ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 4/2015

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

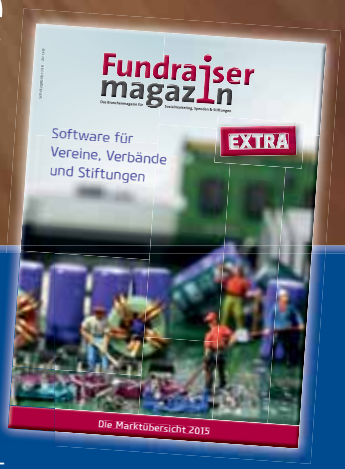
Futter für die Festplatte

Datenbanken und Adressen im Fundraising

Menschen
Jérôme Strijbis, Martin Reyher & Frederik Röse, Franz Orth

Projekte
Organisationen stellen ihre Arbeit, Ziele, Ideen und Visionen vor.

Extra-Heft
Software für Vereine, Verbände und Stiftungen
Marktübersicht 2015



TOPPT ALLES.

DIE DATENBANKLÖSUNG

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

* IHRE VORTEILE

Geringe Kosten
Leichte Bedienbarkeit
Hohe Performance
Hohe Sicherheit
Hohe Automation
Dezentral nutzbar
Systemübergreifend

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,

„Viele Unternehmen des gemeinnützigen Sektors haben vermutlich keinen regelmäßigen Kontakt zu ihren Kunden."

Das ist zu lesen in der aktuellen Erhebung der Deutschen Post namens „Kundendaten-Qualität 2015". Untersucht wurden zehn verschiedene Branchen wie Banken, Verlage, Handel, Touristik und eben auch die Gemeinnützigen. Es geht um Briefe, die nicht beim Empfänger ankommen, weil die Adresse fehlerhaft oder veraltet ist. „Der gemeinnützige Sektor hat stark verbesserungswürdige Kundendaten", heißt es in der Studie. „Insgesamt erreicht in dieser Branche jeder sechste Kundenbrief nicht seinen Empfänger. Besonders auffällig ist die hohe Zahl der unzustellbaren Adressen (8,8 %). Auf schlecht gepflegte Kundendaten deutet auch der Anteil durch die Post zu korrigierenden Adressen hin (9,3 %)". Problematisch sind ebenso die vorhandenen Dubletten (4,8 %).

Wer spätestens jetzt anfängt nachzurechnen, bemerkt schnell, dass Nachlässigkeit in punkto Spenderdaten ein Kostenfaktor ist. Jeder weiß: Einen Spender neu zu gewinnen ist um ein vielfaches teurer, als ihn zu halten. Und besser gepflegte Adressen senken die Zahl der unzustellbaren Sendungen, minimieren Dubletten und helfen so, Budgets (und Nerven!) zu schonen.

Grund genug, sich mit dem Thema Datenbanken und Adressen näher zu beschäftigen. Wir haben das in unserem Themenspecial ab Seite 14 getan. Weiterhin liegt dieser Ausgabe unsere druckfrische Marktübersicht 2015 „Software für Vereine, Verbände und Stiftungen" bei. Die Lektüre lohnt auf jeden Fall – schließlich ist Spenderkommunikation eine Kernaufgabe für Nonprofits.

Ich wünsche Ihnen einen schönen Sommer, wo immer Sie Ihren Urlaub verbringen. Schreiben Sie Postkarten? Wenn ja, freut sich auch das Team des Fundraiser-Magazins darüber. Unsere korrekte Adresse ist: Fundraiser-Magazin, Redaktion & Verlag, Altlockwitz 19, 01257 Dresden, Germany.

Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

direct punkt
Agentur & Lettershop

Fundraising ist Vertrauenssache

Sprechen Sie mit den Trägern des Deutschen Fundraisingpreises 2013!

Frank Mittelstedt
Tel. 040/2378 60-0
service@directpunkt.de

Eberhard Renn
Tel. 08193/9371910
renn@directpunkt.de

www.directpunkt.de

Menschen

10 **Martin Reyher und Frederik Röse**
Das Portal abgeordnetenwatch.de ist der „Kettenhund“ der Zivilgesellschaft. Die Abgeordneten-Beobachter Martin Reyher (rechts) und Frederik Röse verraten im Interview, wie Kleinspender ihnen helfen, unabhängig zu bleiben.

58 **Jérôme Strijbis**
Nach zehn Jahren NGO-Arbeit in verschiedenen Organisationen wechselte er jetzt in die Wirkschaft. Der ehemalige Fundraiser und Geschäftsführer von Save the Children Schweiz spricht über Organisationsentwicklung und Fehlerkultur: „Leute, ich weiß nicht 100 Prozent, ob das so funktioniert.“

82 **Franz Orth**
25 Jahre Fundraising in ganz unterschiedlichen Positionen haben den Lebensweg von Franz Orth geprägt. Heute lässt es der Rentner sehr viel ruhiger angehen. Er hat ein altes Hobby wiederentdeckt, das er schon früher über viele Jahre als „Zweitberuf“ ausgeübt hat. Beim Ausfüllen unseres Fragebogens verrät er, wie er für magische Momente sorgt.

Thema

14 **Viele Daten ohne Analyse**
Spendenorganisationen sind noch nicht bereit für Big Data

16 **Sind meine Spenderdaten sicher?**
Informationssicherheit ist eine Herausforderung für Spendenorganisationen

18 **Adressen – Daten für Taten**
Fünf Dinge, die eine Spenden-Aktion torpedieren können

20 **Wofür spendet eigentlich Frau Müller?**
Spenderansprache: Von der Zielgruppe zur Zielperson

Aktuell

22 **Zu viel des Guten**
Was bringt eine gesetzliche Pflicht für Supermärkte zur Lebensmittelspende?

Projekte

24 **Kurz informiert**
Organisationen stellen sich und ihre Arbeit vor

28 **Schnell, unbürokratisch, konkret**
Robin Good hilft Familien in Bonn und der Region

30 **Helfen, wo Hilfe gebraucht wird**
Eine kleine Zürcher Organisation engagiert sich auch in Nepal

32 **Ein Königreich für ein Bett?**
Mit Fundraising aus der Not eine Tugend machen

Rubriken

6 **Spektrum**
34 **Köpfe & Karrieren**
36 **Dienstleisterverzeichnis**
42 **Branche**
46 **Leserpost**
62 **Fundraising-Kalender**
64 **Bildung**
76 **Fach- und Sachbücher**
80 **Fragebogen**
82 **Das Letzte**
82 **Vorschau**
82 **Impressum**

Praxis & Erfahrung

48 **Verein, Stiftung oder gGmbH?**
Welche Rechtsform passt zur NGO – und geht es auch ohne?

50 **Spendenplan von der Bank des Vertrauens**
Beratung für Großspender oder Major Donor Fundraising?

52 **Tätigkeit mit Sinn**
Warum Menschen Fundraiser werden und bleiben

54 **Weil keiner bei Google die Seite zwei klickt**
Suchmaschinenoptimierung für Non-Profit-Organisationen

56 **Gewusst wie**
Der WWF Schweiz hat sein Online-Fundraising-Portal erfolgreich umgekrempelt

60 **Online-Fundraising rechnet sich**
Neuspenderwerbung durch Investitionen in Online-Marketing

Stiftung

70 **Kurz informiert**
Tipps, Trends & Termine rund um das Thema Stiftungen

72 **Stiftungen und Sport – ein gutes Team**
Aktueller Stiftungs-Report stellt Ergebnisse vor

74 **„Der Teufel liegt im System“**
Schlaganfall-Lotsen helfen Patienten nach Krankenhaus und Reha

Autoren dieser Ausgabe

Annika Bremen | Matthias Daberstiel | Birgit Donath
Claudia Fuhrmann | Beate Haverkamp | Eva Hieninger
Harald Machielse | Kurt Manus | Juliane Metzner
Daniela Münster | Nina Neef | Peter Neitzsch | Ute Nitzsche
Katja Prescher | Erwin Recktenwald | Prof. Adrian Sargean
Dieter Schmitt | Paul Stadelhofer | Rico Stehfest
Pascal Theuerkauf | Roger Tinner | Jan Uekermann

Nach G7 ist vor G7. Im Kontext der letzten Tagung in Elmau hat die Welthungerhilfe den Tod in gleich fünffacher Ausführung tanzen lassen. Die Sensenmänner traten in München an die Öffentlichkeit, um unter dem Motto „Ernte statt Ende" für die Unterstützung von Kleinbauern zu werben. Eine Sense kann nämlich so oder so eingesetzt werden: Entweder löscht einem der Tod damit das Licht aus. Oder der Bauer bringt damit die Ernte ein und sorgt so für das tägliche Brot. Noch immer müssen 795 Millionen Menschen hungern, das ist jeder Neunte. Alle zehn Sekunden stirbt ein Kind an den Folgen von Unter- oder Mangelernährung. Ein Großteil der Hungernden lebt auf dem Land. Fakten und Zahlen dazu hat die Welthungerhilfe Ende Juni in ihrem aktuellen Jahresbericht veröffentlicht.

► *www.welthungerhilfe.de*

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

Diese Spendenquittung hat Gewicht.

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

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

SPENDENSTEIN

Fundraising mit Mehrwert!
NEU!
www.spendenstein.de

Online-Fundraising-Tool gewinnen

Das Fundraiser-Magazin verlost gemeinsam mit der Altruja GmbH, dem Online-Fundraising-Spezialisten aus München, ein Online-Spendentool für ein Jahr mit beliebig vielen Spendenformularen, Anlassspenden-, Kampagnenspenden- und Firmenspendentool. Das Tool ist unbegrenzt, das heißt, es können beliebig viele Unterstützer spenden und auch alle Zahlungsarten genutzt werden. Allerdings können Gebühren der Zahlungsanbieter anfallen. Das Tool kann in die Homepage der Organisation integriert werden und wird dann von Altruja freigeschaltet. In den Lostopf kommt, wer die Frage beantworten kann, wie hoch die Durchschnittsspende im Online-Fundraising nach einer aktuellen Studie von Altruja ist. A) 45 Euro, B) 86 Euro oder C) 122 Euro. Der Artikel auf Seite 60 könnte aufmerksame Leser da weiterbringen. Die richtige Lösung senden Sie bitte mit Ihrer Adresse und dem Kennwort „Fundraising-Tool" an *gewinnen@fundraiser-magazin.de*. Einsendeschluss ist der 20. September. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Viel Glück!

Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++

Zwei Millionen Europäer sagen Nein zu TTIP & CETA

Was soll man da noch groß sagen? Die Ablehnungen gegen die beiden transatlantischen (Groß-)Handelsabkommen steigen in der Zahl. Die aus diesem Anlass heraus selbst organisierte Bürgerinitiative sammelt noch immer fleißig Unterschriften gegen die Pläne der Regierungen. Es ist noch Zeit, sich zu erheben. Noch bis zum 6. Oktober sammelt die Initiative weiter Unterschriften. Zur Finanzierung der Arbeit nimmt sie auch Spenden entgegen.

▶ *www.stop-ttip.org*

59 Prozent für Kohleausstieg

In einer repräsentativen Umfrage von TNS-Emnid im Auftrag von Greenpeace sprachen sich 59 Prozent dafür aus, dass Deutschland bis zum Jahr 2040 die Energiegewinnung aus Kohle aufgibt. Auch die Anhänger der SPD sowie der CDU/CSU sprachen sich mehrheitlich für einen Kohleausstieg aus. Mit „Ja" antworteten 59 Prozent der befragten SPD-Wähler und 52 Prozent der Anhänger von CDU/CSU. Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel (SPD) will eine Klimaabgabe für besonders alte und schädliche Kohlekraftwerke einführen, um die notwendige CO_2-Reduktion von 40 Prozent bis zum Jahr 2020 noch zu erreichen.

▶ *www.greenpeace.de*

Fairtrade wächst weiter

Im vergangenen Jahr verzeichneten die Verkäufe Fairtrade-zertifizierter Produkte das stärkste absolute Wachstum seit Bestehen des Siegels: Insgesamt 827 Millionen Euro gaben Verbraucher 2014 für Fairtrade-Waren aus, 173 Millionen mehr als im Vorjahr. Das ist ein Plus von 26 Prozent. „Die absatzstärksten Produkte Kaffee, Bananen, Blumen und Kakao legen weiter kräftig zu", so TransFair-Geschäftsführer Dieter Overath. Die Produzentenorganisationen erhalten neben einem stabilen Mindestpreis eine zusätzliche Fairtrade-Prämie für Gemeinschaftsprojekte.

▶ *www.fairtrade-deutschland.de*

Spenden ins europäische Ausland

Wer Spenden an eine in der EU oder im Europäischen Wirtschaftsraum ansässige Stiftung steuerlich absetzen will, muss dem Finanzamt Unterlagen vorlegen, die eine Überprüfung der tatsächlichen Geschäftsführung der ausländischen Stiftung ermöglichen. Die Zuwendungsbestätigung muss die Erklärung der ausländischen Stiftung beinhalten, sie habe die Spende erhalten, sie verfolge den satzungsgemäßen gemeinnützigen Zweck und sie setze die Spende ausschließlich satzungsgemäß ein.

▶ *www.juris.bundesfinanzhof.de*

Sparda-Bank Hamburg Award

In diesem Jahr vergibt die Sparda-Bank Hamburg erstmals den Sparda-Bank Hamburg Award und fördert mit einer Fördersumme von insgesamt 100 000 Euro Zukunftsprojekte aus der Region. Bis zum 14. August können sich gemeinnützige Organisationen mit Projekten bewerben, deren Fördersumme jeweils zwischen 2 500 Euro und 10 000 Euro liegen soll. Bis zu 30 000 Euro des Preisgeldes werden als „Publikumspreis" durch eine Abstimmung auf der Sparda-Bank-Homepage vergeben. Dafür gibt die Fachjury der Community mehrere Projekte zur Auswahl.

▶ *www.sparda-bank-hamburg.de/award*

Vitamine für Kopf und Bauch! Die Anmeldungen für die beiden kommenden Fundraisingtage in Dresden und Potsdam laufen. Dabei wird neben leckeren Speisen vor allem auserlesene geistige Nahrung gereicht: So berichtet Stephan Masch von der Deutschen Kinderhospiz und Familienstiftung in Nordhausen an beiden Tagen in seinem Vortrag davon, wie man den Mut aufbringt, Unternehmen für Kooperationen zu gewinnen, um gemeinsam Großes zu stemmen. Ihm und seinen Mitstreitern ist es gelungen, mit nur einem geringen Anteil öffentlicher Fördermittel das Kinder- und Jugendhospiz zu errichten.

12. Sächsischer Fundraisingtag am 3. September in Dresden
10. Fundraisingtag Berlin-Brandenburg am 8. Oktober in Potsdam
▶ *www.fundraisingtage.de*

Noch bis zum 31. August zeigt die UNICEF-Arbeitsgruppe Dresden auf dem dortigen Flughafen anhand der Ausstellung „Nothilfe für Kinder", wie Hilfe von UNICEF im Notfall konkret aussieht. Zudem verweist die Hilfsorganisation in ihrem aktuellen Report „Fortschritt für Kinder" darauf, dass die Bilanz zur Umsetzung der Millenniums-Entwicklungsziele bislang mager ausfällt. Dem Bericht zufolge sind zwar deutliche Verbesserungen der Lebenssituation von Kindern weltweit zu verzeichnen. Doch weiterhin verurteilen ungleiche Startchancen Millionen von ihnen zu einem Leben in Armut und lassen sie früh sterben. Sie sind auch dafür verantwortlich, dass Kindern das Recht auf Bildung vorenthalten wird und sie durch Mangelernährung in ihrer gesamten Entwicklung beeinträchtigt werden.
► *www.unicef.de*

Jugendliche beraten Jugendliche

Ein Projekt des Kinder- und Jugendschutzbundes ist das Kinder-/Jugendtelefon, bei dem Jugendliche ein offenes Ohr für Gleichaltrige haben, kostenfrei, anonym und streng vertraulich. Die Ortsgruppe Dresden sucht ab September wieder ehrenamtliche Verstärkung für dieses Team. Interessenten im Alter von 16 bis 23 Jahren haben am 7., 14. und 28. September jeweils die Möglichkeit, im Rahmen einer Informationsveranstaltung Details zu erfahren. Die Tätigkeit beinhaltet eine umfangreiche Ausbildung (60 Stunden) durch einen Psychologen und eine Sozialarbeiterin sowie ergänzende Weiterbildungsmöglichkeiten, ist grundsätzlich also auf Langfristigkeit angelegt. „Grundlegend gibt es keine speziellen Anforderungen, die Interessenten mitbringen müssen, dennoch sollten sie schon ein Grundinteresse an den Problemen von Jugendlichen haben", so Marcel Schrinner, Mitarbeiter des Projektes.

► *www.kinderschutzbund-dresden.de*

Heikle Daten?

Transparenz gilt ja grundsätzlich als etwas Begrüßenswertes. Das Österreichische Finanzministerium plant allerdings eine Art von Datenoffenlegung, die nicht jedem schmecken dürfte. Ab 2017 sollen nur noch solche Spenden und Kirchenbeiträge steuerlich absetzbar sein, die dem Finanzministerium gemeldet werden. Das soll automatisch geschehen, sodass Spenden also nicht mehr bei der Steuererklärung angegeben werden müssen. Für NGOs bedeutet das, zukünftig von jenen, die ihre Spende absetzen möchten, Namen und Geburtsdatum erbitten zu müssen. Neben dem zu erwartenden zusätzlichen Verwaltungsaufwand für die Organisationen steht bereits die kritische Haltung des Österreichischen Fundraisingverbandes, dessen Vorsitzender Günther Lutschinger den „gläsernen Spender" befürchtet. Gläsern nämlich genau dann, wenn bei Spenden an Selbsthilfegruppen oder Vereine, die sich in ihrer Arbeit speziellen Krankheiten widmen, Rückschlüsse auf persönliche Hintergründe des Spenders gezogen werden könnten. Angesichts derartiger Vorstöße muss man sich fragen, ob da nicht Tendenzen sichtbar werden, das gerade neu aufgesetzte Gemeinnützigkeitspaket zu durchlöchern.

► *www.fundraisingv.at*

Social Impact Bonds

Vor rund fünf Jahren wurde in Großbritannien der weltweit erste Social Impact Bond (SIB) und damit ein neuartiges, innovatives Finanzierungsinstrument lanciert. Eine aktuelle Studie des Center for Philanthropy Studies (CEPS) der Universität Basel bietet einen Überblick zu Entwicklung, Umsetzung und Herausforderungen von SIBs. Ein Social Impact Bond setzt Gelder von privaten Investoren für innovative Sozialprojekte ein. Werden die definierten Ziele erreicht, zahlt der Staat als Auftraggeber den Investoren ihr Kapital mit einer gewissen Rendite zurück. Sowohl in Deutschland als auch in Österreich und der Schweiz werden derzeit erste Projekte über SIBs finanziert. Die Publikation ist auf der Homepage des CEPS als Download erhältlich.
► *www. ceps.unibas.ch/publikationen*

Gegen Besteuerung von Unternehmens-Spenden

Maximal 0,4 Prozent des Umsatzes plus 0,4 Prozent der Löhne und Gehälter oder 20 Prozent des Gewinns: So sieht die Spenden-Obergrenze für Unternehmen aus. Alles, was darüber liegt, muss als Gewinn versteuert werden. Alternative Modelle, wie etwa Sponsoring, sind nicht für jeden attraktiv.

Um sozial engagierte Unternehmen von dieser Hürde zu befreien, reichte der soziale Online-Buchhändler buch7.de (Foto: das Team) im Mai 2015 beim Deutschen Bundestag eine Petition zur Änderung der Gesetzeslage ein. Die Petition fordert die Anhebung der Obergrenze von ca. 0,4 Prozent des Jahresumsatzes auf wenigstens 10 Prozent beziehungsweise eine komplette Aufhebung der Beschränkung. Der Geschäftsführer von buch7.de, Dr. Benedikt Gleich, begründet das Anliegen seines Unternehmens: „Es ist im eindeutigen öffentlichen Interesse, dass gemeinnützige Einrichtungen möglichst hohe Spenden erhalten. Deshalb sollte es sowohl den Spendern als auch den Empfängern so leicht wie möglich gemacht werden, diese Spenden ohne zusätzliche Kosten abzuwickeln und auch angemessen darauf hinzuweisen." Der 2007 gegründete Onlinebuchhändler fördert mit 75 Prozent seines Gewinns soziale, kulturelle und ökologische Projekte. Auf der Petitionsplattform change.org hat buch7.de außerdem eine zusätzliche Petition zur Sammlung möglichst vieler Unterschriften eingerichtet.

▶ *www.change.org*

Menschen begeistern, Projekte finanzieren

Die Evangelisch-Lutherische Kirche in Bayern und das Diakonische Werk Bayern haben den Fundraisingpreis 2016 ausgeschrieben. Mit dem Preis soll ein Zeichen der Anerkennung für all jene gesetzt werden, die sich in Kirche und Diakonie auf unterschiedlichste Art und Weise engagieren. Grundlage für eine Bewerbung soll jeweils ein Projekt sein, dass bereits abgeschlossen sein kann, jedoch nicht weiter als zwei Jahre zurückliegt oder gerade umgesetzt wird. Die Jury wird bei der Auswahl unter anderem auf die Aspekte Nachhaltigkeit und messbarer Erfolg sowie Innovation und Kreativität achten. Vergeben werden insgesamt fünf Preise, wobei der 1. Preis mit 5 000 Euro dotiert ist. Die Bewerbungsfrist endet am 18. September 2015. ▶ *www.fundraisingpreis.org*

Ihre Post an FUNDRAISER

Wollen Sie uns über Ihre Organisation, Ihre Projekte und Aktivitäten informieren? Schreiben Sie an **redaktion@fundraiser-magazin.de** oder an

FUNDRAISER-MAGAZIN
Redaktion
Altlockwitz 19
01257 Dresden

Wir freuen uns auf Ihre Post.

Sie verklagen den Bundestag, dokumentieren Nebeneinkünfte von Volksvertretern und zwingen Politiker dazu, Stellung zu beziehen: Das Portal abgeordnetenwatch.de ist der Kettenhund der Zivilgesellschaft. Für das Fundraiser-Magazin sprach Peter Neitzsch mit den Abgeordneten-Beobachtern Martin Reyher (rechts) und Frederik Röse. Im Interview verraten sie, wie Kleinspender ihnen helfen, unabhängig zu bleiben.

? Das Portal abgeordnetenwatch.de wurde vor der Hamburg-Wahl 2004 gegründet. Wie kam es dazu?

Frederik Röse: *Damals wurde in Hamburg ein neues Wahlrecht eingeführt, das den Wählern mehr Einfluss gab auf die Auswahl der Kandidaten. Die Gründer von abgeordnetenwatch.de waren stark in die Kampagne involviert, die schließlich zur Wahlreform führte.*

Martin Reyher: *Die Idee war dann, zu sagen: Wenn es so viele Auswahlmöglichkeiten gibt, müssen die Wähler auch wissen, wer die Kandidaten sind und wofür sie stehen. So entstand die Idee zu einem Online-Portal, auf dem Bürger ihre Politiker befragen können.*

? Wie wurde die neue Plattform angenommen?

Reyher: *Das Projekt lief in Hamburg recht gut an. Anfangs waren die Abgeordneten natürlich erst mal zögerlich: Was kommen da für Fragen? Ist das viel zusätzliche Arbeit für uns? Wer steckt eigentlich hinter abgeordnetenwatch.de?*

Röse: *Aber mit der Zeit haben die Politiker auch gesehen, dass es für sie einen Mehrwert hat, direkt mit den Bürgern in Kontakt zu treten. Indem Fragen und Antworten öffentlich gemacht werden, können sie ja viel mehr Menschen erreichen als in einer Bürgersprechstunde.*

? Vor zehn Jahren folgte dann der Schritt auf die Bundesebene.

Reyher: *Am Anfang war das ein rein ehrenamtliches Projekt. 2005 kam der Bundestag dazu und 2010 das Europaparlament. Da war recht schnell klar, dass es auf ehrenamtlicher Basis nicht mehr weitergeht. Wir haben uns deshalb weiter professionalisiert: Mittlerweile sind wir zehn feste Mitarbeiter plus Freiwilligendienstleistende und Praktikanten.*

Röse: *Bürger können die Kandidaten bereits im Wahlkampf befragen. Nach einer Wahl können sie sich dann an die Abgeordneten wenden – jedenfalls wenn die Finanzierung für das Parlament steht. Um einen Landtag für eine Wahlperiode zu betreuen, benötigen wir ein Startkapital von 10 000 Euro und hundert Fördermitglieder in diesem Bundesland. Für elf der 16 Landtage ist uns das bislang gelungen.*

Reyher: *Es gibt auf der Plattform inzwischen um die 175 000 Fragen und 140 000 Antworten. Das ist ein gigantisches Archiv: Wir nennen abgeordnetenwatch.de deshalb auch „digitales Wählergedächtnis". So kann jeder sehen, was ein Politiker im Wahlkampf versprochen hat und wie er nach der Wahl abgestimmt hat.*

„Wir wollen Handlungsdruck erzeugen“

? Wer entscheidet, welche Frage veröffentlicht wird?

Röse: *Die Fragen an die Politiker werden von einem Pool freier Mitarbeiter moderiert. Grundsätzlich werden Fragen auch veröffentlicht, es sei denn, sie verstoßen gegen unseren Moderationskodex. So sind reine Meinungsäußerungen nicht zulässig. Auch Sexismus und Rassismus sind ganz klar tabu. Wenn eine Frage schon gestellt wurde, verweisen die Moderatoren darauf.*

? Antworten denn alle Abgeordneten auf die Fragenflut?

Röse: *Die meisten Abgeordneten nehmen sich die Zeit, die Fragen zu beantworten. Natürlich gibt es auch einige, die den Dialog völlig verweigern, aber im Schnitt werden über 80 Prozent der Fragen beantwortet. Manche Politiker werben sogar mit ihrer hohen Antwortquote und verschicken dazu eine Pressemitteilung.*

Reyher: *Manchmal wird eine Frage auf abgeordnetenwatch.de auch zum Anlass genommen, um eine parlamentarische Anfrage zu stellen. Da kennt der Abgeordnete die Antwort selbst nicht und reicht die Frage an die Bundesregierung weiter. Hans-Christian Ströbele von den Grünen macht das häufiger. So gelangen Impulse von den Bürgern ins Parlament.*

? Wie hat sich das Portal seit der Gründung verändert?

Reyher: *Die Frage-Antwort-Plattform stand am Anfang. Später haben wir begonnen, uns in einem Rechercheblog mit den Themen Lobbyismus, Parteispenden und Nebentätigkeiten zu beschäftigen. So haben wir 2010 als Erste öffentlich gemacht, dass der frühere Finanzminister Peer Steinbrück als Abgeordneter zwar viel gegen Honorar außerhalb des Bundestages geredet hat, aber wenig im Parlament selbst.*

Röse: *Wir wollen auf Missstände hinweisen und Handlungsdruck erzeugen. Zum Beispiel haben wir den Bundestag mit einer Petition aufgefordert, endlich die UN-Konvention gegen Korruption umzusetzen. Die Petition wurde von 50 000 Menschen unterzeichnet. Dadurch kam nach zehn Jahren Stillstand wieder Bewegung in die Sache und es wurde ein Gesetz gegen Abgeordnetenbestechung beschlossen.*

? Neu ist auch der Petitions-Check – was steckt dahinter?

Reyher: *Oft wissen die Bürger gar nicht, wie ihre Abgeordneten zu bestimmten Themen stehen, selbst wenn das öffentliche Interesse groß ist. Deshalb haben wir gesagt: Wenn eine Online-Petition die Entscheidungskompetenz des Bundestags betrifft und mehr als 100 000 Unterschriften hat, wollen wir herausfinden, wie die Parlamentarier das sehen. Dafür geben wir zuerst eine repräsentative Meinungsumfrage in Auftrag. Wenn die Mehrheit der Bevölkerung das Anliegen unterstützt, fragen wir die Abgeordneten nach ihrer Haltung dazu.*

? Gibt es schon eine konkrete Petition?

Reyher: *Unser Pilotprojekt ist eine Petition, die ein vollständiges Verbot von Fracking fordert. Der Bundestag dagegen will Fracking unter bestimmten Bedingungen erlauben. Die Petition wurde von mehr als 185 000 Menschen unterschrieben – eine Umfrage ergab, dass 61 Prozent der Deutschen für ein Komplettverbot sind. Wir haben die Fragestellung dann an die Volksvertreter weitergegeben, damit jeder Bürger sehen kann, wie sein Abgeordneter dazu steht.*

? Wie finanzieren Sie diese Arbeit – durch Spenden oder durch Fördermittel?

Röse: *Unser Startkapital war ein Darlehen bei Bonventure, einem Fonds für soziale Verantwortung, und ein Kredit bei der GLS-Bank. Seitdem finanzieren wir uns vor allem über Kleinspenden und Fördermitgliedschaften. Am Anfang haben wir es auch mal mit Werbung versucht, ...* ▶

▶ *... aber das hat sich langfristig nicht gelohnt.*

Reyher: *In Wahlkampfzeiten können die Kandidaten außerdem gegen einen kleinen Betrag ihr Profil um ein Foto oder Zusatzinformationen erweitern und sich so an den Kosten für das Projekt beteiligen.*

? Betreiben Sie auch gezielt Fundraising?

Röse: *Unser Fundraising ist immer projektabhängig. In diesem Jahr kümmern wir uns vor allem um den Ausbau der Spenderbasis. Mehr als 2 000 Menschen fördern uns mit durchschnittlich neun Euro im Monat. Monatlich kommen so rund 18 000 Euro zusammen – das ist mehr als die Hälfte unserer Ausgaben. Anders bei der Geburtstagskampagne im vergangenen Jahr: Da haben wir uns darauf konzentriert, 100 000 Euro für drei ganz konkrete Projekte zu sammeln.*

? Was haben Sie gemacht, um diese Summe einzuwerben?

Röse: *Wir haben den zehnten Geburtstag von abgeordnetenwatch.de zum Anlass für eine Kampagne genommen, auf die wir regelmäßig in Mailings hingewiesen haben. Auf unserer Website hatten wir eine Chronik der Erfolge: Immer, wenn 10 000 Euro gespendet wurden und damit ein Zwischenziel erreicht wurde, haben wir ein weiteres Jahr der Chronik freigeschaltet. Auch Telefonfundraising war Teil der Kampagne: Dafür haben wir Unterstützer angerufen, die sich bereits für ein bestimmtes Thema interessiert haben.*

Reyher: *Letztlich haben wir das Ziel dann auch mit Hilfe von Stiftungsanträgen erreicht. Als Ergebnis der Kampagne konnten wir zum Beispiel den Petitions-Check finanzieren. Außerdem wollen wir eine App entwickeln, die den Nutzer über Nebentätigkeiten und Abstimmungsverhalten seiner Abgeordneten informiert.*

Martin Reyher (rechts im Bild) ist der Redaktionsleiter des Portals. Der 38-Jährige stieß bereits 2006 zu abgeordnetenwatch.de und war damit fast von Anfang an dabei. Frederik Röse (im Foto links) verantwortet die Fundraising-Aktivitäten des Vereins. Zu abgeordnetenwatch.de kam er über ein Praktikum, seit 2014 ist der 29-Jährige fest im Boot.

? Welche Anreize bieten Sie Ihren Unterstützern?

Reyher: *Wir wollen vor allem zeigen, worin der gesellschaftliche Mehrwert des Portals besteht. Mit Blick auf Lobbyismus oder Korruption können wir Druck machen. Politiker sollen sagen: Wir bekommen ständig negatives Feedback von unseren Wählern, wir müssen da jetzt etwas machen. Diese Watchdog-Funktion ist ein wichtiger Aspekt von abgeordnetenwatch.de.*

? Hat es einen bestimmten Grund, dass Sie vor allem auf Kleinspender setzen?

Röse: *Das größte Argument dafür ist die finanzielle Sicherheit und Unabhängigkeit. Wenn Großspender wegfallen, hinterlassen sie auch eine große Lücke. Dasselbe geschieht, wenn eine Stiftung die Förderung einstellt. Wenn uns dagegen ein normaler Förderer nicht mehr unterstützt, reißt das nicht gleich ein großes Loch ins Budget.*

Reyher: *Viele sagen: Eigentlich müsste doch der Bundestag so eine Plattform finanzieren. Aber dann würden die Politiker auch darüber entscheiden, ob die Finanzierung verlängert wird. Einmal sagte ein Abgeordneter halb im Scherz: Euch sollte man die Fördermittel kürzen, aber ihr werdet ja gar nicht von uns gefördert.*

? Die Abhängigkeit von Großspendern kritisieren Sie auch bei Parteispenden. Was müsste sich da ändern?

Reyher: *Großspender sind ja meist Unternehmen, die darauf ausgelegt sind, Gewinne zu machen. Wenn eine Firma Geld an eine Partei spendet, ist das aus der Unternehmenslogik nur zu rechtfertigen, wenn es dafür eine Gegenleistung gibt. Das darf bei einer Parteispende aber niemals der Fall sein, sonst bewegen wir uns im Bereich der Korruption. Durch ein Verbot wollen wir mögliche Interessenskonflikte von vorneherein ausschließen.*

? Ein komplettes Verbot dürfte kaum zu erreichen sein.

Reyher: *Uns geht es vor allem um Transparenz: Parteispenden sollten sehr viel früher veröffentlicht werden. Nur so kann man erkennen, ob eine Spende im Zusammenhang mit einer politischen Entscheidung steht. Ich erinnere nur an die Mövenpick-Parteispende an die FDP: Da gab es kurz darauf – angeblich zufällig – ein Gesetz, von dem der Spender profitierte.*

Röse: *Zurzeit müssen Parteispenden erst ab 50 000 Euro sofort veröffentlicht werden. Kleinere Beträge tauchen erst in den Rechenschaftsberichten auf – mitunter bis zu zwei Jahre später. Manche Firmen teilen ihre Spenden gezielt auf, um unter dieser Grenze zu bleiben.*

? Momentan verklagen Sie den Bundestag, damit der offenlegt, welche Lobbyisten einen Hausausweis haben.

Reyher: *Im Bundestag gehen rund 1 000 Lobbyisten ein und aus – mit einem von den Fraktionen bewilligten Hausausweis. Aber niemand weiß, wer sie sind und für wen sie arbeiten. Deshalb haben wir die Fraktionen gefragt, welche Lobbyisten sie in den Bundestag lassen. Bei Grünen und Linkspartei sind das meist Gewerkschaften und Umweltverbände. Die Regierungsfraktionen weigern sich aber, ihre Lobbyisten zu nennen. Deshalb verklagen wir jetzt die Bundestagsverwaltung auf Herausgabe der Namen.*

? Was wäre eine Wunschvorstellung für abgeordnetenwatch.de in zehn Jahren?

Reyher: *Wir wünschen uns natürlich, dass es das Portal dann gar nicht mehr braucht. Weil wir dazu beigetragen haben, dass es in den Parlamenten keine Missstände mehr gibt und im Bundestag nur noch Politiker sitzen, die bürgernah sind und keinen Nebentätigkeiten mehr nachgehen – dass wir uns also überflüssig gemacht haben.*

? Und realistischerweise?

Reyher: *Ich glaube nicht, dass es in zehn Jahren so weit kommen wird. Die Beharrungskräfte in der Politik sind groß. Da liegt noch viel Arbeit vor uns.* ◘

OnGood™

Vom Betreiber der
.ORG Domainnamen

Validierter Domainname für NGOs

Eintrag in das OnGood Verzeichnis
mit eigener Profilseite

Spendensammeln

Mehr Vertrauen durch Glaubwürdigkeit

GlobalNGO.org

Your
Public Interest
Registry™

Viele Daten ohne Analyse

Spendenorganisationen sind noch nicht bereit für Big Data

Big Data: Dieser Begriff geistert durch die Medienwelt. Er begeistert Data-Mining-Experten und verschreckt Verbraucher. Doch was ist mit den Spendenorganisationen, die ihre Datenbank als das Herz des Fundraising betrachten? Wo stehen sie eigentlich bei dem Thema?

