verkannt. Für den Sponsor oder Spender kommt in diesen Fällen übrigens eine (spiegelbildlich ausgestaltete) Vorteilsgewährung nach § 333 StGB in Betracht, die ebenfalls mit einer Freiheits- oder Geldstrafe bestraft wird.

Bliebe es bei diesem Ergebnis, würde die öffentliche Hand jährlich einen dreistelligen Millionenbetrag durch strafbares Fundraising einnehmen – eine nur schwer vorstellbare Konsequenz. Dies gilt umso mehr, als dass Sinn und Zweck der Korruptionsdelikte nicht die generelle Sanktionierung von Partnerschaften zwischen Staat und Privaten ist, sondern der Schutz des Vertrauens der Allgemeinheit in die Unkäuflichkeit und Unparteilichkeit von Hoheitsträgern.

Korrektiv: Die „Unrechtsvereinbarung"

Um diesem Gedanken Rechnung zu tragen, ist nach allgemeiner Auffassung der Tatbestand der Vorteilsannahme um das ungeschriebene Merkmal der „Unrechtsvereinbarung" zu erweitern. Eine solche (und somit auch eine Strafbarkeit) ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs

immer dann zu verneinen, wenn die Annahme der Zuwendung „sozialadäquat“ ist, das heißt, wenn „kein böser Anschein einer möglichen Käuflichkeit des Amtsträgers“ entsteht.

Anschein einer Käuflichkeit vermeiden

Beim Public Fundraising gilt es somit, den bösen Anschein einer möglichen Käuflichkeit zu vermeiden. Dies gelingt, wenn die öffentliche Hand transparent und neutral agiert und die Chancengleichheit konkurrierender Unternehmen wahrt, insbesondere durch eine breite Ansprache potenzieller Förderer, zum Beispiel durch Veröffentlichung förderbarer Projekte auf der Website der Verwaltung und den Versand von Projektskizzen, wechselnde Förderer und begrenzte Laufzeiten von Sponsoringverträgen (zur Vermeidung von „Haus-und-Hof-Sponsoren“). Zudem hilft eine sachliche Auswahl von Sponsoren auf Basis nachvollziehbarer Kriterien, der Verzicht auf Förderer, die sich zeitgleich um öffentliche Aufträge bemühen oder das Anzeigen und Genehmigen von Sponsorships („Vier-Augen-Prinzip“). Einen weiteren Aspekt bilden die Erstellung von Aktenvermerken und Sponsoringberichten sowie die Einhaltung der einschlägigen Sponsoring-Richtlinien.

Werden diese Maßnahmen eingehalten, lassen sich die mit dem Public Fundraising einhergehenden Risiken deutlich minimieren. Übrigens: Dass diese Risiken nicht nur theoretischer Natur sind, belegen die 10 480 Ermittlungsverfahren im Bereich des Sponsoring (bzw. ähnlicher Förderungen) durch Schul- und Kindergartenfotografen in 2014 (vgl. „Bundeslagebild Korruption 2014“ des Bundeskriminalamts). Leider sind sich viele öffentliche Verwaltungen und Institutionen, Fördervereine und Förderer der Gefahren ihres Fundraisings nicht bewusst. Es bedarf also insgesamt weiterer Sensibilisierung sowohl hinsichtlich der Risiken als auch der Möglichkeiten der Risikominimierung. Dies ist auch eine Chance für Literatur und Ausbildungsmarkt: Kompaktes Fundraising-Know-how, das auf die Besonderheiten von Kommunen, Ministerien und ihre Einrichtungen eingeht, ist aktuell – leider – noch Mangelware.

Dr. **Daniel Hampe** ist Rechtsanwalt und berät Kommunen, Ministerien und öffentliche Einrichtungen rund um das Fundraising. Er war Mitarbeiter am größten deutschen Forschungsprojekt zum Verwaltungssponsoring, promovierte zur Vereinbarkeit von Hochschulsponsoring und Wissenschaftsfreiheit und betreibt die Informationsplattform
▶ **www.staathilfe.de**

Millionenspenden in der Schweiz

Forschung und Kultur profitieren von Großspenden

Ein Handballzentrum für Jugendliche, ein großzügig eingerichtetes Affengehege, ein Lehrstuhl für die Erforschung von Muttermilch – nur eine kleine Auswahl an Projekten, welche in der Schweiz in den letzten Jahren durch Großspenden möglich gemacht wurden. Millionendonationen einzelner Personen und Stiftungen verhelfen der Forschung, der Kultur und dem Sport in der Schweiz zu internationalem Renommee. Eine Untersuchung des Center for Philanthropy Studies (CEPS) der Universität Basel hat versucht, Licht in das Großspendentum zu bringen und Fragen zu Stiftern und Rezipienten zu beantworten.

Von FELIX BARTOS

Basierend auf der Berichterstattung in deutschschweizer Zeitungen und Internetportalen wurden 102 Millionenspenden mit einer Gesamtsumme von circa 1,5 Milliarden Franken zusammengetragen und analysiert. Die betrachteten Spenden wurden von März 2006 bis März 2016 getätigt. Das Ziel der Untersuchung: eine Übersicht über die Schweizer Spendenkultur zu erstellen und einen Einblick in das Kommunikationsverhalten von Stiftern zu gewähren.

Gut die Hälfte der betrachteten Spenden wurde von Stiftungen getätigt, jeweils circa ein Fünftel von Unternehmen und Individuen. Als besonders spendabel erwiesen sich Einzelpersonen: Ihre Großspenden erreichten im Schnitt die höchsten Werte. Auffällig ist, dass Mäzene sich vor allem Projekten annehmen, zu denen sie einen persönlichen Bezug haben: die Förderung der eigenen Alma Mater, Bauvorhaben im Wohnort, die Unterstützung eines Sports, den man selber praktiziert. Während Stiftungen sich in der Ausschüttung von Großspenden auf ihren jeweiligen Stiftungszweck berufen, gingen Großspenden von Unternehmen insbesondere in die Förderung der wissenschaftlichen Forschung, die Finanzierung von universitären Lehrstühlen und die humanitäre Unterstützung nach Naturkatastrophen im Ausland.

Ein klares Bild zeichnet sich ab, wenn man die Empfänger der Spenden betrachtet: Mit 76 Prozent der Mittel wurde der Löwenanteil der Forschung und der Bildung zugesprochen. Insbesondere die Universitäten in Zürich, aber auch jene in Basel, Bern und Fribourg konnten davon profitieren. Dank Spenden von Stiftungen, Privatpersonen und Unternehmen konnten die deutschschweizer Hochschulen neue Lehrstühle kreieren, in erstklassige Maschinen investieren und ihre Infrastruktur für die Zukunft rüsten. Besonders häufig profitiert davon die ETH Zürich: Mehr als 300 Millionen Franken konnte die Technische Hochschule in den letzten zehn Jahren alleine durch Millionenspenden auftreiben. Die Anzahl an jährlichen Großspenden an die ETH nimmt weiterhin zu, ihr gezieltes Großspendenfundraising und die enge

Kooperation mit Technikkonzernen zahlen sich aus.

Bedeutend kleiner ist der Anteil der Kultur am Millionenspendenkuchen, jeder fünfte Franken ging in diesen Bereich. In keinem Segment waren die Spender im Durchschnitt aber dermaßen großzügig – sowohl im Durchschnitt wie auch im Median wurden hier klar die höchsten Beträge gespendet. Insbesondere bewährte Kulturinstitutionen konnten von Großspenden profitieren – so wurden etwa die traditionsreichen Kunstmuseen in Basel oder der zoologische Garten in Zürich überdurchschnittlich großzügig beschenkt. Die Stifter in der Kulturszene geben sich dabei gerne verschwiegen: Oftmals wurde über Donationen nicht berichtet oder nur ohne Angabe des Spenders und des genauen Betrags. Während Stiftungen und Unternehmen aus Gründen der Transparenz und der Publikumswirksamkeit meist offen über ihre Großspenden kommunizieren, scheint insbesondere bei traditionsbewussten Philanthropen noch immer der Grundsatz zu gelten, dass man zwar geben, darüber aber schweigen soll.

Während jede zehnte Millionenspende an den humanitären Bereich ging, floss nur einer von hundert Franken in diesen Sektor. Die Spenden an Hilfsorganisationen und ähnliche Projekte erreichten den klar tiefsten Durchschnitt. Dies zeigt ein großes, bisher nur ansatzweise genutztes Potenzial für Hilfsorganisationen im Großspendenfundraising. Eine stärkere Ausrichtung auf Großspender könnte humanitären internationalen Organisationen Zugang zu einem lukrativen und potenziell wachsenden Spendenmarkt bieten, von dessen Ressourcen in der Schweiz momentan vor allem inländische Projekte profitieren.

Durch Großspendenfundraising können gemeinnützige Organisationen gezielt Geldgeber finden, welche bereit sind, ihre Projekte mit großen Investments zu fördern. Dies funktioniert besonders gut, wenn beim Spender die Fähigkeit zur Identifikation mit dem begünstigten Projekt besteht oder geschaffen werden kann. Gelingt dies, eröffnet sich die Möglichkeit einer fruchtbaren und starken Partnerschaft zwischen Stifter und Rezipienten, welche große Chancen bietet.

Felix Bartos arbeitet als Hilfsassistent am Center for Philanthropy Studies (CEPS) der Universität Basel. Er studiert Medien- und Wirtschaftswissenschaften und ist für das CEPS in der Öffentlichkeitsarbeit und Medienbeobachtung tätig, unter anderem als Redakteur des Bulletins „Philanthropie Aktuell". Privat engagiert er sich für gemeinnützige Projekte in den Bereichen Non-Profit-Journalismus und Jugendkultur.
▶ http://ceps.unibas.ch

THE Certified Fund Raising Executive® ADVANTAGE

Demonstrate your experience and knowledge of best practices in ethical fundraising with the independently accredited and internationally recognised CFRE® professional certification.

■ COMPETENCE
Confirms your knowledge of global standards for fundraising best practice, accountability, and ethical conduct.

■ CREDIBILITY
Distinguishes you as a dedicated professional who keeps pace with the latest fundraising developments in Europe and around the globe.

■ CAREER ADVANCEMENT
Makes you part of an international network of leaders in professional fundraising with expanded career opportunities and earning power.

■ COMMITMENT
Makes a public statement of personal dedication to uphold the ethics and integrity of the global fundraising profession.

CFRE®
CFRE International
Certifying fundraising executives
Setting standards in philanthropy

Learn more and apply at: **www.cfre.org/de**

The CFRE® exam is available at more than 200 testing centres in Germany, Austria, and Switzerland.

Neue Werte?

Face-to-Face-Fundraising erlebt in England eine Wende

Face-to-Face-Fundraising ist auch in England, dem Land mit dem größten Spendenaufkommen Europas von rund 11,2 Milliarden Euro im Jahr 2015, ein wichtiges Instrument. Dort wurden im vergangenen Jahr über 710 000 Spenderinnen und Spender an der Haustür und auf der Straße gewonnen. Doch dieses Ergebnis war das schlechteste seit sieben Jahren. Wie konnte das passieren in einem Land, in dem sich Spendenbitten und Fundraising durch fast alle Lebensbereiche ziehen?

Von JAN UEKERMANN

Olive Cooke beendete ihr Leben in dem Jahr, als das Straßen-Face-to-Face-Fundraising seinen 20. Geburtstag feierte. Die 92-jährige Engländerin beging am 15. Mai 2015 Selbstmord, da sie sich von den vielen Spendenanfragen „bedrängt und überwältigt" fühlte, wie sie in ihrem Abschiedsbrief schrieb. Sie habe 3000 Spendenanfragen von Organisationen im Jahr erhalten – den Großteil via Brief und Telefon, einige persönlich an der Tür und auf der Straße. Die Medien stürzten sich auf die Geschichte und führten damit die komplette Fundraising-Branche der Insel in eine Krise, die weltweit ihresgleichen sucht.

Die bisher anerkannte Fundraising-Szene in England stand mit dem Rücken zur Wand. Prominente Vertreter wie Ken Burnett eilten von Pressetermin zu Pressetermin, um für ethisch korrektes Fundraising zu werben und aufzuzeigen, was verbessert werden sollte. Die plötzlich sehr ablehnende Meinung gegen das Fundraising traf auch die vielen Dialoger auf den Straßen und an den Türen. Organisationen fuhren ihre Anstrengungen im Face-to-Face-Fundraising – zumindest zeitweise – massiv zurück, gleich mehrere Agenturen gingen bankrott. Das allerdings ist keine Seltenheit in England, wie der internationale Fundraising-Experte und Face-to-Face-Legende Daryl Upsall im Herbst 2015 schrieb: „In Fundraising-Märkten wie dem in UK geht fast jeden Monat eine andere F2F-Agentur bankrott oder muss sich massiv verkleinern." Der Markt ist extrem kompetitiv und schnelllebig.

Die Krise als Chance – auch für F2F

Obwohl die meisten Medienberichte nach Olive Cookes Selbstmord in erster Linie die Praxis der Spendenbriefe und des

Telefonfundraisings kritisierten, wurde in der Gesellschaft nicht so differenziert. Das hatte natürlich Auswirkungen auf die Spendeneinnahmen, und auf vielen Ebenen wurde damit begonnen, Veränderungen herbeizuführen, allen voran „The Comission of the Donor Experience". Diese Gruppe besteht aus rund 1000 Freiwilligen und ist aktuell in den Endzügen, zu insgesamt 25 Projekten Verhaltensregeln aufzustellen. darunter einige, die direkten Einfluss auf das Face-to-Face-Fundraising haben.

Neue Regeln für die Branche

Während es sich hierbei allerdings in erster Linie um Regeln handelt, die sich die Szene selbst auferlegt, wurden auch Maßnahmen lanciert, die ganz direkt auf Face-to-Face-Kampagnen Einfluss haben. So müssen sich jetzt alle Dialoger, die in London tätig sind, zunächst einem Strafregister-Check unterziehen. Das kostet pro Dialoger zusätzlich zwischen 25 und 40 Pfund. Alle Maßnahmen sollen dazu beitragen, Spender stärker zu schützen und vor allem die Qualität des Fundraisings zu erhöhen. Das forderte Daryl Upsall schon damals: „Focus on quality not just quantity."

Qualität im Face-to-Face steigern

In der Folge von Olive Cookes Tod wurden von den Medien auch wieder einige „schwarze Schafe" im Face-to-Face-Fundraising aufgedeckt. Die Qualitätsansprüche sind demnach bei den Fundraising-Verantwortlichen enorm gestiegen. Das hat auch die Formunauts GmbH aus Wien erkannt, die derzeit unter anderem auf den englischen Markt expandiert. Mit ihrer Tablet-Lösung für Face-to-Face-Fundraising will sie zum einen die Vorteile der Digitalisierung nutzbar machen. Gleichzeitig bietet ihre App seit Kurzem ein Qualitäts-Widget an: Vor Arbeitsantritt muss ein Dialoger täglich einige Fragen korrekt beantworten. Das ist ein Qualitätscheck der Dialoger durch die Organisationen. Darüber hinaus können geworbene Spender den Dialoger bewerten – und diese Bewertungen gehen direkt an die Vorgesetzten und die Verantwortlichen in der Organisation.

Einige Millionen Pfund

Ken Burnett prognostizierte im Februar beim Fundraising Symposium in Frankfurt, dass die Folgen aus dem Fall Olive Cooke die Charity-Organisationen in England einige Millionen Pfund kosten werden – alleine um neue Gesetze einzuhalten und die Qualitätsstandards zu erhöhen. Das scheint auf der einen Seite zu schmerzen, auf der anderen Seite wird die Arbeit somit hoffentlich auf allen Seiten verbessert.

Reden ist Silber, dialogen ist Gold!

Dialog Direct®

www.dialogdirect.info

Sagen Sie es anders!

Bewusstes Framing verändert die Wahrnehmung und so die Realität

So vieles im Leben ist eine Frage der Perspektive. Das ist bekannt. Weniger bekannt ist, dass man sich das durchaus auch im Arbeitsalltag zunutze machen kann.

