ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 1/2018

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Entspannt beim Thema Datenschutz

So meistern Sie die neuen EU-Datenschutz-Vorgaben

Menschen
Jakob von Uexküll, Gründer des Alternativen Nobelpreises, im Interview.

Thema
Social Business: Geld verdienen mit der guten Sache. Wir zeigen Erfolgsbeispiele.

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

UND? WELCHES STADIUM HABEN SIE ERREICHT?

Software selbst machen. Ganz schlimm.

Software kaufen. Schlimm genug.

Software mieten. Schon besser.

Software und Rechenleistung mieten. Der Olymp ist in Sicht!

Software, Rechenleistung und Service mieten. Der Gipfel ist erreicht!

Es gibt auch in Ihrem Arbeitsleben langweilige Standardaufgaben, mit denen Sie sich nicht länger selbst herumschlagen müssen. Fundraise Plus bietet Ihnen die Komplettlösung für Fundraiser: Software, Rechenleistung und Service, all in one.

Widmen Sie sich in Zukunft spannenderen Aufgaben und nehmen Sie sich Zeit für das Wesentliche.

Alles andere machen wir.

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,

man mag von Facebook halten, was man will – als Marketinginstrument ist es nicht zu unterschätzen. Und etwas Amerikanisierung muss nicht per se schlecht sein. Beim Thema Spenden nehmen wir uns gern ein Beispiel. Da wird es wunderbar direkt, nicht so kompliziert, wie wir Deutschen das handhaben.

Kürzlich in meiner Timeline: „Hallo Daniela, dein Geburtstag steht vor der Tür! Spende an deinem ganz besonderen Tag und unterstütze eine Sache, die dir am Herzen liegt. Gemeinnützige Organisation auswählen …“ Warum nicht – ich habe es ausprobiert. Es ist super-einfach, denn Facebook erinnert mich täglich daran, Freunde zum Spenden einzuladen, etwas über die NGO zu schreiben, ein Foto zu teilen etc. und zeigt mir an, wie viel von meinem selbstgewählten Spendenziel wir schon erreicht haben und wie wenige Tage noch bleiben. Seit November gibt es dieses Tool im deutschsprachigen Raum, unter *www.facebook.com/fundraisers* kann jeder seine persönliche „kleine Fundraising-Kampagne“ starten.

Interessant ist nun die Frage, wie komme ich als NGO auf die Liste der auswählbaren Organisationen? Das wird unter *facebook.com/donate/signup* erklärt. Etwas Bürokratie gehört natürlich dazu, denn Facebook überprüft die NGOs auf deren tatsächliche Existenz und Seriosität. Eine entsprechende Facebookpräsenz wird – logisch – auch vorausgesetzt.

Sicher, wir Fachleute sehen natürlich auch die Schwächen und Kritikpunkte (z. B. Datenschutz und Zahlungstools), dennoch überwiegt für mich ein ganz wichtiger Aspekt: Fundraising wird auf diese Weise zu einer ganz normalen Sache wie Glückwünsche zum Geburtstag, Katzenvideos und Backrezepte. Das kann für unser Image nur gut sein.

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

Eine interessante Lektüre wünscht Ihnen,
Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

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

Geld verdienen mit der guten Sache? 18
Social Entrepreneurship – eine Bestandsaufnahme

Chance für gute Ideen und Rendite 20
Wie soziale Unternehmen mit Impact Investing ihre Ideen finanzieren können.

Eigene Idee oder Kooperation 22
Social Business hat viele Gesichter.

Auch Helden brauchen ein Einkommen 24
Soziale Wirkung entfaltet sich in wirtschaftlichen Strukturen.

Rückenwind für Social Entrepreneurs 26
Die Schweiz hat ihr eigenes Netzwerk für Social Business.

Praxis & Erfahrung

Schickes Aushängeschild statt dröger Bilanz 54
Wie ein guter Jahresbericht eine Hilfsorganisation voranbringt.

Regionale und emotionale Investments 56
Finanzierungsmöglichkeiten von Sportvereinen

Profis helfen Non-Profits 58
In der „Nachtschicht Hamburg“ gibt es Pro-bono-Leistungen.

Gut investieren gemäß Stiftungszweck 60
Anlage-Alternative: Crowdlending-Kredite für KMUs

Website-Besucher zu Spendern machen 62
Conversion-Rate-Optimierung

Wissen Sie, was Sie tun? 64
Erfolgreicheres Fundraising durch plausible Wirkungsbelege

Menschen

Jakob von Uexküll 12
Der Erfinder des „Alternativen Nobelpreises“ erzählt, was der von ihm gegründete Weltzukunftsrat erreichen will.

Frank Richter 52
Der Geschäftsführer der „Stiftung Frauenkirche Dresden“spricht im Interview über Verständigung und Dialog.

Nicole Westig 86
... hat unseren Fundraiser-Fragebogen ausgefüllt und verrät Persönliches.

Projekte

Unbekümmerte Ironie 36
Die Datteltäter zeigen, dass man vor dem Islam keine Angst haben muss.

Wehe, wenn sie hochgeladen! 38
Das Deutsche Kinderhilfswerk sensibilisiert für den Umgang mit Kinderfotos im Netz.

Selbstbestimmte Zukunft 40
Der Amref e. V. arbeitet gegen die Genitalverstümmelung bei Frauen.

Verlosung

Testen Sie Ihr Wissen 88
Machen Sie mit bei unserem Rätsel und gewinnen Sie nützliche Dinge für den Fundraising-Alltag.

Aktuell

EU-Datenschutz **28**
Der 25. Mai 2018 ist für alle Organisationen ein entscheidendes Datum. An diesem Tag wird die Europäische Datenschutz-Grundverordnung wirksam. Wir sagen: „Keine Panik!“ und zeigen, worauf besonders zu achten ist.

Rubriken

Spektrum **6**
Schöner Scheitern **11**
Köpfe & Karrieren **42**
Branche **44**
Dienstleisterverzeichnis **46**
Fundraising-Kalender **66**
Bildung **68**
Fach- und Sachbücher **82**
Fragebogen **86**
Das Letzte **90**
Vorschau + Impressum **90**

Das Bestellformular finden Sie im Internet:
www.abo.fundraiser-magazin.de

Stiftung

Das geht ins Ohr **76**
Die Hear the World Foundation will, dass die Welt besser hört.

Ganz viel Lebens-Wert **78**
Wie man als Hospiz erfolgreich Fundraising betreiben kann.

Nach amerikanischem Vorbild **80**
Die Forschungsstiftung Medizin blickt auf zehn erfolgreiche Jahre zurück.

Autoren

... dieser Ausgabe:
Matthias Daberstiel, Birgit Heilig, Florian Hinze, Christopher Meil, Alwin Meyer, Peter Neitzsch, Ute Nitzsche, Katja Prescher, Sylvia Schmidt, Alexandra Sievert-Heidemann, Rico Stehfest, Ann Stürzebecher, Tobias Ungerer, Sabine Wagner-Schäfer

Weiterhin

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

· 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

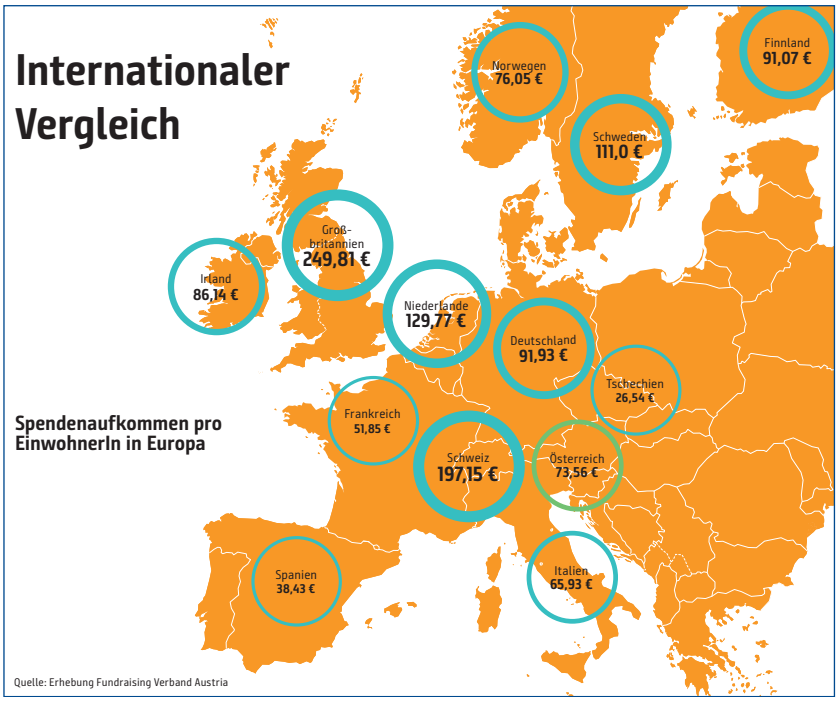
Lernen Sie unsere „Vögel“ kennen.

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

So spendeten die Menschen in Europa im Jahr 2017



Der Spendenbericht 2017 des Fundraising Verband Austria stellt erstmalig internationale Ergebnisse nebeneinander. Spendenweltmeister sind und bleiben auch für das Jahr 2017 wieder die USA. Deren Bewohner spendeten umgerechnet 349,14 Milliarden Euro. Pro Kopf sind das 1080 Euro. Europa verzeichnet rund 46 Milliarden Euro Spenden. Unterschiedliche Faktoren wie Wirtschaftsleistung und Spendenkultur führen zu solchen Divergenzen wie einer Pro-Kopf-Spende von 27 Euro in Tschechien und gut 200 Euro in der Schweiz. Mit 74 Euro liegt Österreich dabei im guten Mittelfeld. Die Gesamtsumme der Spenden belief sich für Österreich auf 640 Millionen Euro. In Deutschland und der Schweiz fiel der Rückgang nach dem Spendenhoch im Zuge der Flüchtlingswelle 2015/16 wesentlich stärker aus als in Österreich.

▶ www.fundraising.at

Und sonst noch …?

PETA gegen Shutterstock: Keine kostümierten Affen

Die Tierschutzorganisation PETA hat die internationale Bildagentur Shutterstock davon überzeugen können, „alle unnatürlichen Aufnahmen nichtmenschlicher Primaten zu entfernen". Lustig tanzender Affe mit Hut? Ist nicht mehr. Diese Bemühungen haben ihren Hintergrund, schließlich laufen derartige Inszenierungen natürlich jeglichem Artenschutz zuwider. Und wilde Tiere sind ja nun mal nicht lustig. Fotos von Affen in ihrer natürlichen Umgebung werden aber nach wie vor begrüßt. Für alles andere gibt es ja immer noch Möpse.

▶ www.peta.de

MEINE MEINUNG

„Niemand ist gezwungen zu spenden, um Bücher zu verkaufen."

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

Der Deutsche Börsenverein ist die Interessenvertretung des Buchhandels. Dazu zählt auch Amazon, der mit Amazon Smile seit einiger Zeit 0,5 Prozent des Buchpreises spendet, was legal ist. Doch zum Ende des Jahres nahm der Börsenverein ausgerechnet den Buchhändler „buch7.de" aufs Korn. Ein Online-Händler, der verspricht, 75 Prozent seines Gewinns zu spenden. Über 200 000 Euro kamen so bisher für den guten Zweck zusammen. Der Börsenverein sah in diesen Spenden einen unzulässigen Kaufanreiz, der den unabhängigen Buchhandel beeinträchtigt, sowie ein Unterlaufen der Buchpreisbindung und will das verbieten lassen.

Spenden verbieten? Hier ist der Börsenverein weit übers Ziel hinaus geschossen. Sich dann auch noch „buch7" als Ziel auszusuchen statt Amazon mit seinem lächerlich geringen Spendenanteil, ist grotesk. Aber klar, wenn so viel gespendet werden kann, stellt das die Margen im Buchhandel natürlich öffentlich in Frage. Lieber Börsenverein, niemand ist gezwungen zu spenden, um Bücher zu verkaufen.

Dass es Alternativen zum amerikanischen Handelsriesen gibt, wie eben „buch7", „fairbuch" oder „ecobookstore", die es überhaupt schaffen, an gemeinnützige Organisationen Teile des Gewinns zu spenden, liegt nämlich nicht nur an der Buchpreisbindung. Es liegt vor allem an mündigen Buchkäufern, die sich nicht über die Gewinne der Buchhändler, sondern über Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und die Gesellschaft Gedanken machen.

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

Dieser

steckt hinter unzähligen Mailings.

Starke Fundraiser setzen auf OM

creati</> SOFTWARE
creativ.ch

Im muslimischen Tansania dürfen Frauen nicht schwimmen. Kurzhand haben einige Frauen das Projekt „Panje“ (dt. „großer Fisch“) gegründet. Seither gehören auch die Mädchen der Kijini-Grundschule auf der Hauptinsel Unguja zu den „großen Fischen“ und die nehmen sich das Recht, im Burkini nicht unterzugehen. Die kalifornische Fotografin Anna Boyiazis engagiert sich vor allem für die Rechte von Frauen. Mit diesem Foto erhielt sie eine lobende Erwähnung im Wettbewerb „Unicef-Foto des Jahres 2017“.

▶ www.unicef.de

Drei Fragen an … Günther Lutschinger

Der österreichische Fundraisingverband hat Erwartungen an die neue Regierung

? Zehn Jahre Geschäftsführung des Fundraising Verbands Austria: Wie fällt Ihre Bilanz aus?

In den vergangenen zehn Jahren haben wir mit unseren Angeboten zu einer Professionalisierung des Fundraisings in Österreich maßgeblich beigetragen. Dies spiegelt sich im sukzessiven Anstieg der eingeworbenen Mittel wider. Seit 2008 ist die Durchschnittsspende pro Einwohner in Österreich um 70 Prozent gewachsen. Mittlerweile schenken 310 Mitglieder dem FVA ihr Vertrauen und rund 2500 Teilnehmer dürfen wir bei unseren Veranstaltungen pro Jahr begrüßen.

? Der Fundraisingverband erwartet von der neuen Bundesregierung ein klares Bekenntnis zu privater Kulturförderung und die rasche Umsetzung von Erleichterungen bei der Spendenabsetzbarkeit für diesen Bereich. Wie genau könnte das aussehen?

Um den gemeinnützigen Sektor in Österreich wieder auf Wachstumskurs zu bringen, fordern wir von der nächsten Bundesregierung die rasche Entbürokratisierung und Vereinheitlichung des Gemeinnützigkeitsgesetzes. Weiters sollte die Spendenbegünstigung wie in Deutschland oder der Schweiz für alle Bereiche der Gemeinnützigkeit gelten. Kunst und Kultur etwa sind derzeit nur sehr eingeschränkt spendenbegünstigt! Einen zukunftsträchtigen Ansatz insbesondere auch für den Kulturbereich sehe ich in Konfinanzierungsmodellen. Diese sollten auch in Österreich stärker forciert werden.

? Was sind Ihre persönlichen Pläne? Noch einmal zehn Jahre?

Eine besondere Herzensangelegenheit ist mir das österreichische Stiftungswesen. Eine Trendwende wurde hier durch das Gemeinnützigkeitsgesetz 2015 bereits eingeleitet. Eine Angleichung an das Niveau in Deutschland oder der Schweiz hinsichtlich der steuerlichen Rahmenbedingungen wurde damit allerdings noch nicht erreicht.

Auf privater Ebene werde ich mir in den nächsten zehn Jahren sicher eine größere Auszeit von einigen Monaten gönnen, um Ozeanien zu bereisen – ein lange gehegter Traum von mir.

▶ www.fundraising.at

Dr. Günther Lutschinger …

… steht seit zehn Jahren an der Spitze des „Fundraising Verband Austria“.

Kurzgefasst …

Deutscher Spendenmonitor 2017

Der jährlich vom Deutschen Fundraising Verband und dem Marktforschungsinstitut Kantar TNS veröffentlichte Spendenmonitor zeichnet für das vergangene Jahr ein uneinheitliches Bild des deutschen Spendenverhaltens. Während die Quote der spendenden Bevölkerung nur leicht auf 40 Prozent ansteigt, ist insbesondere im Osten ein Rückgang der Spendenbereitschaft auffällig.

▶ www.dfrv.de

Sponsoring für Bildung

Telekommunikationsunternehmen sponsern bevorzugt Bildungsprojekte, an zweiter Stelle folgt das Sportsponsoring. Auf die drei weiteren Bereiche Kultur, Soziales und Umwelt entfallen zusammen immerhin noch 39 Prozent. Etwa zwei Drittel der Projekte sind regional, 26 Prozent der Projekte erhalten permanente Unterstützung. Das geht aus der „Studie Sponsoring Telekommunikation 2017" hervor.

▶ www.research-tools.net

Zunahme der Armutsrisiken

Die Erwerbslosenquote ist in der Schweiz in den letzten fünf Jahren auf knapp fünf Prozent gestiegen. Darauf verweist die Caritas Schweiz in ihrem Sozialalmanach 2018. In diesem Zusammenhang stiegen die Armutsrisiken, so der Bericht. Mittlerweile sind nahezu 570 000 Schweizer von Armut betroffen. Noch einmal so viele Menschen leben nur knapp über der Armutsgrenze.

▶ www.caritas.ch

#wasmachenstiftungen

Die Felix-Burda-Stiftung hat auf Facebook und YouTube eine Webserie gestartet, um mehr Einblicke in die Stiftungsarbeit zu geben. Unter dem Hashtag #wasmachenstiftungen animiert die Stiftung auch weitere Stiftungen zum Mitmachen. Live-Schaltungen zu konkreten Projekten verdeutlichen die inhaltlichen Schwerpunkte und lassen sich auch noch im Nachgang abrufen.

▶ www.facebook.com/FelixBurdaStiftung

Mehr Digital-Kompetenz

Wie es im Non-Profit-Sektor um digitale Kompetenzen und den Einsatz digitaler Tools steht, untersucht die gemeinsame Studie „Digitalisierung von Non-Profit-Organisationen – Strategie, Kultur und Kompetenzen im digitalen Wandel" von der Stiftung WHU, der Haniel Stiftung, dem betterplace lab sowie Capgemini, der CXP Group und fibonacci & friends.

▶ www.digitize-nonprofits.org

Konflikte verstehen

Neues Zentrum für Zivilgesellschaftsforschung in Berlin eröffnet

Am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) ist Ende November 2017 das Zentrum für Zivilgesellschaftsforschung eröffnet worden. Es soll die Entstehung und Entwicklung von Konflikten und Konfliktlinien in der Gesellschaft erforschen, aktuell solche, die durch die Einwanderung entstehen. Neben der Beforschung von Organisationsformen und -räumen von Protest und Engagement existiert eine dritte Säule: bürgerschaftliches Engagement. Entwickelt werden soll außerdem eine Dateninfrastruktur zur Dauerbeobachtung von politischem Konflikt und Protest in Deutschland. Das Zentrum wird getragen von WZB und Freien Universität Berlin. In seiner Aufbauphase wird es gefördert durch die Stiftung Mercator und die VolkswagenStiftung. Längerfristig soll durch das Zentrum die Zivilgesellschaftsforschung in seiner ganzen Breite erschlossen und die Vernetzung von Wissenschaft, Zivilgesellschaft und Politik gestärkt werden.

▶ www.wzb.eu

Sichtbares Engagement

Im Herbst 2017 machten gemeinnützige Organisationen aus ganz Österreich unter dem Hashtag #gemeinnützigist die große Vielfalt zivilgesellschaftlichen Engagements sichtbar. Sie posteten auf Facebook und Twitter Fotos ihrer Arbeit. Diese wurden zum Abschluss der vom „Bündnis für Gemeinnützigkeit" initiierten Aktion in einem Video zusammengefasst. Von den Beteiligten hätte wohl niemand etwas dagegen, wenn die neue Regierung Österreichs da mal einen Blick drauf werfen würde.

▶ www.gemeinnuetzig.at

Datenschutz-Hilfe

Der Deutsche Fundraising Verband bietet externe Datenschutzbeauftragte an

Der 25. Mai 2018 mag für manche Vereinsvorstände noch ein rotes Tuch sein, muss er aber nicht. Die dann in Kraft tretenden Neuerung der Europäischen Datenschutzverordnung müssen nun mal umgesetzt werden, komme was da wolle. Um allen kleineren und mittleren Vereinen, Stiftungen, Verbänden und Unternehmen (gemeinnützige Organisationen mit bis zu 5 Millionen Euro Spendeneinnahmen pro Jahr) die Angst zu nehmen und auf den richtigen Weg zu bringen, hat der Deutsche Fundraising Verband ein besonderes Angebot gestrickt. Ab sofort ist die monatliche Buchung eines Datenschutzbeauftragten möglich. Zu den monatlich anfallenden Kosten (210 Euro/DFRV-Mitglieder, 240 Euro/Nichtmitglieder) kommen einmalige Setup-Kosten (3700 Euro/DFRV-Mitglieder, 4000 Euro/Nichtmitglieder) hinzu. Zusätzlich sind Sonderleistungen buchbar wie Website- oder Satzungs-Check oder ein Datenschutz-Handbuch. Größere Organisationen erhalten auf Anfrage individuelle Angebote.

▶ www.dfrv.de

Aktuelle Informationen zum neuen Datenschutzgesetz finden Sie ab Seite 28.

Digital

Die reCampaign ruft nicht nur Nerds nach Berlin. Am 12. und 13. März werden erneut die aktuellsten Strategien für den digitalen Wandel diskutiert. Wer bereits im Vorfeld genau weiß, was ihm unter den Nägeln brennt, kann unter *info@recampaign.de* eigene Ideen einreichen. Im Rahmen des Barcamps wird am Vormittag des zweiten Tages dann vor Ort spontan entschieden, welche Aspekte aufs Tapet kommen sollen. Entscheidende Impulse werden auf jeden Fall auch die Speaker am ersten Tag setzen.

▶ www.recampaign.de

Finanziell

Schweizer Non-Profit-Organisationen halten im Durchschnitt 56 Prozent ihres Vermögens auf dem Bankkonto und 18 Prozent als Wertschriften. Außerdem konnten sie seit 2002 auf ihrem Finanzvermögen trotz vorsichtiger Anlagestrategie eine geschätzte Anlagerendite von über 40 Prozent erwirtschaften. Das zeigt eine Analyse von rund 500 Zewo-zertifizierten Organisationen, die im „Jahrbuch der Hilfswerke" zu finden ist. Zeitspenden spielen der Publikation zufolge eine ebenso wichtige Rolle. Alle Details dazu finden sich unter

▶ www.ppcmetrics.ch

Nachhaltig

Die Bank für Sozialwirtschaft hat die Entsprechenserklärung des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) unterzeichnet. Damit berichtet sie erstmals über ihre Nachhaltigkeitsleistungen und ihr Engagement in den klassischen drei Säulen der Nachhaltigkeit: Ökonomie, Ökologie und Soziales. Damit erfüllt die Bank für Sozialwirtschaft freiwillig die gesetzliche CSR-Berichtspflicht. Der DNK ist ein international anerkannter Berichtsstandard und wurde durch den Rat für Nachhaltige Entwicklung gegründet.

▶ www.sozialbank.de/ueber-uns/nachhaltigkeit.html

Schöner Scheitern … mit Terminplan

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 ALEXANDRA SIEVERT-HEIDEMANN, Sievert Druck & Service GmbH

Am Anfang des Jahres steht in der Regel die Mailing- und Maßnahmenplanung für Organisationen an. Dazu gehört eine dezidierte Zeitplanung mit dem Postauflieferungstermin.

Es ging um ein Ostermailing, welches das erste Mailing der Organisation sein sollte. Die Planung war, es circa drei Wochen vor Ostern in der Post zu haben. Die Grafik wurde frühzeitig gestartet, Texte waren pünktlich fertig. Auch der Verteiler, der für dieses Mailing zusätzlich zu den eigenen Adressen gemietet wurde, war selektiert und in Auftrag gegeben. Alles genau nach Plan. Dann folgte die Abstimmungsphase mit dem Vorstand, die jedem Fundraiser und jedem Lettershop Bauchschmerzen bereitet. Und richtig: drei Vorstände – drei Meinungen. Erst musste der Folder neu gemacht werden, dann wurde die Shoppingliste überarbeitet. Anschließend wurden die Selektionskriterien noch einmal unter die Lupe genommen und für überarbeitungswürdig befunden. An diesem Punkt hinkten wir dem Zeitplan bereits eine Woche hinterher. Das gleiche wiederholte sich nach der Korrekturphase noch zwei Mal. Das bedeutete, dass wir bereits kurz vor Ostern standen. Letztendlich wurde dann entschieden, das Mailing in den Sommer zu verlegen. Und das, obwohl man erwiesenermaßen im Sommer mit keinem hohen Response rechnen sollte. Nichtsdestotrotz: Wieder standen Änderungen und Korrekturen an. Anfang Juni war es dann so weit: Freigabe! Allerdings: Die Post hatte zu diesem Termin beschlossen zu streiken. Und die Orte, in denen die Mailings ausgeliefert wurden, waren in den bestreikten Gebieten. Wie wir alle wissen, wurden Postsendungen damals rund sechs Wochen gelagert. Das Mailing wurde daher viel zu spät beziehungsweise gar nicht zugestellt. Die abschließende Bilanz dieses Mailings war einfach vernichtend, ein ROI gar nicht zu ermitteln. Das Fazit, welches dann gezogen wurde: Mailings lohnen sich nicht und sind nur teuer.

Dieses Beispiel zeigt uns, wie wichtig es ist, die Terminplanung zu halten und auch die äußeren Begebenheiten zu bedenken.

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

Spender einfach auf Ihrem bevorzugten Kanal anspechen!

Cross-Media-Kampagnen aus einer Hand machen es möglich.

Erreichen Sie mit Ihrer Spenden-Kampagne **print- und online-affine** Zielgruppen gleichermaßen.

Setzen Sie dafür mehrstufige Konzepte für Ihre Print- und E-Mailaussendungen ein.

Anschreiben, Prospekt und E-Mail perfekt aufeinander abgestimmt und hochgradig individuell.

Für den maximalen Erfolg, perfekt kombinierbar mit:

- **Spender-Personalisierung**
  farbige Text- & Bildindividualisierung für Print und Online
- **Projekt-Optimierung**
  persönliche Spenden-Empfehlungen nach definierten Kriterien

schagen+eschen
Die Spezialisten für perfekte Mailings.

Schagen und Eschen GmbH
Sauerfeldstraße 1 ▪ 47495 Rheinberg
Fon: +49 (0)2843-957-0 ▪ info@sue.de
Erfahren Sie mehr unter www.sue.de

„Warum mit Problemen

leben, die man lösen kann?“

Armut, Artensterben, Klimawandel – die Welt hat viele Probleme. Jakob von Uexküll geht es darum, Lösungen für diese Probleme zu finden und bekannt zu machen. Dafür hat der Gründer des „Alternativen Nobelpreis'“ sein Arbeitsleben und sein Vermögen eingesetzt. Im Gespräch mit unserem Autor Peter Neitzsch erzählt er, was der von ihm gegründete Weltzukunftsrat erreichen konnte – und was noch geschehen müsste.

? Sie haben 1980 den „Alternativen Nobelpreis“ ins Leben gerufen – finanziert mit dem Verkauf Ihres Briefmarkenhandels. Warum war Ihnen das so wichtig?

In meiner Familie wurde immer viel über die Probleme der Welt diskutiert. Ich habe mich dann gefragt: Warum mit Problemen leben, die man lösen kann? Oft gibt es Lösungen, die aber nicht umgesetzt werden. Da wurde mir klar: Die Ideen müssen auch bekannt werden. Der Nobelpreis ist der bekannteste internationale Preis, aber er wurde vor 100 Jahren geschaffen. Damals gab es die Umweltprobleme nicht, und auch Entwicklungsländer waren kein Thema. Deshalb habe ich dem Nobelpreis-Komitee vorgeschlagen, einen zusätzlichen Preis einzuführen, den ich in den ersten Jahren durch den Verkauf meines Geschäfts finanziert hätte. Natürlich hätte ich das nicht dauerhaft machen können, denn ich habe mit seltenen Briefmarken gehandelt und Alfred Nobel hat Dynamit erfunden, was sicher lohnender war. Leider hat sich das Komitee dagegen entschieden. Da habe ich es eben selbst gemacht.

? Der Right Livelihood Award zeichnet herausragendes Engagement aus. Wie werden die Preisträger ausgewählt?

Unsere Jury kommt aus allen Teilen der Erde. Wir wollten bewusst keinen reinen Umwelt- oder Entwicklungspreis, sondern einen für verantwortungsbewusstes Leben. Dafür suchen wir jedes Jahr das dringlichste Problem und Menschen, die dafür Lösungen anbieten. Mindestens ein Preisträger muss eine Frau oder eine von einer Frau geleitete Organisation sein. In manchen Jahren konzentrieren wir uns auch auf ein Thema oder eine Region – so hatten wir einmal drei Preisträger aus Äthiopien. Das Preisgeld stiften Großspender. Schwedens Parlament ermöglichte es uns, den Preis im Reichstag zu verleihen, was eine große Ehre ist.

? Leuchtende Beispiele herauszustellen, hat Ihnen irgendwann nicht mehr gereicht. Stattdessen haben Sie den World Future Council gegründet.

Durch den Alternativen Nobelpreis lernte ich viele großartige Initiativen kennen. Allerdings hing ihr Erfolg oft von einer charismatischen Persönlichkeit ab. Bei Gesetzen ist das anders: Sie sind auf Dauer angelegt, die meisten Menschen halten sich ans Gesetz. Wenn ihnen ein Gesetz nutzt, dann verteidigen sie es, wenn es abgeschafft werden soll. Deshalb versuchen wir mit dem Weltzukunftsrat, weltweit die besten Gesetze ausfindig zu machen. Rund ein Viertel der Ratsmitglieder sind Preisträger des Alternativen Nobelpreises. Außerdem war es uns wichtig, auch Parlamentarier und Regierungsvertreter einzubinden sowie Persönlichkeiten aus Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft.

? Was ist der Weltzukunftsrat genau, ein Diskussionsforum, ein Thinktank oder eine Lobby-Organisation für die Zivilgesellschaft?

In gewisser Weise sind wir natürlich auch ein Thinktank, unsere Ratsmitglieder kommen zusammen und diskutieren darüber, welche Probleme am dringlichsten sind. Aber wir sind kein reines Diskussionsforum. Wir wollen eine Art Zukunftslobby sein und Wissen darüber vermitteln, welche Gesetze und Maßnahmen sich bewährt haben. Dabei stoßen wir auf offene Türen: Die meisten Politiker müssen nicht davon überzeugt werden, etwas Gutes zu tun.

? Sie haben auch einen Preis eingeführt – quasi einen Oscar für gute Gesetze. Was macht denn ein gutes Gesetz aus?

Mit dem „Future Policy Award“ zeichnen wir jedes Jahr ein Gesetz auf einem anderen Gebiet aus. Das können Gesetze auf städtischer, regionaler oder nationaler Ebene sein. So helfen wir, erfolgreiche Beispiele bekannt zu machen. Die Gesetze werden von uns nach sieben Prinzipien gerechter Gesetzgebung überprüft – also etwa, ob das Gesetz nachhaltig ist und die soziale Ungleichheit in der Gesellschaft verringert. Kriterien, die übrigens von den Vereinten Nationen einstimmig beschlossen wurden. Ein Bürgermeister oder Parlamentarier braucht keine wissenschaftlichen Abhandlungen, sondern konkrete Vorschläge, wie er die Situation verbessern kann. Dabei helfen wir.

? Wie geht das genau? Auf dem Forum der Körber-Stiftung erzählten Sie von einem Gesetzespaket aus Brasilien, das der Zukunftsrat nach Namibia exportiert hat.

Zunächst erforschen wir die Gesetze und identifizieren erfolgreiche Beispiele. Wenn wir mehr Ressourcen haben, organisieren wir parlamentarische Anhörungen ... ▶

... und Studienreisen, etwa zu den Themen Kinderrechte oder Umwelterziehung. Unser erster Preis ging 2009 an ein Gesetz aus Brasilien, genauer gesagt aus der Stadt Belo Horizonte. Ein ganzes Paket von Maßnahmen hat den Hunger in der Stadt um 75 Prozent reduziert und die Kindersterblichkeit um 60 Prozent – zum Beispiel durch die regionale Produktion von Lebensmitteln. Dieses Gesetz führen wir jetzt in Windhuk in Namibia ein und passen es an die regionalen Bedingungen an. Dafür haben wir Politiker beider Länder zusammengebracht.

? Was konnten Sie durch den Weltzukunftsrat bereits bewirken?

Unser wichtigstes Programm befasst sich mit dem Klimawandel, dem größten Problem unserer Zeit. Hier hat das deutsche Erneuerbare-Energien-Gesetz mit der Einspeisevergütung entscheidend zum schnellen Ausbau von Wind- und Solarenergie beigetragen. Im Ausland war es aber kaum bekannt. Wir haben dann begonnen, das Gesetz unter dem neuen Namen „Rewarding Renewables" bekannt zu machen. Die alte Übersetzung hat niemand verstanden. Wir haben zwei Bücher geschrieben und mit BBC World einen Film produziert. Gemeinsam mit britischen Parlamentariern konnten wir schließlich ein vergleichbares Gesetz in Großbritannien durchsetzen – später folgten Japan, Taiwan und Südafrika.

? Wie finanziert sich der Weltzukunftsrat?

Als wir nach einem Standort für den Weltzukunftsrat suchten, bot der damalige Hamburger Bürgermeister Ole von Beust an, den Rat für die ersten drei Jahre zu finanzieren. So sind wir nach Hamburg gekommen. Leider gab es dann keine Anschlussförderung mehr. Seither sind wir von privaten Spenden abhängig. Daneben unterstützen uns auch Stiftungen, und wir bekommen gelegentlich Fördermittel. Leider fehlt uns oft das Geld, noch mehr zu tun. Es ist sehr frustrierend zu sehen, wie langsam sich schon vorhandene Lösungen verbreiten.

„Wir sind die mächtigste Generation, die je gelebt hat, denn wir können die Welt für unsere Kinder erhalten."

? In den 80er Jahren waren Sie für die Grünen im Europaparlament. Warum sind Sie auf den „außerparlamentarischen" Weg zurückgekehrt?

Ich wollte damals verstehen, wie die Politik funktioniert, deshalb bin ich für eine Wahlperiode ins Europaparlament gegangen. Mir wurde allerdings nach einiger Zeit klar, dass das für mich nicht der richtige Weg war. Als einzelner Abgeordneter konnte ich nur wenig ausrichten. Es ist viel effektiver, das erworbene Wissen einzusetzen, um die besten Gesetze zu verbreiten.

? Was können zivilgesellschaftliche Akteure beitragen, um die großen sozialen und ökologischen Probleme unserer Zeit zu lösen?

Die Stärke der Zivilgesellschaft ist es, ein Bewusstsein zu schaffen für Probleme. Aber es fehlt oft an präzisen Strategien. Sieht man sich die Lobbyarbeit von Wirtschaftsunternehmen an, so haben die immer sehr konkrete Forderungen an Gesetze. Da müssen wir auch hinkommen. Heute gibt es dieses Phänomen des „clicktivism": Man unterschreibt mit ein paar Mausklicks Petitionen am PC und glaubt, man habe schon etwas erreicht. Wer aber tatsächlich etwas bewirken will, muss auch persönlich hingehen. Während der Anti-Atomkraftbewegung haben Zehntausende oft wochenlang Atomkraftwerke blockiert. Das führte letztlich zum Atomausstieg. Mich wundert es, dass mit Kohlekraftwerken nicht dasselbe passiert. Dabei ist doch klar: Wir müssen aus der Kohle schleunigst aussteigen, wenn wir unser Klima retten und Millionen Klimaflüchtlinge vermeiden wollen.