Von MATTHIAS DABERSTIEL

„Im Database-Fundraising befinden sich viele Spendenorganisationen noch immer in der Steinzeit", sagt ein profunder Kenner der Szene: Hans Josef Hönig, der das Fundraising des Malteser Hilfsdienstes e.V. in Köln leitet und schon an der Entwicklung des ersten Werbecodes (siehe Infokasten) beteiligt war. Er kritisiert dabei besonders, dass viele Spendenorganisationen ihre Daten noch zu wenig analysieren und daraus die nötigen Schlüsse für eine zielgruppengerechte Ansprache ziehen. „Technisch wären wir in der Lage, Spendenwahrscheinlichkeiten zu ermitteln", heutzutage werden jedoch die Daten vorwiegend noch mit der RFM-Methode (Infokasten) analysiert. Diese berücksichtigt weder Interessen, Motive, Lebensphase noch Alter. Würde man diese Kriterien berücksichtigen, könnten Zielgruppen viel differenzierter angesprochen werden.

DATENBANKSTRUKTUREN ÄNDERN

„Die Zukunft liegt beim Einsatz von Datamining-Tools, etwa neuronaler Netze und künstlicher Intelligenz. Das macht im gemeinnützigen Bereich niemand. Unternehmen setzen das aber schon ein. Durch den Einsatz dieser Tools werden Spender weniger häufig, dafür aber konkreter angeschrieben. Tools gibt es dafür schon lange. Es fehlen jedoch die erforderlichen Datenbank-Strukturen.

Im digitalen Zeitalter fallen mittlerweile extrem viele Daten an. Zum Beispiel erhält die Non-Profit-Organisation (NPO) heute schon die IP-Adresse eines Smartphones, wenn der Spender seine Patenschaft online und per Handy abschließt. Diese Daten können sinnvoll eingesetzt werden. Theoretisch könnte beim nächsten Besuch auf der Website der Organisation in Echtzeit eine individuelle Ansprache erfolgen, zum Beispiel mit dem Hinweis, das Spendenprojekt virtuell zu besuchen. Für Hönig ist das noch große Zukunftsmusik. Er empfiehlt, lieber einfache Fehler abzustellen. Beispielsweise: „Man gewinnt den Spender online und schreibt ihn dann per Print an. Das funktioniert nicht!"

VERHALTEN VORAUSBERECHNEN

Auch mit den vorhandenen Daten ist heute schon viel möglich. Dazu gehört zum Beispiel auch, Spender, die ihre Lastschrift oder Patenschaft kündigen wollen, rechtzeitig zu erkennen und vorher anzusprechen. Für Andreas Kensik Alltag. Der selbstständige Datenanalyst bietet genau das an. Für ihn liegt die Spannung darin, den Wert von Spendern im Voraus zu berechnen. „Modernes Database-Fundraising kann den Lifetime-Value des Spenders voraussagen." Er analysiert zum Beispiel, über welchen Kanal Spender gewonnen werden und schätzt dann mit einem Analyse-Tool anhand der in der Datenbank vorhandenen Erfahrungen mit ähnlichen Spendergruppen die Haltbarkeit und die Folgekommunikationskosten ab. „Das ist nichts Exotisches. Dafür nutzen wir die Kontakt- und Buchungshistorie der Spender."

DATENBASIS VERBESSERN

Für Kensik hat Big Data zwei Aspekte. „Erstens geht es um das steigende Volumen an Daten und die Anzahl der Quellen und zweitens um die Schnelligkeit der Analyse. Das ist technisch kein Problem, aber man muss die Selektion für das nächste Spendenmailing auch dem Analysetool überlassen." Er empfiehlt deshalb, die Spendenprojekte stärker nach ihren Themen zu beschreiben. Etwa indem Peer-Groups aus Mitarbeitern und Spendern Schlagwörter definieren, die inhaltlich für dieses Projekt stehen. „So generieren Spendenorganisationen selbst Daten, die für eine spätere Analyse entscheidend sein können, denn kein Projekt gleicht dem anderen. Die Schlagwörter decken aber

Werbecode

Ein Werbe- oder Mediacode wird von der Spendenorganisation bestimmten Zielgruppensegmenten und Kommunikationskanälen zugeteilt, die bei einer Spenden-Aktion eingesetzt werden. Über diese Ziffernfolge kann dann ein Zahlungseingang automatisch den richtigen Spendern (über eine ID-Nummer), der richtigen Spendenkampagne und dem richtigen Verwendungszweck eindeutig zugeordnet werden. Dies erspart eine kostenaufwendige manuelle Bearbeitung und ermöglicht statistische Auswertungen.

RFM-Methode

RFM berechnet die Erfolgswahrscheinlichkeit, dass Fundraising-Aktionen einen hohen Return on Investment (ROI) erwirtschaften, anhand von drei Kriterien

R = Recency: je kürzer das Datum der letzten Spende zurückliegt

F = Frequency: je höher die Spendenfrequenz im Jahr ist

M = Monetary Value: je größer der Geldwert der (letzten) Spende ist

Affinitäten der Spender auf und führen so zu einer viel genaueren Zielgruppenselektion." Um die Zielgruppen noch besser einzuschätzen und damit auch die Kosten durch den Wegfall ungeeigneter Adressaten zu reduzieren, empfiehlt Datenanalyst Kensik, lieber zunächst in die eigenen Daten zu investieren und keine zusätzlichen Daten von externen Dienstleistern einzukaufen.

Greenpeace Deutschland macht das gerade und baut ein eigenes Spender-Panel mit 2 000 Personen auf. So sollen Veränderungen im Spendenverhalten durch bis zu zwölf Befragungen pro Jahr erfasst und die Spenderwünsche bereits in die Planung von Projekten einbezogen werden. Gleichzeitig liefert das Panel auch Spendertypen, was die Zielgruppenselektion vereinfacht.

BEFRAGUNGEN STARTEN

Ein Kopf hinter diesem Projekt ist Tom Neukirchen, Spezialist für Spenderbefragungen aus Hamburg. Er hat auch mit einzelnen Online-Befragungen bereits gute Erfahrungen gemacht, um die Spenderdaten anzureichern und Interessengebiete zu identifizieren. „Manche Menschen spenden zum Beispiel nur für bestimmte Länder, das kann man mit RFM gar nicht erfassen." Auch er sieht beim Thema Big Data noch Nachholbedarf. „Big Data setzt Big Technik voraus und das heißt auch Big Investitionen." Damit bleiben wohl viele Spendenorganisationen erst mal nur interessierte Beobachter.

GRÜN SOFTWARE AG

Webbasierte Branchenlösung für Spendenorganisationen

Im Handumdrehen Spendenaktionen starten

GRÜN Software AG | Augustastraße 78 | 52070 Aachen | Tel 0241 18 900 www.gruen.net

Sind meine Spenderdaten sicher?

Informationssicherheit ist eine Herausforderung für Spendenorganisationen

Auch Spendenorganisationen müssen sich mit Informationssicherheit befassen. Die Intensivierung des Wettbewerbs um neue Spender, die gezielte Spenderansprache durch Nutzung neuer Vertriebswege, zum Beispiel Social Media, und die verstärkte Zusammenarbeit mit Dienstleistern erfordern ein neues Sicherheitsbewusstsein in den Organisationen.

Von ERWIN RECKTENWALD

Persönliche Spenderdaten stellen ein besonders schützenswertes Know-how und Wirtschaftsgut dar und müssen vor Missbrauch und Diebstahl besonders geschützt werden. Wenn Spenderdaten durch gezielte Attacken in die Öffentlichkeit gelangen, kann dies zu einem existenzgefährdenden Reputationsverlust der Spendenorganisationen führen. Die Leitungsebenen der Organisationen müssen sich über die Risiken und Gefahrenpotenziale im Klaren sein, denn sie stehen in diesem Zusammenhang in einer besonderen persönlichen Verantwortung. Vorsorge ist wichtig und erfordert die Etablierung einer Sicherheitskultur in den Unternehmen.

KRITISCH: FAKTOR MENSCH

Die Medien berichten fast täglich über Cyberattacken im Internet und messen dieser Bedrohung die größte Bedeutung bei. In der Praxis setzt sich aber immer stärker die Erkenntnis durch, dass der Mensch in seiner emotionalen Verhaltensweise die größte Schwachstelle darstellt.

Die Beachtung des Datenschutzes und der Datensicherheit ist eine zentrale Herausforderung unserer Zeit und ein besonderes gesellschaftliches Anliegen. Der Datenschutz hat die Aufgabe, die Verarbeitung und den Umgang mit personenbezogenen Daten gesetzeskonform (Bundesdatenschutzgesetz, BDSG) zu gewährleisten. Hierbei ist zu beachten, dass jede Person das Recht hat, selbst über die Freigabe und Verwendung ihrer persönlichen Daten zu entscheiden und zu jeder Zeit Auskunft über die Verarbeitung ihrer Daten einholen kann. Dies muss bei der Gestaltung und Abwicklung der internen und externen Geschäftsprozesse beachtet werden.

DATENSICHERHEIT ALS WETTBEWERBSVORTEIL

Die Gewährleistung der Datensicherheit stellt einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil und Differenzierungsfaktor dar, etwa bei der Gestaltung einer vertrauensvollen Zusammenarbeit mit Spendern und Dienstleistern. Außerdem wird hierüber das Image einer Organisation in der Öffentlichkeit wesentlich bestimmt.

Spendenorganisationen sollten über ein angemessenes Sicherheitsniveau verfügen, um einen Datenverlust, eine Datenmanipulation oder die Weitergabe von Daten an Dritte zu verhindern. Folgende Lösungsansätze stehen NPOs für mehr Datensicherheit zur Verfügung: Aufbau und Implementierung eines „Integrierten Sicherheitsmanagements“, zum Beispiel nach dem Standard ISIS 12 für kleine und mittelständische Unternehmen.

Gestaltung und Durchführung von Awareness-Kampagnen und Schulungen zur Sensibilisierung der Beschäftigten, Etablierung von technischen Sicherheitsmaßnahmen zur Gewährleistung eines

angemessenen Basisschutzes (z. B. Virenschutz, Software-Updates, Verschlüsselung) und die Durchführung von Kontrollmaßnahmen (z. B. Audits) bei Dienstleistern.

Empfehlenswert für die Gestaltung und Implementierung von Sicherheitsmaßnahmen ist der neutrale Blick von „außen". Dabei sollte man auf Experten mit Erfahrung in konkreten Sicherheitsvorfällen bauen.

MITVERANTWORTUNG FÜR DIENSTLEISTER

Überträgt man Daten an Dienstleister, gilt nicht das Prinzip „aus den Augen aus dem Sinn". Die Organisation trägt immer eine Mitverantwortung für die Gestaltung der Sicherheit bei den eingebundenen Unternehmen und kann im Schadensfall haftbar gemacht werden. Klare vertragliche Vereinbarungen zum Schutz der Unternehmensinformationen und der persönlichen Daten der Spender müssen geschlossen werden.

Die Spender vertrauen den Spendenorganisationen sensible persönliche Daten an. Dieses Vertrauen müssen die Unternehmen durch sichere Prozesse und technische Sicherheitsmaßnahmen in der Verarbeitung und Speicherung der Daten erfüllen. Folgende Maßnahmen sind hier empfehlenswert: gewissenhafte Auswahl der Dienstleister auf Basis eines Checks der Vertrauenswürdigkeit und Leistungsfähigkeit, regelmäßiger Informationsaustausch und Festlegung von Qualitäts- und Sicherheitslevels (SLAs), Abschluss spezieller vertraglicher Vereinbarungen zu Datenschutz (z. B. Auftragsdatenverarbeitung) und Datensicherheit (z. B. Datenlöschung) sowie Aufsicht und Kontrolle der Dienstleister durch Audits und Sicherheitschecks.

Die Gewährleistung der Sicherheit muss nicht mit hohen Kosten und Investitionen verbunden sein. Eine an den Geschäftsanforderungen ausgerichtete integrierte Planung der Sicherheitsmaßnahmen und ein balancierter Ressourceneinsatz stellen die notwendige Basis für eine effiziente Umsetzung der Maßnahmen in der betrieblichen Praxis dar.

Erwin Recktenwald *ist Management Consultant und Partner von biners – business information security auf dem Gebiet der Geschäftsinformationssicherheit. Er war über viele Jahre in leitenden Funktionen der Deutschen Telekom AG als Geschäftsleiter und Senior Vice President auf nationaler und internationaler Ebene tätig. Sein Beratungsunternehmen erarbeitete gerade gemeinsam mit der ENTERBRAIN Software AG eine neue Sicherheitsstrategie für Spenderdaten.*
► www.enterbrain.ag

Adressen – Daten für Taten

Fünf Dinge, die eine Spenden-Aktion torpedieren können

Toller Spendenbrief, durchdachte Strategie, perfekter Zeitpunkt und trotzdem keine Spende? Leider wurde die falsche Adresse angeschrieben. Experten schätzen den Erfolgsanteil der Adresse für eine Spendenaktion auf 40 bis 60 Prozent und warnen davor, zu wenig in Adresspflege zu investieren.

Von PASCAL THEUERKAUF

Es gibt viele Dinge, die bei der Verarbeitung von Adressen schiefgehen können. So lud die Frauenkirche Dresden zu ihrer Weihe durch eine falsche Selektion alle Großspender aus und alle anderen Förderer ein. Sehr peinlich und am Ende teuer. Oft sind es nur kleine Dinge, die eine große Wirkung haben. Hier sind fünf Fehler, die Sie bei der Planung einer Aktion mit Spenderadressen vermeiden sollten:

DOPPELT HÄLT NICHT BESSER

Dubletten sind ein Problem aller Datenbanken. Moderne Datenbanken verfügen deshalb über eine Dublettenprüfung. Aber auch im aktuellen Excel können doppelte Einträge durch farbliche Unterlegung schneller gefunden werden. Insbesondere bei der Mischung von eigenen Adressen mit Fremdadressen von Adress- oder Listbrokern kommt es zu Doppelaussendungen. Schnell setzt man sich dem Vorwurf der Verschwendung aus. Eine Datenprüfung vorab kann das verhindern.

VERSCHWUNDENE NULL

„Laufzeitverlängerung wegen falscher/unvollständiger Anschrift." Diesen Stempel will keiner auf dem Spendenbrief lesen und doch passiert es. Besonders gern im deutschen Postleitzahlgebiet Null. Denn die „0" fällt bei der Datenverarbeitung und -übermittlung mit Excel und Co. gern mal weg. Aber auch Hausnummern oder ganze Straßen verschwinden versehentlich. Die Vollständigkeit der Daten ist allerdings sehr einfach zu prüfen. Das sollte jedoch vor der Aussendung geschehen. Dienstleister, wie die Deutsche und die Österreichische Post bieten online an, Adressen vorab kostenlos zu testen. Nach dem vorliegenden Testergebnis kann besser entschieden werden, ob ein Adressabgleich nötig ist. Die Schweizer Post verlangt für diesen Service 500 Schweizer Franken.

UNBEKANNT VERZOGEN

Deutsche Adressen ändern sich jedes Jahr durch etwa acht Millionen Umzüge und 840 000 Sterbefälle. Viele der jährlich 370 000 Hochzeiten und 190 000 Scheidungen sind mit Namensänderungen verbunden. Hinzu kommen jährlich tausende Änderungen bei Straßennamen, Postleitzahlen und Orten. Ein Dilemma. Post und auch private Dienstleister können aber helfen und führen kostenpflichtige Adressabgleiche durch. Sie reichern Adressen auch an, ersetzen etwa fehlende Angaben. Trotzdem sollten Organisationen auf einen Beschwerdeanruf wegen des gerade verstorbenen Opas vorbereitet sein.

POST RETOURE

Was für eine Geldverschwendung! So viel Post landet retoure im Büro! Doch diese Rückläufer sind meist ihr Geld wert. Denn sie geben Hinweise auf die richtige Adresse oder zeigen Adressveränderungen an. Auch hier übernimmt die jeweilige nationale Post das Retourenmanagement für die NGOs. Allerdings lohnt sich das nur bei großen Auflagen. Mit seiner Schnittstelle zu über 5 000 Einwohnermeldeämtern in

Deutschland bietet der Adressermittlungs-Service „Adress Research“ beispielsweise schnelle Ergebnisse. Kleineren Organisationen empfiehlt sich hier, Ehrenamtliche mit der Recherche zu betrauen. Denn einen umgezogenen Spender zu recherchieren, kostet weniger, als einen neuen zu gewinnen.

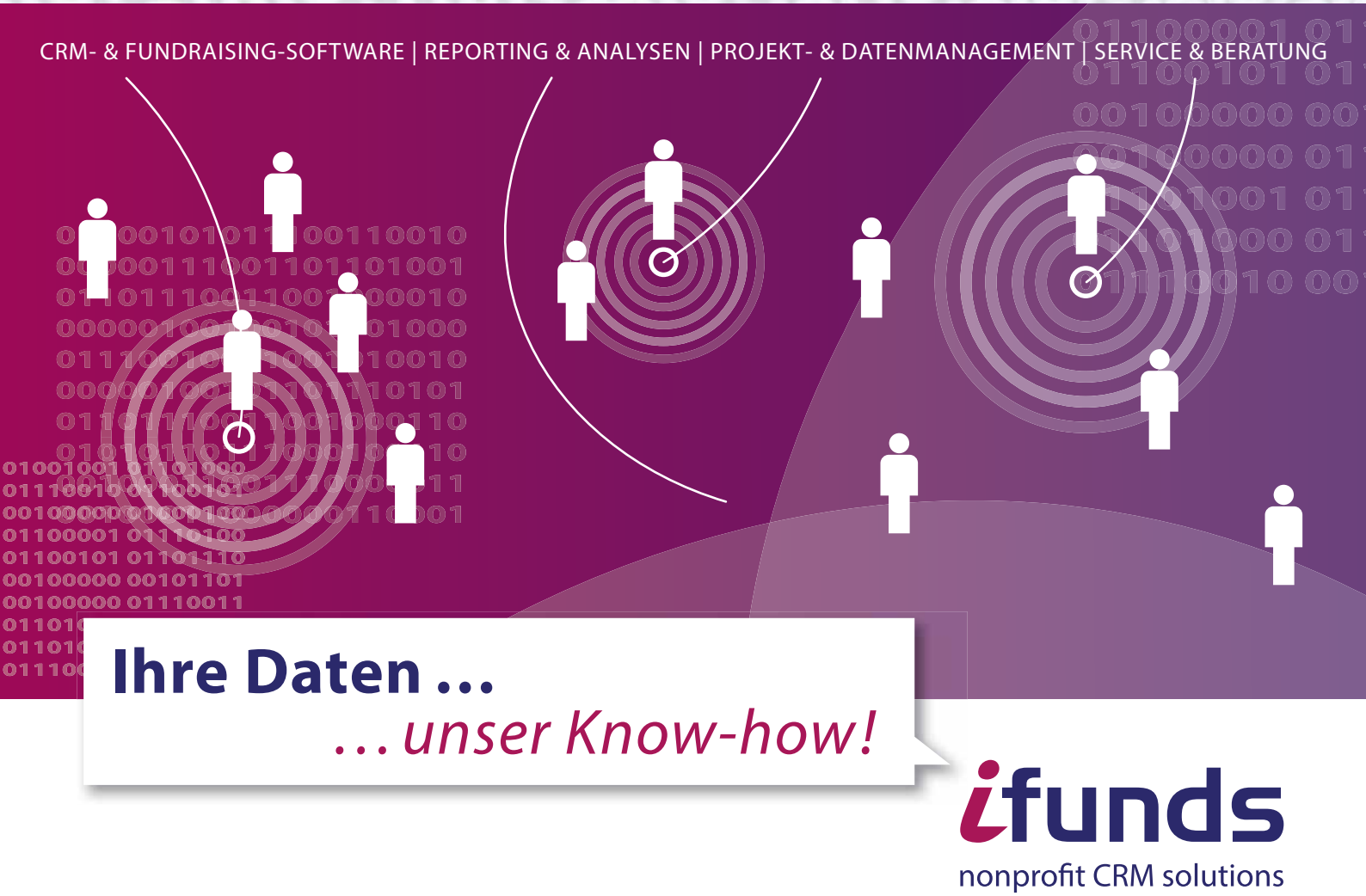
FALSCHE ZIELGRUPPE

Was verbindet den Leser einer Kreuzworträtsel-Zeitschrift mit dem Spender meiner Organisation? Diese Frage stellen sich beispielsweise Organisationen, die Adressen mieten, um sie für die Neuspendergewinnung zu nutzen. Adress- und Listbroker bieten tausende von Möglichkeiten. Doch welche Liste ist die richtige? Die Faustregel lautet: Je mehr ich über meine Spender weiß, desto genauer und besser die Adressauswahl. Denn das Profil der eigenen Spender ist entscheidend – sozusagen die Blaupause für die Adressanmietung. Adressprofis wie die Firma „AZ fundraising services“ suchen nach einer Spenderstrukturanalyse der NGO gezielt in einer Datenbank mit etwa 70 Millionen Adressen nach Haushalten, die ein ähnliches Verhalten aufweisen. Dieses Adresspotenzial kann dann für eine einmalige Aktion wie einen Spendenbrief angemietet werden.

Kleineren Organisationen ist zu empfehlen, ihre eigene Spenderbasis als Ausgangspunkt für neue Spender zu nehmen. So können Mitglieder Spendenflyer oder-briefe in ihrem Umfeld verteilen. Auf Events kann um die Adresse für die Zusendung eines Newsletters und weiterer Informationen gebeten werden. Auch die Website ist ein guter Ort, um nach Namen und E-Mail-Adressen zu fragen, um in Kontakt zu bleiben und um die Beziehung später zu vertiefen. Datensparsamkeit ist dabei in der heutigen Zeit eher die Regel, und lange Formulare mit Angaben bis hin zum Geburtstag sind out. Lernen Sie sich erst mal kennen. Beim ersten Date fragt auch niemand nach der Blutgruppe!

Diese Fragen stellen Sie an Adressbroker

Pflege: Werden Änderungen laufend eingepflegt, wird die Liste aktualisiert?
Einsatzhäufigkeit: Wann wurde diese Liste das letzte Mal eingesetzt? Wie oft wurde sie im letzten Jahr eingesetzt?
Kosten: Welche Kosten entstehen zusätzlich für Selektion, Abgleich mit Umzugsdatenbanken, Dublettenprüfung, Versand, Retouren(-rückerstattung)?



Wofür spendet eigentlich Frau Müller?

Spenderansprache: Von der Zielgruppe zur Zielperson

Als Fundraiser neigen wir häufig dazu, unsere Spender auf demografische Merkmale zu reduzieren. Dabei geraten jedoch die tatsächlichen Interessen unserer Unterstützer aus dem Blick. Um jedoch wirklich für unsere Ziele zu sensibilisieren, müssen wir uns stärker mit unseren individuellen Zielpersonen auseinandersetzen.

Von NINA NEEF und ANNIKA BREMEN

Die beige Ledercouch der Müllers war schon oft Bestandteil medialer Berichterstattung. Dabei sind die Müllers eigentlich eine ganz normale deutsche Durchschnittsfamilie. Trotzdem, oder gerade deshalb, möchten alle wissen, wie sie wohnen – denn die Müllers leben in „Deutschlands häufigstem Wohnzimmer", wie es der „Spiegel" einmal bezeichnete. Doch was haben wir als Fundraiser mit den Müllers zu tun?

Demografische Daten reichen in unserer individualisierten Gesellschaft nicht mehr zur zielgerichteten Ansprache aus. Haben wir in der Vergangenheit versucht, persönliche Interessen anhand von Alter, Geschlecht, Bildung oder Familienstand einzuschätzen, zielen moderne Marketingansätze mit der Analyse von Meinungen, Wünschen, Mediennutzung, Kaufverhalten etc. darauf ab, die Zielperson in ihrer Lebenswelt und -realität zu verstehen. Als Fundraiser können auch wir von diesem Ansatz profitieren, denn je genauer wir wissen, wer unsere Spender sind, umso genauer können wir unsere Kommunikation auf sie zuschneiden und Begehrlichkeiten wecken. Ein hilfreiches Werkzeug sind die sogenannten Sinus-Milieus. Sie fassen von Lebensweise und -auffassung ähnliche Menschen auf Basis grundlegender Werte, wie zum Beispiel sozialer Lage, in „Milieus" zusammen.

Grob können diese Milieus in drei Gruppen eingeteilt werden: die sozial Gehobenen, die Mitte sowie die untere Mitte/Unterschicht. Sie verfügen über konservative und moderne Milieus.

So stehen in den sozial gehobenen Schichten Konservativ-Etablierte mit Führungsanspruch und Standesbewusstsein nicht nur neben den Liberal-Intellektuellen und den effizienzorientierten Performern, sondern auch Seite an Seite mit den kreativen und avantgardistischen Entdeckern. In der Mitte finden sich der bürgerliche Mainstream und die zielstrebige und adaptiv-pragmatische Jugend neben sozialökologischen Konsumkritikern. Die untere Mitte umfasst die traditionelle, Sicherheit liebende Kriegs- und Nachkriegsgeneration, die Spaß- und Erlebnisorientierten, aber auch die sozial Benachteiligten.

Statt unsere Strategie also für „männliche Spender im Alter von 65" zu konzipieren, sollten wir uns stärker mit den Individuen dieser Milieus auseinandersetzen. Dabei geht es darum, sich die Zielperson, wie ein Drehbuchautor seine Figur, in möglichst vielen Einzelheiten vorzustellen, uns gedanklich unser eigenes „Müllersches Wohnzimmer" einzurichten. Geben Sie Ihrem Spender einen Namen und eine Geschichte. Eine emotionale Ansprache gelingt so leichter und zielgerichteter. Vergessen Sie jedoch nicht, Trends und neue Entwicklungen im Auge zu behalten – Auch die Müllers renovieren gerade ihr Wohnzimmer.

Nina Neef *ist Senior Marketing Managerin bei GRÜN spendino.*
▶ *www.gruen.net/spendino*

Annika Bremen *berät bei der giftGRÜN Digitalagentur GmbH ihre Kunden.*
▶ *www.giftgruen.com*

Beide stehen für eine kompetente Beratung zu Zielpersonen und erfolgreiche Fundraisingkonzepte.

the resource alliance ifc 2015

20 – 23 October 2015, The Netherlands

International Fundraising Congress

Established fundraising practices are being challenged by new, faster, and less complex ways of fundraising ...

- Hear from renowned speakers from around the world
- Network with leading thinkers from our sector and beyond
- Improve and transform your fundraising and leadership skills
- Get inspired by the latest trends and innovations
- Bring your fancy dress costume and get ready to socialise

As a subscriber of Fundraiser-Magazin, you can get a **£100 discount!** Register now at **resource-alliance.org/ifc/fundraiser-magazin**

Share experience.
Create change.

Zu viel d

Was bringt eine für Supermärkte zur

In Frankreich wird über die neue gesetzliche Verordnung gestritten, nach der auch Supermärkte mit einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m² dazu verpflichtet werden, überschüssige Lebensmittel karitativen Einrichtungen zu spenden. Im Raum D-A-CH bleiben wahrnehmbare Reaktionen darauf aus, da dieses Thema als geregelt betrachtet wird. Nur war es das in Frankreich ohne das neue Gesetz eigentlich auch schon.

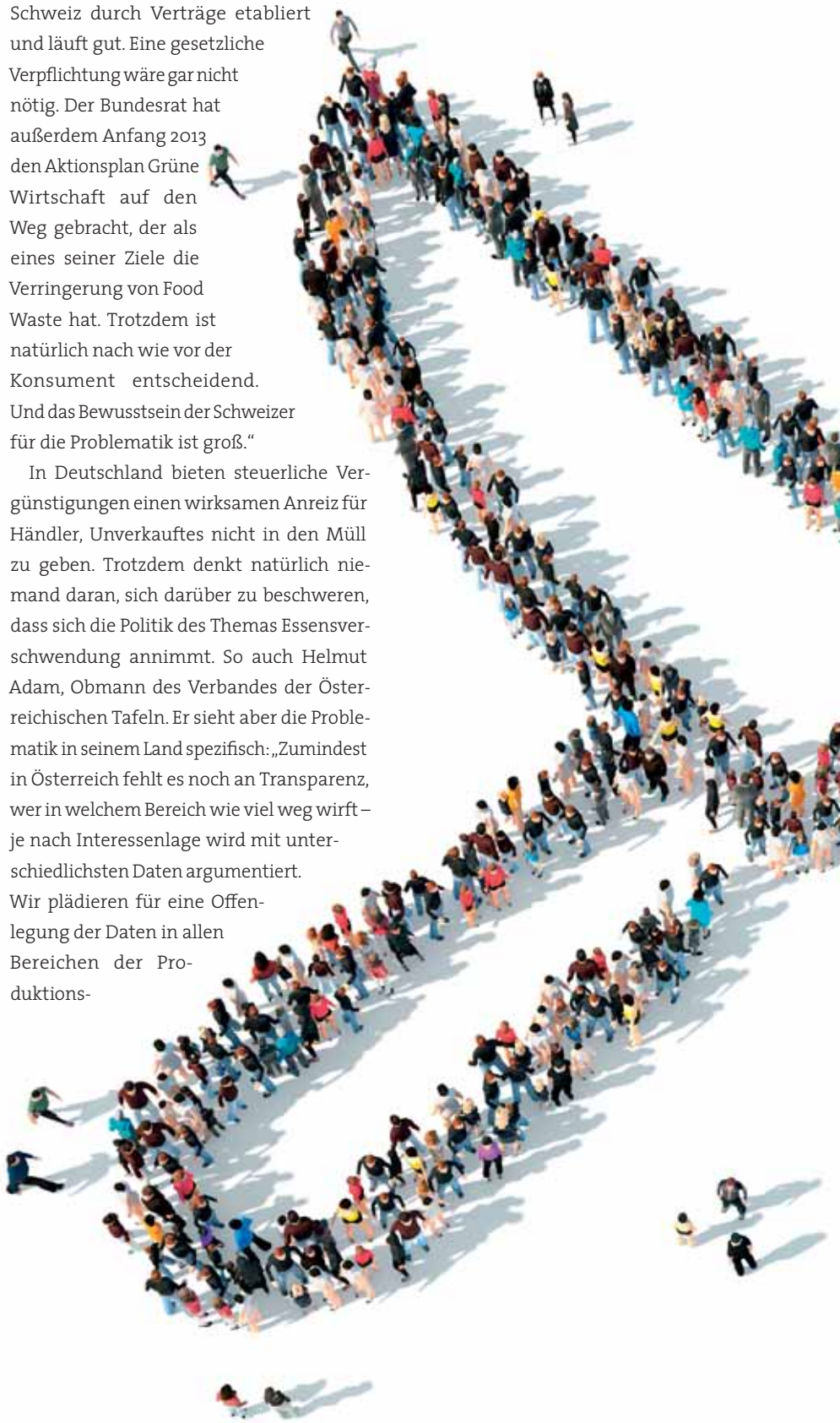
Von RICO STEHFEST

Lebensmittelverschwendung, auch Food Waste genannt, ist nicht nur ein wirtschaftliches, sondern auch stark moralisch aufgeladenes Problem. In Deutschland landen jährlich 11 Millionen Tonnen Lebensmittel im Müll. Das sind 235 Euro pro Verbraucher. Und das ist der Kern der Sache: Ein wirksamer Ansatz, dem entgegenzusteuern, müsste sinnvollerweise in den Haushalten gesucht werden. Anders gesagt: Der Konsument muss in die Verantwortung genommen werden.

In Frankreich greift ein neues Gesetz aber an anderer Stelle ein. Es sind die Supermärkte, die ihren Überschuss noch brauchbarer Lebensmittel nun spenden müssen. Alternativ ist die Verwendung als Futtermittel oder Kompost in der Landwirtschaft erlaubt. Dass sich Spenden empfangende Organisationen grundsätzlich erst einmal über ein Mehr an Lebensmitteln freuen, liegt auf der Hand. Problematisch wird es aber bereits im nächsten Schritt. Ein deutliches Plus an Lebensmittelspenden könnte nur durch eine Aufstockung in der Infrastruktur (Transporter, Kühlschränke, Personal) bewältigt werden. Über eine solche Finanzierung schweigt sich das französische Gesetz aber aus. Daniela Rondelli, Geschäftsführerin der Schweizer Tafel, ist genau diese Praktikabilität ein, wenn auch hypothetischer, Dorn im Auge: „Ich habe täglich 17,5 Tonnen gespendeter Lebensmittel zu verteilen. Wie sollte ich im Fall einer gesetzlichen Verpflichtung noch mehr unter die Leute bringen? Ich kann einfach nicht mehr abnehmen." Zumindest eben nicht bei gleichbleibender Grundausstattung.

Ein Gesetz wie in Frankreich scheint folglich nicht gänzlich zu Ende gedacht. Nicht nur deshalb winkt Rondelli bei dieser Diskussion ab: „Das Thema der Lebensmittelspende durch Supermärkte ist in der Schweiz durch Verträge etabliert und läuft gut. Eine gesetzliche Verpflichtung wäre gar nicht nötig. Der Bundesrat hat außerdem Anfang 2013 den Aktionsplan Grüne Wirtschaft auf den Weg gebracht, der als eines seiner Ziele die Verringerung von Food Waste hat. Trotzdem ist natürlich nach wie vor der Konsument entscheidend. Und das Bewusstsein der Schweizer für die Problematik ist groß."