Von ANDREAS BERG

Es lohnt sich immer, den Blick zu weiten und auch Veranstaltungen zu besuchen, die nur am Rande mit Fundraising zu tun haben. So sitze ich im Eröffnungsvortrag der re:campaign, einer Tagung für Online-Kommunikation. Elisabeth Wehling spricht über Framing. Sie erklärt, dass Frames Deutungsrahmen sind, die durch ein Wort in unserem Gehirn aktiviert werden. So wird der Begriff „Steuer" oft durch Frames wie „Last" oder „Erleichterung" geprägt. Die Steuer erscheint dadurch als etwas Belastendes, von dem man erleichtert werden muss. In diesem Frame spielen positive Aspekte der Steuer keine Rolle. Fragen Sie sich gerade, was das Positive an Steuern sein soll? Das zeigt, wie der Frame funktioniert. Schließlich haben wir (fast) alle von steuerlich finanzierter Bildung profitiert, fahren über steuerlich finanzierte Straßen und so weiter. Hier habe ich ebenfalls einen Frame benutzt: „gemeinschaftlich". Ich hätte auch „kostenlose" Bildung schreiben können oder staatlich gebaute Straßen. Das hätte andere Bedeutungsmuster aktiviert. Der Frame prägt so die Grundeinstellung auf ein Thema unbewusst, auf kognitiver Ebene. Mit weitreichenden Folgen. So werden Fakten, die dem Frame widersprechen, schlechter wahrgenommen.

Nehmen wir als Beispiel den Begriff „Verwaltungskosten". Verwaltung assoziiert nichts Positives, sondern Bürokratie und Ineffizienz. Wer verwaltet, arbeitet nicht aktiv. Der Begriff ist auch nicht dynamisch, er impliziert Starrheit. Noch schlimmer ist es im Englischen: „Overhead". Das wächst einem direkt über den Kopf hinweg. Überflüssig wäre da beschönigt, die Assoziation ist eher die einer Gefahr. Wenn Fundraiser stolz einen Button mit der Aufschrift „I'm Overhead" tragen, aktivieren sie damit den Frame zusätzlich und verstärken ihn. Innerhalb eines Frames können wir nicht gegen die Denkweise argumentieren, die der Frame vorgibt. Wenn wir also die Debatte um Verwaltungskosten verändern wollen, dürfen wir den Begriff „Verwaltungskosten" nicht verwenden. Ein Verneinen eines Frames aktiviert den Frame und lenkt die Wahrnehmung in bekannte Bahnen.

Solange wir von „Verwaltungskosten" sprechen, erzeugen wir in uns und anderen ein negatives Bild von „Verschwendung", „Ineffizienz" und schlecht verwendeten Spenden.

Tatsächlich ist das nicht der Fall. Zu den Verwaltungskosten werden alle Kosten gerechnet, die die Arbeit anderer unterstützen und sie dadurch besser machen. Oder soll in einem Krankenhaus der Chefarzt selbst ans Telefon gehen? Natürlich nicht. Dafür hat er eine Sekretärin, die ihm ermöglicht, sich aufs Wesentliche zu konzentrieren. Der Sozialarbeiter einer Obdachlosenhilfe muss seine Zeit nicht mit Buchhaltung verschwenden. Dafür hat seine NGO Experten eingestellt. Ohne diese Unterstützung wäre es gar nicht möglich, in einer Organisation effektiv zu arbeiten. Der Frame Verwaltungskosten führt völlig in die Irre. Angemessener wäre es, von Unterstützungskosten zu sprechen. Oder, noch geeigneter, vom Unterstützungsanteil einer Spende. Das ist als Frame vollkommen angemessen. Wenn wir so Sinnvolles als sinnvoll darstellen, können wir es auch besser vom eigentlichen Problem trennen, von Verschwendung und Betrug. Eine Differenzierung, die der Frame „Verwaltungskosten" fast nicht erlaubt, weil er alles als Verwaltung Definierte als negativ abstempelt.

Nach Abschluss ihres Vortrags wird Elisabeth Wehling gefragt, ob Frames nicht eine Manipulationstechnik sind. Ob man fairerweise nicht neutral kommunizieren müsse? Ihre Antwort ist eindeutig: Aus Sicht einer Kommunikationswissenschaftlerin sei das naiv. Wir können Sprache nur über Bilder und Begriffsmuster verstehen. Die Frage ist nicht, ob wir Frames benutzen, sondern nur welche. Sobald wir Frames verwenden, die unsere Aussage nicht unterstützen, werden wir mit unserem Anliegen nicht durchdringen. Es lohnt sich also, bei jedem Spendenaufruf darüber nachzudenken, ob die benutzten Frames und Methapern eine Entscheidung für eine gemeinnützige Spende unterstützen oder nicht. Nehmen wir zum Beispiel das Wort „Zahlung". Zahlung impliziert eine kommerzielle Transaktion. In diesem Bedeutungsrahmen sind Sie ein Dienstleister und der Spender Ihr Kunde. Ein Dankbrief, der mit dem Satz „Vielen Dank für Ihre Zahlung ..." beginnt, begründet damit ein Dienstleister-Kunden-Verhältnis zwischen Ihnen und Ihrem Spender. In diesem Kontext wird der Brief gelesen und verstanden. Schreiben Sie hingegen „Vielen Dank für Ihren Beitrag ...", trägt der Spender zu etwas Gemeinsamem bei, und Sie prägen ein anderes Verhältnis zu ihm. Ob Sie das wollen oder ob Sie sich als Dienstleister sehen, wichtig ist, den jeweils passenden Frame auszuwählen.

Andreas Berg ist seit 16 Jahren Fundraiser und gilt als Spezialist für Datenanalysen, Strategieberatung und Database Fundraising. Seit 2012 steht er Non-Profit-Organisationen als unabhängiger Berater zur Seite.
▶ **www.andreasberg.net**

«JAAAAAAHHH!

Ich BIN leicht verstört. Aber diese VERFLIXT-UND-ZUGENÄHTE Software raubt mir echt den letzten NERV.»

Verfolgen Sie, wie sich Denise wieder beruhigt.

www.creativ.ch/Vision

creati</> SOFTWARE

Wir machen Komplexes einfach

APRIL

Start Zertifikatslehrgang: CAS Nonprofit Governance & Leadership
03.04., Sigriswil / Uni Basel
www.ceps.unibas.ch

Tagesseminar – Business-Etikette: Moderne Umgangsformen als Erfolgsfaktor
03.04., München
www.fundraisingakademie.de

DFRV-Regionalgruppentreffen Potsdam / Land Brandenburg
03.04., Potsdam
www.fundraisingverband.de

DHV-HRK-Fundraisingsymposium: Nachhaltigkeit
03.04., München
www.hochschulverband.de

Intensivseminar Zivilgesellschaft
03.04., Berlin
www.maecenata.eu

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
03.04., München
www.winheller.com

Europa vor Ort: EU-Fördermittel für sozialwirtschaftliche Projekte
03. & 04.04., Berlin
www.bfs-service.de

MUNICH FUNDRAISING SCHOOL

Effektiv und effizient führen – erfolgreiche Führungsarbeit in Verbänden und Stiftungen
03. & 04.05., München
www.munichfundraising.school

Medium- und Großspenden-Fundraising
04.04., Wien
www.npo-akademie.at

Deutsches CSR-Forum 2017
04.–05.04., Ludwigsburg
www.csrforum.eu

„Crash-Kurs" Europäische Fördermittel für die Sozialwirtschaft
05.04., Berlin
www.bfs-service.de

Erfolgreiche Projektentwicklung im Bereich Flucht und Migration
05.04., Stuttgart
www.caritas-bildungszentrum.info

Stärkenfokussierte Mitarbeiterführung
05.04., Köln
www.fundraisingakademie.de

Spendentag
05.04., Wien
www.fundraising.at

Online-Fundraising und Online-Campaigning
05.04., Wien
www.npo-akademie.at

Förderermagazine als Spenderbindungsmittel
05.04., Berlin
www.npo-akademie.de

Basiskurs Freiwilligenkoordination
05.–07.04., Berlin
www.ehrenamt.de

Fundraising Forum Niedersachsen
06.04., Hannover
www.Fundraising-Forum-Niedersachsen.de

Erbschaftsfundraising (Erbschaftsmarketing)
06.04., Wien
www.npo-akademie.at

Storytelling – Wie aus Fakten erlebbare Geschichten werden, die begeistern und unterhalten
06.04., Berlin
www.npo-akademie.de

6. Fachforum Erbschaftsfundraising: Telefonmarketing, ein Instrument im Erbschaftsfundraising!?
06.04., Köln
www.pax-bank.de

Aktuelles Gemeinnützigkeitsrecht
06.04., Frankfurt am Main
www.winheller.com

Training für erfolgreich(er)e Spendenmailings
07.04., Wien
www.npo-akademie.at

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
07.04., Berlin
www.winheller.com

Crowd Campaigning
11.04., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Strategische Fundraising-Planung
11.04., Basel
www.nonprocons.ch

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen
18. & 19.04., Frankfurt am Main
www.fundraising-praxis-seminare.de

Kursstart EU-Fundraiser
19.04., Berlin
www.euroconsults.eu

Stiftungsrecht: Quo vadis? Ein Zwischenbericht zur BGB-Stiftungsrechtsreform
19.04., Berlin
www.maecenata.eu

Stiftungsfundraising für Einsteiger
19.04., Basel
www.nonprocons.ch

Internationale Messe FAIR HANDELN 2017
20.–23.04., Stuttgart
www.fair-handeln.com

Zertifizierte Weiterbildung „ManagerIn für öffentliche Fördermittel"
24.04., Berlin
www.emcra.eu

Finanz- und Projektmanagement im Europäischen Sozialfonds (ESF)
24.04., Berlin
www.emcra.eu

Inklusion, soziale und berufliche Teilhabe: Förderung durch die Sozialgesetzgebung (SGB), Stiftungen und Sozialotterien
24.–26.04., Berlin
www.emcra.eu

Der Kreislauf des Mailings
25.04., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Aktionsauswertungen in Enterbrain 2.0
26.04., Hainburg
www.enterbrain.ag

CRM: Grundlagen für erfolgreiches Dialogmarketing
26.04., Königstein/Ts.
www.sv-institut.de

DFRV-Regionalgruppentreffen Kassel
27.04., Kassel
www.fundraisingverband.de

Fundraising Crashkurs I – Was Sie schon immer über Fundraising wissen wollten
27.04., München
www.munichfundraising.school

Tender-business für NPOs – Wie NPOs erfolgreich an EU-Ausschreibungen teilnehmen
27.04., Wien
www.npo-akademie.at

OWL goes Fundraising SPEZIAL: Fundraising-Strategie – Warum Spenden nicht auf Bäumen wachsen
27.04., Bielefeld
www.owlgoesfundraising.com

10. Kongress der Sozialwirtschaft
27. & 28.04., Magdeburg
www.sozkon.de

Kompaktseminar: Geldauflagenmarketing
28.04., Berlin
www.fundraisingakademie.de

MAI

Basisseminar: Praxis des Fundraisings
02.05., Frankfurt am Main
www.pbhessen.de

Deutscher Fundraisingkongress 2017
03.–05.05., Kassel
www.fundraising-kongress.de

Happy Major Donors – Großspender finden und binden mit Events
05.05., München
www.munichfundraising.school

Start Zertifikatslehrgang: Finanzen und Controlling in NPOs
08.05., Berlin
www.npo-akademie.de

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
08.05., Köln
www.winheller.com

Fundraising für Hochschulen
08. & 09.05., Bonn
www.hochschulverband.de

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen – Die Starthilfe in Ihr professionelles Fundraising
08. & 09.05., Köln
www.odenwaldinstitut.de

re:publica 2017
08.–10.05., Berlin
www.re-publica.com

Tagesworkshop – Das effektive Großspendergespräch: quick and friendly zum Erfolg
09.05., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Fundraising-Forum Frankfurt
09.05., Frankfurt am Main
www.fundraisingforum-frankfurt.de

Stiftungsfundraising für Fortgeschrittene
09.05., Basel
www.nonprocons.ch

Start Fortbildung „Referent/-in Hochschulfundraising"
10.05., Münster
www.fundraisingakademie.de

Markenerfolg – Ein Workshop für eine erfolgreiche Positionierung im Markt
10.05., Köln
www.fundraisingakademie.de

DFRV-Regionalgruppentreffen München
10.05., München
www.fundraisingverband.de

Testamente und Vermächtnisse – Was Vereine, Stiftungen und NPOs für eine rechtssichere Zuwendung beachten müssen
10.05., Köln
www.npo-akademie.de

22. acn Konferenz – Forum für Alumni-Management, Career Service, Networking, Fundraising und Social Media
10.–12.05., Karlsruhe
www.alumni-clubs.net

Start Ausbildung „Engagementberatung"
11.05., Berlin
www.ehrenamt.de

Neuromarketing Kongress
11.05., München
www.neuromarketing-wissen.de

Erbschaftsfundraising (Erbschaftsmarketing)
11.05., Köln
www.npo-akademie.de

Tagesseminar Großspenden- und Nachlass-Fundraising
12.05., München
www.fundraisingakademie.de

Fundraising kompakt – wichtige Bausteine für eine erfolgreiche Mittelbeschaffung
12.05., Berlin
www.kbw.de

Big fishes – big challenges: Fundraising mit Unternehmenskooperationen
12.05., München
www.munichfundraising.school

8. Stiftungstag der Landeskirche Hannover und 4. Tag der Fördervereinen und Förderkreise
13.05., Hannover
www.fundraising-fortbildung.wir-e.de

Steuerrecht „kompakt" für Non-Profit-Organisationen – Welche aktuellen Änderungen gibt es im Gemeinnützigkeitsrecht?
13.05., Berlin
www.npo-akademie.de

Start Lehrgang „Fundraising-Manager/-in (FA)"
15.05., Arnoldshain
www.fundraisingakademie.de

Start Zertifikatslehrgang: Professionelles Personalmanagement in NPOs
15.05., Wien
www.npo-akademie.at

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
15.05., Hannover
www.winheller.com

Fördermittelgewinnung bei Stiftungen
16.05., Berlin
www.bfs-service.de

DFRV-Regionalgruppentreffen Münster
16.05., Münster
www.fundraisingverband.de

Erfolgreiche Korrespondenz mit Spenderinnen und Spendern – Mit gelungenen Texten ansprechen und binden
16.05., Berlin
www.npo-akademie.de

Fit für die Öffentlichkeit – Auftritt und Präsenz entscheiden über Erfolg
16. & 17.05., München
www.munichfundraising.school

Vorlagen in Enterbrain 2.0
17.05., Hainburg
www.enterbrain.ag

Tagesseminar: Wirkungsvolle Unternehmenskooperationen
17.05., Münster
www.fundraisingakademie.de

Start Fortbildung „Referent/-in Klinik-Fundraising"
17.05., Siegburg
www.fundraisingakademie.de

Deutscher StiftungsTag 2017
17.–19.05., Osnabrück
www.stiftungen.org

Sozialotterien
18.05., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Bildungsfundraising
18.05., Berlin
www.npo-akademie.de

Online-Fundraising – Was Fundraiser über Online-Marketing wissen müssen
19.05., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Fundraising für Vorstände & Geschäftsführer – was kann ich davon erwarten?
19.05., München
www.munichfundraising.school

Weiterbildung:
ManagerIn für öffentliche Fördermittel
22.05., Berlin
www.emcra.eu

Kompaktseminar: Geldauflagenmarketing
22.05., Stuttgart
www.fundraisingakademie.de

Tagesseminar – Business-Etikette:
Moderne Umgangsformen als Erfolgsfaktor
23.05., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Kapitalkampagne:
Fundraising für grössere Projekte
23.05., Basel
www.nonprocons.ch

Workshop Transparenz leicht gemacht
27.05., Bad Nenndorf
www.transparenz-leicht-gemacht.de