? Sie waren immer grüner Aktivist. Haben Sie Ihre Ansichten im Laufe der Zeit geändert? Oder sind Ihre Positionen mittlerweile in der Mitte der Gesellschaft angekommen?

Also ich glaube nicht, dass ich mich sehr verändert habe, die Herausforderungen sind ja auch die gleichen geblieben. Aber ich bin ein praktisch denkender Mensch: Wenn es um die Umsetzung geht, ist jeder Schritt wichtig. Allerdings muss man auch sagen: Die Probleme wachsen noch schneller als die Lösungen. Sieht man die Prognosen zum Klimawandel vor 25 Jahren, merkt man, dass die Pessimisten von damals recht hatten. Probleme, die wir erst in hundert Jahren erwartet haben, sind heute bereits da. Leider ist diese Einsicht immer noch nicht im Mainstream angekommen.

? Können Politiker wie US-Präsident Trump das Rad in Sachen Klimaschutz zurückdrehen?

Der ehemalige US-Vizepräsident Al Gore nannte den Klimawandel eine „unbequeme Wahrheit". Man muss den Menschen immer wieder erklären: Wenn Gletscher schmelzen und sich Wüsten ausbreiten, lässt sich das nicht rückgängig machen. Freiwillige Maßnahmen einzelner Unternehmen reichen nicht aus, da müssen gesetzliche Regelungen her und zwar schnell. Zum Glück ist Trump ja nicht allmächtig, Kalifornien steuert zum Beispiel in eine ganz andere Richtung. Auch China beginnt radikal umzudenken. Wir müssen den Klimakollaps aufhalten, koste es, was es wolle, sonst regieren uns irgendwann nicht mehr die menschlichen Gesetze, sondern die Naturgesetze. Wir sind die mächtigste Generation, die je gelebt hat, denn wir können die Welt für unsere Kinder erhalten.

▶ www.worldfuturecouncil.org

Fundraising-Wahrheit Nr. 7

Ich danke, also bin ich.

Mal ehrlich: Danken Sie, bevor die Sonne sinkt? Für große Spenden sicher. Aber natürlich verdient jede Spende eine zügige und sorgfältige Bedankung. Vor allem, wenn es die erste ist.

Mit ansprechend gestalteten, schnellen und zugleich individuellen Dankbriefen haben Sie die Nase vorn. Vierfarbig personalisiert, gern auch mit vorausgefülltem Zahlschein. Die dahinterstehende Content-Datenbank bauen wir für Sie auf. Mit Texten und Bildern zu jedem Projekt, passend zu Ihren Aktionen. Wir lesen Ihre Adressen ein, drucken und versenden portogünstig. Täglich bevor die Sonne sinkt oder in einem Turnus Ihrer Wahl. Für noch besser gebundene, begeisterte Spenderinnen und Spender.

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

Big Business …

… für eine bessere Welt

Geld verdienen mit der guten Sache?

Social Entrepreneure sind Macher. Sie warten nicht auf andere, die gesellschaftliche Herausforderungen beseitigen, sondern nehmen deren Lösung selbst in die Hand. Dabei geht es ihnen nicht um maximalen Profit, sondern um eine positive gesellschaftliche Wirkung. Eine Bestandsaufnahme. Seite 18

Chance für gute Ideen und Rendite

Ideen, die Welt zu verändern, haben viele, aber nur wenige schaffen es, daraus wirklich ein tragfähiges Geschäftsmodell zu machen. Dabei sind die Gelegenheiten, solche Unternehmungen zu finanzieren, so gut wie lange nicht. Impact Investing ist auch für Stiftungen als Geldanlage interessant. Seite 20

Eigene Idee oder Kooperation – Social Business hat viele Gesichter

Es ist mehr, als nur die gute Idee zu Geld zu machen. Und gerade weil eben die Abgrenzungen von Social Profits, Start-ups, Social Business und artverwandten Unternehmensmodellen im breiten Spektrum zwischen reiner Gemeinnützigkeit und ausschließlicher Wirtschaftlichkeit so komplex sind, können auch die inhaltlichen Ideen hinter den Konzepten sehr unterschiedlich ausfallen. Wir stellen einige Beispiele vor. Seite 22

Auch Helden brauchen ein Einkommen

Die Definitionen für Social Business, soziale Unternehmen oder Social Enterprises sind genauso vielfältig wie ihre Namen. Dass Menschen ihre Berufung zum Beruf machen und damit Geld verdienen, ist nicht neu, doch kann man damit auch die Gesellschaft wirkungsvoll verändern? Seite 24

Rückenwind für Social Entrepreneurs

Sie lösen gesellschaftliche Probleme mit einem unternehmerischen Ansatz und generieren dabei sowohl einen finanziellen als auch einen sozialen Mehrwert. Für Social Start-ups sind besonders die Wachstumsphase und die Komplexität der sozialen Wirkungsmessung eine besondere Herausforderung. Seite 26

Geld verdienen mit der guten Sache?

Social Entrepreneurship – eine Bestandsaufnahme

Social Entrepreneure sind Macher. Sie warten nicht auf andere, die gesellschaftliche Herausforderungen beseitigen, sondern nehmen deren Lösung selbst in die Hand. Was sie von ehrenamtlichen Initiativen unterscheidet: Sie verwenden unternehmerische Mittel – aber dabei geht es ihnen nicht um maximalen Profit, sondern um eine positive gesellschaftliche Wirkung.

Von BIRGIT HEILIG

Social Entrepreneurship tritt unter verschiedenen Begriffen auf: Social Business, Sozialunternehmen, soziales Unternehmen – eine einheitliche, allgemein gültige Bezeichnung für Social Entrepreneurship gibt es in Deutschland, Österreich und der Schweiz jedoch nicht.

Der Unterschied von Social Enterprises zu konventionellen Unternehmen liegt darin, dass sie mit ihrer Geschäftstätigkeit gesellschaftliche Herausforderungen lösen wollen. Entscheidender Unterschied ist die Wirkungsorientierung, die ein rein profitorientiertes Unternehmen nicht verfolgt. Neben das finanzielle Controlling tritt eine Wirkungsmessung, die mit Hilfe eigener Kennzahlen und Meilensteine prüft, ob die ergriffenen Maßnahmen erfolgreich sind.

Das bedeutet nicht, dass Social Entrepreneure keine Gewinnorientierung hegen – sie verfolgen meist beides. Gewinn und Wirkung werden dabei durchaus unterschiedlich stark gewichtet, sodass sich Social Entrepreneure auf einer großen Bandbreite an Unternehmensformen wiederfinden.

Der rechtliche Rahmen

In einigen europäischen Ländern wie Italien gibt es eigene Rechtsformen für Social Enterprises, die steuerliche Vorteile genießen, zum Beispiel Steuerbefreiung auf Gewinne, die im Unternehmen verbleiben. Auch die Kapitalbeschaffung wird erleichtert, indem Investoren ihre Ausgaben steuerlich geltend machen können. In den D-A-CH-Ländern findet man Social Enterprises auf dem gesamten Spektrum an Rechtsformen wieder, Steuervorteile gibt es bis auf die Nutzung der Gemeinnützigkeitsregelung keine.

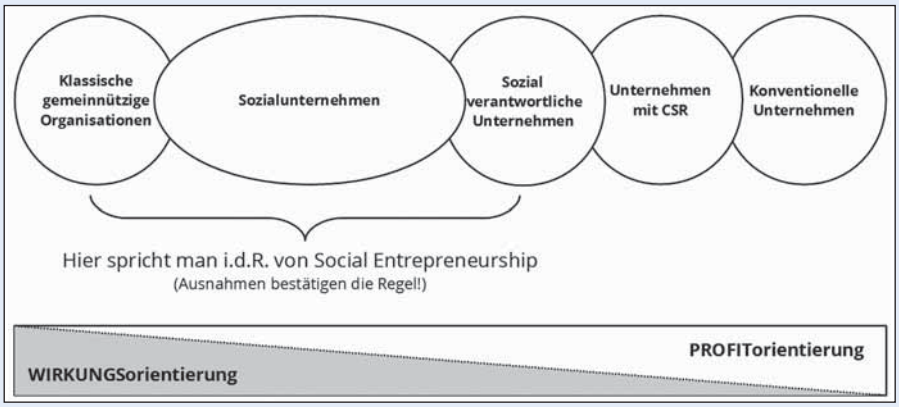
Die steigende Anzahl an Gründungsbüros für Social Start-ups und der kontinuierliche Zulauf zu deren Förderprogrammen lassen auf eine steigende Anzahl an sozialen Gründungen in den letzten Jahren schließen. Genaue Zahlen sind jedoch derzeit nicht verfügbar.

Positionierung auf politischer Ebene

Die unklare Datenlage erschwert die Positionierung von Social Entrepreneurship als relevante Wirtschaftsform vor allem gegenüber der Politik. Social Entrepreneurship lässt sich aufgrund der komplexen Verknüpfung von unternehmerischen und sozialen beziehungsweise ökologischen Aspekten nur schwer einem politischen Ressort zuordnen.

Ungeklärte Zuständigkeiten

In Deutschland etwa unterstützt das Bundeswirtschaftsministerium den Bereich im Rahmen der allgemeinen Förderung von Gründungen und Start-ups, doch gibt es keine letztliche Klarheit darüber, ob



das Sozialministerium, das Ministerium für Umwelt oder das Wirtschaftsressort die Hauptanlaufstelle sein sollte. Eine eindeutigere Definition beziehungsweise eine bessere Datenlage könnten eine administrative Zuordnung sowie den Aufbau von Förderinstrumenten und Finanzierungsmöglichkeiten erleichtern.

Im Sommer 2017 hat sich der erste bundesweite Verein zur Unterstützung der Thematik gegründet. Das „Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (SEND)" e. V. strebt eine engere Vernetzung von aktiven Social Entrepreneuren und anderen Beteiligten im Gründerökosystem an. Um eine Datenbasis zu schaffen, wird derzeit die erste umfassende Umfrage zur Social-Entrepreneurship-Szene nach dem Vorbild des „Deutschen Start-up Monitors" vorbereitet.

Unterstützt wird der Verein von der Fachgruppe Social Entrepreneurship, die sich unter dem Dach des „Bundesverbands Deutsche Start-ups" e. V. für eine Stärkung von Social Entrepreneurship auf politischer Ebene einsetzt.

In Österreich hat sich das „Social Entrepreneurship Forum" der Vernetzungsarbeit angenommen und bietet Gründern und Interessierten eine Anlaufstelle für umfangreiche Informationen, Veranstaltungen und Kontakte. Eine entsprechende Unterstützung in der Schweiz auch in beratender Hinsicht bietet die „Social Entrepreneurship Initiative & Foundation" (seif).

Finanzierungsfragen

Ein zentraler Punkt der Forderungen an die Politik bezieht sich auf die Finanzierung. Mangels klarer Ressortverantwortlichkeiten existieren keine Leitlinien für öffentliche Förderungen. Anfangsfinanzierungen sind für viele Gründungen schwierig, Social Start-ups sehen sich jedoch oft vor besonders hohe Hürden gestellt: Da die Zielgruppe in der Regel nicht über die entsprechende Zahlungskraft verfügt, benötigt man zum Ausgleich eine Querfinanzierung – sei es über als einen Spende abgeführten Erlös aus einem Produktverkauf oder über Spenden oder Sponsoring von dritter Seite. Bankkredite oder private Investments sind für Social Start-ups nur schwer zu bekommen, weil die finanziellen Gewinne oft kleiner sind und die soziale Wirkung nicht als Rendite mitberücksichtigt wird. Sogenannte Impact-Investoren, die bei einer Start-up-Finanzierung auch auf die zu erreichende gesellschaftliche Wirkung schauen, sind noch rar gesät. Erste Schritte für eine leichtere Kapitalbeschaffung könnten Steuererleichterungen für Investoren oder ein national unterstützter Social Impact Bond (soziale Dienstleistungen werden privat vorfinanziert und im Erfolgsfall von öffentlicher Seite rückvergütet) sein.

▶ www.send-ev.de
▶ www.socialentrepreneurshipforum.org
▶ www.seif.org

Birgit Heilig hat Sprachwissenschaften studiert und ist gelernte Kauffrau für Logistik. Ab 2015 arbeitete sie als Selbständige in verschiedenen Projekten zu Social Entrepreneurship und war unter anderem Mitgründerin des Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e.V. Sie ist Mitglied des Vorstands und für den Aufbau von Regionalgruppen verantwortlich. Seit Januar 2018 ist sie Standortleiterin des Social Impact Lab Frankfurt.
▶ www.facebook.com/SocEntNetDe

© David-W. / photocase.de

ÜBER KOPF
DIE KRAFT DER EMOTIONEN IM FUNDRAISING
17. Fundraisingtagung | 14. - 15. März 2018
www.fundraising.e-msz.de

Evangelische Akademie Loccum
Evangelischer FundraisingService

Chance für gute Ideen und Rendite

Wie soziale Unternehmen mit Impact Investing ihre Ideen finanzieren können

Ideen, die Welt zu verändern, haben viele, aber nur wenige schaffen es, daraus wirklich ein tragfähiges Geschäftsmodell zu machen. Dabei sind die Gelegenheiten, solche Unternehmungen zu finanzieren, so gut wie lange nicht und der Bereich des Impact Investing ist auch für Stiftungen als renditestarke Geldanlage sehr interessant.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Glaubt man Johannes Weber, der mit seinem Partner Florian Erber seit acht Jahren soziale Unternehmen mit seinem Risiko-Fond Ananda Ventures finanziert, ist die Zeit jetzt endlich reif, in Wirkung zu investieren und nicht nur in Rendite. Sein aktueller Fond macht das vor. Sechs bis sieben Prozent Rendite peilt er an und legt gerade seinen dritten Fond auf, der über 40 Millionen Euro schwer sein soll. Finanziert werden vornehmlich Unternehmen, die einen guten Dreiklang mitbringen sollten. „Ich mag Unternehmen, die mit mehr Umsatz mehr Impact und mehr Gewinn machen", so Weber.

Projekte, die durch seinen Fond finanziert werden, sind zum Beispiel „Auticon", eine Firma, die Autisten einstellt und diese als IT-Berater qualifiziert, oder „media4care", die ein Tablet für Demenzkranke entwickelt, das in Pflegeeinrichtungen zur Stimulanz von Erinnerungen dient. Ideen und Produkte, die am normalen Kapitalmarkt eher wenig Chancen hätten.

Die richtigen Finanzierungsinstrumente

Davon weiß auch Christina Moehrle, Kommunikationsmanagerin der Finanzierungsagentur für Social Entrepreneurship (FASE), ein Lied zu singen. Die Agentur, initiiert von Ashoka Deutschland, berät Gründer bereits in einer frühen Phase zum Thema Wachstumskapital und überlegt gemeinsam mit ihnen, wie eine geeignete Finanzierungsstrategie aussehen könnte. „Gute sozialunternehmerische Ideen gibt es viele, aber häufig hapert es am Wissen zum Thema Finanzierungsinstrumente und -modelle. Das versuchen wir zu vermitteln und auf diese Weise gute Ideen voranzubringen", so Moehrle.

Denn wer bei einem der derzeit noch wenigen sozialen Risikokapitalgeber wie BonVenture oder Ananda landen will, muss investitionsreif sein und mehr mitbringen als nur eine Idee. „Wir erwarten schon, dass ein Produkt oder eine Dienstleistung vorgestellt wird, mit der bereits erste Umsätze erzielt werden und die so den Proof of Concept, also die prinzipielle Durchführbarkeit des Vorhabens, dokumentiert", erläutert Johannes Weber von Ananda Venture.

Schließlich geht es dabei meist um Investitionen von einer halben Million aufwärts. Für Projekte in der frühen Phase gelten andere Finanzierungsmöglichkeiten. Ganz vorn: „FFF", also „Family, Friends and Fools", um überhaupt erst mal starten zu können. Dazu kommen können dann Elemente wie Crowdfunding, Stiftungen oder auch Wettbewerbe wie die Google Challenge.

Leihen und schenken

Banken sind in dem Bereich noch exotisch. Anders die GLS Bank mit ihren Leih- und Schenkgemeinschaften (LSG). Das Prinzip der LSG ist einfach: Viele Menschen tun sich mit monatlichen Beträgen von 20 bis 50 Euro zusammen und bilden eine Gemeinschaft, die so eine monatliche Rückzahlung von Kapital ermöglicht. Dieses Kapital gibt die Bank an das Unternehmen sofort als Gesamtbetrag aus, und die Mitglieder der LSG haften mit ihren Beiträgen für die

Weiterlesen

Für den Einstieg: kostenloser Online-Kurs „Access to Impact Investment for Social Enterprises" der Social Finance Academy
www.social-finance-academy.org

Bertelsmann-Stiftung-Studie: „Wirkungsvolles Investieren – Neue Finanzierungsquellen zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen, 2015"
www.bertelsmann-stiftung.de

Soziale Venture Capital Fonds:
BonVenture *www.bonventure.de*
Ananda *www.socialventurefund.com*
Green Lifestyle Group
www.greenlifestylegroup.de

Banken:
GLS-Leih- und Schenkgemeinschaft
www.gls.de
KfW-Gründungskredit für soziale Unternehmen *www.kfw.de*

Berater/Agenturen:
FASE *www.fa-se.de*
Social Impact Finance
www.socialimpactfinance.eu

Rückzahlung gemeinschaftlich über einen definierten Zeitraum von drei bis fünf Jahren. Besonders häufig setzen freie Schulen auf diese Form der Finanzierung, oft unterstützt von der Software AG-Stiftung, die mit ihrem Matching-Fund und Zuschüssen das Vorhaben zusätzlich finanziert. Der Clou: Das Geld der Mitglieder der LSG wird, wenn es in einen gemeinnützigen Zweck geht, als Spende anerkannt. Die GLS-Bank erwartet aber auch einen Businessplan, bevor sie Geld gibt.

Impact Investing im Kommen

Johannes Weber macht momentan eine sehr günstige Stimmung für Impact Investing aus. „Wir beobachten, dass das Interesse und die Bereitschaft der Investoren wachsen, sich mehr mit der Wirkung von Unternehmen auf die Gesellschaft auseinanderzusetzen." Dass dies auch mit der Unattraktivität anderer Anlageklassen in der gegenwärtigen Niedrigzinsphase zusammenhängt, sei dabei nicht auszuschließen. „Ich glaube aber, dass die Investoren, die sich für Impact Investing entscheiden, dies sehr bewusst tun, denn es ist ja nicht ohne Risiko", so Weber. Sein Fond nimmt den Geldgebern zwar nicht die eigene Risikobewertung ab, hat jedoch durch seine Erfahrung bisher eine sehr geringe Ausfallquote. „Da ist momentan aber sicher auch ein wenig Glück dabei", gibt er zu. „Mit einer Ausfallquote von 30 Prozent muss man eigentlich rechnen." Ein Risiko, das er in seinem großen Venture-Fond aber streuen kann.

Deutsche Stiftungen zu ängstlich

Interessant ist dieser Markt deshalb auch für Stiftungen, und das in zweierlei Hinsicht: erstens als Mission Investing. Das heißt, man investiert in Ideen, die nah an den Stiftungszielen sind und so schon durch das Investment gesellschaftlichen Nutzen schaffen. Und zweitens als Renditechance. Sechs bis sieben Prozent sind keine schlechte Anlage in der gegenwärtigen Zins-Situation.

Weber versteht hier das Zögern der deutschen Stiftungen nicht. „Schweizer und englische Stiftungen sind da viel mutiger und progressiver!" Solche haben auch in seinen Fond investiert. „Es gibt eigentlich keine rechtlichen Hürden, auch als gemeinnützige Stiftung in Private Equity zu investieren", gibt Weber zu bedenken. „Es fehlt eher an Experimentierfreudigkeit, gerade bei den managementgeführten Stiftungen." Entscheide dagegen ein Stifter selbst, dass er in soziale Unternehmen investieren will, gäbe es meist einen positiven Ruck. Schöne Aussichten für mutige Ideen mit Wirkung und Renditechance.

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

Eigene Idee oder Kooperation

Social Business hat viele Gesichter

Es ist mehr, als nur die gute Idee zu Geld zu machen. Und gerade weil eben die Abgrenzungen von Social Profits, Start-ups, Social Business und artverwandten Unternehmensmodellen im breiten Spektrum zwischen reiner Gemeinnützigkeit und ausschließlicher Wirtschaftlichkeit so komplex sind, können auch die inhaltlichen Ideen hinter den Konzepten sehr unterschiedlich ausfallen. Wir stellen einige Beispiele vor.

Von RICO STEHFEST

Irgendetwas muss „in die Gesellschaft zurückfließen". Auf diesen Kern ließe sich das grobe Gerüst eines „Social Business" reduzieren. Das kann konkret Geld sein oder eben ein Impact. Und dessen Bewertung erscheint nicht in jedem Fall einfach oder eindeutig. Eine soziale Wirkung lässt sich in diesem Zusammenhang wohl einfach darstellen oder nachvollziehen, vor allem eben dann, wenn Projekte durch Erlöse finanziell gefördert werden. So beispielsweise bei Beemingbox. In deren Internet-Shop kann man Boxen mit gesundem Bio-Gemüse und -obst bestellen. Von jeder bestellten Box geht ein festgelegter Betrag direkt an ein soziales Projekt, das der Käufer selbst aus einer Liste auswählen kann. Dabei muss die Spende nicht getätigt werden, schließlich geht es ja um den Akt der Freiwilligkeit. Damit wirkt das „Business" tatsächlich „social".

Verantwortungsbewusst und lokal

Nur kann der Impact auch ökologischer Art sein. Dieser wiederum ist mitunter schwieriger zu messen als eine soziale Wirkung. Auch der Begriff der Nachhaltigkeit ist in seiner Definition diskutierbar. Ein solches Beispiel stellt nearbees dar. Die Internet-Plattform will den Honig-Absatz von Imkern mit kleinen oder wenigen Bienenvölkern fördern, die es sonst schwer haben, einen Weg in den Handel zu finden. Damit sollen auch Hobby-Imker motiviert und gleichzeitig das seit einiger Zeit lautstark beklagte Bienensterben gestoppt werden. Verantwortungsbewusster, lokaler Genuss inklusive: Über eine Suchmaske kann man sehen, wo in der Nähe Imker ihren Honig produzieren. Mit einem Klick ist der versandkostenfrei bestellbar. Geliefert wird er in einer speziell konzipierten Tüte in den heimischen Briefkasten. Nur muss man sich den Honig nicht aus der Nähe kommen lassen. Man kann bestellen, wo man möchte. Ganz so „near" sind die „bees" in einem solchen Fall dann zwar nicht, aber für BonVenture, einem der größten sozialen Venture Capital Fonds im deutschsprachigen Raum, ist diese, gemäß der eigenen Richtlinien „messbare ökologische Wirkung" ausreichend, um sich mit einem mittleren sechsstelligen Betrag an nearbees zu beteiligen. Und in Bayern findet sich der vertriebene Honig mittlerweile auch schon im stationären Einzelhandel. Dieser Zweig soll in diesem Jahr auf weitere Bundesländer ausgeweitet werden.

Schutz der Meere

„Wirkung" ist relativ und kann auch ideelle Aspekte in sich tragen wie bei Bracenet. Das Projekt will ein akutes Müllproblem der Weltmeere angehen: ausgesonderte

Fischernetze, die als Treibgut unzählige Meeresbewohner bedrohen. In Zusammenarbeit mit drei Organisationen, die sich für den Schutz der Meere engagieren, werden solche Netze aus dem Meer gefischt, gereinigt und in kleinen Anteilen zu Armbändern verarbeitet. Zu einem modischen Renner werden sich die Teile wahrscheinlich nicht mausern, zumal sie mit 19 Euro nicht direkt günstig sind, taugen aber auf jeden Fall zum Blickfang und sich daran anschließendem Gesprächseinstieg über das Thema Meeresverschmutzung. Die Partnerorganisation Healthy Seas erhält zehn Prozent der Einnahmen. Und der Großteil der Netze wird zu Nylongarn wiederaufbereitet.

Bei diesen Beispielen kann man von direkten und indirekten Zielen sprechen: Über ein Produkt oder eine Dienstleistung wird der Verbraucher direkt angesprochen. Die indirekten Ziele sind folglich im Impact wiederzufinden. Im Fall von Start-ups entsteht das Gesamtprojekt, die Kombination aus (begrenztem) Profit und dem Wirkungsbestreben, für gewöhnlich in einer organischen Einheit, einer Gesamtidee.

Unternehmen kooperieren

Die jeweilige Selbstdarstellung nach außen stellt zusätzlich eine Komponente dar, die zu einer klaren Definition des Begriffes „Social Business“ nicht unbedingt beiträgt. So können CSR-Maßnahmen eines rein profitorientierten Unternehmens erst einmal hübsch aussehen, im schlechten Fall aber reinem Greenwashing dienen. Abhängig ist eine Einordnung entsprechender Aktivitäten auch davon, wie weit über reines CSR hinaus in Richtung wortwörtlichem „Social Business“ gegangen wird. In der Regel werden parallele Strukturen etabliert, in denen NGOs neben profitorientierten Unternehmen in Kooperation agieren. Ein Beispiel dafür ist die erst vergangenen November beschlossene Zusammenarbeit von Henkel mit dem Sozialunternehmen Plastic Bank. Mit dem Blick auf nachhaltige Verpackungen und Recycling fördert Henkel auf Haiti das Einsammeln von Plastikmüll durch die örtliche Bevölkerung. Dort gibt es nämlich keine Infrastruktur für Abfallwirtschaft. Für den abgegebenen Müll erhalten die Menschen Geld, Sachspenden oder Sozialleistungen. Langfristig will Henkel den recycelten Plastikmüll für eigene Verpackungen nutzen und bis 2030 den Wert seiner Geschäftsaktivitäten im Verhältnis zum ökologischen Fußabdruck seiner Produkte und Dienstleistungen verdreifachen. Damit wird Henkel selbst sich nicht zum „Social Business“ entwickeln, fördert aber eben langfristig die Arbeit eines Sozialunternehmens, das diesen Aufwand allein nicht bewerkstelligen könnte.

Auch Helden brauchen ein Einkommen

Soziale Wirkung entfaltet sich in wirtschaftlichen Strukturen

Die Definitionen für Social Business, soziale Unternehmen oder Social Enterprises sind genauso vielfältig wie ihre Namen. Dass Menschen ihre Berufung zum Beruf machen und damit Geld verdienen, ist nicht neu, doch kann man damit auch die Gesellschaft wirkungsvoll verändern?

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Marcell Heinrich und Michael Senf sind die Gründer der Hero Society, die jungen Menschen hilft, Lebens- und Berufswege zu finden, die zu ihnen passen. Zuerst gründeten die Leipziger den Eduventis e.V. Beide kommen aus der Hip-Hop-Szene und boten Kurse für Jugendliche an. Schnell hatten sie gemerkt, dass Jugendliche viel besser erreicht werden können, wenn sie mit fast Gleichaltrigen sprechen und wenn es nicht um ernste, sondern um spannende Themen wie Graffiti oder Breakdance geht. Ziel des Vereins war es, an Schulen im Rahmen von Ganztagsangeboten kreative Kurse anzubieten und so den Horizont der Schülerinnen und Schüler zu erweitern. „Da war die Vereinsform sehr hilfreich", erinnert sich Michael Senf. Die Lehrer vertrauten dem Vereinsmodell und holten Eduventis immer öfter an ihre Schulen, denn was das bei ihren Schülern bewirkte, wurde schnell ersichtlich. Deutschmuffel schrieben plötzlich Rap-Texte, ein Stotterer rappte völlig selbstbewusst, und ein bisher als unsportlich geltender Junge sprang zum ersten Mal über den Bock.

„Uns war am Anfang gar nicht klar, dass es bei unseren Angeboten eigentlich gar nicht um Spaß und Bewegung geht, sondern um schlummernde Begabungen und Potenziale", erinnert sich Senf. Diese Erkenntnis kam erst 2012 nach einem Vortrag von Prof. Gerald Hüther von der Akademie für Potenzialentfaltung. Auch Marcell und Michael erkannten da: Das ist ja ihr Ding! Das könnte eine echte Business-Idee werden.

Vereinsschuh zu eng für Business

Bisher wurden die Kurse den Schulen in Rechnung gestellt. Eine Viertelmillion Euro Umsatz, hunderte Schulen als Partner und steigende Nachfrage führten zu der Erkenntnis, die Idee wirtschaftlich tragfähig machen zu müssen. Doch das war kaum noch neben Job und Studium zu erledigen; sie gelangten an den Punkt, an dem es für Michael Senf hieß: Ganz oder gar nicht. „Der Vereinsschuh wurde aber dafür zu eng. Investoren interessierten auch Fragen der Haftung und Unternehmensführung und Wachstum."

Kein Gewinn, kein Impact

Klar war aber auch, dass sich vom Erlös aus Ganztagsangeboten keiner ernähren kann. „Der Deckungsbeitrag ist bei dem Aufwand, den wir betreiben, immer negativ", rechnet Senf vor. Schulen konnten nicht die Kunden sein, um rentabel zu werden. Sie mussten wachsen und neue gewinnbringende Felder besetzen, um die Potenzialentwicklung der Schüler quer zu finanzieren. Ein erster Gedanke der Leipziger war, Unternehmen als Sponsoren zu finden. „In den alten Bundesländern hätten wir damit vielleicht eher eine Chance", so Senf. „Aber die Entscheider über Marketing- und Sponsoring-Etats sitzen meist im Westen. Schwierig, da einen Fuß in die Tür zu bekommen."

Doch die Idee, an Unternehmen heranzutreten, trug andere Früchte: „Viele Unternehmen haben Nachwuchssorgen, und wir können ihnen helfen, junge Bewerber auch jenseits von Zeugnissen und Noten zu verstehen und deren Begabungen für das Unternehmen zu entdecken“, berichtet Senf. Die Ergebnisse dieser Employer-Branding-Beratungen waren engagiertere Auszubildende und geringere Abbruchquoten. Und: „Unternehmen zahlen für solche Expertenberatungen marktübliche Honorare. Damit ist dieser Geschäftsbereich rentabel und finanziert andere Bereiche der Hero Society mit.“

Wirtschaftliche Strukturen

Marcell und Michael gründeten deshalb zwei Firmen. Die Hero Society Enterprise GmbH erzielt Gewinne mit Consulting und weiteren Angeboten für Unternehmen, ihre Tochterfirma, die gemeinnützige Hero Society Impact gGmbH, erreicht heute mit Ganztagsangeboten über 5000 Schüler in über 100 Schulen pro Jahr. Mittlerweile arbeiten acht Personen festangestellt im Management und leiten 25 Kursleiter an, die meistens Studenten oder Freiberufler sind. Jetzt war der Weg frei, um weiter zu wachsen. Denn Wachstum in gewinnträchtigen Geschäftsfeldern war nötig, um die Hero Society in allen Bereichen mittelfristig tragfähig und unabhängig von öffentlichen Fördergeldern zu machen.

Die Hero Society wandte sich mit der Bitte um eine Anschubfinanzierung an die Drosos-Stiftung – eine Schweizer Stiftung, die auch im Osten Deutschlands fördert. „Es gelang uns, die Stiftung als Investor und Partner zu gewinnen und unser Projekt über die nächsten drei Jahre strukturell gefördert zu bekommen“, so Senf. Geld für Personal und Fuhrpark stand nun zur Verfügung, eine Erweiterung der Aktivitäten auf Sachsen-Anhalt wurde machbar. „Drosos hat uns Zeit geschenkt, uns aber auch schon im Antragsverfahren wirtschaftlich intensiv beraten“, beschreibt er die Bewerbungsphase.

Auf Wachstum getrimmt

Stiftungsmitarbeiter berechneten gemeinsam mit den Heros die Deckungsbeiträge ihrer Geschäftsbereiche und legten die Basis für den Business-Plan. Eine ungewöhnlich hohe sechsstellige Fördersumme war das Ergebnis. Bedingung: halbjährliche Reportings und gemeinsam festgelegte Ziele. „Drosos hat uns auf Augenhöhe und als Partner behandelt und unser Potenzial für die Gesellschaft erkannt. Das war für uns sehr wichtig und wird uns zu einem wirtschaftlichen Erfolgsmodell machen“, ist sich Senf sicher.

Zusammen gärtnern verbindet. Gemeinschaftsgärten stehen sinnbildlich für die drei Säulen unserer Soziallotterie: Sozialer Zusammenhalt, Natur- & Umweltschutz und Chancengleichheit. Dank unserer vielen Teilnehmer konnten wir in unserem ersten Jahr bereits über 300 Projekte in ganz Deutschland fördern. Bewerben Sie sich jetzt um eine Förderung Ihres lokalen Projekts unter **projektantrag@postcode-lotterie.de**

www.postcode-lotterie.de

DEUTSCHE POSTCODE LOTTERIE

Rückenwind für Social Entrepreneurs

Die Schweiz hat ihr eigenes Netzwerk für Social Business

Sie verbinden eine positive gesellschaftliche Wirkung mit einem Businessmodell. Ihnen liegt das Wohlergehen der Gemeinschaft am Herzen. Sie lösen gesellschaftliche Probleme mit einem unternehmerischen Ansatz und generieren dabei sowohl einen finanziellen als auch einen sozialen Mehrwert. Für Social Start-ups sind besonders die Wachstumsphase und die Komplexität der sozialen Wirkungsmessung eine besondere Herausforderung.

Von KATJA PRESCHER

Die Gewinner des seif-Award 2017: Christian Mähr (UBS, links), Chun-Hui Kuo (Smart Home Technology), Felix Adamdczyk (CEO Smart Home Technology).

Social Start-ups und Social Entrepreneurs – sie können ihr Potenzial nur dann voll entfalten, wenn ihr Umfeld professionelle Unterstützung und ein förderliches Klima erlaubt.

Seit einigen Jahren gibt es in der Schweiz das Netzwerk seif (Social Entrepreneurship Impact & Finance), das Social Entrepreneurs und soziale Innovationen in verschiedenen Stadien professionell und punktgenau unterstützten. „Seif unterscheidet Social Entrepreneurs in drei Kategorien: Not-for-Profit, Social Business (mit Reinvestition) und Social Impact Business und adressiert alle drei", so Nadia Rainone, Project Manager bei seif Zürich.

Kooperation mit Unternehmen

2010 gründete Mariana Christen Jakob seif in der Schweiz, damals unterstützt durch die Schweizer Agentur für Innovationsförderung, KTI, und die Gebert-Rüf-Stiftung. Sie entwickelte das seif-Label, den Award, Kurse, den Impact Investors Circle und Konzepte der Corporate-Programme.

Die Zusammenarbeit mit Unternehmen ist seif wichtig. Zudem setzt seif Aufträge der öffentlichen Hand in Zusammenarbeit mit den Hochschulen um. Impact-Investoren erhalten von seif verschiedenste Angebote. Innovative Fragestellungen aus dem Bereich Impact Investing werden mit angewandter Forschung aufgearbeitet.

„Seif unterstützt Unternehmer und das gesamte Social Entrepreneurship-Ökosystem mit Referaten, Workshops und Social-Media-Aktivitäten, bietet Community Building Meetings an und entwickelt spezifische Lernkonzepte. Mit den jährlichen seif-Awards wird ein weiterer Beitrag für eine verstärkte Bewusstseinsbildung des Feldes erbracht", betont Nadia Rainone.

seif-Award und Impact Investors Circle

Heute gehört der seif-Award zu den renommiertesten Businessplan-Wettbewerben für Social Entrepreneurship im deutschsprachigen Raum. Die Preissumme von 50 000 Franken zeichnet Projekte aus Gesundheit, Bildung, Umwelt, Energie, IT, Integration und vielen mehr aus, die mit einem innovativen Geschäftsmodell eine dauerhafte Lösung für gesellschaftliche Herausforderungen bieten.