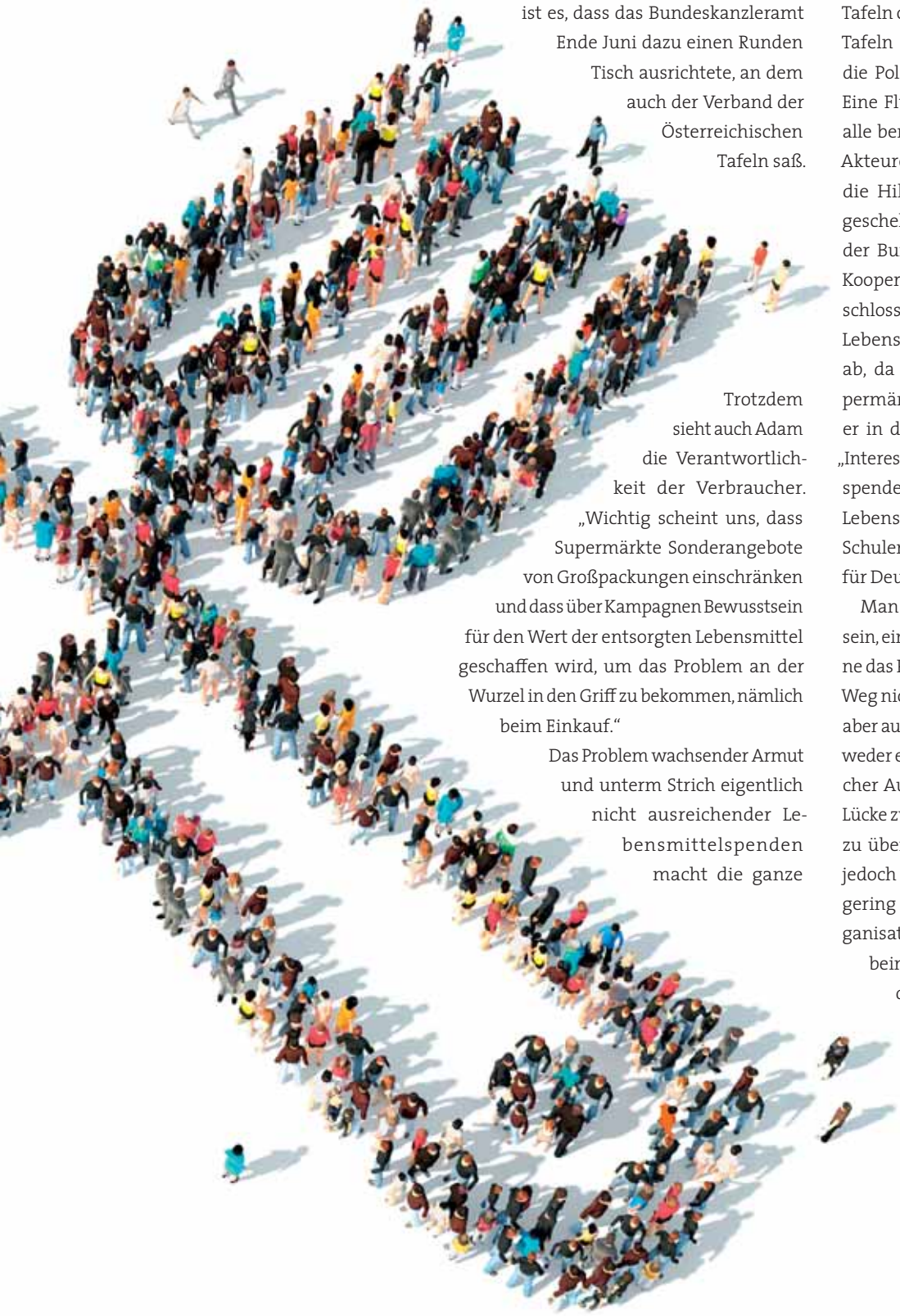
In Deutschland bieten steuerliche Vergünstigungen einen wirksamen Anreiz für Händler, Unverkauftes nicht in den Müll zu geben. Trotzdem denkt natürlich niemand daran, sich darüber zu beschweren, dass sich die Politik des Themas Essensverschwendung annimmt. So auch Helmut Adam, Obmann des Verbandes der Österreichischen Tafeln. Er sieht aber die Problematik in seinem Land spezifisch: „Zumindest in Österreich fehlt es noch an Transparenz, wer in welchem Bereich wie viel weg wirft – je nach Interessenlage wird mit unterschiedlichsten Daten argumentiert. Wir plädieren für eine Offenlegung der Daten in allen Bereichen der Produktions-



es Guten

gesetzliche Pflicht Lebensmittelspende?

und Vertriebskette. Eine gesetzliche Verpflichtung der Supermärkte, überschüssige Lebensmittel an karitative Organisationen zu spenden, ist so lange nicht zielführend, als diese nicht über ausreichende Ressourcen verfügen, alle Lebensmittel zu übernehmen und zu verteilen." Desto erfreulicher ist es, dass das Bundeskanzleramt Ende Juni dazu einen Runden Tisch ausrichtete, an dem auch der Verband der Österreichischen Tafeln saß.



Trotzdem sieht auch Adam die Verantwortlichkeit der Verbraucher. „Wichtig scheint uns, dass Supermärkte Sonderangebote von Großpackungen einschränken und dass über Kampagnen Bewusstsein für den Wert der entsorgten Lebensmittel geschaffen wird, um das Problem an der Wurzel in den Griff zu bekommen, nämlich beim Einkauf."

Das Problem wachsender Armut und unterm Strich eigentlich nicht ausreichender Lebensmittelspenden macht die ganze Sache aber zu einem zweischneidigen Schwert. Das weiß auch Jochen Brühl, Vorsitzender des Bundesverbandes Deutsche Tafel. Vor allem vor dem Hintergrund aktueller Flüchtlingsdebatten erhält das Thema deutliche Brisanz. „Selbstverständlich stehen Flüchtlingen die Türen der Tafeln offen. Flüchtlingsbetreuung bei den Tafeln darf aber nicht dazu führen, dass die Politik ihre Hände in den Schoß legt. Eine Flüchtlingspolitik mit Weitblick holt alle bereits in der Flüchtlingshilfe tätigen Akteure an einen Tisch und koordiniert die Hilfeleistung. Das ist bislang nicht geschehen." Nicht zuletzt deshalb hat sich der Bundesverband vor Kurzem zu einer Kooperation mit dem Foodsharing e. V. entschlossen. Eine gesetzliche Regelung zur Lebensmittelspende lehnt aber auch er ab, da die Zusammenarbeit mit den Supermärkten funktioniere. Positives sieht er in dem Vorstoß Frankreichs trotzdem: „Interessant am französischen Lebensmittelspendegesetz ist die Aufnahme des Faches Lebensmittelkunde in den Lehrplan der Schulen. Eine solche Initiative wäre auch für Deutschland begrüßenswert", so Brühl.

Man könnte also durchaus der Ansicht sein, eine Initiative wie die französische könne das Problem der Vergeudung auf diesem Weg nicht lösen. Die Tafeln allein sind dazu aber auch nicht in der Lage. Ihrer Arbeit liegt weder ein politischer noch ein gesellschaftlicher Auftrag zugrunde. Sie versuchen, die Lücke zwischen Überproduktion und Armut zu überbrücken. Armut zu bekämpfen ist jedoch nicht ihre Aufgabe. Entsprechend gering ist der Einflussbereich solcher Organisationen. Wie also weiter? Bleibt alles beim Alten? Oder könnte Deutschland doch irgendwann Nachahmer der französischen Vorlage werden? Die Bundesregierung sieht nach offiziellen Angaben auf diesem Gebiet keinen Handlungsbedarf, sondern setzt stattdessen auf Aufklärung und Beratung bei den Verbrauchern. Was ja aber eben nicht unbedingt bedeutet, dass zukünftig alles so bleibt.

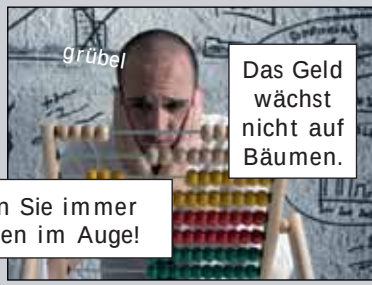
Soziales Langzeitcrowdfunding

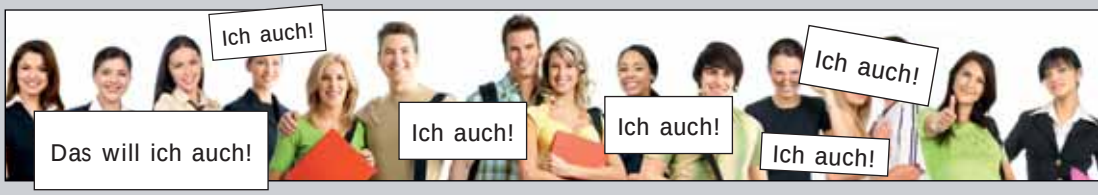
Anlässlich des Deutschen Fundraisingkongresses 2015 im Mai nutzte der Architekt Van Bo Le-Mentzel (Foto) im Rahmen seiner Keynote die Gelegenheit, für sein neuestes Projekt zu werben, das nun Anfang Juli gestartet ist. Die Idee dazu wurde quasi organisch aus Le-Mentzels Erfahrungen geboren. Er glaubt an die Machbarkeit eines bedingungslosen Grundeinkommens und hat bereits, mit deutlichem Erfolg, eine Crowdfunding-Kampagne für das erste demokratische Stipendium initiiert. Ganz klar: Die Notwendigkeit, Geld für das eigene Leben zu erarbeiten, nimmt er als Druck wahr, der so eigentlich nicht sein müsste. Auch das ist ein Aspekt, den Stipendien abfedern wollen. Jetzt will Le-Mentzel mit seinem Projekt „Hartz 5“ noch einen Schritt weitergehen und möglichst viele Menschen zusammenbringen, die einer ausgewählten Person genau diesen Druck nehmen, indem sie ihn oder sie mit einem minimalen monatlichen Betrag mindestens ein ganzes Jahr lang finanziell unterstützen. Bisschen unter die Arme greifen, sozusagen. Ein Team von Hartz 5-Unterstützern muss dabei aus mindestens fünf Begeisterten bestehen, die für den Auserwählten aus der Nachbarschaft oder dem Freundeskreis über die Aktionsplattform eine eigene Internetseite einrichten. Nimmt der zu Beschenkende die „Einladung“ an, muss er nur noch seine Kontoverbindung angeben. Von jedem „Stifter“ erhält er dann einen monatlichen Betrag, der zwischen einem und fünf Euro liegen kann. Mehr ist pro Person nicht möglich. Aber: Je mehr Leute im Boot, desto höher die gespendete Summe. Unnötig zu erwähnen, dass das Geld natürlich nicht rückzahlbar ist. Don’t work, be happy! Das ist im Übrigen ernst gemeint.

▶ *www.hartz-5.org*

Die aktuelle Foto-Love-Story:

Geteilte Freude ist doppelte Freude





Fotos: photocase.com: marshi, fotolia.com: Picture-Factory, alphaspirit, Kurhan, Aron Amat & iStock.com

Happy End auch in Ihrem Büro? www.orga-abo.fundraiser-magazin.de

Fundraiser magazin

Einrädriges Spendenmobil? Ein Hingucker, keine Frage. Ein Butler, formvollendet, in Livree, auf einem rollenden Dings. Und schon ist sie fertig, die aufmerksamkeitsstarke Aktion. Jörn Dreuw ist tatsächlich staatlich geprüfter Butler. Und er hat gerade ein bisschen Freizeit. Deshalb hat er beschlossen, auf einem Ninebot One, einer Art elektrischem Einrad, kreuz und quer durch Deutschland zu fahren und auf seiner Tour Spenden für die Erdbebenopfer von Nepal zu sammeln. Auf seinem Blog erfährt man, wo er gerade unterwegs ist und welchen Hilfsorganisationen die gesammelten Gelder zugutekommen.
▶ *www.spenden-butler.de*

Sozialverhalten made in Wien

Wer Gutes tut, soll belohnt werden. Zumindest auf der Plattform bgood. Dort kann man ganz einfach für ehrenamtliche Tätigkeiten eine Art Bonuspunkte sammeln und sie gegen verschiedene Produkte eintauschen. Außerdem erhalten die User praktische Tipps für eine nachhaltigere und sozialere Gestaltung des eigenen Lebens. „Ein Ziel ist es, vor allem mehr junge Menschen über bgood zu freiwilligem Engagement zu bewegen und dieses gleichzeitig auch für jeden Einzelnen attraktiver zu gestalten", sagen Christoph Hantschk und Philipp Wasshuber, die beiden Gründer der Plattform: „Wir möchten eine möglichst interaktive Verbindung zu unseren Usern aufbauen und diese auch an der Entwicklung der Plattform teilhaben lassen." Die Aufgaben auf der Seite werden gemeinsam mit NGO-Partnern aufgestellt. In Zukunft sollen sie durch die Unterstützung der User überarbeitet und erweitert werden. Ein Konzept, mit dem es bgood im Mai geschafft hat, im Social Innovation Tournament des European Investment Bank Institute 342 Kontrahenten aus ganz Europa gegen die Wand zu spielen und den Social Impact Award zu gewinnen.
▶ *www.bgood.at*

Abgefahrene Hilfe

Um es gleich zu sagen: Es ist eine Harley Davidson Street Bob. Aber kein Teil von der Stange. Customized! Hätten Sie gern? Können Sie haben. Mit ein bisschen Glück, sollte man dazu sagen. Die DRK-Kinderklinik Siegen ächzt, wie so viele Krankenhäuser, unter knappen Mitteln. Um sich selbst zu helfen, kam Arnd Dickel, Referent für Öffentlichkeitsarbeit der Klinik und, selbstredend, passionierter Motorradfahrer, auf eine Spendenaktion, bei der unter allen Spendern mittlerweile schon zum zweiten Mal ein Traum auf zwei Rädern verlost wird. Seit 2013 wurden so bereits mehr als 100 000 Euro für die Klinik gesammelt. Der Gewinner wird im Rahmen eines Benefiz-Konzerts von Boss Hoss am 1. August in Hamminkeln ausgelost.
▶ *www.spendenaktion-motorrad.de*

Schön und gut: Terre des hommes Deutschland hat gemeinsam mit dem Künstler Volker-Johannes Trieb mehrere Prominente gebeten, Hoffnung zu pflanzen, indem sie insgesamt 50 Taschen mit Blumen bestücken. Die gesammelten Werke werden auf der Spiralinsel von Schloss Ippenburg bei Osnabrück in einer riesigen Regalinstallation ausgestellt und beim Ippenburger Herbstfestival am 20. September versteigert. Die Erlöse kommen dem Hilfsprojekt von terre des hommes für syrische Flüchtlinge im Nordirak zugute.

▶ *www.bag2peace.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

Kurzinfos +++

Granny als Nanny

Ein weiteres Vermittlungsportal will dafür sorgen, dass Senioren nicht auf dem sozialen Abstellgleis landen. „Granny als Nanny" wendet sich speziell an Frauen jenseits der 50. Die Vermittelten fungieren aber nicht unbedingt nur als Leih-Großmütter. Auch die Rolle als Gesellschafterin oder einfach der guten Seele, die auf das Haus aufpasst, ist möglich. Hinter der Idee steckt Michaela Hansen aus Hamburg, die bereits mit der Seite „Granny Aupair" erfolgreich Seniorinnen als Betreuerinnen mit Kindern in aller Welt zusammenbringt.

▶ *www.granny-als-nanny.de*

Wasser für Wasser

Wer in Schweizer Restaurants ein Glas Leitungswasser ordert, zahlt dafür. Das muss aber nicht zu Stirnrunzeln führen. In Basel schon gar nicht. Oder in Bern. Dort schließen sich nämlich immer mehr Restaurants der Initiative „Wasser für Wasser" an. Wer dort Leitungswasser trinkt, der spendet damit automatisch einen festen Betrag für die Trinkwasser- und Ausbildungsprojekte des Vereins „Wasser für Wasser" in Lusaka, der Hauptstadt Gambias. Auf seiner Homepage vermittelt der Verein zudem globales Wasserwissen.

▶ *www.wasserfuerwasser.ch*

Bei Blutspende: SMS

Der Bedarf an Blutspenden bleibt hoch, die allgemeine Spendenbereitschaft sieht allerdings weniger rosig aus. Auch in Schweden nicht. Deshalb versucht das dortige Gesundheitsministerium eine besondere Art der Transparenz: Wer beim Blutspenden seine Handynummer angibt, bekommt im Fall, dass seine Blutkonserve tatsächlich eingesetzt wird, eine SMS. Anders gesagt: Man bekommt es schriftlich, dass man Gutes getan hat. Außerdem wird der Bestand an Blutkonserven regelmäßig veröffentlicht. So soll ein sichtbar sinkender Bestand zum Spenden motivieren.

Der Apfelbaum wächst weiter

Die Legate-Initiative „Mein Erbe tut Gutes – Das Prinzip Apfelbaum" geht nach zwei erfolgreichen Jahren in die Verlängerung. Nachdem sich mittlerweile 19 Organisationen der Initiative angeschlossen haben, mit der für die Möglichkeit gemeinnützigen Vererbens geworben wird, haben nun interessierte Organisationen für drei weitere Jahre die Gelegenheit, sich mit unter dieses Dach zu begeben und entsprechende Potenziale im Fundraising-Mix zu nutzen. Laut GfK ist jeder zehnte Deutsche über 60 Jahre dazu bereit, mit seinem Erbe gemeinnütziges Wirken zu unterstützen.

▶ *www.mein-erbe-tut-gutes.de*

Crowdfunding für Dich

Die dänische Plattform Caremaker vereint Projekte aus ganz Europa. Auch deutschen Crowdfunding-Projekten steht die Plattform offen. Das Besondere ist hier, dass bei den einzelnen Projekten nicht Vereine oder Organisationen im Vordergrund stehen, sondern ganz konkret Einzelpersonen geholfen werden soll, von privat zu privat. Das bedeutet, dass die Inhalte auch ganz unterschiedlich ausfallen können und es praktisch keine Beschränkungen gibt.

▶ *www.caremaker.com*

Papa, liest du mir noch was vor?

Die Stiftung Lesen startet in Sachsen das Projekt „Mein Papa liest vor!" und will damit die familiäre Vorlesekultur bei den Mitarbeitern beteiligter Unternehmen fördern. Väter werden dort „abgeholt", wo sie sich aufhalten – am Arbeitsplatz: Über das Intranet ihres Arbeitgebers erhalten die Papas wöchentlich von der Stiftung Lesen eine Geschichte, die sie einfach und kostenlos herunterladen und mit nach Hause nehmen können.

▶ *www.stiftunglesen.de*

Europaweites Naturschutz-Bündnis

Als Antwort auf die Pläne von EU-Kommissionspräsident Jean-Claude Juncker, das europäische Naturschutzrecht zu verändern, haben fast 90 Nichtregierungsorganisationen aus allen 28 EU-Mitgliedstaaten eine Kampagne zum Erhalt der EU-Vogelschutz- und Fauna-Flora-Habitat (FFH)-Richtlinie gestartet. Die Umweltverbände befürchten eine massive Lockerung der Vorschriften zum Schutz von Arten, Lebensräumen und Schutzgebieten. Unter dem Motto „Nature Alert" rufen die Beteiligten alle Bürger dazu auf, sich über die Internetseite www.naturealert.eu an einer europaweiten Befragung der EU-Kommission zur Zukunft der beiden EU-Naturschutzrichtlinien zu beteiligen.

▶ *www.naturealert.eu*

Gewalt im Alter

Die meisten von uns wollen alt werden, aber niemand will es sein. Angst vor Gebrechlichkeit, vor dem Verlust der Eigenständigkeit, Horrorszenarien über ein mögliches Dahinvegetieren in einem schlecht geführten Altenpflegeheim. Es gibt viele Gründe für Unsicherheit. Angst vor Gewalt fällt einem dabei aber wohl nicht gleich als Erstes ein. Dabei ist das ein durchaus reales Problem. Die Pflege eines älteren Menschen stellt eine sowohl psychische wie auch körperliche Belastung dar. Und Gewalt kennt viele Formen. Sie kann auch von Pflegebedürftigen selbst ausgehen, wenn beispielsweise ein Fall von Altersdemenz vorliegt. Wie mit den unterschiedlichen Gefahrenpotenzialen von Gewalt im Alter umgegangen werden kann, zeigt jetzt ein italienisch-österreichisches Online-Portal, das sich speziell an professionelle Pflegekräfte und pflegende Angehörige wendet. Die Inhalte reichen vom richtigen Erkennen von Gewalt über rechtliche Grundlagen bis zu einer Liste von Beratungsstellen.

▶ *www.gewaltimalter.eu*

HIV auf die Hand. „Brechen Sie das Siegel und helfen Sie das Stigma zu brechen." Mit diesem Slogan hat das Wiener Magazin Vangardist seinen Lesern die Sache in die Hand gegeben. HIV ist zwar nur noch selten in den Medien, steckt aber in der Mai-Ausgabe des Vangardist in jedem Wort. Neben der regulären Auflage von 15 000 Magazinen wurden nämlich 3 000 Stück mit dem Blut von HIV-Positiven gedruckt. Entwickelt wurde „The Positive Issue" gemeinsam mit der Agentur Saatchi & Saatchi. 2 500 Magazine wurden online verkauft und 500 Exemplare vorerst zur Spendenwerbung für Aids-Hilfe-Projekte zurückgehalten. Saatchi & Saatchi wurde für diese Kampagne beim Cannes Lions Festival mit gleich fünf Löwen ausgezeichnet.

▶ *www.hivheroes.org*

Schnell, unbürokratisch, konkret

Robin Good hilft Familien in Bonn und der Region

Die beiden Wohlfahrtsverbände Caritas und Diakonisches Werk in Bonn bemühen sich um schnelle und unbürokratische Hilfe für von Armut betroffene Familien. Vor allem Kinderarmut steht bei den Akteuren im Fokus. Mit Robin Good ist 2007 ein gemeinsamer Familienfond aufgelegt worden.

Von BIRGIT DONATH

Die Idee ist einfach: Wird bei der Beratung einer Schwangeren festgestellt, dass ein Kinderbett fehlt, kann die Beraterin für ihre Klientin einen Robin Good-Antrag stellen. Solange noch Geld im Topf ist und die Vergaberichtlinien beachtet wurden, wird der Antrag genehmigt. Die Klientin erhält einen Auszahlungsbeleg, mit dem sie sich das Geld bei Diakonie oder Caritas auszahlen lassen und das Kinderbett kaufen kann.

Gegründet wurde der Familienfonds 2007 aus der Not der Sozialberatungsstellen, für ihre Klienten schnelle Hilfe zu ermöglichen. So werden seit 2007 etwa 60 000 Euro Spenden jährlich eingeworben, die über verschiedene Sozialberatungsstellen unterschiedlichster Organisationen an Menschen in Not weitergegeben werden. 87 311 Euro an Hilfsgeldern wurden im vergangenen Jahr an Bedürftige ausgezahlt. Und zwar nicht nur über die Beratungsstellen von Diakonie und Caritas, sondern auch über weitere Hilfsorganisationen.

Das Fundraising für den Familienfonds betont die schnelle, unbürokratische und konkrete Hilfe vor Ort. Es gibt eine Internetseite, die von Diakonie und Caritas mit Inhalten gepflegt wird, und einen Flyer mit abtrennbarem Überweisungsträger in zwei Versionen, jeweils für Caritas und Diakonie.

Einmal im Jahr wird ein Jahresbericht auf zwei DIN A4 Seiten erstellt, gefalzt als Broschüre auf dem eigenen Drucker produziert (sehr kostengünstig). Der Jahresbericht zeigt auch mit vielen Bildern die Aktionen der Unterstützer und stellt konkrete Fälle vor, in denen Familien geholfen wurde. Natürlich enthält er auch einen Spendenaufruf. Durch die Unternehmenskooperation mit einer Bonner Internet-Agentur erhält Robin Good zurzeit ein neues Webdesign pro bono.

Robin Good veranstaltet regelmäßig öffentlichkeitswirksame Aktionen, wie beispielsweise die „Starthilfe", bei der Kindern aus Bonn zum Start in das Schulleben hochwertige Schultaschen zur Verfügung gestellt werden. Diese Aktion erreicht große Aufmerksamkeit in den regionalen Medien. Zusammen mit einem Kölner Hersteller von Schultaschen überreicht Robin Good 300 Schulrucksäcke an Kinder. Dazu werden

Paten des Fonds und die Presse geladen. Diese Aktion ist das Highlight des Jahres für die Fundraiser, denn sie ist sehr konkret, wunderbar für Fotos geeignet und berührt alle Anwesenden.

Die „Wunschbaum-Aktion“ ist ein weiteres Beispiel und findet jährlich in Zusammenarbeit mit einem großen örtlichen Kaufhaus statt. Robin Good verteilt 500 Wunschkarten an benachteiligte Kinder, die dann beschriftet und bemalt an einem Weihnachtsbaum aufgehängt werden. Kunden können sich eine der Karten aussuchen und die gewünschten Geschenke kaufen. Bei einem Pressetermin im Kaufhaus werden die Präsente überreicht. Auch über diese Aktion berichten die regionalen Medien sehr gerne. Das Schöne beim Wunschbaum ist, dass es sehr persönlich ist: ein Kind, ein Spender, ein Geschenk.

Robin Good ist sehr bekannt in Bonn und genießt hohes Ansehen. Spendern gefällt besonders gut, dass es sich um Hilfe direkt vor Ort handelt. Außerdem werden die anfallenden Personalkosten nicht über Spenden gedeckt, sondern von den beiden Trägern finanziert. Diese haben zwar keinen direkten Vorteil davon, da die eingeworbenen Spenden fast komplett an Klienten weitergegeben werden. Dennoch lohnt sich der Aufwand für beide Verbände: Die gewonnenen Spender können auch für andere Projekte geworben werden (Neuspendergewinnung).

Die Zusammenarbeit zwischen Diakonie und Caritas vor Ort basiert auf einer guten Aufgabenteilung und ständigem Informationsfluss. Leider gibt es kein gemeinsames Konto des Familienfonds, sodass Robin Good-Spenden immer über einen der beiden Träger abgewickelt werden müssen

Was ist das Erfolgsrezept? Konkrete Aktionen, die jährlich wiederkehren, regionale Partner, Low-Budget-Jahresberichte, die ruhig nach selbstgemacht riechen dürfen, nur „echte“ Fotos. Viele Berichte in der Lokalpresse. Keine Personalkosten aus den Spenden. Und alle Mitarbeiter engagieren sich mit viel Elan für den Fonds, weil die Hilfe so konkret ist. Den Bonnern gefällt das.

*Nach dem Studium der Sozialpädagogik leitete **Birgit Donath** einige Jahre ein Frauenhaus in Kleve. Sie baute die Freiwilligen-Zentrale Bonn auf, verantwortete bis vor Kurzem das Fundraising für das Diakonische Werk Bonn und Region und war Ansprechpartnerin für Robin Good, den Familienfond von Diakonie und Caritas. Aktuell arbeitet sie für die Aktion Deutschalnd hilft e. V.*
► www.robingood.de

www.fotolia.de © Mike Watson Images Limited

frc Spenden MANUFAKTUR
Fundraising Communicators

Holger Menze
Geschäftsführer
Spenden Manufaktur
Vorsitzender QTFR

QUALITÄTSZIRKEL
TELEFON-FUNDRAISING

Wir führen Gespräche, die Menschen verbinden. Gutes Telefon-Fundraising kombiniert Storytelling und Beziehungspflege mit der Überzeugungskraft der persönlichen Ansprache. Unsere hohen Qualitätsstandards und umfassende Beratung garantieren Ihnen erfolgreiche und sehr persönliche Spendenkampagnen, bei denen Ihre Unterstützerinnen und Unterstützer im Mittelpunkt stehen. **Profitieren Sie von unserer langjährigen europaweiten Erfahrung und reden Sie mit uns. Wir reden mit Ihren Spendern.**

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

Helfen, wo Hilfe gebraucht wird

Eine kleine Zürcher Organisation engagiert sich auch in Nepal

Um die Geschichte der Hilfsorganisation ROKPA zu erzählen, starten wir im Jahr 1967: Zu jener Zeit wird im Südwesten von Schottland in der Nähe von Lockerbie das Kloster „Samye Ling" gegründet – das erste tibetisch-buddhistische Zentrum in der westlichen Welt. Einer der beiden Gründer ist einer der bedeutendsten Lamas Tibets: Dr. Akong Tulku Rinpoche.

Von JAN UEKERMANN

In diesem Kloster trifft 1974 die Zürcher Schauspielerin Lea Wyler (Foto oben mit ROKPA-Kindern) auf den Lama. Sie steht immer noch unter Schock durch den frühen Tod der Mutter. Die Begegnung der beiden wird Großes in Bewegung setzen – doch das wissen sie damals noch nicht. Zunächst begeben sie sich 1980 auf eine Pilgerreise nach Indien und Nepal. Dort wird Lea Wyler mit der brutalen Realität vor allem für verarmte Kinder und Frauen konfrontiert. Sie entschließt sich, ihr Leben diesen Menschen zu widmen. Ein Satz der sie und ihr Engagement bis heute prägt, gab ihr damals der Lama mit auf den Weg: „Die beste Art, dir selber zu helfen, ist es, in der Hilfe für andere aufzugehen." Zurück in Zürich gründet sie mit ihrem Vater und Dr. Akong Tulku Rinpoche den Verein ROKPA International. Ihr Motto: Helfen, wo Hilfe gebraucht wird.

Der Hauptsitz der Organisation befindet sich im ehemaligen Elternhaus von Lea Wyler in Zürich. Heute kümmern sich von hier aus sechs Hauptamtliche und viele Ehrenamtliche um Management und Administration der Hilfsprojekte und darum, dass Spenden zusammenkommen. Es werden auch Freiwillige gesucht, die in den Projektländern mithelfen können: als Musik- und Englischlehrer oder für einen Einsatz in einer der Gassenküchen. In den vergangenen 35 Jahren ist die Hilfe auf rund 120 Projekte angewachsen, die zum größten Teil langfristig angelegt sind: vom Kinderhaus über die Frauenwerkstatt und Bio-Farm bis zur schulischen Bildung und Hochschulförderung benachteiligter Kinder und Jugendlicher. Hilfe zur Selbsthilfe ist ein Grundwert der Arbeit des Hilfswerkes. Neben den tibetischen Gebieten Chinas hilft die Organisation auch Straßenkindern, alleinstehenden Müttern, Obdachlosen und in Not geratenen Familien in Nepal und punktuell in Afrika.

Vor allem der persönliche Einsatz der Mit-Gründerin Lea Wyler und die Unterstützung der vielen Freiwilligen macht die Organisation so sympathisch, anfaßbar, nah

und authentisch. So wird im Jahresbericht 2013 direkt zu Beginn aufgelistet, dass 27 533 Stunden freiwilliger Arbeit geleistet wurden – eine tragende Säule der Organisation. Natürlich verbringt auch Lea Wyler jährlich mehrere Monate in den Projekten vor Ort und packt selbst mit an. Ihr letzter Einsatz „im Feld“ endete kurz vor dem verheerenden Erdbeben vom 25. April in Nepal. Seither konnte sie es nur schwer ertragen, in dieser schwierigen Zeit nicht vor Ort bei „ihren Kindern“ sein zu können und fieberte ihrem Abflug entgegen, der sie im Juni zurück nach Kathmandu gebracht hat. Sie ist eine dieser idealistischen Gründer-Menschen von Hilfsorganisationen, die ihr Leben voll und ganz den Menschen, Projekten und der Arbeit widmen. Sie werden überall gebraucht und vor allem immer dort, wo sie gerade nicht sind.

Ein Großteil der rund 2 000 Spender, die ROKPA unterstützen, kommen aus dem Bekanntenkreis von Lea Wyler. Drei Millionen Euro erhielt das Hilfswerk 2013 an Spenden, von denen rund 60 Prozent von Privatpersonen kamen und 30 Prozent durch Stiftungen bereit gestellt wurden. Von den Einnahmen fließen 80 Prozent direkt in die Projekte. Eine solide Verteilung und Aufteilung von Einnahmen und Ausgaben. Natürlich veröffentlicht ROKPA die Zahlen auch auf der Website, und die Organisation ist auch mit dem Schweizer Spendensiegel ausgezeichnet. Es fühlt sich einfach wie ein richtig schönes Fundraising-Märchen einer Organisation an, wie sie im Buche steht – und sie geht noch weiter, wird modern: Wer die Arbeit der Organisation direkt und in Echtzeit mitverfolgen möchte, wird auf die Facebook-Seite verwiesen. Hier posten ROKPA-Mitarbeitende direkt aus den Projekten Videos, Bilder und Texte – aus aktuellem Anlaß natürlich in erster Linie aus Nepal.

Der Spendenzuwachs für das erdbebenerschütterte Land ist in erster Linie natürlich sehr erfreulich für ROKPA, wird doch der Wiederaufbau neben viel Zeit auch viel Geld in Anspruch nehmen. Gleichzeitig macht der Spendensegen den Verantwortlichen aber auch Sorgen: Werden die Unterstützer ihre Spenden jetzt ausschließlich für Nepal geben, und können dann die anderen, langfristigen Projekte auch finanziert werden? ROKPA will auch hier wieder transparent kommunizieren und versucht Spendende dafür zu gewinnen, mit einer freien Spende zu helfen.

Der kleine Verein ROKPA erreicht mit seiner Hilfe rund 10 000 Menschen jedes Jahr. Auch das macht ihn groß. Vor allem aber leben Lea Wyler sowie die Haupt- und Ehrenamtlichen vor, wie aus einer kleinen, einfachen Idee etwas sehr Großes entstehen kann. Sie investieren, damit sie Spenden erhalten, nicht zu viel und nicht zu wenig. Sie setzen Fundraising-Regeln und -Weisheiten vorbildlich um und zeigen einmal wieder, dass die Theorie in der Praxis funktioniert.

▶ *www.rokpa.com*

lupcard-
die Lupe - das Original*

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

lupenmaxx®
...wir machen´s größer!

info@lupenmaxx.de · www.lupenmaxx.de
www.mikrofasertuch.de

Wir bringen Ihre Werbung
GROSS raus!

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

Ein Königreich für ein Bett?

Mit Fundraising aus der Not eine Tugend machen

Wie können soziale Einrichtungen angesichts klammer öffentlicher Kassen ihre Einnahmen verbessern? Darüber wurde Anfang März in der Hochschule Mainz auf der 20. Sozialwirtschaftlichen Managementtagung von Prof. Dr. Hans-Christoph Reiss diskutiert. Auf dem Podium saß neben anderen Wolfgang Schnörr, der Direktor des Caritasverbandes Mainz. Er berichtete über ein interessantes Fundraising-Projekt zur Finanzierung einer „Bett-Aktion" für Wohnungslose.

Von DIETER SCHMITT

Schnelle und unbürokratische Hilfe – darum geht es der Caritas im Bistum Mainz. Deshalb gab es lange Zeit das Angebot, wohnungslosen Männern kurzfristig Übernachtungsplätze im Mainzer Thaddäusheim zur Verfügung zu stellen. Doch das Angebot aufrechtzuerhalten, fiel dem Verband immer schwerer, weil von der öffentlichen Hand immer weniger Zuschüsse kamen. Aus der Not machte das Team um Caritas-Direktor Wolfgang Schnörr und seine Fundraiserin Magdalena Copeland eine Tugend. Sie starteten Ende November 2012 die Aktion „Ein Bett – für schnelle Hilfe in akuter Not". Sie riefen dazu auf, einzuspringen und zu helfen. Geworben wurde unter anderem öffentlichkeitswirksam auf dem Mainzer Weihnachtsmarkt und mit Benefiz-Essen. Außerdem wurden Spendenflyer gedruckt und Spendenbriefe verschickt. Darin hieß es: „Wir rechnen mit einem Bedarf von etwa 720 Übernachtungen je Jahr. Für die Unterbringung fallen je Tag 41 Euro an, die durch die Sach- und Personalleistungen verursacht werden." Außerdem wurden drei Beispiele beschrieben: das Schicksal eines Jugendlichen, eines Älteren sowie eines Ausländers.

ERFOLGREICHES FUNDRAISING

Bei den Organisatoren war die Erwartungshaltung zunächst gering. „Was Wohnungslose angeht, haben wir normalerweise nur sehr mäßige Spendenbereitschaft", berichtet Magdalena Copeland. „Von der Vielzahl und der Höhe der Spenden waren wir dann doch recht überrascht!" Im ersten Jahr kamen rund 20 000 Euro zusammen. 2013 waren es bereits 35 000 Euro. Und im vergangenen Jahr wurden alle schon gestiegenen Erwartungen übertroffen. „Das Spendenergebnis belief sich auf knapp 100 000 Euro," erklärt die Caritas-Expertin. Die erste Aktion „Ein Bett – für schnelle Hilfe in akuter Not" ging dabei in „Schenken Sie ein Bett und soziale Wärme" und anschließend in „Ein Bett und die Chance auf ein menschenwürdiges Leben" über. Inzwischen geht es den Fundraising-Organisatoren also darum, über die kurzfristige Hilfe hinaus zu denken. Aktuell geplant ist, das Thaddäusheim zu renovieren. Viele Schränke und andere Einrichtungsgegenstände sind veraltet. Außerdem ist ein neuer Anstrich dringend nötig.