Aufbaukurs: Fundraising für
gemeinnützige Projekte (NPO/NGO)
29.05., Zürich
www.kampagnenforum.ch

The Ask: Persönliche Großspendenbitten
vorbereiten und trainieren
30.05., Frankfurt am Main
www.major-giving-institute.org

Kompaktseminar
Fördermittel für gemeinnützige Projekte
31.05., Frankfurt am Main
www.foerder-lotse.de

Der Case for Support:
Gute Gründe für große Spenden
31.05., Frankfurt am Main
www.major-giving-institute.org

Fit für die Medien – Verständnis für die „andere"
Seite als Basis für erfolgreiche Kommunikation
31.05., München
www.munichfundraising.school

JUNI

ESF Projektabrechnung
01.06., Berlin
www.eufrak.eu

In fünf Schritten zur Förderung
01.06., Düsseldorf
www.verbaende.com

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
02.06., Mannheim
www.winheller.com

Kursstart EU-Fundraiser
07.06., Berlin
www.euroconsults.eu

Stiftungsfundraising für Einsteiger
07.06., Basel
www.nonprocons.ch

Schweizer Stiftungsforum
07.06., Genf
www.swissfoundations.ch

Tagesworkshop – Das effektive Großspender-
gespräch: quick and friendly zum Erfolg
08.06., Nürnberg
www.fundraisingakademie.de

Erfolgreiches Dialogmarketing beginnt im Kopf
08.06., Hamburg
www.sv-institut.de

CiviCon Cologne
09.06., Köln
www.civicrm.org

Erfolgreich Fördermittel einwerben
09. & 10.06., Köln
www.mitarbeit.de

Tagesseminar – Business-Etikette:
Moderne Umgangsformen als Erfolgsfaktor
12.06., Hamburg
www.fundraisingakademie.de

Markenerfolg – Ein Workshop für eine
erfolgreiche Positionierung im Markt
13.06., München
www.fundraisingakademie.de

Start Lehrgang:
NPO-Management in der Praxis – Gemein-
nützige Organisationen führen (3 Module)
14.06., Berlin
www.ehrenamt.de

15. Juni 2017
Kursaal, Bern

Swiss-Fundraising-Day

swissfundraisingday.ch

SwissFundraisingDay 2017
15.06., Bern
www.swissfundraisingday.ch

Image und Branding –
Starke Marke im Non-Profit Bereich
16.06., München
www.munichfundraising.school

Workshop Transparenz leicht gemacht
17.06., Konstanz
www.transparenz-leicht-gemacht.de

Fachtag Kultur
19.06., Leipzig
www.fundraisingverband.de

DFRV-Regionalgruppentreffen
Potsdam / Land Brandenburg
19.06., Potsdam
www.fundraisingverband.de

Kunden-Rückgewinnung im digitalen Zeitalter
19.06., Königstein/Ts.
www.sv-institut.de

Tagesseminar:
Wirkungsvolle Unternehmenskooperationen
20.06., Köln
www.fundraisingakademie.de

Folienmagie – Die Magie der Emotionen
20.06., München
www.munichfundraising.school

FreiwilligenkoordinatorIn – Basiskurs
20.–22.06., München
www.ebw-muenchen.de

Arbeit, Beschäftigung und Bildung:
Förderung im Europäischen Sozialfonds (ESF)
und in der Sozialgesetzgebung (SGB)
21.06., Berlin
www.emcra.eu

ZBWs in Enterbrain 2.0
21.06., Hainburg
www.enterbrain.ag

Infoabend CAS Kommunikation für
Nonprofit-Organisationen
21.06., Olten
www.fhnw.ch

Fit für Verwaltungssponsoring –
Recht, Steuern, Akquise, Vertrag
21.06., Bochum
www.staathilfe.de

Co-Reach 2017
21. & 22.06., Nürnberg
www.co-reach.de

Basiskurs Freiwilligenkoordination
21.–23.06., Berlin
www.ehrenamt.de

DFRV-Regionalgruppentreffen Kassel
22.06., Kassel
www.fundraisingverband.de

Einführung in das professionelle Fundraising:
Wie Sie Spender und Sponsoren für Ihre gute
Sache gewinnen
22.06., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Fundraising Crashkurs II – Strategisches
Fundraising für die nächsten Jahre
22.06., München
www.munichfundraising.school

Aktuelles Gemeinnützigkeitsrecht
22.06., München
www.winheller.com

Strategie-Entwicklung für
Vereine und Stiftungen
27.06., Basel
www.nonprocons.ch

2. Armutskongress
27. & 28.06., Berlin
www.armutskongress.de

Effizientes Projektmanagement
im Fundraising und bei Fördermittelprojekten
27. & 28.06., Hannover
www.foerder-lotse.de

Erfolgreich Spender und Sponsoren finden:
Die Starthilfe in Ihr professionelles Fundraising
27. & 28.06., Regensburg
www.katholischeakademie-regensburg.de

Fördermittel für Vereine und
gemeinnützige Organisationen
28.06., Heidelberg
www.akademiesued.org

Kompaktseminar – Fundraising in der Praxis:
Wie Sie Spender und Sponsoren gewinnen
29.06., Nürnberg
www.fundraisingakademie.de

OWL goes Fundraising SPEZIAL:
Datenschutz – Der richtige Umgang
mit Spenderdaten
29.06., Bielefeld
www.owlgoesfundraising.com

Tagesseminar – EU-Fördermittel:
10 Schritte zum Erfolg
30.06., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Geldauflagen-Marketing kompakt –
Worauf es in der Praxis wirklich ankommt
30.06., Nürnberg
www.fundraising-praxis-seminare.de

Fundraising für Vorstände & Geschäftsführer –
was kann ich davon erwarten?
30.06., München
www.munichfundraising.school

Verkauf im Fundraising I – Mach Deinen Deal!
30.06., München
www.munichfundraising.school

ikosom
Crowdfunding &
Peer-to-Peer-
Fundraising Workshop
für Vereine, NGOs,
Stiftungen und
Non-Profit-
Organisationen
Dresden,
5. Nov 2017

Ihr Termin fällt hier nicht auf?

Mit einer Kalender-Anzeige im Fundraiser-Magazin machen Sie ef-fektiv Werbung für Ihre Veranstaltungen. Sorgen Sie hier für mehr Bekanntheit und laden Sie neue Besucher ein!

Eine Kalender-Anzeige im Fundraising-Kalender (42 mm breit x 42 mm hoch) kostet nur 99,– €*
(CHF 115,–)

Senden Sie bitte einfach Ihre Veranstaltungshinweise und Kalender-Anzeigen an: termin@fundraising-kalender.de
Redaktionsschluss und Erscheinungstermin erfahren Sie unter www.fundraiser-magazin.de

Haben Sie Fragen zu Kalender-Anzeigen, sprechen Sie bitte mit Matthias Daberstiel.
Telefon: +49 (0)351/8 76 27-70, termin@fundraising-kalender.de

* zuzüglich Mehrwertsteuer, gilt ausschließlich für Kalender-Anzeigen!

Software

NPOs tauschen sich auf der CiviCon aus

Selbst kleinere Vereine haben mittlerweile eingesehen: Ohne die richtige Software ist kaum eine vernünftige Form von Datenmanagement möglich, egal ob es sich um Adressverwaltung oder Mitgliedersortierung handelt. Besonders beliebt sind Open-Source-Lösungen. Eine der am weitesten verbreiteten ist dabei CiviCRM, die (nach eigenen Angaben) 2016 von etwa 230 Organisationen in Deutschland genutzt wurde.

Jetzt kommt die CiviCon erstmals nach Deutschland. Am 9. Juni treffen sich im Rahmen der Veranstaltung Vertreter unterschiedlichster Non-Profit-Organisationen, um sich über die Benutzung der Software auszutauschen. Teil des Programms sind Sessions sowohl für Einsteiger als auch für Fortgeschrittene. Am Vortag gibt es sogar ein umfangreiches Benutzer-Training.

CiviCon, 9. Juni in Köln
▶ www.civicrm.org/civicon/cologne-2017

Netzwerke(n)

Der Fundraising Verband lädt zum Fachtag Kulturfundraising nach Leipzig

Mit dem Thema Netzwerke(n) widmet sich der diesjährige Fachtag Kulturfundraising einer wichtigen Grundlage für das Fundraising. Dr. Oliver Scheytt, Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft, wird über Netzwerkarbeit unter anderem für die Kulturhauptstadt Ruhr 2010 berichten. In fünf Workshops können weitere Themen vertieft werden, wie etwa die Frage nach technischen Möglichkeiten, ein Netzwerk zu managen und die Betrachtung der Zukunftsfähigkeit von Fördervereinen und Freundeskreisen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dieses Mal auf dem aktiven Netzwerken und dem Austausch vor Ort. Dafür wird ein eigener Programmpunkt gestaltet. Auch das Format IWITOT („I wish I'd thought of that") wird wieder gute Beispiele aus der Fundraisingpraxis auf die Bühne bringen. In kurzen Präsentationen stellen Kultureinrichtungen Kampagnen und Projekte vor, die sie in der Vergangenheit umgesetzt haben.

Fachtag Kultur, 19. Juni in Leipzig
▶ www.fundraisingverband.de

Dialog

Deutschlands große Messe für Dialogmarketing lockt wieder nach Nürnberg

Print, Online und Social Media: In Nürnberg dreht sich im Juni wieder alles um erfolgreiches Dialogmarketing. Datenschutz, Kundenzufriedenheit und E-Mail-Marketing sind dabei nur einige der Aspekte des umfangreichen Programms. So widmet sich ein Vortrag dem Papier als nachhaltiges Lifestyle-Produkt im Kommunikationsmix. Oder wie wäre es mit dem Vortrag „Fuck Mittelmaß!"? Was etwas derb daherkommt, will endgültig mit schlechter Werbung Schluss machen. Der Open-Summit-Bereich versteht sich als Mitmach-Konferenz und will dort Themen wie das Treffen der richtigen Zielgruppe mit Anzeigenmöglichkeiten von AdWords bis Xing diskutieren. Und für zwischenzeitliche Durchlüftung der grauen Zellen ist auch gesorgt: Am Abend des ersten Veranstaltungstages steigt eine Party.

Co-Reach, 21. und 22. Juni in Nürnberg
▶ www.co-reach.de

Kurzgefasst …

Schweizer Stiftungssymposium

Die Schweizer Stiftungsbranche lädt wieder zu ihrem größten Treffen. Im Mittelpunkt steht am 7. Juni in Genf die Frage nach dem Mehrwert von Stiftungen für die Gesellschaft, dem sich ein hochkarätig besetztes Panel widmet. Daneben laden ganze acht Workshops die Teilnehmer zu intensivem Austausch. Anmeldeschluss ist der 17. Mai.

▶ www.swissfoundations.ch

Führungsarbeit

Effektiv und effizient führen in Verbänden und Stiftungen: Zu diesem zweitägigen Seminar lädt die Munich Fundraising School an gleich zwei Terminen ein. Sowohl am 3. und 4. Mai als auch am 4. und 5. Juli gibt es die Gelegenheit, zu lernen, wie man zum richtigen Zeitpunkt das Richtige tut. Da helfen sowohl strategisches als auch operatives Management.

▶ www.munichfundraising.school

Starthilfe

Wer gerade noch ganz am Anfang in Sachen Fundraising steht, kann sich an Hilde Gaus wenden. Sie erläutert am 8. und 9. Mai in Köln, was es alles braucht, um erfolgreich Spenden und Sponsorengelder zu gewinnen. Sie vermittelt in ihrem Seminar sowohl theoretische Grundlagen als auch praktisches Know-how, Instrumente und Strategien inklusive.

▶ www.odenwaldinstitut.de

Kapitalkampagne

Sie planen ein größeres Projekt und wollen dafür entsprechend hohe Summen einwerben? Dann sollten Sie am 23. Mai in Basel bei Dr. Peter Buss vorbeischauen. Die Teilnehmer erfahren unter anderem, was es mit der Basisstrategie auf sich hat, worin die vier Phasen einer Kapitalkampagne bestehen und wie man im Planungsprozess typische Stolpersteine umgeht.

▶ www.nonprocons.ch

EU-Fundraiser

Euroconsults starten am 7. Juni wieder einen 19-wöchigen Ausbildungskurs zum EU-Fundraiser. Vier Präsenzwochen, 15 E-Learning-Wochen und 16 thematische Module bilden den Rahmen. Inhaltlich stehen EU-Förderungen und europäisches Projektmanagement in allen Tiefen und Einzelheiten auf dem Programm. Die Teilnehmer erhalten ein Zertifikat der Europäischen Fundraising Akademie.

▶ www.euroconsults.eu/weiterbildungen

Symposium zum Thema Großspenden

Fast 170 Teilnehmer, Referenten, Partner und Sponsoren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz haben Mitte Februar die zweite Ausgabe des Fundraising Symposiums in Frankfurt besucht. Die Veranstaltung des Fundraiser Magazins widmete sich dieses Mal unter Zusammenarbeit mit dem Major Giving Institute dem Thema Großspenden. Neben einer Vielzahl unterschiedlichster Thementisch, die den entspannten Austausch der Fachexperten untereinander ermöglichte, standen am zweiten Veranstaltungstag neun Seminare zur Auswahl. Für den Februar 2018 wird bereits das nächste Fundraising Symposium geplant.

▶ www.fundraising-symposium.de

NPO akademie

Sehr geehrte Fundraiserin,
sehr geehrter Fundraiser,

Sie sind an hochwertiger und kompakter Fortbildung im Fundraising interessiert? Sie möchten Ihr Wissen zu ganz spezifischen Fundraising-Themen vertiefen?

Dann besuchen Sie unseren **Zertifikatslehrgang „Fundraising in NPOs“** oder eines unserer **17 Fundraising-Spezialseminare**!

Wollen Sie **Ihre Kompetenzen** in anderen Bereichen, die die Besonderheiten von Non-Profit-Organisationen berücksichtigen, wie zum Beispiel **Öffentlichkeitsarbeit/ Kommunikation**, **Finanzen & Controlling**, **Marketing und Personalwesen**, ausbauen?

Dann schauen Sie auf:
npo-akademie.de, npo-akademie.at, npo-akademie.ch
Hier finden Sie garantiert das Richtige.

Wir freuen uns auf Sie.

Teilnehmerstimme zu unseren Fortbildungen:
„Der Lehrgang hat meine bereits hohen Erwartungen – Empfehlung eines ehemaligen Teilnehmers – noch übertroffen. Danke daher für die spannenden Tage in Berlin.“

Umsteuern … Zukunft schaffen

Der 2. Armutskongress hat ein klares Ziel

Die Fakten sprechen für sich: Die Möglichkeiten sozialer Mobilität nehmen beständig ab. Steuervermeidung findet sich immer häufiger bei Konzernen. Und auch der Wohnungsmarkt zeigt nicht direkt eine Perspektive für eine allgemeine Gerechtigkeit. Die durchaus als „falsch" zu bezeichnende Verteilung von Reichtum anzugehen, haben sich viele Organisationen auf die Fahne geschrieben. Erst kürzlich gründete sich dafür das Aktionsbündnis „Reichtum umverteilen", dem unter anderen bereits der Paritätische ebenso angehört wie ver.di und die AWO.

Zur stärkeren Bündelung von Kräften und förderlichem Austausch fand im vergangenen Jahr zum ersten Mal der Armutskongress in Berlin statt. Nach ersten Sondierungen,

wie genau sich die aktuelle Lage im Land gestaltet, soll in diesem Jahr ein klares Bild skizziert werden, wie eine Gesellschaft ohne Armut nicht nur aussehen, sondern vor allem erreicht werden kann. Unter dem Motto „Umsteuern – Armut stoppen. Zukunft schaffen." lädt der Paritätische Gesamtverband als Veranstalter wieder zu einer Vielzahl von Themen, die in Vorträgen und Workshops behandelt werden. Im letzten Jahr wurde beispielsweise der Erfolg der Tafeln beleuchtet oder Möglichkeiten der Hilfe zur Selbsthilfe aufgezeigt, um über Selbsthilfegruppen Wege aus der Armut zu finden.