Weil die größte Hürde für Start-ups das Funding ist, hat es sich seif auf die Fahne geschrieben, diese Lücke zu schließen. Hierfür wurde 2015 der Impact Investors Circle gegründet, ein Netzwerk von Impact-Investoren, die darauf bedacht sind, jungen Social Enterprises unter die Arme zu greifen.

Mit ihrer Coaching-Plattform, den Seminaren, dem Award, ihrem Impact Investing Circle und Kongress fördert seif den Wissensaustausch, vertieft Kollaborationen zwischen den unterschiedlichen Akteuren und unterstützt Social Entrepreneurs auf vielfältige Weise. Mit nur vier festen seif-Mitarbeitern ist das eine hohe Kunst.

▶ www.seif.org

FUNDRAISING SYMPOSIUM 2018

Fachwissen, Vertiefung und Impulse zum Thema

Stiftung & Nachlass

Erfahrungsaustausch zwischen Fundraising-Profis
aus Deutschland, Österreich und der Schweiz

KEYNOTE-SPEAKER
STEPHEN GEORGE

22. UND 23. FEBRUAR 2018
GOETHE-UNIVERSITÄT
FRANKFURT AM MAIN

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG
www.fundraising-symposium.de

EINE VERANSTALTUNG DES Fundraiser magazin

AN DER GOETHE UNIVERSITÄT FRANKFURT AM MAIN

FREUNDLICH UNTERSTÜTZT VON

Bank für Sozialwirtschaft

Nachlass-Fundraising
Agentur für Nachlass-Fundraising GmbH

SCHOMERUS
Beratung für gesellschaftliches Engagement GmbH

frc Spenden MANUFAKTUR
Ihre Fundraising Company

SEXTANT
SUPPORTS YOU.

legatur

Fundraising Akademie
WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

Wer sich nicht kümmert, bekommt Probleme

Die Neuerungen in den EU-Datenschutzregeln sind aber zu meistern

Der 25. Mai 2018 ist für alle Unternehmen und Organisationen ein entscheidendes Datum. An diesem Tag wird – nach zwei Jahren Anpassungsfrist – die Europäische Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) wirksam.

Von DIRK WOLF

In der Öffentlichkeit werden hinsichtlich der neuen Datenschutzregelungen vor allem die drastischen Bußgeld-Androhungen diskutiert. Mit bis zu zehn Millionen Euro oder bis zu zwei Prozent des Gesamt-Welt-Jahresumsatzes des letzten Geschäftsjahres – der höhere Satz gilt – sind die Bußgelder, die für „formelle Verstöße" verhängt werden können, 200-mal höher als bisher in Deutschland. Für „materielle Verstöße" werden gar bis zu 20 Millionen Euro oder bis zu vier Prozent des Gesamt-Welt-Jahresumsatzes des letzten Geschäftsjahres fällig. Das entspricht in etwa dem 66-fachen des bisher in Deutschland möglichen Bußgeldes. Bußgelder sollen „wirksam, verhältnismäßig und abschreckend" sein, so der Wortlaut in Artikel 83 DS-GVO.

Aktuelle Seminare

„Die neue Datenschutzgrundverordnung aus Sicht der Vereine"
28. Februar 2018 in München
www.ibpro.de

„Die Datenschutz-Grundverordnung – eine Managementaufgabe in sozialen Einrichtungen"
6. März 2018 in Stuttgart
18. April 2018 in München
www.akademiesued.org

„Kompaktseminar EU-Datenschutzgrundverordnung und ePrivacy"
21. März 2018 in Garbsen/Hannover
www.fundraisingakademie.de

„Update-Workshop zur DS-GVO"
24. April 2018 in Köln
www.gdd.de

Was ist neu?

Was ändert sich in der DS-GVO gegenüber dem bisher in Deutschland geltenden Bundesdatenschutzgesetz? Die gute Nachricht für alle, die schon bisher ihren datenschutzrechtlichen Verpflichtungen vollumfänglich nachgekommen sind, lautet: nur wenig. Wer also beispielsweise bisher schon Verfahrensverzeichnisse führt, hat nur wenig Anpassungsbedarf. Wer allerdings keine oder nur eine unzureichende Dokumentation über seine Verfahren zur Verarbeitung von personenbezogenen Daten führt, hat

nur noch wenig Zeit, die – zukünftig Verarbeitungsverzeichnisse genannten – Dokumente anzufertigen. Denjenigen stehen arbeitsreiche Monate bevor! Was erwarten der europäische Verordnungs- und der deutsche Gesetzgeber in Zukunft von Unternehmen und Organisationen in Sachen Datenschutz?

Grundsätze beachten

Die Artikel 5 bis 11 listen die Grundlagen des Datenschutzes in Europa auf. Sie sind strikt zu beachten und stellen unmittelbar geltendes Recht in allen Mitgliedsstaaten der EU dar. Der Verstoß gegen die Grundsätze kann mit dem höheren Bußgeld geahndet werden.

Rechtsgrundlage

Jeder Verarbeitungsvorgang personenbezogener Daten bedarf einer Rechtsgrundlage. Dabei ist es unerheblich, ob es sich um die Spenderdatenbank handelt oder die Personaldaten, die Zeiterfassung oder die Fuhrparkverwaltung. Wann immer personenbezogene Daten verarbeitet werden, muss dem Verantwortlichen (bisher: der verantwortlichen Stelle) klar sein, ob und wenn ja auf welcher Grundlage er die Verarbeitung vornehmen darf.

Dokumentationspflichten

Jede Verarbeitung personenbezogener Daten muss in einem „Verzeichnis für Verarbeitungstätigkeiten" (Verarbeitungsverzeichnis) dokumentiert werden. Artikel 30 DS-GVO listet im Einzelnen auf, was darin stehen muss. Auch Auftragsverarbeiter (bisher: Auftragsdatenverarbeiter) müssen ab dem 25. Mai Verarbeitungsverzeichnisse führen.

Rechte der Betroffenen beachten

Die Artikel 12 bis 22 listen die Rechte der Betroffenen auf, darunter das neue „Recht auf Vergessenwerden" und das „Recht auf Datenübertragbarkeit". Betroffene ... ▶

EU-Datenschutz: Keine Panik!

Ralf Rösler ist Rechtsanwalt und hat sich in den letzten Jahren immer mehr auch auf das Thema Datenschutzrecht spezialisiert. Zudem berät er seit über 15 Jahren einen großen Fundraising-Dienstleister. An der Fundraising-Akademie gab er bereits zwei Seminare zur neuen EU-Datenschutzverordnung. Seiner Meinung nach muss man vor der EU-Datenschutzgrundverordnung keine Angst haben. Aber man sollte sich jetzt damit beschäftigen und sein Datenschutzkonzept daran anpassen.

? Im Mai 2018 tritt das neue Bundesdatenschutzgesetz in Deutschland in Kraft. Das neue EU-Datenschutzrecht gilt aber bereits. Es gibt da große Unsicherheiten. Wie sehen Sie die aktuelle Lage?

Also zunächst gilt es Ruhe zu bewahren, denn von der Überlegung her, was ich mit den Daten tun darf und was nicht, wird es eher besser als schlechter. Wer bisher im Datenschutz gut aufgestellt war und das geltende Recht eingehalten hat, der darf die Dinge, die er bisher gemacht hat, auch weiterhin tun. Aber die formellen Pflichten haben sich etwas erweitert. Insbesondere die Informationspflichten. Ich muss den Betroffenen also umfassender darüber informieren, was mit seinen Daten geschieht. Das Europäische Recht ist an einigen Punkten sogar besser geworden. Das sorgt aber für Unruhe, weil sich nicht nur Fundraiserinnen und Fundraiser sagen: „Oh, ich merke gerade, ich halte mich ja schon jetzt nicht an das geltende Recht."

? Können Sie uns ein Beispiel für diese Veränderungen geben?

Ja, zum Beispiel braucht man bald ein Löschkonzept für Daten. Bisher musste man nach dem BDSG ein Verfahrensverzeichnis führen, in dem alle Arten der Datenverarbeitung aufgeführt werden, und in diesem Rahmen hätte man sich unter dem Stichpunkt der Datensparsamkeit und Datenvermeidung eigentlich jetzt schon Gedanken machen müssen: Wie lange speichere ich diese Daten? Zukünftig hat man ein Verarbeitungsverzeichnis – im Grunde etwas Ähnliches –, was klärt, welche Daten man wie verarbeitet. Nur haben viele bisher zum Beispiel eben nicht festgelegt, wann Daten zu löschen sind, sondern damit argumentiert, dass eine technische Speicherung bis ultimo geht.

? NGOs dürfen ja bisher in Deutschland jede Person per Brief anschreiben. E-Mail und telefonischer Anruf bilden da eine Ausnahme. Wird es dabei bleiben?

Ja, und zwar in einem anderen Kontext. Bisher gab es ein Werbeverbot. Das heißt, man brauchte grundsätzlich ein Opt-in, also eine Zustimmung zur werblichen Nutzung. Außerdem gab es eine Ausnahme für Listendaten und die Spendenwerbung. Telefonnummern oder E-Mail-Adressen waren aber keine Listendaten. Das neue Recht in der DS-GVO arbeitet nicht mehr mit einem grundsätzlichen Opt-in ... ▶

...für die Werbung, sondern umgekehrt mit einer Interessenabwägung. Das Opt-in fällt also weg.

Jetzt heißt es im Gesetz: Es gibt grundsätzlich ein berechtigtes Interesse für Werbung, und das gilt so lange, bis der Betroffene widerspricht, und er muss über dieses Recht von Vereinen und Stiftungen umfassend aufgeklärt werden. Es ist also ein Paradigmenwechsel vom Opt-in mit Ausnahmen zum Opt-out. Werbebriefe kann ich jetzt also erst recht schreiben, Listendaten gibt es nicht mehr.

? Und das sorgt auch für Unsicherheit.

Richtig. Immer wieder wird gefragt, was eine Interessenabwägung ist. Das wirkt schwammig. Und da gebe ich auch recht, denn die Datenschutzgrundverordnung ist ein innereuropäischer Kompromiss. Wenn es also keine gesetzlichen Vorgaben zur Umsetzung gibt – aber die werden bald kommen –, dann muss man sich den Themen annähern und eine Lösung anbieten. Bestraft werden die, die keine Lösung haben. Wir sollten schauen, dass wir uns datenschutzkonform verhalten, und mit Strafen beschäftigen wir uns, wenn es so weit ist. Angst ist ein schlechter Ratgeber. Wenn man die Muster der großen Verbände nutzt, die ja in den politischen Gesetzgebungsprozess eingebunden waren, dann ist man eigentlich auf der sicheren Seite.

? Also alles kein Problem?

Ich sage: Keine Panik! Es gibt Seminare, Handreichungen und Muster. Es ist machbar. Und meine Aufforderung gerade an die, die bisher nichts gemacht haben, ist: Jetzt wäre der beste Zeitpunkt, damit anzufangen! Wir habe noch etwas Zeit, uns darauf einzustellen. Die Deadline ist März, danach wird es für die Umsetzung bis Mai schwierig.

? Nochmal zurück zur Werbung per Telefon und E-Mail ...

Da ist die Antwort noch „Jein". Weil für diese speziellen Kommunikationskanäle nicht die Datenschutzgrundverordnung, sondern die ePrivacy-Verordnung gilt, die derzeit noch im Gesetzgebungsverfahren ist. In der aktuellen Fassung ist zum Beispiel für E-Mail ein Opt-in obligatorisch. Hier werden Fundraiser momentan sogar gegenüber Gewerbetreibenden benachteiligt. Denn Firmen können E-Mail-Adressen, die sie durch einen Bestellvorgang gewinnen, bis auf Widerruf auch ohne Opt-in mit Werbung anschreiben. Da Fundraiser keine Waren oder Dienstleistungen verkaufen, gilt das für Vereine und Stiftungen nicht. Ein gutes Gefühl ist eben nicht justiziabel. Ich sehe auch nicht, dass sich das ändert.

? Aber bei Telefonwerbung wird das anders?

Ja, denn dort greift zwar auch der Grundsatz, es brauche ein Opt-in. Aber nach dem derzeitigen Verordnungsentwurf müssen die EU-Mitgliedstaaten eine Opt-out-Regelung für Telefonwerbung bei natürlichen Personen vorsehen. Damit wären Telefonanrufe von Mitarbeitern oder Call-Centern möglich, und es würde sich an der Stelle sogar verbessern, weil ich kein Opt-in mehr brauche.

? Das heißt, ich kann mich beim Spender auch per Telefon bedanken, ohne eine gesetzliche Grauzone zu betreten?

Richtig. Es soll ein nationales Do-Not-Call-Register geben. Sozusagen eine nationale „Robinson-Liste Telefon". Wer dort nicht drin steht, den darf ich anrufen. So wird das derzeit diskutiert. Es ist spannend, ob das tatsächlich einmal Gesetz wird.

? Welche Dinge sollten also Fundraiserinnen und Fundraiser jetzt beachten?

Es sind im Wesentlichen nur drei Dinge. Erstens, ein Verarbeitungsverzeichnis zu erstellen. Dafür gibt es zum Beispiel sehr gute Muster bei der Bitcom, dem Branchenverband der digitalen Wirtschaft. Dort sollte man dann an das Löschkonzept denken und kann sicher vieles aus dem bisherigen Verfahrensverzeichnis übernehmen.

Punkt zwei ist, dass die Belehrungen, die wir für den Spender haben, nicht mehr datenschutzkonform sind. Artikel 13 und 14 der Datenschutzgrundverordnung sind sehr lang und umfangreich. Die Kunst ist hier, allen gesetzlichen Vorgaben nachzukommen, sich aber in der Datenschutzerklärung kurz und verständlich zu fassen. Auch auf den Werbeträgern, also in Mailings und im Internet. Das ist zu tun. Spätestens im Mai 2018 sollte das geschehen sein.

Drittens: Viele Spendenorganisationen bedienen sich auch Dienstleistern. Die Fundraiser bleiben aber verantwortlich für die Nutzung der Spenderdaten. Das heißt, sie müssen alle Verträge mit Dienstleistern auf Konformität mit der neuen DS-GVO überprüfen und wahrscheinlich neu fassen. Hier ist ein neuer Anforderungskatalog des Gesetzes zur Auftragsverarbeitung zu beachten.

? Fallen auch Cloud-Dienstleister, bei denen ich meine Daten speichere, unter diese Auftragsverarbeitung?

Ja, leider. Man darf nur verschlüsselte Daten in der Cloud speichern, und man muss prüfen, ob der Cloudanbieter einen Zugriff auf die Daten hat oder nicht. Im Zweifelsfall sollte man auf Dienstleister zurückgreifen, die ihre Server in der EU oder Deutschland stehen haben. Viele amerikanische Dienstleister haben deshalb auch Rechenzentren in der EU. Eine Schnittstelle für einen US-Geheimdienst ist eben mit dem EU-Datenschutz nicht konform. Cloudanbieter haben sich mit meinen Daten nicht inhaltlich zu befassen. Punkt.

... sind über ihre Rechte umfangreich und in „präziser, transparenter, verständlicher und leicht zugänglicher Form in einer klaren und einfachen Sprache“ zu informieren. Das muss beispielsweise bei der Erhebung der Daten auf einem Webformular passieren. Informiert werden muss über den Namen und die Kontaktdaten

Pflichten der Verantwortlichen und der Auftragsverarbeiter

Die Artikel 32 bis 34 regeln die Pflichten zur technischen und organisatorischen Sicherung personenbezogener Daten. Werden „besondere Kategorien“ von personenbezogenen Daten verarbeitet, bedarf es künftig einer Datenschutz-Folgenabschätzung (bisher: Vorabkontrolle).

Alle Unternehmen, die mindestens zehn Mitarbeiter mit der Verarbeitung personenbezogener Daten beschäftigen (Anzahl der Mitarbeiter, darf nicht auf Vollzeitstellen hochgerechnet werden), müssen einen Datenschutzbeauftragten (DSB) benennen (bisher: bestellen). Die DSB haben in Zukunft stark geänderte Aufgaben. Hat ein DSB bisher „hingewirkt“, so muss er in Zukunft „beraten“ und „überwachen“. Neu ist auch, dass er unter Umständen haftbar gemacht werden kann.

Werden personenbezogene Daten in Länder außerhalb des europäischen Wirtschaftsraums übermittelt, gelten spezielle Regeln. Das betrifft zum Beispiel alle Organisationen, die mit hilfsbedürftigen Menschen in Ländern außerhalb der EU arbeiten.

Auf die Datenschutzbeauftragten der Länder kommen neue Aufgaben zu. Sie müssen sich beispielsweise mit den Datenschutzaufsichtsbehörden anderer EU-Länder verständigen, wenn Unternehmen oder Organisationen länderübergreifend arbeiten. Außerdem sind sie in bestimmten Fällen zur Beratung verpflichtet und müssen gegebenenfalls von den Verantwortlichen angehört werden.

Prioritäten setzen

Wer bisher noch wenig oder nichts hat, sollte sich eine Prioritätenliste erstellen. Darauf ganz oben: dringend eingehend informieren. Der Deutsche Fundraisingverband bietet Workshops an (die von dem Autor dieses Artikels geleitet werden). Daneben gibt es viele weitere Anbieter wie die Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit (GDD).

Dann sollte in der Reihenfolge nach dem Risiko für die Rechte und Freiheiten der Betroffenen vorgegangen werden. Zuerst die Verarbeitung besonderer Kategorien von personenbezogenen Daten (rassische und ethnische Herkunft, politische Meinungen, religiöse oder weltanschauliche Überzeugungen, Gewerkschaftszugehörigkeit, Gesundheitsdaten, Daten zur sexuellen Orientierung oder zum Sexualleben und die Verarbeitung genetischer oder biometrischer Daten).

Dann die Drittländer-Übermittlung. Dem folgt die Verarbeitung von Daten mit besonderem Risiko (bspw. Bank- und Kreditkartendaten). Personaldaten (sind geregelt im mit Wirkung zum 25. Mai 2018 geänderten BDSG) sind ebenso wichtig. Dann folgen Spender- und Interessenten-Datenbanken (sofern die keine risikobehafteten Daten beinhalten; dann gehören sie weiter nach vorn). Alles, was wenig Risiko beinhaltet, wie reine Adressdatenbanken, muss zunächst zurückgestellt werden. Die Datenschutzaufsichtsbehörden werden sicher auch nicht am 26. Mai 2018 anlasslos vor der Tür stehen. Und wer bis dahin die dringendsten Dinge angegangen ist, muss sicher auch keine horrenden Bußgelder fürchten. Allerdings: Wer sich nicht kümmert, wird über kurz oder lang ein sehr heftiges Problem bekommen.

▶ https://dsgvo-gesetz.de

Dirk Wolf ist Geschäftsführer der skriptura dialog systeme GmbH in Hannover, Datenschutz-Berater, ehemaliger Vizepräsident des Deutschen Dialogmarketing-Verbandes und Dozent an der Deutschen Dialogmarketing-Akademie.
▶ www.skriptura.de

SOCIAL MEDIA TRIFFT DEUTSCHEN FUNDRAISING KONGRESS
WANN: 18.04.2018 • 10:30 - 15:30 UHR
WO: KASSEL, RAUM 5

Es gibt nur eine Ressource die sich vermehrt, wenn sie geteilt wird: Content
[Zitat: Tobias Stückroth - Gründer von hello]

Mehr Informationen unter:
www.helloprobono.de

hello

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.

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

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*

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*

Lecker Pilze

Wenn das nicht nachahmenswert ist: Dosen mit Lebensmitteln werden zu formschönen Skulpturen verbastelt, ausgestellt und am Ende gespendet. Aufmerksamkeitsstark und simpel. So kann man sich für die Bekämpfung von Hunger einsetzen. Die US-amerikanische NGO Canstruction tut das schon seit 1992. Ausstellungen gibt es mittlerweile auch in Australien und Großbritannien.

▶ www.canstruction.org

Rechtsberatung

Eine Schweizer Initiative hilft Asylsuchenden

Das Schweizer Asyl- und Rechtssystem ist komplex und deshalb an vielen Stellen schwer zu verstehen. Asylsuchende stehen in der Regel ohne finanzielle Ressourcen da und haben gleichzeitig keinen Anspruch auf kostenlose Rechtsberatung. Genau hier setzt das Projekt AsyLex an. Ein Team von über 30 Freiwilligen steht rund um die Uhr online zur Verfügung und beantwortet innert weniger Minuten und in verschiedenen Sprachen die Fragen asylsuchender Menschen. Kontaktieren kann man die Helfer per E-Mail und über Facebook. Die Website von AsyLex informiert über das Asylsystem und bietet Vorlagen für verschiedenste Behördengänge. Das Projekt setzt bei den Bedürfnissen asylsuchender Personen an und unterstützt sie dabei, ein Stück Sicherheit zu gewinnen und dafür zu sorgen, dass jeder seine Rechte kennt und wahrnehmen kann. Für diese Bemühungen sind die vier Initiatorinnen mit dem youngCaritas-Award 2017 ausgezeichnet worden. Da die freiwilligen Helfer ständig weitergebildet werden sollen und das nicht kostenfrei möglich ist, sind Spenden gern gesehen. Aber auch weitere Helfer, egal, ob als Begleitpersonen oder Übersetzer, sind jederzeit willkommen.

▶ www.asylex.ch

MEINE MEINUNG

„Neuseeland räumt auf. Oder: Von Menschen und Mäusen“

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Squawk Squad nennt sich eine Neuseeländische Organisation, die sich um den Erhalt der dortigen Vogelwelt sorgt. Diese ist nämlich durch eingeschleppte Räuber wie Ratten, Opossums und Wiesel arg bedroht, heißt es. Auf kickstarter.com lief Ende Dezember eine Crowdfunding-Kampagne, um sensorgestützte Fallen gegen jene Räuber zu finanzieren. Diese werden in Vogelschutzgebieten installiert, können 24 Schuss abgeben und funktionieren über einen Zeitraum von sechs Monaten. Außerdem melden sie in Verbindung mit einer App nicht nur den Mitarbeitern der Organisation, wenn so ein Bösewicht erlegt worden ist. Auch die Unterstützer der Kampagne werden mit Erfolgsmeldungen erfreut. Gamification!

Sollte an dieser Stelle zynisch beklagt werden, dass die Unterstützer nicht auch noch ein Video zugesandt bekommen, auf dem sie direkt verfolgen können, wie die Gejagten einen Kopf kürzer gemacht werden? Mitleid mit den Nagern hat sicherlich niemand. Und eine Plage ist eine Plage. Fraglich ist nur, ob sich mit dieser Methode tatsächlich ein gewünschtes Gleichgewicht in der Natur wieder herstellen lässt oder ob man damit den Teufel mit dem Belzebub austreibt. Dieses „Spiel“ ist eine makabre Form von Umweltschutz. Gladiatorenkämpfe waren auch mal beim Publikum sehr beliebt, wurden aber bekanntlich abgeschafft. Jaja, der Vergleich hinkt. Da ging es ja um Menschen, nicht um Mäuse …

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

Kurzgefasst …

App für obdachlose Jugendliche

Die Hilfefinder-Website MOKLI hilft jugendlichen Obdachlosen nicht nur bei der Schlafplatzsuche. Ärzte, Kleiderkammern oder Möglichkeiten zum Duschen sind ebenfalls in der deutschlandweiten Karte verzeichnet. Der Verein hinter diesem Angebot nimmt auch ausrangierte, funktionstüchtige Smartphones entgegen und verteilt sie an Jugendliche.

▶ https://mokli-help.de ▶ www.karuna-ev.de

Plenarprotokolle

Die Verwaltung des Bundestags stellt jedes Plenarprotokoll online. Die Open Knowledge Foundation Deutschland hat alle 245 Protokolle aus der letzten Legislaturperiode (2013–2017) nach Themen klassifiziert durchsuchbar gemacht. Ganz überparteilich und gemeinnützig. Damit soll mehr Transparenz in Sachen Themen, Sprecher und Hintergründe geschaffen werden.

▶ www.offenesparlament.de

Hilfe-Briefkästen

In Landau gibt es seit einem halben Jahr 20 Briefkästen mit Hilfe-Zetteln. Durch dieses Angebot sinkt die Hemmschwelle bei Senioren deutlich, sich Hilfe beim örtlichen Verein gegen Altersarmut zu holen. Dabei spielt es keine Rolle, ob jemand neue Winterschuhe benötigt, eine Begleitung bei Behördengängen sucht oder einfach nur neue Kontakte aufbauen will.

▶ www.silberstreif-landau.de

sonnenklar.TV Spendentag

Mitte Dezember sammelte der Reiseshoppingsender sonnenklar.TV Spenden für Handicap International. Zudem unterstützte sonnenklar.TV die Aktion mit fünf Euro pro Reisendem, der an diesem Tag einen Urlaub über den Sender buchte. So kamen samt der Spendenaktionen und zusätzlicher Spenden einiger Förderer und Unterstützer 113 250 Euro für Menschen mit Behinderung weltweit zusammen.

▶ www.handicap-international.de

Rechtfertigungslogik

Sexuelle Übergriffe von Männern auf Frauen werden seit #metoo gefühlt ohne Bandagen und manchmal ohne Hirn geführt. Wie sich in tatsächlichen Fällen manche Täter zu rechtfertigen suchen, ist frei von jeglicher Logik: „it's illogical". Genau das sollten Sie mal bei Youtube eingeben. Die drei Kampagnen-Clips sind wirklich lustig. Obwohl die Sache so gar kein bisschen zum Lachen ist.

Noch nicht ganz grün

Die langfristige Wirkung der Sharing Economy ist noch unzureichend

Es ist in Mode, manche Dinge nicht selbst zu besitzen, sondern sie sich zu leihen, wenn man sie benötigt. Car Sharing ist wohl die bekannteste Variante davon. Das Internet kennt Unmengen an Plattformen, auf denen man auf Gleichgesinnte trifft. Neben aller Praktikabilität spricht natürlich auch die ökologische Seite dafür. Eine gemeinsame Studie des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW), dem Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung (IZT) und dem Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg (IFEU) zeigt nun erstmals, dass eine positive Ökobilanz solcher Bemühungen durchaus nachweisbar ist, dieser Effekt allerdings bislang unter den Erwartungen bleibt. „Wenn Sharing den Konsum insgesamt erhöht oder ihn hin zu nachteiligem Konsum wie etwa Flugreisen verschiebt, bleiben die Nachhaltigkeitspotenziale auf der Strecke", so Studienautorin Sabrina Ludmann vom IFEU. Dennoch hat die Sache Potenzial. Nur muss sich dafür die Konsumkultur wandeln. So müsste insgesamt weniger Kleidung neu gekauft oder durch die neuen Möglichkeiten, mobil zu sein, müssten eigene Autos abgeschafft oder weniger neue angeschafft werden.

▶ www.peer-sharing.de

Soziale Ängste

Bereits seit 2012 sensibilisiert die Schweizer Agentur Ruf Lanz durch unterschiedliche Sujets für die psychischen Herausforderungen autistischer Menschen. Die neuesten Motive zeigen kunstvoll bemalte Hände und verweisen darauf, dass Autisten durchaus Interesse an sozialen Kontakten haben. Nur fällt ihnen eben der Umgang mit anderen Menschen mitunter schwer. Das zu verstehen ist nicht einfach. Es zu akzeptieren aber eigentlich schon.

▶ www.autismusforumschweiz.ch

Unbekümmerte Ironie

Die Datteltäter zeigen, dass man vor dem Islam keine Angst haben muss

Im Juli 2015 posteten die Datteltäter ihr erstes Video auf Youtube: „Mit ISIS ins Weekend-Feeling“ und parodierten damit einen bekannten Werbesport für Joghurt. Genau so ging es auch weiter. Dafür gab es den Webvideopreis 2016 in der Kategorie „Newcomer“. 2017 folgten der Smart Hero Award und zwei Grimme Online Awards. Und Anfang Dezember erhielt die Truppe den Deutschen Engagementpreis. Wer steckt hinter diesem Hype?

Von RICO STEHFEST

Bereits in ihrem ersten Video machten die Datteltäter, eine Gruppe junger Berliner, klar, worum es geht. Am Ende ihres Videos stand ein verkürztes Zitat von Brecht, das seinen Anmerkungen zu seinem Drama „Der aufhaltsame Aufstieg des Arturo Ui“ entstammt: „Die großen politischen Verbrecher müssen durchaus preisgegeben werden, und vorzüglich der Lächerlichkeit. [...] Dieser Respekt vor den Tötern muss zerstört werden.“

Keine Erklärvideos

Der Youtube-Kanal, der seitdem wöchentlich um ein Video wächst, ist ein Satirefeld, das Vorurteile und Klischees in Sachen Islam beleuchtet. Und das tut eine Gruppe junger Leute, die bunter kaum sein könnte: Muslime, ein Christ und ein zum Islam Konvertierter. Und die erklären den Islam aber nicht. Das sind keine Erklärvideos. Eigentlich wird dahinter gar kein direkter Impetus deutlich. Außer, dass eben Vorurteile und Klischees aufs Korn genommen werden. Mehr nicht. Das kommt alles unbekümmert daher und stellt ganz klar einen Unterhaltungsfaktor mit in den Vordergrund. Damit kann durchaus ein entspanntes Miteinander im Alltag gefördert werden. Die Videos erklären nämlich nicht, warum während des Ramadan gefastet wird. Es ist aber zu erfahren, dass sich jeder Fastende freut, wenn diese Tatsache einfach akzeptiert und respektiert wird.

Saukomisch

Kritische Stimmen haben rasch angemerkt, dass schon aus der Auseinandersetzung mit Klischees und Vorurteilen diese gefeiert und überhöht werden könnten. Also einfach doch besser schweigen? Und lustig seien die Videos so überhaupt nicht. Bekanntlich verhält es sich aber so, dass Humor so wunderbar subjektiv ist. Das macht ihn ja so reizvoll. Und einige der Videos sind tatsächlich saukomisch.

Den Datteltätern mangelnde Tiefe in der Auseinandersetzung mit einzelnen thematischen Aspekten vorzuwerfen hieße,

ihren Ansatz misszuverstehen. Schließlich behauptet die Truppe gar nicht, allumfassend gesellschaftliche Herausforderungen beleuchten oder gar erklären zu wollen.

Selbstverständnis der jungen Generation

Wenn man verstehen will, was die Datteltäter tun, muss man ihr Alter und ihre Instrumente betrachten. Und natürlich ihre Zielgruppe. Die „Generation Youtube" ist unter dem Motto „Hoppla, jetzt komm' ich!" unterwegs. Das ist entscheidend. Mit Titeln wie „16 Dinge, die Hijabis kennen" oder „5 Arten von Muslimischen Dating-Typen" ist die Zielgruppe klar. Nicht nur, dass sie selbst das Label „Satire" an ihre Videos pappen, das ist wirklich alles mit einem zwinkernden Auge gemeint. Hier wird das Selbstverständnis von Vertretern einer jungen Generation erkennbar, die sich in ihrer Gesellschaft selbst nicht fremd fühlen, sich aber dessen bewusst sind, dass sie von manchen in ihrem Heimatland zu Fremden gemacht werden und ausgegrenzt werden sollen.

Dabei hält sich auch stets die Mischung aus Ernst und Komik in der Waage. Klar ist, dass die Datteltäter damit auch provozieren. Entsprechend gab es von Anfang an Hasskommentare. „Da ist aber nichts dabei, was wir als ernsthaft besorgniserregend betrachten oder uns gar ans Aufhören denken lassen", verrät Farah Bouamar. Sie ist Mitglied des Projektteams und ordnet Anfeindungen entsprechend ein: „In den Hasskommentaren sehen wir die Notwendigkeit, dass es unser Projekt gibt."

Daran kann man auch die Entwicklung des Projektes ablesen. Was zu Beginn als ehrenamtlicher Spaß gedacht war, wurde inzwischen mit einem Vertrag mit funk, dem ZDF-Angebot mit Online-Inhalten für die junge digitale Community, professionalisiert. „Wir müssen jetzt jede Woche ein Video produzieren. Dadurch hat das Ganze enorm an Dynamik gewonnen. Die Reichweite verändert sich dadurch auch und wir wachsen daran", so Bouamar.

Kabarett wie in „Die Anstalt"

Und was bringt die Zukunft? „Wir werden schon so weitermachen. Wir haben aber auch schon immer mit dem Gedanken gespielt, auf die Bühne zu gehen." Kabarett soll es werden, am besten im Stil der ZDF-Satire-Sendung „Die Anstalt". Das ist zwar aktuell noch nicht mehr als ein Wunsch, aber angesichts der stetig wachsenden Aufmerksamkeit des Projektes würde es niemanden wundern, wenn die Datteltäter in Kürze neben Abdelkarim auf der Bühne stünden.

▶ www.youtube.com/datteltäter

Wehe, wenn sie hochgeladen!

Das Deutsche Kinderhilfswerk sensibilisiert für den Umgang mit Kinderfotos im Netz

Süß sind sie ja, die lieben Kleinen. Genau das aber kann zum Problem werden. Nämlich dann, wenn die wohlmeinenden Eltern entzückende Schnappschüsse ihrer Sprösslinge schnell und ohne großes Nachdenken in den Sozialen Medien verbreiten. Je nach Motiv kann das später durchaus den Fotografierten unangenehm sein. Außerdem gilt es, die rechtliche Situation zu beachten.

Von RICO STEHFEST

Die Reaktionen fielen tatsächlich sehr gemischt aus, als das Deutsche Kinderhilfswerk im November seine Kampagne zur Sensibilisierung von Eltern im Umgang mit Fotos ihrer Kinder in Sozialen Medien auf Facebook fuhr: Man dürfe ja wohl noch selbst entscheiden. Und man lasse

sich nichts vorschreiben. Außerdem seien das doch schöne Erinnerungen, die man gern teile. Dabei ging es lediglich darum, Bewusstsein für die Rechte von Kindern und eventuelle Wirkungen von Fotos im Netz in späterer Zukunft zu schaffen. Das Credo: Das Netz vergisst nicht. Und Bloßstellung kann auch unbeabsichtigt erfolgen. Vorschreiben will das Deutsche Kinderhilfswerk niemandem etwas.

Nicht um Kinderfotos ans sich geht es, sondern zuvorderst um die Frage, ob das Kind darauf identifizierbar ist. Sophie Pohle, Projektmitarbeiterin der Koordinierungsstelle Kinderrechte beim Deutschen Kinderhilfswerk, verweist auf die Hintergründe: „In einer Umfrage haben wir herausgefunden, dass nur etwa ein Drittel aller Eltern ihre Kinder überhaupt in die Entscheidungsfindung mit einbeziehen, wenn es darum geht, zu entscheiden, ob ein Foto des Kindes gepostet werden sollte. Wiederum ein Drittel informieren ihre Kinder immerhin." Kursiert ein Foto erstmal im Netz, ist es quasi nicht aufzuhalten. Niemand kann kontrollieren, was damit geschieht oder in welchen Kontexten es wieder auftauchen kann.