„Offensichtlich haben wir in den vergangenen zweieinhalb Jahren vieles richtig gemacht", sagt Wolfgang Schnörr. „Es ist sicher wichtig, bei Fundraising-Aktionen genau zu erklären, warum und wofür Geld gebraucht wird." Und Fundraising-Expertin Magdalena Copeland ergänzt: „Für das Thaddäusheim in Mainz konnten wir beginnend mit dem Spendenaufruf 2012 eine Art Marke entwickeln. Sukzessive haben wir den Spendern erklärt, was außer der Übernachtungsmöglichkeit an langfristigerer Hilfe benötigt wird."

***Dieter Schmitt** ist freier Radio- und Fernsehjournalist beim Saarländischen Rundfunk in Saarbrücken. Zudem arbeitet er als Fachautor und PR-Berater; ein Schwerpunkt seiner Tätigkeiten ist die Sozialwirtschaft.*
textundkommunikation@t-online.de

Manchmal braucht es einfach mehr Worte, um den passenden Partner zu finden ...

Die Aktivierung von Neuspendern ist eine unserer großen Stärken. Wir beraten Sie gern und zeigen Ihnen, wie Sie auch heute noch effektiv und wirtschaftlich neue Förderer gewinnen können. Testen Sie unser Know-How zum einmaligen Aktionspreis.
Rufen Sie uns an: 05131/45225 - 50

marketwing®

Bank für
Kirche und Caritas eG

Die Bank für Kirche und Caritas eG mit Sitz in Paderborn betreut bundesweit katholische Einrichtungen und die dort tätigen Menschen. Zu unseren Kunden zählen u. a. (Erz-)Bistümer, Kirchengemeinden, Caritasverbände und Ordensgemeinschaften sowie deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In der ganzheitlichen Betreuung gemeinnütziger Stiftungen liegt ein besonderer Beratungsschwerpunkt unseres Hauses. Wir sind ein zukunftsorientiertes Kreditinstitut mit einer Bilanzsumme von 4,3 Mrd. € und rund 95 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Die traditionsbewusste und dynamische Bischofs- und Universitätsstadt Paderborn bietet einen hohen Freizeitwert bei gleichzeitig guten beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten.

Wir möchten unsere Marktposition bundesweit weiter stärken und ausbauen. Daher bieten wir im Bereich Vermögensverwaltung zum nächstmöglichen Termin eine Stelle als

Stiftungsbetreuer (m/w)

Ihre Aufgaben

- Eigenverantwortliche Ansprache von Stiftungen und Weiterentwicklung von bestehenden Kundenbeziehungen
- Ganzheitliche Analyse, Strukturierung und Betreuung der Wertpapieranlagen der Stiftungen
- Vollumfängliche Kundenbetreuungsfunktion für Vermögensverwaltungs-, Publikumsfonds- und Spezialfondskunden
- Verantwortung für Ausschreibungsprozesse, in enger Abstimmung mit den Spezialisten in den Bereichen nachhaltige Geldanlagen und Portfoliomanagement
- Botschafter für das Thema nachhaltige Geldanlagen
- Erstellung und Weiterentwicklung von Vertriebsmaterialien und Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Stiftungen durch Publikationen, Fachbeiträge, usw.

Unsere Erwartungen

- Mindestens 5 Jahre Berufserfahrung in der Betreuung von Vermögen in der Stiftungslandschaft oder im institutionellen Asset Management
- Gute Kenntnisse des deutschen Stiftungsrechts und Erfahrungen im Bereich nachhaltige Geldanlagen
- Überzeugungskraft, hohe Leistungsmotivation sowie ein hoher Qualitätsanspruch an Ihre Arbeitsergebnisse verbunden mit ausgeprägter Servicebereitschaft gegenüber unseren Kunden
- Überzeugende Präsentations- und Kommunikationsfähigkeiten
- Hohe Identifikation mit den Werten und dem Spezialcharakter unseres Hauses
- Erfolgreiche Weiterqualifizierung zum Stiftungsberater oder Certified Financial Planner (CFP)

Unser Angebot

Wir bieten Ihnen eine herausfordernde Tätigkeit in einem motivierten Team an. Die Aufgabe bietet hohe Freiheitsgrade und Gestaltungsmöglichkeiten. Das weitere Wachstum des Kundensegments Stiftungen eröffnet Möglichkeiten zur fortlaufenden Weiterentwicklung.

Interessiert? Für einen ersten Kontakt steht Ihnen unser Bereichsleiter Treasury/Portfoliomanagement, Herr Michael Hepers, unter der Rufnummer 0 52 51/1 21 27 11 zur Verfügung.

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an beate.ikemeyer@bkc-paderborn.de

Besuchen Sie uns auch im Internet: www.bkc-paderborn.de.

Köpfe & Karrieren

Neuer Head of Fundraising

Dr. **Matthias Lehmann** ist seit Juni 2015 neuer Head of Fundraising Germany bei VIER PFOTEN – Stiftung für Tierschutz in Hamburg. Ziel der neu geschaffenen Stelle ist es, das erfolgreiche Fundraising bei VIER PFOTEN weiter auszubauen und neue Fundraising-Kanäle zu erschließen und zu implementieren. Dr. Lehmann ist Fundraising Manager (FA) und war vorher sieben Jahre bei PETA Deutschland e. V. tätig, zuletzt als Teamleiter Fundraising.

Bundesverdienstkreuz für Wolfgang Strömich

Bereits im März überreichte der Landrat des Kreises Heinsberg, Stephan Pusch, das Bundesverdienstkreuz an **Wolfgang Strömich**. Pusch hob anlässlich einer Feierstunde die besonderen Leistungen von Wolfgang Strömich im Non-Profit-Bereich und seinen nachhaltigen Einsatz für kranke Kinder in der Deutschen Morbus Perthes Initiative (DMPI) hervor, die er durch eigene Betroffenheit 1998 gründete. Strömich ist ein Pionier des Fundraisings in Deutschland. Er führte die erste Fundraising-Software „Forum ProFund" ein.

Erster Geschäftsführer der Heinrich-Dammann-Stiftung

Der Wunstorfer Diplom-Religionspädagoge und Fundraising Manager (FA) **Thomas Schlichting** wechselte im April in die Geschäftsführung der Heinrich-Dammann-Stiftung nach Hildesheim. „Mit Thomas Schlichting verbinden wir die Absicht, unsere Stiftung zu einem der bedeutendsten Förderer kirchlicher und allgmeiner Jugendarbeit unserer Region zu machen", so der Präsident des Kuratoriums, Landessuperintendent Eckhard Gorka.

Stellvertretender Generalsekretär des Deutschen Roten Kreuzes

Dr. **Johannes Richert**, Geschäftsführer der Rotkreuz-Auslandshilfe Stiftung, wurde per 1. Juni 2015 zusätzlich zu seinen bisherigen Funktionen zum stellvertretenden Generalsekretär des Deutschen Roten Kreuzes ernannt. Dr. Richert ist seit 1991 beim DRK tätig und seit 1997 der Leiter der Nationalen Hilfsgesellschaft. Die Erträge der Rotkreuz-Auslandsstiftung fließen in die Auslandsarbeit des DRK und ermöglichen es diesem, notleidenden Menschen abseits der Medienaufmerksamkeit zu helfen.

Neu beim Bundesverband Deutscher Stiftungen

Timon Pohl leitet seit dem 1. Juni das Team Publikationen beim „Bundesverband Deutscher Stiftungen". Damit verbunden ist unter anderem die Chefredaktion des Magazins StiftungsWelt. Der 34-jährige Stiftungsmanager (DSA) hat Publizistik- und Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Öffentlichkeitsarbeit an der Freien Universität Berlin studiert. Beim Dachverband der deutschen Stiftungen startete er 2009 als Volontär.

Neuer Vorsitzender der Stiftung Frauenkirche Dresden

In seiner Sitzung am 2. Juni 2015 wählte das Stiftungskuratorium der Stiftung Frauenkirche Dresden **Joachim Hoof** zum Vorsitzenden des Stiftungsrates. Joachim Hoof tritt die Nachfolge von Dr. Bernhard Walter an, der dem Stiftungsrat über 20 Jahre vorstand und im Januar dieses Jahres verstorben war. Der gebürtige Remscheider lebt seit 1991 in Sachsen und ist seit 2005 Vorstandsvorsitzender der Ostsächsischen Sparkasse Dresden.

Fundraising beim Caritasverband Köln neu besetzt

Seit Juni 2015 leitet **Kerstin Schlick** das Fundraising des Caritasverbands Köln. Die studierte Erwachsenenbildnerin verantwortete zuvor acht Jahre lang das Fundraising von action medeor, nachdem sie in verschiedenen Agenturen und beim Naturschutzbund tätig war. Der Fokus liegt nun auf regionalen Projekten und dem Einwerben von Spenden direkt vor der Haustür.

Kuratoriumsvorsitz der CaritasStiftung

Ruhestand ist eben nicht jedermanns Sache. Nachdem er sein Amt als Kölner Domprobst abgegeben hatte, hat Prälat Dr. **Norbert Feldhoff** per Juni die Kuratoriumsleitung der CaritasStiftung übernommen. Von 1985 bis 2012 war der Prälat Vorsitzender des Vorstands des Diözesan-Caritasverbandes im Erzbistum Köln. In den Jahren 1996 bis 2010 bekleidete er das Amt des stellvertretenden Präsidenten des Deutschen Caritasverbandes und saß der arbeitsrechtlichen Kommission vor.

Neuer Bereichsleiter Fundraising & Marketing

Seit Juni 2015 ist **Willibald Geueke** der neue Bereichsleiter Fundraising & Marketing bei der GFS Fundraising Solutions GmbH mit Sitz in Bad Honnef. Der studierte Erziehungswissenschaftler und Politologe war leitender Fundraiser unter anderem bei Care Deutschland-Luxemburg e. V. und beim Malteser Hilfsdienst. Zuletzt hat er bei der Deutschen Krebshilfe das Sachgebiet Spenderbetreuung verantwortet. Geueke ist seit Beginn Dozent an der Fundraising Akademie. Er ist in der deutschen Fundraising-Szene einer der führenden Experten im Bereich Database-Fundraising und Zahlungsverkehr.

Major Donor Manager bei Aktion Deutschland Hilft

Aktion Deutschland Hilft – das Bündnis der Hilfsorganisationen hat Verstärkung bekommen: Seit Juni ist **Birgit Donath** im Team Marketing und Fundraising für die Betreuung der Großspender zuständig. Vorher war sie viele Jahre beim Diakonischen Werk in Bonn als Referentin für Fundraising tätig. Birgit Donath freut sich besonders darauf, mit Großspendern in der humanitären Hilfe vieles für Menschen in Katastrophengebieten bewegen zu können und die Katastrophenvorsorge zu verbessern.

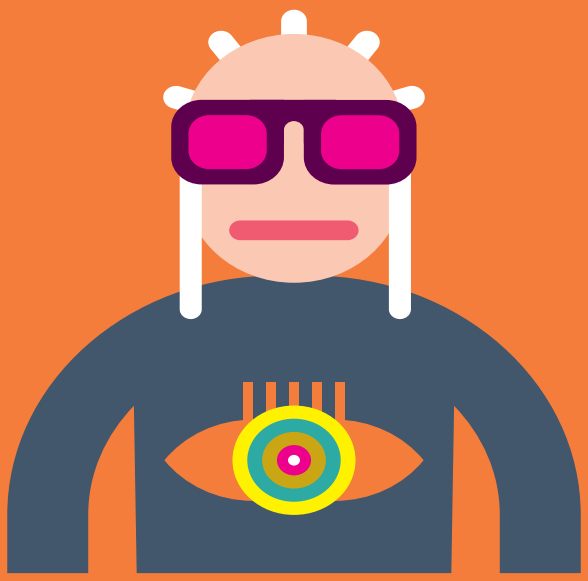
Neue Leitung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim HSFK

Aline Stang ist seit Anfang Mai Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit & Fundraising beim Leibniz-Institut Hessische Stiftung Friedens- und Konfliktforschung (HSFK). Ihre Vorgängerin Babette Knauer ist zur University of Groningen gewechselt. Stang war zuvor wissenschaftliche Mitarbeiterin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit an der Universität Trier und berichtet fortan an den Vorstand Harald Müller.

Neue Geschäftsführerin der Stiftung Diakonie Württemberg

Catharina Schultheiß tritt die Nachfolge von Wolfgang Hinz-Rommel an, der im Jahr 2011 die Geschäftsführung der Stiftung übernommen hatte und nun für die Diakonie Württemberg verstärkt den Bereich Corporate Social Responsibility bearbeiten wird. Nach ihrem Studium der Geschichte an den Universitäten Tübingen und Philadelphia sammelte Catharina Schultheiß einschlägige Erfahrung in verschiedenen diakonischen Einrichtungen und Unternehmen in Württemberg. Zuletzt war sie bei der Altenhilfe der Zieglerschen als Beauftragte für Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising tätig.

Ihre Personalie fehlt? Einfach E-Mail an: redaktion@fundraiser-magazin.de



Du brennst für die gute Sache und suchst die **kreative** Herausforderung? Ob Umweltschutz oder Nothilfe, Du findest immer den **roten Faden?** Deine Ideen überraschen, Deine Texte treffen **mitten ins Herz** und begeistern Spenderinnen und **Spender?** Du magst Action und den Austausch in einem netten Team? Dann bewirb Dich als Konzeptionstexter/-in bei **fundango**. Schick eine Kostprobe Deines Könnens an jobs@fundango.de.

ddp deutscher dialogmarketing preis zweimal Silber 2014

fundango
ehrlich. gewinnend. überraschend. schnell.

fundango GmbH · Richartzstraße 10
50667 Köln · ✆ 0221/677 845-90
www.fundango.de · jobs@fundango.de

Dienstleisterverzeichnis

PLZ-Bereich 0

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

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

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

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

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

Damit Ihre Spender und Sponsoren Sie richtig verstehen.

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

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

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

PLZ-Bereich 1

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

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

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

Boxhagener Straße 119
10245 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

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

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

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 in Berlin, Hamburg und Eresing bei München.

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

Akazienstraße 27,
Akazienhof, 1. Hof, Seitenflügel rechts, 2. OG
10823 Berlin
Telefon: +49 (0)151/61367573
info@nachlass-fundraising.de
www.nachlass-fundraising.de

probono berlin GmbH
probono berlin unterstützt Akteure des gesellschaftlichen Wandels - gemeinnützige Organisationen und Unternehmen, die sich zum Wohle der Gesellschaft engagieren. Wir kommunizieren gesellschaftliche Themen und beraten in den Bereichen Fundraising-Strategie, Organisationsentwicklung, Markenkommunikation und Geldauflagenmarketing.
Adlergestell 129

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

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

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

PLZ-Bereich 2

Bauer Vertriebs KG
BAUER POSTAL NETWORK
Portooptimierte Zustellung von adressierter Info- und Pressepost in Deutschland mit BPN. Namhafte Kunden aus Medien, Corporate Publishing und Versender von Mailings und Katalogen vertrauen ihre Objekte BPN an.
- *bis 80 % HHA bundesweit*
- *eigenes Netzwerk*
- *Taggenaue Zustellung (Mi/Fr)*
- *persönliche Beratung von A–Z*
- *Formatfreiheit für Infopost*

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

SPENDEN-MÜNZEN • PINS • BUTTONS

AUFMERKSAMKEIT
ANERKENNUNG • IDENTIFIKATION
charity@pinsource.eu

PinSource GmbH Hamburg | Wir prägen – Ihre Charity
Promotionsartikel
für Charity und Fundraisingkampagnen
Ihr Spezialist für Kampagnen, Messe oder Auszeichnungen. Wir unterstützen seit 30 Jahren unsere Kunden und arbeiten nachhaltig & zielorientiert in einer international aufgestellten, familiär geprägten Unternehmensstruktur – so können wir Ihnen eine sehr gute Dienstleistung zu fairen Konditionen anbieten.
Pins | Orden | Buttons | Memorabilien

Nartenstraße 19
21079 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 20933488
Telefax: +49 (0)40 386858-17
charity@pinsource.eu
www.pinsource.eu/charity

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

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
fundraiser@koopmann.de
www.koopmann.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 in Hamburg, Berlin und Eresing bei München.

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

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

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

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

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

Landschaftstraße 2
30159 Hannover
Telefon: +49 (0)511 524873-0
Telefax: +49 (0)511 524873-20
info@adfinitas.de
www.adfinitas.de

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

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

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

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

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

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

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 zentralen Abläufe 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

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
Fundraising & Digitale Kommunikation

Ideen aus dem Ruhrgebiet und mit über 20-jähriger Nonprofit-Erfahrung
- *Fundraising-Aufbau und Entwicklung in Ihrer Organisation*
- *Prozess-Check auf Herz und Nieren*
- *Implementierung von Online-Fundraising*
- *Digitale Kommunikation für gemeinnützige Organisationen*
- *Social Media Aufbau und Weiterentwicklung*
- *Medienbeobachtung über alle Kanäle*

Raabestraße 8
45525 Hattingen
Telefon: +49 (0)1511 9669932
info@fundraisingnetz.de
www.fundraisingnetz.de

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

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

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

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

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 €

fundamente
seit 2006 die Experten für Fundraising im Ruhrgebiet
- *Fundraising von A wie Analyse bis Z wie Zielgruppe*
- *Coaching und individuelle Beratung*

Höhere Spendeneinnahmen, treue UnterstützerInnen und mehr öffentliche Präsenz durch:
- *kompetente Beratung,*
- *kreative Workshops*
- *gefühlvolle Kommunikation*
- *sensible Prozessbegleitung*
- *vertrauliche Planung*
- *strategische Positionierung*

Wildstraße 9
47057 Duisburg
Telefon: +49 (0)203 485777-0 | -11
Telefax: +49 (0)203 485777-19
info@fundamente.net
www.fundamente.net

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 A4
47807 Krefeld
Telefon: +49 (0)2151 349-3000
Telefax: +49 (0)2151 349-1120
info@gob.de
www.gob.de

HP-FundConsult –
Brücke zwischen Profit und Non-Profit
Partner und Bindeglied zwischen gemeinnützigen Organisationen, Wirtschaftsunternehmen und Privatpersonen
Kompetenter Partner bei Fundraising- und CSR-Prozessen für Non-Profit- und Profit-Kunden. Beratung bei Entwicklung, Aufbau und Umsetzung von nachhaltigem Fundraising und gesellschaftlichem Engagement. Integration in unternehmerisches Kerngeschäft. Verbindung von Wert und Werten. Lösung von Zielkonflikten zwischen Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft.

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

PLZ-Bereich 5

fundango GmbH
Die Fundraising-Experten aus Köln. Gewinner des Mailingwettbewerbs 2012 in der Kategorie Effizient & Auflagenstark! fundango unterstützt Ihr Fundraising nach allen Regeln der Kunst – online wie offline. Wir konzipieren und realisieren Kampagnen und Aktionen, die Spender überzeugen – kreativ, authentisch, verlässlich und vor allem: erfolgreich!

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

steinrücke+ich gmbh
Kommunikation und Fundraising für soziale Anliegen
Entwicklung und Umsetzung von Fundraisingkampagnen und -maßnahmen | Gewinnung von Neu- oder Dauerspenden | Reaktivierung von Inaktiven | Testamentsspenden | Aktivierung Ehrenamtlicher | Konzept, Text, Grafik und Produktion von Materialien | Internetauftritt, Newsletter, Social-Media | Events | Sponsoren und Unternehmenskooperationen | Pressearbeit

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

GOLDWIND – gemeinsam wirken
Dipl.-Psych. Danielle Böhle
GOLDWIND bietet psychologisches Fachwissen plus praktische Umsetzbarkeit. Gemeinsam gehen wir die Herausforderungen Ihrer Spenderkommunikation an – bis Sie es selbst können. GOLDWIND ist „Hilfe zur Selbsthilfe“.
Schwerpunkte: Spenderansprache, Spenderbindung
- *Beratung & Strategie*
- *Spenderbefragungen*
- *Mitarbeiterentwicklung (Seminare, Trainings)*

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

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

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

Christian Gahrmann
Philanthropy Consulting GmbH
Experts for Strategic and International Fundraising
Wir helfen NPOs weltweit, ihre Projekte zu finanzieren. Als Ihr Partner und Dienstleister akquirieren wir zusammen mit Ihnen und in Ihrem Auftrag, diejenigen Ressourcen, die Sie benötigen, um die Welt zu einem besseren Ort zu machen.
Beratungsfelder: Strategische Fundraising-Planung | Internationales Fundraising | EU-Förderung | Fundraising-Starterpaket | Großspenden | Stiftungen | Sponsoring | Philanthropie in China

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

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

Mailing gefällig?

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

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

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

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

Im Schlangenhöfchen 7
51427 Bergisch Gladbach
Telefon: +49 (0)2204 201716
Telefax: +49 (0)2204 201719
info@orthdirekt.de
www.orthdirekt.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.

Augustastraße 78–80
52070 Aachen
Telefon: +49 (0)241 1890-0
Telefax: +49 (0)241 1890-555
verwaltung@gruen.net
www.gruen.net

Bergmoser + Höller Agentur GmbH
Fundraising-Agentur der ersten Stunde
Fundraising-Agentur mit Sitz in Aachen und Büro in München. Mit 12 Köpfen machen wir systematisches und nachhaltiges Fundraising:
seit 35 Jahren, in ganz Deutschland, mit allen Instrumenten, auch online für
- *Kirche, Caritas und Diakonie*
- *NGOs und Hilfsorganisationen*
- *Stiftungen und Verbände*
- *Gesundheit und Soziales*

und gerne auch für Sie! :-)

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

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 €

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

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

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

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

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

Postfach 32 11
53315 Bornheim
Telefon: +49 (0)2227 926981-1
Telefax: +49 (0)2227 926981-2
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

GFS Fundraising Solutions GmbH
30 Jahre Fundraising mit Herz: Sie suchen Erfahrung, Kompetenz und Sachverstand im Fundraising? Dann sind Sie bei der GFS genau richtig. Über 70 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bieten Ihnen einen umfassenden Service: Von der Beratung über die Konzeption bis zur Spender- und Mitgliederbetreuung. Wir arbeiten mit 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

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

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.

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

PLZ-Bereich 6

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

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

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

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

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

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

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
Know-how, Dienstleistung, Rechenzentrum und Software für Ihre Non-Profit-Organisation
Die neue Generation ENTERBRAIN 2.0 ist schneller, moderner, einfacher und sicher. Die aktuelle Windowsoberfläche bietet optimale Übersichtlichkeit, klare Strukturierung und einfaches Handling. Jeder Anwender kann die Menüstruktur auf seine individuellen Arbeitsabläufe anpassen. Die SEPA-Funktionalität ist bereits voll integriert. ENTERBRAIN ist die einzige Software im Fundraising, deren Mitglieder-, Bußgeld- und Spendenverwaltung geprüft und testiert wurde. Dank des neuen Lizenzierungsmodells können nun auch NPOs mit geringem Adressvolumen ENTERBRAIN 2.0 vollumfänglich nutzen.

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

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

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

Adenauerplatz 1
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

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

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

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

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

a+s DialogGroup GmbH
Fullservice-Dienstleister
für Dialogmarketing

Als Spezialist für Adressmanagement, Informations- und Produktionsservices unterstützen wir Sie bei Neuspendergewinnung per Post, Telefon- und Onlinemarketing. Erschließen Sie sich mit unseren exklusiven Spenderadressen neue Förderpotenziale durch zielgruppengenaue Ansprache. Profitieren Sie von unserer langjährigen Erfahrung im Fundraisingbereich!

Max-Planck-Straße 7
71254 Ditzingen
Telefon: +49 (0)711 656969-0
Telefax: +49 (0)711 656969-97
info@as-dialoggroup.de
www.as-dialoggroup.de

**Ihr Gefühl sagt Ihnen,
es müsste mehr drin sein?**

**Sprechen Sie über Ihre Gefühle.
Mit uns.**

Direkt
GmbH & Co. KG

P Direkt GmbH & Co. KG
So gut fühlt sich 100 % Mailing-Erfolg an.
Sie schätzen einen maximalen Return für Ihr Budget? Und pragmatische Lösungen für zuverlässige Kampagnen-Erfolge?
Dann sind wir Ihr Fullservice-Partner:
- *Top-Know-how aus über 3.500 Kampagnen und über 30 Jahren Fundraising-Praxis*
- *Punktgenaue Zielgruppen-Konzepte*
- *Effiziente Neuspendergewinnung*
- *Emergency-Mailings: „Go" + 24 h => Streuung*
- *Adressenberatung/Listbroking*
- *Scoring Fremd-/Eigenadressen*
- *Produktion und Lettershop*

P Direkt: 100 % Mailing-Erfolg für Sie!

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

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

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

PLZ-Bereich 8

Brakeley GmbH
Fundraising & Management Consultants

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

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

actori cee GmbH
actori ist eine Strategieberatung spezialisiert auf die Bereiche Bildung und NPOs, Sport, Kultur und Regionen. Wir unterstützen Sie vor allem bei der Bewältigung Ihrer individuellen Herausforderungen im Sponsoring- und Spendenwesen. actori entwickelt dabei nachhaltige Konzepte zur Mittelakquise und sichert die konsequente, erfolgreiche Umsetzung.

Gundelindenstraße 2
80805 München
Telefon: +49 (0)89 540447-400
Telefax: +49 (0)89 540447-499
team@actori.de
www.actori.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

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.

Junkersstraße 5
82178 Puchheim
Telefon: +49 (0)89 8007098-290
Telefax: +49 (0)89 8007098-299
info@ibvinfo.com
www.ibvinfo.com

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

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

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

Boese Consulting
Jährlich vertrauen zahlreiche Nonprofit-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
info@boese-consulting.de
www.boese-consulting.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 in Eresing bei München, Hamburg und Berlin.

Gewerbering 12
86922 Eresing
Telefon: +49 (0)8193 93719-0
Telefax: +49 (0)8193 93719-19
renn@directpunkt.de
www.directpunkt.de

PLZ-Bereich 9

Förderlotse T. Schmotz
Fördermittel für
gemeinnützige Organisationen

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

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

Österreich

fc group
FUNDRAISING COMPETENCE

**GUTE IDEEN BRAUCHEN
NEUE PERSPEKTIVEN**

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

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

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

SOCIAL CALL fundraising GmbH
Über 15 Jahre Erfahrung am Telefon mit Spendern für mehr als 52 Organisationen.
Wir bieten:
- *Klassisches Telefon-Fundraisingvon A bis Z*
- *In- und Outbound*
- *Spezialisierung auf Klein-/Großspender, Unternehmen*
- *Besonderer Service für Notfälle und Patenschaften*
- *Qualifizierte Agents sprechen sensibel und authentisch*
- *Innovationen wie SMS-Spende*

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

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

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

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.

Zeughausgasse 24
3011 Bern
Telefon: +41 (0)31 311 80 10
kontakt@motion-consulting.ch
www.motion-consulting.ch

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

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

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*

Stadthausgasse 18
4051 Basel
Telefon: +41 (0)61 3669111
info@ant-informatik.ch
www.ant-informatik.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? StiftungSchweiz.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

dm.m division
AZ Direct AG
dm.m ist die erste Ansprechpartnerin für anspruchsvolle NPOs, die mit messbaren Erfolgen ihre Fundraising-Leistungen optimieren. Wir realisieren nachhaltige Lösungen für transparente und wertsteigernde Spenderbeziehungen. Mit effizienten Methoden und dem umfassendsten, relevanten Wissen im Fundraising-Umfeld erzielt dm.m entscheidenden Mehrwert.

Blegistrasse 1· 6343 Rotkreuz
Telefon: +41 (0)41 7981949
Telefax: +41 (0)41 7981999
info@dmm.ch
www.dmm.ch

getunik AG
E-Services für NPOs
Wir erstellen für NPOs erfolgreiche elektronische Auftritte. Auf Smartphones, Tablets oder Workstations.
- *Innovative E-Payment- und SMS-Spenden-Lösungen.*
- *Web-CMS-Lösung „Easy Web" mit integriertem E-Mail-Marketing und E-Payment zum monatlichen Fixpreis.*

Hardturmstrasse 101
8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 3885588
info@getunik.com
www.getunik.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.
Non-Profit-Organisationen erhalten bei Corris alles aus einer Hand: Beratung, Standaktionen (Face2Face), Datenverwaltung, Callcenter und Lettershop.

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

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

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

Bahnhofplatz 12
8400 Winterthur
Telefon: +41 (0)58 9347979
Telefax: +41 (0)58 9357979
info-weiterbildung.sml@zhaw.ch
www.zkm.zhaw.ch/fundraising

BLICKLE & HÄFLIGER Directmarketing AG
Wir beraten Sie seit über 25 Jahren kompetent von der Adresse bis zur Postaufgabe
NPOs vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen, dank unseres grossen Knowhows 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 „Swiss-Fund" 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.

Schönenwerdstrasse 7
8902 Urdorf
Telefon: +41 (0)44 7459292
Telefax: +41 (0)44 7459293
info@ibvinfo.com
www.ibvinfo.com

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

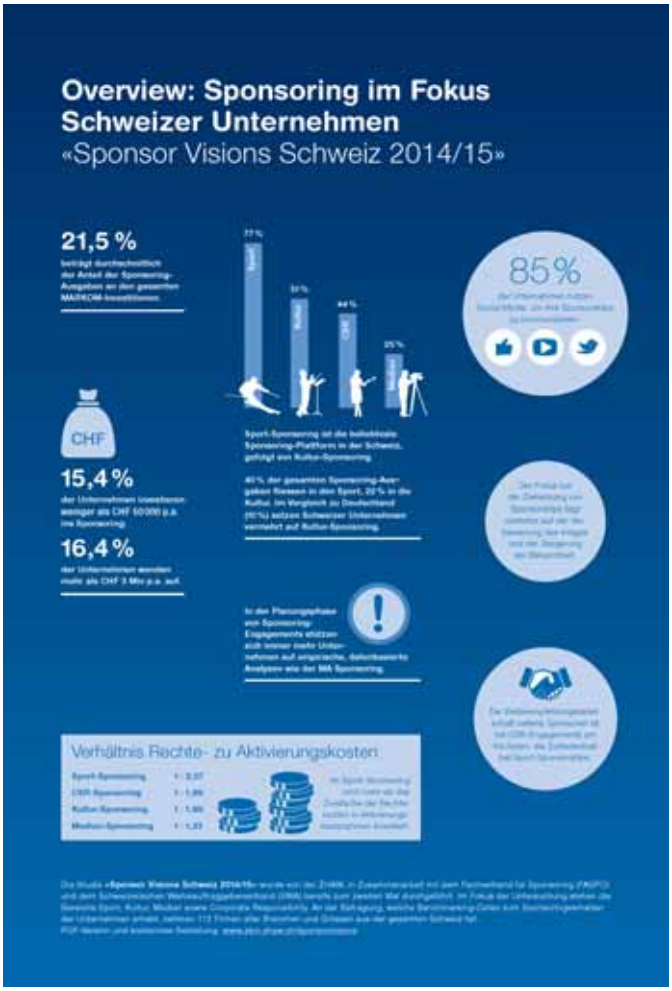
Creativ Software AG
Die Creativ Software AG entwickelt Standard-Softwarelösungen für alle Bereiche des Büroorganisations-Managements sowie Branchenlösungen für Non-Profit-Organisationen, Verbände, Gewerkschaften, Parteien, Verlage, Beraterfirmen, Softwarehersteller, usw.
OM (Organisation Management)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



Schweizer Sponsoren lieben Fußball, Rock und Pop. Sport und Kultur sind weiterhin die beliebtesten Sponsoring-Bereiche in der Schweiz. Das zeigt die Studie „Sponsor Visions Schweiz 2014/15", welche von der Züricher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW), dem Fachverband für Sponsoring und dem Schweizerischen Werbeauftraggeberverband erstellt wurde. Die meisten der 112 befragten Firmen engagieren sich im Bereich Sport (77 %) und Kultur (51 %). Im Bereich Sport waren Fußball (50 %), Eishockey (39 %), Laufsport (33 %) und Ski Alpin (24 %) am beliebtesten und auch die Zufriedenheit bei Sport-Sponsorships ist am höchsten. Im Kulturbereich wird am häufigsten die Musik gefördert, insbesondere Rock und Pop (53,5 %), gefolgt von klassischer Musik (33,3 %) und Jazz (24,4 %).

► *www.zkm.zhaw.ch/sponsorvisions*

Das beste aller Online-Banner

Das Digital-Marketing-Unternehmen Rocket Fuel hat 40 000 Banner von 1 076 Werbetreibenden untersucht. Aus 23,3 Milliarden Ad Impressions hat das Unternehmen abgeleitet, welche Farben, Bilder und Strukturen zur höchsten Erfolgsrate führen. Die Hintergrundfarbe und ein klarer „Call to Action" wurden als die bedeutendsten Faktoren für den Erfolg von Online-Ads ausgemacht. Spannend: Die Designs, die zu mehr Klicks führen, ähneln nur selten jenen, die zu einer höheren Conversion Rate führen. In allen untersuchten Branchen zeigte die Farbe Rot die höchste Conversion Rate, wobei männliche Gesichter, Animationen und die Platzierung des Logos in der linken, unteren Ecke besonders erfolgversprechend sind. „The Definitive Guide to Creative Optimization" kann kostenlos auf der Webseite von Rocket Fuel heruntergeladen werden.

► *http://info.rocketfuel.com/DE-Creative-Guide-TY.html*

Österreichs Wirtschaft hilft

Der Fundraising Verband Austria führt die „Aktion Wirtschaft hilft!" in die zweite Runde. Unter anderem ist die zweite Ausgabe der Broschüre „Der Spendenguide für Unternehmen" geplant. Mit redaktionellen Beiträgen und den Portraits von insgesamt 50 Einrichtungen sowie NPOs aus Österreich soll der Spendenguide die Hilfsbereitschaft unter Unternehmen anfeuern. Neben verschiedenen Anregungen liefert der Guide Antworten auf steuerliche Fragen. Versandt wird er an 15 000 Unternehmen aus Österreich. Träger der Aktion ist die Fundraising Verband Austria Service GmbH. Der Verlag „CPG|PG The Corporate Publishing Group GmbH" setzt die zweite Ausgabe vom „Spendenguide für Unternehmen" gemeinsam mit der Werbeagentur „schulterwurf" um.