Die Homepage des Kongresses verfügt auch über einen „Armutsblog", der regelmäßig Informationen zu sozialen Belangen bringt, und hält auch auf dem Laufenden, was den Armutsbericht des Paritätischen anbelangt.

2. Armutskongress, 27. und 28. Juni in Berlin
▶ **www.armutskongress.de**

zh aw School of Management and Law

Erfolgreich im Spendenmarkt

Berufsbegleitende Weiterbildung
Diplom Fundraising Management

Info-Veranstaltung
Dienstag, 30. Mai 2017
18.00 Uhr, Au Premier, Hauptbahnhof Zürich

Details unter: www.zhaw.ch/zkm/fundraising

Auch für Teilnehmende aus Deutschland

AACSB ACCREDITED

Zürcher Fachhochschule

Batman oder Yoda

Fundraising-Forum Frankfurt befasst sich mit aktuellen Fragen

Die Zivilgesellschaft und bürgerschaftliches Engagement sind einem beständigen Wandel unterworfen. Wo in diesem Zusammenhang aktuell die Kirchen stehen, hinterfragt Dr. Rupert Graf von Strachwitz (Maecenata Institut) in seinem Vortrag anlässlich des Fundraising-Forums Frankfurt Anfang Mai. Durch den Tag führt Dr. Thomas Kreuzer von der Fundraising Akademie. So wird er auch eine Podiumsdiskussion zu der grundlegenden Frage „Ist die Kirche bereit für Fundraising?" moderieren.

Christian Rupp, Fundraising-Manager (FA) und Dekanat in Heppenheim, gestaltet ein einführendes Seminar für alle Fundraising-Frischlinge, das sich in zwei Teilen über den gesamten Tag erstreckt. Für die Erfahreneren bieten die weiteren Seminare beispielsweise das „Batman-oder-Yoda-Prinzip": Wie ist es möglich, mehr Förderer und Stifter im Bereich des Großspendenfundraisings zu gewinnen?

Fundraising-Forum Frankfurt, 9. Mai
▶ **www.fundraising.ekhn.de/fundraising-forum.html**

Love out Loud

Die re:publica – das „Festival für die digitale Gesellschaft“ – inspiriert in Berlin

Alle Freaks des Digitalen pilgern im Mai wieder nach Berlin, um bei der diesjährigen Ausgabe der re:publica das Gute in der Welt zu betonen, denn mit „Love out Loud“ will einer der Themenbereiche genau das befördern. Hier soll ein klares Statement gegen Hass und Gewalt, gegen Shitstorms und Fake News gesetzt werden. Die Veranstalter selbst sprechen von „organisierter Liebe“.

Und die Chancen dafür stehen nicht schlecht, wenn man mal einen kurzen Blick auf die zehnjährige Jubiläumsausgabe im letzten Jahr wirft. Nach offiziellen Angaben kamen 2016 mehr als 8000 Teilnehmer aus 60 Ländern zusammen, um sich über die digitale Gegenwart und Zukunft den Kopf zu zerbrechen. In diesem Jahr wird es zudem

den Fokus „Meere und Ozeane“ geben, da dies das Motto des Wissenschaftsjahrs 2016/17 ist.

Einer der Workshops im aktuellen Programm trägt den reizvollen Titel „The Grammar of Money in Social Change: What’s broken and how we might fix it“. Hier wird dem Gedanken nachgegangen, dass Geld eben sozialen Wandel bedingen kann, aber genauso gut dafür eingesetzt werden kann, sozialen Wandel zu verhindern. Sind Profitdenken und Non-Profit-Ansätze unüberbrückbar voneinander getrennt? Wie kann es gelingen, soziale Unternehmen von Anfang an sinnvoll finanziell zu unterstützen?

Die Anzahl der Vorträge, Panels, Diskussionen und Workshops ist immens. Nerds können sich Networking für Introvertierte beibringen lassen, und Tierfreunde erfahren, wie man eine Kuh zum Journalisten macht.

11. re:publica, 8. bis 10. Mai in Berlin
▶ www.re-publica.de

Akademie
Beratung
Wissen

Fundraising Akademie
WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

Fortbildung „CSR-Manager/-in (FA)“

Corporate Social Responsibility (CSR):
berufsbegleitend, kompakt und praxisorientiert

Unternehmerische Verantwortung als Beruf

Wir informieren Sie gerne unter (069) 580 98 - 321, oder
senden Sie eine Mail an: pbuschkaemper@fundraisingakademie.de

www.fundraisingakademie.de

In Kooperation mit

KOMPASS

FundConsult

Fördermittel

Torsten Schmotz (Förderlotse) lädt im Rahmen der Verbändeseminare als Referent Anfang Juni nach Düsseldorf. Dort erläutert er allen Interessenten die fünf wichtigsten Schritte hin zur erfolgreichen Akquise von Fördermitteln. Dabei beginnt der Weg beim Finden geeigneter Fördertöpfe, geht über die Entschlüsselung der jeweiligen Auswahlkriterien und endet noch lange nicht bei der richtigen Budgetierung. Fehlervermeidung ist bei diesem Programm inklusive.

In fünf Schritten zum Erfolg, 1. Juni in Düsseldorf
▶ www.verbaende.com/verbaendeseminare

Fundraising auf Schweizerisch

Der SwissFundraisingDay lädt wieder nach Bern

Zum neunten Mal lädt Swissfundraising zum SwissFundraisingDay – dem wichtigsten Branchentreffen der Schweiz – nach Bern ein. Die von Felizitas Dunekamp moderierte Veranstaltung findet am Donnerstag, 15. Juni 2017, im Kursaal Bern statt. Im Mittelpunkt der Tagung stehen wiederum sechs Workshops, drei Fallbeispiele und drei Plenumsreferate zu aktuellen Themen. In der ersten Key Note stellt Tyark Thumann (ROBIN WOOD e.V.) die provokante Frage „Ist das Mailing tot?" und zeigt neue Potenziale dieses starken Mediums auf. An den sechs Workshops am Morgen geht es um Spenderbefragungen, Fundraising-Konzepte, Stiftungsfundraising, Direct-Mailing, die Kunst des Upgradings und um Winback-Konzepte. Geleitet werden die Workshops von erfahrenen Fundraisern und Experten.Höhepunkt der Veranstaltung ist wie immer die Verleihung der „Franca", des SwissFundraising Awards. Die Gewinner der Rubriken „Aktion des Jahres" und „Innovation des Jahres" erhalten jeweils eine Teilnahme am IFC, der wieder Ende Oktober in den Niederlanden stattfindet.

9. SwissfundraisingDay 2017, 15. Juni in Bern
▶ www.swissfundraisingday.ch

Drei Tage Profi-Fundraising in Kassel

Fundraisingkongress lädt vom 3. bis 5. Mai ins Kongress-Palais

Der Deutsche Fundraising Verband startet am 3. Mai 2017 den 24. Deutschen Fundraising Kongress. Das größte Event dieser Art im deutschsprachigen Raum soll wieder etwa 800 Teilnehmende, Referentinnen und Referenten und Aussteller anziehen.

Nach drei Jahren in Berlin zieht der Kongress wieder in die Mitte Deutschlands nach Kassel. Die dreitägige Tagung wird im Kongress-Palais stattfinden. Schwerpunktthema wird Corporate Social Responsibility (CSR) sein. Die weiteren Themenslots beschäftigen sich mit den Bereichen „Grundlagen", „Digitales und Innovation", „Organisation" sowie „Strategie und Methode". Seit Dezember ist die komplette Übersicht über die angebotenen Seminare und Workshops auf der Kongress-Website einsehbar.

Mit dem Umzug in die documenta-Stadt Kassel liegt das Thema „Kultur" als weiterer Kongressschwerpunkt natürlich nahe. Verschiedene Seminare und Workshops werden sich mit dem Themenfeld auseinandersetzen und beispielsweise Tipps zum Fundraising für Galerien und Museen geben. Außerdem hat sich documenta-Geschäftsführerin Annette Kuhlenkampf die Kongresstage in ihrem Terminkalender frei gehalten und wird eine der beiden zentralen Keynotes halten.

Der Preis für das beste deutsche Fundraising wird ebenfalls wieder vergeben. Der Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland, German Doctors e.V. und die Whale and Dolphin Conservation sind mit verschiedenen Kampagnen nominiert. Für die Ehrung als „Herausragende Persönlichkeit" hat sich die Jury schon entschieden: Johnny Heimes. Der Darmstadt 98-Fußballfan beschloss, sich trotz eigener Krebserkrankung mit dem Leitspruch „Du musst kämpfen" für andere krebskranke Kinder einzusetzen und Spenden zu sammeln. Er wird den Preis postum erhalten, da er 2016 verstarb.

24. Deutscher Fundraising Kongress, 3. bis 5. Mai in Kassel
▶ www.fundraising-kongress.de

Spendenhilfsdienst
digital & menschlich

Erfahrene Fundraiser für Ihren Erfolg

Unser Angebot:

- In- & Outbound-Telefonie
- Beratung und Schulung
- Mobiles Telefonstudio
- Chat-Service NEU

Rufen Sie uns an:

Deutscher Spendenhilfsdienst – DSH GmbH
Köln: 0221 / 990 1000
koeln@spendenhilfsdienst.de

Deutscher Spendenhilfsdienst Berlin GmbH
Berlin: 030 / 232 553 000
berlin@spendenhilfsdienst.de
www.spendenhilfsdienst.de

Deutscher Spendenhilfsdienst

Alle Trümpfe ausgespielt

Erwischt?! Thomas Müller (links) mit Bier und Spielkarten statt beim Training? Der Fußballprofi von Bayern München spielte zusammen mit 84 weiteren Promis zugunsten der Sky Stiftung und der Nicolaidis YoungWings Stiftung Schafkopf. Insgesamt 34 000 Euro brachte das Charity Turnier ein. Müller ist auch Botschafter von YoungWings. Die Stiftung ist Anlaufstelle für trauernde Kinder, Jugendliche und Erwachsene bis 49 Jahre. Die Sky Stiftung setzt sich für mehr Bewegung von Kindern und Jugendlichen ein.

▶ www.nicolaidis-youngwings.de ▶ www.sky-stiftung.de

Jährlicher Branchentreff

Deutscher StiftungsTag vom 17. bis 19 Mai in Osnabrück

Mit einem neuen Veranstaltungsformat werden in diesem Jahr die Teilnehmer begrüßt: Beim „StiftungsTag vor Ort" laden Stiftungen, die Projekte oder Programme in der Stadt durchführen beziehungsweise fördern, zu Veranstaltungen ein. Im Mittelpunkt stehen Austausch und neue Kontakte sowie vor allem der Praxisbezug. Der Schwerpunkt des Stiftungstags liegt beim Thema „Bildung". Dazu wird es einen digitalen Wissensatlas geben, der die vielfältigen Tätigkeiten von Stiftungen im Bildungssektor bündelt und fortlaufend ergänzt und aktualisiert wird. Darüber hinaus haben die Teilnehmer die Wahl zwischen über 100 Einzelveranstaltungen, zum Beispiel zu den Themen Stiftungskommunikation, Stiftungsmanagement, Fundraising, Steuerrecht, Vermögensverwaltung und Impact Investing. Spezielle Angebote gibt es auch von den verschiedenen Arbeitskreisen, darunter vom Arbeitskreis Frauen und Stiftungen sowie vom Kreis Junge Menschen und Stiftungen.

▶ www.stiftungen.org

MEINE MEINUNG

„Nicht jeder ist bereit, diese Verbohrtheit einfach hinzunehmen"

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

„Mehrheit der muslimischen Lehramtsstudenten bestreitet die Evolution", teilte die Giordano-Bruno-Stiftung vor Kurzem mit. Die Mitarbeiter der Stiftung waren sicher ebenso schockiert über diese Erkenntnisse wie ich und jeder andere aufgeklärte Mensch. Der Biologiedidaktiker Dittmar Graf fand nämlich in einer Studie heraus, dass 94 Prozent der Lehramtsstudenten in der Türkei und fast 70 Prozent ihrer muslimischen Kommilitonen in Deutschland die Evolutionstheorie ablehnen. So wirklich wundern muss man sich darüber allerdings nicht, schließlich sind die Mitglieder der türkischen Regierung begeisterte Fans des kreationistischen „Atlas der Schöpfung" und lassen das Werk mit seinen haarsträubenden Thesen großzügig in Schulen verbreiten. Doch die aufgeklärte Welt in Form der Giordano-Bruno-Stiftung und der Uni Gießen holt zum Gegenschlag aus und schickt nun eine türkischsprachige Fassung des Lehrfilms „Evokids", mit dem Grundschülern die Evolution erklärt wird, an den Bosporus. Das beruhigt mich etwas, denn es zeigt, dass nicht jeder bereit ist, solch himmelschreiende Verbohrtheit und Ignoranz einfach hinzunehmen. Denn es ist ja nicht so, dass uns das Ganze nichts anginge, schließlich sollen die heutigen Lehramtsstudenten in ein paar Jahren auf Kinder losgelassen werden. Und deshalb frage ich mich: Wie kann es sein, dass Menschen mit einem derartigen Weltbild es bis auf eine Uni schaffen? Was läuft da schief im Bildungssystem?

Was meinen Sie? Schreiben Sie an
meinung@fundraiser-magazin.de

Kurzgefasst …

Förderer der Geisteswissenschaften

Wissenschaftsstiftung des Jahres 2017 ist die Gerda-Henkel-Stiftung, die deutsche und ausländische Wissenschaftler in den historischen Geisteswissenschaften fördert. Außerdem macht sie sich für geflohene Wissenschaftler aus Krisengebieten stark. Den mit 10 000 Euro dotierten Preis loben die Deutsche Universitätsstiftung und die Wissenschaftliche Buchgesellschaft aus.

▶ www.gerda-henkel-stiftung.de

Neuer Fonds für Projekte

Bürgerstiftungen, die das Gütesiegel des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen tragen und sich für Integration und kulturelle Vielfalt einsetzen, können sich über den Fonds „Auf Augenhöhe" für Projektförderungen von bis zu 5000 Euro bewerben. Eingerichtet hat den Fonds die Software AG-Stiftung, inhaltlich begleitet wird er von der Initiative Bürgerstiftungen.

▶ www.fonds-auf-augenhoehe.de

Veraltet und vergammelt

Bis zur Bundestagswahl im September geht die bundesweite Kampagne „Einstürzende Schulbauten – 222 Tage Lärm" der Stiftung Bildung. Schüler, Lehrer und Eltern sollen von ihrem Alltag in heruntergekommenen Schulgebäuden berichten. Mit dieser Aktion soll die breite Öffentlichkeit erfahren, dass der Zustand vieler Schulen in Deutschland miserabel ist und dringender Handlungsbedarf besteht.

▶ https://einstuerzendeschulbauten.stiftungbildung.com
▶ www.stiftungbildung.com

Genussbotschafter

Die Sarah-Wiener-Stiftung will mit der Aktion „Ich kann kochen!" Kinder und Pädagogen in Deutschland für gesünderes und genussvolles Essen begeistern. Lehrer, Erzieher und Sozialpädagogen können in eintägigen Fortbildungen zum „Genussbotschafter" lernen, wie sie das Interesse von Kindern an guter Ernährung wecken und zusammen mit ihnen frisch kochen.

▶ www.ichkannkochen.de

Kunst trifft Kirche

Die Hanns-Lilje-Stiftung fördert mit dem Fonds „Kulturarbeit in Kirchen – Kulturkirchen" für weitere vier Jahre die Begegnung von zeitgenössischer Kunst und Kultur mit Kirche und Theologie. Über 800 000 Euro stehen bis 2021 zur Verfügung. Bewerbungen sind bis zum 31. August möglich.