Einbeziehung der Kinder

Wissen tut das im Prinzip jeder. Entsprechend handeln will aber nicht jeder. Woran liegt das? Sophie Pohle kann diesbezüglich nur spekulieren: „Die heutige jüngere Elterngeneration ist bereits mit Sozialen Medien wie SchülerVZ aufgewachsen. Die digitale Welt ist also bereits Bestandteil ihrer Lebenswelt, wobei diese kaum mehr von der realen Welt getrennt wird. Zum anderen spielt der Stolz der Eltern auf den Nachwuchs sicherlich auch eine Rolle. Da findet sich ein bisschen das analoge Familienalbum wieder, das bei Geburtstagen herumgereicht wurde." Entscheidend ist aber, dass es hier ganz

Befragung zum Nutzungsverhalten in Sozialen Medien

Um einen detaillierteren Einblick in die Unterschiede des Nutzungsverhaltens von Eltern und Kindern in Sozialen Medien zu erhalten, führt das Deutsche Kinderhilfswerk aktuell gemeinsam mit der Universität Köln eine nicht repräsentative Studie durch. Befragt werden Personen aus einer breiten sozialen Verteilung, mit und ohne Migrationshintergrund und aus unterschiedlichen Einkommensklassen. In den 16 Interviews stehen Kinder im Alter von 6 bis 12 Jahren und deren Eltern im Fokus, die zum einen über die Kontaktstellen des Kinderhilfswerks und zum anderen durch die Universität Köln akquiriert worden waren. Die Ergebnisse werden voraussichtlich in der ersten Jahreshälfte 2018 veröffentlicht.

klar nicht nur um das Recht am eigenen Bild geht, sondern um den Schutz wie auch die Beteiligung von Kindern. „Dieses Recht wurde bereits 1989 in der Kinderrechtskonvention festgeschrieben. Natürlich muss es vor dem Hintergrund aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen immer wieder neu interpretiert werden. Das Bewusstsein dafür darf aber nicht verloren gehen“, so Pohle.

Perspektivwechsel

Auch wenn in Sachen Privatsphäre generelles Verhalten im Netz immer „offener“ zu werden scheint, ist es in diesem Zusammenhang nicht ratsam, allein auf der Perspektive des Erwachsenen zu beharren. Was in den Augen der Mutter süß ist, kann für die Tochter, zumindest später, mehr als nur unangemessen sein. Juristisch ist die Sache auch klar: Ab einem Alter von etwa zwölf bis 14 Jahren wird Jugendlichen eine sogenannte „Einsichtsfähigkeit“ zugesprochen. Ab dann muss eine Zustimmung des abgebildeten Kindes oder Jugendlichen also ohnehin eingeholt werden.

Auf der Homepage des Deutschen Kinderhilfswerks gibt es einige Tipps, wie Eltern sensibel unbedenkliche Motive auswählen können: ▶ www.dkhw.de

Selbstbestimmte Zukunft

Der Amref e. V. arbeitet gegen die Genitalverstümmelung bei Frauen

Die Beschneidung von Frauen vor allem in weiten Teilen Afrikas wird seit einigen Jahren auch von Europa aus kritisch beobachtet. Die medizinisch ausgerichtete NGO Amref mit Hauptsitz in Nairobi engagiert sich bereits seit Jahrzehnten nicht nur auf diesem Gebiet. Das österreichische Länderbüro von Amref unterstützt deren Arbeit auch vor Ort. Für die Fundraisingkampagne zum Projekt „Stop the Cut" war Amref Österreich für den Fundraising Award nominiert.

Von RICO STEHFEST

Laut Unicef sind allein in Kenia noch 27 Prozent der weiblichen Bevölkerung beschnitten. Diese Tradition ist nicht nur äußerst schmerzhaft, sondern für die jungen Frauen mit erheblichen gesundheitlichen Risiken verbunden. Nicht selten erfolgt der Eingriff mittels einer bloßen Rasierklinge, die wiederum mehr als nur einmal zur Anwendung kommt. Hygiene spielt dabei eine ebenso untergeordnete Rolle wie eventuelle lokale Anästhesie. Gesundheitliche Langzeitschäden bilden nur einen Aspekt der Folgen. Im nächsten Schritt werden die jungen Frauen in der Regel zwangsverheiratet und damit in ein patriarchisches System gezwungen, das mit früher Schwangerschaft und dem baldigen Abbruch ihrer schulischen Ausbildung einhergeht. Chancen auf eine selbstbestimmte, gleichberechtigte Zukunft: null. Langfristig betrachtet schaden solche Strukturen der Entwicklung einer Gesellschaft.

Projektentwicklung vor Ort

Allerdings nützt es bekanntlich wenig, sich als Außenstehender gesellschaftlichen Konventionen mit dem erhobenen Zeigefinger zu nähern. Deshalb ist die Rolle von Amref desto entscheidender, denn so arbeiten Menschen, die vor Ort leben, direkt mit der jeweils betroffenen Bevölkerung. In der Praxis bedeutet das, dass gemeinsam Lösungen erarbeitet werden. So arbeitet Amref beispielsweise mit Massai in Kenia und Tansania zusammen.

Unterstützung erhält Amref bereits seit mehreren Jahren durch die Flying Doctors. Einer dieser langjährigen Partner ist der Arzt Dr. Walter Schmidjell, der selbst immer wieder in Afrika tätig ist. Er ist auch Leiter des österreichischen Landesbüros, das die Kampagne „Stop the Cut" unterstützt: „Wir haben bereits 2005 mit der Ausbildung von Hebammen in Afrika begonnen. Seit zwei Jahren engagieren wir uns für alternative Übergangsriten", so Schmidjell. Die Beschneidung der Frauen ist wichtiger Teil dieses Prozesses im Übergang zum Erwachsenenalter.

Wenn das Ziel von Amref, die Beschneidung bis 2030 abzuschaffen, erreicht werden soll, ist ein Umdenken notwendig. Da Übergangs- oder Initiationsriten nach wie vor für viele Völker identitätsstiftend wirken, muss im Fall des Ausbleibens einer Beschneidung ein alternatives Ritual entwickelt werden. Ganz gleich, wie dieses ausfällt, kann es nur funktionieren, wenn eine Akzeptanz durch die Männer erfolgt. Denn traditionell ist eine nicht beschnittene Frau in den Augen eines Massai-Kriegers wertlos. Dagegen kommt auch das gesetzliche Verbot der Beschneidung nicht an. Folglich sind auch Seminare, die gesundheitliche Aufklärung, Familienplanung und Menschenrechte umfassen, nicht nur für Frauen konzipiert. Männern wird beispielsweise der Umgang mit Kondomen vermittelt.

Netzwerke nutzen

Jannike Herlinghaus, Sprecherin des deutschen Landesbüros, das sich ebenso für die Aktion „Stop the Cut" engagiert, verrät: „Die jungen Krieger nehmen auch vereinzelt an den alternativen Ritualen der Frauen teil, schon allein, um ihre Akzeptanz zu demonstrieren." Bis zu diesem Punkt war es allerdings ein mühsamer Weg, der nicht zuletzt auch durch das Fundraising von Amref Österreich geebnet werden konnte. Von zahlreichen pro bono-Leistungen im Werbebereich abgesehen, konnten laut Schmidjeell seit 2015 gute 50 000 Euro gesammelt werden. Dazu machte sich das Landesbüro und deren ehrenamtlicher Vorstand das eigene Netzwerk zunutze: Im Freundeskreis finden sich so prominente Namen wie Klaus Eberhartinger, Sänger der „Ersten Allgemeinen Verunsicherung", der Schauspieler Harald Krassnitzer oder das Bond-Girl Caterina Murino. Das ermöglicht eine Ansprache auf persönlicher, quasi privater Ebene, um jene Prominenten zur Mitarbeit zu bewegen. Zudem funktioniert ihr Einsatz als Testimonials vor allem deshalb, weil alle die Situation in Afrika selbst kennengelernt haben. Nicht nur, dass sich diese Botschafter auch zu Werbezwecken für die gute Sache kostenfrei zur Verfügung stellen, Schmidjell betont auch, dass die Flüge und damit verbundene Kosten in keinem Fall über Spenden abgedeckt werden.

Mailing und Benefizkonzerte

Zusätzlich wurden in Ärzte- und Apothekenzeitschriften Gratis-Anzeigen gebracht. In dieser Zielgruppe ist die Steigerung einer Sensibilität für die Thematik möglicherweise nicht der ausschlaggebende Punkt, als spendenfreudige Klientel hat sie sich aber allemal erwiesen. Ein Mailing mit 5000 Adressen und mehrere Benefizkonzerte haben das Thema trotzdem zusätzlich in die Breite getragen. Denn auch in Europa ist es von Relevanz: Junge Frauen in Migrantenfamilien laufen ebenso Gefahr, einer heimlichen, weil illegalen Beschneidung zum Opfer zu fallen.

▶ www.amref.at

Fundraising TAGE

TAGUNGEN
ZUR FINANZIERUNG GEMEINNÜTZIGER ARBEIT

WISSEN, INSPIRATION, SPANNENDE GESPRÄCHE
Hier treffen sich Engagierte aus Vereinen und Stiftungen, lernen gemeinsam Neues und tauschen sich fachlich aus. Melden auch Sie sich gleich an!

FACHWISSEN AUS DER AKTUELLEN PRAXIS
Referenten aus Non-Profit-Organisationen oder der Fundraising-Branche vermitteln praktisches, anwendungsorientiertes Wissen aus erster Hand.

KONTAKTE KNÜPFEN UND VERTIEFEN
Sponsoren und Aussteller kommen direkt mit interessierten Vertretern der NGOs ins Gespräch. Nutzen auch Sie diese Gelegenheit!

MÜNCHEN · DONNERSTAG, 8. MÄRZ 2018
GELSENKIRCHEN · DONNERSTAG, 22. MÄRZ 2018
STUTTGART · DONNERSTAG, 28. JUNI 2018 NEU
DRESDEN · DONNERSTAG, 30. AUGUST 2018
POTSDAM · DONNERSTAG, 20. SEPTEMBER 2018

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

EINE VERANSTALTUNGSREIHE DES Fundraiser magazin

Fundraiserin im Bundestag

Die ehemalige Fundraiserin bei der Stiftung der Diakonie Michaelshoven, **Nicole Westig**, sitzt seit der Wahl im vergangenen September für die FDP im Bundestag. Sie ist Mitglied im Deutschen Fundraising Verband und bereits seit 1987 Mitglied der FDP. Seit 2016 ist sie auch im FDP-Landesvorstand Nordrhein-Westfalen als Sprecherin für Schul- und Sozialpolitik tätig. Im Bundestag agiert sie als Schriftführerin.

Neue Fundraiserin

Sonja Harken übernimmt Nicole Westigs Stelle als Fundraiserin und Verantwortliche für den Spenderservice für die Diakonie Michaelshoven. Aktuell ist sie in Teilzeit tätig, da sie parallel auf ihren Master im Fach „Pädagogik und Management in der Sozialen Arbeit" an der Technischen Hochschule Köln hinarbeitet, wo sie ihre Masterthesis bei Prof. Dr. Michael Urselmann schreibt.

Ethikausschuss begrüßt neue Mitglieder

Der Vorstand hat auf seiner letzten Sitzung die neuen Mitglieder für den Ethikausschuss verabschiedet. **Andreas Berg** (Sankt Augustin) ist der neue Leiter des Ausschusses und löst damit Jörg Gattenlöhner (Bad Honnef) ab, der seit 2012 die Themen Fundraising-Ethik und Spenderrechte in leitender Position vorangetrieben hat. Als neue Mitglieder begrüßt der Ausschuss außerdem Dr. Matthias Lehmann und Paul Stadelhofer.

Der Arbeiter-Samariter-Bund ist als Wohlfahrtsverband und Hilfsorganisation politisch und konfessionell ungebunden und sieht seine wesentliche Leitlinie in der Solidarität mit allen Menschen, unabhängig von ihrer politischen, ethnischen, nationalen und religiösen Zugehörigkeit. Dabei begegnen wir Menschen mit Wertschätzung und setzen uns dafür ein, dass jeder Mensch sein Leben selbstbestimmt gestalten kann.

Wir suchen zum nächstmöglichen Zeitpunkt in unserer Landesgeschäftsstelle Frankfurt einen

Referenten Fundraising (m/w)
(Vollzeit, unbefristet).

Ihre Aufgaben:
- Konzepterstellung und Implementierung von Fundraising-Aktivitäten für den ASB Landesverband Hessen e.V., in Abstimmung und unter Einbindung der ASB-Regionalverbände und ihrer Tochtergesellschaften
- Initiierung, Begleitung und zielgerichtete Aufbereitung/Unterstützung der Unternehmenskommunikation zum Fundraising für den gesamten ASB Landesverband Hessen e.V.
- Zusammenarbeit mit dem Bereich Marketing zur Vorbereitung von Präsentationen, Fachvorträgen und Positionspapieren in Deutsch und Englisch mit dem Hauptaugenmerk Fundraising/Imagebildung
- Organisation und Durchführung von Veranstaltungen zur Intensivierung der Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern und Förderern

Ihre Qualifikation:
- Sie verfügen über ein abgeschlossenes, relevantes Hochschulstudium mit Schwerpunkt Fundraising, Kommunikation und/oder eine vergleichbare Ausbildung und Berufserfahrung
- Sie haben Erfahrung im Bereich Fundraising bei Wohlfahrtsverbänden oder Non-Profit-Organisationen
- Sie kennen sich aus mit allen modernen Kommunikationsmitteln und EDV, insbesondere Gestaltungs- und Layoutsoftware

Ihre persönlichen Anforderungen:
- Sie sind eine offene und überzeugende Persönlichkeit mit ausgeprägten Kommunikationsfähigkeiten und diplomatischem Geschick
- Sie verfügen über hohe Sozialkompetenz und die Fähigkeit, Menschen für eine Sache zu begeistern
- Sie haben eine schnelle Auffassungsgabe und überzeugen mit Ihrer Organisations- und Teamkompetenz
- Als kreative Persönlichkeit haben Sie Freude am „Storytelling" und an visueller Gestaltung

Interessiert?
Wir kommen gerne vor Ihrer Bewerbung mit Ihnen ins Gespräch.
Rossella Vicenzino Timis, ASB Vivo Personal
Telefon: 069/5 48 40 44-2 91
Mail: **bewerbung@asb-hessen.de**
www.asb-hessen.de/karriere

ASB Arbeiter-Samariter-Bund

Arbeiter-Samariter-Bund Hessen e.V., Feuerwehrstraße 5, 60435 Frankfurt

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

DRK-Präsidentin

Erstmals steht eine Frau an der Spitze des Deutschen Roten Kreuzes. Die DRK-Bundesversammlung wählte Anfang Dezember letzten Jahres in Berlin einstimmig **Gerda Hasselfeldt** zur neuen Präsidentin. Die frühere Bundesministerin und ehemalige Bundestagsabgeordnete ist damit Nachfolgerin von Dr. Rudolf Seiters, der nach 14 Jahren aus dem Amt scheidet, gleichzeitig aber zum Ehrenpräsidenten ernannt wurde.

Fundraisingerfahrung für „Stiftung Universität Mannheim"

Seit September letzten Jahres werden die Geschäfte der „Stiftung Universität Mannheim" von **Sabrina Scherbarth** geleitet. Sie bringt langjährige Erfahrung im Universitätsfundraising und im Stiftungsmanagement mit. An der EBS Universität für Wirtschaft und Recht war sie zunächst als Marketing-Direktorin, später als Leiterin des Präsidialbüros für Fundraising, Alumnimanagement, Marketing und PR zuständig. 2015 wechselte sie zu einer privaten Stiftung für Hochbegabung, wo sie ebenfalls für Fundraising, Marketing und PR verantwortlich zeichnete. Scherbarth ist zertifizierte Stiftungsmanagerin und Stiftungsberaterin.

Vorsitz der Vodafone-Stiftung

Im Dezember 2017 hat **Inger Paus** die Gesamtverantwortung für das gesellschaftliche Engagement von Vodafone und somit den Geschäftsführungsvorsitz der Vodafone-Stiftung sowie die Geschäftsführung des „Vodafone Instituts für Gesellschaft und Kommunikation" übernommen. Sie folgt auf Dr. Mark Speich, der im September 2017 von der NRW-Landesregierung zum Staatssekretär berufen wurde. Inger Paus war zuletzt bei Microsoft Deutschland als Direktorin Corporate Affairs für Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik verantwortlich.

Fundraising für die START-Stiftung

Ronald Menzel-Nazarov verantwortet seit Kurzem das Fundraising und die Kommunikation bei der START-Stiftung gGmbH. Das Tochterunternehmen der gemeinnützigen Hertie-Stiftung betreibt Deutschlands größtes Schülerstipendienprogramm und begleitet Jugendliche mit Migrationsgeschichte auf ihrem Bildungsweg. Zuvor war Ronald Menzel-Nazarov als Beauftragter der Geschäftsführung für Fundraising bei der Durchführungsorganisation des Reformationsjubiläums 2017 in Wittenberg tätig.

Vorstandswechsel Barbara-Schadeberg-Stiftung

Nach beinahe 25-jährigem Engagement als Vorstandsvorsitzende der Barbara-Schadeberg-Stiftung hat Stifterin Barbara Lambrecht-Schadeberg die Leitung der Förderarbeit für evangelische Schulen in Deutschland und Europa an ihren Nachfolger Prof. Dr. **Martin Schreiner** von der Universität Hildesheim übergeben. Die Stiftung verfolgt das Ziel, im Evangelium begründete Bildung und Erziehung zu fördern. Die Fördermittel dienen evangelischen Schulen, Internaten und Schulneugründungen, der Lehrerfortbildung und der Wissenschaft.

Spenderbetreuung bei Hoffnungszeichen

Dr. **Vincenzo Martella** leitet seit November 2017 das Referat Spenderbetreuung und Öffentlichkeitsarbeit bei der Menschenrechts- und Hilfsorganisation Hoffnungszeichen | Sign of Hope e. V. aus Konstanz. Er war zuletzt Koordinator des Entrepreneurship-Netzwerks zur Gründungsförderung an der TU München. **Barbara Amann** entwickelt mit einer neu geschaffenen Stelle seit September als Referentin individuelle Spenderbetreuung das Großspenden- und Erbschafts-Fundraising bei Hoffnungszeichen. Sie kommt vom Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND), bei dem sie das Marketing und Fundraising des baden-württembergischen Landesverbands leitete.

Kommunikation & Fundraising

Seit September 2017 ist **Sven Hahn** mit seiner Agentur Hahn Kommunikation & Fundraising aktiv. Er war u.a. als Fundraiser für die Deutsche Gesellschaft für auswärtige Politik und zuletzt für Ärzte ohne Grenzen in den Bereichen Direktmarketing, Spendenverwaltung, Spenderbetreuung und Großspenderfundraising tätig. Seine neu gegründete Agentur ist auf Geldauflagen- und Direktmarketing sowie Fundraisingberatung spezialisiert.

DBU-Generalsekretär

Alexander Bonde ist seit Februar neuer Generalsekretär der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU). Das Kuratorium hat den 42-jährigen ehemaligen baden-württembergischen Landwirtschaftsminister an die Spitze der Geschäftsstelle der größten Umweltstiftung Europas berufen. Er tritt die Nachfolge von Dr. Heinrich Bottermann an, der im Juni 2017 als Staatssekretär in das nordrhein-westfälische Umweltministerium gewechselt war.

Neue Angebote in Sachen Digitalisierung

Doris Kunstdorff (links) und **Gisela Bhatti** – bisher hauptsächlich bekannt als herstellerunabhängige Datenbank-Beraterinnen bei „Fundraising und System" – haben ihr Angebot ausgeweitet. Mit ihrer gemeinnützigen GmbH „Cloud und Rüben" machen sie NPOs für die Herausforderungen der Digitalisierung stark. Sie bieten: Fortbildungen, Fachtage und Vernetzung unter anderem in Wirtschaft und Wissenschaft.

Haben Sie Neuigkeiten?

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

vanacken
Fundraising

Fundraising-Mix

Das Erfolgs-Rezept:

- Ihre Zielgruppe finden
- Das richtige Spendenthema auswählen
- Programme und Instrumente gut mixen
- Eine Prise Emotionen hinzufügen
- Die Beziehung zu den Spendern genießen

Vereinbaren Sie ein kostenloses Beratungsgespräch.

van Acken – mehr als nur eine Agentur:

- Fundraising seit 1970
- Erfolgskonzepte für kleine und große Organisationen
- Flexibilität ohne vertragliche Bindung
- Sofort starten und das Know-how eines großen Teams nutzen

Begleitung und Umsetzung durch Profis.

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

Barriere-frei im Kopf

Die PR-Bilder des Jahres 2017 sind gekürt, die Preise verliehen. Diese werden jedes Jahr von der dpa-Tochter „news aktuell" für herausragende Fotografie von Unternehmen und Agenturen vergeben. In der Kategorie Österreich gewann „Gegen Barrieren in Kopf und Alltag" von der upart Werbung & Kommunikation GmbH, eingereicht durch Jörg Neuhauser und fotografiert von Helge Kirchberger. Die Kampagne der Lebenshilfe Österreich setzt sich dafür ein, dass alle Menschen in Österreich gleiche Chancen und Rechte haben sowie generell für eine offene und vielfältige Gesellschaft.

▶ www.pr-bild-award.de ▶ www.gegen-barrieren.at

Wer steht da vor der Tür?

Der Zoo Zürich betreibt Fundraising für ein neues visionäres Projekt: eine afrikanische Savannenlandschaft, die zum idealen Lebensraum für Zebras, Antilopen, Strauße, Nashörner und Giraffen sowei Erdmännchen werden soll. Die Agentur Matter + Gretener hat den Zoo dabei kommunikativ unterstützt. Das Kampagnenbild zeigt einen Blick durch einen Türspion auf ein Tier in freier Wildbahn. Ganz im Sinne der Schlagzeile „Afrika gleich vor der Tür".

▶ www.zoo.ch

Kurzgefasst …

Umfangreiches Stiftungs-Know-how auch online

Die HSH Nordbank AG und die SCHOMERUS – Beratung für gesellschaftliches Engagement GmbH betreiben die Website *www.neues-stiften.de* in Kooperation. Eine Vielzahl von Impulsen bietet sowohl den Stiftungen und gemeinnützigen Vereinen als auch den Unternehmen und Unternehmern einen wertvollen Input zu mehr philanthropischem Wirken in Deutschland.

▶ www.neues-stiften.de

Engagement-Netzwerk Shareholders for Change

Im Dezember 2017 wurde in Mailand das internationale Engagement-Netzwerk „Shareholders for Change" gegründet. Die Bank für Kirche und Caritas eG (Deutschland) und die fair-finance Vorsorgekasse (Österreich) gehören zu den sieben Gründungsmitgliedern, die darüber hinaus aus Italien, Frankreich und Spanien stammen. Schwerpunkte der europäischen institutionellen Investoren, welche zusammengenommen über 22 Milliarden Euro verwalten, sind Klimawandel, Arbeitsrechte und Steuergerechtigkeit.

Livetime Achievement Award für Causales

Im November 2017 wurden die 24. Internationalen Sponsoring Awards vom Fachverband für Sponsoring (FASPO) verliehen. Eine unabhängige Expertenjury hat Causales als „Agentur des Jahres" nominiert und mit einem „Livetime Achievement Award" für das einzigartige Engagement im Kultursponsoring ausgezeichnet.

▶ www.causales.de

Neuer Boss – neues Corporate Design

Die Fundraising-Agentur getunik ag hat einen neuen Kurs eingeschlagen und mit Gregor Nilsson (ehemals Chief Digital Officer bei WWF Schweiz) einen neuen Kapitän an Bord geholt. „Getunik bleibt eine Digitalagentur. Wir sind aber der Überzeugung, dass digitales Fundraising nur dann erfolgreich ist, wenn man es mit den klassischen Fundraising-Maßnahmen verknüpft", so Nilsson. Wenig überraschend: Die Reise beginnt mit einer neuen Website inklusive neuem Corporate Design und Logo.

▶ www.getunik.com

Stiftungen kooperieren bei Afrika-Projekt

Die Stiftung Menschen für Menschen – Karlheinz Böhms Äthiopienhilfe (München) und die Heinz Sielmann Stiftung (Duderstadt) haben vereinbart, gemeinsam ein groß angelegtes Wiederbewaldungsprojekt in der äthiopischen Region Wogdi umzusetzen. Damit soll auch ein Zeichen mit Blick auf Kooperation und Wirkung gesetzt werden.

▶ www.menschenfuermenschen.de ▶ www.sielmann-stiftung.de

„Ich liebe diesen Job“

Die Deutsche Postcode Lotterie fördert lokale Projekte, die sozial und nachhaltig sind

Ehrendoktorin, Social Entrepreneur und Geschäftsführerin der Deutschen Postcode Lotterie – Annemiek Hoogenboom hat eine Mission: Zusammen mit ihren Mitarbeitern und dem Engagement der Teilnehmer der neuen Soziallotterie möchte sie Deutschland zu einem sozialeren und ökologisch nachhaltigeren Ort machen.

? Frau Hoogenboom, Sie haben Politikwissenschaften studiert und anschließend als Beraterin für Entwicklungsbanken, Regierungen und NGOs vor allem im Nahen Osten und Afrika gearbeitet. Woher kommt Ihr Interesse für das weltpolitische Geschehen und Ihr Engagement für den Erhalt unseres Planeten?

Ich habe viel erlebt. Ich habe Vordenker getroffen, die mich inspiriert haben, und ich habe Querdenker kennengelernt, die mich nachhaltig geprägt haben. Schon früh war ich von der Idee fasziniert, innovative und nachhaltige Projekte zu unterstützen. Die brauchen in den meisten Fällen Geld. Ich erinnere mich noch gut daran, wie ich zu Beginn meiner beruflichen Laufbahn mit tollen Projektanträgen in der Tasche zu den europäischen Institutionen nach Brüssel oder Den Haag gefahren bin und dort um Fördergelder ringen musste. Heute ist es genau anders herum: Ich bin in der glücklichen Position, dass wir viele Fördergelder an soziale Projekte in Deutschland weitergeben können. Ich liebe diesen Job.

? Seit etwas mehr als einem Jahr gibt es die Postcode Lotterie in Deutschland. Wie fällt Ihr Zwischenfazit aus?

Ende 2016 haben wir rund 30 soziale Projekte gefördert. Ein Jahr später sind es schon fast 330. Bis Ende 2017 haben wir dank unserer Teilnehmer so schon über vier Millionen Euro an soziale Projekte in ganz Deutschland weitergegeben. Darauf sind wir unglaublich stolz!

? Erklären Sie uns das Prinzip der Deutschen Postcode Lotterie.

Unser Konzept ist einzigartig: Nachbarn gewinnen zusammen mit ihren Nachbarn, und alle tun mit ihrer Teilnahme gleichzeitig Gutes. Von jedem Los gehen 30 Prozent an den guten Zweck. Man gewinnt mit seinem Postcode, der sich zusammensetzt aus Postleitzahl und Straßencode, beispielsweise 12345 BE. Bei uns hat man täglich die Chance zu gewinnen. Wird ein Postcode gezogen, gewinnen alle Teilnehmer, die in demselben Postcode wohnen. Einmal im Monat entscheidet das Lotterieglück, auf welchen Postcode der Monatsgewinn in Höhe von 250 000 Euro fällt. Ein Los kostet monatlich 12,50 Euro und kann über unsere Website gekauft werden.

? Welche sozialen Projekte unterstützt die Deutsche Postcode Lotterie?

Bei der Auswahl unserer Förderprojekte achten wir darauf, dass sie dazu beitragen, Deutschland zu einem sozialeren und nachhaltigeren Land zu machen. Unsere Fördergelder gehen an lokale Projekte in der Nähe unserer Teilnehmer. So unterstützen Bayern Projekte in Bayern, Hessen in Hessen und so weiter. Dabei gilt: Je mehr Teilnehmer in einem Bundesland mitspielen, desto mehr soziale Projekte können wir dort fördern.

? Wie können Interessierte eine Förderung beantragen?

Ganz gleich, ob in einer Großstadt oder einer kleinen Gemeinde – wir laden alle Organisationen oder Vereine ein, eine Förderung von bis zu 20 000 Euro zu beantragen. Voraussetzung ist, dass sie unseren Förderrichtlinien entsprechen und einen Freistellungsbescheid vorweisen können. Jedes Jahr im Juni und November kommt unser Beirat unter Vorsitz der ehemaligen Bundestagspräsidentin Prof. Dr. Rita Süssmuth zusammen. Er entscheidet über die eingegangenen Anträge – und dann fördern wir und kommunizieren die Fortschritte an unsere Teilnehmer.

? Mit der Aktion Mensch und der Fernsehlotterie sind zwei Soziallotterien seit Jahrzehnten in Deutschland erfolgreich. Was macht Sie zuversichtlich, dass die Deutsche Postcode Lotterie sich auf diesem hart umkämpften Markt behauptet?

Die Aktion Mensch und die Fernsehlotterie machen einen tollen Job. Wir sehen uns nicht als Konkurrent. Im Gegenteil. Wir haben durchaus unterschiedliche Interessen. So fördert Aktion Mensch insbesondere Projekte, die sich mit dem Thema Inklusion beschäftigen. Unsere Förderbereiche sind Chancengleichheit, sozialer Zusammenhalt und Natur- und Umweltschutz. Wir sind der Ansicht, dass wir als Soziallotterien gemeinsam Deutschland zu einem noch besseren Ort machen können. Wir freuen uns, dass die Zahl unserer Teilnehmer, die unsere Mission und Vision unterstützen, wächst und wächst.

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

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 CSR.

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

twingle GmbH
Mit twingle gelingt Ihr Online-Fundraising! Denn twingle ist die Spendenlösung, die Spenden endlich einfach macht – ob auf der eigenen Webseite, mobil auf dem Smartphone oder direkt vor Ort. Starten Sie jetzt: Ohne Grundgebühr, ohne Einrichtungskosten – und mit persönlicher Betreuung.

Prinzenallee 74 · 13357 Berlin
Telefon: +49 (0)30 98323775
info@twingle.de
www.twingle.de

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

hello. die Dialog Agentur

hello steht für Kreativität mit Substanz. Mit mehr als 12 Jahren Berufserfahrung schaffen wir Content und öffnen Türen zu Ihren Zielgruppen. Dabei nutzen wir alle möglichen Kanäle, auf denen Ihre Inhalte geliked, geteilt oder kommentiert werden. Mit hello wird Ihre Organisation sichtbar und gewinnt Fans, Follower sowie neue Spenderinnen und Spender.

Thedestraße 13 – 17 · 20767 Hamburg
Telefon/Fax: +49 (0)40 41306156
hello@hellohello.de
www.helloprobono.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

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 Full-Service-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

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 großer 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

Fundraising-Beratung und Ideen zur digitalen Kommunikation. Aus dem Ruhrgebiet und mit über 20-jähriger Erfahrung in der Sozialwirtschaft.
- Strategien für digitale Kommunikation und Online-Fundraising
- digitale Recruiting Konzepte für soziale Träger
- Nonprofit-Fotografie und Podcast-Produktion
- Fundraising-Aufbau und Entwicklung in regionalen Organisationen

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

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

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

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

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 CRM- & Fundraisingsoftware, bieten Datenservices und Beratungsleistungen. Auch die systematische Aufbereitung und aussagekräftige Darstellung von Daten im Fundraising, gehört zu unserem Portfolio. Unsere Produkte sind ifunds engage und analyse-it.
ifunds engage
Basierend auf Microsoft Dynamics 365 bietet die moderne CRM- & Fundraising-Cloud-Applikation ifunds engage eine webbasierte, flexible und standardisierte Lösung für Non-Profit-Organisationen aller Größen.
analyse-it
Ein modernes und leistungsfähiges BI-Werkzeug, das Ihre Organisations- und Fundraisingdaten Ihren individuellen Anforderungen entsprechend übersichtlich und strukturiert darstellt.

Schanzenstraße 35 · 51063 Köln
Telefon: +49 (0)221 6699520
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

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
Peth, Endres, Schuttenberg GbR
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

Adenauerallee 12 – 14 · 53113 Bonn
Telefon: +49 (0)228 96104990
Telefax: +49 (0)228 96104991
info@systopia.de
www.systopia.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 · 53547 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

BEGEI
STERN

Gutes Fundraising begeistert, weil es mit Herz gemacht wird.

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

GECKO international GmbH

Für Ideen zur Neuspendergewinnung: Sprechen Sie uns an!

Wir stellen aus – Fundraising Kongress 18. – 20.04.2018 in Kassel
www.fundraising-kongress.de

GECKO international GmbH

Ihr Ansprechpartner für Adressen zur Neuspendergewinnung!

Wir bieten Ihnen:

- starkes Portfolio in den Bereichen Spenden- und Seniorenmarketing
- Adressenberatung / Listbroking
- Scoring / Optimierung
- Emergency-Mailings
- E-Mail-Kampagnen

Fordern Sie Ihr Angebot an Top-Spendenlisten hier an – wir freuen uns auf Sie!

Krebsaueler Straße 49 · 53797 Lohmar
Telefon: +49 (0)2206 8628010
Telefax: +49 (0)2206 8628019
office@gecko-international.com
www.gecko-international.com

PLZ-BEREICH 6

DIALOG FRANKFURT

... the communication company

1993 gegründet, ist DIALOG FRANKFURT Ihr Partner im Bereich des integrierten Dialog- und Sozialmarketings sowie bei der Beratung und Umsetzung von Kommunikationskonzepten im Fundraising.
Wir verleihen der Kommunikation tatsächliche Qualität und in der Ausführung achten wir darauf, dass sie nicht zu einem bloßen Monolog verkommt.

Karlstraße 12 · 60329 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69 272360
info@dialog-frankfurt.de
www.dialog-frankfurt.de

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

pbdirekt

Praun, Binder und Partner GmbH

Neutraler DV-Dienstleister für die Verarbeitung von Adressen mit feinjustierten Abgleichen, intelligentem Scoring und unerreichter Datenvielfalt.
Mit qualifizierten Adressen sinken die Retouren-/ Produktions- und die Portokosten gleichermaßen. Ob Fremdlisten für Ihre Neuspendergewinnung oder Steigerung des Spendenvolumens bei Ihren Spendern. Setzen Sie für Ihre Offline-Kommunikation auf erstklassiges Adressmaterial. Damit aus Namen Spender werden.

Motorstraße 25 · 70499 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 83632-55
Telefax: +49 (0)711 83632-36
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

„Wer konzipiert, wer druckt, wer versendet? Und wer liefert uns die Adressen?"

Nutzen Sie professionellen Fullservice für Ihre Fundraising-Mailings: Alle Leistungen aus einer Hand! Effizient und ergebnisorientiert.

P Direkt – Ihr Fullservice-Partner:

- Konzeption + Kreation
- Druck + Lettershop + Streuung
- Adressen + Listbroking + Beratung
- Scoring Fremd- / Eigenadressen
- Top-Know-how aus über 3.500 Kampagnen und über 30 Jahren Fundraising-Praxis
- Effiziente Neuspendergewinnung
- Emergency-Mailings: „Go" + 24 h => Streuung

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

Altruja GmbH

Altruja bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten für Ihr Online-Fundraising: von Spendenformularen, Anlassspendentools, Kampagnentools bis zum SMS-Fundraising. Mit umfassenden Payments, zentraler Verwaltung, individueller Anpassung, höchsten Sicherheitsstandards und Weiterbildungsangeboten bieten wir den optimalen Service für Ihr Online-Fundraising.

Augustenstraße 62
80333 München
Telefon: +49 (0)89 70096190
info@altruja.de
www.altruja.de

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

AGENTUR FÜR ERBEN

Karla Friedemann

Unsere Kompetenz liegt in der umfangreichen Nachlassabwicklung. Stiftungen, gemeinnützige, mildtätige und kirchliche Organisationen sind unsere Zielgruppen.
Wir bieten:

- bundesweite Abwicklung von Nachlässen
- Organisation von Veranstaltungen u. a.