► *www.wirtschaft-hilft.at*

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

Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++

Reich durch Einwanderung

Das Deutsche Zentralinstitut für Soziale Fragen hat die Dokumentation und die Audio-Streams der Tagung „Reich durch Einwanderung" als Webseite veröffentlicht. Mit Beiträgen von verschiedenen Stiftungsvertretern bietet die Webseite ein Plädoyer für eine offene sowie inklusive Gesellschaft. Entstanden sind die Materialien bei der 5. Berliner Stiftungswoche 2014 unter dem Motto „Vom Leben in der Stadt". ▶ *www.dzi.de/rde*

Adresslisten zu CSR-Verantwortlichen

Die „interfon adress Gesellschaft für AdressenResearch mbH" bietet seit kurzer Zeit auch Listen mit CSR-Verantwortlichen aus Unternehmen mit mindestens 20 Mitarbeitern an. 8 500 Entscheider, die für Spenden und Sponsoring offen sein sollen, wurden von interfon adress recherchiert und können für Werbekampagnen angemietet werden. Im Laufe des Sommers sollen die Daten von über 20 000 namentlichen Entscheidern aus der zweiten Führungsebene in Unternehmen verfügbar sein.
▶ *www.interfon-adress.de*

Social-Franchise-System für Inklusion

Seit 15 Jahren engagiert sich die atempo gGmbH aus Graz für die Inklusion von Menschen mit Behinderung. Mit der Marke „capito" bietet sie die Übersetzung von Texten in leichte Sprache an. Mit der TÜV-zertifizierten Methode „nueva – Nutzer/innen evaluieren" bietet das Unternehmen seit Kurzem auch Qualitätsprüfungen für Wohnhäuser und Werkstätten. Beide Marken sollen künftig über ein Social-Franchise-System weitergegeben werden. Schon jetzt existieren über 21 Partner, unter anderem in Berlin, Hamburg, Innsbruck und Wien. ▶ *www.atempo.at*

Kooperation bei der Markteinführung von SextANT

Cornelia Blömer, Fundraising Beraterin und Vorstandsmitglied im Deutschen Fundraising Verband, berät die ANT-Informatik AG aus der Schweiz bei der Einführung der Fundraising Software SextANT in den deutschen Markt. SextANT ist ein Customer-Relationship-Management-Programm und wird als Branchenlösung in Deutschland von „Menschen für Menschen" eingesetzt. Nun sollen weitere deutsche Referenzkunden gewonnen werden.
▶ *www.ant-informatik.ch* ▶ *www.fundraising-bloemer.de*

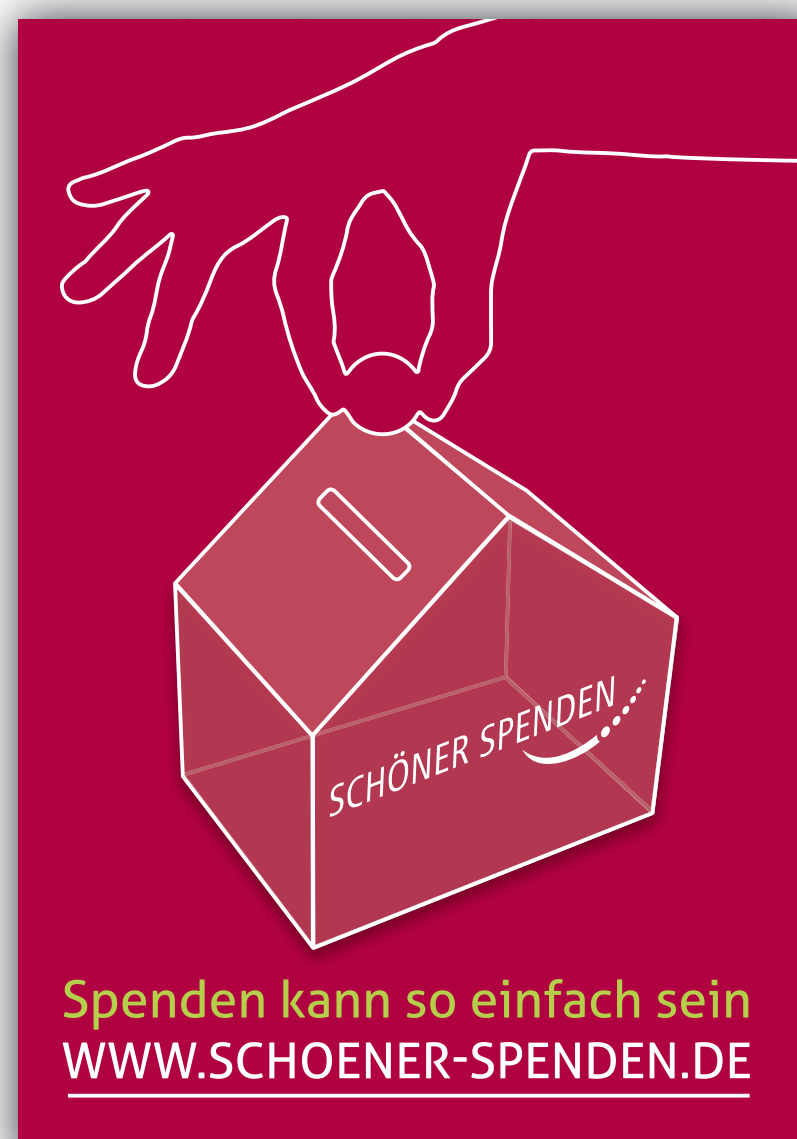
Bitcoin ist für alle da

Der erste große Hype um die digitale Krypto-Währung „Bitcoin" ist zwar schon durchgestanden, gegessen ist das Thema aber noch lange nicht. Die Wikando GmbH, die mit der Fundraisingbox Spendenformulare für gemeinnützige Organisationen anbietet, hat deswegen eine Partnerschaft mit dem Bitcoin-Marktplatz Cubits geschaffen und die digitale Währung in ihr Portfolio aufgenommen. Künftig können über die Fundraisingbox also Bitcoins gespendet werden.
▶ *www.wikando.de* ▶ *https://cubits.com*

Online Software zum Partei-Management

Seit 2001 bietet die SEWOBE GmbH aus Augsburg mit Ihrer Online-Lösung ParteiMANAGER eine Verwaltungsplattform für Parteien an. Beitragsabrechnung, Eventmodul zur Organisation von Parteitagen und Veranstaltungen, Mitgliederportal, Serienkommunikation und Online-Umfrage sind die zentralen Funktionen der Software. Aktuell nutzen zwei deutsche Bundesparteien mit ihrer gesamten Struktur sowie mehrere eigenständige Landesparteien und sehr viele regionale Gruppierungen das Tool.
▶ *www.die-moderne-partei.de*

Ela Hörnschemeyer (rechts) von der „GEBEWO – Soziale Dienste – gGmbH" freut sich über einen Scheck in Höhe von 3 000 Euro. Das Geld stammt aus einer Tombola anlässlich des 20. Jubiläums der Face-to-Face-Fundraising-Agentur DialogDirect. Deren Gründer und Geschäftsführer, Franz Wissmann-Kaltenbrunner (links), hat dies mit 120 geladenen Gästen, Kunst und Musik gefeiert. In Österreich hat er vor zwanzig Jahren erstmals mit Straßenkampagnen Spender für Organisationen wie Greenpeace Österreich oder Vier Pfoten Österreich gewonnen. Heute arbeiten in der Alpenrepublik rund 300 „Dialoger" für namhafte Organisationen. In Deutschland sind rund 1 000 Face-to-Face-Fundraiser für DialogDirect unterwegs. Vier Pfoten und Greenpeace Österreich zählen immer noch zu den Kunden von DialogDirect.
▶ *www.dialogdirect.de*



Spenden kann so einfach sein
WWW.SCHOENER-SPENDEN.DE

Mehr Komfort für Online-Zahlungen

Michael Scholz ist Geschäftsführer der ementexx GmbH und hat die DBAN entwickelt, die der IBAN den Schrecken nehmen soll. Eine Lösung für NGOs?

? Viele Spender nutzen heute Paypal, warum sollte ich da noch zur Bank gehen und lange IBANs eintippen?

In der Tat ist das Überweisen seit der Einführung von SEPA und der damit einhergehenden „IBAN, der Schrecklichen" beschwerlicher geworden. Das 22-köpfige Zahlenmonster strapaziert bei jeder Überweisung die Nerven der Zahler. Zusätzlich zur IBAN müssen aber auch nach wie vor noch weitere, für die Überweisung notwendige Daten wie Zahlungsempfänger, BIC, Betrag und Verwendungszweck eingegeben werden. Das ist mit alternativen Zahlungsverfahren wie Paypal wesentlich eleganter gelöst.

Dagegen stehen eine Marktabdeckung klassischer Bankkonten von nahezu 100 Prozent, die hohe Akzeptanz der Überweisung als Zahlverfahren, die geringen Transaktionskosten sowie das Vertrauen in die eigene Bank. Hier setzt die DBAN an: Sie kombiniert die Einfachheit alternativer Zahlverfahren mit den Vorteilen bankseitig bereitgestellter Zahlungsverfahren.

? Was macht die DBAN genau?

Die DBAN funktioniert wie ein Bezahl-Code für Überweisungen: Die Zahlungsdaten werden vom Zahlungsempfänger elektronisch zur Verfügung gestellt und statt alles einzeln einzugeben, wird die Überweisung lediglich durch Eingabe der DBAN vollständig ausgefüllt. Neben einer deutlichen Komfortsteigerung für den Zahler profitiert der Zahlungsempfänger in der Weiterverarbeitung eingehender Zahlungen von der Vorgabe des fehlerfreien Verwendungszweckes.

? Ist diese Technik auch für Spendenorganisationen einsetzbar?

Ja, die DBAN eignet sich hervorragend auch als Spenden-Code: Spendenaufrufe können mit einer einfach zu merkenden DBAN wie nepalhilfe#sozialverband-abc.de gestartet werden – dies ist einfach zu merken und leicht in unterschiedlichen Medien zu transportieren. Die Mitteilung von IBAN, BIC und dem gewünschten Aufbau des Verwendungszweckes gehört damit der Vergangenheit an. Der Spender kann dadurch mit dem Komfort von Paypal & Co. nun auch von seinem Bankkonto spenden.

„Kommunikation Schweiz" aus der Taufe gehoben

Die Mitglieder von Schweizer Werbung (SW) und von Publicité Suisse (PS) haben einen neuen Dachverband für die kommerzielle Kommunikation in der Schweiz gegründet. Anlass für die Gründung des neuen Verbandes bot das 90. Jubiläum von SW. Der Name des neu gegründeten Verbandes lautet: „Kommunikation Schweiz | Communication Suisse | Comunicazione Svizzera | Communication Switzerland". In diesem Zuge wurden die bestehenden Verbände per Novelle der Statuten in sprachregionale Sektionen umgewandelt. Ab 2016 sollen neben den Vorstandsmitgliedern von Publicité Suisse und von Schweizer Werbung auch neue Mitglieder in den insgesamt 23-köpfigen Kommunikationsrat kommen und die gesamte Branche der kommerziellen Kommunikation in der Schweiz vertreten. „Insbesondere im Gegenwind der Gesundheitspolitiker und -organisationen, der immer rauer von Brüssel her durch unser Land fegt, wird er uns Stabilität verleihen. Ich bin überzeugt: Wenn wir mit einer Stimme sprechen, werden wir auch im Sturm gehört", erklärte Verbandspräsident Filippo Lombardi in seiner Ansprach zur Verbandsgründung.

▶ *www.sw-ps.ch*

Kooperation gegen Verschwendung

Der Bundesverband Deutsche Tafel e.V. kooperiert fortan mit dem Foodsharing e.V. Das Ziel der Zusammenarbeit ist es, gegen die Verschwendung von Lebensmitteln anzukämpfen.

„Beide Organisationen treten auf sehr unterschiedliche Weise für die Verringerung von Lebensmittelverschwendung ein", erklärt Jochen Brühl, Vorsitzender des Bundesverbandes Deutsche Tafel: „Durch die Vernetzung beider Organisationen kommen wir unserem gemeinsamen Ziel Lebensmittelverschwendung zu stoppen, einen großen Schritt näher."

Auch Raphael Fellmer, Mitgründer von foodsharing, freut sich über die Kooperation: „Gerade bei kleineren Mengen, abgelaufenen Lebensmitteln sowie auch an Lückentagen, an denen die Tafeln nicht abholen, können wir die Tafeln bestens ergänzen."

▶ *www.tafel.de*

▶ *www.foodsharing.de*

QUALITÄTSZIRKEL
TELEFON-FUNDRAISING

Initiative für professionelles Telefon-Fundraising

Erfahren Innovativ Herzlich

Die Mitglieder des Qualitätszirkels Telefon-Fundraising sind hauptsächlich im gemeinnützigen Sektor tätig. Als Initiative für professionelles Telefon-Fundraising stehen wir für:

- **Qualitätsstandards und klare ethische Regeln für das Telefon-Fundraising**
- **Die Etablierung vonTelefon-Fundraising als starkes und wirkungsvolles Instrument**
- **Transparenz für Spender/innen und Organisationen**
- **Klarheit über die rechtliche Situation**
- **Eine realistische Kosten/Nutzen-Bilanz**

Mehr Informationen und unsere Qualitätsstandards zum Download finden Sie auf unserer Website www.telefon-fundraising.de

Qualitätszirkel Telefon-Fundraising
Beuthstraße 7 | 10117 Berlin
Tel.: +49 30 616 509 40 | Fax: +49 30 616 509 41
info@telefon-fundraising.de | www.telefon-fundraising.de

Mitglieder:

GFS
Wir leben Fundraising.

TeleDialog

frc Spenden MANUFAKTUR
Ihre Fundraising Company

Deutscher Spendenhilfsdienst

DRK - Service GmbH
Ihr Dienstleister für das Deutsche Rote Kreuz

DIALOG FRANKFURT
... the communication company

vanacken

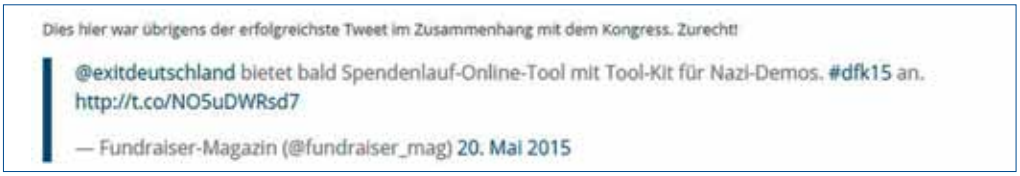
Leser-Post … und Leser-Postings

Für alle Zuhausegebliebenen

Das Fundraiser-Magazin berichtete auf fundraiser-magazin.de sowie via Facebook und Twitter vom Deutschen Fundraising Kongress …

… und von der re:publica, Konferenz rund um das Web 2.0.

… sowie vom Fundraising Forum Niedersachsen



Übrigens, auch im Juli (!) gibt es wieder diese beliebte Aktion:

Einfach mal danke sagen …

Hallo Fundraiser-Redaktion,
ich schätze Ihr Magazin sehr als aktuelle und qualitativ hochwertige Informationsquelle rund um FR-Kommunikation, Spenderbetreuung & internationale NGO-Szene. Als FR-Neuling bietet es mir Orientierung und Einblicke. Sowohl das Magazin als auch die Website empfehle ich bei jeder Gelegenheit weiter.

Markus Dressnandt, Radolfzell

sozial

Einzigartig vielfältig.

Die KongressMesse
für den Sozialmarkt

ConSozial 2015

SELBSTBESTIMMT LEBEN
INKLUSION GESTALTEN
SOZIALES PFLEGEN

// Zukunftsministerium
Was Menschen berührt.

21. – 22. Oktober NürnbergMesse

Erleben Sie die einzigartige Vielfalt der ConSozial auf www.consozial.de

Veranstalter

Bayerisches Staatsministerium für
Arbeit und Soziales, Familie und Integration

Organisation und Durchführung

Deutscher Caritasverband, Landesverband Bayern e.V.
Die Rummelsberger Dienste für Menschen gGmbH
NürnbergMesse GmbH

NÜRNBERG MESSE

Rummelsberger Diakonie

caritas

NON-PROFIT FÜR EINSTEIGER RATGEBER

Verein, Stiftung oder gGmbH?

Welche Rechtsform passt zur NGO – und geht es auch ohne?

Viele Bürgerinitiativen und Projekte stehen irgendwann vor der Frage, sich eine feste Struktur zu geben. Doch wann ist dieser Punkt erreicht? Und welches Modell passt zu welchem Zweck? In der Reihe „Non-Profit-Arbeit für Einsteiger" erklärt das Fundraiser Magazin, worauf es bei der Wahl der Rechtsform ankommt.

Von PETER NEITZSCH

„Wer sich entschließt, etwas Gemeinnütziges zu unternehmen, sollte sich auch gleich um die richtige Rechtsform kümmern", sagt der Rechtsanwalt Michael Sommer. Der Mitautor des Buchs „Gemeinnützige Stiftungen und Vereine" rät dazu, sich im Vorfeld Gedanken zu machen, welche gemeinnützige Körperschaft zu dem jeweiligen Vorhaben passt. Denn wie eine Initiative organisiert ist, hat auch Folgen für das Engagement selbst.

„Auch eine Bürgerinitiative, die sich regelmäßig trifft, kann bereits eine Gemeinschaft im Sinne eines nicht eingetragenen Vereins sein", sagt der Experte für Vereins- und Stiftungswesen, Ulrich Goetze. Grundsätzlich gelten dann bereits alle Regeln, die das Bürgerliche Gesetzbuch für Vereine vorsieht. So kann auf den Zusatz „e.V." getrost verzichtet werden, wenn es sich nur um eine vorübergehende Initiative handelt, die zum Beispiel ein bestimmtes Bürgerbegehren unterstützt.

Was viele nicht wissen: „Auch nicht eingetragene Vereine können gemeinnützig sein", sagt Goetze. „Damit das Finanzamt die Gemeinnützigkeit anerkennt, braucht es nur eine entsprechende Satzung und einen gewählten Vorstand." Der Eintrag ins Vereinsregister spielt für den Fiskus keine Rolle. Doch der Steuerberater sagt auch: „Wenn Finanzen im Spiel sind, sollte man immer darüber nachdenken, einen Verein eintragen zu lassen."

Schließlich bietet die Vereinsgründung einige Vorteile, so wird die Haftung der Vereinsmitglieder beschränkt. „Der Eintrag ins Vereinsregister ist auch sinnvoll, wenn man nach außen geschlossen auftreten möchte – zum Beispiel durch eine fixe Postanschrift", sagt Goetze. Der Aufwand dafür ist überschaubar: „Im Grunde fallen bei der Gründung eines Vereins nur die Kosten für die Eintragung ins Vereinsregister an", so Sommer. Bei kleineren Vereinen sind das deutlich unter hundert Euro.

Die niedrige Einstiegsschwelle ist einer der Vorteile des Vereins als Rechtsform. Ein weiterer ist, dass eine große Anzahl Aktiver einbezogen werden kann. „Die Gründung eines Vereins macht immer dann Sinn, wenn das Engagement von vielen gebündelt werden soll", sagt Sommer. Ein Verein lebt von seinen Mitgliedern. Das ist ein Vorteil, das kann aber auch ein Nachteil sein: „Die Satzung eines Vereins lässt sich relativ einfach verändern. Das bedeutet, man gibt immer auch einen Teil der Kontrolle an die Vereinsmitglieder ab."

Wenn größere Beträge zur Verfügung stehen, ist daher in der Regel eine Stiftung oder eine gemeinnützige GmbH die bessere Wahl. „Die Gründung einer gemeinnützigen GmbH bietet sich an, wenn sich ein kleiner Kreis von Personen für das gleiche Ziel einsetzt“, erläutert Sommer. Jeder Mitstreiter kann dann zum Gesellschafter der gGmbH werden, dafür muss insgesamt ein Stammkapital von 25 000 Euro aufgebracht werden. „Das Stammkapital kann aber auch beliebig erhöht werden.“

Nicht immer ist ein Verein also die beste Lösung: „Wenn laufend Einnahmen im wirtschaftlichen Bereich anfallen, ist eine gemeinnützige GmbH steuerlich oft die bessere Alternative“, bestätigt Goetze. Zudem sorgt diese Rechtsform für mehr Kontinuität: „Bei der gGmbH sind nur die Gesellschafter an den Entscheidungen beteiligt.“ Ein Vereinsmitglied kann jederzeit austreten, für einen Gesellschafter liegen die Hürden sehr viel höher.

Ähnlich wie beim Modell der Stiftung können auch bei der gemeinnützigen GmbH die Erträge des Vermögens für den guten Zweck verwendet werden. Außerdem ist die Gründung weniger aufwendig als bei einer Stiftung, die erst genehmigt werden muss. „Der Vorteil der gGmbH gegenüber der Stiftung besteht in der fehlenden staatlichen Aufsicht und in der Flexibilität bei Satzungsänderungen“, erklärt der Jurist Sommer.

„Eine Stiftung macht immer dann Sinn, wenn ein großes Vermögen vorhanden ist“, sagt Goetze. Gemeinnützige Stiftungen sind steuerlich begünstigt. Doch die Rechtsform hat auch Nachteile: „Man kann nur mit den Erträgen des Stiftungskapitals wirken, nicht mit dem Geld selbst.“ Das Vermögen ist tabu und muss erhalten werden, das ist bei einer gGmbH – abgesehen von der Mindesteinlage – anders. „Außerdem kann der Stiftungszweck nicht nachträglich verändert werden.“

Eine eigene Stiftung sei im Grunde erst mit einem Ausgangskapital von zwei bis drei Millionen Euro ratsam, sagt auch Sommer. Erst dann könne mit den Erträgen sinnvoll gearbeitet werden. „Wenn man nur 100 000 Euro erübrigen kann, lohnt sich das eigentlich nicht.“ Bei Beträgen in dieser Größenordnung sollte eher über die Zustiftung zu einer bereits bestehenden Stiftung oder über eine unselbstständige Treuhandstiftung nachgedacht werden.

Literatur-Tipp:

Michael Sommer, Ralf Stefan Werz, Benjamin Leuchten: ***Gemeinnützige Vereine und Stiftungen. Erfolgreich gründen und führen.*** C.H.Beck 2013. 298 Seiten. ISBN 9783406633782. [D] 24,90 €. [A] 25,60 €, 32,40 CHF.

REAKTIVIEREN GEWINNEN BINDEN UPGRADEN

Das ist Klaus-Dieter.
Er spendet gerne.

Er ist total gut drauf, weil wir für ihn genau die richtige Organisation gefunden haben.

Also Klaus-Dieter, rock sie!

GFS
Einfach Fundraising.

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

Foto: © Chris Leachman - Fotolia.com

Spendenplan von der Bank des Vertrauens

Beratung für Großspender oder Major Donor Fundraising?

Immer mehr Banken beschäftigen sich mit dem Charity-Bereich. Einige Banken haben eigene Stiftungen oder lassen Privatkunden an den Projekten dieser Stiftungen teilnehmen. Welche Beispiele gibt es in den Niederlanden und Deutschland, und wie kann das für NGOs von Vorteil sein?

Von HARALD MACHIELSE

Vor Kurzem erhielt die Anderson Business School der Universität von Kalifornien eine Großspende von 100 Millionen US-Dollar. Die Spenderin ist Frau Anderson, die Frau des Gründers. Sie hat also eine klare Beziehung zur Universität. Für Spender, die noch nicht genau wissen, an welches Projekt sie spenden können oder auf welche Weise sie genau ihre Philanthropie-Ziele erreichen können gibt es die Beratungsform Charity-Desk. In den Niederlanden gibt es seit 2007 diese Philantropieberatung speziell für Privatkunden, um Menschen wie Frau Anderson, aber sicherlich auch weniger Reichen, beim Spenden zu helfen. Die Rabobank startete die Dienstleistung 2007, und ABN AMRO folgte 2012. Bei anderen Banken, wie der ING Gruppe, wird Philanthropie-Beratung von den Privatbankern gemacht und nicht von einer speziellen Abteilung. Vorher wurden Kunden in diesem Bereich zwar bereits beraten, nur betrieb man keinen großen Aufwand um diese Dienstleistung.

CHARITY-DESK?

Was genau macht dieser Charity-Desk? Die Berater bieten grundsätzlich zwei Punkte: Anhand eines Gesprächs mit dem Spender erstellen sie einen Spendenplan, der die Wünsche und Ziele des Spenders beschreibt. Was möchte der Spender erreichen, mit wem will er das erreichen und wann? Im zweiten Schritt können die Berater auf Wunsch des Spenders anhand des Spendenplans Projektvorschläge bei NGOs sammeln und diese dem Spender vorlegen. So kann der Spender das Projekt wählen, mit dem er oder sie am besten die eigenen Philanthropie-Ziele erreichen kann.

VORTEIL FÜR NGOS?

Diese Entwicklung ist für NGOs deshalb günstig, weil sie die Philanthropie im Allgemeinen ankurbelt. Fundraising für spezifische gute Zwecke machen sie aber nicht. Das heißt, sie beraten die Kunden bei der Art und Weise, in der sie spenden können.

NGOs werden aber von einigen Banken schon beraten, wie sie am besten mit Großspendern umgehen und was diese wichtig finden. So können NGOs ihr Fundraising besser auf potenzielle Großspender abstimmen.

CHARITY-DESKS IN DEUTSCHLAND?

Wie gehen Banken in Deutschland mit dem Thema um? Folgen Sie den Beispielen der Kollegen in den Niederlanden und Österreich oder gehen sie einen anderen Weg? Bei der Berenberg Bank hat man keinen Charity-Desk, vermittelt die Kunden aber gern an einen externen Berater. Einen Beitrag für die Gesellschaft zu leisten hat bei der Berenberg Bank hat eine lange Tradition. Man hilft Kunden gerne mit der Verwaltung von Stiftungsvermögen. Für die Wahl von Projekten verweist man auch hier noch gern auf externe Berater, weil dieses Beratungsangebot selbst noch nicht eingerichtet worden ist. Die Bethmann Bank, eine Tochter der holländischen ABN-AMRO, arbeitet daran, einen vollständigen Charity-Desk aufzubauen und Spender im Speziellen und NGOs im Allgemeinen zu beraten.

ZUKUNFT?

Es wird interessant sein zu sehen, wie diese Dienstleistung sich weiterentwickelt. Die Charity-Desks sind in erster Instanz für Privatkunden da, werden zukünftig aber nicht nur wegen steigenden philanthropischen Interessen in der Bevölkerung interessant sein, sondern vor allem, wenn sie NGOs dabei beraten, wie sie am einfachsten den Kontakt zu potenziellen Spendern aufbauen können. Die Charity-Desks sind also keine direkte Quelle für Großspender, aber eine interessante zusätzliche Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen. Wenn Charity-Desks eine NGO kennen, ist die Chance auch größer, dass die Berater die NGO kontaktieren, wenn sie einen Projektvorschlag für einen Kunden suchen.

Harald Machielse *ist seit 2007 selbstständiger Fundraiser und Philanthropie-Berater. Er vermittelt zwischen NGOs und Großspendern oder Impact Investoren. Privatkunden hilft er mit einem Spendenplan und deren Umsetzung.*
▶ www.chuva.nl

Tätigkeit mit Sinn

Warum Menschen Fundraiser werden und bleiben

Die Absicht, eine sinnvolle Tätigkeit auszuüben, ist der wichtigste Beweggrund für den Einstieg ins Fundraising, gefolgt vom (wohl verwandten) Wunsch, in einer NPO zu arbeiten. Die „sinnvolle Tätigkeit" ist das wichtigste Motiv, in diesem Beruf tätig zu bleiben. Und ihren Beruf üben viele Fundraiser mit Freude und Stolz aus. Zu diesem Ergebnis kommt eine Untersuchung zu Berufswegen und Motiven von Fundraisern in der deutschsprachigen Schweiz.

Von ROGER TINNER

Die Motive von Spendern sind immer wieder Thema von Fachbeiträgen, Studien oder Referaten an Tagungen im Bereich Fundraising. Welche Motive aber dazu führen, Fundraiser zu werden, und wo Fundraiser die Motivation hernehmen, in diesem Beruf tätig zu bleiben, das interessiert offensichtlich weniger. Weder im deutschsprachigen noch im angelsächsischen Raum haben wirbei unserer Recherche eine Studie oder eine Befragung zu exakt diesem Thema gefunden.

BEFRAGUNG MIT ONLINE-FRAGEBOGEN

Wer wissen will, was Fundraiser in ihrem Beruf motiviert, der muss sie selbst fragen. Deshalb ist diese Arbeit den Fragen mit einer direkten Befragung nachgegangen. Ziel war es, den ganzen deutschsprachigen Raum einzubeziehen. Die Anzahl an Antworten aus Deutschland und Österreich war aber leider zu klein für eine aussagekräftige Auswertung.

Als Erhebungsmethode für die quantitative Umfrage wurde ein standardisierter Online-Fragebogen entwickelt, der an die Mitglieder der Fundraising-Verbände in Deutschland, Österreich und der Schweiz geschickt wurde. Die Anzahl der Antwortenden belief sich in der Deutschschweiz auf 152, davon 131 Mitglieder von Swissfundraising. In Bezug gesetzt zum Total von 510 deutschsprachigen Swissfundraising-Mitgliedern entspricht dies einem Rücklauf von 26 Prozent. Einige der wichtigsten und interessantesten Ergebnisse werden hier beschrieben.

Grafik: swissfundraising

Die meisten empfinden Freude, wenn sie jemand nach ihrem Beruf fragt, und ebenfalls viele empfinden Stolz. Erst an dritter Stelle folgt die erwartete „gut schweizerische" Routine/Normalität. Zurückhaltung und Scham stellen sich äussert selten ein. Was Fundraiser mit Stolz und Freude erfüllt, scheint sich gegen aussen noch nicht ganz durchgesetzt zu haben.

Beim Verbleib im Fundraising ist der wichtigste Beweggrund die „sinnvolle Tätigkeit". Einstieg und Verbleib werden also am gleichen Hauptkriterium gemessen, dessen Wichtigkeit sich noch verstärkt. Anders formuliert: Fundraiser bleiben ihren Motiven und ihrer Gesamtmotivation treu. Noch vor dem „Erfolg im Fundraising", kommt die „abwechslungsreiche Tätigkeit". Am unwichtigsten sind „gute Entlöhnung", „gute Karrierechancen" und „vom Arbeitgeber finanzierte Weiterbildung".

WIE UND IN WELCHEM ALTER?

Die Resultate zeigen, dass eine deutliche Mehrheit der Antwortenden eine akademische Ausbildung mitbringt (Total 64 %) und dass weitere 18 Prozent eine höhere Fachschule abgeschlossen haben. Bei den Antwortenden handelt es sich allerdings zu 51 Prozent um

Erwartungen an die Fundraising-Verbände

Gut 47 Prozent der antwortenden Fundraiser erwarten von den Verbänden, dass sie die Fundraising-Fähigkeiten und -Disziplinen weiterentwickeln. Deutlich mehr Antwortende fordern die Verbände aber dazu auf, Öffentlichkeitsarbeit in Publikumsmedien zu betreiben (57,8 %) und ein gesetzlich anerkanntes Berufsbild zu entwickeln (51,9 %).
Und weitere 38,8 Prozent, also auch mehr als ein Drittel der Antwortenden, erwarten politische Vorstöße für die Verbesserung von Rahmenbedingungen fürs Spenden.

Geschäftsführende, GL-Mitglieder und Personen mit Leitungsfunktion. Genau die Hälfte der Antwortenden hat auch einen eigentlichen Weiterbildungs-Lehrgang im Fundraising absolviert. Der Zugang zum Beruf ist von den Voraussetzungen her also sehr offen, de facto führt er aber mehrheitlich über ein Studium an Universität oder Fachhochschule.

Über 80 Prozent kamen im Alter von über 30 Jahren ins Fundraising. Das lässt vermuten, dass die Fundraising-Stelle bei der Mehrheit nicht die erste Station im Berufsleben ist. Dies wird bei der Frage nach der Tätigkeit vor dem Fundraising bestätigt, wonach nur 7 Prozent direkt vom Studium ins Fundraising kommen. Eher überraschend ist in Bezug auf das Alter beim Einstieg ins Fundraising die Tatsache, dass fast ein Drittel erst zwischen 40 und 49 Jahren und weitere 10 Prozent erst im Alter von 50 und mehr zum Fundraising stösst.

Hier zeigt sich auf einen Blick, dass die Absicht, eine sinnvolle Tätigkeit auszuüben, tatsächlich der wichtigste Beweggrund für den Einstieg war, gefolgt vom (wohl verwandten) Wunsch, in einer NPO zu arbeiten. Die attraktiven Anstellungsbedingungen sind nicht das unwichtigste Kriterium. Noch weniger wichtig für den Einstieg ins Fundraising erweisen sich in der Umfrage das Vorbild anderer Personen und das Fehlen eines alternativen Stellenangebots.

BEWEGGRÜNDE & IMAGE

Das Image des Fundraisings in der Bevölkerung beurteilt nur 1 Prozent als „sehr positiv". Die Beurteilungen „eher positiv" (45 %) und „eher negativ" (37 %) liegen anteilsmässig nahe beieinander. Und ebenfalls 1 Prozent sieht das Image als „sehr negativ". Zudem sagen weitere 16 Prozent, dass sie das Image in der Bevölkerung nicht beurteilen können. Immerhin ist zu vermuten, dass mit entsprechenden Maßnahmen – insbesondere bei der öffentlichen Positionierung des Berufsbildes – in absehbarer Zeit eine Mehrheit von Fundraisern das Image in der Öffentlichkeit anders beurteilt.

Alle Auswertungen sind verfügbar unter *www.swissfundraising.org/fundraiserin*

Roger Tinner *war zunächst Journalist und leitete dann zehn Jahre die Kommunikation der Universität St.Gallen, wo er auch einen Master of Business Administration erwarb. 2001 wechselte er in die Kommunikationsberatung. Seit 2007 ist er (im Mandat) Geschäftsführer von Swissfundraising und ist Absolvent des Diploma of Advanced Studies in Fundraising Management an der ZHAW Winterthur.*
▶ *www.swissfundraising.org*

Walter Schmid AG

CRM Fundraising-Datenbank

Wenn das Wissen über den Spendenmarkt und die eigenen Gönner- und Gönnerinnen zum wichtigsten Unternehmenswert wird.

Die Kommunikation mit Ihren Spendern wird individueller und anspruchsvoller. Nur wer schnell und gezielt auf Ihre Wünsche und Bedürfnisse eingehen kann, schafft sich entscheidende Wettbewerbsvorteile im hart umkämpften Spenden-Markt. Sprechen Sie mit uns, wir haben Lösungen.

Für mehr Individualität und Kreativität im Dialog mit Ihren Gönnern.

Walter Schmid AG

Auenstrasse 10 · CH-8600 Dübendorf · Telefon (+41) 44 802 60 00 · mail@wsag.ch · www.wsag.ch

Weil keiner bei Google die Seite zwei klickt

Suchmaschinenoptimierung für Non-Profit-Organisationen

Vereine und Stiftungen stehen in einem Wettbewerb zueinander. Sie konkurrieren um Informationshoheit, Spendeneinnahmen, Personal oder Unterstützer. Deshalb ist es auch im Non-Profit-Sektor unabdinglich, dass die eigene Website über Suchmaschinen und durch die für die Organisation relevanten Suchwörter von den eigenen Zielgruppen schnell gefunden wird.

Von EVA HIENINGER

Bei der täglichen Arbeit kann Suchmaschinenoptimierung (SEO) helfen. Dies bezeichnet Maßnahmen, die dazu dienen, dass die eigene Website in der unbezahlten Suche möglichst hoch gelistet wird. Auf welchem Platz eine Website in den Suchergebnissen steht, hängt von ihrer inhaltlichen und technischen Qualität ab. Diese wird von Suchmaschinen wie Google anhand eines Algorithmus bewertet, der sich täglich mehrere Male ändert. Die Optimierung der Website wird damit zu einer regelmäßigen Aufgabe. Erste Verbesserungstipps können sogenannte Webmaster-Tools geben. Die Webmaster-Tools von Google etwa geben Hinweise, welche Elemente der Website Verbesserungen benötigen und wie diese durchgeführt werden können. Sie geben außerdem an, wo die Website im Netz verlinkt ist und wo Probleme bei der Suche aufgetaucht sind.

ONPAGE: REDAKTIONELLES SEO

Zunächst gilt es festzulegen, durch welches Wort oder durch welche Wortkombination (Keywords) der Inhalt einer bestimmten Seite Ihrer Website gefunden werden soll. Die relevanten Keywords sollten in folgenden Elementen auf der Seite vorkommen. Überschriften von Artikeln: Mindestens die Hauptüberschrift sollte das relevante Keyword enthalten. Sie wird im Quellcode als H1 gekennzeichnet. Texte: Zu Beginn und zum Schluss eines Textes die Keywords zu nennen, ist empfehlenswert. Synonyme können verwendet werden. Der Text sollte aber nicht mit Keywords überfrachtet sein. URL: Auch die Webadresse sollte die Keywords enthalten sowie beschreiben, was auf der Seite zu sehen ist. Eine Seite sollte nur unter einer URL aufrufbar sein. Seitentitel: Der Seitentitel (Title-Tag) wird im Tab oder oben am Browserfenster angezeigt. Er ist die Überschrift der Seite, immer sichtbar und erscheint in den Suchmaschinen als Referenz auf die Website. Bilder: Die Bildbeschriftung sollte das Bild mit dem

relevanten Keyword beschreiben. Infos wie Größe, Datum und Ort sollten angegeben werden. Metadescription: Diese findet sich in den Suchergebnissen wieder. Sie können den User zum Klick auf die Seite führen, wodurch die Relevanz der Seite erhöht wird und sie im Ranking nach oben bringt.