▶ www.kultur-kirche.de ▶ www.hanns-lilje-stiftung.de

Freundschaftsstifter

SwaF-Academy für Flüchtlingshilfe

SwaF steht für „Start with a Friend" und möchte neue Wege in der Flüchtlingshilfe gehen. Das Projekt stellt seit 2014 Kontakte zwischen Geflüchteten und Einheimischen her. Seit März diesen Jahres werden nun mit Unterstützung der Deutsche Bank Stiftung 200 Gesellschaftsgestalterinnen und -gestalter ausgebildet, die Freundschaften zwischen Menschen mit und ohne Migrationshintergrund initiieren. In der SwaF Academy bekommen sie an zwei Wochenenden im Jahr das nötige Handwerkszeug für erfolgreiche „Verkupplungsaktionen". Auf dem „Lehrplan" stehen rechtliche Grundlagen entlang des Integrationsprozesses, interkulturelles Training, Kommunikation und Konfliktmediation. Flüchtlinge sollen damit schneller Zugang zum Alltag und zur deutschen Gesellschaft bekommen, anstatt isoliert zu leben. Die Vermittler treffen sich mit Locals und Geflüchteten und stellen auf der Grundlage gemeinsamer Interessen und Bedürfnisse passende Freundschaftspaare zusammen.

▶ www.start-with-a-friend.de/swaf-academy

Mit uns rechnen, auf uns zählen.

Wir arbeiten vor allem für Gemeinden, christliche und gemeinnützige Werke. Dabei stehen wir in regem Kontakt mit den Nutzern unserer Software. Da wir selbst über langjährige Erfahrung in gemeinnützigen Einrichtungen verfügen, haben wir eine konkrete Vorstellung davon, wie das Kerngeschäft läuft. Im Austausch mit den Führungskräften werden die Instrumente erarbeitet, die den Anforderungen der Organisationen am optimalsten entsprechen.

OPTIGEM
SOFTWARELÖSUNGEN FÜR GEMEINDEN
UND GEMEINNÜTZIGE WERKE

D INFO@OPTIGEM.COM/0231.182 93-0 **WWW.OPTIGEM.COM**
A OPTIGEM@SCHABERGER.AT/0699.11 11 16 93
CH OPTIGEM@MITELAN.CH/033.221 05 13

Das stille Leid der letzten Zeugen

Die Schweizer Gamaraal Foundation unterstützt verarmte Überlebende des Holocaust

Über 70 Jahre nach dem Zweiten Weltkrieg leiden Juden, die dem Tod entkommen konnten, noch immer unter ihrem Schicksal – und leben vielfach am Rand des Existenzminimums. Um diese letzten Zeitzeugen wenigstens am Ende ihres Lebens zu unterstützen, hat die Schweizerin Anita Winter eine Stiftung gegründet.

Von UTE NITZSCHE

Stiftungsgründerin und Präsidentin Anita Winter vor dem Büro der Gamaraal Foundation in Zürich.

Es war dieses Gespräch während eines Mittagessens mit dem ehemaligen israelischen Sozialminister Jitzchak Herzog im Jahr 2012, das Anita Winter wachrüttelte. Man sei sich der Situation nicht bewusst gewesen, hätte bei der sozialen Absicherung der Holocaust-Überlebenden viel versäumt, so die Antwort Herzogs auf Anita Winters Frage, was man aus heutiger Sicht bei der Staatsgründung Israels hätte anders machen können. „Ich war davon schockiert", erinnert sich Anita Winter, deren Eltern beide vor dem Krieg in Deutschland geboren wurden und den Holocaust überlebten. Zugleich zeigt sie aber Verständnis für die damalige Situation: „Die meisten der Überlebenden waren traumatisiert, schämten sich und schwiegen darüber, was ihnen angetan wurde. Und die Bevölkerung in Israel verstand sie auch nicht. Das Land war mit der eigenen Staatsgründung und der Bedrohung von außen beschäftigt. Doch für die Überlebenden war 1945 der Krieg nicht zu Ende, sie tragen ihn bis heute in sich."

Derzeit gibt es von ihnen weltweit schätzungsweise noch rund 490 000, die Dunkelziffer ist höher. Die Hälfte von ihnen lebt in armen Verhältnissen – ein Fakt, der nahezu unbekannt ist. Durch den Holocaust konnten sie erst spät ins Berufsleben einsteigen, manchen war es zeitlebens unmöglich, einer Tätigkeit nachzugehen. Die Folge ist immer die gleiche: Armut im Alter. Dabei werden die Probleme gerade dann immer stärker. Die Erlebnisse und Bilder und mit ihnen die tiefen Traumata kommen wieder. Die nachfolgenden Generationen haben sich zwar intensiv mit der Aufarbeitung des Holocaust beschäftigt, darüber aber oft die noch Lebenden vergessen. Genau hier setzt die Gamaraal Foundation an. Jedes Jahr an den drei größten jüdischen Feiertagen Pessach, Chanukka und Rosch ha-Schana gibt die Stiftung bedürftigen unbürokratisch Geld in dreistelliger Höhe, das die Empfänger verwenden können, wofür sie wollen, ob für ein Hörgerät, einen Gehstock, den nächsten Zahnarztbesuch oder für mehr Essen. „Die Leute schreiben uns über ihre finanzielle Not. Gleichzeitig bekommen wir berührende Dankesschreiben", zeigt sich die Stiftungsgründerin tief bewegt.

Zwar erhalten die Betroffenen staatliche Unterstützung wie alle anderen Schweizer auch, die mittellos sind, aber die speziellen Bedürfnisse der Holocaust-Überlebenden können damit nicht abgedeckt werden. Nicht die finanziellen und erst recht nicht die seelischen. Nicht wenige leiden unter

Angststörungen und Depressionen und können deshalb nicht in normalen Pflegeheimen mit geregelten Tagesabläufen und uniformiertem Personal wohnen. Manche haben sogar Angst vor ungewohnten Duschen, da diese mitunter Assoziationen zu den Gaskammern wecken. Die Stiftung will deshalb einfach für die Überlebenden da sein. Viele sind einsam, haben ihre ganze Familie im Krieg verloren oder nie Kinder bekommen, Partner und Freunde sind verstorben. Sie können jederzeit anrufen oder vorbeikommen und treffen immer auf jemanden, der ein offenes Ohr für ihre kleinen und großen Sorgen hat oder einfach nur zuhört, wenn sie nach Jahrzehnten doch noch über ihre Geschichte sprechen wollen.

Ohne Freiwillige wäre die Arbeit der Foundation nicht möglich. Gleich nach Gründung meldeten sich unter anderem Krankenschwestern, Psychologen, eine Schmerztherapeutin, Studentinnen, die die Geschichten der Überlebenden aufschreiben, ein Filmemacher des Schweizer Fernsehens und ein Mitarbeiter einer Agentur, der die Website kostenlos erstellte. Holocaust-Überlebende, denen es finanziell gut geht, schickten sofort Gelder, sodass die Stiftung anfangen konnte zu arbeiten. Auch die Behörden seien äußerst kooperativ gewesen, da die Zeit drängte, lobt Anita Winter. Später fing die Foundation dann mit Fundraising an, stellte sich bei anderen Stiftungen und Privatpersonen vor. Und mit der Zeit traten auch Kinder von ehemaligen Nazis an sie heran. Anita Winter ist davon berührt: „Sie sagen, dass sie endlich etwas wieder gutmachen können." Dass die nachfolgenden Generationen in der Verantwortung stehen und die Erinnerung bewahren sollen, drückt sich auch im Namen der Stiftung aus. Das Wort Gamaraal setzt sich aus den ersten Silben der Namen von Anita Winters Kindern zusammen: Gadi, Manuel, Rafael und Alisa.

Einige der Überlebenden haben ihr Schweigen gebrochen und gehen mit ihrem Schicksal an die Öffentlichkeit. „Schulen und Unis kontaktieren uns und bitten um die Vermittlung eines Zeitzeugengesprächs. Jetzt ist der letzte Moment in der Weltgeschichte, an dem man noch Zeitzeugen hören kann", sagt Anita Winter eindringlich. Deshalb werden inzwischen Videoaufnahmen der Treffen gemacht. Wie sehr die Überlebenden auch heute noch mit ihrem Schicksal zu kämpfen haben, merkt man auch daran, dass diese Termine Spuren hinterlassen. Anita Winter berichtet vom plötzlichen Bluthochdruck einer Frau, ein Mann erzählte ihr, dass er nach einem Zeitzeugengespräch zwei Nächte nicht schlafen konnte. „Ich muss schon auf meine Überlebenden aufpassen", sagt sie fast fürsorglich. „Jeder Zeitzeuge, der die Kraft hat zu sprechen, ist für mich ein Held."

▶ www.gamaraal.com

Donnerstag, 15. Juni 2017, Kursaal, Bern

swissfundraising

9. SwissFundraisingDay
Der Treffpunkt für Schweizer Fundraiserinnen und Fundraiser

Workshops

- **Spenderbefragungen als innovatives Bindungs- und Upgrading-Tol**
- **Geheimrezept Fundraisingkonzept**
- **Stiftungsfundraising – Aufbau und Umsetzung**
- **Direct Mailing (Vertiefung zur KEY NOTE I)**
- **Die Kunst des Upgrading – Donor first**
- **Supporter Welcome Journey – wie vertiefen wir die Beziehung zu neuen Mitgliedern?**

Fallbeispiele

- **Auktion als Fundraising-Instrument, auch im Major Donor-Bereich**
  Andrea Müller, Tonhalle Zürich
- **Capital Campaign**
  Samuel Roth, Musikkollegium
- **Virtual Reality und Spenden**
  Thomas Witte, Stiftung Kinderdorf Pestalozzi

Key Note-Referate

- **Ist das Mailing tot? – Neue Potenziale eines starken Mediums**
  Tyark Thumann, DIE FUNDRAISER GmbH/ROBIN WOOD e.V.
- **Wo bleibt die Online-Fundraising-Revolution?**
  Gregor Nilsson, WWF Schweiz
- **Fundraising 2030 – fit für die Zukunft der Mittelbeschaffung**
  Thomas Neukirchen, Fundgiver Social Marketing GmbH

Programm und Anmeldung unter: www.swissfundraisingday.ch

Haupt-Sponsoren: künzlerbachmann directmarketing | DIE POST
Co-Sponsoren: corris | creati</> SOFTWARE | SEXTANT | alnovis creating response | WSAG Walter Schmid AG
Medienpartner: Fundraiser magazin | persönlich | DIE STIFTUNG

Risiken kennen, Fallstricke vermeiden

Aktuelle Befragungsergebnisse zur Haftung von Stiftungsvorständen

Stiftungsvorstände sind für die Erfüllung des Stiftungszwecks, der steuerlichen Pflichten sowie die Vermögensverwaltung verantwortlich. Besonders im aktuellen Niedrigzinsumfeld sind diese vielfältigen Aufgaben mit zahlreichen Haftungsrisiken verbunden.

Von THERESA RATAJSZCZAK

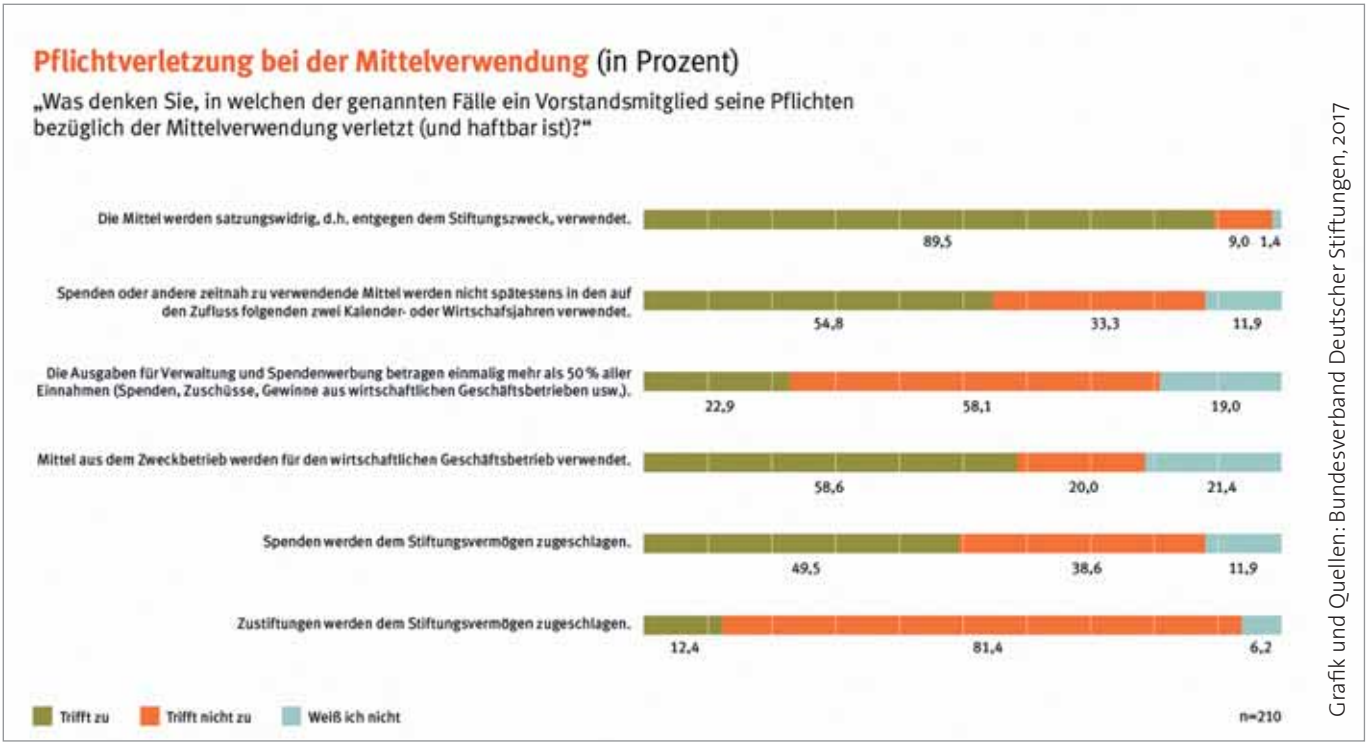
Zwar ergab eine Befragung des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen im Herbst letzten Jahres, dass bisher nur bei 2,9 Prozent der befragten Stiftungen ein oder mehrere Haftungsfälle eingetreten sind. Jedoch herrscht unter den Stiftungen bei Fragen der korrekten Vermögensverwaltung und der richtigen Mittelverwendung Unsicherheit.

Möchte ein Stiftungsvorstand angesichts der Niedrigzinsphase das Stiftungsvermögen nicht völlig ertraglos verwalten und damit eine Pflichtverletzung begehen, gibt es heutzutage keine Vermögensanlage mehr ohne Risiko. Jedoch unterschätzt fast jede fünfte befragte Stiftung die Haftungsgefahr, wenn das Gesamtportfolio zu risikoreich angelegt ist (18,6 %). Aber auch wenn der Stiftungsvorstand aufgrund der geringen Zinserträge vermehrt auf Fundraising setzt, so gibt es bei der Mittelverwendung zahlreiche Haftungsrisiken, die er im Blick haben sollte.

Viel Unsicherheit in Fragen der korrekten Mittelverwendung

Fast 90 Prozent der befragten Stiftungen ist klar, dass Mittel nicht satzungswidrig, das heißt entgegen dem Stiftungszweck, eingesetzt werden dürfen. Allerdings wissen nur knapp 60 Prozent, dass Mittel aus dem Zweckbetrieb nicht für den wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb verwendet werden dürfen. Noch mehr Unsicherheit besteht bei der Verwendung von Spendengeldern. Spenden oder andere zeitnah zu verwendende Mittel müssen spätestens in den auf den Zufluss folgenden zwei Kalender- und Wirtschaftsjahren verwendet werden. Nur 54,8 Prozent der Befragten sind sich dessen bewusst. Sogar weniger als die Hälfte (49,5 %) weiß, dass Spenden grundsätzlich nicht dem Stiftungsvermögen zugeschlagen werden dürfen. Zu beachten ist die Ausnahme, dass 10 Prozent der erhaltenen Spenden der freien Rücklage zugeführt werden können, die auch zur Vermögenserhaltung genutzt werden kann. Vier von fünf Stiftungen (81,4 %) ist klar, dass Zustiftungen dem Stiftungsvermögen zugeschlagen werden.