Wir verfügen über:

- langjährige Erfahrung
- exzellentes Management
- ein hohes Maß an Flexibilität

Allacher Straße 140
80997 München
Telefon: +49 (0)171 7028919
info@erbagentur.de
www.erbagentur.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

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

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

FundraisingBox

c/o Wikando GmbH

Ihr Partner für Digitales Fundraising. Maximale Konvertierung durch Spendenaktionen, 100 % individuelle Formulare, automat. Spenderwiedererkennung, wiederkehrende Zahlungen, Charity-Shop u. v. m. 360°-Donor-View und starke Kommunikations-Tools erhöhen die Spenderbindung. Donation-Monitoring für Echtzeit-Kontrolle über Spendeneingänge und Projekte.

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

Mittel & Wege
Fundraising, Beratung, Fortbildung,Coaching
www.mittel-wege.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

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

ÖSTERREICH

20 Jahre
Den Spender im Herzen.

SOCIAL CALL fundraising GmbH

Über 20 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

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

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

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, 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 (Face2-Face), 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

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

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

Ihr Dienstleister-Eintrag erscheint 1 Jahr lang im Dienstleisterverzeichnis unter ***fundraising-dienstleister.de*** und in 6 Ausgaben des gedruckten Magazins.

Standard-Eintrag
149 €

Premium-Eintrag
(Standard + Stopper-Anzeige)
499 €

„Verständigung

Frank Richter ist seit 2017 Geschäftsführer der „Stiftung Frauenkirche Dresden". Vorher war er lange Zeit Chef der Landeszentrale für politische Bildung in Sachsen. In dieser Funktion machte er sich nicht nur Freunde, denn er pflegte auch gegenüber den „Patriotischen Europäern gegen die Islamisierung des Abendlandes" (Pegida) eine Dialogbereitschaft. Matthias Daberstiel sprach mit Frank Richter über seine neue Aufgabe und die Wirkung der Dresdner Frauenkirche auf die Gesellschaft.

? Versöhnung, Frieden, Begegnung. Das sind die Werte, mit denen die Dresdner Frauenkirche wirken möchte. Doch seit Pegida werden diese Werte auf eine harte Probe gestellt, wenn die Kirche als Kulisse für Medienaufmerksamkeit dient. Schadet das Ihrer Arbeit?

Das Problem haben ja nicht nur wir. Wir teilen unser Schicksal mit anderen in der Stadt, zum Beispiel der Semperoper, der Kreuzkirche oder der Hofkirche. Die Stadt Dresden hat wunderschöne Gebäude und bietet natürlich eine wunderbare Kulisse. Außerdem ist Dresden prominent, erfreut sich als Stadt auch dieser Prominenz und muss folglich damit leben. Wie bei anderen Promis wird dann eben auch auf die Schmutzecken geschaut und geachtet. Ich persönlich bin ein sehr liberaler Mensch, und vor dem Grundrecht auf Versammlungsfreiheit müssen wir uns nicht fürchten. Das halten wir als Stadt aus, und die Demokratie erst recht. Der Hass, die Fremdenfeindlichkeit und die Hetze, die ich bei Pegida höre und die bis zur Frauenkirche herübertönen, ist das eine. Beschäftigen muss uns doch aber vielmehr das, was dahintersteckt.

? Ist das im Dialog zu lösen? Ist das auch eine Aufgabe der Stiftung Frauenkirche?

Natürlich brauchen wir diese großen Worte „Versöhnung, Frieden, Dialog"; auf die orientieren wir unser Handeln. Aber wichtiger ist doch, dass gehandelt wird – und nicht nur die großen Begriffe. Das miteinander Sprechen und Zuhören sind nun mal Grundelemente der Demokratie, denen wir uns nicht verschließen können, so schwierig das auch manchmal sein mag. Mir ist klar, dass nicht jeder Mensch in jeder Situation zu jedem Thema ins Gespräch geführt werden kann. Aber in günstigen Situationen kann er zu einem gemeinsamen Thema ins Gespräch kommen. Es kommt also oft auf das Format an, in dem man Menschen ein Stück weit zum Gespräch verführt.

Ich stelle mir eher die Frage: Warum gelingt es den Demokraten so schlecht? Und das sehe ich auch als eine Frage an mich selbst, Menschen in vernünftige Gespräche zu führen und eine positive Verführungskraft zu entwickeln. Verständigung ist doch keine Last, sondern eine Lust und darf auch Freude machen, und dort möchte ich auch mit der „Stiftung Frauenkirche" dranbleiben.

ist keine Last, sondern eine Lust“

? Aber wie können Sie dann diese Werte der Frauenkirche vermitteln?

Mit dem Wort Wertevermittlung habe ich ein Problem. Das nimmt ja an, ich habe die Werte und muss sie jemand anderem beibringen. Werte sind bei jedem vorhanden, und jeder trägt sie in sich. Es muss uns darum gehen, Menschen behilflich zu sein, die Werte, die uns gemeinsam und unsere Gesellschaft ausmachen, in sich selbst zu entdecken und dann zu qualifizieren, zu praktizieren und am Ende auch zu feiern. Und das kann man in der Frauenkirche als wunderschönem barockem Zwischenraum für Verständigung und Begegnung erleben.

? Dieser barocke Zwischenraum kostet Sie aber jährlich Geld für die Erhaltung. Wie gelingt Ihnen das für den Bau, der ja nun offiziell fertig ist?

Über dem, was an der Frauenkirche geschieht, steht auch der Satz: „Was nichts kostet, ist nichts wert.“ Jeder, der in die Kirche kommt und sich daran erfreut, und selbst die, welche sich nur von außen daran erfreuen, sollten wissen, dass der Erhalt der Kirche auch etwas kostet. Wir als Stiftung müssen das transparent machen. Sicher, die Stiftung ist solide aufgestellt, aber wir können nicht verschweigen, dass die Beheizung, Beleuchtung, Belüftung, Instandhaltung, Reinigung und viele andere Aufgaben jedes Jahr eine Million Euro kosten.

? Wie sprechen Sie Ihre Besucher auf Spenden an?

Die Ansprache erfolgt klassisch über die Opferstöcke in der Kirche und darüber, dass es von der Kanzel und von den ehrenamtlichen Gästeführern gesagt wird. Natürlich ebenso über unsere Publikationen, die Homepage, bei Veranstaltungen oder die direkte Ansprache von Stiftungen und Geldgebern. Auch die projektorientierte Ansprache ist vielen Spendern wichtig. Das ist eine schwierige Aufgabe und eine Last. Aber es ist auch die Brücke zu den Inhalten, um die es geht. Und außerdem, und da bin ich ganz neutestamentlich: Die kleine Spende der Witwe ist nicht weniger, sondern vielleicht sogar mehr wert als die Spende desjenigen, der nur einen kleinen Teil seines Vermögens gibt. Die Symbolträchtigkeit in der Mitte der Stadt macht es uns da einerseits leichter, Spenden zu erhalten. Andererseits ist die Prominenz zugleich eine große Aufgabe, und wir dürfen nicht nachlassen in unseren Bemühungen.

? Was wollen Sie mit der „Stiftung Frauenkirche“ in den nächsten Jahren erreichen?

Mit dem Jahr 2018 konnte Daniel Hope als künstlerischer Leiter gewonnen werden. Ein großartiger Musiker und gesellschaftlicher und politischer Brückenbauer, der international gut vernetzt ist. Mit ihm verbinden wir die Hoffnung, dass er unserer Stiftung und unserem Anliegen eine neue internationale Strahlkraft verleiht.

Außerdem wollen wir die Landeshauptstadt Dresden bei ihrer Bewerbung um die Kulturhauptstadt Europas begleiten. Wenn man miteinander in der Stadtgesellschaft überlegt, was die Kultur unseres Zusammenlebens ausmacht, aus welchen Quellen wir schöpfen, ist das ein wichtiger Wert.

Daran schließt sich ein dritter Gedanke an, denn ich bin ja auch Theologe. Diese Kirche hat alle Tage schon einmal durchlebt. Den Palmsonntag, wo sie in der Stadt begrüßt wurde, den Gründonnerstag, wo das Evangelium Jesu Christi in der Nazizeit verraten worden ist – das gehört zur Geschichte dazu. Sie hat den Karfreitag und Karsamstag gehabt mit den 45 Jahren, in denen sie als Ruine bestand. Die Frauenkirche hat ihren Ostersonntag gehabt, wo sie wieder auferstanden ist, doch jetzt muss Pfingsten kommen. Das heißt, wir brauchen den Spirit eines Neuanfangs, und den kann man nicht einfach am Schreibtisch entdecken. Dieser Gedanke wächst und kommt, wenn Menschen beieinander und aufgeschlossen füreinander bleiben und gemeinsam eine solche Idee entwickeln. Dafür ist die Frauenkirche als Begegnungsraum bestens geeignet. Nicht nur, um für sich selbst etwas zu bewirken, sondern zugleich für die Gesellschaft.

? Dann ist Ihr neuer Job also mehr ein Geschenk als eine Aufgabe?

Nun, ich habe schon eine Tätigkeitsbeschreibung, und es ist nicht nur vergnügungssteuerpflichtig, was ich hier tue. Aber es ist neben der großen Aufgabe auch eine Bereicherung und Freude.

Schickes Aushängeschild statt dröger Bilanz

Wie ein guter Jahresbericht eine Hilfsorganisation voranbringt

Einen Jahresbericht zu verfassen, macht Arbeit. Doch die kann sich lohnen. Jedenfalls wenn darin mehr zu finden ist als Zahlenkolonnen und Projektlisten. Im besten Fall ist der Bericht sogar ein Instrument zur Organisationsentwicklung.

Von PETER NEITZSCH

Ein Jahresbericht – muss das wirklich sein? Diese Frage stellen sich viele soziale Organisationen am Jahresanfang. Verpflichtet dazu sind sie nicht. „Nur Kapitalgesellschaften müssen die Jahresbilanz ihrer Finanzen und einen Lagebericht veröffentlichen", erläutert Jan Engelmann. Im gemeinnützigen Bereich ist das dagegen freiwillig. Viele kleinere Stiftungen verzichten gleich ganz auf einen Bericht. Nicht unbedingt eine gute Idee: „Wer keinen Jahresbericht veröffentlicht, vergibt wertvolle Chancen – etwa auf künftige Zustiftungen."

Engelmann ist Geschäftsführer der Social Reporting Initiative (SRI). Der Verein zeichnet jedes Jahr soziale Organisationen aus, die besonders überzeugend über ihr Engagement berichten. „Viele kleine Vereine veröffentlichen Berichte in erstaunlich hoher Qualität", erzählt er. Doch es gibt auch noch viel zu tun: „Oft stürmt der Vorstandsvorsitzende im Februar in die Geschäftsstelle und sagt: Wir müssen noch alles aufschreiben, was wir letztes Jahr gemacht haben." Das Ergebnis: Der Leser sieht den Wald vor lauter Bäumen nicht.

Mehr als bloße Bestandsaufnahme

„Wir empfehlen da eine stärker strukturierte Vorgehensweise", sagt Engelmann. Dafür hat die SRI den Social Reporting Standard entwickelt. Der Leitfaden soll Initiativen helfen, einen Jahresbericht zu erstellen. Der Fokus liegt dabei auf der Wirkungsorientierung: „Ein gut gemachter Jahresbericht ist eine Lernhilfe, weil die Organisation darüber reflektiert, was sie erreicht hat." Damit das gelingt, sollten sich die Verantwortlichen fragen: Welche Wirkung hatten unsere Aktivitäten? Also zum Beispiel: Was haben wir durch die Konferenz erreicht?

Erfolge betonen

„Ein Jahresbericht dient dazu, Resümee zu ziehen und die Erfolge noch einmal in den Fokus zu rücken", sagt Miriam Rupp, Geschäftsführerin der Agentur Mashup Communications. Non-Profit-Organisationen stellt das oft vor eine besondere Herausforderung: „Wie überzeuge ich jemanden, wenn er erstmal keine Gegenleistung erhält?" Ein häufiger Fehler besteht darin, einfach alle Projekte des vergangenen Jahres aufzulisten. „Dabei ist es viel anschaulicher, eine Geschichte zu erzählen", rät die Autorin des Buchs „Storytelling für Unternehmen".

Anekdoten und Meinungen

Zu einer guten Geschichte gehört ein Protagonist, außerdem braucht es einen Konflikt oder eine Herausforderung. „Es ist gar nicht nötig, dass sich die Hilfsorganisation immer selbst als Held darstellt", erklärt Rupp. Der Held der Geschichte könne genauso gut ein Mitarbeiter sein, ein Spender oder jemand, dem geholfen wurde. Der Spendenempfänger sollte dabei nicht nur als hilfsbedürftig gezeigt werden, sondern als Mensch – mit Interessen,

Wünschen und Hoffnungen. „Es ist wichtig, nicht bloß auf Mitleid zu setzen."

Auch für Engelmann machen Anekdoten und Geschichten im Jahresbericht Sinn, wenn sie die Projektarbeit illustrieren. „Es darf im Jahresbericht ruhig menscheln." Allerdings dürfe auch die Analyse nicht zu kurz kommen. Organisationen könnten dafür etwa Interviews mit der Zielgruppe darüber führen, was ihr Angebot tatsächlich gebracht hat. Der nächste Schritt wäre eine systematische Evaluation: „Die meisten Stiftungen oder Vereine kennen die wichtigen Indikatoren in ihrem Gebiet. Aber die wenigsten trauen sich, auch eine Benchmark festzulegen." Dabei sei das enorm hilfreich.

Wer den Social Reporting Standard regelmäßig nutzt, bekommt so auch ein Instrument zur Organisationsentwicklung an die Hand. „Das ist keineswegs nur ein Tool für große Organisationen", sagt Engelmann. Gerade kleinere Initiativen täten sich oft leichter, einen guten Jahresbericht zu verfassen, weil sie sich nur auf ein Thema konzentrierten.

Dynamische Aufbereitung

Rupp empfiehlt, sich beim Layout an gutem Magazin-Journalismus zu orientieren und ein Thema auch mal breiter aufzubereiten – größere Überschriften, mehr Bilder, Weißraum. Selbst Statistiken lassen sich oft visuell darstellen, als Infografik, die zur Organisation passt. „Beim Sprachgebrauch sollte man sich am Laien orientieren und nicht zu viele technische Begriffe verwenden." Daneben sei Abwechslung innerhalb des Berichts wichtig, damit sich nicht immer dasselbe Format wiederhole.

Der klassische Jahresbericht erscheint gedruckt und wird vielleicht noch als PDF ins Netz gestellt. „Man kann das aber – gerade online – auch noch viel dynamischer aufbereiten", sagt Rupp. So bietet es sich etwa an, einige Zahlen, Storys oder Bilder zusätzlich für die Social-Media-Kanäle aufzubereiten. So entfaltet der Bericht seine Wirkung über einen viel längeren Zeitraum. „Der größte Fehler ist ein 100-seitiges Dokument, das aus einer reinen Bleiwüste besteht", warnt die Agenturchefin.

„Jahresberichte, die mit zu viel Text überfrachtet sind, landen häufig im Papierkorb", bestätigt Engelmann. Außer an Mitglieder und potenzielle Spender richtet sich die Bilanz auch an die interessierte Öffentlichkeit, an Partnerorganisationen, Journalisten oder künftige Mitarbeiter auf Jobsuche. Engelmann rät deshalb dazu, kurz und knackig zu erklären, wofür die Organisation steht: Wer sind wir? Was wollen wir? Und: Was haben wir erreicht?

▶ www.social-reporting-standard.de

Regionale und emotionale Investments

Eine persönliche Sicht auf die Finanzierungsmöglichkeiten von Sportvereinen

Auch Sportvereine sind dazu angehalten, moderne Formen der Finanzierung für ihre Infrastruktur zu finden. Dabei kann man sich nicht mehr nur auf die klassische Form des Sponsorings verlassen. Dass es tatsächlich möglich ist, auch hier „die Crowd" zu aktivieren, zeigt die Plattform Xavin.

Von TOBIAS UNGERER

Bereits seit Jahren bin ich begeisterter Fußballer und spiele seit meiner Kindheit im Verein. Nicht nur der Sport, sondern vor allem das gemeinsame Erlebnis und die Freundschaften unter meinen Mitspielern machen für mich das Vereinsleben so besonders: nach dem Training erschöpft und zufrieden ein Bier in der Kabine trinken, mit den Kameraden quatschen und lachen. Am Wochenende dann voller Ehrgeiz und Siegeswille gemeinsam das nächste Spiel bestreiten. Das bekommt man nur im Verein.

Gleichzeitig fällt mir immer wieder auf, wie sanierungsbedürftig die Infrastruktur vieler Vereine ist. Schlechte Plätze, nicht funktionsfähige Duschen und Risse in der Wand des Vereinsheims. Jahrelang haben wir im Winter noch auf einem Hartplatz trainiert, einem der letzten im ganzen Landkreis. Für jeden aktiven Fußballer das blanke Grauen.

Der Investitionsstau bei Vereinen ist allzu offenkundig und liegt mittlerweile bei mehr als 40 Milliarden Euro. Das liegt vor allem daran, dass Vereine zunehmend schlechte Karten bei Banken haben und nur schwer an Darlehen kommen. Es fehlt häufig schlicht an den erforderlichen Sicherheiten und Eigenkapitalrücklagen.

Crowd-Investments

Aus diesem Grund habe ich mit Unterstützung der Landesbank Baden-Württemberg Xavin gegründet, eine Plattform für regionale und emotionale Investments. Wir ermöglichen es Vereinen, Darlehen von Mitgliedern und Unterstützern aufzunehmen. Im Gegensatz zur klassischen Spendensammlung können so auch große Projekte relativ schnell finanziert werden. Anleger hingegen haben das gute Gefühl, ein sinnvolles Projekt in der eigenen Region zu unterstützen und erhalten sogar noch einen attraktiven Zins.

Vertrauen in den Verein

Damit ein Anleger ein Darlehen gewährt, braucht es vor allem eines – Vertrauen in den Verein. Denn bei den Darlehen handelt es sich um qualifizierte Nachrangdarlehen. Diese verfügen über keine Besicherung und dürfen den Verein auch nicht in Insolvenzgefahr bringen – vorher fallen sie aus. Daher ist es wichtig, dass der Verein seit Jahren solide geführt wird und das Projekt gut planbar und umsetzbar ist.

Für Vereine gibt es neben den offensichtlichen Vorteilen einer schnellen, unkomplizierten und modernen Finanzierungsform noch weitere erhebliche Vorteile auf der

Plattform. Banken rechnen die Xavin-Darlehen der Eigenkapitalquote eines Vereins an. Somit kann, zum Beispiel bei Großprojekten, in der Folge Fremdkapital günstiger aufgenommen werden. Dazu kommt die Möglichkeit, Fördergelder des Sportbundes oder der öffentlichen Hand einfach und schnell vorzufinanzieren, wenn diese erst gestreckt über mehrere Jahre ausbezahlt werden.

Neue Tennisplätze

Dass diese Form der Finanzierung nicht nur in der Theorie funktioniert, ist auch praktisch bewiesen. Über Xavin wurden bereits drei Finanzierungskampagnen erfolgreich durchgeführt und knapp 200 000 Euro Darlehensvolumen von 60 Anlegern vermittelt. Jedes Projekt wurde überfinanziert, und die Sammelphase benötigte im Durchschnitt lediglich 20 Tage. Die Laufzeit der Darlehen beträgt meist fünf Jahre, und die Zinsen für die Anleger liegen zwischen 1,5 und 2,2 Prozent.

Dank der Finanzierung über Xavin verfügt der TCW Straubenhardt bereits über nagelneue Tennisplätze, der MTV Stuttgart plant schon seinen tollen Kinderspielplatz, und der TuS Bilfingen baut einen neuen Seminarraum für die Jugend – und das alles dank der Crowd.

Zukünftig wird die Crowd-Finanzierung bei Vereinen weiter an Bedeutung gewinnen, denn Banken werden immer stärker reguliert. Gleichzeitig nimmt das Interesse an sinnvollen Investments, dem sogenannten Impact Investing, bei Anlegern stetig zu. Die Menschen wollen wissen, dass ihr Geld etwas Gutes bewirkt.

Xavin bietet die Möglichkeit, eine neue Säule im Finanzierungsmix von Vereinen darzustellen, und Anlegern die Gewissheit, die eigene Region mit großartigen Projekten zu verbessern, ohne das Geld zu verschenken.

Und wer weiß, vielleicht spiele ich mit meiner Mannschaft schon bald auf einem modernen Kunstrasenplatz, dusche in frisch sanierten Waschräumen und stoße mit meinem Team im Anschluss in einer renovierten Vereinsgaststätte auf unseren Sieg an – alles finanziert über Xavin.

Tobias Ungerer ist Gründer der Crowd-Finanzierungs-Plattform Xavin und begeisterter Fußballer beim TV Aldingen. Seit frühester Kindheit ist er in Vereinen aktiv. Hier hat er neben Fußball auch das Skilaufen und Tennisspielen erlernt. Nach dem Masterstudium in Management an der Uni Hohenheim war schnell klar, dass mit einem neuen Start-up Vereinen geholfen werden soll. Gemeinsam mit seinem Team und der Landesbank Baden-Württemberg hat er Anfang letzten Jahres die Plattform Xavin gegründet.
▶ **www.xavin.eu**

GRÜN SOFTWARE AG

GRÜN VEWA7 optimiert Ihre Fundraising-Aktivitäten und Spendenprojekte

Marktführende Branchensoftware für Spendenorganisationen

→ Spendenverwaltung & CRM
→ Fundraising (Kampagnen, Aktionen)
→ Online & Offline Multi-Channel-Marketing
→ Dauerspendenzusagen (Projektpaten, etc.)
→ Spendenverbuchungen
→ Nachbearbeitung (Quittierung & Bedankung)
→ Spenderkommunikation
→ Fakturierung & Warenwirtschaft

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

Profis helfen Non-Profits

In der „Nachtschicht Hamburg“ gibt es Pro-bono-Leistungen

Zeit spenden, das geht nicht nur im Ehrenamt beim Tierschutzverein oder der freiwilligen Feuerwehr. Auch Profis stellen bereitwillig ihr Know-how und ihre Zeit für den guten Zweck zur Verfügung, wenn die Rahmenbedingungen stimmen. Die „Nachtschicht Hamburg“ ist da ein beispielhaftes Format.

Von PETER NEITZSCH

In der Nachtschicht wurden von den Kreativ-Profis unter anderem Figuren für den „Märchenwald“ des Vereins „KinderLeben“ entwickelt.

„Manchmal geht es schneller, wenn kein Geld fließt“, stellt Daniel Hautmann fest. Der Journalist hat gemeinsam mit zwei Mitstreitern die „Nachtschicht“ nach Hamburg geholt. Die Idee: sechs gemeinnützige Organisationen mit sechs Kreativteams zusammenbringen, die gemeinsam Lösungen erarbeiten, die sonst eine Menge Geld kosten. Die dringend benötigte neue Website, eine überfällige Patenschaftskampagne, der lange aufgeschobene Imagefilm – im ersten Stock des Betahauses im Hamburger Schanzenviertel wird an all diesen Dingen unter Hochdruck gearbeitet. Und Hautmann wundert sich, dass alles so reibungslos läuft.

Profis helfen gern

Kaum einer der angefragten Kreativen habe abgelehnt, berichtet er. „Eigentlich haben wir offene Türen eingerannt.“ Die Profis wollten helfen – es brauchte nur jemanden, der diese Hilfe organisiert. Verabredet wurde alles per Handschlag. Für die Veranstaltung floss kein einziger Cent, weder für die kreative Leistung noch fürs Catering oder die Location. „Uns war der Tauschgedanke wichtig, deshalb haben wir gar nicht erst um Geldspenden gebeten.“

Die Bereitschaft, sich zu engagieren, ist groß. Studien wie der „Zivic-Survey 2017“ bestätigen das. Allerdings zeigt die repräsentative Umfrage auch: Jahrelang dasselbe Ehrenamt zu bekleiden, darauf haben heute nur noch wenige Lust. Der Grund sind veränderte Lebensmodelle, Vorstellungen und Werte. Wer jung ist und gut ausgebildet, wechselt häufig den Wohnort – und engagiert sich eher bei konkreten, zeitlich begrenzten Projekten mit flachen Hierarchien. Es geht darum, etwas zu bewegen – nicht Teil eines Vereins zu werden.

NGOs können sich bewerben

So gesehen ist die „Nachtschicht“ beispielhaft: Das Konzept kommt aus den Niederlanden – und hat mittlerweile Nachahmer in mehreren Ländern. Mitorganisator Bastian Henrichs war selbst schon als Kreativer bei einer Nachschicht in Berlin dabei. In acht Stunden entwickelte sein Team einen Spot für die Opferhilfe Berlin. „Ich fand die Atmosphäre einfach klasse und dachte, das hätte ich gerne auch in Hamburg.“ Auf die Ausschreibung bewarben sich rund 30 gemeinnützige Initiativen, aus denen dann sechs Projekte ausgewählt wurden.

Die Kreativen stammen teils aus dem Netzwerk der Organisatoren, teils haben die Macher gezielt Agenturen angesprochen. Entscheidend war dabei immer die Frage: Wer passt zum Bedarf der Vereine? „Wir haben uns ganz bewusst nicht für Studenten entschieden, sondern wir wollten Profis, die Spaß daran haben, ihr Know-how zur Verfügung zu stellen“, sagt Henrichs. Das kurze Zeitfenster ist Teil des Konzepts: Für die Projektarbeit stand nur die Zeit zwischen 18 Uhr und 2 Uhr morgens zur Verfügung.

Sinn stiften neben den üblichen Aufträgen

Claudia Kusserow gehört zum Kreativteam, das sich während der „Nachtschicht“ um den Förderverein „KinderLeben“ e.V. kümmert. Lange Zeit hatte die selbstständige

Grafikdesignerin vor allem große Unternehmen als Kunden. „Aber das ging mir teilweise auch auf die Nerven“, berichtet sie. „Ich wollte etwas Sinnstiftendes tun – mit den Mitteln, die ich am besten beherrsche: Grafikdesign.“ Deshalb nimmt sie mittlerweile niedrigere Honorare in Kauf und sucht sich verstärkt Kunden aus dem Non-Profit-Bereich. Als sie von der Nachtschicht hörte, war sie sofort dabei.

Figuren für den Märchenwald

„KinderLeben“ unterstützt Familien mit kranken, behinderten oder gar todkranken Kindern. „Das reicht von finanzieller Unterstützung über Ausflüge bis hin zu Nottaufen“, erklärt die Gründerin und ehrenamtliche Vorsitzende Ester Peter. Vom Kreativteam wünscht sie sich „ein Geschöpf, an das sich die Kinder, aber auch die Geschwisterchen mit ihren Ängsten und Sorgen wenden können“. In den Vereinsräumen gibt es bereits eine Wand mit einem aufgemalten Märchenwald, hier sollen nun noch Wichtel oder Feen Einzug halten – Figuren, die in der „Nachtschicht“ entwickelt werden.

Teamarbeit mit Unbekannten

Gemeinsam mit einem Programmierer, einem Grafiker und zwei Illustratoren arbeitete Kusserow an der Umsetzung. Niemand aus dem Team kannte sich vorher: „Das ist natürlich schon merkwürdig, weil jeder einen ganz anderen Arbeitsstil hat.“ Die Ideen entwickelten sie gemeinsam mit den Ehrenamtlichen. „Da muss man den Kunden auch lenken, der ja total aufgeregt ist“, erzählt sie.

Schließlich entschied sich das Team für zwei Figuren: ein robustes kleines Kerlchen mit Moped – und einem großen Ohr für die Kinder, an seiner Seite flattert eine Elfe. „Wir fanden zwei Charaktere besser, um sowohl jüngere als auch ältere Kinder anzusprechen“, sagt Kusserow. Die Figuren sollen vor Ort funktionieren, aber auch auf der Website, auf Briefpapier – oder vielleicht sogar einmal als Youtube-Film.

Nachahmenswertes Veranstaltungskonzept

Am Ende des Abends ziehen die Macher eine positive Bilanz: „Wir würden das gerne im nächsten Jahr wiederholen“, sagt Hautmann. Doch dabei muss es nicht bleiben: Nachahmer sind ausdrücklich erwünscht. „Es wäre toll, wenn andere Städte die Idee aufgreifen.“ Ein Leitfaden dazu kann von der Website der „Nachtschicht“ heruntergeladen werden.

▶ www.nachtschichthamburg.de

frc Spenden MANUFAKTUR
Fundraising Communicators

Holger Menze
Geschäftsführer
Spenden Manufaktur
Vorsitzender QTFR

QUALITÄTSZIRKEL TELEFON-FUNDRAISING

Liebe in Zeiten von ePrivacy

Wie gestalten sich die Kontaktaufnahme und somit auch die Beziehungen zu Spendenden und Unterstützenden in Zeiten von ePrivacy? Wird es ein vollmundiges ‚Ja, ich will‘ oder doch eher eine Interessensabwägung? Und die Verflossenen? Besser in Ruhe lassen? Wir beraten Sie gerne kompetent und umfassend, damit die Liebe nicht erkaltet. Sprechen Sie uns an, denn: **Persönlicher Kontakt ist immer die beste Wahl.**

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

Gut investieren gemäß Stiftungszweck

Anlage-Alternative: Crowdlending-Kredite für kleine und mittlere Unternehmen

Die Digitalisierung der Finanzbranche macht es möglich: Crowdlending-Plattformen bündeln das Geld von Investoren zu KMU-Krediten. Firmen können ihre Finanzierung diversifizieren, Stiftungen dem Tiefzinsumfeld entkommen – passend zu ihrem Stiftungszweck.

Von ALWIN MEYER

Im Sommer 2016 machten sich drei Angestellte einer Softwarefirma selbstständig und gründeten in Winterthur das Unternehmen Swisspeers. Das Geschäftsmodell ihrer Firma lebt von der Digitalisierung und dem Internet: Sie vermittelt zwischen Kredit suchenden kleinen oder mittleren Unternehmen (KMU) und Rendite suchenden Anlegern. Auf der Internetseite schreiben Firmen ihre Kreditprojekte aus, und wenn sich genug Anleger finden, bündelt die Plattform das Geld und reicht es als Kredit an das KMU weiter.

Vertrauen und Augenhöhe

Crowdlending heisst das im Fachjargon, weil sich der Unternehmer sein Geld nicht bei einer Bank oder Einzelperson, sondern einer Gruppe Gleichgesinnter borgt. Der Vorgang basiert auf dem Vertrauen zwischen Partnern, die auf Augenhöhe miteinander umgehen, von gleich zu gleich oder englisch Peer to Peer. Die einen Peers haben Kapitalbedarf, die anderen Peers haben Anlagebedarf.

Im Idealfall ist das für beide Seiten ein Gewinn: Das Unternehmen kann seine Finanzierungsquellen diversifizieren und sich aus der Exklusivbeziehung mit der Hausbank lösen. Die Investoren können in Schweizer Franken festverzinslich anlegen und erhalten – bei höheren Risiken – wesentlich mehr Zins als auf einem Sparkonto oder bei Festgeldanlagen.

Die einzelnen Kreditprojekte spiegeln die Vielfalt der unternehmerischen Tätigkeit in der Schweiz. Ein Veloproduzent lässt sich die Erweiterung des Produktportfolios um Kinderräder vorfinanzieren. Eine Kinderkrippe erweitert ihr Angebot um einen Hort für die schulergänzende Tagesbetreuung. Im Gastrobereich wird die Eröffnung eines zusätzlichen Lokals finanziert, welches mit einem Arbeitsintegrationsprogramm arbeitslose Menschen rasch wieder ins Erwerbsleben eingliedert.

Wachsende Nachfrage

KMU-Kredite sind die beliebteste Form des Crowdlending und erfreuen sich in der Schweiz rasant wachsender Nachfrage. Das zeigt der „Crowdfunding Monitor Schweiz 2017“ vom Institut für Finanzdienstleistungen (IFZ) der Hochschule Luzern. So wurden 2016 total 55,1 Millionen Franken über das Crowdlending vermittelt, was beinahe das Sechsfache des Volumens von 2015 ist. Für das laufende Jahr rechnen die Luzerner Experten wieder mit starkem Wachstum: Der Gesamtmarkt soll um das Drei- bis Vierfache wachsen. Trotz der rasch zunehmenden Popularität ist der KMU-Kredit via Crowdlending aber noch ein Novum. Denn die meisten Schweizer KMU sind finanziell nach wie vor fest an ihre Hausbank gebunden. Über drei Viertel dieser Unternehmen haben höchstens zwei Bankbeziehungen und nur eine Kreditbeziehung. Vor allem aber nutzen rund 68 Prozent der total 580 000 Schweizer KMU gar keine Bankfinanzierung. Das zeigt die „Studie zur Finanzierung der KMU in der Schweiz 2016“, welche das Staatssekretariat für Wirtschaft SECO vom Luzerner IFZ erstellen ließ.

Stiftungen investieren

Wer als Anleger Geld in KMU-Kredite investieren möchte, kann damit dem aktuellen Tiefzinsumfeld entkommen. Weil KMU-Kredite höhere Risiken bergen als Sparbücher, gibt es deutlich bessere Zinsen. Anleger sind oft Privatpersonen, die sich

Gute Gründe für Crowdlending ...

Es gibt fünf gute Gründe, warum sich kleine und mittlere Unternehmen (KMU) für Crowdlending-Kredite interessieren:

1. Weniger Abhängigkeit von einzelnen Kreditgebern. Hat ein Unternehmen nur eine Finanzierungsquelle, kann diese prägenden Einfluss auf die Firmenstrategie nehmen.

2. Einfach zu kleineren Kreditbeträgen: Crowdlending-Plattformen sind bei geringen Summen ohne banküblliche Sicherheiten kosteneffizient und können den Betrag einfach aufbringen.

3. Unbesicherte Bankkredite für KMU nehmen ab. Ihr Volumen ist in den vergangenen acht Jahren von 72 auf 40 Milliarden Franken gesunken. Banken reduzieren ihre Risiken, KMU fehlen aber naturgemäß risikobehaftete Wachstumsfinanzierungen.

4. Oft fehlen KMU finanzstarke Family&Friends. Gerade bei kleinen Betriebsübernahmen stehen Banken abseits und die Schließung droht. Crowdlending tickt anders und kann oftmals eine Finanzierung realisieren.

5. Transparenz beim Crowdlending zahlt sich aus. Im Gegenzug für ihre Offenheit erhalten Unternehmen Vertrauen von Investoren. Das bietet neue Möglichkeiten zur Kundenbindung und PR.

ein Portfolio nach ihren persönlichen Präferenzen aufbauen, oder institutionelle Anleger wie Stiftungen, die gemäss Stiftungszweck in KMU-Kredite investieren. Mittlerweile investieren auch viele Unternehmer in KMU-Kredite und bringen so ihre Überliquidität direkt dahin, wo sie benötigt wird: zu ihren KMU-Kollegen mit Wachstumsprojekten.

Alwin Meyer hat an der Universität St. Gallen Banking studiert und führte eine Geschäftseinheit in einer global tätigen Softwarefirma, spezialisiert auf die Entwicklung und Einführung von Standardsoftware für das finanzielle Risikomanagement in Finanzinstituten. 2015 gründete er zusammen mit Andreas Hug und Stefan Nägeli Swisspeers, eine Schweizer Crowdlending-Plattform, die KMUs erlaubt, bei Investoren direkt Fremdkapital zu beschaffen.
▶ www.swisspeers.ch

WSAG Walter Schmid AG
DIE BESTE ADRESSE FÜR ADRESSEN

MailTec AG

Zwei Unternehmen, eine Leidenschaft:
Vom Datenmanagement bis zum fertigen Mailing alles aus einer Hand.