ONPAGE: TECHNISCHES SEO

Bei der technischen Optimierung lohnt es sich, einen IT-Spezialisten mit einzusetzen, denn viele dieser Optimierungen umfassen überwiegend Änderungen, die sich nicht über das Content Management System realisieren lassen:

- Interne Verlinkungen: Alle Seiten sollten untereinander über HTML-Links verknüpft sein. Die Links sollten einen thematischen Bezug zur verlinkten Seite haben.
- Website-Performance: Google-Tests haben ergeben, dass Seiten mit einer Ladezeit größer als vier Sekunden zu 90 Prozent öfter und direkt verlassen werden.
- Mobile Optimierung: Seit dem letzten großen Google Algorithmus Update bevorzugt Google in der Suche Webseiten, die mobil optimiert sind. Spätestens seit April 2015 sollte Ihre Website deshalb auch mobil gut lesbar und auffindbar sein. State of the Art ist das sogenannte responsive Design.

OFFPAGE: SEO DER WEBSITE IM NETZ

Neben den Optimierungen auf der eigenen Website sollte auch dafür gesorgt werden, dass die Website im Netz optimal dargestellt wird. Nur wenn der Server optimal läuft und eine ununterbrochene Verfügbarkeit gewährleistet wird, kann auch sichergestellt werden, dass die Seite von den Suchmaschinen indexiert wird.

Weiterhin wichtig sind externe Verlinkungen (Backlinks), das heißt, auf welchen Seiten und wie oft die Seite verlinkt ist. Hier gilt es, darauf zu achten, dass die Qualität der Verlinkungen durch Themenbezug und hochwertige Quellen hoch ist. Bezahlte Backlinks sollten vermieden werden, da dies von den Suchmaschinen vermehrt massiv abgestraft wird.

Google bewertet Websites auch anhand der Aktivitäten im Social Web. Durch die Integration der Social-Media-Kanäle, wie Facebook, Twitter oder Google+, und deren aktive Betreuung und Interaktion mit den Fans erhöht sich der Rankingfaktor der Website.

REGELMÄSSIGE ANALYSE

SEO nimmt Zeit und Muße in Anspruch, aber es lohnt sich. Analysieren Sie die für Sie relevanten Keywords und bauen Sie diese in die redaktionellen Elemente wie Überschrift, Text, URL, Seitentitel, Bilder und Metadescription Ihrer Website ein.

Stellen Sie sicher, dass Ihre Website auf dem bestmöglichen technischen Stand ist. Achten Sie vor allem auf die Geschwindigkeit und die mobile Darstellung Ihrer Website. Durch eine ununterbrochene Serververfügbarkeit sowie qualitative Verlinkungen und Social-Media-Plugins können Sie Ihre Website auch OffPage optimieren. Überprüfen Sie die Optimierungsmöglichkeiten Ihrer Website regelmäßig mit kostenlosen Webanalyse-Tools.

Eva Hieninger *ist freiberufliche Marketing-Beraterin und Konzeptionerin für Non-Profit-Organisationen, unter anderem für openPetition.de, die 100 prozent erneuerbar stiftung und Ärzte ohne Grenzen. 2011 erlangte sie den Master in Arts and Media Management an der Freien Universität Berlin. Nach verschiedenen Tätigkeiten im Medienbereich und in diversen Werbeagenturen arbeitete sie beim Bundesverband WindEnergie als Marketing-Managerin und erlangte dadurch fundiertes Wissen im Bereich Online-Marketing in Non-Profit-Organisationen.*
▶ *www.evahieninger.de*

Gewusst wie

Der WWF Schweiz hat sein Online-Fundraising-Portal erfolgreich umgekrempelt

Projekterfolge aus dem Lebensraum einer Tierart. Ohne inhaltlich abzulenken. Große, aussagekräftige Bilder, die Emotionen wecken. Ein nahtloser Check-out-Prozess und die konsequent durchgängig gewählte User-Journey. Dies alles unterstützt beim WWF Schweiz inzwischen die Fokussierung auf den Abschluss von Mitgliedschaften, Patenschaften und Spenden.

Von KATJA PRESCHER

In der Vergangenheit fanden Besucher des Internetportals im Bereich „Aktiv werden" Inhalte und Spendenformulare, die nicht auf den individuellen Anwendungsfall zugeschnitten waren. Zu umfangreiche Inhalte lenkten vom Ziel ab, den WWF zu unterstützen. Als sich die Organisation eine Verdoppelung der Online-Einnahmen im Vergleich zum Vorjahr zum Ziel setzte, wurde zuerst der altbekannte Ansatz der bloßen Optimierung von einzelnen Spendenformularen ins Auge gefasst. Im Zuge einer gemeinsamen Strategie-Analyse mit der Digital-Agentur getunik wurde schnell klar, dass Online-Fundraising nicht nur eine technische Angelegenheit ist. Marketing-Denken und eine verständliche Kommunikation stehen genauso im Vordergrund.

KLARE PRODUKT-POSITIONIERUNG

Stefan Schefer, verantwortlicher Projektleiter bei getunik: „Auf dem neuen Fundraising-Portal findet nun jeder Supporter, was er sucht. Gleich zu Beginn stand ein Aspekt im Vordergrund: Unterschiedlichste Zielgruppen besuchen die neue Webseite. Direkt auf der Startseite bieten wir deshalb eine Übersicht zu allen WWF-Fundraising-produkten und überlassen dem Besucher der Seite die Entscheidung, ob er a) eine Schnellspende per SMS tätigen oder b) ein Thema auswählen und zum Beispiel für ein Tier oder einen Lebensraum spenden oder Mitglied werden möchte."

INTERN DIE SICHT DES USERS EINNEHMEN

Wie viele Formularfelder sind die User bereit auszufüllen? Ist ein Spam-Blocker wie Captcha notwendig? Sind optionale Felder sinnvoll? Auf der einen Seite sind qualitativ hochwertige Daten für die nachgelagerte Kommunikation mit den Spendern wichtig. Auf der anderen Seite stellte sich auch die Frage, welche Informationen die User bereit sind anzugeben. Im Ergebnis weisen die neuen Checkout-Formulare so wenige Felder wie möglich und fast ausschliesslich Pflichtfelder aus. Es gilt: Je weniger Felder auszufüllen sind, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit eines Abschlusses.

NUTZERERLEBNIS FÜR BESSERE CONVERSIONS SCHAFFEN

Beim WWF Schweiz wird User Experience, das Nutzererlebnis, großgeschrieben. Webseitenbesucher möchten nicht einfach ein Spendenformular ausfüllen. Sie möchten etwas erleben und zum Spenden motiviert werden. Eine naheliegende Reaktion auf zu geringe Einnahmen sind oftmals höhere Investitionen in Maßnahmen, die mehr Website-Besuche generieren. „Solche Maßnahmen sind aber ineffizient und außerdem nimmt die Qualität des Traffics laufend ab", so Gregor Nilsson, Teamleiter Online beim WWF Schweiz. „Ich kann aber auch das Erlebnis auf der Website verbessern. Was passiert dadurch? Bei gleichbleibender Anzahl der Besucher auf der Webseite verdoppelt sich die Zahl der Abschlüsse. So erreichen wir eine nachhaltige Steigerung der Conversions und der ROI der Vermarktungsmaßnahmen wird rascher erreicht."

REDUZIERTE SEITEN MIT KLAREM FOKUS

Eine Organisation wie der WWF verfügt über ein großes Expertenwissen, mit welchem problemlos lange und detaillierte Texte für die Website generiert werden könnten. Dem gegenüber stehen die begrenzten Zeitressourcen der User. Hier schlägt der WWF eine Brücke, indem er auf der Fundraising-Webseite die komplexen

Themen mit ausdrucksstarken Bildern und fokussierter Kernbotschaft vermittelt. Sowohl Text- als auch Bildsprache wurden so gewählt, dass sie den Abschluss unterstützen.

INTELLIGENTE DATENVERWALTUNG UND VERKNÜPFUNG DER VERSCHIEDENEN SYSTEME

Das WWF-Fundraising-Portal basiert auf dem Content Management System (CMS) Drupal, das die redaktionelle Selbstverwaltung zulässt. Einzelne Seiten und Landingpages können von den Mitarbeitern des WWF selbstständig erstellt werden.

Die von der Online-Fundraising-Plattform RaiseNow entwickelten Spendenformulare lassen sich nahtlos ins CMS integrieren, sodass Produktinformationen wie zum Beispiel Spendenzweck und Betrag automatisch aus der Drupal-Datenbank übernommen werden. Die Formulare geben die Daten wiederum an das CRM der Organisation weiter. Diese Anbindung ermöglicht dem WWF Schweiz eine äußerst effiziente Weiterverarbeitung der Daten für die Kundenbindung und damit langfristige Einnahmen.

UMSATZ UM 60 PROZENT GESTEIGERT

Der WWF konnte die Anzahl der Transaktionen um 100 Prozent steigern. Eine Umsatzsteigerung im Bereich Online von 60 Prozent war zu verzeichnen, wobei die Abschlussrate Mobile um 330 Prozent stieg (Vergleich 18.9.2014 bis 31.1.2015 zum Vorjahr im Segment Mobile User von Google Analytics). „Das Projektbudget wird voraussichtlich nach zehn Monaten amortisiert sein. Online ist der einzige wachsende Akquisitionskanal für Mitglieder und wird F2F voraussichtlich als wichtigsten Wachstumstreiber überholen“, so Gregor Nilsson.

Der WWF Schweiz präsentiert mit support.wwf.ch ein inspirierendes Projekt, das der Umweltorganisation auch in Zukunft noch viele Möglichkeiten bieten wird, seine Supporter online zu begeistern.

▶ *www.support.wwf.ch*

Katja Prescher *ist Senior Consultant Online Fundraising und Campaigning der Digital-Agentur getunik und übernimmt die Funktion der Beratung der mehrheitlich nichtgewinnorientierten Kunden. Sie bringt neben ihrem Studium der Wirtschaftskommunikation langjährige Expertise als Online-Fundraiserin in internationalen und regionalen Organisationen mit. Hinzu kommen Auftritte als Workshop-Referentin, Bloggerin bei sozialmarketing.de und Autorin.*

▶ *www.getunik.com*

stiftungschweiz.ch

DIE SCHWEIZER STIFTUNGSPLATTFORM

Suchen Sie eine Förderstiftung in der Schweiz? Oder stehen Sie vor der Aufgabe, eine geeignete Stiftung für ein Projekt zu finden?

StiftungSchweiz.ch unterstützt Sie bei dieser Aufgabe!

Die ideale Plattform, um nach geeigneten Projekt- und Stiftungspartnern in der Schweiz zu suchen.

Jetzt anmelden unter: www.stiftungschweiz.ch

13'000 STIFTUNGEN AUF EINEN BLICK
Fördernd und operativ

EIN INSTRUMENT MIT BREITEM NUTZEN
Für Fundraiser, Gesuchsteller, Stifter, Stiftungsräte, Anwälte, Notare, Treuhänder, Berater, Forschende usw.

UNTERSCHIEDLICHE LEISTUNGSPAKETE
Je nach Nutzungsbedarf

„Leute, ich weiß nicht 100 Prozent, ob das so funktioniert."

Jérôme Strijbis ist nach zehn Jahren in verschiedenen Spendenorganisationen der Schweiz, unter anderem bei SOS Kinderdorf und Pro Juventute, in den Zürcher Internet-, Telefonie-, Hosting- und Cloud-Service-Provider iWay als Leiter Marketing und Kommunikation gewechselt. Im Interview spricht der ehemalige Fundraiser und Geschäftsführer von Save the Children Schweiz über Fehlerkultur und Organisationsentwicklung.

? Herr Strijbis, wie kam es damals zum Engagement bei Save the Children Schweiz?

Ich hatte vorher gerade einen spannenden Job gehabt, nämlich Pro Juventute quasi als Organisation mit neu zu erfinden in einem Change-Prozess. Organisationsentwicklung war für mich danach ein sehr spannendes Feld, in dem ich weiterarbeiten wollte. Das Engagement bei Save the Children war da von außen betrachtet erstmal ein Rückschritt, es war ja erstmal nur ein Mittelbeschaffer gesucht. Aber die Internationalität hat mich überzeugt und dass die Organisation noch nicht so lang, in der Schweiz aktiv war. Dieses Potenzial hat mich gereizt. Nach gut einem halben Jahr wurde ich dann Geschäftsführer.

? Eine schnelle Karriere. Sie müssen den Vorstand schnell überzeugt haben.

Nach schwierigen Jahren mit Wechseln an der Spitze war es eine glückliche Fügung, dass ich erst als Fundraiser einige richtige Schritte einleiten konnte und so für den frei werdenden Job als Geschäftsführer eine interessante Lösung darstellte. Zusammen mit meinem Start als Geschäftsführer wechselte auch das Präsidium des Vorstandes, und gemeinsam setzten wir uns dann Ziele für die nächsten Jahre, die primär darin bestanden, die Organisation in der Schweiz zu positionieren.

? Welche Aufgaben standen im Vordergrund?

Es waren mehr Fragen der Markenbildung, des Brandings und des Fundraisings. Die inhaltlichen Fragen haben sich noch nicht so gestellt, wurden auch von der internationalen Mutterorganisation, da wir noch kein Vollmitglied waren, stark vorgegeben.

? Wie sind Sie Ihre Strategie in Fundraising und Werbung angegangen?

Grundsätzlich hatten wir eine gute Basis durch die Zusammenarbeit mit Stiftungen und Projektpatenschaften auf Lastschrift-Basis. Das gab Sicherheit. Eine wichtige erste Personalentscheidung war die Verpflichtung der Kommunikationsleitung, die sehr konsequent an der Marke arbeitete und heute noch ihr Gralshüter ist. Zuerst versuchten wir zudem, die Straßenwerbung zu optimieren. Allerdings mit sehr schwierigem Return on Investment, was ja bei allen Organisationen der Fall ist. Wir haben gelernt, dass Streuwürfe gegenüber personalisierten Direct-Mails bei einer Organisation mit geringem Bekanntheitsgrad Vorteile mit sich bringen: Sie sind günstiger bei vergleichbarem Return und haben den Vorteil, in einer größeren Auflage zu einer gesteigerten Bekanntheit beizutragen.

? Ihre Organisation ist stark gewachsen. Wie formt man dann ein Team?

Das war wirklich eines der spannendsten Erlebnisse in diesen Jahren. Unsere Organisation veränderte sich in Schritten, wobei immer dann eine Veränderung in der Art der Zusammenarbeit spürbar wurde, wenn eine gewisse Größe erreicht wurde, die wiederum zu Gruppen innerhalb der Organisation oder der Teams geführt hat. Grundsätzlich muss man sich davon wegbewegen, immer und bei allem mit involviert zu sein und lernen, in die Fähigkeiten der Kolleginnen und Kollegen zu vertrauen.

Wichtig war, dass wir uns dieser Veränderung permanent bewusst waren. Nicht unbedingt harmonisch, so wie eine große Familie, sondern wir haben akzeptiert, dass wir uns für den Erfolg auch immer wieder neu finden müssen. Da bin ich auch das Risiko als Chef eingegangen, dass es zwischendurch mal knallt und raucht, aber man musste sich immer wieder auch auf der Sachebene finden und einigen können. Wenn so was dazugehört, um Erfolg zu haben, dann gehört das dazu und ist gut.

? Gab es auch Hindernisse, bei denen Sie sagen: Das ist typisch NGO?

Ich glaube wir haben einen großen Schritt gemacht, als sich die Erfahrung bestätigt hat, dass es manchmal ausreicht, ein Projekt nur mit 90 Prozent Sicherheit anzugehen und man nimmt für die zehn fehlenden Prozent in Kauf, dass man sich verrennt oder dass es eben nicht funktioniert. Denn wenn man immer 100 Prozent haben will, dann macht man vermutlich gar nichts mehr. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass Organisationen, die sich aus Spenden finanzieren, großen und manchmal vielleicht zu großen Respekt davor haben, Fehler zu machen und ebendiese Spenden nicht optimal einzusetzen.

? Fehlerkultur ist also wichtig?

Ja, sich das einzugestehen und nicht päpstlicher als der Papst zu sein. Es gehört dazu, dass man in einem gewissen Arbeitsstand signalisiert: Leute, ich weiß nicht 100 Prozent, ob das so funktioniert. Aber es dann nicht zu tun, ist keine Lösung. Die Angst vor dem Ungewissen ist beim Menschen groß und man tendiert viel zu leicht dazu den Aspekt auf den negativen Impact zu legen als auf den positiven. Ich sah es als meine Rolle, hier die Diskussion zu führen und zu vermitteln, dass ich meinen Kopf dafür hinhalte, wenn es schiefgeht. Ich stelle mich dann im Falle eines Scheiterns beim Vorstand hin oder beantworte die Medienanfragen und sage: Das habe ich so gewollt, es war meine Entscheidung. Aber ich würde auch sagen: Ich würde das aber wieder so machen, weil es von zehnmal achtmal klappt. Dass dies nie eingetreten ist, ist natürlich schön.

? Jetzt gehen Sie in die Wirtschaft. Was nehmen Sie mit aus der Arbeit in NGOs?

Ich nehme extrem viel mit. Besonders dieses unheimliche Commitment für eine Sache, das wahnsinnig gut Berge versetzen kann. Das führt auch zu einem Einsatzwillen und zu einer Wahrnehmung der Aufgaben, die zum Glück auch stärker sein kann als andere Anreize, wie Monetäres oder Ähnliches. Es lohnt sich extrem, den Mitarbeitenden, egal in welcher Aufgabe, ein Set-up zu bieten, in dem aus einer inneren Überzeugung heraus Höchstleistungen erbracht werden. Ich bin froh, jetzt wieder Teil eines sehr motivierten Teams zu sein, wenngleich das Thema ein anderes ist.

? Weshalb ist für Sie denn die Zeit für eine Veränderung gekommen?

Für den Wechsel war für mich eigentlich entscheidend, dass ich erkannt habe, dass wir die Ziele, die wir uns einst als Save the Children für die nun abgelaufene Strategieperiode gesetzt haben, erreicht sind: Konkret die ZEWO-Zertifizierung, die Vollmitgliedschaft im Save the Children-Netzwerk, die Größe, die wir erreicht haben, das Spendenvolumen. Es beginnt jetzt eine neue Phase, auch wenn die erfolgreiche Entwicklung von außen keine Veränderung erforderlich erscheinen lässt. Da muss man selbstkritisch sein und sich fragen, ob man dafür der Richtige ist.

Einige haben mich angesprochen und gefragt: „Bist Du wahnsinnig, es läuft doch gut bei Euch, warum gehst Du?" Meine Antwort war: „Ja, aber ich weiß, dass es jetzt eine Gesamtleitung, die neben Managementskills vertieftes Sektor-Know-how aus der Welt der Entwicklungszusammenarbeit mitbringt und die Organisation weiter prägen kann, braucht, wenn es in den nächsten Jahren auf dem Niveau weitergehen soll. Dann wird die Erfolgsgeschichte der Organisation weitergehen." Und aus dem Bereich komme ich nicht. Ich komme aus dem Marketing und bin Unternehmer durch und durch. Es war von mir neben persönlichen Überlegungen auch eine Entscheidung im Sinne der Organisation.

? Wo sehen Sie die Zukunft im Fundraising? Im Online-Fundraising?

Nun, seit acht Jahren wird das Durchstarten des Online-Fundraising angekündigt, um dann bei jedem Fundraisingkongress mit den bescheidenen Beiträgen zum Gesamtspendenvolumen konfrontiert zu werden. Ich glaube, es geht nicht um Online-Fundraising, sondern darum, in welcher Welt wir unsere Spenderinnen und Spender abholen. Und diese Welt ist immer digitaler und online geprägt.

Das Heil liegt nicht in der Online-Zahlung, sondern es ist die Kommunikation im ganzen Mix der Gesamtaktion, der den Erfolg bringt. Die Organisationen, welche mit der Zeit gehen und dem Spender durch zeitgemäße und interaktive Angebote auf allen Geräten zeigen, dass das Konsumverhalten im Alltag auch beim Spenden abgeholt wird, haben Erfolg.

Hier schließt sich für mich auch ein Kreis: Mit den IT-Dienstleistungen, die ich nun vermarkte, möchten wir ganz klar auch gemeinnützige Trägerschaften im Wissen darum ansprechen, dass die Ressourcen für Investments in Technologie begrenzt sind und sich sehr konkret positiv auf Prozesse und Resultate niederschlagen müssen. Hier sehe ich auch eine konkrete Verantwortung der For-Profit-Wirtschaft: NPO sollen und dürfen nicht aufgrund knapper Ressourcen und zum Teil nicht vorhandenem Know-how vom technologischen Fortschritt ausgeschlossen sein.

Online-Fundraising rechnet sich

Neuspenderwerbung durch Investitionen in Online-Marketing

Die aktuelle Studie des Online-Fundraising-Experten Altruja zeigt wieder, dass viele Organisationen ihre Spender online noch lange nicht so intensiv um Spenden bitten. Allerdings haben sie es auf der Agenda: Allein 70 Prozent der großen Organisationen wollen bald ins Online-Fundraising einsteigen.

Von KURT MANUS

Ein wichtiges Motiv, die Investitionen in den Bereich Online-Fundraising zu wagen, sind die durchschnittlich höheren Spenden. Herkömmliche Durchschnittsspenden liegen bei 25 bis 30 Euro. Die von der Altruja GmbH in ihrer Umfrage unter mehr als 1 000 Spendenorganisationen im deutschsprachigen Raum ermittelte Durchschnitts-Online-Spende liegt bei 86 Euro. „Ein weiterer Vorteil ist, dass Investitionskosten im Online-Fundraising vergleichsweise gering sind", erläutert Nicolas Reis, Geschäftsführer des Unternehmens. Positiv beim Online-Fundraising sei außerdem, dass die Abwicklung des Spendenprozesses stark vereinfacht wird. Durch virale Verbreitung über Social Media und Verlinkung der Website könnten Reichweite und Bekanntheit der Organisation deutlich gesteigert werden.

AUCH KLEINE VORAN

Doch auch mit modernem Online-Marketing tun sich NGOs noch schwer, wie eine Untersuchung der Online-Marketing-Agentur MaufSchmidt ergab. Die Online-Vermarktungsexperten untersuchten 350 Spendenorganisationen auf ihre Aktivitäten bei Suchmaschinenoptimierung (SEO), Suchmaschinenwerbung (SEA) und Social-Media-Marketing. Deutlich wird bei dem vorgestellten Ranking, dass gerade große Organisationen, die beispielsweise in Suchmaschinenoptimierung und Werbung wie AdWords investieren, vorn liegen. Schießt Geld also Tore? Man mag es meinen, wenn es nicht auch kleinere Organisationen gäbe, die es beispielsweise im Social-Media-Ranking der Internetagentur MaufSchmidt in die Top Ten schaffen. Dazu gehören der deutsche Ableger der internationalen Naturschutzorganisation Sea Shepherd Conservation Society (Platz 7) oder die Flüchtlingsorganisation Pro Asyl e. V. (Platz 9).

INVESTITION RECHNET SICH

Die Online-Fundraising-Studie ergab auch, dass der Trend zur digitalen Spenderansprache deutlich erkennbar ist und mit dem sich verändernden Kommunikationsverhalten Schritt halten sollte. Auch hier kam heraus: Je mehr eine Non-Profit-Organisation (NPO) in das Online-Fundraising investiert, desto höher ist auch der Anteil der Online-Spenden am Gesamtspendenvolumen.

Die Website ist für das Online-Fundraising unerlässlich. 92 Prozent geben an, schon allein über die Bankverbindung im Netz Spenden erhalten zu haben. Allerdings scheint die Zuordnung der Spenden hier vage. 78 Prozent haben ein Spendenformular integriert, um darüber auch Spenden zu erzielen. Ein Drittel etwa nutzt die Verlinkung auf Spendenportale oder hat ein Tool zur Online-Anlassspende. Der Anteil am Gesamtspendenvolumen bleibt aber gering. Über ein Drittel definiert den Anteil mit maximal zwei Prozent. Immerhin zehn Prozent verorten den Anteil schon bei 26 bis mehr als 40 Prozent. Dies ist sicher auch zielgruppenabhängig. „Wir bieten unseren Kunden auch noch ein spezielles Weihnachtsspendentool in Form eines interaktiven Adventskalenders an", bringt Nicolas Reis ein weiteres Beispiel, wie kreativ die Online-Spendenkanäle bespielt werden können.

MEHR PROFIS NÖTIG

Der Stand der Professionalisierung ist aber noch ausbaufähig. Über die Hälfte der NPOs kümmert sich eher nebenbei um das Thema. Nur fünf Prozent der Befragten haben mehrere Vollzeitstellen. Das zeigt sich auch bei den Investitionen. Der Großteil der Organisationen investierte in diesen Bereich 2014 maximal 5 000 Euro oder weniger. Da ist noch Luft nach oben.

Die Online-Fundraising-Studie 2015 kann kostenlos heruntergeladen werden:
▶ *www.altruja.de/online-fundraising-studie.html*

Als Fundraiser fokussieren Sie auf Beziehungspflege. Alles Weitere übernimmt OM.

Ihre wichtigste Aufgabe als Fundraiser ist der Aufbau und die nachhaltige Pflege der Beziehung zu den Spenderinnen und Spendern Ihrer Organisation. Dabei verlassen Sie sich auf aussagekräftige Daten und optimale Prozesse. Sie behalten den Überblick und agieren rasch, präzise und agil.

Dank den neuen Modulen von OM – Organisation Management – fällt es Ihnen nun noch leichter, den Fokus auf Ihre Kernaufgaben zu richten: Das Business Process Management Modul ermöglicht Ihnen die Automatisierung Ihrer Standardprozesse und unterstützt Sie in der Abarbeitung von Spezialfällen optimal. Mit dem Output Management Modul erledigt OM Ihre Korrespondenz quasi selbständig – offline und online. Und dies alles frei parametrisier- und skalierbar entsprechend der Grösse Ihrer Organisation und Ihren Bedürfnissen.

Nicht nur die grössten Schweizer NPO vertrauen für ihre Beziehungspflege auf unsere Lösungen.

Creativ Software AG
Unterdorfstrasse 83
CH - 9443 Widnau

Telefon: +41 (0)71 727 21 70
Fax: +41 (0)71 727 21 71
Email: info@creativ.ch
Internet: www.creativ.ch

creativ SOFTWARE

Fundraising-Kalender

JULI

Leserorientiertes Schreiben für den guten Zweck
13.07., Hannover
▶ *www.fundraising-forum-niedersachsen.de*

Ausbildung zum CSR-Manager/in
13.07., Herborn
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Profitieren von Unternehmens-Kooperationen
14. & 15.07., Wald-Michelbach (Tromm)
▶ *www.odenwaldinstitut.de*

Regionale Wirtschaftsförderung durch Bund, Land & Kommunen
15.07., Berlin
▶ *www.emcra.eu*

Professionelle Spendermagazine
16.07., München
▶ *www.argum.org*

Fairventures Worldwide Akademie
18.07., Stuttgart
▶ *www.fairventures.org*

Foto- und Videopraxis-Seminar für Nonprofits
24.07., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Stiften-Fördern, Oper erleben
31.07., Eutin
▶ *www.vbeutin.de*

AUGUST

Foto- und Videopraxis-Seminar für Nonprofits
13.08., Köln
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Moderation von Großveranstaltungen – Konferenzen und Podiumsdiskussionen für NPOs erfolgreich moderieren
14.–16.08., Berlin
▶ *www.fes-mup.de*

Kreativitätstechniken – Mit neuen Methoden zu neuen Ideen für die NPO
21.–23.08., Neudietendorf
▶ *www.fes-mup.de*

Fundraising in der Praxis – Wie Sie Spender und Sponsoren gewinnen
24.08., Köln
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Geldauflagen-Marketing kompakt – Worauf es in der Praxis wirklich ankommt
25.08., Köln
▶ *www.fundraising-praxis-seminare.de*

Sozial-, Kultur-, Bildungswirtschaft – Verbindung zwischen Profit und Non-Profit
26.–28.08., Berlin
▶ *www.emcra.eu*

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen – Die Starthilfe in Ihr professionelles Fundraising
26.–28.08., Köln
▶ *www.seminarprogramm.asb.de*

Lehrgang: Freiwilligen-Management
27.08., Olten
▶ *www.fhnw.ch*

Foto Video im Fundraising
28.08., Essen
▶ *www.nonprofitmedia.de*

Organisationskultur – Kulturveränderungen in NPOs am Beispiel erfolgreicher Freiwilligenarbeit
28.–30.08., Herzogenrath
▶ *www.fes-mup.de*

SEPTEMBER

Einführung ins Fundraising: Ein Crash-Kurs
01.09., Duisburg
▶ *www.fundamente.net*

Erfolgreiches Fundraising bei Stiftungen
02. & 03.09., Fulda
▶ *www.fundraisingakademie.de*

12. Sächsischer Fundraisingtag
03.09., Dresden
▶ *www.fundraisingtage.de*

Fundraising und Öffentlichkeitsarbeit
04. & 05.09., Weimar
▶ *www.mittel-wege.de*

Erfolgreich NPO-Kampagnen entwickeln – Tapeziertisch, Targeting, Twitter & Co
04.–06.09., Bonn
▶ *www.fes-mup.de*

Präsentationstraining – Konzepte, Projekte und Ergebnisse von NPOs überzeugend darstellen
07.–09.09., Neudietendorf
▶ *www.fes-mup.de*

Beste Stiftungsratspraxis
08.09., Zürich
▶ *www.swissfoundations.ch*

CAS Kommunikation für Non-Profit-Organisationen
09.09., Olten
▶ *www.fhnw.ch*

Die gemeinnützige GmbH: Ein Weg für NPOs, Steuerbegünstigungen und Unternehmertum zu verbinden?
09.09., Wien
▶ *www.gemeinnuetzig.at*

3. DKB-Stiftungsforum Brandenburg/Sachsen-Anhalt
09.09., Wildau
▶ *www.dkb.de*

DFRV-Regionalgruppentreffen Duisburg / Düsseldorf / Essen
10.09., Duisburg
▶ *www.fundraisingverband.de*

Lehrgang: Geschäftsführung in kleinen und mittleren NPOs
11.09., Münster
▶ *www.wwu-weiterbildung.de*

Strategieentwicklung für NPOs – Grundlagen und Werkzeuge
11.–13.09., Kochel am See
▶ *www.fes-mup.de*

Geschäftsführung in kleinen und mittleren NPOs
11.–15.09., Münster
▶ *www.wwu-weiterbildung.de*

Die Tücken des Protokolls sicher umschiffen: Wie Sie Ehrengäste und Spender stilsicher begrüßen, betreuen und platzieren
14.09., Frankfurt am Main.
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Sponsoring und mehr – Unternehmenskooperationen
15.09., Wien
▶ *www.ibpro.de*

Treffen der Fachgruppe Kirche
15.09., Hannover
▶ *www.fundraisingverband.de*

Engagierte und aktive Ehrenamtliche gewinnen – Motivation und Engagement wecken
18.–20.09., Würzburg
▶ *www.fes-mup.de*

Auf dem Weg zur Spende – Finanzielle Ressourcen einwerben
19.09., Weimar
▶ *www.mitarbeit.de*

Fachtag Kultur-Fundraising
23.09., Dortmund
▶ *www.fundraisingverband.de*

Business-Etikette
23.09., Mannheim
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen – Die Starthilfe in Ihr professionelles Fundraising
23. & 24.09., Regensburg
▶ *www.katholischeakademie-regensburg.de*

FairPreneur Congress – Internationaler Kongress für nachhaltige Unternehmensführung
23. & 24.09., Karlsruhe
▶ *www.fairpreneur.org*

DFRV-Regionalgruppentreffen Stuttgart
24.09., Stuttgart
▶ *www.em-faktor.de*

Erfolgreich netzwerken
24.09., München
▶ *www.ibpro.de*

Fundraising-Know-how für Kommunen und Ministerien
24.09., Bochum
▶ *www.staathilfe.de*

Update Gemeinnützigkeit
24.09., Wien
▶ *www.gemeinnuetzig.at*

Fachtag Bildungs-Fundraising
24.09., Karlsruhe
▶ *www.fundraisingverband.de*

Fundraising in der Praxis – Wie Sie Spender und Sponsoren gewinnen
25.09., Nürnberg
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Wir engagieren uns! Soweit – wie weiter? Ökumenische Tagung zum ehrenamtlichen Engagement in Kirche und Gesellschaft
25.09., Berlin
▶ *www.wir-engagieren-uns.org*

DHV-Bildungstag für Hochschulfundraising
25.09., Karlsruhe
▶ *www.hochschulverband.de*

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

Der Social Media-Check
28.09., Bonn
▶ *www.verbaende.com*

Workshop – Fundraising kompakt für Kitas
29.09., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Workshop – Kirchgeldbriefe kreativ
29.09., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Workshop – Fundraising für Kirchbau und Renovierung
30.09., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen – Die Starthilfe in Ihr professionelles Fundraising
29. & 30.09., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraising-praxis-seminare.de*

OKTOBER

Geldauflagen-Marketing kompakt – Worauf es in der Praxis wirklich ankommt
01.10., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraising-praxis-seminare.de*

Fördermittel für gemeinnützige Organisationen
01.10., Köln
▶ *www.kompakt.foerder-lotse.de*

Fundraising-Frühstück
01.10., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Stiftungsgespräch
01.10., Zürich
▶ *www.swissfoundations.ch*

DFRV-Regionalgruppentreffen Münster
01.10., Münster
▶ *www.fundraisingverband.de*

Tagesworkshop - Spenderrecherchen in der Praxis
06.10., Frankfurt am Main
▶ *www.major-giving-institute.org*

Online-Fundraising
06.10., München
▶ *www.ibpro.de*

Fundraising für Orgel und Glocken
07.10., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Fundraising-Werkstatt
08.10., Hamburg
▶ *www.fundraising-werkstatt.com*

Fundraising mit Geschick – Fehlerkultur und Beschwerdemanagement
08.10., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Die Tücken des Protokolls sicher umschiffen: Wie Sie Ehrengäste und Spender stilsicher begrüßen, betreuen und platzieren
08.10., Stuttgart
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Fundraisingtag Berlin-Brandenburg
08.10., Potsdam
▶ *www.fundraisingtage.de*

Steueroptimierung bei Vereinen
09.10., Wien
▶ *www.gemeinnuetzig.at*

Zertifikatslehrgang: Professionelles Freiwilligenmanagement in NPOs
12.10., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Intensivseminar Zivilgesellschaft
12.10., Berlin
▶ *www.maecenata.eu*

22. Österreichischer Fundraising Kongress
12. & 13.10., Wien
▶ *www.fundraisingkongress.at*

Fundraising zur Stellenfinanzierung in der Jugendarbeit
13.10., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Grants – Wie NPOs erfolgreich an „calls for proposals" teilnehmen
15.10., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Erfolgreiche Pressearbeit
15.10., München
▶ *www.ibpro.de*

Mehr Wirkung durch Einsatz von Filmen (Videos) in der NPO-Kommunikation
15.10., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

EU-Tender – Wie NPOs erfolgreich an EU-Ausschreibungen teilnehmen
16.10., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Freiwilliges Engagement im Umweltschutz gezielt fördern
19.10., Recklinghausen
▶ *www.mitarbeit.de*