Dies sind Hinweise darauf, dass Haftungsfragen nach wie vor unterschätzt werden. Stiftungen sollten sich Risiken noch stärker vor Augen führen und sich gegebenenfalls auch beraten lassen.



Grafik und Quellen: Bundesverband Deutscher Stiftungen, 2017

Die große Mehrheit der befragten Stiftungen, nämlich rund 85 Prozent, nutzen einzelne Maßnahmen oder mitunter ganze Maßnahmenbündel, um sich vor dem Eintreten eines Haftungsfalls zu schützen beziehungsweise Haftungsfälle abzusichern: Fast zwei Drittel der befragten Stiftungen dokumentieren ihre Entscheidungsgründe schriftlich, jeweils rund die Hälfte hat schriftlich festgelegte Anlagerichtlinien und bindet externe Berater (z. B. Steuerberater) ein.

Informierte Stiftungen können Haftungsrisiken besser einschätzen

Immerhin haben sich bereits drei von vier befragten Stiftungen zum Thema kundig gemacht. Die Befragung zeigt, dass sich beides – Informationen einzuholen und Maßnahmen zu ergreifen – positiv auswirkt: Informierte Stiftungen kennen offenbar haftungsträchtige Fallstricke und können demnach besser beurteilen, wann Pflichtverletzungen bei der Vermögensverwaltung und der Mittelverwendung vorliegen.

Stiftungen tauschen sich mit Behörden aus

Von den befragten Stiftungen, deren Stiftungsorgane sich schon einmal in Haftungsfragen informiert haben, haben knapp 22 Prozent dazu die Stiftungsaufsicht gefragt. Tauchen Fragen auf, ob bestimmte Tätigkeiten der Stiftung mit der Gemeinnützigkeit vereinbar sind, sollte sich der Stiftungsvorstand im Vorfeld bei der Finanzbehörde eine Einschätzung einholen. Auch kann es sinnvoll sein, bei Anlagefragen die Behörden einzubeziehen – beispielsweise durch Zusendung der Anlagerichtlinien. Knapp die Hälfte der befragten Stiftungen, die Anlagerichtlinien haben, hat davon bereits Gebrauch gemacht.

Stiftungen und ihre Vorstände, die sich zum Thema Haftung informieren, vorbeugende Maßnahmen ergreifen und sich mit den Behörden abstimmen, können Risiken – auch in der anhaltenden Niedrigzinsphase – gut kontrollieren.

Detaillierte Ergebnisse der Befragung sind im Stiftungsfokus Nummer 10 „Haftung von Stiftungsvorständen" veröffentlicht. Die digitale Reihe ist kostenfrei abrufbar unter *www.stiftungen.org/stiftungsfokus*. Weitere Informationen finden Sie unter ▶ **www.stiftungen.org/stiftungspanel**.

Theresa Ratajszczak, M. A., studierte Mittlere und Neuere Geschichte sowie Soziologie an der Universität Leipzig. Ihre Magisterarbeit schrieb sie über das Stipendienwesen an der Universität Leipzig 1539–1580. Nach mehrjähriger Tätigkeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin eines Bundestagsabgeordneten ist sie seit 2014 wissenschaftliche Referentin beim Bundesverband Deutscher Stiftungen.
▶ www.stiftungen.org

Das Agilitäts-Konzept für Stiftungen

Fit für die Zukunft mit dem neuen Management-Ansatz

10. / 11. Mai 2017
Impact Hub Berlin (10.5.)
und
Unicorn.Berlin (11.5.)

AgileBrains

Agil werden!

Niedrigzins und demografischer Wandel, Digitalisierung oder auch die stiftungsrechtliche Dynamik zwingen Stiftungen, sich radikal zu erneuern. Die Fähigkeit, **auf vielseitige Veränderungen gleichzeitig, schnell und zielgerichtet zu reagieren**, ist die zentrale Schlüsselkompetenz, um als Stiftung langfristig wirken zu können.

Kommen Sie am 10./11.05.2017 nach Berlin und lernen Sie in unserem **Seminar »Das Agilitäts-Konzept für Stiftungen«** einen innovativen, im Nonprofit-Bereich besonders erfolgversprechenden Führungsansatz kennen. Profitieren Sie von den Erfahrungen der Entwickler des »Agility Management & Leadership Modells« Martin Luckmann und Birgit Feldhusen – sowie vom **Austausch mit Kollegen und Agilitätsvorreitern** aus der Praxis.

Inhalte

- **Was ist Agilität?** Und warum ist sie für die Stiftungsarbeit heute überlebenswichtig?
- **Wie gestalte ich meine Organisation agil?** Ziele und Funktionsbereiche, Aufgaben und Umsetzung.
- **Best Practices:** Welche Erfahrungen und Erfolge konnten andere Stiftungen mit agilen Methoden machen?

Weitere Informationen und Anmeldung:
www.ESV-Akademie.de/Agilitaet

ESV AKADEMIE

ESV-Akademie · Genthiner Straße 30 G · D-10785 Berlin
info@ESV-Akademie.de
Tel. (030) 25 00 85-856 / -858 · Mo. - Fr.: 9:00 - 16:30

Abspecken auf Schalke

Bei männlichen Fußballfans sollen überflüssige Pfunde purzeln

Die Stiftung Deutsche Krebshilfe hat übergewichtige Männer im mittleren Alter als gesundheitsgefährdete Zielgruppe ausgemacht und setzt deshalb auf ein Programm, das in Schottland schon ein voller Erfolg ist: abnehmen im Profifußballverein.

Von UTE NITZSCHE

Am Wochenende ist bei vielen Fußball angesagt. Blöd nur, dass sich die körperliche Betätigung oft auf den Griff in die Chipstüte beschränkt, während aus dem Fernseher die Sportschau flimmert. Wer ins Stadion geht, um seinen Verein zu unterstützen, kommt zwar immerhin von der Couch runter, futtert aber meist Bratwurst und Fritten vom Kiosk. Ganz schnell ist dann das Runde nicht mehr nur auf dem Rasen zu finden, sondern auch beim Blick in den Spiegel.

Die Stiftung Deutsche Krebshilfe hat deshalb zusammen mit dem Institut für Therapie- und Gesundheitsforschung in Kiel das Programm „Fußballfans im Training" (FFIT) ins Leben gerufen. Männliche Fußball-Anhänger zwischen 35 und 65 Jahren, die einen Bauchumfang von mindestens 100 Zentimetern haben, sollen sich mehr bewegen und nachhaltig abnehmen. Die Idee dahinter ist, gezielt Männer, die in der Regel einen großen Bogen um Salatteller und Fitnessstudios machen, mithilfe ihres liebsten Hobbys zu einer gesünderen Lebensweise zu animieren. Denn inzwischen weiß man, dass ungefähr die Hälfte aller Krebserkrankungen durch zu wenig Bewegung, schlechte Ernährung, Rauchen und zu viel Alkohol entsteht. Gekickt wird bei FFIT nicht in der Turnhalle nebenan, sondern direkt im Herzen, sprich auf den Anlagen des Lieblingsvereins der ersten und zweiten Bundesliga.

Derzeit machen der FC Schalke 04, Bayer 04 Leverkusen, RB Leipzig, Eintracht Braunschweig und der 1. FC Nürnberg mit. Die Workshops laufen in der aktuellen Rückrunde erstmals in Deutschland. Über Pressemitteilungen, regionale Radiobeiträge, Facebook und die Internetseiten der Clubs sowie Aufrufe und Interviews in der Halbzeitpause bei Heimspielen soll die Zielgruppe angesprochen werden. In Schottland schwitzen schon seit 2010 „Football Fans in Training". Hier helfen mittlerweile 30 Vereine mit, darunter alle Profi-Clubs, ihre übergewichtige männliche Anhängerschaft fit zu kriegen. Das Programm wird von der Universität Glasgow begleitet, die Ergebnisse werden in einer wissenschaftlichen Studie festgehalten. Der Erfolg ist nachhaltig, nicht selten treiben Teilnehmer sogar nach dem Workshop weiterhin gemeinsam Sport. Inzwischen gibt es sogar regelmäßig FFIT-Turniere.

90 Minuten – klar – dauert eine Trainingseinheit; es gibt einen theoretischen Teil, natürlich stilecht mit Taktiktafel, und einen Praxisteil, alles in lockerer Atmosphäre, bei der jeder sein eigenes Tempo bestimmen darf. Das zwölfwöchige Programm ist kostenlos. Um die Teilnehmer ganz nah an ihren Verein heranzubringen, wird dabei auch mal zwischen den Sitzreihen der Fantribüne gejoggt, an der Bande entlanggedribbelt und Kniebeugen auf dem heiligen Rasen absolviert. Betreut werden sie von lizenzierten Trainern und Sportwissenschaftlern, die in den Vereinen tätig sind. „Unser Ziel ist es jetzt erst einmal, über drei Jahre das Projekt aufzubauen und in so vielen Vereinen wie möglich zu etablieren und es dann möglicherweise langfristig selbstständig laufen zu lassen", sagt Projektleiter Benjamin Pietsch. Denn das Runde muss nicht ins Eckige, sondern weg.

▶ www.fussballfansimtraining.de

Ihr Wegweiser im Stiftungswesen
Publikationen des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen

Neuerscheinungen

Bundesverband Deutscher Stiftungen, Eberhard von Kuenheim Stiftung der BMW AG und BMW Stiftung Herbert Quandt (Hg.)

Impact Investing

Vermögen wirkungsorientiert anlegen – ein Praxishandbuch

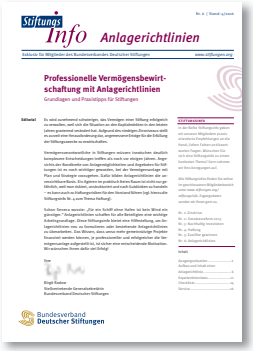
StiftungsRatgeber Band 7
Berlin 2016 | 348 Seiten
ISBN 978-3-941368-79-8
19,80 Euro*
für Mitglieder: 16,80 Euro*
E-Book: 14,99 Euro

Bundesverband Deutscher Stiftungen (Hg.)

StiftungsWelt 04-2016: Vorstand & Co.

Gute Gremienarbeit in Stiftungen

Berlin 2016 | 84 Seiten
15,90 Euro* | E-Paper: 14,99 Euro
kostenlos im Rahmen der Mitgliedschaft



Bundesverband Deutscher Stiftungen (Hg.)

Stiftungsinfo Nr. 6: Anlagerichtlinien

Professionelle Vermögensbewirtschaftung mit Anlagerichtlinien

Berlin 2016 | 20 Seiten
kostenlos

Exklusiv für Mitglieder

Bundesverband Deutscher Stiftungen (Hg.)

Mit Vermögen gestalten

Anlagemöglichkeiten, Strategien und Perspektiven für Stiftungen in der Niedrigzinsphase

Berlin 2016 | 180 Seiten
ISBN 978-3-941368-81-1
kostenlos
auch als E-Book erhältlich

Verzeichnis Deutscher Stiftungen

2014 | 8., erweiterte Auflage

» Unverzichtbar für Fördersuchende und Kooperationswillige «

Das umfangreichste Nachschlagewerk zum deutschen Stiftungswesen: Das bundesweite Stiftungsregister des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen umfasst über 22.700 Stiftungsporträts in drei Bänden und auf CD-ROM.

Bände 1–3 mit CD-ROM | 279,- €*
für Mitglieder: 199,- €*
ISBN 978-3-941368-59-0

Bände 1–3 | 199,- €*
für Mitglieder: 139,- €*
ISBN 978-3-941368-60-6

CD-ROM | 199,- €*
für Mitglieder: 139,- €*
ISBN 978-3-941368-61-3

* Preise inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten von 3 € bzw. 8 € (Buchausgabe Verzeichnis Deutscher Stiftungen).

Bundesverband Deutscher Stiftungen

Bestellung und weitere Informationen:
Bundesverband Deutscher Stiftungen
Mauerstraße 93 | 10117 Berlin

Telefon (030) 89 79 47-0 | Fax -41
www.stiftungen.org/shop
verlag@stiftungen.org

Big Data

Customer Journey ist Ihnen noch kein Begriff? Das kann dieses Buch ändern. In dem weiten Feld Big Data gibt es eine Vielzahl von Möglichkeiten, das Marketing von heute effektiv und erfolgreich zu gestalten. Und vor allem mit hoher Geschwindigkeit. Dazu reicht es aber eben nicht, Daten (von den eigenen Kunden) zu sammeln. Man muss sie auch verwenden. Daten sind Informationen und stellen damit Wissen dar. Die Rückgewinnung eines Spenders wäre doch eine schöne Sache, oder? Sie müssen ihm nur das Richtige im richtigen Moment bieten. Wie das geht, erfahren Sie hier.

Torsten Schwarz (Hrsg.). Big Data im Marketing. Haufe Verlag. 2015. 324 Seiten. ISBN: 978-3-64806-585-3. [D] 44,95 €, [A] 46,30 €, CHF 62,85 €.

Förderung

Der Netzwerk Selbsthilfe e.V. bleibt weiterhin fleißig und hat inzwischen die 13. Auflage seines Überblicks über Fördertöpfe vorgelegt. Mehr als 400 Förderquellen aus dem Bereich der Stiftungen. Neu sind in dieser Auflage Stiftungen mit Sitz im europäischen Ausland, die NGOs weltweit unterstützen. Für jede Stiftung finden sich Informationen zu Antragsbedingungen, Förderregionen und Wirkungsfeldern. Damit gibt es jeweils einen knappen und doch informativen Überblick, der die Orientierung sehr erleichtert. Tipps zur Antragstellung gibt es natürlich auch.

Netzwerk Selbsthilfe e.V. (Hrsg.). Fördertöpfe für Vereine, selbstorganisierte Projekte und politische Initiativen. 13. Auflage. 2017. 247 Seiten. Die Broschüre kann direkt unter www.netzwerk-selbsthilfe.de bestellt werden.

Großer Nutzen

Allein der Umfang von 2000 Seiten lässt hoffen, dass sich dieses Buch von den bisherigen Kommentaren zur Gemeinnützigkeit unterscheidet. Schon nach dem ersten Blättern und erst recht nach den ersten Stunden der praktischen Nutzung wird die Vermutung zur Gewissheit, dass das Werk seinem Titel „Gesamtes Gemeinnützigkeitsrecht“ gerecht wird. Schon im Vorwort wird der Anspruch geäußert, eine Kommentierung des Gemeinnützigkeitsrechtes aufbauend von den Regelungen der Abgabenordnung (AO) zu den relevanten Regelungen in den Einzelsteuergesetzen über Beihilferecht (!) bis zum Rechnungswesen darzustellen.

Dies gelingt überzeugend, auch weil sich über 30 zum Teil sehr bekannte und renommierte Autoren der Fachwelt die Themen teilen. Auffallend ist die sinnvolle Integration von komplexen Sachverhalten wie zum Thema „Kooperation zwischen gemeinnützigen Körperschaften“ oder sehr anschaulich und umfassend zur Umwandlung von gemeinnützigen Körperschaften, was derzeitig durch den zivilrechtlichen Angriff auf den unternehmerisch tätigen Idealverein hochaktuell ist. Weiterhin wertvoll sind die umfangreichen Verweise auf Urteile, Verwaltungsanweisungen und andere Fachkommentare und Aufsätze. Die Orientierung in diesem seitenstarken Werk fällt nach einer gewissen Eingewöhnungszeit leicht und vermittelt dabei gut den Zusammenhang zwischen einzelnen Normen zu einem Sachverhalt.

Ein absolut nützliches und zu empfehlendes Fachwerk für Berater in der Praxis und Rechtsexperten, aber weniger für den Praktiker in den NPOs ohne steuerrechtliche Erfahrung.