DATENMANAGEMENT

SPENDERADRESSEN
DIE AUSWAHL MACHT DEN UNTERSCHIED

GÖNNERSTAMM ANALYSE
FÜR MEHR TRANSPARENZ

NPO DATENBANK
FÜR EIN EFFIZIENTES DATENMANAGEMENT

ADRESSEN-SERVICE
NUR KORREKTE ADRESSEN ERREICHEN IHR ZIEL

Walter Schmid AG
Auenstrasse 10
8600 Dübendorf
wsag.ch

PRODUKTIONSMANAGEMENT

BERATUNG
PERSÖNLICH. INDIVIDUELL. LÖSUNGSORIENTIERT

PRODUKTIONSLEITUNG
MIT UNS SPAREN SIE RESSOURCEN

DIRECT MAILING
25 JAHRE ERFAHRUNG INBEGRIFFEN

GIVEAWAY
KLEINE GESCHENKE MIT GROSSER WIRKUNG

MailTec AG
Auenstrasse 10
8600 Dübendorf
mailtec.ch

Website-Besucher zu Spendern machen

Conversion-Rate-Optimierung sollte kein Fremdwort mehr sein

In Zeiten von steigendem Wettbewerb, Klick-Kosten bei Online-Werbung und höheren Anforderungen in der Suchmaschinenoptimierung wird es immer schwieriger, durch mehr Website-Besucher die Anzahl der Online-Spenden zu erhöhen – oder auch nur das bestehende Niveau zu halten. Die Lösung: Mit Hilfe der Conversion-Rate-Optimierung (CRO) verwandeln Sie mehr Website-Besucher in Online-Spender.

Von SABINE WAGNER-SCHÄFER und CHRISTOPHER MEIL

Conversion ist das Umwandeln von einem betrachtenden Besucher in einen handelnden Besucher, zum Beispiel, indem er eine Spende tätigt oder sich für einen Newsletter anmeldet. Conversion-Rate beschreibt dabei das Verhältnis von betrachtenden Besuchern zu handelnden Besuchern. Die Conversion-Rate-Optimierung (CRO) findet und behebt Gründe, warum ein Besucher auf einer Website anders handelt als gewünscht. Basis hierfür sind Analysedaten – zum Beispiel von einer Spenden-Prozessanalyse aus Google Analytics – und Benutzer-Feedback wie User Testings oder Onsite-Befragungen, die Betreibern helfen, die Leistung ihrer Website zu verbessern.

Ist Conversion-Rate-Optimierung langfristig sinnvoll? Die meisten Methoden der CRO führen zu einem besseren Nutzererlebnis – wie vereinfachte Formulare, klarere Navigation oder andere Faktoren, die bei der Analyse als Problemquelle identifiziert und dann optimiert wurden. Das hat auch langfristige Effekte: Eine Website, die leichter zu bedienen ist, bleibt in guter Erinnerung und fördert den wiederholten Besuch. Ein Rechenbeispiel zeigt, dass die Steigerung der Conversion-Rate von zwei auf drei Prozent bei gleicher Besucheranzahl bereits einen großen Effekt beim Spendenumsatz hat:

Besuche/Monat	50 000	50 000
Conversion-Rate/Monat	2,00 %	3,00 %
Spenden/Monat	1000	1500
Spendenwert-Durchschnitt	100 €	100 €
Umsatz/Monat	100 000 €	150 000 €

Diese Steigerung führt somit zu 50 000 Euro mehr Spendeneinnahmen pro Monat – ohne zusätzlichen Einkauf von Online-Werbung. Die Zahlen sind durchaus realistisch, denn die Erfahrung aus der Praxis zeigt, dass mit rund 100 systematischen Tests bis zu 500 000 Euro mehr Spendenumsatz pro Jahr möglich sind. Es ist dabei entscheidend, mit einem systematischen Ansatz zu agieren. Werden Website-Tests systematisch auf Basis von Daten aus einer Schwachstellen-Analyse und daraus abgeleiteten Hypothesen ausgeführt, entsteht eine klare Erkenntnis für die Optimierung.

Erfolgreiche Praxisbeispiele

Die Organisationen German Doctors e.V. und action medeor sind seit zwei Jahren zusammen mit AZ fundraising services im Bereich CRO aktiv und testen regelmäßig Aspekte auf ihren Websites (A/B Testing, Onsite-Befragung, Personalisierung). German Doctors hat

zwei verschiedene Teaser auf der Startseite getestet. Die zu testende Frage war: Wird ein Spendenshop-Arztkoffer-Teaser häufiger angeklickt als eine Patenschaft? Florian Rühmann, Leiter Online-Marketing bei German Doctors, ist zufrieden mit dem Ergebnis: „Der Spendenshop-Arztkoffer-Teaser wurde deutlich häufiger geklickt als eine Patenschaft (0,14 % CR) und hat mit einer Steigerung der Conversion-Rate auf 1,7 Prozent gewonnen. Nun wird er verstärkt auf unserer Startseite eingesetzt."

Zurückholen des Besuchers

action medeor hat getestet, ob sich die User, die das Spendenformular vorzeitig verlassen, durch ein Hinweisfenster zurückholen lassen. Michael Gotzen, Leiter Direkt-Marketing bei action medeor, sieht seine Hypothese bestätigt. „16,4 Prozent der das Spendenformular verlassenden User konnten mit einem Info-Hinweis zurückgeholt und zu einer Spende bewegt werden. Ohne Hinweisfenster hätten wir alle verlassenden Besucher verloren. Das motiviert mich, weiter zu testen und unsere Website weiter zu optimieren."

Somit ist eindeutig belegbar, dass sich die Anzahl der Online-Spenden beider Organisationen durch die diversen Testings signifikant gesteigert hat: „Wichtig dabei ist, klare Hypothesen auf Basis belegbarer Herausforderungen (z. B. hohe Absprungrate einer Seite) zu formulieren und zu prüfen, ob auf der geplanten Test-Seite (z. B. Startseite) genügend Traffic vorhanden ist.

Relevante Inhalte

Ein professionelles, systematisches Testing führt zu klaren Ergebnissen und räumt mit Web-Inhalten auf, die meist aufgrund von Vermutungen auf der Seite abgebildet wurden. Mit CRO unterliegt Ihre Website einem kontinuierlichen Evolutionsprozess, wird immer mehr user-orientierte, relevante Inhalte bieten und so signifikant erfolgreicher bei der Spendengewinnung.

Sabine Wagner-Schäfer ist seit 2005 im Fundraising in verschiedenen leitenden Positionen tätig. Heute leitet sie das digitale Marketing bei AZ fundraising und unterstützt in dieser Rolle Non-Profits in ihrer digitalen Transformation.
▶ www.az-fundraising.com

Christopher Meil arbeitet seit 17 Jahren im Onlinemarketing und ist Dozent, Speaker und Inhaber von Optimeil. Seine Beratungsschwerpunkte sind Conversion Optimierung, Rapid User Testing und Analytics.
▶ www.optimeil.de

Wissen Sie, was Sie tun?

Erfolgreicheres Fundraising durch plausible Wirkungsbelege

Geldgeber investieren selten ins Blaue hinein. Vielmehr erwarten sie überzeugende Erfolgsnachweise: Nach welcher Logik funktioniert die Organisation? Welche Wirkungen hat sie konkret erreicht und mit welchem Aufwand? – Wenn Sie die Antworten auf diese Fragen in eine Kausalkette bringen können, besitzen Sie eine überzeugende Argumentationshilfe bei der Fördermittelakquise.

Von FLORIAN HINZE

Eine Kausalkette, im Fachsprech: „Wirkungslogik“, hilft Ihnen dreifach: Sie vermitteln damit anschaulicher, wie das Projekt im Ganzen funktioniert und wie die einzelnen Organisationsteile ineinandergreifen. Sie können Ihr Gegenüber besser überzeugen – indem Sie das, was die Organisation tut, damit verknüpfen, welche Wirkungen sie bei den Zielgruppen erreicht. Außerdem heben Sie sich vom Wettbewerb ab, denn die meisten Spendenorganisationen berichten zwar über ihre Aktivitäten, aber kaum über erzielte Wirkungen.

Wie aber gelangt man zu einer Wirkungslogik? Folgende Fragestellungen sind dabei hilfreich: Formulieren Sie, welches spezifische gesellschaftliche Problem Sie lösen wollen. Welche Ursachen führen zu dem Problem und welche Folgen ergeben sich daraus? Finden Sie heraus, welchen idealen gesellschaftlichen Zustand Sie anstreben. Welche Veränderungen oder Wirkungen bei welchen Zielgruppen sind erforderlich, um jenen Idealzustand zu erreichen?

Im nächsten Schritt ist von Bedeutung, welche Aktivitäten die Organisation zum Erreichen der gewünschten Wirkung durchführt, mit welchem Aufwand und mit welchem Ziel. Welche Wirkungen erzielt sie in Folge dieser Leistungen? Wer wurde erreicht und was konkret hat sich verändert? Schlussendlich sollte auch klar dargestellt werden, mit welchen Erhebungsmethoden Sie zu den festgestellten Ergebnissen gelangt sind.

Natürlich ergibt sich so eine Wirkungslogik nicht nebenbei – sie erfordert eine erhebliche Bereitschaft, Abläufe zu hinterfragen, und sie kostet Zeit und Nerven. Aber: Wer sich die Mühe macht, besitzt hinterher nicht nur Wirkungsbelege, sondern erhält auch Hinweise darauf, welche Prozesse optimierungsbedürftig sind und warum Projektziele verfehlt wurden. Eine Wirkungslogik bringt also auch die Qualitätsentwicklung in Schwung!

Eine Organisation, die nachweisen kann, wie sie wirkt, dürfte ein lohnenswerteres Förderziel sein als eine, die ausschließlich von Erfolgen spricht, für die es keine Belege gibt. Wenn Sie mithilfe einer Wirkungslogik argumentieren, schaffen Sie Vertrauen und vermitteln potenziellen Geldgebern das sichere Gefühl, dass ihr Geld optimal angelegt ist.

www.wirkung-lernen.de

Florian Hinze arbeitet im Kommunikationsbereich des gemeinnützigen Analyse- und Beratungshaus Phineo. Während Phineo das sperrige Thema „Wirkungsorientierung“ auf Metaebene vorantreibt, arbeitet Hinze an dessen praxisorientierter, alltagstauglicher Umsetzung. So ist er einer der beiden Autoren des „Kursbuch Stiftungen – Förderprojekte wirkungsorientiert gestalten“.

▶ www.phineo.org

4. ONLINE FUNDRAISING FORUM 2018

13.03.2018
Startplatz | Köln

15.03.2018
Neue Mälzerei | Berlin

GREGOR NIELSSON
Managing Director,
Getunik GmbH

Marketing Automation in der Praxis

SABINE WAGNER SCHÄFER
Leitung Digital Fundraising,
AZ fundraising

Website Relaunch
Digitale Transformation

TIM HUFERMANN
CEO, JUNGMUT
Communication GmbH

Social Media und Transformation

DR. PHIL. ANES SABITOVIC
Koordinator Online Fundraising,
Islamic Relief Deutschland

User-orientierte Spendenformulare

CHRISTIAN TEMBRINK
Geschäftsführer,
netspirits GmbH

Digitale Transformation im Marketing

MICHAEL GOTZEN
Leitung Direct Marketing,
action medeor e.V.

Erfolg durch Funnelstrategie und Retargeting

EVA HIENINGER
Beratung,
Marketing for Good

Facebook und Instagram Ads

THOMAS STOLZE
Gründer & Kundenberater,
Wikando GmbH

#non-profit2025 – Auf welche Zukunft des Gebens steuern wir zu?

...und viele weitere spannende Referenten und Themen

Teilnahme exklusiv und kostenlos für Fundraiser und Onliner aus Organisationen und Stiftungen.

Jetzt informieren und anmelden unter **www.az-fundraising.de**
oder per E-Mail an **az-fundraising@bertelsmann.de**.

JANUAR

Online-Fundraising
29.01., Leipzig
www.fundraisingakademie.de

Ausbildungsgang Strategisches Freiwilligenmanagement (3 Module)
29.01.–22.08., Weilerbach bei Kaiserslautern
www.ehrenamt.de

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

FEBRUAR

Start Zertifikatslehrgang: Professional NPO-General Management Program 2018
01.02., Wien
www.npo-akademie.at

Markterfolg durch eindeutige Markenpositionierung
01.02., Hamburg
www.fundraisingakademie.de

Fundraising-Leuchtturm. Kompakt-Seminar für Ihren ERSTEN Schritt zur Fundraising-Datenbank
01.02., Mülheim an der Ruhr
www.cloud-und-rueben.org

Großspenden- und Nachlassfundraising
02.02., Köln
www.fundraisingakademie.de

Fundraising für Umwelt und Entwicklung
05. & 06.02., Münster
www.franz-hitze-haus.de

Blocklehrgang Stiftungsmanager
05.–15.02., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Fördermittel für Vereine und gemeinnützige Organisationen
07.02., München
www.akademiesued.org

Wir machen jetzt mal Fundraising! – Nur wie?
08.02., München
www.ibpro.de

Großspendergespräch
08.02., Erfurt
www.fundraisingakademie.de

Swissfundraising-Seminar: Wo und wie Projektgelder erfolgreich beantragen?
12.02., Zürich
www.swissfundraising.org

Stiftungsmanagement – Die Grundlagen
13.02., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Zielführend berichten in Sozialunternehmen und Stiftungen
15.02., München
www.munichfundraising.school

Basiskurs Freiwilligenkoordination für Engagierte in der Arbeit mit Geflüchteten
15. & 16.02., Berlin
www.ehrenamt.de

Fundraising – Erfolgreich Spenden sammeln
16.02., Berlin
www.ebam.de

Qualität analysieren. PowerPivot für NPOs. Neue Möglichkeiten mit Excel
16.02., Mülheim an der Ruhr
www.cloud-und-rueben.org

Fachtag Kultur-Fundraising
19.02., Leipzig
www.fundraisingverband.de

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

Jahresforum Stiftungen
20.02., Düsseldorf
www.stiftungsakademie.de

Sozialorganisationen zukunftsfähig machen
20. & 21.02., München
www.munichfundraising.school

FundraisingBox Summit 2018
20. & 21.02., Darmstadt
www.summit.fundraisingbox.com

Frauen im Fundraising: Mit Akzeptanz zum Erfolg
20.–22.02., München
www.munichfundraising.school

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

13. Norddeutscher Fundraisingtag
21. & 22.02., Hamburg
www.fundraising-nord.de

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

Rechtsfragen im ehrenamtlichen Vorstand
22.02., Stuttgart
www.akademiesued.org

Warum Menschen spenden
22.02., Nürnberg
www.fundraisingakademie.de

Fundraising-Symposium Stiftungen & Nachlass
22. & 23.02., Frankfurt am Main
www.fundraising-symposium.de

Fundraising – Erfolgreich Spenden sammeln
23.02., Hamburg & München
www.ebam.de

3. Vereinsrechtstag
23.02., Frankfurt am Main
www.vereinsrechtstag.de

Fundraising – Eine Einführung
24. & 25.02., Berlin
www.calendar.boell.de

Fundraising nach der LUDOKI-Methode
26. & 27.02., Berlin
www.kbw.de

Institutional Money Kongress 2018
27. & 28.02., Frankfurt am Main
www.institutional-money.com

Strategisches Marketing in NPOs
28.02., Wien
www.npo-akademie.at

Zertifikatslehrgang: Marketing in NPOs
28.02., Wien
www.npo-akademie.at

Die neue Datenschutzgrundverordnung aus Sicht der Vereine
28.02., München
www.ibpro.de

Wirkungsvolles Stiftungsfundraising
28.02., Basel
www.nonprocons.ch

Kurzlehrgang: NPO-Marketing „kompakt"
28.02.–03.03., Wien
www.npo-akademie.at

MÄRZ

Marktforschung in NPOs
01.03., Wien
www.npo-akademie.at

Informationsabend Fundraising Lehrgang 2018
01.03., München
www.ibpro.de

Kompakt-Seminar für Ihren 1. Schritt zur Fundraising-Datenbank
01.03., Mülheim an der Ruhr
www.cloud-und-rueben.org

Operative Marketingplanung
02.03., Wien
www.npo-akademie.at

Wirkungsorientiertes Investieren – bye bye Fundraising?
02.03., München
www.munichfundraising.school

Modularer Zertifizierungslehrgang: Stiftungsmanager
02.03.–26.05., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Internationales Verbändeforum 2018
04.–07.03., Gstaad-Saanen
www.vmi.ch

Zertifikatslehrgang: Prozess- und Qualitätsmanagement in NPOs
05.03., Zürich
www.npo-akademie.ch

Digitales Storytelling mit Zielgruppen-Segmentierung
05.03., Zürich
www.npo-akademie.ch

Intensiv-Lehrgang Stiftungsmanagement
05.–09.03., Sigriswil
www.ceps.unibas.ch

Effiziente digitale Kommunikation – Automatisierung
06.03., Zürich
www.npo-akademie.ch

Fachtag Fundraising im Gesundheitswesen
06.03., Frankfurt am Main
www.fundraisingverband.de

Swissfundraising-Fachgruppe Direct Mail
06.03., Bern
www.swissfundraising.org

Die Datenschutz-Grundverordnung – eine Managementaufgabe in sozialen Einrichtungen
06.03., Stuttgart
www.akademiesued.org

Basiswissen Stiftung: Gemeinnützigkeit, Spenden und Steuern
06.03., München
www.stiftungsakademie.de

Nullzinsen und Risikoangst – Gibt es einen Ausweg?
06.03., Zürich
www.nonprocons.ch

Stiftungs-Fundraising – Wie Sie erfolgreich Gelder von Stiftungen einwerben
07.03., Köln
www.npo-akademie.de

23. Sozialwirtschaftliche Managementtagung 2018
07.03., Mainz
www.swmt.org

Mission Investing
07.03., Zürich
www.nonprocons.ch

Zertifikatslehrgang: Finanzen und Controlling in NPOs
07.03.–07.04., Wien
www.npo-akademie.at

Fundraising TAG
MÜNCHEN,
8. MÄRZ 2018
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Fundraisingtag München
08.03., München
www.fundraisingtage.de

Effektiv und effizient führen – Erfolgreiche Führungsarbeit in Verbänden und Stiftungen
08. & 09.03., München
www.munichfundraising.school

Treffen Arbeitskreis Stiftungsprivatrecht
08. & 09.03., Hamburg
www.stiftungen.org

Verkauf im Fundraising II – Gesprächsführung im Fundraising-Prozess
09.03., München
www.munichfundraising.school

Das Geld liegt auf der Straße. Einführung ins Fundraising
09.–11.03., Zülpich
www.frauenbildungshaus-zuelpich.de

Professionell texten für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
12.03., Zürich
www.npo-academy.com

Fundraising Strategy: How to set the path to the future
12.03., Berlin
www.npo-academy.com

rC18
Die Konferenz für Zivilgesellschaft im Netz
12. - 13. März 2018 | Berlin
Tickets unter reCampaign.de

reCampaign 2018
12. & 13.03., Berlin
www.recampaign.de

16. Deutscher Verbände Kongress
12. & 13.03., Berlin
www.verbaendekongress.de

Fachtagung: Fundraising für Hochschulen
12.–14.03., Bad Boll
www.ev-akademie-boll.de

European Fundraising Course
12.–17.03., Berlin
www.npo-academy.com

Erfolgreiche Korrespondenz mit Spenderinnen und Spendern
13.03., Zürich
www.npo-akademie.ch

Direct Marketing Fundraising
13.03., Berlin
www.npo-academy.com

Fit für die Öffentlichkeit – Schwerpunkt Pressearbeit
13.03., München
www.munichfundraising.school

Online-Fundraising Forum
13.03., Köln
www.az-direct.com

Direct Marketing Fundraising
13.03., Berlin
www.npo-academy.com

Mitteldeutscher Fundraisingtag
13.03., Jena
www.fundraisingforum.de

Fit für die Öffentlichkeit – Schwerpunkt Personal Performance
14.03., München
www.munichfundraising.school

Online-Fundraising & Online-Campaigning
14.03., Berlin
www.npo-academy.com

Wirkungsvolle Unternehmenskooperationen
14.03., Erfurt
www.fundraisingakademie.de

Fundraising „kompakt" – Modernes Fundraising in der Praxis
14. & 15.03., Wien
www.npo-akademie.at

17. Fundraisingtagung – Herz über Kopf: Die Kraft der Emotion im Fundraising
14. & 15.03., Rehberg-Loccum
www.loccum.de

Zertifikatslehrgang: Fundraising in NPOs
14.03.–26.04., Wien
www.npo-akademie.at

Projektmanagement als Erfolgsfaktor
15.03., München
www.munichfundraising.school

Legacy Fundraising
15.03., Berlin
www.npo-academy.com

Online-Fundraising Forum
15.03., Berlin
www.az-direct.com

UPJ-Jahrestagung 2018
15.03., Berlin
www.upj.de

Basics in Fundraising Management
15. & 16.03., Wintherthur
www.weiterbildung.zhaw.ch

Major Fundraising Course
15.–17.03., Berlin
www.npo-academy.com

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

Kooperationen zwischen Unternehmen und NPOs gewinnbringend gestalten
16.03., Wien
www.npo-akademie.at

Corporate Partnerships
16.03., Berlin
www.npo-academy.com

Campaigning Summit Switzerland 2018
16.03., Zürich
www.campaigning.swiss

Individual Major Gifts
17.03., Berlin
www.npo-academy.com

Erfolgreich Fördermittel einwerben
17.03., Magdeburg
www.mitarbeit.de

Grundlagen des Fundraisings: Finanzierungsmöglichkeiten gemeinnütziger Organisationen
17. & 18.03., Berlin
www.vhsit.berlin.de

Tender Success for NPOs
19.03., Berlin
www.npo-academy.com

Swissfundraising-Seminar: Warum Menschen spenden
19.03., Basel
www.swissfundraising.org

Kompaktseminar: Fördermittel für gemeinnützige Organisationen
19.03., Nürnberg
www.kompakt.foerder-lotse.de

EC Project Funding
19.–21.03., Berlin
www.npo-academy.com

Basiskurs Freiwilligenkoordination
19.–21.03., Berlin
www.ehrenamt.de

Calls For Proposals – Part 1 (Project design and concept note)
20.03., Berlin
www.npo-academy.com

Swissfundraising-Seminar: Positionierung einer Organisation
20.03., Basel
www.swissfundraising.org

Rechtliche Grundlagen in der Kampagnenarbeit
20.03., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Professionelle Fördermittelakquise für Organisationen der Sozialwirtschaft
20.03., Berlin
www.bfs-service.de

Begeistern und gewinnen
20.03., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Stiftungs-Fundraising für Fortgeschrittene – im Austausch mit Förderern
20.03., Basel
www.nonprocons.ch

Großspender-Fundraising – immer auf der Suche nach den reichen Förderern
20. & 21.03., München
www.munichfundraising.school

Calls For Proposals – Part 2 (Full proposal and budget)
21.03., Berlin
www.npo-academy.com

Kompaktseminar „EU-Datenschutzgrundverordnung und ePrivacy"
21.03., Garbsen
www.fundraisingakademie.de

StiftungsFORUM Westfalen 2018
21.03., Bielefeld
www.stiftungsforum.com

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

Fundraising TAG
GELSENKIRCHEN, 22. MÄRZ 2018
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Fundraisingtag NRW
22.03., Gelsenkirchen
www.fundraisingtage.de

Gemeinnützigkeit und Steuerrecht
22. & 23.03., Berlin
www.kbw.de

Forum Aktive Bürgerschaft 2018
23.03., Berlin
www.aktive-buergerschaft.de

Einführung ins professionelle Fundraising
26.03., Bremen
www.fundraisingakademie.de

APRIL

DHV-HRK-Fundraisingsymposium: Spenderbindung
03.04., Berlin
www.hochschulverband.de

Internationale Messe Fair Handeln 2018
05.–08.04., Stuttgart
www.fair-handeln.com

Fundraising „kompakt" – Modernes Fundraising in der Praxis
09. & 10.04., Köln
www.npo-akademie.de

Zertifikatslehrgang: Fundraising in NPOs
09.–14.04., Köln
www.npo-akademie.de

CAS-Lehrgang Nonprofit Governance & Leadership
09.04.–07.06., Sigriswil
www.ceps.unibas.ch

Treffgenaues Texten für Vereine und NPOs
10.04., Wien
www.npo-akademie.at

International grants from US foundations
10.04., Berlin
www.npo-academy.com

Fundraising-Lehrgang 2018
10.04.–24.07., München
www.ibpro.de

Lehrgang CAS Sponsoring Management
11.04., Wintherthur
www.weiterbildung.zhaw.ch

Großspenden-Fundraising
11.04., Köln
www.npo-akademie.de

Erfolgreiche Korrespondenz mit Spenderinnen und Spendern
11.04., Wien
www.npo-akademie.at

Online-Fundraising und Online-Campaigning
12.04., Köln
www.npo-akademie.de

Kommunikative Kompetenz – Probleme lösen durch Kommunikation
12.04., Wien
www.npo-akademie.at

Wie beantrage und verwalte ich öffentliche Fördermittel?
12. & 13.04., Berlin
www.vhsit.berlin.de

Souveränität im Fundraising : Intensivseminar nur für Frauen
12. & 13.04., München
www.munichfundraising.school

Kooperationen zwischen Unternehmen und NPOs gewinnbringend gestalten
13.04., Köln
www.npo-akademie.de

Training für erfolgreich(er)e Spendenmailings
14.04., Köln
www.npo-akademie.de

Sponsoring und Fundraising: Finanzierungshürden mittels Fundraising überwinden
14.04., Berlin
www.vhsit.berlin.de

Warum Menschen spenden
16.04., Leipzig
www.fundraisingakademie.de

Ihr Termin fällt hier nicht auf?

Mit einer Kalender-Anzeige im Fundraiser-Magazin machen Sie effektiv 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,– €***

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)3 51/8 76 27-70, termin@fundraising-kalender.de

* zuzüglich Mehrwertsteuer, gilt ausschließlich für Kalender-Anzeigen!

Gute Worte

Fundraising ist Kommunikation. Und die zu beherrschen ist eben alles andere als einfach. Da gibt es viel dünnes Eis. Wie man professionell für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Non-Profit-Organisationen textet, zeigt die NPO-Akademie im März in Zürich. Einfach ist nämlich nicht automatisch verständlich, und hochtrabend noch lange nicht gut. Am Ende soll ein Text aber ein positives Bild der Organisation vermitteln. Und dafür braucht es Fingerspitzengefühl.

Professionell texten für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Nonprofit-Organisationen am 12. März in Zürich
▶ www.npo-academy.com

Hochschul-Fundraising

Fachtagung für Führungskräfte von Universitäten und Fachhochschulen

Es etabliert sich langsam in der Fläche, das Fundraising an deutschen Universitäten und Hochschulen. Trotzdem gibt es auf diesem Feld noch einiges zu bestellen. Deshalb lädt die Evangelische Akademie im März Rektoren, Präsidenten und Kanzler zum wiederholten Mal nach Bad Boll. Die Teilnehmer erhalten Einblick in Best-Practice-Beispiele aus Deutschland sowie Belgien, Österreich und der Schweiz.

Entscheidend für das Fundraising an solchen Bildungseinrichtungen ist natürlich auch die Alumni-Arbeit. Darüber wird Beatrice Weinelt von der Universität Graz berichten. Was sich hinter dem Begriff „Transformational Gifts" verbirgt, verrät Dr. Frank Frieß, Leiter Fundraising an der Technischen Universität München. Aber auch Stiftungen spielen zunehmend eine Rolle für das Fundraising an Hochschulen und Universitäten. Deshalb haben auch sie ihren Platz im diesjährigen Programm, ebenso wie Förderkreise und natürlich auch das Deutschlandstipendium.

Fundraising für Hochschulen, 12. bis 14. März in der Evangelischen Akademie Bad Boll
▶ www.ev-akademie-boll.de

Größter Branchentreff

Der 25. Deutsche Fundraising Kongress lädt nach Kassel

Die Feuertaufe am neuen Standort in Kassel hat der Deutsche Fundraising Kongress im vergangenen Jahr bestanden. In der Folge bleibt abzuwarten, an welchen Details eventuell noch etwas geschraubt werden wird. Was auf jeden Fall weiterentwickelt werden wird, ist die Denkfabrik mit Beate Haverkamp und Wiebke Doktor (Conversio Institut), bei der wieder die Profis unter den Profis die Köpfe zusammenstecken und die brennendsten Themen im Fundraising diskutieren werden.

Die großen Rahmendaten in Form von Keynotes standen zum Redaktionsschluss leider noch nicht fest. Aber die Programmpunkte, die schons in Sack und Tüten sind, machen bereits mit ihren Titeln Lust auf regen Austausch. Geradewegs als Institutionen stehen dabei natürlich gleich zu Beginn die ausführlichen mehrstündigen Seminare. Eins davon widmet sich

dem nämlich so gar nicht „toten" Mailing. Tyark Thumann wird dazu die Potenziale des Mediums darlegen. Dazu hatte er bereits 2017 einiges verraten. Da die Table-Session mit dem gleichen Thema von Danielle Böhle (Agentur Goldwind) und Steffi Sczuka (Agentur direct.punkt) auf dem selben Kongress aufgrund des besonderen Interesses aus den Nähten zu platzen drohte, wird auch dieses Mal wieder mit regem Zulauf für dieses Thema zu rechnen sein. Die digitalen Medien spielen aber erwartungsgemäß ebenso eine Rolle in den Seminaren.

Außerdem lässt sich in Erfahrung bringen, wie Fundraiser am besten auf die klassischen Beleidigungen reagieren. Die Teilnehmer können ethische Belange diskutieren und bekommen Gelegenheit „die Alten" mal zu befragen. Auch in Sachen neue EU-Regelungen im Datenschutz gibt es Orientierungshilfe.

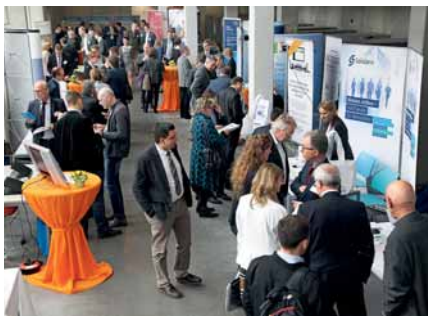
Allerdings wurde beschlossen, im Anschluss an die Verleihung der Fundraisingpreise keine Disko mehr zu veranstalten … kleiner Scherz …!

25. Deutscher Fundraising Kongress vom 19. bis 21. April in Kassel
▶ www.fundraising-kongress.de

Gemeinwohl und Wirtschaft

23. Sozialwirtschaftliche Managementtagung 2018

Wahlergebnisse sind das eine, eine Regierungsbildung resultiert daraus aber nicht als automatisch ablaufender Findungsprozess mit vorhersehbarem Ergebnis. Das haben die vergangenen Bundestagswahlen deutlich gemacht. Welche Karten dabei neu gemischt worden sind, ist noch nicht in allen Details absehbar. Deshalb befragt auch die Branche der Sozialwirtschaft die exakte Ausrichtung ihrer zukünftige Rolle im Wohlfahrtsstaat Deutschland und hat sich für die diesjährige Ausgabe der Sozialwirtschaftlichen Managementtagung eine rhetorische Frage zum Motto gemacht: „Sozialwirtschaft nach der Wahl: mehr als ein Wirtschaftsfaktor!?“



Der Aspekt der Wirkungsorientierung erscheint im Kontext der Aufgaben von Verbänden und Unternehmen des sozialen Sektors von besonderer Bedeutung. Investitionen werden hier nicht selten von Kritik begleitet. Bernd Halfar von der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt widmet sich deshalb in seiner Keynote-Speech dem wirkungsorientierten Investieren und entwirft eine Konzeption für eine effektive Wirkung von finanzieller und sozialer Rendite.

Die beiden Workshop-Runden nehmen unter anderem bürgerschaftliches Engagement in der Pflegeversorgung in den Blick. Darüber hinaus bildet auch bei dieser Tagung das Feld der Digitalisierung einen wichtigen Aspekt.

23. Sozialwirtschaftliche Managementtagung am 7. März in Mainz
▶ **www.swmt.org**

Akademie
Beratung
Wissen

Fundraising Akademie
WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

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

Kultur

Netzwerke(n) für die schöne Sache

Der Fachtag Kulturfundraising des Fundraising Verbandes stellt dieses Mal in Leipzig Netzwerke in den Mittelpunkt: am 19. Februar. Die Fachgruppe strebt neben dem persönlichen Netzwerken auch die Diskussion über das Netzwerken selbst an. So werden beispielsweise auch dessen mögliche Formen wie Freundeskreise oder Fördervereine beleuchtet. Aber auch führende Organe wie Gremien, Kuratorien und Beiräte sind ausschlaggebend, wenn es um erfolgreiche Zusammenarbeit und Unternehmenskooperationen geht. In kurzen Präsentationen werden zudem erfolgreiche Fundraising-Ideen aus den letzten Jahren vorgestellt, unter anderem die Finanzierung für den Umbau eines Zirkuswagens zu einer mobilen Bühne durch Crowdfunding. Und Kristina Faber vom Deutschen Romantik Museum verrät, wie sie das Gefühl von Sehnsucht erfolgreich für ihre Arbeit einsetzt.

Fachtag Kulturfundraising am 19. Februar in Leipzig
▶ www.fundraisingverband.de

Anzeige

Hallo liebe Leserin, lieber Leser!

Du bist herzlich eingeladen zu meiner E-Mail-Serie »25 Fundraising-Inspirationen«.

Melde Dich kostenlos an und ich sende Dir jeden Dienstag eine Nachricht mit der ich Dich für das Fundraising begeistern und inspirieren möchte.

Bist Du dabei?

Anmelden auf => www.januekermann.de

Ich freue mich auf Dich - vielleicht schon nächsten Dienstag?

Liebe Grüsse,

Jan

P.S.: Zwei Themen, die Dich erwarten: Durch einen Dank eine weitere Großspende erhalten und was E-Mail-Marketing mit einem ersten Date zu tun hat.

Basiskurse

Die Evangelisch-Lutherische Landeskirche Hannovers bietet wieder praxisorientierte Einsteigerkurse für Fundraising-Interessierte an. Die nach den Richtlinien der European Fundraising Association zertifizierten Basiskurse richten sich an Mitarbeiter in Kirchengemeinden, Kirchenkreisen, Stiftungen und kirchlichen Einrichtungen. In zwei Kursblöcken zu je drei Tagen werden den Teilnehmern wahlweise im März und September beziehungsweise im April und Oktober die Grundlagen, Methoden und Instrumente des Fundraisings in allen ihren Details vermittelt. Der Kurs ist in Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Hamburg als Bildungsurlaub anerkannt.

Fundraising-Basiskurs, Start Kurs 1: 7. März,
Start Kurs 2: 4. April in Hannover
▶ www.landeskirche-hannovers.de

Sponsoring Management

Die ZHAW School of Management and Law bietet einen neuen Lehrgang. CAS Sponsoring Management vermittelt die nötigen Instrumente, um Sponsoring-Engagements faktenbasiert zu planen sowie effizient und wertschöpfungsorientiert umzusetzen. Die Teilnehmer erhalten einen vertieften Einblick in die aktuellen Themen im Sponsoring und wie sich die Rahmenbedingungen verändern. Sie lernen „hands-on", wie sie digitalen Content für Sponsoring-Kampagnen produzieren und Strategien für den digitalen Wandel erarbeiten. Der Lehrgang startet erstmalig Mitte April und dauert jeweils drei Monate.