International Fundraising Congress
20.–23.10., Noordwijkerhout
▶ *www.resource-alliance.org*

Fundraising in der Praxis – Wie Sie Spender und Sponsoren gewinnen
21.10., Mannheim
▶ *www.fundraisingakademie.de*

ConSozial 2015
21.10., Nürnberg
▶ *www.consozial.de*

22. NPO-Kongress
21. & 22.10., Wien
▶ *www.controller-institut.at*

In fünf Schritten zum erfolgreichen Förderprojekt
21. & 22.10., Hannover
▶ *www.praxisseminar.foerder-lotse.de*

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen – Die Starthilfe in Ihr professionelles Fundraising
22. & 23.10., Freiburg
▶ *www.caritasakademie-freiburg.de*

1. Konferenz gemeinnütziger Dachverbände Österreichs
22. & 23.10., Wien
▶ *www.gemeinnuetzig.at*

Geldauflagenmarketing
23.10., Köln
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Spendenbriefe schreiben
27.10., München
▶ *www.ibpro.de*

Charity-Events – Fundraising und Event-marketing für NPO
28.10., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Master Class – Spendenmailing
29.10., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

7. KulturInvest-Kongress
29. & 30.10., Berlin
▶ *www.kulturmarken.de*

Hamburger Tage des Stiftungs- und Non-Profit-Rechts
30. & 31.10., Hamburg
▶ *www.hamburger-tage.net*

NOVEMBER

Kultur braucht Freunde! – Auf- und Ausbau von Freundeskreisen für Kulturinstitutionen
03.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Systemisches Fundraising in Non-Profit-Organisationen – Aufbau und Implementierung
05.11., Hamburg
▶ *www.erzbistum-hamburg.de*

Integrierte Kampagnen – Wie Sie erfolgreich Inhalte mit der Akquisition von Geldern kombinieren
05.11., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Schweizer Stiftungstag 2015
05.11., Zürich
▶ *www.profonds.org*

Organisationsentwicklung im Fundraising
06.11., Köln
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Projekte entwickeln – Von der Idee zur Umsetzung
06.11., Weimar
▶ *www.mittel-wege.de*

Buchführung für gemeinnützige Einrichtungen
07.11., Frankfurt am Main
▶ *www.bnve.de*

Fundraising „kompakt" – Modernes Fundraising in der Praxis
09. & 10.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Bundestagung der Freiwilligen-agenturen, -börsen und -zentren 2015
09.–11.11., Bad Soden-Allendorf
▶ *www.mitarbeit.de*

Zertifikatslehrgang: Fundraising in NPOs
09.–13.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Workshop - Fundraising kompakt für Kirchenmusik
10.11., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Großspenden-Fundraising
11.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Die Tücken des Protokolls sicher umschiffen: Wie Sie Ehrengäste und Spender stilsicher begrüßen, betreuen und platzieren
11.11., Würzburg
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Der Verein – Aktuelle Rechts- & Steuerfragen
11.11., Wien
▶ *www.gemeinnuetzig.at*

Einführung in das Campaigning
12.11., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

DFRV-Regionalgruppentreffen München
12.11., München
▶ *www.fundraisingverband.de*

Unternehmenskooperationen für NPOs
12.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

DFRV-Regionalgruppentreffen Duisburg / Düsseldorf / Essen
12.11., Duisburg
▶ *www.fundraisingverband.de*

Online-Fundraising und Online-Campaigning
13.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Großspenden- und Nachlass-Fundraising
13.11., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraisingakademie.de*

17. Bad Honnefer Fundraising Forum
13.11., Bad Honnef
▶ *www.gfs.de*

3. Ökumenischer Fundraisingtag
14.11., Hamburg
▶ *www.oekft.de*

Grants – Wie NPOs erfolgreich an „calls for proposals" teilnehmen
16.11., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Expertentreffen der Fachgruppe Kultur
16.11., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraisingverband.de*

Sponsoring- und Fundraising-Kampagne für Bibliotheken
17.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Strategisches Fundraising
17.11., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Fachkonferenz 2015 der Sozialwirtschaft Österreich
19.11., Wien
▶ *www.bags-kv.at*

Buchführung für gemeinnützige Einrichtungen
21.11., Essen
▶ *www.bnve.de*

Großspenden und Erbschaften
24.11., München
▶ *www.ibpro.de*

DFRV-Regionalgruppentreffen Münster
24.11., Münster
▶ *www.fundraisingverband.de*

Business-Etikette
25.11., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Fördermittel für gemeinnützige Organisationen
25.11., Frankfurt am Main
▶ *www.kompakt.foerder-lotse.de*

6. PLATOW StiftungsFORUM
25.11., Frankfurt am Main
▶ *www.platow.de*

Die kommunale Sponsoring-Richtlinie
25.11., Bochum
▶ *www.staathilfe.de*

Fundraising-Frühstück
26.11., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

DFRV-Regionalgruppentreffen Stuttgart
26.11., Stuttgart
▶ *www.em-faktor.de*

Crowd Dialog 2015 – CrowdSourcing / CrowdFunding / CrowdInnovation für den Mittelstand
26.11., München
▶ *www.crowddialog.de*

IFC 100 £ günstiger für unsere Leser

Auch in diesem Jahr ist das Fundraiser-Magazin wieder Deutscher Medien-Partner des International Fundraising Congress (IFC) vom 23. bis 25. Oktober in Noordwijkerhout in den Niederlanden – das Top-Fundraising-Event in Europa.

Der IFC bietet ein spannendes Programm vieler Praktiker aus Europa und den USA. Masterclasses und Workshops geben tiefe Einblicke, „Big Sessions" und „60 Minute Sessions" werden sicher wieder extrem unterhaltsam.
Für Abonnenten des Fundraiser-Magazins wird die Anmeldung sogar 100 £ günstiger. „Die Partnerschaft mit dem IFC ist über die Jahre immer tragfähiger geworden. Deshalb freut es uns, dass wir unseren Lesern etwas zurückgeben können", freut sich Matthias Daberstiel, einer der Herausgeber des Magazins. Jeder, der sich für den IFC online registriert, muss nur einen Code angeben und schon sind 100 £ mehr in der Reisekasse. „Auf unserer Website steht ein Banner und von dort kommt man direkt zum Code und zur Registrierung", erläutert er. Das Angebot gilt natürlich auch für die Mitglieder der Fundraisingverbände in Österreich und der Schweiz, die das Fundraiser-Magazin mit ihrer Mitgliedschaft dort kostenfrei erhalten. Unser Redakteur Paul Stadelhofer und Gastautorin Wiebke Doktor freuen sich, im Oktober in Noordwijkerhout auch viele deutschsprachige Kollegen zu begrüßen.

***International Fundraising Congress**, 20.-23. Oktober 2015 in Noordwijkerhout bei Amsterdam*
▶ *www.resource-alliance.org*

Einbinden statt festhalten

Wissen Sie, wie man Spender erfolgreich an sich bindet?

Der International Fundraising Congress lädt im Oktober wieder nach Holland. Einer der Referenten wird Adrian Sargeant sein. Hier verrät er bereits, wie man einen Spender zu einem treuen Spender macht. Denn jedem Fundraiser ist bewusst, dass es zeitlich und finanziell effizienter ist, Spender zu halten als zu gewinnen. Allerdings ist das nur die halbe Miete. Man muss auch wissen, wie man sie bei der Stange hält. Selbst kleine Verbesserungen beim Niveau des Spenderverlusts kann signifikante Verbesserungen des Lifetime Values der eigenen Fundraising-Datenbank bewirken. Spender geben dann mehr, auf unterschiedliche Weise und empfehlen eine jeweilige Organisation auch weiter.

Von ADRIAN SARGEANT

Eine durchschnittliche gemeinnützige Organisation in Großbritannien verliert jährlich 50 Prozent ihrer Barspender zwischen der ersten und der zweiten Spende und bis zu 30 Prozent in den Folgejahren. Jüngste Daten der Association of Fundraising Professionals vermitteln für die USA sogar ein noch schlechteres Bild. Dort wurden Verlustraten von bis zu 70 Prozent zwischen der ersten und zweiten Barspende verzeichnet.

Was also tun, um die Spender bei der Stange zu halten? Grundsätzlich gibt es drei Schlüsselfaktoren für Spendertreue: Zufriedenheit, Engagement und Vertrauen. Zufriedenheit, der entscheidendste Faktor, spiegelt die Qualität der Leistung, die durch ein Fundraising-Team erbracht wurde, wider. Bei sehr zufriedenen Spendern ist die Wahrscheinlichkeit einer zweiten Spende doppelt so hoch als bei lediglich „nur"

zufriedenen. Trotz der Bedeutung dieses Faktors messen nur wenige Organisationen tatsächlich den Grad der Zufriedenheit ihrer Spender.

Gelingt es einer Organisation, das Engagement ihrer Spender zu wecken und es zu nutzen, geben diese Spender mehr und über einen längeren Zeitraum. Dabei kann man aktives von passivem Engagement unterscheiden. Gilt eine weitere oder gar fortlaufende Spende für den Spender als die richtige Sache, ohne dass er oder sie für die Projekte der Organisation wirklich brennt, kann das als passives Engagement betrachtet werden. In diesen Bereich fallen auch jene Spender, denen der eigene laufende Dauerauftrag für eine Spende gar nicht mehr im Bewusstsein ist.

In der Fachliteratur ist gemeinhin davon die Rede, dass das aktive Engagement von Spendern durch eine Erweiterung der Interaktionen mit ihnen gesteigert werden kann, beispielsweise, indem man die Spender nach ihrer Meinung befragt oder ihnen unterschiedliche Wahlmöglichkeiten bietet. Ebenso entscheidend ist die Entwicklung gemeinsamer Werte. Jene Spender, die nicht nur das Ziel einer Organisation unterstützen wollen, sondern darüber hinaus die Wege zum Erreichen dieser Ziele gutheißen, sind die treusten Spender.

Weitere Faktoren beinhalten das Konzept des Risikos, also das Ausmaß dessen, was nach Meinung des Spenders den Spendenempfängern an Negativem entstehen kann, wenn nicht mehr gespendet wird, der Organisation also das Vertrauen entzogen wird. Auch der Lerneffekt, den Spender mit zunehmendem Wissen über die Arbeit einer Organisation erfahren, wirkt sich, bei richtiger Kommunikation, positiv auf das Engagement der Spender aus. Die wenigsten Spender wissen, ob eine Organisation die gespendeten £30 tatsächlich so verwendet, wie sie es verspricht. Es gibt zum Vertrauen also keine Alternative, außer etwa bei Großspenden. Deshalb gilt es zu wissen, an welchem Punkt innerhalb der „Spenderreise" ein Verlust droht. Hilfreich ist dafür eine umfassende Form der Kommunikation bereits von der ersten Spende an. Je mehr Kanäle und Möglichkeiten einem Spender geboten werden, für eine Organisation aktiv zu werden, desto besser. Dabei geht es gar nicht unbedingt um Geld. Die Unterstützung einer bestimmten Kampagne oder Zeitspenden sind ebenso sinnvoll. Werden die Spender an dieser Stelle ernst genommen, wird ihr Engagement für sie selbst bedeutender.

Bei allen möglichen Schritten ist entscheidend, dass auch kleinste Verbesserungen im Hier und Jetzt riesige Schritte im Lifetime Value der Fundraiser-Datenbank bedeuten können, denn vieles zahlt sich erst mit der Zeit aus. Mehr Spender in diesem Jahr bedeuten mehr Spender im kommenden. Die Konzentration auf Spenderbindung gilt zunehmend als die clevere Art des Fundraisings.

Vertrauen fördern durch

- Kommunikation der erreichten Erfolge
- Aufzeigen der eigenen Wertschätzung der gegebenen Versprechen, das Geld der Spender korrekt zu verwenden
- Aufzeigen der eigenen Urteilsfähigkeit hinsichtlich der allgemeinen Richtung der Organisationsarbeit
- Verdeutlichung der eigenen Werte nicht nur für die Arbeitsinhalte, sondern auch für die Arbeitsweise
- Sicherstellung eines Dialogs mit den Spendern, der diese einbindet und eine Öffentlichkeit der eigenen Arbeit garantiert
- Sicherstellung der ausreichenden Schulung des Personals mit Spenderkontakten inklusive dem nötigen Wissen und den Fähigkeiten, Anfragen effektiv, zeitnah und zuvorkommend zu beantworten

*Professor **Adrian Sargeant** ist Direktor des Centre for Sustainable Philanthropy an der Plymouth University. Er hatte als Erster den Hartsook Lehrstuhl für Fundraising an der School of Philanthropy an der Indiana University inne. Beim International Fundraising Congress 2015 wird er einen Workshop mit dem Titel „About loyalty: Understanding what makes supporters stay with you, and keep on giving" geben.*

Spender finden / Spender binden:

Aufmerksamkeit: Erreichen Sie die Massen
Einkaufwagenchips, Buttons, einfache Pins, Armbänder, Magnete

Zugehörigkeit: Schmücken Sie die Ihren
Ansteckpins, Lanyards, Namensschilder, Knöpfe & Abzeichen, Bänder, Schlüssselanhänger

Anerkennung: Ein Dank an Ihre Spender
Münzen, Orden, Ehrennadeln, Schmuck und Abzeichen

PinSource®
WIR PRÄGEN IHREN ERFOLG

Pinsource GmbH · Nartenstr. 19 · 21079 Hamburg · anfrage@pinsource.eu · www.pinsource.eu
Telefon: 040 32 84 45 25

Weniger reden, einfach machen

Deutschlands größte Kongress-Messe für den Sozialmarkt bietet Ende Oktober wieder mehr als 120 Veranstaltungen. Die Qual der Wahl wird allerdings durch ein praktisches Tool auf der Homepage der ConSozial erleichtert: Mit einem einfachen Klick kann man sich favorisierte Veranstaltungen auf die Merkliste setzen und die Ergebnisse am Ende sortiert nach Art der Veranstaltung oder chronologisch anzeigen lassen. Auf dieser Basis gibt es auch eine passende Ticketempfehlung.

Neben unzähligen Fachvorträgen, Themenspecials und Best-Practice-Beispielen wird ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm geboten, beispielsweise ein Auftritt der Band Blind Foundation mit blinden und sehenden Musikern oder Comedy mit Sybille Bullatschek.

Einen der Höhepunkte bildet der Plenumsvortrag zur Eröffnung des zweiten Veranstaltungstages. Raul Krauthausen von den Sozialhelden (Foto, während des Fundraisingtages Berlin-Brandenburg 2013) meint darin nämlich: „Inklusion – einfach machen“. Der selbsternannte „Aktivist für Inklusion“, der kein „Berufsbehinderter“ sein will, weiß, wie Inklusion problemlos und unter Abbau von Hemmnissen im Alltag gelebt werden kann. Wenn eine Behinderung nämlich nicht mehr im Mittelpunkt steht, sieht die Sache schon ganz anders aus.

ConSozial 2015, 21./22. Oktober 2015 in Nürnberg
▶ *www.consozial.de*

Unternehmerische Verantwortung als Beruf

In Kooperation mit
FundConsult

berufsbegleitend, kompakt und praxisorientiert

Ausbildung „CSR-Manager/-in (FA)“

Wir informieren Sie gerne unter (069) 580 98 - 321, oder senden Sie eine Mail an: pbuschkaemper@fundraisingakademie.de

fundraising akademie

www.fundraisingakademie.de

Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++

Ökumenischer Fundraisingtag Hamburg

Am 14. November 2015 wird in Hamburg der 3. Ökumenische Fundraisingtag veranstaltet. Er richtet sich zuerst an alle Menschen im Raum der Kirchen, die eine erste, frühe Orientierung darüber gewinnen möchten, was Fundraising ist und ob sie selbst und ihre Kirchengemeinde oder Einrichtung etwas damit anfangen möchten. Um aber den Nachfragen der gestandenen Fundraiser nachzukommen, werden in diesem Jahr erstmals zwei Masterclass-Angebote den Reigen aus Workshops, Vorträgen und Networking ergänzen.

▶ *www.oekft.de*

Neuer Veranstaltungskalender auf gemeinnuetzig.at

Damit Sie in Zukunft interessante Veranstaltungen zum Thema Gemeinnützigkeit auf einen Blick finden, hat die Interessenvertretung Gemeinnütziger Organisationen (IGO) auf ihrer Webseite einen Veranstaltungskalender eingerichtet. Sie finden darin Veranstaltungen, die für alle gemeinnützigen Organisationen unabhängig von ihrem inhaltlichen Arbeitsbereich relevant sind. Die IGO freut sich, wenn User zur Entwicklung des Kalenders beitragen. Interessante Termine sind per Mail an romy.grasgruber-kerl@gemeinnuetzig.at zu senden.

▶ *www.gemeinnuetzig.at*

Auf dem Weg zur Spende

Ein weiteres Fundraising-Seminar für Einsteiger bietet die Stiftung Mitarbeit am 19. September in Weimar an. Eine vertiefende Vorstellung der Grundlagen des Fundraisings ist ebenso Teil des Seminars wie die passende strategische Ausrichtung einer Organisation. Das Thema Spenderbrief vermittelt erfolgreiche Kommunikation mit Spendern. Ebenso wichtig ist das Follow-up: Nach der Spende ist vor der Spende. Spenderbindung ist also das Stichwort. Referent ist Dr. Frank Spieth.

▶ *www.mitarbeit.de*

Fachtag Kulturfundraising in Dortmund

Die Fachgruppe Kultur des Deutschen Fundraisingverbandes lädt wieder zum nächsten Fachtag Kulturfundraising, dieses Mal ins Konzerthaus Dortmund. Dort wird am 23. September wieder eine thematische Vielfalt an Vorträgen und Workshops präsentiert, die für alle Kultursparten spannende Impulse für das Fundraising bietet. Als Sprecher konnten Britta Freis von der Stiftung Bochumer Symphonie, Marc von Itter vom Freilichtmusem Kiekeberg und David Burgess von der National Arts Fundraising School gewonnen werden.

▶ *www.fundraisingverband.de*

Social Media Check

Wer Twitter, Facebook, XING und Google+ optimal für die Verbandsarbeit nutzen möchte, sollte sich den 28. September frei halten. In Bonn erklärt an diesem Tag Tim Richter vom Deutschen Verbände Forum, welche Kanäle sinnvoll sind und welche Tools genutzt werden sollten. Er zeigt die Chancen, die in „Followern" stecken und verweist ebenso auf potenzielle Gefahren des Web 2.0, rechtliche Rahmenbedingungen inklusive. Für den Besuch dieses Seminars sind keine umfassenden Vorkenntnisse notwendig.

▶ *www.verbaendeseminare.de*

Engagierte und aktive Ehrenamtliche gewinnen

Wie Motivation und Engagement bei Freiwilligen geweckt werden können, erklärt die Friedrich-Ebert-Stiftung vom 18. bis 20. September in Würzburg. An den Bedürfnissen von Führungskräften ausgerichtet, ist der Kern des Seminars die Analyse und Reflexion der Bedingungen in der eigenen Organisation. Außerdem werden die Spannungsverhältnisse zwischen Ehrenamt und Hauptamt beleuchtet. Nicht zuletzt wird natürlich der Frage nachgegangen, wie sich unterschiedliche Ansätze in der Praxis umsetzen lassen.

▶ *www.fes-mup.de*

Was muss sich ändern?

Der diesjährige NPO-Kongress in Wien will „Organisationen mutig gestalten und aktiv managen". So zumindest das Motto der Veranstaltung, denn angesichts technologischer und gesellschaftlicher Veränderungen braucht es Mut, wenn NPOs auch in Zukunft erfolgreich arbeiten wollen. Dazu kann es beispielsweise einer Neuorganisation bedürfen oder der Veränderung von Arbeitsprozessen. Deshalb soll an zwei Veranstaltungstagen unter anderem diskutiert werden, wie strategische Innovationen funktionieren und die Organisationen von morgen aussehen können. Der Frühbucherrabatt von zehn Prozent gilt noch bei einer Anmeldung bis zum 31. Juli 2015.

22. NPO-Kongress, 6./7. Oktober 2015 in Wien

▶ *www.npo-kongress.at*

Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

zh
aw

School of
Management and Law

DAS Diploma of Advanced Studies
Fundraising Management
Berufsbegleitende Weiterbildung
in der Schweiz

KURSSTART
1. September 2015

Details unter
www.zhaw.ch/zkm/fundraising

Vom Ressourcenbedarf zur nachhaltigen Strategie.
Crossing Borders.

Zürcher Fachhochschule

***Save the Date!** Im vergangenen Jahr hatten Günther Lutschinger, Geschäftsführer des Österreichischen Fundraisingverbandes, und Eva Aldrich von CFRE International (Foto) den Durchblick. Damit auch in diesem Jahr niemand aus dem Rahmen fällt, sollte der Zeitraum 12./13. Oktober im Kalender gut vermerkt werden. Dann findet im Europahaus Wien der diesjährige Österreichische Fundraisingkongress statt. Das Programm stand zum Redaktionsschluss noch nicht fest.*

► *www.fundraisingkongress.at*

Grüne Damen und Herren

Im Rahmen einer vom Bundesfamilienministerium geförderten Qualifizierung der sogenannten „Grünen Damen und Herren" übernimmt das Institut für Kultur und Religion e. V. an der Evangelischen Hochschule Berlin die Zertifizierung der Teilnehmer und setzt damit neue Standards in der Aus- und Weiterbildung im Ehrenamt. Die Grünen Damen und Herren sind ein bundesweit und ehrenamtlich organisiertes Netzwerk in der Evangelischen und ökumenischen Krankenhaus- und Altenheim-Hilfe e. V. Das Institut für Kultur und Religion (InKuR) hat das Curriculum für die zehntägige Qualifizierung „Mentor/in im Ehrenamt" entwickelt und zertifiziert die Teilnehmer im Rahmen einer Abschlussprüfung. Damit soll ein neuer und professioneller Standard in der Aus- und Weiterbildung von Ehrenamtlichen geschaffen werden, der das zivilgesellschaftliche Engagement fördert und zukunftsfähig macht.

► *www.ekh-deutschland.de* ► *www.inkur-berlin.de*

Neuer Kongress

Die Initiative Fairantwortung veranstaltet am 23. und 24. September 2015 in Karlsruhe den ersten FairPreneur Congress. Dort werden am ersten Tag in Diskussionsrunden namhafte Wissenschaftler (u.a. Dr. J. Daniel Dahm, Gründer und Geschäftsführer der United Sustainability GmbH, Foto), Nachhaltigkeitsmanager, Vertreter von NGOs und der Medien gemeinsam mit Unternehmerinnen und Unternehmern die neuesten Erkenntnisse zum Thema nachhaltige Unternehmensführung vorstellen. Am zweiten Tag wird in zweistündigen Worksessions (u.a. Cradle to Cradle, Lieferkettenmanagement, Nachhaltigkeitsreporting) aufgezeigt, wie Unternehmen von gesellschaftlich verantwortlichem Handeln profitieren können. Ein besonderer Höhepunkt wird die Verleihung des FairPreneur Award für besonderes Engagement in nachhaltigem Wirtschaften sein.

1. FairPreneur Congress am 23. und 24. September in Karlsruhe

► *www.fairpreneur.org*

Hilfe zur Weiterentwicklung

Die Stiftung Manager ohne Grenzen veranstaltet ihre nächste Akademie-Reihe für NGOs. Um Zukunftsherausforderungen begegnen und erfolgreiche Entwicklungszusammenarbeit gestalten zu können, werden im Zeitraum zwischen September und November drei aufeinander aufbauende Module angeboten, die jedoch auch einzeln gebucht werden können. Die vermittelten Theorie-Inhalte werden im Rahmen der einzelnen Veranstaltungen anhand der Fragen der Teilnehmer praxisorientiert diskutiert, um eine direkte Anwendung in der Projektarbeit zu ermöglichen. Die drei Schwerpunkte sind „Strategieentwicklung und Empowerment", „Planung statt Aktionismus" sowie „Führungs- und Managementkompetenzen". Anmeldeschluss ist der 1. September 2015.

mog Akademie für NGOs am 18. und 19. September, 23. und 24. Oktober sowie 20. und 21. November in Stuttgart

► *www.stiftung-managerohnegrenzen.de/akademie/ngo-akademie*

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!

Dresden, 3. September 2015
Potsdam, 8. Oktober 2015
München, 10. März 2016
Gelsenkirchen, 7. April 2016

Eine Veranstaltungsreihe des

Fundraiser magazin

Informationen und Anmeldung

www.fundraisingtage.de

Minderjährige in Hochzeitskleidern – auf dem Berliner Gendarmenmarkt war die Aktion am 5. Juni Ausdruck des Protests gegen Kinderehen, doch für 40 000 Mädchen weltweit ist eine Heirat vor dem 18. Lebensjahr bittere Realität. Rund ein Drittel von ihnen ist noch nicht einmal 15 Jahre alt. Aufgerufen zur Kampagne „Heiraten ist kein Kinderspiel" hatte die Stiftung Weltbevölkerung. Ziel war es, Druck auf die Bundesregierung auszuüben, damit diese sich für die Rechte der Mädchen auf internationaler Ebene einsetzt. Die frühen Hochzeiten führen meist dazu, dass sie die Schule abbrechen und finanziell abhängig werden. Ein weiteres Problem sind Schwangerschaften, die in diesem Alter lebensgefährlich sein können.

▶ *www.heiraten-ist-kein-kinderspiel.de*

Advertorial

Aktuell: Stiftung & Sponsoring

In seiner dritten Ausgabe in diesem Jahr widmet sich das Magazin „Stiftung & Sponsoring" dem Thema „Zu festgelegt? Zwischen Stabilität und Flexibilität". Konzepte zur Planung, Gestaltung und Vermögensverwaltung zeigen, wie durch Flexibilität Nachhaltigkeit gesichert werden kann. Auf den Roten Seiten geht Autor Jürgen Schlichting außerdem der Stiftungsgründung aus unternehmerischer Perspektive nach. Im Gespräch äußert sich Thomas Heilmann, Senator für Justiz und Verbraucherschutz in Berlin, zur Entwicklung der Berliner Stiftungen, zur Praxis der Stiftungsaufsicht und zu Liberalisierungen im Stiftungsrecht. Ebenfalls um die deutsche Hauptstadt geht es bei der „Dokumentations-Ausstellung Verhüllter Reichstag", die im September startet und ihr Stiftungsziel zum 20-jährigen Jubiläum erreicht hat.

▶ *www.stiftung-sponsoring.de*

Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++

Bewerbungen um Preis für gute Stiftungsarbeit

Der KOMPASS-Preis des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen, der dieses Jahr zum zehnten Mal verliehen wird und gute Stiftungskommunikation auszeichnet, schließt erstmals auch die hervorragende Arbeit in Projekten und dem Management mit ein. Neu ist auch, dass die Finalisten ab diesem Jahr in der KOMPASS-Akademie in Berlin ausgezeichnet werden, wo auch Jury und Publikum Fragen stellen können. Die Preisverleihung findet am 12. November statt. Bewerbungen einreichen können Stiftungen aller Rechtsformen mit Sitz in Deutschland bis 31. Juli.

▶ *www.stiftungen.org/kompass*

StiftungSchweiz feiert erstes Jubiläum

Die Stiftungsplattform StiftungSchweiz.ch feierte am 19. Juni ihr einjähriges Bestehen. Die Website, auf der alle rund 13 000 Stiftungen der Schweiz verzeichnet sind und die rund 2 500 registrierte Nutzer hat, richtet sich an alle, die mit dem Thema Stiftungen zu tun haben. Organisationen, die Fördermittel suchen, sollen auf diesem Weg schneller Stiftungen finden, die sie unterstützen. Seit Anfang Juli gibt es eine erweiterte Version, die noch mehr Angebote enthält sowie eine Suchfunktion nach Kategorien. ▶ *www.stiftungschweiz.ch*

Neue Begegnungsstätte für weibliche Flüchtlinge

Um weiblichen Flüchtlingen einen geschützten Raum zur Verfügung zu stellen, richten die KfW Stiftung und das Mädchenbüro in Frankfurt-Bockenheim gemeinsam das Café „Milena" ein. Frauen und Mädchen ab zehn Jahren, die häufig aus patriarchalischen Gesellschaften kommen, sollen dort eine Anlaufstelle erhalten, an der sie sich austauschen und mit der Bevölkerung in Kontakt kommen können und nicht zuletzt auch weibliche Vorbilder finden, die für Integration und Selbstbestimmung stehen. Dabei werden sie von Sozialpädagogen begleitet.

▶ *www.kfw-stiftung.de*

Rekorderlös für Fußballer-Trikots

Das Auktionsportal www.unitedcharity.de erzielte mit der Versteigerung der handsignierten Trikots, die die beiden Fußballstars Lionel Messi und Neymar Jr. beim Champions-League-Halbfinale gegen Bayern München getragen hatten, den Rekorderlös von 11 200 Euro. Absoluter Renner war mit 7 600 Euro das Messi-Shirt, das Trikot von Neymar Jr. brachte 3 600 Euro ein. Die gemeinnützige Stiftung versteigert besondere Dinge und Erlebnisse, die man nicht kaufen kann und die oft von Promis oder Unternehmen und Organisationen gespendet werden. Die Erlöse fließen in Kinderhilfsprojekte. ▶ *www.unitedcharity.de*

Beste Schule Deutschlands ist in Wuppertal

Gemeinsam mit der Heidehof Stiftung hat die Robert Bosch Stiftung den diesjährigen Deutschen Schulpreis der Gesamtschule Barmen, die mitten in einem sozialen Brennpunkt in Wuppertal liegt, verliehen. Überreicht wurde er am 10. Juni von Bundeskanzlerin Angela Merkel in Berlin. Der Preis ist mit 100 000 Euro dotiert und wird seit 2006 ausgelobt. Die Schulen, die ihn gewinnen, leisten hervorragende Arbeit in den Bereichen Leistung, Umgang mit Vielfalt, Unterrichtsqualität, Verantwortung, Schulleben und Schule als lernende Institution. An der Gesamtschule Barmen lobte die Jury besonders das gute Schulklima.

▶ *www.deutscher-schulpreis.de*

Zum Stiftungstag nach Nürnberg

Am 25. September lädt die Nürnberger Stifter-Initiative zu ihrem 5. Stiftungstag ins Rathaus der Franken-Metropole ein. Von 12 bis 18 Uhr steht ein umfangreiches Programm auf dem Plan. Neben der Vergabe des Nürnberger Stifterpreises stehen Vorträge und Foren zu verschiedensten Themen des Stiftungswesens im Fokus. Der Stiftungstag soll vor allem noch mehr Bürger der Stadt zum Stiften animieren und Stiftungen und Stifter besser vernetzen. ▶ *www.stifter-fuer-stifter.de*

Arbeitsgemeinschaft für Kindergesundheit

Familien mit schwer oder chronisch kranken Kindern sind auf besondere Unterstützung angewiesen. Die Hamburger Stiftung SeeYou Familienorientierte Nachsorge hilft diesen Familien, ihren Alltag bestmöglich zu bewältigen. Nun setzt sie sich zusammen mit der Crespo Foundation, die Menschen in ihrer Persönlichkeitsentwicklung fördert, für die Einrichtung einer Bundesarbeitsgemeinschaft (BAG) Gesundheit & Frühe Hilfen ein. Geschäftsführer Dr. Aslak Petersen erklärt, warum sich seine Stiftung auf diesem Gebiet engagiert: „Wir teilen die Vision der BAG Gesundheit & Frühe Hilfen und identifizieren uns im hohen Maße mit ihren Zielen." Die Crespo Foundation war Ende April in Frankfurt/Main Gastgeber des Gründungssymposiums der BAG. In Zukunft sollen Mediziner und die Angebote der Frühen Hilfen enger zusammenarbeiten und sich regelmäßig über gelungene Beispiele aus der Praxis austauschen. Damit soll die Lücke zwischen Gesundheitswesen, Frühen Hilfen und weiteren sozialen Sicherungssystemen geschlossen werden.

▶ *www.crespo-foundation.de* ▶ *www.bag-gufh.de*
▶ *www.seeyou-hamburg.de*

Die Kinder der Gesamtschule Berger Feld und der Glückauf Schule aus Gelsenkirchen machen vor, wie Inklusion gelingt. Sie haben am ersten „Lernort-Stadion"-Workshop in Dortmund teilgenommen. Die Aktion Mensch und die Bundesliga-Stiftung wollen mit dem Projekt das Thema Inklusion im Bereich des Fußballs und der Fanszene voranbringen. Fußball-Bundesligist Borussia Dortmund stellt dafür sein Lernzentrum zur Verfügung, welches ebenso wie der Lehrstoff selbst barrierefrei gestaltet wird. Berlin und Bremen sollen folgen. In der lockeren Atmosphäre eines Fußballstadions und beim gemeinsamen Sport von Kindern mit und ohne Behinderungen verfolgen alle ein gemeinsames Ziel und Handicaps werden zur Nebensache. Vor allem Schulklassen, Freizeitgruppen und Jugendfußballmannschaften im Alter zwischen 12 und 18 Jahren sollen angesprochen werden. Unterstützt wird das Projekt von der BVB-Torwartlegende Teddy de Beer.

▶ *www.aktion-mensch.de* ▶ *www.bundesliga-stiftung.de*

Ein Stiftungsfonds für höchste Ansprüche

Stiftungsfonds des Jahres 2015
RenditeWerk

Unser nachhaltiger Mischfonds
BKC Treuhand Portfolio
wurde mit drei weiteren Fonds zum
Stiftungsfonds des Jahres 2015
ausgezeichnet.

Den Verkaufsprospekt und die wesentlichen Anlegerinformationen erhalten Sie in deutscher Sprache bei der Bank für Kirche und Caritas und der Universal-Investment-Gesellschaft mbH.

BKC Treuhand Portfolio
(WKN / ISIN: A0YFQ9 / DE000A0YFQ92)

- Hoher Qualitätsanspruch
- Strenges Nachhaltigkeitskonzept
- Defensive Grundstruktur

Das Fazit von RenditeWerk, ein Magazin zur Pflege des Stiftungsvermögens, zum BKC Treuhand Portfolio:

„Ein Stiftungsfonds, der insbesondere bei den Faktoren Ertragsstärke, Kosten und Nachhaltigkeit überzeugt."

Die Bank von Mensch zu Mensch

Bank für Kirche und Caritas eG

Kamp 17, 33098 Paderborn · Telefon 05251 121-0
www.bkc-paderborn.de · info.service@bkc-paderborn.de

Stiftungen und Sport – ein gutes Team

Aktueller Stiftungs-Report stellt Ergebnisse vor

Sport begeistert Jung und Alt und hat ein enormes Potenzial für gesellschaftliches Engagement. Denn Sport und Bewegung zählen zu den bedeutendsten Handlungsfeldern aktiver Beteiligung in der Zivilgesellschaft. Rund 2000 rechtsfähige Stiftungen bürgerlichen Rechts widmen sich diesem Bereich. Anfang Juni stellte der Bundesverband Deutscher Stiftungen seinen Stiftungs-Report „Stark im Geben: Stiftungen im Sport" vor.

Von JULIANE METZNER

Ring frei für den Sport, hieß es im Juni, als der Bundesverband Deutscher Stiftungen in Kooperation mit der Alfried Krupp von Bohlen und Halbach-Stiftung, der BMW Stiftung Herbert Quandt, der Dietmar Hopp Stiftung und der Heinz Nixdorf Stiftung den Stiftungs-Report „Stark im Geben: Stiftungen im Sport" im Boxring des Vereins Isigym Boxsport Berlin vorstellte. Erstmals nimmt der Themenreport die Landschaft der sportfördernden Stiftungen in den Blick. Er geht den Fragen nach, welche Rolle Stiftungen im Bereich Sport spielen, wie sie Sport fördern und nutzen und wie neue Stiftungen aus dem Umfeld des Sports die Stiftungslandschaft bereichern. Der Report steht kostenlos im Internet zur Verfügung.