Jens Kesseler

Stefan Winheller, Stefan J. Geibel, Monika Jachmann-Michel (Hrsg.). Das gesamte Gemeinnützigkeitsrecht. Nomos Verlag. 2016. 1958 Seiten. ISBN: 978-3-84871-061-4. [D] 198,00 €, [A] 203,60 €, CHF 276,90.

Strich für Strich

Mal schnell den Kollegen im Meeting die spontane Idee skizzieren, aber im Wortsinn? Auch das muss man können. Nur muss man dazu natürlich kein Picasso sein. Aber simpel und verständlich soll die Idee ja in jedem Fall vermittelt werden. Dieses Buch zeigt auch die Vorteile einer Skizze. So können Sie beispielsweise mit Stift und Papier gleich und sofort gemeinsam mit den Kollegen Ihre Idee ausbauen. Und so ein „Strategieflugzeug“ kann Sie durchaus schneller als gedacht ans Ziel bringen. Die Vorlagen für die einzelnen Modelle sind so simpel, dass sie ohne Aufwand angewendet werden können.

Martin J. Eppler, Roland A. Pfister. Sketching at Work. Schäffer Poeschel Verlag. 2. Auflage. 2017. 165 Seiten. ISBN: 978-3-79103-840-7. [D] 19,95 €, [A] 20,60 €, CHF 27,90.

Wandel

Der Begriff des „Gewohnheitstieres“ verdeckt vieles. Bequemlichkeit? Angst vor Veränderung? Persönliche Motive sind dabei das eine. Wenn es aber um gesellschaftlichen Wandel geht, sieht die Sache schon komplexer aus. Die nachhaltige Gesellschaft bleibt bislang ein Ideal, weil als Ziel wohl noch nicht mal ansatzweise in Sicht. Verblüffend der Blick ins Inhaltsverzeichnis: Gleich im ersten Kapitel fällt das Wort „Kindererziehung“. Hier wird gezeigt, wer in der kapitalistischen Wachstumsgesellschaft wem an die Nase fassen sollte und wer besser vor der eigenen Haustür kehrt.

Felix Ekhardt. Wir können uns ändern. Gesellschaftlicher Wandel jenseits von Kapitalismuskritik und Revolution. oekom Verlag. 2017. 160 Seiten. ISBN: 978-3-86581-842-3. [D] 14,95 €, [A] 15,40 €, CHF 20,90.

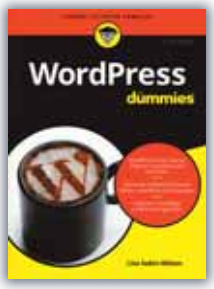
Online

Höher, schneller, weiter: Die digitale Transformation entwickelt für viele Unternehmen und Organisationen einen wachsenden Sog. Oder auch gerade nicht. Eine Abkehr vom Online-Marketing kann sich allerdings niemand mehr erlauben. Außerdem heißt es ständig: Am Ball bleiben! Deshalb hat Erwin Lammenett sein Buch in einer zweiten Auflage um zwei Kapitel ergänzt. Die Besonderheit besteht dabei in der Vielzahl der einfach erklärten Beispiele aus der Praxis, mit denen der Leser konkret angesprochen wird. Einen zusätzlichen Service bieten die vielen Links, mittels derer man sich sozusagen „hautnah" das Besprochene online anschauen kann. Da der Autor die Links auch ständig pflegt, entwickelt sich sozusagen das Buch immer weiter. Wer sich noch nie mit Marketing im Allgemeinen beschäftigt hat, könnte hier eventuell bald überfordert sein. Trotzdem lohnt sich die Lektüre aufgrund des sehr persönlichen Stils des Autors für jeden.

Rico Stehfest

Erwin Lammenett. Online-Marketing-Konzeption. CreateSpace Independent Publishing Platform. 2. Auflage. 2017. 228 Seiten. ISBN: 978-1-53974-498-6. [D] 28,91 €, [A] (eBook) 23,99 €, CHF 41,95.

Selber machen!



Man kann viel Geld in einen Webauftritt investieren. Muss man aber nicht. Findige Köpfe können sich da auch selbst reinfitzen. Dieses Buch zeigt das und vermittelt einen umfassenden Einstieg in die Arbeit mit WordPress. Da muss sich niemand vor HTML oder CSS fürchten. Der Baukasten von WordPress bietet für jeden die richtigen Bausteine. Nach Angaben der Autorin basieren aktuell 25 Prozent aller Seiten im World Wide Web auf dieser Software. Ergo: Ganz so kompliziert kann die Sache also gar nicht sein. Die Autorin lädt auch explizit dazu ein, einige der Kapitel zu überspringen, abhängig davon, was genau man jetzt selbst mit seiner Internetseite veranstalten möchte. Deshalb beginnt dieser Crashkurs auch mit dem Kapitel „Das kann WordPress" für Sie tun. Entscheidend ist aber wohl für die meisten der Abschnitt, in dem erklärt wird, wie man Bilder und Audio- oder Videodateien in seine Seite einbindet.

Rico Stehfest

Lisa Sabin-Wilson. WordPress für dummies. Wiley-VCH Verlag. 2. Auflage. 2016. 371 Seiten. ISBN: 978-3-52771-321-9. [D] 19,99 €, [A] 25,70 €, CHF 27,95.

Kölner Verbände Seminare

www.verbaendeseminare.de

Steuerliche und gesetzliche Veränderungen
Risiken und Probleme rechtzeitig erkennen
Gestaltungsspielräume nutzen

Besteuerung von Körperschaften des öffentlichen Rechts (KdöR)
22. Juni 2017 in Köln

Besteuerung der Wirtschafts- und Berufsverbände
25. September 2017 in Köln

Steuerprobleme und -risiken der Gemeinnützigen
15. November 2017 in Berlin

Sie erreichen uns telefonisch unter (02 28) 93 54 93-20
oder per E-Mail info@verbaendeseminare.de

Kooperationspartner
DGVM
Verbände report

Edition Fundraiser

Großspenden können Großes bewirken.

Das neue Buch von Dr. Marita Haibach und Jan Uekermann

Erster kompakter und praxisnaher Überblick zum Großspenden-Fundraising im deutschsprachigen Raum

Jetzt bestellen unter edition-fundraiser.de

… oder im Buchhandel

H_2O

Momentan verraten religiös motivierte Terrorakte noch nicht, dass wir aller Wahrscheinlichkeit nach bald einen noch fundamentaleren Kampf ausfechten werden: den um sauberes Wasser. Ernst Bromeis ist sich dessen bewusst und engagiert sich bereits seit geraumer Zeit dafür, das Bewusstsein um diese Problematik zu verbreiten. Dazu ist er auch zu einigen Aktionen bereit, wie die vielen Fotos in diesem Buch zeigen. Der Autor ist zwar schon immer gern geschwommen, sonst aber gibt es keinen direkten Auslöser für sein Engagement. Desto bemerkenswerter ist es.

Ernst Bromeis. Jeder Tropfen zählt. Schwimmen für das Recht auf Wasser. rüffer & rubb Verlag. 2016. 192 Seiten. ISBN: 978-3-90630-406-9. [D] 18,00 €, [A] 18,00 €, CHF 25,15.

Jugendliche

Gesellschaftliches Engagement von Jugendlichen? Da zucken viele schnell mit den Schultern. Ein verbreitetes Bild gibt es da im Prinzip nicht. Das Buch will das zwar beleuchten, beginnt aber recht überraschend, indem die Herausgeberin die Rolle des weiblichen Geschlechts in der Engagementkultur herausstellt. Das Gesamtbild, das gezeichnet wird, ist dank der Vielzahl der Autoren bunt. Nur bewegen sich alle innerhalb eines klar akademischen Diskurses damit größtenteils in der theoretischen Reflexion. Das ist nicht jedermanns Sache.

Silke Jakob (Hrsg.). Engagierte Jugendliche in der Gesellschaft. Bürgerschaft und Engagement in einer globalisierten Welt. Verlag Barbara Budrich. 2017. 233 Seiten. ISBN: 978-3-84740-763-8. [D] 32,00 €, [A] 32,90 €, CHF 44,75.

Unmündig?

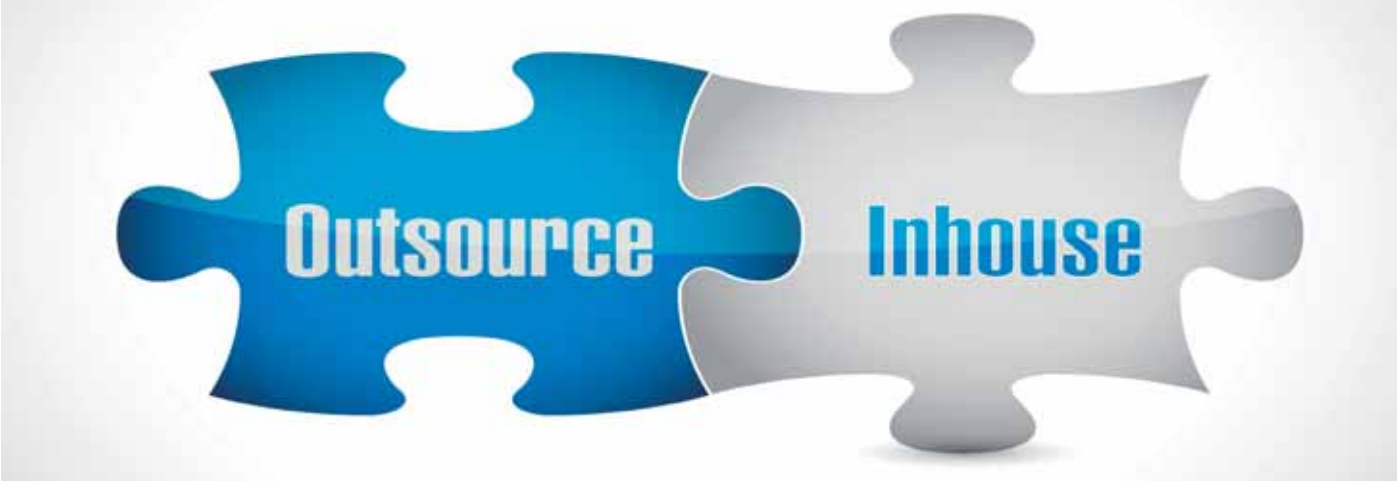
Gibt es tatsächlich einen Zusammenhang zwischen den sozialen Medien und Veränderungen im Demokratieverhalten? Wolfgang Schweiger tendiert dazu, diese Frage zu bejahen. Er sieht eine Ursache dafür in der zunehmenden Vermischung von Medien, die früher getrennt voneinander existierten. Die Folge: Verunsicherung. Das erklärt aber noch lange nicht den aktuellen europaweiten Erfolg von Rechtspopulisten. Der Autor weiß aber auch, dass es dafür keine einfach Erklärung gibt. Deshalb differenziert er auch ausgewogen und stellt eine These von verblüffender Schlichtheit auf: „Wenn Bürger irrational agieren und gegen ihre eigenen Interessen wählen, müssen sie schlicht unzureichend oder falsch informiert sein.“ Er erkennt, dass eine Fülle von Informationen nicht automatisch Informiertheit des Bürgers bedingen. Sind die Inhalte sozialer Medien Symptom oder Ursache von Veränderungen? So oder so sieht der Autor die Diskursfähigkeit der Bevölkerung in Gefahr. An dieser Stelle nimmt er, nicht überraschend, die Kommunikationswissenschaft in die Pflicht, aber nur, um gleichzeitig mit Verständnis für die Sache zu erklären, warum gerade diese in der Debatte eben nicht am stärksten hörbar ist.

Schweiger hat hier ein beunruhigendes Buch vorgelegt. Und das ist wirklich gut so. Es wäre wünschenswert, Differenzierung fände in der allgemeinen Meinungsbildung genau so statt, wie der Autor hier vorgeht. Umsichtig, aber bestimmt.

Rico Stehfest

Wolfgang Schweiger. Der (des)informierte Bürger im Netz. Wie soziale Medien die Meinungsbildung verändern. Springer Verlag. 2017. 214 Seiten. ISBN: 978-3-65816-057-9. [D] 19,99 €, [A] 20,55 €, CHF 27,95.

Telefon-Fundraising: !
Inhouse oder Outsourcing?



Wann ist es sinnvoll, Telefon-Fundraising selbst durchzuführen und wann sollte man es externen Anbietern übertragen? Eine Antwort kann sein: "Do what you do best, outsource the rest". Zur individuellen Entscheidungsfindung tragen folgende Aspekte bei:

ERFAHRUNG UND KOMPETENZ

In einem Gespräch muss man sich in Sekundenschnelle auf den Gesprächspartner mit dessen individuellen Vorstellungen und Wünschen einstellen. Innerhalb von 10 bis 20 Sekunden gilt es, das Interesse des Gegenübers zu wecken und dieses für ein zielorientiertes Gespräch zu nutzen. Umfangreiche Erfahrung mit den verschiedensten Gesprächssituationen, die Fähigkeit, ein komplexes Thema für die telefonische Ansprache aufzubereiten und Kompetenz in zielorientierter Gesprächsführung sind daher unerlässlich.

QUALITÄT

Bei der Auswahl einer Agentur ist es ratsam, neben dem Ruf und der Empfehlung auch die Beratungsleistung, die Transparenz der Prozesse, die Erstellung von Gesprächsleitfäden, die Schulung und Qualifizierung von Telefon-Fundraisern heranzuziehen. Umfassende Informationen zu diesem Thema gibt es unter www.qtfr.de. Erfolgreiches Inhouse-Telefon-Fundraising setzt voraus, dass die Qualifizierung und Betreuung der Mitarbeiter für die Telefonie sichergestellt wird.

KAPAZITÄTEN

Kontaktmenge und Zeitrahmen sind wichtige Größen. Gerade bei integrierten Fundraisingmaßnahmen ist ein gelungenes Zeitmanagement ein wichtiger Faktor. Nicht nur das eigentliche Telefonat kostet Zeit, auch die Vor- und Nachbereitung sind sehr zeitaufwändig: Datenselektion, Gesprächsleitfaden, Schulung, Briefing, Bestätigungsbriefe, Anwahlversuche, Rückrufmanagement, Ergebnisdokumentation oder Follow Up.

Ein weiterer nicht zu unterschätzender Faktor ist das Kontaktvolumen. Als Faustformel gilt, dass von aktuellen Adressaten mit Telefonnummer nur etwa 50 Prozent tatsächlich erreicht und zu abgeschlossenen Gesprächen geführt werden können. Für eine verlässliche Erfolgsprognose einer Kampagne benötigt eine Agentur etwa 300 bis 500 Kontakte. Bei kleineren Mengen wirken sich Zufälle unverhältnismäßig stark auf die Ergebnisse aus und es gibt kaum Gelegenheit, die Kampagne zu optimieren.

Oftmals kann es sinnvoll sein, wenige Adressen spezieller Zielgruppen (z.B. Großspender oder potenzielle Erblasser) inhouse zu telefonieren. Achtung! Auch bei vermeintlich kleinen Kampagnen sind eine präzise Vorbereitung und Planung der Ressourcen unerlässlich.

FAZIT

Eine sorgfältige Abschätzung der benötigten Kapazitäten (Anzahl der Kampagnen/Adressen, ausreichendes Zeitmanagement für alle notwendigen Arbeiten), die Komplexität und zeitliche Verteilung sind in jedem Falle wichtig für ein gelungenes Inhouse-Telefon-Fundraising. Eine Alternative zur Entscheidung zwischen Inhouse oder Outsourcing kann eine Kombination aus beidem sein. So können eigene Kapazitäten und Erfahrungen mit denen professioneller Telefon-Fundraiser abgeglichen und Synergien genutzt werden – ein Gewinn für alle Seiten.