CAS Sponsoring Management, Kursstart am 11. April in Winterthur
▶ https://weiterbildung.zhaw.ch

Verbände-Forum

Managerinnen und Manager von Verbänden und NGOs kommen Ende März im schweizerischen Saanen zusammen. Das Verbandsmanagement Institut der Universität Freiburg (CH) fungiert als Veranstalter und möchte als thematische Klammer den Wandel als Chance beleuchten. Umbrüche, Veränderungen und Schlaglöcher auf der Suche nach dem Abzweig zur Überholspur sind Eckpfeiler in den Diskussionen über erfolgreiches Führen, Orchestrieren und Motivieren von Mitarbeitern. In diesem Zusammenhang wird auch der Aspekt der (unternehmerischen) Verantwortung einen wichtigen Programmpunkt bilden, da auch für NPOs die Frage gilt, wie sich diese unternehmerischer aufstellen können oder sollen.

Internationales Verbände-Forum vom 4. bis 7. März in Saanen
▶ www.vmi.ch

Für Einsteiger und Profis

Die Fundraisingtage in München und Gelsenkirchen mit breitem Programm

Jetzt noch übersichtlicher: Die Homepage der Fundraisingtage zeigt sich in neuem Design. Das kommt auch nicht von ungefähr. Der neu hinzugekommene Fundraisingtag in Stuttgart hätte unter dem alten Layout gar keinen Platz mehr gefunden. Die Navigation ist jetzt noch benutzerfreundlicher gestaltet, sodass alle Interessenten die nötigen Information schnell und problemlos finden. So wird auch gleich auf einen Blick klar: Die im März anstehenden Fundraisingtage in München und Gelsenkirchen vernetzen mit der enormen Bandbreite an Themen wieder alle Fundraising-Begeisterten vom Einsteiger bis hin zum Profi.

Thematische Schlagwörter für den Fundraisingtag München am 8. März sind unter anderen Online-Fundraising, Großspenden und Sponsoring. Durch den Dschungel der neuen Datenschutzverordnungen auf EU-Ebene führt als kompetenter Ansprechpartner Rudolf Müller von der ECKD Kigst GmbH. Er wird auch beim Fundraisingtag NRW in Gelsenkirchen am 22. März alle Fragen zu diesem Thema beantworten. Außerdem steht ein Thema auf der Agenda, das nicht sehr häufig Betrachtung findet: Wie kann man mittels Spenderreisen erfolgreich Beziehungspflege betreiben? Darüber berichten Winfried Meilwes von der Ordensgemeinschaft der Schwestern der Heiligen Maria Magdalena Postel aus Heilbad Heiligenstadt und Dr. Udo Marquardt von der GFS GmbH. Eine solche Reise kann natürlich auch im übertragenen Wortsinn durchlebt werden. Mit dieser Donor Journey beschäftigt sich Jan Uekermann in seinem Seminar. Wie jede Reise will nämlich auch eine solche bis zum Ende gut geplant sein.

Fundraisingtag München am 8. März,
Fundraisingtag NRW in Gelsenkirchen am 22. März und
Fundraisingtag Stuttgart am 28. Juni
▶ www.fundraisingtage.de

MUTEC 2018

Die MUTEC 2018, die internationale Fachmesse für Museums- und Ausstellungstechnik, wird in diesem Jahr auch das Thema Fundraising beinhalten. Vom 8. bis 10. November 2018 werden in Leipzig wieder fast 14 000 Gäste aus Kultur, Museem, Bibliotheken und von Fördervereinen erwartet. Integriert ist auch die europäischen Leitmesse „denkmal".

Die Anforderungen an Museen, Archive und Bibliotheken sind enorm vielfältig. Das spiegelt sich auch in der MUTEC als Branchenplattform wider. Deshalb soll auch das Thema Fundraising die Ausstellung im Fachprogramm begleiten. Partner dafür ist das Fundraiser-Magazin. „Wir haben uns sehr über die Anfrage der Leipziger Messe gefreut und sind schon dabei, spannende Fundraising-Themen zusammenzuzustellen. Besucher der MUTEC werden für das Fachprogramm Sonderkonditionen erhalten", verspricht Matthias Daberstiel, Herausgeber des Fundraiser-Magazins.

MUTEC 2018 mit denkmal 2018, 8. bis 10. November 2018 in der Messe Leipzig
▶ www.mutec.de

Symposium

Das Fundraising-Symposium des Deutschen Hochschulverbandes und der Hochschulrektorenkonferenz widmet sich Anfang April in Berlin dem Schwerpunkt Spenderbindung. Eine der Referenten wird die Fundraising- und Philanthropie-Expertin Becky Ann Gilbert sein, die in den richtigen Strategien für effektivere Beziehungsarbeit und nachhaltige Ressourcenentwicklung das Werkzeug für erfolgreiches Bindungsmanagement sieht. Die Themen Großspender und Stiftungen bilden weitere Programmpunkte. Höhepunkt ist wie immer die Verleihung des Hochschulfundraisingpreises.

DHV-HRK-Fundraisingsymposium am 3. April in Berlin
▶ www.hochschulverband.de

Online-Fundraising-Forum

Social Media und digitale Transformation sind die beiden Kernthemen der nächsten Ausgaben des Online-Fundraising-Forums im März. Vorgestellt werden wie immer eine Vielzahl an Online-Fundraising-Cases, die in ihrer Beispielhaftigkeit den Teilnehmern die Tricks und Kniffe erfolgreichen Online-Fundraisings vermitteln. Die Teilnahme ist kostenlos. Aufgrund der begrenzten Teilnehmerzahl wird um Anmeldung unter *az-fundraising@bertelsmann.de* gebeten.

Online-Fundraising-Forum am 13. März in Köln und am 15. März in Berlin
▶ www.az-fundraising.com

Heilen mit Humor

Fachtag „Fundraising im Gesundheitswesen" in Frankfurt

Eckart von Hirschhausen wird es sich nicht nehmen lassen, ausführlich über die Arbeit seiner Stiftung „Humor hilft heilen" zu berichten. Das ist aber nur einer der Programmpunkte des inzwischen schon 8. Fachtags für Fundraising im Gesundheitswesen. Viva Volkmann von der Charité in Berlin wird erläutern, wie der Aufbau einer zentralen Fundraising-Abteilung gelingen kann. Die Keynote-Speech wird dieses Mal Bruce Bartoo halten. Er ist Leiter Fundraising eines 50-köpfigen Teams der Klinikgruppe MedStar Health in den USA. Er gibt einen Einblick über die erfolgreichsten Fundraising-Aktivitäten seines Klinikums und wird berichten, wie wichtig Fundraising im Heilungsprozess sein kann. Die Teilnehmer sind dazu eingeladen, eigene Materialien mit Spenderinformationen mitzubringen, die dann vor Ort von Experten unter die Lupe genommen werden.

Fachtag „Fundraising im Gesundheits wesen" am 6. März in Frankfurt
▶ www.fundraisingverband.de

Kurzgefasst …

Vereinsrechtstag

Studenten, Referendare und Angehörige des öffentlichen Dienstes haben die Möglichkeit, am kommenden Vereinsrechtstag am 23. Februar in Frankfurt kostenlos teilzunehmen. Referieren werden unter anderem Heinz Wöstmann, Richter am BGH zur Kita-Rechtsprechung, sowie Prof. Dr. Ulrich Noack zu Problemen der Mitgliederversammlung bei Großvereinen.

▶ www.vereinsrechtstag.de

Neuer Termin!

Aufgrund des großen Zuspruchs im Vorfeld haben die Veranstalter beschlossen, den Swiss Philanthropy Project Day 2018 in Bern zeitlich zu verlegen. Neuer Termin ist nun der 15. Mai. Die Anmeldung ist entsprechend bis zum 15. April verlängert worden. Ziel der Veranstaltung ist es, Projektförderer mit möglichst vielen Erfolg versprechenden Projekten zusammenzubringen.

▶ www.b2match.eu/sppd2018

Forum Aktive Bürgerschaft

Engagement fördern, aktuelle Herausforderungen anpacken: So lautet das Motto des Forums Aktive Bürgerschaft am 23. März in Berlin. Wie kann man bürgerschaftliches Engagement unterstützen, ohne vereinnahmend zu wirken? Wie gesellschaftspolitisch ist und soll privates Engagement sein? Diese und weitere Fragen werden vor Ort diskutiert werden.

▶ www.aktive-buergerschaft.de/aktive_buergerschaft

Fundraising Forum Niedersachsen

Save the Date! Die diesjährige Ausgabe des Fundraising Forums Niedersachsen findet am 26. April in Hannover statt. Zum 12. Mal werden sich Fundraiserinnen und Fundraiser aus ganz Niedersachsen treffen, um mehr Wissen, Anregungen und neue Kontakte für ihre Arbeit zu finden. Besucher aus anderen Regionen sind natürlich ebenso herzlich willkommen.

▶ www.fundraising-forum-niedersachsen.de

Jahresforum Stiftungen

Organe und Mitarbeiter von Stiftungen, Steuer- und Rechtsexperten, Wirtschaftsprüfer sowie Vertreter von Banken und Sparkassen tauschen sich am 20. Februar in Düsseldorf zu aktuellen Themen, neuen Entscheidungen und Verwaltungsanweisungen für das Gemeinnützigkeits- und Spendenrecht aus. Veranstalter des Jahresforums Stiftungen ist die Deutsche StiftungsAkademie.

▶ www.stiftungsakademie.de

Herz über Kopf

In Rehburg-Loccum sind Emotionen entscheidend

Ob wir es nun wollen oder nicht: Fundraising funktioniert ohne den Einsatz und die Ansprache von Emotionen nicht. Im kirchlichen Kontext betrachtet ist das nicht anders. Auch hier stellt sich die Frage, mit welchen Worten oder Bildern welche Regung beim Empfänger ausgelöst werden kann und wie dieser Vorgang erfolgreich für das Fundraising eingesetzt werden. Dieser Fragestellung geht die 17. Fundraisingtagung am 14. und 15. März in Loccum nach. Deshalb überrascht es auch nicht, dass der Forschungsbereich des Neuro-Marketings ebenso im Programm der Tagung zu finden ist wie das wichtige Werkzeug Storytelling. Neben Spenderpsychologie können die Teilnehmer auch einiges über die Kunst der Menschenkenntnis lernen.

17. Fundraisingtagung der Evangelisch-Lutherischen Landeskirche Hannovers am 14. und 15. März in Rehburg-Loccum

▶ www.loccum.de

NPO academy
Berlin • Köln • München • Wien • Zürich

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 kommen Sie zu unserem **Zertifikatslehrgang „Fundraising in NPOs“** oder einem unserer **mehr als 70 internationalen und nationalen Fundraising-Spezialseminare** an unseren Standorten in Berlin, Köln, München, Wien und Zürich!

Wollen Sie **Ihre Kompetenzen** in anderen Bereichen wie zum Beispiel **Öffentlichkeitsarbeit & Kommunikation, Finanzen & Controlling, Marketing** oder **Personalwesen** mit Lehrgängen und Seminaren, welche die Besonderheiten von Non-Profit-Organisationen berücksichtigen, vertiefen oder ausbauen? Sind Sie auf der Suche nach **international ausgerichteten Weiterbildungsangeboten in englischer Sprache**, um sich auf zukünftige Aufgaben vorzubereiten?

Dann besuchen Sie uns auf:

www.npo-academy.com

Wir bringen Sie weiter!

Ihre NPO-Academy

Versteigert!

„In Ägypten" heißt das 1985 gemalte Ölbild von Ruth Baumgarte, das im November im Rahmen eines Charity-Dinners zugunsten der Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe für 17 500 Euro versteigert wurde. Dazu eingeladen hatten die Kunststiftung Ruth Baumgarte und das Koblenzer Ludwig Museum, das die Werke der deutschen Künstlerin vom November 2017 bis zum 7. Januar 2018 zeigte. Baumgarte war 2013 an den Folgen zweier Schlaganfälle gestorben.

▶ www.ruth-baumgarte.com ▶ www.schlaganfall-hilfe.de

Ab jetzt „Gut Leben"

Stiftungsarbeit wird in gGmbH fortgeführt

Die Helene-Maier-Stiftung, die Menschen mit erworbenen Hirnschäden unterstützt, hat auf Wunsch des Stifters ihr operatives Geschäft zum 31. Dezember 2017 aufgegeben. Die Aufgaben übernimmt seit dem 1. Januar 2018 die neu gegründete Gut Leben gGmbH. Das ist insofern bemerkenswert, als dass dieser Vorgang sehr selten ist. Man habe sich nach reiflicher Überlegung für diese Rechtsform entschieden, da die bisher in der Stiftung beschäftigten Menschen mit unterschiedlich schweren Hirnverletzungen in einer gemeinnützigen GmbH ihren Tätigkeiten auch weiterhin nachgehen können, wie Fundraiserin Susanne Tharun berichtet. Denn auf dem ersten Arbeitsmarkt seien sie so gut wie nicht vermittelbar. „Wir verstehen die Umstrukturierung als Chance, Entscheidungen ab jetzt schneller als innerhalb der Stiftung treffen zu können, da Abstimmungen nur noch mit der Geschäftsführerin erfolgen müssen", sagt Susanne Tharun weiter. Die Helene-Maier-Stiftung soll indessen als reine Förderstiftung weitergeführt werden.

▶ www.helene-maier-stiftung.de ▶ www.gut-leben.de

MEINE MEINUNG

„Klischees und Kulleraugen sollten ausgedient haben"

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Kinder mit großen traurigen Augen, die uns von Plakatwänden anblicken und um Mitleid und den Inhalt unseres Portemonnaies bitten, sind die Klassiker, wenn es um Spendenaufrufe zugunsten benachteiligter Kinder geht. Ganz ehrlich: Wie sehr fühlen Sie sich davon noch in die Pflicht genommen? Eben!

Die Schweizer Stiftung Wunderlampe, die schwerkranken oder behinderten Kindern Wünsche erfüllt, geht jetzt einen anderen Weg. Statt sentimentalen Kitsches setzt die Stiftung auf Plakaten und in einem kurzen Werbefilm auf die Darstellung überspitzter Situationen. Das sieht dann so aus: Im TV-Spot erfüllt sich der kleine Tim seinen Traum vom Fliegen. Als das Flugzeug nach mehreren Loopings wieder gelandet ist, bilden die Kondensstreifen am Himmel zwar seinen Namen, aber Tim hat schwer mit einem Brechreiz zu kämpfen. Motto der Kampagne: „Vorsicht, was du dir wünschst. Es könnte in Erfüllung gehen." Der Spot und die Plakate sollen zeigen, dass die Stiftung stets versucht, tatsächlich alle Wünsche wahr werden zu lassen. Das ist sympathisch und aufmerksamkeitswirksam. Denn dass es einmal mehr um den guten Zweck geht, ist bei einer Kampagne kein Garant dafür, dass Spender ihre Herzen und erst recht ihre Brieftasche öffnen.

Gefragt sind stattdessen gute Ideen und vor allem echte Menschen. Klischees und Kulleraugen sollten langsam ausgedient haben. Sie nehmen weder die Menschen, die Hilfe benötigen, noch potenzielle Spender ernst.

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

Kurzgefasst …

Deutschlands erste Krypto-Stiftung

Seit November gibt es die erste deutsche Stiftung, die auf einer Kryptowährung basiert. Die IOTA Foundation soll die Wissenschaft, Forschung und Bildung fördern und deshalb vor allem die IOTA-Technologie und die Distributed-Ledger-Technologie weiterentwickeln. IOTA ist ein digitales Bezahlsystem, das auf die Kommunikation zwischen zwei Maschinen ausgerichtet ist.

▶ https://iotasupport.com/foundation_de.shtml

Neuland im Osten erkunden

Die Robert Bosch Stiftung geht mit ihrem Programm „Neulandgewinner. Zukunft erfinden vor Ort", bei dem bürgerschaftliches Engagement in den ostdeutschen Bundesländern gefördert wird, in die vierte Runde. Dafür stehen insgesamt 900 000 Euro bereit, für die sich Vereine, Initiativen und Einzelpersonen noch bis zum 25. Februar bewerben können.

▶ www.neulandgewinner.de

Preis für Brückenbauer

Mit dem Elisabeth-Preis 2017 hat die CaritasStiftung im Erzbistum Köln auch im letzten Jahr wieder Projekte und Initiativen geehrt, die sich für Menschen in Not einsetzen. Den ersten Platz belegte das Projekt „Schritt für Schritt – Brücken bauen", bei dem Langzeitarbeitslose mit ehrenamtlichen Lotsen, die ebenfalls Erfahrung mit Armut haben, zusammenkommen.

▶ www.caritasstiftung.de

Jugendsprache auf Farsi

Im Berliner Jugendclub Rainbow, der zur SozDia-Stiftung gehört, haben fünf geflüchtete Jugendliche zusammen mit Pädagogen, Sprachmittlern und Ehrenamtlichen ein umgangssprachliches Handbuch für Jugendliche in Arabisch und Farsi zusammengestellt. Es trägt den Titel „Streetknowledge" und greift in Illustrationen umgangssprachliche Redewendungen und Wörter auf, um Sprachbarrieren abzubauen.

▶ www.sozdia.de

Demokratie für die Jugend

Um jungen Leuten Demokratie als wertvolles Gesellschaftsmodell nahezubringen, haben das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung das bundesweite Projekt „Openion" vorgestellt. Es bündelt die Kompetenzen unterschiedlicher Partner der Demokratiebildung und bezieht dabei die Schulen mit ein.

▶ www.openion.de

Stiftungssuche online

Deutsche Stiftungen tagesaktuell finden

Im Oktober ist die neunte Auflage des „Verzeichnis deutscher Stiftungen" erschienen, in der mehr als 26 000 Stiftungsporträts verzeichnet sind. Die Einträge sind in alphabetischer Reihenfolge sortiert und informieren über Zwecke, Förderbedingungen sowie die Kontaktdaten der eingetragenen Stiftungen. Parallel dazu gibt es weiterhin die Möglichkeit, auf der Internetseite des Bundesverbands Deutscher Stiftungen mittels der „StiftungssucheBasic" kostenlos online nach Stiftungen zu suchen. Neu ist ab Mitte Januar 2018 die „StiftungssuchePlus", die kostenpflichtig ist und die CD-Rom, die bis jetzt dem gedruckten Verzeichnis beilag, ersetzt. Der Vorteil: Diese Version wird täglich aktualisiert, die Treffer werden auf einer Karte angezeigt, von der aus der Nutzer die gesuchte Stiftung direkt online aufrufen kann. Das Monatsabo gibt es ab 19,99 Euro, je nachdem, ob man Mitglied im Verband ist und es kommerziell oder nicht-kommerziell nutzen will. Ein Jahresabo ist ab 199 Euro möglich.

▶ www.stiftungssuche.de

Sie wollen ein eigenes Magazin machen?

– Print und/oder Online –

Wir unterstützen Sie mit praktischem und handwerklichem Know-how in den Bereichen: **Idee, Text, Bild, Layout, Produktion, Vertrieb, Leserbindung – bis hin zur Erfolgskontrolle.**

Zwanzig Jahre Erfahrung auf dem Gebiet der Kunden-/Mitgliedermagazine bringen wir mit. Ein sicheres Gespür für die Erfordernisse im Non-Profit-Sektor haben wir ebenfalls.

Sie steuern Ihre Vision bei, und gemeinsam entwickeln und produzieren wir Ihr Magazin.

Übrigens: Eine unserer Referenzen halten Sie gerade in der Hand.

MediaVista KG
www.mediavista.de
Die Macher des Fundraiser-Magazins

Das geht ins Ohr

Die Hear the World Foundation will, dass die Welt besser hört

Hörprobleme betreffen nicht nur Senioren, auch junge Menschen haben es manchmal „an den Ohren". Weil gute Hörgeräte aber sehr teuer sind, setzt sich die Hear the World Foundation besonders für Kinder und Jugendliche mit Hörverlust in Entwicklungsländern ein – und bekommt dabei prominente Hilfe.

Von UTE NITZSCHE

Wenn Sänger und Weltstar Bryan Adams mit einer Hand hinterm Ohr zum genauen Zuhören auffordert, meint er damit nicht nur seine Musik, sondern macht vermutlich auch auf die Arbeit der Hear the World Foundation aufmerksam. Die Schweizer Stiftung konnte bis jetzt schon mehr als 100 Weltstars wie Stones-Frontmann Mick Jagger, Model Cindy Crawford und Schauspielerin Monica Bellucci für ihren jährlich erscheinenden Posterkalender, das bekannteste Fundraising-Tool der Stiftung, mobilisieren. Zwölf Stars werden dafür jedes Jahr von Bryan Adams persönlich in der typischen Hörpose mit einer Hand hinter dem Ohr abgelichtet und sind dann als großformatige Schwarz-Weiß-Porträts stilvolle Hingucker an der Wohnzimmerwand. Der Erlös des äußerst hochwertigen und nur in limitierter Auflage erscheinenden Kalenders geht an die Hear the World Foundation. Rocklegende Bryan Adams ist nämlich nicht nur für Hits wie „Summer of 69" bekannt, sondern seit vielen Jahren auch als weltweit renommierter Fotograf, der schon die Queen, Hillary Clinton und Michail Gorbatschow vor der Linse hatte. Gleichzeitig engagiert er sich seit über zehn Jahren als Botschafter für die Stiftung. (Sie wollen sich auch einen Star an die Wand hängen? Das Fundraiser-Magazin verlost den „Hear the World"-Kalender für 2018. Näheres dazu auf Seite 88.)

Hörprobleme vor allem in Entwicklungsländern

Elena Torresani, Leiterin der Geschäftsstelle der Hear the World Foundation in der Schweiz, verweist auf die Zahlen der Weltgesundheitsorganisation (WHO), wonach

80 Prozent der Menschen mit Hörverlust in Ländern mit niedrigem bis mittlerem Einkommen leben. In Entwicklungsländern trägt aber gerade einmal eine von vierzig Personen mit Hörproblemen ein Hörgerät. Die WHO schätzt, dass weltweit 360 Millionen Menschen – das sind 5 Prozent der Weltbevölkerung – an einem mittleren bis starken Hörverlust leiden. Da unter ihnen allein rund 32 Millionen Menschen unter 15 Jahre sind, hat sich die Stiftung vor allem auf die hörmedizinische Versorgung von Kindern und Jugendlichen spezialisiert. Denn wer nicht richtig hört, kann auch nicht richtig sprechen lernen und hat es deshalb besonders schwer, in der Schule mitzukommen. Ein Hörgerät kann also eine entscheidende Investition in die Zukunft sein.

Hörgeräte, Implantate und jede Menge Fachwissen

Seit ihrer Gründung im Jahr 2006 als gemeinnützige Stiftung des Schweizer Unternehmens Sonova, das auf Hörsysteme spezialisiert ist, hat Hear the World schon über 80 Hilfsprojekte unterstützt und das in 39 Ländern rund um die Welt. Vor allem in Asien und Afrika sowie in Süd- und Mittelamerika werden Audiologen vor Ort sowie Klinikpersonal und Lehrkräfte aus- und weitergebildet, stabile Netzwerke geschaffen und Eltern für das Thema gutes Hören sensibilisiert.

So arbeitet die Hear the World Foundation zum Beispiel in Vietnam mit der Global Foundation for Children with Hearing Loss zusammen. In Ausbildungskursen erweitern Techniker, Therapeuten, Lehrer und Schuldirektoren ihr Wissen über Früherkennung, Sprachtherapie oder Audiologie im Allgemeinen. Dadurch wurden bis jetzt über 275 audiologische Techniker in dem südostasiatischen Land ausgebildet. Aktuell ist auch ein neues Hilfsprojekt im Libanon angelaufen. Einhundert syrische Flüchtlingskinder im Alter von 3 bis 18 Jahren, die schon seit einiger Zeit im Libanon eine Schule für Gehörlose besuchen, werden von Hear the World unterstützt, indem zunächst Hörscreenings vorgenommen werden. Anschließend erhalten die Kinder und Jugendlichen ein Hörgerät und im weiteren Verlauf eine Nachversorgung. Noch einen Schritt weiter geht die Stiftung in Panama. Sie stellt nicht nur Hörgeräte, Geld und Fachwissen zur Verfügung, sondern versorgt Kinder mit besonders schweren Hörschäden mit sogenannten Cochlea-Implantaten, einer Art Hörprothese, die direkt unter der Haut eingesetzt wird.

Mehr als 10 000 Stunden freiwillige Hilfe

Wie kann so viel Einsatz rund um den Globus mit gerade einmal drei hauptamtlichen Mitarbeitern in der Geschäftsstelle im schweizerischen Stäfa gelingen? Hier kommt der Stiftung die enge Zusammenarbeit mit der Sonova-Unternehmensgruppe zugute. Elena Torresani erklärt: „Die Stiftung wird von der Sonova getragen, nutzt deren Infrastruktur, aber auch das Know-how und vor allem das Engagement der Sonova-Mitarbeitenden. Deren Freiwilligenarbeit ist zentral für den Erfolg der Stiftungsarbeit. Seit dem ersten Volontär-Einsatz im Jahr 2013 haben mehr als Tausend Sonova-Mitarbeitende mehr als 10 000 Stunden Freiwilligenarbeit für die Stiftung geleistet."

Segel setzen für weitere Spenden

Auch beim Fundraising sind die Firmen-Mitarbeiter gefragt. So segelten eine ehemalige Mitarbeiterin von Sonova und ihr Mann von Norwegen nach Kanada, um sich damit einen Lebenstraum zu erfüllen. Um das Partner-Projekt in Panama zu unterstützen, sammelten sie auf ihrer Reise Spenden und machten es damit möglich, dass weitere 44 Kinder in Panama ein Hörgerät bekommen konnten.

Und als dann noch Bryan Adams die Kamera beiseite legte und ein exklusives Pro-bono-Konzert bei der großen Charity-Gala von Hear the World im Sommer 2017 gab, deren Erlös allein 375 000 Schweizer Franken betrug, hörten nicht nur die Gäste des Abends genau hin. Auch tausende Menschen weltweit können mit der Hilfe der Hear the World Foundation der Musik des Kanadiers lauschen – wahrscheinlich nur im Radio oder Internet, aber das Wichtigste dabei ist: Sie hören sie.

▶ www.hear-the-world.com

bussgeld-fundraising.de

Adressen Gerichte und Staatsanwaltschaften

- über 9.000 personalisierte Entscheideradressen online verfügbar
- jederzeit aktualisierbar
- zielgruppengenaue Selektion
- „preiswert kaufen statt teuer mieten"

Fullservice: Mailings und Geldauflagenverwaltung

Wir übernehmen auch die komplette Mailingplanung und -abwicklung sowie die fachkundige und zuverlässige Verwaltung der Ihnen zugewiesenen Geldauflagen.

Mit Geldauflagen erfolgreich Projekte finanzieren

V & M Service GmbH • 78421 Konstanz • Telefon 07531-282180 • post@bussgeld-fundraising.de

Ganz viel Lebens-Wert

Wie man als Hospiz erfolgreich Fundraising betreiben kann

Schwerkranke Menschen auf ihrem letzten Weg zu begleiten, ist keine einfache Aufgabe. Das Leipziger Hospiz „Advena", das von der Hospizium-Stiftung gefördert wird, widmet sich ihr seit 20 Jahren. Mit einer Kampagne im Jubiläumsjahr machte es auf seine Arbeit aufmerksam.

Von ANN STÜRZEBECHER

Das Hospiz „Advena" in Leipzig ist eine Pflegeeinrichtung für schwerstkranke Erwachsene ab 18, die ihre letzten Lebenstage dort verbringen. Diese einfache Erklärung verwenden die Mitarbeiter sehr oft, denn vielen Leipzigern ist nicht bekannt, was ein Hospiz ist, dass es seit 20 Jahren das Hospiz „Advena" gibt und dass dieses ausschließlich über die Unterstützung von außen existieren kann.

Vor mehr als drei Jahren wurde eine Fundraisingstelle ins Leben gerufen. Seitdem arbeitet die Einrichtung verstärkt daran, den Hospizgedanken nach außen zu tragen, um am Ende mit einer Spende bedacht zu werden. Das Hospiz in der Leipziger Spendenlandschaft zu positionieren, stellte die Einrichtung vor eine große Herausforderung. Zu stark ist die „Konkurrenz" mit einem deutlich höheren Bekanntheitsgrad und Themen, die für potenzielle Spender einfacher zugänglich sind.

Anlässlich des 20. Jubiläums des Hospizes sollte es etwas Besonderes geben – so ist die Idee entstanden, eine Kampagne auf Großflächen in Leipzig zu platzieren. Bereits ein Jahr im Voraus wurden Unterstützer akquiriert. Im Anschluss folgte die Motivplanung, die sich an der Frage „Wen wollen wir mit welchem Ziel erreichen?" orientierte. Mit „Leipzigern und Besuchern der Stadt" wurde anschließend die Zielgruppe festgelegt. Das Hospiz wollte vor allem zeigen, dass es überhaupt da ist und was in den vergangenen 20 Jahren geleistet wurde. Passend

dazu waren weiße Fakten auf einem schwarzen Hintergrund: „4300 Bewohner, 15 000 Angehörige, 175 000 Stunden Begleitung – 20 Jahre Hospiz ADVENA“. „Interessante Informationen“, fand der Grafiker, „aber es knallt nicht“, und fügte dem Motiv den Satz „Sie sterben nicht allein.“ hinzu. War das zu provokativ? Doch die Geschäftsführerin der Hospizium Leipzig gGmbH, Bianca Bretschneider, war begeistert: „Sicher gehört auch etwas Mut dazu, eine derartige Kampagne zu einem überaus sensiblen Thema zu veröffentlichen. Es ist aber mal etwas anderes und sticht ins Auge. Genau das, was wir brauchen.“

Die Kampagnenmotive hingen im vergangenen Sommer einen Monat lang an 100 Stellen im Leipziger Stadtgebiet. Zudem wurden Postkarten mit dem Motiv verteilt. Kurz vor dem Kampagnenstart veröffentlichte die Leipziger Volkszeitung einen Artikel, in dem auch auf die finanzielle Situation

von Hospizen eingegangen wurde – für „Advena“ ein großer Erfolg. Zudem wurde das Projekt auf Facebook begleitet. Hohe Zugriffszahlen folgten. Teil der Planung waren auch Fundraisingaktivitäten wie ein Geldauflagenmailing. Dabei wies das Hospiz in allen Formulierungen stets darauf hin, dass die Kampagnenrealisierung auf der Unterstützung von Sponsoren basiert und die tägliche Arbeit im Hospiz nur dann funktionieren kann, wenn monatlich fünf Prozent der Kosten über Spendengelder gedeckt werden können. Viele positive und nur sehr wenig negative Rückmeldungen folgten. Journalisten, die durch die Aktion aufmerksam wurden, veröffentlichten anschließend auch einen Radiobeitrag und zeigten damit, dass es dem Hospiz durch die Kampagne durchaus gelungen ist, sich ins Bewusstsein der Leipziger zu bringen.

Ann Stürzebecher ist Abteilungsleiterin für den Bereich Fundraising und PR der IFB-Stiftung (Inklusion durch Förderung und Betreuung) in Leipzig. Nach ihrem Studium der Kommunikations- und Medienwissenschaften an der Universität Leipzig war sie als Pressereferentin für eine Konzertagentur tätig. Seit vier Jahren arbeitet sie für die aus Wiesbaden stammende Stiftung. Im Fokus ihrer Arbeit stehen dabei Fundraisingprojekte für das auf Spenden angewiesene Hospiz „Advena“ in Leipzig.

- www.hospizium-leipzig.de
- www.hospizium-stiftung.de
- www.ifb-stiftung.de

Verzeichnis Deutscher Stiftungen 2017

Neuerscheinung – Jetzt bestellen!

Mit mehr als 26.000 Stiftungsporträts in drei Bänden – das umfangreichste Stiftungsregister Deutschlands ist in einer neuen Auflage erschienen.

Bände 1–3
Mitglieder: 139 Euro | Nichtmitglieder: 199 Euro
Berlin 2017 | 9., erw. Auflage | ISBN: 978-3-941368-91-0
Über 4.000 Seiten

Bundesverband Deutscher Stiftungen

Bestellung und Informationen
www.stiftungen.org/shop
Telefon (030) 89 79 47-0

Bürgervorlesung bei der Forschungsstiftung Medizin in Erlangen

Nach amerikanischem Vorbild

Die Forschungsstiftung Medizin blickt auf zehn erfolgreiche Jahre zurück

Mit 147 000 Euro Startkapital zu einer Stiftung mit Millionenvermögen – am Uniklinikum in Erlangen entstand 2007 aus einer Privatinitiative heraus eine Forschungsstiftung. Sie setzt beim Fundraising nicht nur auf das prall gefüllte Portemonnaie gut betuchter Mäzene, sondern hat auch neue Wege betreten, um Geld für die teure medizinische Forschung zu erhalten und Wissenschaftler zu fördern.

Von UTE NITZSCHE

Die universitäre Forschung in Deutschland darf nicht nur von der staatlichen Finanzierung abhängig sein, wenn sie ihr hohes internationales Niveau halten will – davon waren 2007 über 30 Mediziner am Universitätsklinikum in Erlangen, größtenteils Professorinnen und Professoren, überzeugt. Vorbild waren die großen amerikanischen Unis, wo Universitätsstiftungen eine lange Tradition haben und nicht selten milliardenschwer sind. Gemeinsam mit dem Oberbürgermeister der Stadt, einem ehemaligen Chefarzt des Lehrkrankenhauses Ottobeuren, und mit dem Erlanger Uniklinikum als Institution brachten die Mediziner deshalb rund 147 000 Euro aus ihrem persönlichen Vermögen auf und gründeten die Forschungsstiftung Medizin. Laut Prof. Dr. Werner G. Daniel, Vorstandsvorsitzender und einer der 36 Gründungsstifter, ein einzigartiger Vorgang in Deutschland.

Wichtiger Beitrag zu Wissenschaft und Forschung

Auch wenn sie mit einem Gesamtvermögen von mittlerweile über 3,2 Millionen Euro noch weit entfernt ist von amerikanischen Dimensionen, befindet sich die Stiftung doch in guter Gesellschaft. Knapp 25 Prozent der rund 21 000 rechtsfähigen Stiftungen bürgerlichen Rechts in Deutschland widmen sich den Themen Forschung und Wissenschaft (Stand Juni 2016). Felix Oldenburg, Generalsekretär des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen, erklärt: „Stiftungen leisten einen wichtigen Beitrag, damit Hochschulbildung, Wissenschaft und Forschung im internationalen Vergleich mithalten können. Sie stärken mit ihrem Engagement die Innovationsfähigkeit unseres Landes und wirken dem Brain Drain exzellenter Köpfe ins Ausland entgegen."

Drittmittel aus Stiftungen gehören nach Angaben des Bundesverbands inzwischen zu den wichtigsten Finanzierungsquellen von deutschen Fachhochschulen und Universitäten. So kamen 6,7 Milliarden Euro der Einnahmen von Hochschulen im Jahr 2015 aus Drittmitteln; 15 Jahre zuvor betrug diese Summe gerade einmal 2,8 Millionen Euro.