Autor: Johannes Bausch,
Vorstandsmitglied QTFR
Geschäftsführer Deutscher
Spendenhilfsdienst – DSH GmbH

QUALITÄTSZIRKEL
TELEFON-FUNDRAISING

Qualitätszirkel Telefon-Fundraising
Beuthstraße 7 | 10117 Berlin
Tel.: +49 30 616 509 40
Fax: +49 30 616 509 41
info@telefon-fundraising.de
www.telefon-fundraising.de

Fragebogen: Ken Burnett
Menschen, die gegen den Strom

Es wäre wohl nicht übertrieben, Ken Burnett als ein Urgestein der Fundraising-Branche, speziell des Bereichs der Spender-Kommunikation zu bezeichnen. Die Leser des britischen Magazins „Fundraising" wählten ihn 2011 zur einflussreichsten Person im Fundraising auf der Insel. Gemeinsam mit dem Fundraising-Berater Giles Pegram hat er 2015 die „Commission on the Donor Experience" gegründet, um in der Welt des Fundraisings die spenderzentrierte Perspektive fest zu installieren.

Seine ersten Schritte im Fundraising liegen für Ken Burnett allerdings bereits weit zurück. Nach einem Anfang im Bankenwesen leitete er von 1977 bis 1979 ActionAid, eine in Johannesburg ansässige NGO für Entwicklungszusammenarbeit. Anfang der 80er Jahre verantwortete er dort die Leitung für Fundraising und Kommunikation. Der nächste entscheidende Schritt war die Gründung der Agentur Burnett Associates, die über einen Zeitraum von zwanzig Jahren hinweg einige der originellsten und effektivsten spenderzentrierten Kommunikationskampagnen überhaupt entwickelte.

Im Lauf der Jahre arbeitete Ken Burnett mit Marketing-Agenturen in Großbritannien, Australien, den USA und Indien zusammen. Wenn er gerade mal nicht ein neues Fundraising-Buch schreibt, engagiert er sich weltweit für die Entwicklung und den Aufbau von SOFII, „Showcase of Fundraising Innovation and Inspiration", einer Plattform, die Ideen, Informationen und Initiativen zu allen Aspekten des Fundraisings vereint.

▶ www.sofii.org
▶ www.donor-experience.com

1. Bitte ergänzen Sie folgenden Satz: Ein guter Tag beginnt …

… zeitig und endet spät. (Ich liebe das Leben! Ich wünschte, ich wäre nicht so faul und würde eher aufstehen und später zu Bett gehen, um mehr vom Leben zu haben.)

2. Was wollten Sie als Kind werden?

Ich wollte Autor werden, Bücher schreiben und mein eigenes Unternehmen führen. Und ich wollte etwas Nützliches tun, um die Welt zu einem besseren Ort zu machen. Oh, und ich wollte reich sein. An Letzterem bin ich gescheitert. Aber ich habe genug, also bin ich vielleicht doch nicht gescheitert.

3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

„Trump", dicht gefolgt von „Brexit".

4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Die Umverteilung von Reichtum, um die Dinge mehr als nur ein bisschen gerechter zu gestalten. Die zunehmende Kluft zwischen Arm und Reich in unseren Gesellschaften ist unser größtes politisches und soziales Versagen.

5. Sie machen eine Zeitreise in das Jahr 1990. Was würden Sie dort tun?

1990 habe ich das Buch „Relationship Fundraising" geschrieben, in Frankreich. Zu dem Zeitpunkt würde ich gern zurückkehren, um einige Veränderungen darin einzuarbeiten. Ich denke, ich habe in den letzten 27 Jahren ein paar Dinge gelernt, die mir mehr helfen, als das damals der Fall war.

6. Wem würden Sie mit welcher Begründung einen Orden verleihen?

Der 92-jährigen Olive Cooke, deren Selbstmord 2015 fälschlicherweise auf aufdringliches Verhalten von Charity-Fundraisern zurückgeführt worden war. Ihr Tod hat geradezu eine Flut kritischer Attacken gegenüber Fundraising-Praktiken verursacht, wodurch es letztendlich zu vielen Veränderungen zum Besseren hin kommen wird. Ich würde ihr nicht nur einen Orden verleihen, ich würde sie zur Schutzpatronin der Fundraiser machen.

7. Sie treffen den reichsten Menschen der Welt im Aufzug. Was sagen Sie ihm?

„Als reicher Mensch haben Sie eine moralische Verantwortung, Exempel zu statuieren. Das Beste daran, Geld zu haben, ist, etwas davon abgeben zu können, gepaart mit der Befriedigung und Erfüllung, die dadurch entsteht."

bewundert schwimmen

8. Wer ist für Sie ein Held?

Ich bewundere Menschen, vor allem die kleinen Leute, die gegen den Strom schwimmen, die moralisch gegen Ungerechtigkeiten aufbegehren, selbst wenn es auf ihre eigenen Kosten geht. Ich hoffe, abweichende, wahrheitsliebende Stimmen werden in dieser postfaktischen Welt nicht verschwinden.

9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Da habe ich ziemliches Glück. Ich habe ein schönes Zuhause im ländlichen Suffolk, East Anglia, und ein zweites Zuhause in London, gleich neben dem Arsenal-Football-Areal. (Nicht, dass ich ein großer Football-Fan wäre, aber die Gegend ist schön.)

10. Was tun Sie, wenn Sie nichts zu tun haben?

Es ist noch nie vorgekommen, dass ich nichts zu tun gehabt hätte. „Busy doing nothing" trifft auf mich nicht zu.

11. Worüber können Sie lachen?

Ich entdecke Humor praktisch überall, obwohl ich hoffe, zu wissen, wann ich lachen sollte und wann nicht.

12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Ich kann allem widerstehen, nur nicht der Versuchung und vergebe die meisten Dinge, nur nicht Gleichgültigkeit. Jede Position, die man selbst mit Integrität vertritt, ist für mich in Ordnung, das rechtfertigt aber weder Unvernunft noch Unehrlichkeit oder Falschheit.

13. Was war früher besser?

Ja, die Jugend. Denn für mich liegt diese Zeit in der Vergangenheit, und ich habe sie geliebt. Ach, und früher waren Schokoladenriegel größer und besser. Und ich musste nicht auf die Linie achten.

14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Er hat's versucht.

15. Zum Abschluss vervollständigen Sie bitte diese Aussage: Eine Spende ist für mich ...

... eine Möglichkeit, einen Unterschied zu machen mit etwas, das ich nicht vermissen werde, das aber für jemanden anderes von großer Bedeutung sein kann. Damit handelt es sich um ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis (sofern die Spende sorgsam gewählt und nachverfolgt wird).

NÄHER AM MENSCHEN

ENTERBRAIN Software AG

Software, Dienstleistung und Know-How für Ihre Nonprofit-Organisation

www.enterbrain.ag

Teilzeit-Whistleblower Fabian F. Fröhlich ist frühjahrsmüde

„Kann es sein, dass der Kaffee neuerdings koffeinreduziert ist?", frage ich gähnend die Sekretärin. Ich meine es heute ernst, aber sie guckt gleich völlig irritiert. „Schon möglich", flüstert sie hektisch hinter vorgehaltener Hand, „ganz oben wurden nämlich Sparmaßnahmen beschlossen". Dabei verzieht sie das Gesicht, als stünde Orwells Gedankenpolizei vor der Tür. „In der Chefredaktion?", frage ich vorsichtshalber. „Nein, gaaanz oben!"

„Wisst ihr was von Sparmaßnahmen?", erkundige ich mich in der Marketingabteilung. Natürlich wissen die von nichts. Bestimmt haben die Sales-Fritzen wieder Sonderrechte. Wie mich das nervt! Nur weil die das Geld ranholen, das wir alle angeblich kosten, stehen sie in der büro-internen Nahrungskette weiter oben. Aber wie pflegte meine Oma immer zu sagen: Wer sich nicht wehrt, der lebt verkehrt. „Ich weiß nicht, ob ich es euch verraten sollte…", fange ich mal vorsichtig an. „Ich hab gerade aus todsicherer Quelle erfahren, dass die gaaanz oben was planen…" Der Teaser funktioniert! „Was heißt hier todsichere Quelle?", zickt die langhaarige ‚Junior Marketing Consulting Assistent'-Brillenschlange mit dem IQ eines Einhorn-Emojis. Als Nachrichtenredakteur und zivilisierter Büromensch weiß ich natürlich, dass Kaffeeküchengespräche zwar die besten Quellen sind, jedoch nicht als zuverlässig gelten. Deshalb improvisiere ich ein bisschen: „Pickeldie und Frederick – so nennen wir die neuen Werkstudenten aus der IT – haben da so ein Dokument gefunden… ich sage nur Kostenminimierung." Bäm! Die hundertprozentige Aufmerksamkeit der Extrovertiertenrunde ist jetzt voll auf mich gerichtet: Fabian, der Whistleblower. „Das habt ihr aber nicht von mir", füge ich sicherheitshalber hinzu. Die Marketingler nicken eifrig und legen sogar kurz die Smartphones aus der Hand. „Zur nächsten Quartalssitzung soll jede Abteilung präsentieren, wie sparsam sie in den letzen Wochen war. Die am meisten eingespart haben, kriegen…" „Was kriegen die?", hechelt die Langhaarige. Ich zucke mit den Schultern. „Irgendwas Großes bestimmt", raune ich im Gehen und lege verschwörerisch den Zeigefinger auf die Lippen.

Zurück in der Redaktion poppt eine E-Mail aus der Chefetage auf: Wir sollen was für den Nachhaltigkeitsbericht zuarbeiten. Ich formuliere haarscharf: „Durch Halbierung der Kommunikationskosten im Bereich Akquise und durch den plötzlichen Nichtbedarf an unfair gehandeltem Kaffee reduzierte sich der ökologische Fußabdruck unseres Unternehmens im letzten Quartal…"

Faaa-biii-aaan! Herr Frööööh-liiich! Verdammt, ich bin tatsächlich eingepennt. War spät gestern, und dann das Frühjahr, die Heuschnupfenmittel machen immer so müde. Meine Kollegin grinst: „Hoffe, du hattest süße Träume?" Und ob! Ich brauch erst mal frische Luft – und 'nen extra-starken Kaffee.

Ausgabe 3/2017 erscheint am 29. Mai 2017 u. a. mit diesen Themen

- Große Visionen – großes Geld
- Kulturfundraising
- Online-Fundraising-Tools

… und natürlich die Themen, die Sie uns schicken an *redaktion@fundraiser-magazin.de*

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 3/2017 ist der 10.04.2017.

ISSN 1867-0563 – 12. Jahrgang

Fundraiser magazin
Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

erscheint 2-monatlich.
Alle vorherigen Ausgaben stehen im Internet unter *archiv.fundraiser-magazin.de* kostenlos als PDF-Dateien zur Verfügung.

Herausgeber:
Matthias Daberstiel, Udo Lehner, Daniela Münster

Verlag, Produktion, Vertrieb:
Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden
verlag@fundraiser-magazin.de, www.fundraiser-magazin.de

Redaktionsleitung:
Daniela Münster (v. i. S. d. P.), redaktion@fundraiser-magazin.de
Telefon: +49 (0)351 8762 7-70, Fax: -79

Korrespondenten:
Großbritannien: Jan Uekermann, jan.uekermann@fundraiser-magazin.de
Schweiz: Katja Prescher, katja.prescher@fundraiser-magazin.ch

Anzeigen-Werbung:
matthias.daberstiel@fundraiser-magazin.de (verantwortlich), Telefon: +49 (0)351 8762 7-80, Fax: +49 (0)351 8762 7-79
Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 10 vom 1.12.2016

Druck:
Silber Druck oHG, Niestetal

Namentlich gekennzeichnete Beiträge spiegeln nicht unbedingt die Meinung der Herausgeber wider. Für unverlangt eingesandte Beiträge und Fotos wird keine Haftung übernommen. Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages. Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 3/2017, die am 29.05.2017 erscheint, ist der 10.04.2017.

Fotonachweise:
Titelbild & S. 16: AdobeStock©Tuan Huy Pham, S. 1: Udo Lehner (Menschen), Pascal Amos Rest (Stiftung), S. 3: Udo Lehner, S. 4: AdobeStock©Tuan Huy Pham (oben), Daniel Nussbaumer (unten rechts), S. 5: Wilde Ganzen Foundation (oben), S. 6 & 25: Daniela Münster (Daberstiel), S. 11: AdobeStock©ttt, S. 17 & 20: Stefan Weber, S. 17 & 22: AdobeStock©foxyburrow, S. 17 & 24: Zerbor, S. 17 & 26: AdobeStock©-Davizro Photography, S. 21: Matthias Helm (oben rechts & unten links), Walter Amos Mueller (unten rechts), Ludwig Rauch (Schwarzburger), S. 22: Die Hoffotografen GmbH Berlin (2 Porträts), S. 24: L.S.@fotolia.com, S. 30 & 31: Wilde Ganzen Foundation S. 34: Daniel Nussbaumer, S. 36: Beate Erler, S. 38: AdobeStock©Jonathan Stutz, S. 40: Iris Bothe (Menzel-Nazarov), S. 41: Fotostudio Charlottenburg (Müller), obs/Johanniter Unfall Hilfe e. V. (Mähnert), obs/Aktion Deutschland Hilft e. V. (Roßbach/Pastors), S. 48: Philipp Rathmer, S. 49: Felix Burda Stiftung, S. 50: obs/Marc Rehbeck für PETA/PETA Deutschland e. V., S. 54: Hermien Lam, S. 56: AdobeStock©thomasknospe, S. 58: macroman@fotolia.com, S. 60: jro-grafik@fotolia.com, S. 62: AdobeStock©Comugnero Silvana, S. 63: Oliver Hochstrasser, S. 71: Udo Lehner, S. 72: Stephanie von Becker, S. 73: Justin Farrelly, S. 74: Rüdiger Wölk, S. 76: Thomas Ulbricht (rechts), Sarah Kunath, S. 78: Sophie Stieger, S. 82: Pascal Amos Rest, S. 88: Udo Lehner, S. 90: oza@fotolia, alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der
Fundraising Akademie

MIT UNS FINDEN SIE DEN WEG ZU IHREN SPENDERN.

SEXTANT ist die Software für NPO.

SEXTANT
SUPPORTS YOU.

sextant-npo.net

Referenzen:

AMNESTY INTERNATIONAL
amnesty.ch

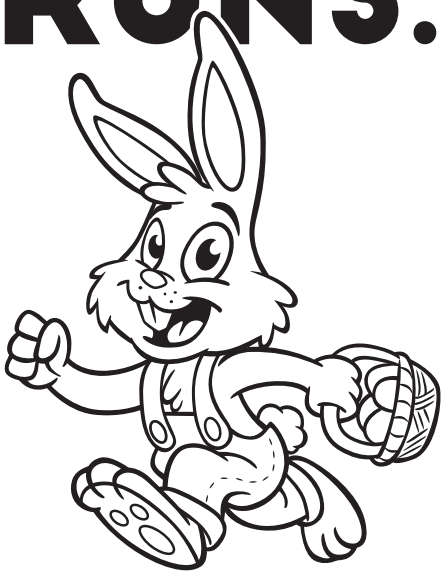
CARITAS
caritas.ch

GREENPEACE
greenpeace.ch

BLUTSPENDE SRK SCHWEIZ
TRANSFUSION CRS SUISSE
TRASFUSIONE CRS SVIZZERA
blutspende.ch

Menschen für Menschen
Karlheinz Böhms Äthiopienhilfe
menschenfuermenschen.org

WE KNOW HOW THE BUNNY RUNS.



Seit über 15 Jahren sprechen wir bei adfinitas die Sprache Ihrer Spender. Auch wenn wir alte Hasen sind – Fundraising ist für uns mehr als Routine. Mit vollem Einsatz entwickeln wir immer wieder individuelle Strategien und kreative Konzepte. Also hopp, hopp! Nutzen auch Sie unsere Erfahrung. Gemeinsam können wir die Welt ein kleines bisschen besser machen!

www.adfinitas.de · info@adfinitas.de · Tel: +49(0) 511 52 48 73-0 · Fax: +49(0) 511 52 48 73-20

adfinitas