Seit der Gründung der Forschungsstiftung Medizin hat sich vieles getan. Schon im

ersten Jahr gab es die Bürgervorlesungen, welche die Stiftung unterstützt und in denen Mediziner aktuelle Themen aus der Forschung vorstellen.

Bürgervorlesungen auch im TV

Sie sind für alle Bürgerinnen und Bürger offen. Auf insgesamt etwa 275 Einzelvorlesungen, denen bis jetzt mehr als 70 000 Zuhörerinnen und Zuhörer lauschten, kommt die Stiftung mittlerweile. Einige wurden zudem bundesweit im Fernsehen übertragen.

Auch mehrere Preise hat die Stiftung ausgelobt. So wird der Jakob-Herz-Preis, benannt nach einem Erlanger Arzt und Forscher, für wissenschaftliche Spitzenleistungen auf dem Gebiet der Medizin verliehen. 2013 folgte der Cord-Michael-Becker-Preis, der bundesweit ausgeschrieben wird und herausragende Promotionsarbeiten im Bereich der Molekularen Medizin ehrt. Der gleichnamige Studiengang wurde einst von Prof. Dr. Cord-Michael Becker an der Uni Erlangen ins Leben gerufen. Außerdem vergibt die Stiftung seit 2012 jährlich zwei Promotionspreise. Hinzu kommen laufend wissenschaftliche Projekte, die von der Stiftung gefördert werden. Insgesamt wurden dafür bis zum September 2017 fast vier Millionen Euro ausgeschüttet.

Altes Geld für neue Forschung

Die Mittel dafür werden durch vielfältige Fundraising-Maßnahmen eingespielt. Für potenzielle Geldgeber ist zum Beispiel eine eigene Namensstiftung innerhalb der Forschungsstiftung attraktiv. Möglich ist dies ab einer Zustiftung von 100 000 Euro. Bislang gibt es zehn davon. Besonders großzügige Mäzene werden zudem geehrt, indem ein Hörsaal oder Seminarraum fortan ihren Namen trägt. Um potenzielle Förderer zu motivieren, wurde auch ein Matching-Fund-Programm eingerichtet, bei dem jeder Euro, den die Stiftung für ihre Stiftungszwecke ausgibt, vom Uniklinikum Erlangen um 50 Prozent aufgestockt wird. Das Geld kommt aus den Einnahmen des gewerblichen Betriebs der Klinik wie Apotheke, Parkhaus und Kioske.

Und wer 2012 noch alte D-Mark-Scheine oder -Münzen herumliegen hatte, konnte diese spenden und bekam dafür eine Spendenbescheinigung über den umgetauschten Betrag. Der Erlös kam vor allem der universitären Forschung, aber auch den anderen Stiftungszwecken zugute. Und selbst wer das 2010 neu eingeweihte Parkhaus nutzt, hilft der Stiftung, denn zehn Prozent aller Parkeinnahmen werden ebenfalls gespendet. So kann jeder zum Unterstützer werden, egal wie dick oder schmal der Geldbeutel ist, denn von moderner Medizin profitieren letztendlich alle.

▶ www.uk-erlangen.de

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

GFS Einfach Fundraising.

Ideenreich

Kreativität im Beruf gilt schon fast als Selbstverständlichkeit, ganz egal, in welchem Berufszweig. Welche Umstände aber sind es, die Kreativität fördern? Der Autor ist „Denkagent“ und meint, Verwirrte hätten in der Regel einen guten Sinn für Humor. Das bedeutet nichts anderes, als dass man auch mal loslassen können muss, um kreativ sein zu können. „Think out of the box!“ klingt inzwischen abgedroschen, ist aber wörtlich gemeint und als Ansatz nicht zu unterschätzen. Dieses Buch plädiert für ganzheitliches Denken. Damit macht Kreativität auch Spaß.

Tilo Staudenrausch. Organisierte Kreativität. Wie kreatives Denken Unternehmen flexibel macht. Verlag Business Village. 2017. 304 Seiten. ISBN: 978-3-86980-400-2. [D] 24,95 €, [A] 25,70 €, CHF 34,85.

Gefährdetes Netz

Spätestens seit Aufhebung der Netzneutralität in den USA sollte man sich durchaus mal fragen, was es damit eigentlich so auf sich hat. Und es lohnt sich auch wahrzunehmen, dass es tatsächlich organisierte Bestrebungen für den Erhalt eines freien Internets gibt. Und damit sind nicht nur ein paar einzelne Whistleblower gemeint. Das Buch spricht dabei von einer „klassischen“ neuen sozialen Bewegung. Diese manifestiert sich aber nicht nur im Aufbegehren gegen Vorratsdatenspeicherung. Diese Analyse ist die erste ihrer Art und in ihrem Charakter ausgeprägt akademisch.

Kathrin Ganz. Die Netzbewegung. Subjektpositionen im politischen Diskurs der digitalen Gesellschaft. Verlag Barbara Budrich. 2018. 310 Seiten. ISBN: 978-3-84742-139-9. [D] 38,00 €, [A] 39,10 €, CHF 53,10.

Im Bild

Ob im Mailing, in Prospekten oder auf Websites und Social-Media-Präsenzen: Ohne aussagekräftige Fotos kommt Fundraising nur selten aus. CC-Lizenzen, Widerruf von Einwilligungen, AGBs von Bildagenturen, Rechte bei der Bildbearbeitung und Markenrechte bei Symbolbildern sind nur einige Stichworte. Hier sind vermutlich nur wenige Fundraiser sattelfest, viel Halb- und Falschwissen kursiert in der Branche.

Doch damit dürfte nun Schluss sein. Denn mit dem „Quick Guide Bildrechte” bietet Autor Christian Eggers einen sachkundigen und leicht lesbaren Führer durch dieses zum Teil heftig verminte Gebiet.

Der grundsätzliche Blick bei der Bildnutzung geht in zwei Richtungen. Einmal in die Richtung des Urheberrechts am Bild und einmal in die Richtung der Persönlichkeitsrechte abgebildeter Personen und des Kontextes, in welchem das Bild publiziert werden soll.

Wer das Buch liest, merkt erst, an wie vielen Ecken man aufpassen sollte und muss, um nicht am Ende mit einer kostenpflichtigen Abmahnung und Anwaltsgebühren im vierstelligen Bereich zu enden.

Christian Eggers ist Inhaber der Nordbild GmbH und langjähriger Dozent für Bildrechte. Erfahren als Pressefotograf, Bildredakteur und Fotoagentur-Geschäftsführer, kennt er beide Seiten des Bildrechtemanagements. Das zeigt sich einerseits in der umfassenden Bearbeitung des Themas und zum anderen in der klaren und sehr lesbaren Darstellung der Themen. Der Titel „Quick Guide” wird zu Recht vergeben, denn anhand des sehr ausführlichen Inhaltsverzeichnisses kann der Leser bei Fragen flott die Antwort auf sein Problem nachschlagen und finden.

Kai Dörfner

Christian W. Eggers. Quick Guide Bildrechte. Was Sie zur Bildnutzung in Marketing & PR wissen müssen. Springer Gabler. 2017. 164 Seiten. ISBN: 978-3-65818-069-0. [D] 19,99 €, [A] 20,55 €, CHF 27,95.

Teilen

Spenden heißt teilen. Und teilen heißt etwas bekommen, ein kleines Stück Erfüllung. Für Fundraiser ist das eine Binsenweisheit. Das bedeutet aber nicht, dass es sich nicht lohnen würde, über den Akt des Teilens immer wieder nachzudenken. Dazu regt dieser Essay an. Damit ist das Buch ein Plädoyer für Beziehungen, die nicht von Wettbewerb oder Effizienz geprägt sind. Teilen wird vom Autor aber genau nicht als moralischer Imperativ verstanden, sondern als Grundlage des Seins. Und als solche muss sie eben nicht erarbeitet werden, sondern ist bereits jedem eigen.

Andreas Weber. Sein und Teilen. Eine Praxis schöpferischer Existenz. transcript Verlag. 2017. 140 Seiten. ISBN: 978-3-83763-527-0. [D] 14,99 €, [A] 15,50 €, CHF 20,95.

Hilf!

In helfenden Berufen scheint sich das Wesen von Hilfe auf äußerst unschöne Weise zu wandeln, wenn sie zur Dienstleistung wird. Wenn Hilfe nicht mehr für alle zugänglich ist, ist sie keine Hilfe mehr. Im privaten Bereich scheint diese Entwicklung nicht so. Hier ist Hilfe nach wie vor frei von Forderungen. Trotzdem stellt sich die Frage, was Hilfe eigentlich tatsächlich ist. Was, wenn angebotene Hilfe nicht angenommen wird oder zu spät kommt? Jede Konstellation offenbart dabei zwischenmenschliche Beweggründe. Genau deshalb ist es nicht so ganz einfach, die Welt zu retten.

Maria Kurz-Adam. Die Welt retten. Die Wiederentdeckung des Helfens in unserer Kultur des Sozialen. Verlag Barbara Budrich. 2017. 120 Seiten. ISBN: 978-3-84742-120-7. [D] 12,00 €, [A] 12,40 €, CHF 16,75.

Gegen rechts

Der Titel „Erlebniswelt Rechtsextremismus“ irritiert, klingt er doch, als handle es sich um einen Vergnügungspark. Und doch passt er sehr gut angesichts der Vielfalt heutiger Ausprägungen rechtsextremistischer Aktivitäten. Denen gilt es mit entsprechenden Mitteln zu begegnen. Die Formen der politischen Bildung können dabei vielfältig sein, wie dieses Buch zeigt. Der Präventionsarbeit kommt besondere Bedeutung zu. „Hip-Hop als Ventil“ zeigt beispielsweise, welche Ausdrucksmittel im Bereich der Jugendarbeit eingesetzt werden können.

Die 5., aktualisierte Auflage dieses Bandes ist vor allem ein Arbeitsbuch, das Rechtsextremismus in das Geflecht rechtsstaatlicher Regelungen einordnet und zeigt, welche demokratisch legitimierten Mittel gegen Extremismus existieren. Es listet nicht nur Institutionen und Ansprechpartner in der Arbeit gegen Rechtsextremismus und Fremdenfeindlichkeit auf. Über viele Internet-Portale und natürlich Bücher können sich Interessierte weitergehende Informationen beschaffen. Detaillierte Konzepte für pädagogische Module (Schüler, Multiplikatoren) regen auch zu eigenen Ideen an. Zusätzlich gehört zum Buch eine Fülle an Online-Materialien, die über einen im Buch vermerkten Code zugänglich sind. Besonders überzeugend an diesem Buch ist die Nüchternheit und Ruhe, mit der diesen aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen begegnet wird. Das macht es zu einer guten Orientierungshilfe für klare Köpfe.

Rico Stehfest

Stefan Glaser, Thomas Pfeiffer (Hrsg.). Erlebniswelt Rechtsextremismus. modern – subversiv – hasserfüllt. Hintergründe und Methoden für die Praxis der Prävention. Wochenschau Verlag. 2017. 336 Seiten. ISBN: 978-3-73440-499-3. [D] 24,90 €, [A] 32,99 €, CHF 32,95.

Menschlich arbeiten

Digitale Transformation wird derart begeistert und mit Nachdruck diskutiert, dass man sich schon mal fragen kann, was das eigentlich wirklich bedeutet und welche Lebensbereiche denn nun davon beeinflusst werden. Diesem Band geht es um digitale Ökonomie und um die Frage, wie zukünftige Arbeitsmodelle gestaltet werden müssen, um soziale Teilhabe nicht nur zu ermöglichen, sondern qualitativ überzeugend zu gestalten. Je mehr die Technik dabei übernimmt, desto stärker gerät der Mensch in den Fokus, aber nicht mehr unter dem Gesichtspunkt des „Humankapitals“.

Kerstin Jürgens, Reiner Hoffmann, Christina Schildmann. Arbeit transformieren! Denkanstöße der Kommission „Arbeit der Zukunft“. transcript Verlag. 2017. 256 Seiten. ISBN: 978-3-83764-052-6. [D] 24,99 €, [A] 25,70 €, CHF 34,95.

Wir präsentieren!

Die Prämisse ist so simpel wie schlüssig: Der Sinn einer Präsentation ist nicht gehalten, sondern verstanden zu werden. Es geht also nicht um den Sprecher, sondern um den Zuhörer. Den müssen wir auf eine Reise mitnehmen. Und dafür gibt es ein paar Kniffe. Diese werden hier unterhaltsam vermittelt und ohne großes Gewese verständlich gemacht. Das Buch präsentiert seine Informationen im Prinzip so, wie man eine Präsentation gestalten sollte: Unterhaltsam, nicht zu gehaltvoll, aber trotzdem mit einem Mehrwert. Sehr anschaulich.

Michael Gerharz. Der Aha-Effekt. Wie Sie das Publikum für sich gewinnen. Midas Verlag. 2017. 160 Seiten. ISBN: 978-3-03876-502-8. [D] 14,90 €, [A] 15,40 €, CHF 22,00.

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

Ohne Plan

Unstrukturiertes Arbeiten gilt gemeinhin als unprofessionell. Nur wer einen Plan hat und diesem folgt, hat die Möglichkeit, sein Ziel zu erreichen. Die Autorin meint aber nun, dass die Natur doch auch keinen Plan hätte. Und in gewisser Hinsicht könnten sich Unternehmen in Sachen Agilität die Natur zum Vorbild nehmen. Dabei reicht es natürlich nicht, die Dinge einfach nur etwas lockerer zu sehen. Das ist komplex, hält aber tatsächlich neue Denkansätze bereit. So müssen beispielsweise Fehler nicht unbedingt als Fehler betrachtet werden.

Barbara Niedner. Agil ohne Planung.
Wie Unternehmen von der Natur lernen können.
Haufe Verlag. 2018. 169 Seiten.
ISBN: 978-3-64810-164-3.
[D] 29,95 €, [A] 30,80 €, CHF 41,85.

Anders reich

Irrtümlicherweise gibt es noch immer Menschen, die glauben, Reichtum bestünde in dem Besitz von Geld beziehungsweise dessen Umwandlung in materielle Güter. Den Begriff des „guten Lebens" betrachten mittlerweile viele Menschen anders. Lebensqualität wird immer subjektiv bleiben. Trotzdem oder genau deswegen löst sich ihre Definition aber langsam von kapitalistischen Grundeinstellungen. Was aber natürlich keine komplette Loslösung aus einem ökonomischen System bedeuten kann. Nachhaltigkeit ist dabei auch nur einer der „neuen" Aspekte, die der Autor aufzeigt.

Meinhard Creydt. Die Armut des kapitalistischen Reichtums und das gute Leben. Ökonomie, Lebensweise und Nachhaltigkeit. oekom Verlag. 2017.
212 Seiten. ISBN: 978-3-96238-004-5.
[D] 19,00 €, [A] 19,60 €, CHF 26,55.

Social Media erkennen

Die zunehmende Digitalisierung muss niemandem Angst machen. Nur kommt wohl niemand mehr drum herum, sich damit auseinanderzusetzen. Dabei geht es nicht nur um das große Potenzial des Online-Fundraisings und der erhofften Spenderbindung oder gar -generierung über soziale Medien. Marketing ist mehr als nur das. Vorausgesetzt, man weiß, was man tut. Und das bedeutet eben ganz klar auch, nicht nur das Netz mit Informationen zu füttern, sondern das eigene Tun als Projekt zu verstehen, dessen Wirkung gemessen werden will, um so Chancen für Optimierungsprozesse erkennen zu können. Das gilt eben ganz besonders auch für Social Media. Relevant ist das selbst für den kleinsten Verein, denn so ein Facebook-Profil ist in der Regel mit Begeisterung schnell erstellt. Dann fehlt es aber gern mal an den entsprechenden Verantwortlichen, die bereit sind, dieses zu betreuen, ganz zu schweigen davon, die Potenziale dessen als tatsächliches Marketing-Instrument zum Vorteil der Organisation zu nutzen.

Dieses Buch kann dafür Mut machen, denn es zeigt die vorteilhafte Komplexität der Analyse von Social-Media-Daten. Schließlich handelt es sich dabei nicht um bloße Zahlen, sondern um indirekte und direkte Informationen über Fans und Unterstützer. Mehrere Experteninterviews machen die Praxisrelevanz des Ganzen deutlich und zeigen, welche Tools für wen am Ende sinnvoll sein können. Weitere Praxishilfen sind auf einer eigenen Website zum Buch zu finden.

Rico Stehfest

Stefan Evertz. Analysiere das Web! Wie Sie Marketing und Kommunikation mit Social Media Monitoring verbessern.
Haufe Verlag. 2018. 263 Seiten.
ISBN: 978-3-64810-404-0.
[D] 34,95 €, [A] 36,00 €, CHF 48,85.

CSR

Ein guter Einstieg ins Thema: nur knapp über 150 Seiten, 10 Themenbereiche, 111 Fragen. Damit bekommt der Leser einen guten ersten Überblick über die wichtigsten Aspekte des CSR in Unternehmen. Der Begriff der Nachhaltigkeit wird in seiner Bedeutung auf EU-Ebene ebenso erläutert wie seine grundlegende Bedeutung für heutige Unternehmensführung. Schnell wird dadurch klar, dass es sich mit CSR keineswegs (mehr) um ein „nice to have" handelt. Breit aufgestellt sein sollten CSR-Aktivitäten zudem. Vom Management bis zur Kommunikation mit Stakeholdern will einiges beachtet werden.

Katja Mayer. Nachhaltigkeit: 111 Fragen und Antworten. Nachschlagewerk zur Umsetzung von CSR im Unternehmen.
Verlag Springer Gabler. 2017. 164 Seiten.
ISBN: 978-3-65817-933-5.
[D] 29,99 €, [A] 30,71 €, CHF 37,70.

Gut gesteuert

Gründliche Vorbereitung ist alles. Das wird sich nicht ändern. Aber niemand ist in der Lage, ad hoc komplexe Vorhaben zu überblicken und zu strukturieren. Muss ja auch nicht sein. Genau deshalb wird wohl auch die gute alte Checkliste nie aus der Mode kommen. Damit lässt sich nicht nur erfolgreich, sondern auch stressfrei und zur Zufriedenheit aller ganz entspannt durch jedes Fahrwasser manövrieren. Online bietet dieses Buch noch eine ganze Menge weiteres Material zum Download. Nur arbeiten muss man dann doch noch selbst.

René Sutorius. Projektmanagement Checkbook.
Haufe Verlag. 2. Auflage 2017. 173 Seiten.
ISBN: 978-3-64809-669-7.
[D] 24,95 €, [A] 25,70 €, CHF 34,85.

Gemeinsam erfolgreich

In einem Team ziehen alle an einem Strang – und die Erde ist eine Scheibe … Ein Team ist eine Ansammlung von Individuen. Das wird immer so sein. Genau das ist aber kein Schwachpunkt, sondern vielmehr das Potenzial eines jeden Teams. Das zu entwickeln ist Aufgabe von Führungskräften. Dafür werden in diesem Buch Mitarbeiter zwar in acht „Typen" eingeteilt, aber deren Grenzen müssen nicht als undurchdringbar betrachtet werden. Wir wissen alle um die eigene Komplexität wie auch die der lieben Kollegen.

Der Ansatz dieses Buches ist auf jeden Fall unterhaltsam. Hier werden keine Arbeitsmethoden oder Tipps aufgelistet. Der Leser verfolgt den Alltag eines fiktiven Teams und erhält dadurch die Gelegenheit, sich selbst in einer der Figuren oder vielmehr deren Bemerkungen, Einstellungen und Reaktionen wiederzufinden. Dieses „Miterleben" kann für den einen oder anderen durchaus erhellend sein.

Jens Corssen, Stefan Gröner, Stephanie Ehrenschwendner. Der Team-Entwickler. Gemeinsam gewinnen lernen. Knaur Verlag. 2017. 288 Seiten. ISBN: 978-3-42621-428-2. [D] 19,99 €, [A] 20,60 €, CHF 27,95.

Sprich richtig!

Wissen Sie, was ein Diphthong ist? Müssen Sie nicht. Aber in diesem Buch können Sie es erfahren. Dank der beiliegenden CD können Sie auch üben, wie Sie besonders schöne Diphthonge produzieren. Gemeint ist hier, vereinfacht, ein Teil Ihrer Aussprache. Die ist nämlich bei einer jeden (öffentlichen) Rede mindestens genauso entscheidend wie der gut strukturierte Inhalt. Und Ihre Schuhe! Glauben Sie nicht, dass die wichtig sind? Dann haben Sie wohl noch nie etwas von „Auftritt" gehört. Eine gute Rede besteht eben aus weit mehr als nur einer Menge rhetorischer Kniffe. Und verabschieden Sie sich endlich vom betreuten Lesen! Wir sehen ja Ihre Folien. Schon mal was von Pecha Kucha gehört?

Das Buch geht aber über reine Reden hinaus. Hier erfährt der Leser auch Tipps für geschmeidige Podiumsdiskussionen oder ähnliche Talkrunden. Dadurch bleiben Sie garantiert bei Ihren Zuhörern im Gedächtnis.

Peter Baumgartner, Eva Shata-Aichner. Rede. Vorträge, die berühren, begeistern und bewegen. Verlag Business Village. 2017. 188 Seiten. ISBN: 978-3-86980-401-9. [D] 19,99 €, [A] 25,70 €, CHF 34,85.

Bank für Sozialwirtschaft

Vertrauen Sie unserer Expertise.

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 | fundraising@sozialbank.de | www.sozialbank.de

Die Bank für Wesentliches

Fragebogen: Nicole Westig engagiert sich für

Im September ist Nicole Westig, die bislang das Fundraising in der Stiftung der Diakonie Michaelshoven in Köln verantwortete, für die FDP in den Deutschen Bundestag eingezogen.

Nach ihrem Magisterabschluss in Romanistik und öffentlichem Recht war Nicole Westig zunächst beim Bundesverband Mittelständische Wirtschaft und freiberuflich in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit tätig, später arbeitete sie als wissenschaftliche Referentin für Parlamentarier in Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen.

Die 50-Jährige lebt mit ihren beiden Kindern in Bad Honnef und ist seit 30 Jahren politisch aktiv. Als Mitglied des Kreistags Rhein-Sieg war sie bisher Sprecherin ihrer Fraktion für Schul- und Sozialpolitik. Um den sozialen Bereich will sie sich auch im Bundestag kümmern. Und natürlich will sie ihren Fundraising-Hintergrund ins Parlament einbringen. „Das Thema Entwicklung der Zivilgesellschaft mit Spendenverhalten und Ehrenamt steht selbstverständlich weit oben auf meiner Agenda", sagt die Freie Demokratin. Eine besondere Aufgabe hat sie bereits übernommen: Als Schriftführerin unterstützt sie Bundestagspräsident Wolfgang Schäuble und die Vizepräsidenten beim ordnungsgemäßen Ablauf der Plenarsitzungen.

▶ www.nicole-westig.de

1. Bitte ergänzen Sie folgenden Satz: Ein guter Tag beginnt …

… mit genügend Zeit für Kaffee und die Tageszeitung.

2. Was wollten Sie als Kind werden?

Eiskunstläuferin

3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Fake-News

4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

die Digitalisierung

5. Sie machen eine Zeitreise in das Jahr 1990. Was würden Sie dort tun?

den Bundestag in Bonn besuchen

6. Wem würden Sie mit welcher Begründung einen Orden verleihen?

Allen Menschen, die sich ehrenamtlich engagieren, weil sie tagtäglich Sinn stiften.

7. Sie treffen den reichsten Menschen der Welt im Aufzug. Was sagen Sie ihm?

„Wie möchten Sie eigentlich in Erinnerung bleiben?"…

Gleichberechtigung

8. Wer ist für Sie ein Held?

Justin Trudeau, weil er sich selbst als Feminist bezeichnet und auch danach handelt.

9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

in Kalabrien

10. Was tun Sie, wenn Sie nichts zu tun haben?

Inlineskaten am Rhein

11. Worüber können Sie lachen?

über FDP-Witze

12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

die meiner Kinder

13. Was war früher besser?

Dass wir als Kinder stets Schwimmbäder in erreichbarer Nähe hatten.

14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Sie konnte etwas für die Gleichberechtigung in unserem Land erreichen.

15. Zum Abschluss vervollständigen Sie bitte diese Aussage: Eine Spende ist für mich …

… ein Lichtblick, der oft den Geber noch glücklicher macht als den Empfänger.

Wollen auch Sie diesen Fragebogen ausfüllen?

Dann senden Sie Ihre Antworten sowie ein Foto an *redaktion@fundraiser-magazin.de*!
Mit der Einsendung stimmen Sie der Veröffentlichung im Print- und Online-Magazin zu.

NÄHER AM MENSCHEN

ENTERBRAIN Software AG

Software, Dienstleistung und Know-How für Ihre Nonprofit-Organisation

www.enterbrain.ag

Wissen testen und gewinnen

Bestimmt haben Sie das Magazin aufmerksam gelesen – dann sind die folgenden Fragen kein Problem für Sie. Oder Sie sind sowieso fit rund um das Thema Fundraising.

Unter allen richtigen Einsendungen verlosen wir diesmal Stars für den guten Zweck – zum über den Schreibtisch hängen. Der „Hear the World Kalender", fotografiert von Musiker und Fotograf Bryan Adams, ist ein wahres Schmuckstück in Groß-Format und limitierter Auflage. Die zwölf hochwertigen Schwarz-weiß-Fotografien zeigen unter anderem Marc Sway, Jamie Cullum, Peter Maffay, Shawn Mendes, Alessia Cara, The Weeknd und Zedd. Mehr zur Arbeit und zum Fundraising der „Hear the World Foundation" lesen Sie ab Seite 76.

Außerdem verlosen wir noch das Buch „Der Team-Entwickler", das wir auf Seite 85 näher vorstellen. Und falls das alles nichts für Sie ist, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!

1 Im Jahr 1980 hat Jakob von Uexküll den „Alternativen Nobelpreis" ins Leben gerufen. Womit hat er diesen Preis finanziert?

T) Lottogewinn
R) Einnahmen aus einem Rockfestival
S) Briefmarkenhandel

2 Die Hero Society – ein spannendes Social Business aus Leipzig – finanziert ihre Kursangebote an Schulen quer, und zwar ...

R) als Beauty-Influencer
P) mit Employer-Branding-Beratung
B) durch professionelle Grafitti-Entfernung

3 An welchem Tag wird – nach zwei Jahren Anpassungsfrist – die Europäische Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) wirksam?

A) 1. Mai 2018
E) 25. Mai 2018
O) 25. Mai 2020

4 In der „Nachtschicht Hamburg" gibt es Pro-bono-Leistungen von Kreativ-Profis für NGOs. Welche „Aufgabe" haben diese dort erschaffenen Figuren?

L) Sie werben für Secondhand-Kleidung.
M) Sie sensibilisieren für mehr Bewegung.
N) Sie trösten kranke oder behinderte Kinder.

5 Das Fundraiser-Magazin bringt das Thema Spenden auf die internationale Messe namens MUTEC. Was bedeutet die Abkürzung?

D) Museums- und Ausstellungstechnik
F) Musik, Theater und Event-Cultur
G) Mensch und Tier Europa Campus

6 Vielleicht haben Sie es auch gesehen: Diese Plakatkampagne fiel vor einiger Zeit im Straßenbild auf. Wofür wirbt sie?

I) für den neuen Blockbuster mit Bruce Willis
E) für das Jubiläum eines Hospizes
Y) für E-Zigaretten im Abonnement

So geht's: Die Buchstaben aus den Fragen 1 bis 6 ergeben das Lösungswort. Senden Sie dieses an *gewinnen@fundraiser-magazin.de* und schreiben Sie uns, welchen Preis Sie haben möchten. Vergessen Sie bitte die Postadresse nicht, damit Ihr Gewinn Sie auch erreicht! Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Einsendeschluss ist der 25. Februar 2018. Viel Glück!

DEUTSCHER
FUNDRAISING
KONGRESS

2018

DER 25. DEUTSCHE FUNDRAISING KONGRESS

18. BIS 20. APRIL 2018 IN KASSEL

Fundraising Lab
Grundlagen
Organisation
Digitales und Innovation
Strategie und Methode

25 JAHRE DEUTSCHER FUNDRAISING KONGRESS

JETZT ANMELDEN!

Der
Deutsche
Fundraising Kongress
ist eine zertifizierte
Fortbildungsveranstaltung.

www.fundraising-kongress.de

Fastbildungsbürger Fabian F. Fröhlich setzt sich wieder auf die Schulbank

Neulich im Bus musste ich unfreiwillig das Gespräch eines jungen Paares mit anhören. „Schaaatzi, gehen wir am Weekend mal zum Brunch bei meinen Oldies vorbei?", fragte sie, ohne den Blick und die Finger vom Smartphone zu heben. „Nope", war seine kurze, aber eindeutige Antwort. „Dann muss ich mit den Kids also wieder allein hin?" – „Yup." Thema beendet.

Selbst auf dem Nachhauseweg ging mir diese Unterhaltung nicht aus dem Kopf. Anfangs glaubte ich ja, dass mich unterschwellig die Rolle der Frau(en) in Familien-, Traditions- und Kommunikations-Angelegenheiten beschäftigen würde – Sie erinnern sich sicherlich: Ich wollte mich verstärkt für das schwache Geschlecht starkmachen –, dann jedoch wurde mir blitzartig klar, warum ich dieses Gespräch nicht loslassen konnte. Diese Vermischung von Deutsch und Englisch nervt mich auch im Redaktionsalltag! Bislang war ich mit Abitur, Volontariat, Kleinem Latinum für die Fremdwörter und dem Duden wegen der sich ständig ändernden deutschen Rechtschreibung super gut gefahren. In jüngerer Vergangenheit allerdings ertappe ich mich immer häufiger dabei, dass ich mit meinem Schulenglisch so überhaupt nicht mehr vorwärtskomme. In Mails und Autoren-Briefings wimmelt es nur so von Donor Journeys im Fundraising, Performance Marketing, Employer Branding im Recruitingprozess oder Mindsets in der Personalführung. Selbstverständlich dürfen Foundations nicht fehlen, denn die sind hipper als Stiftungen. Okay, okay – da sind ein paar Fachbegriffe darunter, auf die sich die internationale Gemeinde der NPO-Fachleute nun mal geeinigt hat und die man ja einfach mal auswendig lernen kann. Aber auch sonst nutzen wir Tools, verschicken Gadgets, gönnen unseren Partnern Benefits und Goodies und erwarten Response.

Apropos Response: Das ist nun wirklich zum Haareraufen. Also, nicht, dass ich nicht gern eine Antwort oder eine Reaktion auf mein Tun erhalten würde, aber selbst bei diesem an für sich leicht verständlichen Wort lässt mich mein Lieblingswerkzeug Duden im Stich, wenn es um Deklination und Geschlecht geht. Er kennt nämlich nur „Respons", ohne „e", dafür männlich. Die Response gibt es also gar nicht! Wer nun beim letzten Mailing zu wenig davon hatte: Who cares?

Und was lehrt mich das Ganze jetzt? Influencer mit Beautygesicht haben keinen Nine-to-five-Job, aber Millionen von Followern. Und ich werde mich wohl mal zum Englisch-Auffrischungskurs in der Volkshochschule anmelden – learning by doing reicht nicht mehr. Vielleicht lerne ich dabei gleich mit, wie man am Storytelling feilen und die Keywords in den Teasern optimieren kann.

Ausgabe 2/2018 erscheint am 14. April 2018 u. a. mit diesen Themen

- Stiftung und Nachlass
- Mitgliederverwaltung
- Social Reporting

... und natürlich mit den Themen, die Sie uns schicken an *redaktion@fundraiser-magazin.de*

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 2/2018 ist der 19.02.2018.

ISSN 1867-0563 – 13. 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:
International: 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. 11 vom 1.12.2017

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 2/2018, die am 14.04.2018 erscheint, ist der 19.02.2018.

Fotonachweise:
Titelbild: YakobchukOlena@stock.adobe.com, S. 1 (Menschen): Karl Gabor, S. 1 (Thema), S. 17 & S. 18: Photographee.eu@stock.adobe.com, S. 3: René Grodde/atri.eu, S. 4 (Thema) & S. 16/17: Sergey Nivens@stock.adobe.com, S. 4 (Menschen), S. 12 & S. 88: Franziska Krug, S. 4 (Projekte): www.foto-sicht.de, S. 5 (Aktuelles), S. 28 & S. 88: tanaonte@stock.adobe.com, S. 5 (Stiftung) & S. 76: Filmgerberei GmbH, S. 6: René Grodde/atri.eu (Daberstiel), S. 8: Anna Boyiazis (oben), Ludwig Schedl (Lutschinger), S. 11: PrettyVectors@stock.adobe.com, S. 17 (20): Christine Glade@iStock.com, S. 17 & S. 22: olly@stock.adobe.com, S. 17 & S. 26: Andrea Diglas, S. 20: Dmitry@stock.adobe.com, S. 31: Rico Stehfest, S. 34: Chaksh1101@wikipedia (links), René Grodde/atri.eu (Stehfest), S. 42: Michael Handelmann/DRK (Hasselfeldt), Miriam Bender (Scherbarth), Alex Schelbert/Microsoft (Paus), Foto Woehrstein (Amann), DWR eco (Bonde), Maik Meid (Kunstdorff & Bhatti), S. 44 (oben): Helge Kirchberger/upart Werbung & Kommunikation GmbH, S. 52 & 53: René Grodde/atri.eu, S. 54: Rawpixel.com@stock.adobe.com, S. 56: Peter Neitzsch, S. 58: S. Engels@stock.adobe.com, S. 59: Michael Fuchs, S. 60: denisismagilov@stock.adobe.com, S. 61: swisspeers, S. 62: artinspiring@stock.adobe.com, S. 63: AZ fundraising services GmbH & Co. KG (Wagner-Schäfer) S. 64: www.wirkung-lernen.de, S. 68: Rüdiger Wölk, S. 69: Prof. Dr. Hans-Christoph Reiss, S. 72: Tom Schulze, S. 74: obs/Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe, René Grodde/atri.eu (Nitzsche), S. 78: Sibilla Calzolari, S. 79: Susann Jehnichen Photography (Stürzebecher), S. 88: Peter Neitzsch (56), S. 90: oza@fotolia, alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der
Fundraising Akademie

WIR BRINGEN LICHT INS DUNKEL IHRER DATEN.

SEXTANT ist die Software für NPO.

SEXTANT
SUPPORTS YOU.

sextant-npo.net

Referenzen:

AMNESTY INTERNATIONAL
amnesty.ch

CARITAS Schweiz Suisse Svizzera Svizra
caritas.ch

GREENPEACE
greenpeace.ch

BLUTSPENDE SRK SCHWEIZ
TRANSFUSION CRS SUISSE
TRASFUSIONE CRS SVIZZERA
blutspende.ch

Menschen für Menschen
Karlheinz Böhms Äthiopienhilfe
menschenfuermenschen.org

Erfolgreiches Fundraising

Regel #1

Kommunikation ist das A und O.

Wer nicht fragt, bekommt auch nichts. Halten Sie Ihre Spender auf dem Laufenden und bringen Sie sich und Ihr Anliegen in Erinnerung! Wir helfen Ihnen, den richtigen Ton zu treffen. Denn bei adfinitas sprechen wir die Sprachen unterschiedlichster Spender-Segmente. Gemeinsam können wir die Welt ein kleines bisschen besser machen! Übrigens: Alle weiteren Regeln für Ihren Fundraising-Erfolg finden Sie unter adfinitas-fundraising.de/regeln.

www.adfinitas.de · info@adfinitas.de · Tel: +49(0) 511 52 48 73-0 · Fax: +49(0) 511 52 48 73-20

adfinitas