Quelle: Bundesverband Deutscher Stiftungen (Hg.): StiftungsReport Stark im Geben: Stiftungen im Sport, Berlin 2015

AKTUELLE ZAHLEN UND FAKTEN

Gute Nachrichten für Fundraiser: Knapp zwei Drittel der Stiftungen mit Sportbezug sind fördernd tätig und unterstützen einzelne Vereine oder Sportlerinnen und Sportler in ihrer Region (65,9 %). Etwa ein Drittel ist sowohl fördernd als auch operativ tätig (28,7 %). Nur etwa fünf Prozent der sportfördernden Stiftungen setzen ausschließlich eigene Projekte um. Damit sind rein operativ tätige Stiftungen im Sport deutlich unterrepräsentiert im Vergleich zum Anteil aller rein operativ tätigen rechtsfähigen Stiftungen (18,2 %). Weniger gute Nachrichten: Die meisten sportfördernden Stiftungen (70,8 %) haben ein Kapital von unter einer Millionen Euro, nur knapp vier Prozent haben mehr als zehn Millionen Euro. Daraus lassen sich die fünf wichtigsten Erkenntnisse ziehen:

1. SPORTFÖRDERUNG DURCH STIFTUNGEN IST VIELSEITIG

Stiftungen fördern Sport in vielen Facetten – sei es durch die Finanzierung von Sportausrüstung, durch Stipendien für erfolgreiche Athleten oder die Initiierung von Forschungsprojekten. Allerdings unterstützen bisher nur wenige sportfördernde Stiftungen Sport- und Bewegungsmöglichkeiten für Ältere. Und: Es wird vor allem der organisierte Sport in Vereinen gefördert, die Unterstützung von informellen Bewegungsangeboten ist eine Zukunftsaufgabe.

2. SPORT IST ATTRAKTIV UND ERMÖGLICHT ZUGÄNGE ZU NEUEN ZIELGRUPPEN

Immer mehr Stiftungen, die sonst keine Berührungspunkte zum Sport haben, nutzen Sport als Mittel, um bestimmte Zielgruppen zu erreichen. Die Stiftung Weltbevölkerung hat beispielsweise die Erfahrung gemacht, dass Sport in der Entwicklungszusammenarbeit Zugänge zu Jugendlichen und Erwachsenen schafft, die den Austausch zu Themen wie Familienplanung, Verhütung und HIV ermöglichen.

3. STIFTUNGEN ENTSTEHEN AUCH AUS DEM SPORT HERAUS

Neben Sportvereinen und -verbänden haben prominente Sportlerinnen und Sportler eigene Stiftungen errichtet. Diese nutzen Sport häufig als Zugang zu ihrer Hauptzielgruppe: Kinder und Jugendliche. Das Stiftungsengagement kommt weniger häufig dem Sport selbst zugute, vielmehr geht es um Bildung und Integration, Wertevermittlung oder Gewaltprävention.

4. SPORT SPIELT GELD IN STIFTUNGSKASSEN

Zahlreiche Stiftungen nutzen den Sport als Fundraising-Instrument, indem sie beispielsweise Fußball-Benefizspiele veranstalten wie die Per Mertesacker Stiftung, zum Drachenboot Cup einladen wie die Michael Stich Stiftung oder Spendenläufe organisieren wie die Deutsche Kinderrheuma-Stiftung. Gerade die durch prominente Sportlerinnen und Sportler errichteten Stiftungen nutzen die Bekanntheit ihrer Stifterin oder ihres Stifters, um zusätzliche Gelder einzuwerben.

5. STIFTUNGEN SIND MEHR ALS „NUR“ GELDGEBER

Sportfördernde Stiftungen unterstützen ihre Partner, zum Beispiel Vereine, in vielen Fällen mit mehr als „nur“ mit Geld. Sie helfen bei der Organisationsentwicklung, vermitteln Kontakte aus ihrem Netzwerk oder stehen beratend zur Seite. Dies geht entweder direkt über die persönliche Zusammenarbeit oder indirekt über konkrete Förderkriterien. Manche Stiftungen sind sich noch nicht dessen bewusst, dass sie neben finanziellen Mitteln auch anderes zu bieten haben. Für das Fundraising bei Stiftungen lohnt es, die Möglichkeiten, die über finanzielle Unterstützung hinausgehen, im Blick zu haben.

***Juliane Metzner** ist wissenschaftliche Referentin im Kompetenzzentrum Stiftungsforschung des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen. Sie verantwortet den jährlich erscheinenden StiftungsReport und ist Ansprechpartnerin für die Themen Projekttransfer und Wirkungsorientierung. Zudem betreut sie im Verband den Arbeitskreis Frauen und Stiftungen sowie das Forum Sport und Bewegung. Sie hat Skandinavistik, BWL und Politikwissenschaft in Berlin studiert.*

► www.stiftungen.org/stiftungsreport

Fachmagazin Stiftung&Sponsoring
Immer auf dem Laufenden, alle 2 Monate neu

- Aktuell, anschaulich, fundiert
- Praxisbeispiele, Fachartikel, Anregungen
- Kurze, prägnante Beiträge
- Ausgewiesene Autoren aus Wissenschaft und Praxis
- Alle wichtigen Themen des Nonprofit-Sektors

Fachwissen & Diskussion

2 kostenlose **Probehefte** jetzt anfordern

PERSONALMANAGEMENT IN STIFTUNGEN

Berit Sandberg (Hrsg.)
Nachfolge im Stiftungsvorstand
Herausforderungen und Handlungsempfehlungen für das Gremienmanagement
276 Seiten, Broschur, € 39,90
ISBN 978-3-9812114-1-2
Sonderpreis für Abonnenten des Magazins Stiftung&Sponsoring
€ 29,90

Berit Sandberg (Hrsg.)
Arbeitsplatz Stiftung
Karrierewege im Stiftungsmanagement
262 Seiten, Broschur, € 39,90
ISBN 978-3-9812114-3-6
Sonderpreis für Abonnenten des Magazins Stiftung&Sponsoring
€ 29,90

Berit Sandberg
Führungskräfte in Stiftungen zwischen Ehrenamt und Spitzengehalt
Die Vergütungsstudie 2014
Mit einem Beitrag von Christoph Mecking zum Recht der Vergütung
148 Seiten, Broschur, € 149,90
ISBN 978-3-9812114-5-0
Sonderpreis für Abonnenten des Magazins Stiftung&Sponsoring
€ 119,90

Stiftung & Sponsoring

Bestellungen und Informationen:
Tel. 05246 92510-0 | Fax 05246 92510-10
abo@stiftung-sponsoring.de

www.stiftung-sponsoring.de

„Der Teufel liegt im System“

Schlaganfall-Lotsen helfen Patienten nach Krankenhaus und Reha

Starke Kopfschmerzen, Sehstörungen, Schwindel – wer einen Schlaganfall erleidet, dessen Leben ändert sich von einem Moment auf den anderen grundlegend. Rund 270 000 Menschen sind pro Jahr in Deutschland betroffen. Um ihnen vor allem in der Zeit nach dem Krankenhausaufenthalt zu helfen, rief die Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe das Projekt der Schlaganfall-Lotsen ins Leben.

Von UTE NITZSCHE

Anke Siebdrat vom Sankt Elisabeth Hospital in Gütersloh kennt die Probleme, mit denen Schlaganfall-Patienten zu kämpfen haben, nur zu gut. Sie hat sowohl in der Akut- und Reha- als auch in der Nachsorgephase gearbeitet und dabei festgestellt, dass vor allem an den Schnittstellen zwischen Krankenhäusern, Reha-Maßnahmen, Hausärzten und Krankenkassen viel verbessert werden muss. Inzwischen ist die gelernte Ergotherapeutin auch für die Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe tätig. Sie war die allererste Lotsin und hat durch ihre Arbeit den entscheidenden Grundstein für das Projekt gelegt. Seit Anfang 2014 lernt sie nun fünf weitere Kolleginnen an drei Kliniken an, zusammen betreuen sie rund 300 Patienten.

Dass es dringend notwendig ist, die Nachsorge der Betroffenen zu verbessern, hat die Stiftung schnell erkannt und sprach seit 2008 überall in Deutschland vor. Gleiche oder ähnliche Projekte entstanden, die sich später teilweise verselbstständigten. „Als sich unsere Stiftung 1993 gegründet hat, waren der Schlaganfall und die Neurologie Stiefkinder der Medizin“, sagt Mario Leisle, zuständig für Kommunikation, Marketing und Presseanfragen. Zunächst wurde daraufhin mithilfe von Spezialstationen, sogenannten Stroke-Units (stroke, engl. für Schlaganfall), die Akutversorgung in Deutschland verbessert. Inzwischen gibt es flächendeckend im gesamten Bundesgebiet 271 dieser Einheiten.

AUCH NACH DER THERAPIE ...

Auch in der Rehabilitation seien in den letzten Jahren enorme Fortschritte zu verzeichnen gewesen, so Leisle weiter. Die Sterblichkeitsrate konnte damit gesenkt werden, wodurch aber immer mehr Menschen lebenslang mit den Folgen ihres Schlaganfalls leben müssen. „Das ist die große Herausforderung“, erklärt Mario Leisle. Denn nach der Therapie müssen die Patienten ihre Versorgung selbst organisieren. Eine Online-Umfrage ergab, dass 40 Prozent von ihnen zwei Wochen nach der Entlassung keine weiteren Behandlungen verordnet bekamen.

... ERHALTEN PATIENTEN HILFE

An diesem Punkt setzt die Hilfe der Lotsen an. Sie sind Mitglied im Team aus Ärzten und Pflegern, das die Patienten in der Akutphase betreut, leisten professionelle Hilfe und haben eine medizinische Grundausbildung. Meist sind es Krankenschwestern oder Pfleger und Therapeuten wie Anke Siebdrat, die bereits mit Schlaganfall-Patienten zu tun hatten. Zusätzlich werden sie im Case Management ausgebildet.

Patient und Lotse lernen sich schon auf der Stroke-Unit kennen. Der Lotse erklärt dem Patienten oder seinen Angehörigen, wie er konkret helfen kann. Wer für das Projekt überhaupt in Frage kommt, wird gemeinsam mit den Ärzten entschieden.

Auch in der Reha und in den ersten Tagen zu Hause schaut der Lotse vorbei. Kontakt halten beide darüber hinaus per Telefon. Der Lotse klärt zum Beispiel darüber auf, welche Hilfsmittel und weiteren Therapien es gibt. Viele Patienten wissen zudem nicht, welche Rechte ihnen zustehen. Hier liegt nach Mario Leisles Ansicht das größte Problem: „Zwischen den einzelnen Sektoren scheitern sehr viele Patienten. Außerdem ist nicht jeder in der Lage, sich entsprechend zu informieren und seine Rechte einzufordern." Wie intensiv der Austausch erfolgt und ob es weiterer Besuche bedarf, richtet sich nach den individuellen Bedürfnissen.

PRÄVENTION SINNVOLL

Doch die Lotsen-Arbeit umfasst noch eine zweite, entscheidende Aufgabe: die Sekundärprävention. Rund 70 Prozent der Schlaganfälle wären vermeidbar, wenn Patient und Hausarzt besser zusammenarbeiten und Risikofaktoren wie Bluthochdruck, Diabetes, Übergewicht oder Herzprobleme besser überwacht würden. Die Lotsen kontrollieren die Einnahme der Medikamente und helfen auch bei der Umstellung von Ernährung und Lebensstil. „Es hat sich als sehr hilfreich erwiesen, die Patienten über alle Sektoren hinweg zu betreuen und zu begleiten", weiß Anke Siebdrat. Das dauert in der Regel ein Jahr, bis der Schützling allein zurechtkommt und die richtigen Anlaufstellen kennt.

PROBLEM DER FINANZIERUNG

Die Rückmeldungen von Patienten und Angehörigen sind durchweg positiv. Auf der zweiten Tagung der Schlaganfall-Lotsen Ende Mai bestätigten alle Beteiligten die Notwendigkeit des Projekts. Auch Mario Leisle ist zuversichtlich. Durch Evaluation soll in den nächsten drei bis fünf Jahren belegt werden, dass sich die Gesamtkosten für das Gesundheitssystem nicht erhöhen, sondern im Gegenteil dadurch Pflegefälle und Heimeinweisungen hinausgezögert oder gar vermieden werden. Aber: „Der Teufel liegt nicht im Detail, sondern im System", sagt er. „Der Lotse ist darin eine neue Person und die große Frage der Finanzierung ergibt sich." Derzeit müsse noch viel Überzeugungsarbeit bei den Krankenkassen geleistet werden. „Dann müssen wir das Projekt auch unter den Hausärzten deutlich bekannter machen", so Leisle weiter. Doch der Erfolg ist unübersehbar. „Es tut gut, wenn man sehen kann, was sich alles durch solch eine Funktion verbessern lässt und die Reaktion der Patienten gibt einem dabei sehr viel Energie", freut sich Anke Siebdrat, die Lotsin der ersten Stunde.

►*www.schlaganfall-hilfe.de*

Ihr Wegweiser im Stiftungswesen
Publikationen des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen

Verzeichnis Deutscher Stiftungen

2014 | 8., erweiterte Auflage

» Unverzichtbar für Fördersuchende und Kooperationswillige. «

Das umfangreichste Nachschlagewerk zum deutschen Stiftungswesen: Das bundesweite Stiftungsregister des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen umfasst über 22.700 Stiftungsporträts in drei Bänden und auf CD-ROM.

Bände 1–3 mit CD-ROM | 279,- €*
ISBN: 978-3-941368-59-0

Bände 1–3 | 199,- €*
ISBN: 978-3-941368-60-6

CD-ROM | 199,- €*
ISBN: 978-3-941368-61-3

* Preise inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten von 3,00 € bzw. 8,00 € (Buchausgabe Verzeichnis Deutscher Stiftungen).
Für Mitglieder des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen gelten ermäßigte Preise.

Bundesverband Deutscher Stiftungen

Bestellung und weitere Informationen:
Bundesverband Deutscher Stiftungen
Mauerstraße 93 | 10117 Berlin

Telefon (030) 89 79 47-0 | Fax -41
www.stiftungen.org/verlag
verlag@stiftungen.org

Utopie-Buch

Der „Futurzwei Zukunftsalmanach“ ist eine Zusammenstellung kreativer Projekte und Ideen, „eine Sammlung interessanter Gegengeschichten, eine Utopie in Fragmenten, … ein Kompendium des Möglichen“. Unter diesem Anspruch wurden 82 Geschichten des Gelingens zusammengetragen, bei denen Festlesen vorprogrammiert ist.

Trotz aller Gipfeltreffen und Mahnungen von Spitzenforschern hat sich am Weltklima bisher nicht das Geringste geändert. Gleich auf den ersten Seiten ist von einer institutionalisierten Verantwortungslosigkeit die Rede. Daher sei „die soziale und moralische Intelligenz der Bürger herausgefordert, dem Ausverkauf der Zukunft höchst lebendig und qualitätsvoll Alternativen entgegenzustellen.“ Gut durchstrukturiert werden Themen wie faire Produktion und Handel, regenerative Energien oder Tausch- und Leihbörsen vorgestellt. Es macht Freude, das Buch zu lesen, und es macht Hoffnung zu sehen, dass viele Menschen sich erfolgreich engagieren – ob im Unternehmen oder im Privaten. Uns Fundraiser ermutigt es, Unmögliches anzupacken und für noch so unkonventionelle Ideen Mitstreiter zu finden. Die Stiftung Futurzwei lebt damit erfolgreich ihre Mission, PR-Agentur für unkonventionelle Ideen und Projekte zu sein. Ein gelungener Ansatz.

Der Leser braucht nicht von vorn bis hinten zu lesen. Einzelne Geschichten reichen aus, um damit infiziert zu werden und das Gefühl zu entwickeln, etwas beitragen zu wollen. Ein Buch, unmöglich daran vorbeizugehen für alle, die die Welt (mit)retten wollen. Und wer das (noch) nicht will: Lesen – und ihr werdet damit beginnen.

Beate Haverkamp

Harald Welzer, Dana Giesecke, Luise Tremel (Hg.). FUTURZWEI Zukunftsalmanach 2015/16. Geschichten vom guten Umgang mit der Welt. Fischer Taschenbuch.542 Seiten. ISBN: 9783596030491. [D] 16,99 €, [A] 17,50 €, 24,50 CHF.

#Werkzeug

Instrumente für die Kommunikationsstrategie 2.0, und davon gleich 111, verspricht die „Toolbox Social Media“. Es handelt sich trotzdem um ein Buch aus Papier. Zu jedem der 111 Werkzeuge werden Leitfrage, Zielsetzung sowie Umsetzung kurz und prägnant beschrieben, dazu gibt es jeweils Tabellen und Grafiken. Zwar wenden sich die Autoren an Unternehmen – im Mittelpunkt stehen Unternehmenskommunikation, Mitarbeiterkommunikation, B2B-Marketingkommunukation und Investor Relations – doch lässt sich fast alles gut auf den gemeinnützigen Bereich übertragen.

Jörg Pfannenberg, Denise Schmalstieg (Hg.). Toolbox Social Media. Schäffer-Poeschel 2015. 285 Seiten. ISBN: 9783791034263. [D] 29,95 €, [A] 30,80 €, 31,25 CHF.

Yearbook 2014

Im nun schon dritten Band des „Jahrbuchs für Management in Nonprofit-Organisationen“ dreht sich diesmal nicht alles um Finanzierungsmodelle für NGOs, sondern um „das Grundsätzliche“: Der demografische Wandel macht auch vor Non-Profit-Organisationen nicht halt. Alterung der Mitgliedsbasis ist nur ein Stichwort. Da das Buch aus einem Studiengang der Hochschule Osnabrück entstanden ist, werden hier praktische Probleme theoretisch analysiert – mit Handlungsempfehlungen. Das englischsprachige Abstract zu jedem Kapitel hilft Lesern, die es eilig haben.

Gesa Birnkraut, Rainer Lisowski, Rolf Wortmann (Hg.). Jahrbuch für Management in Nonprofit-Organisationen 2014. Lit Verlag 2014. 208 Seiten. ISBN: 9783643127402. [D] 29,90 €, [A] 30,80 €, 41,80 CHF.

Digitales Können

Kerstin Hoffmann erklärt „verständlich, geduldig und praxisorientiert“, welche Rolle die Onlinepräsenz von Organisationen in der Unternehmenskommunikation spielt. „Wirb oder stirb!“ reicht im heutigen Zeitalter nicht mehr aus. Wer nicht aufs Web setzt, stirbt mittelfristig, denn ohne eine Onlinepräsenz mit der richtigen Strategie, auf den richtigen Plattformen und den richtigen Inhalten hat kaum eine Organisation zukünftig die Chance, sich auf dem Markt zu behaupten. Die Autorin zeigt, wie Onlinekommunikation geht und klärt dabei auch Probleme, die innerhalb der Organisation entstehen können wie, was mache ich, wenn sich Mitarbeiter der Technologie verweigern oder sich im Web nicht zeigen wollen. Wichtig ist, dass alle an einem Strang ziehen und den Wandel in die Digitalisierung als aktuellen Zustand sehen. Das bedeutet aber nicht, dass die Methoden der klassischen Unternehmenskommunikation vor dem Aus stehen, denn „die Voraussetzungen erfolgreicher Kommunikation haben sich nicht geändert, ebenso wenig wie die grundlegenden menschlichen Mechanismen, die dahinterstehen. Geändert haben sich die Medien“. Erfolgreiche Unternehmenskommunikation beginnt intern und ist extern erfolgreich als Mix aus klassischen und digitalen Medien. Wer die Bereiche Werbung, Marketing und PR immer noch isoliert von den Onlineaktivitäten einer Organisation betrachtet, arbeitet nicht effizient. Wichtig ist, dass die Online-Fachleute an die Gesamtkommunikation angebunden sind, erst dann kann integrierte Kommunikation in digitalen Zeiten wirklich gelingen.

Claudia Fuhrmann

Kerstin Hoffmann. Web oder stirb! Erfolgreiche Unternehmenskommunikation in Zeiten des digitalen Wandels. Haufe Verlag 2015. 231 Seiten. ISBN: 9783648066003. [D] 29,95 €, [A] 30,80 €, 27,15 CHF.

Sozialrendite

Die Messbarkeit des gesellschaftlichen Mehrwerts sozialer Projekte ist Kern nicht enden wollender Diskussionen. Irgendwo zwischen Legitimation der eigenen Arbeit und dem Bemühen um Effizienzsteigerung versucht der Social Return on Investment greifbare, individuelle Kennzahlen einzelner Projekte zu ermitteln. Diese Idee wird hier nicht nur von allen Seiten her abgeklopft. Das Analyseverfahren selbst wird erläutert und daraus ermittelte Wirkungsdimensionen auf ihre Praktikabilität hin hinterfragt. Die Frage nach der Monetarisierung der Ergebnisse bleibt dabei relevant, auch wenn eben genau dieser Aspekt in Sachen Gemeinwohl nicht ausschlaggebend sein darf.
Vier ausgewählte Fallstudien vermitteln ausführlich Ergebnisse konkreter Projekte und zeigen den Nutzen der jeweiligen Analyseergebnisse auf. So kann jede Organisation für sich selbst die Sinnfälligkeit einer Wirkungsanalyse überblicken.

Rico Stehfest

Christian Schober / Volker Then (Hrsg.). Praxishandbuch Social Return on Investment. Wirkung sozialer Investitionen messen. Schäffer-Poeschel 2015. 290 Seiten. ISBN: 9783791033969. [D] 59,95 €, [A] 61,70 €, 62,60 CHF.

Wir sind Daten

Das Thema Datenschutz und Peter Schaar sind untrennbar miteinander verbunden. Auch nach seiner Tätigkeit als Bundesbeauftragter ist er diesem Thema treu geblieben. Dabei glänzt er aber nicht in der Rolle als Mahner, sondern tritt als Aufklärer für eine demokratische Form der Kontrolle ein. Die Relevanz seines Tuns ist spätestens durch den Siegeszug der Smartphones deutlich geworden, denn mit der Entwicklung des mobilen Internets hat der Begriff der „Bewegungsdaten" eine zweite Bedeutungsebene erfahren. Die Umbrüche in unserer Informationsgesellschaft sind unausweichlich. Das bedeutet aber nicht, dass wir im Zug alltäglicher digitaler Prozesse als Benutzer unsere Mündigkeit an der Garderobe abgeben und zwangsläufig ins Verderben laufen müssen. Datenschutz ist aber eben eine Sache der Politik. Und die soll in einer Demokratie durch das Volk gestaltet werden. Dieses Buch zeigt, wie das Mitdenken aussehen kann.

Rico Stehfest

Peter Schaar. Das digitale Wir. Unser Weg in die transparente Gesellschaft. Edition Körber-Stiftung 2015. 224 Seiten. ISBN: 9783896841681. [D] 17,00 €, [A] 17,50 €, 13,55 CHF.

Kölner Verbände Seminare

www.verbaendeseminare.de

Steuerliche und gesetzliche Veränderungen
Risiken und Probleme rechtzeitig erkennen
Gestaltungsspielräume nutzen

Besteuerung von Körperschaften des öffentlichen Rechts (KdöR)
Donnerstag, 10. September 2015 in Berlin

Steuerprobleme und -risiken der Gemeinnützigen
Dienstag, 29. September 2015 in Berlin

Besteuerung der Wirtschafts- und Berufsverbände
Donnerstag, 12. November 2015 in Köln

Sie erreichen uns telefonisch unter (02 28) 93 54 93-20
oder per E-Mail info@verbaendeseminare.de

Kooperationspartner
DGVM
Verbände report

edition.fundraiser-magazin.de

Freunde und Spenden gewinnen:

so gelingt's

Basiswissen kompakt Motivation inklusive

Jan Uekermann
Fundraising-Grundlagen
Paperback, 160 Seiten
ISBN: 978-3-9813794-0-2

13,90 €

überall im Buchhandel und direkt unter
www.edition.fundraiser-magazin.de

Edition Fundraiser

World's next superstar?

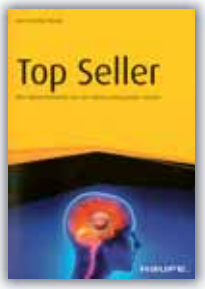
Der Kontinent Afrika gerät in vielerlei Hinsicht immer mehr in den Fokus, auch wenn Asien noch immer vor allem in wirtschaftlicher Hinsicht „interessanter" erscheint. Afrika scheint da von Europa wesentlich weiter entfernt zu liegen. Globale wirtschaftliche Interessen, Klimawandel und andauernde postkoloniale Strukturen sind nur einige Schlagwörter, die Afrikas komplexe Bedeutung sichtbar machen. Gleichzeitig bietet sich für unzählige Organisationen ein weites Feld für soziale Projekte, nicht wenige mit sichtbarem, nachhaltigem Erfolg.

Nicht ohne Grund trägt dieser Sammelband deshalb den Untertitel „Kaleidoskop der Möglichkeiten". Die einzelnen Beiträge widmen sich unter anderem der Rohstoffproblematik, der sehr unterschiedlich ausfallenden Bildungssituation und der Problematik der Menschenrechte vor dem Hintergrund von Flucht und Migration. Besonders aufschlussreich ist das Kapitel der Nachhaltigkeit, dessen Beiträge vor dem Hintergrund von TTIP betrachtet werden. Ergänzend werden einige konkrete Initiativen und Projekte vor allem deutscher Organisationen in Afrika vorgestellt, begleitet von weiterführenden Lektüretipps. Dieses Buch ist eine Lesereise, das die Vielfalt der Potenziale und Herausforderungen eines eben alles andere als homogenen Kontinents zeigt und die Perspektive westlicher Interessen in Frage stellt. Afrika wird in naher Zukunft eine neue Position auf der Weltkarte erhalten, weil erhalten müssen. Dieser Gestaltungsprozess darf aber weder politischen Extremisten noch global agierenden Großkonzernen überlassen werden.

Rico Stehfest

Afrika. Kaleidoskop der Möglichkeiten.
Reihe politische ökologie. Oekom Verlag 2015.
144 Seiten. ISBN: 9783865817198.
[D] 17,95 €, [A] 18,50 €, 24,40 CHF.

So tickt Kunden-Hirn



Was Spitzenverkäufer von der Hirnforschung lernen können, erklärt der Diplom-Psychologe und Management-Hirnforscher Dr. Hans-Georg Häusel in seinem neuesten Bestseller namens „Top Seller". Die perfekte Verkäuferschulung demonstriert anhand von 100 Tricks, wie diese im Kundengehirn wirken, und zeigt, wo die „Kauf-Knöpfe" gedrückt werden. Ein Kapitel widmet sich sogar explizit der Verkäuferpersönlichkeit. Viele anschauliche Beispiele machen die Sache nachvollziehbar und bei Gelegenheit nutzbar. Lesen und beim nächsten Autokauf erinnern!

Hans-Georg Häusel. Top Seller. Haufe 2015.
208 Seiten. ISBN: 9783648066294.
[D] 19,95 €, [A] 20,60 €, 17,70 CHF.

Bußgeld

Als Nachschlagewerk für zuweisungsberechtigte Juristen ist das „Jahrbuch Geldauflagen 2015" gedacht. Doch auch für Leser aus NGOs kann das Buch eine Bereicherung sein – des Lerneffektes wegen. Herausgeber Mathias Kröselberg hat nicht nur wissenswerte Fakten zusammengestellt. Es werden auch mehr als 20 mögliche Zuwendungsempfänger porträtiert. Die „Geldauflagenliste" im Mittelteil sortiert die gängigen NGOs nach Sachgebieten. Manchmal nicht ganz eindeutig, so steht beispielsweise das Anne-Frank-Zentrum unter „Kinder-, Jugend- und Familienhilfe". Insgesamt aber empfehlenswert.

Geldauflagen Jahrbuch 2015. Verlag Engagiert Aktuell 2015. 64 Seiten. Zu beziehen über den Verlag unter info@engagiert-aktuell.de

Selber lesen oder verschenken

Nutzen Sie den Coupon oder bestellen Sie im Internet:
www.abo.fundraiser-magazin.de

Das Fundraiser-Magazin gefällt Ihnen? Dann bestellen Sie jetzt Ihre eigene Ausgabe direkt in Ihren Briefkasten und seien Sie schneller besser informiert. Sie erhalten das aktuelle Heft immer pünktlich am Ersterscheinungstag.

Wenn Sie einem Freund, einer Kollegin oder einem engagierten Ehrenamtlichen eine Freude machen wollen, verschenken Sie das Fundraiser-Magazin doch weiter. Bitte tragen Sie dafür unter „Abweichende Lieferanschrift“ die Postadresse des Beschenkten ein.

Abonnement-Coupon: Druckfrisch im Briefkasten

Füllen Sie einfach diesen Coupon aus und faxen ihn an **03 51/8 76 27-79** oder senden ihn per Post an Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden. Noch einfacher können Sie das Fundraiser-Magazin im Internet abonnieren unter
www.abo.fundraiser-magazin.de

Hiermit bestelle ich das Fundraiser-Magazin für ein Jahr. Das Jahresabonnement mit Lieferung an eine Adresse in Deutschland kostet 25,00 € (inkl. 7 % MwSt.) im Jahr. (EU-Ausland: 45,00 €, Schweiz: 56,00 CHF). Ich erhalte 6 Ausgaben des Fundraiser-Magazins (erscheint 2-monatlich). Wenn ich bis spätestens 6 Wochen vor Ablauf des Bestellzeitraums nichts von mir hören lasse, verlängert sich mein Abonnement automatisch um ein weiteres Jahr.

Bitte senden Sie die Rechnung an folgende Adresse (Ich bin der Abonnent):

.....
Organisation / Firma

.....
Abteilung / Bereich

.....
Anrede Titel

.....
Vorname Name

.....
Straße Hausnummer

.....
PLZ Ort

.....
E-Mail-Adresse für den Rechnungsversand

.....
Datum, Unterschrift

Bitte senden Sie das Fundraiser-Magazin an folgende (abweichende) Lieferanschrift

.....
Organisation / Firma

.....
Abteilung / Bereich

.....
Anrede Titel Vorname Name

.....
Straße Hausnummer

.....
PLZ Ort

Widerrufsrecht: Diese Bestellung kann ich innerhalb der folgenden zwei Wochen ohne Begründung bei der Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden schriftlich widerrufen. Dass ich dieses Recht kenne, bestätige ich mit meiner folgenden Unterschrift.

.....
Datum, Unterschrift

4/2015

Fragebogen: Franz Orth sorgt für

25 Jahre Fundraising in ganz unterschiedlichen Positionen haben den Lebensweg von Franz Orth geprägt. Die enorme Entwicklung im Fundraising hat er nicht nur in der eigenen Agentur wesentlich beeinflusst, sondern auch als Fundraiser unter anderem bei den Maltesern und bei Unicef, als Entwickler von Spenden-Software, im Vorstand des Deutschen Fundraising Verbandes, als Dozent an der Fundraising Akademie, als Referent auf vielen Kongressen, im Advisory Board des Internationalen Fundraising Kongresses und nicht zuletzt im Vorstand einer Stiftung.

Insgesamt eine spannende Zeit in einem spannenden Beruf, in den er nach dem Studium und einer Verlagstätigkeit eher durch Zufall gefunden hat und der dann zum Lebensinhalt wurde. Heute lässt es der Rentner sehr viel ruhiger angehen. Er hat ein altes Hobby wiederentdeckt, das er schon früher über viele Jahre als „Zweitberuf" ausgeübt hat: Er zaubert für Erwachsene und Kinder und gibt Seminare für andere Zauberkollegen. Dem Fundraising ist er dabei treu geblieben und bereichert mit seiner Kunst so manches Charity Dinner.

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

… mit einem Blick in die Augen meiner großen Liebe, die ich 36 Jahre nach unserem ersten Kuss wiedergefunden und im letzten Jahr geheiratet habe.

2. Was wollten Sie als Kind werden?

Kaum zu glauben – Müllmann. Die standen immer so bequem hinten auf dem von Pferden (!) gezogenen Wagen. Das fand ich cool, auch wenn ich den Ausdruck damals noch nicht kannte.

3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Gotteskrieger, Herdprämie oder Tätervolk haben's ja schon geschafft. Mein Vorschlag: „Spenderbeziehung". Und das schon seit 23 Jahren. Im Land des „Handy", das sonst auch niemand auf der Welt kennt, wurde der Begriff „Relationship Fundraising" ganz gewaltig missverstanden. „A Donor-Based Approach to the Business of Raising Money" heißt übrigens der Untertitel zu Ken Burnetts Buch. Ja, ganz richtig, „Business of Raising Money". Aber wer hat das Buch denn wirklich (ganz) gelesen?

4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Seit über 50 Jahren lese ich meine Tageszeitung. Hunger in der Welt, Kriege ohne Unterlass, Flucht und Vertreibung, Diktatur statt Demokratie – diese Themen und andere sind seitdem unverändert aktuell. Worauf soll man da noch hoffen?

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

Ich würde mich auf 1991 freuen, denn in dem Jahr habe ich eine der besten Entscheidungen meines Lebens getroffen und mich mit der „social concept – Agentur für Sozialmarketing" selbständig gemacht. Es folgten 18 geile Jahre bis zu meinem Ausscheiden mit 60 Jahren. Die Agentur hat's nicht lange überlebt. Schade.

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

Martin Dodenhoeft – und zwar den Orden wider den tierischen Ernst. Muss ich jetzt wohl nicht noch begründen, oder?

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

Oh, you are attending the German Fundraising Conference, Bill. I'd like to invite you to my lecture this afternoon. It's about major donors. You might give us some very helpful insight views into the ordinary life of unordinary people. Looking forward to seeing you there.

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. Die Redaktion muss sich aus Platzgründen eine Auswahl der Veröffentlichungen oder Kürzung von Leserzuschriften vorbehalten.

magische Momente

8. Wer ist für Sie ein Held?

Gibt es die? Ich bin jedenfalls froh, dass ich nicht in den Zeiten der Gestapo oder der Stasi aufgewachsen bin, denn ich bin nicht sicher, ob ich zum „Helden" getaugt oder mich wie Millionen andere angepasst hätte.

9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

In London. Leider sind die Mieten dort unerschwinglich und so reicht es nur für viele kürzere und längere Wochenend-Trips, mal mit und mal ohne Fußball. Aber oft mit schönen Abenden unter guten Freunden aus dem englischen Fundraising.

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

Fragebögen ausfüllen.

11. Worüber können Sie lachen?

Wie jeder richtige Deutsche natürlich über „Situationen, in denen man es am besten erachtet, Schwierigkeiten mit heiterer Gelassenheit zu begegnen. Ein Lachen ist demzufolge dann Humor, wenn es in einer Situation der Gefahr oder des Scheiterns auftritt, sich nicht gegen Dritte richtet und eine Hoffnung auf die Überwindung der Krise vermittelt".

12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Leider nicht meine eigenen. Das wäre zuweilen zuträglicher für das Seelenheil, wenn wir mit uns selbst etwas nachsichtiger wären.

13. Was war früher besser?

Ganz klar: die Vergangenheit ...

14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Lexikon ... LOL Wikipedia wäre richtig. Aber da kann ja fast jeder reinschreiben, was er will. Ist das also noch erstrebenswert?

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

... das Ergebnis von harter Arbeit – der Spenderinnen und Spender nämlich, auch wenn wir jetzt alle auf der Suche nach dem super-reichen „Major Donor" und der Testamentspende sind und uns gleichzeitig über „leistungsloses Einkommen" und die ungerechte Verteilung des Wohlstands erregen.

NÄHER AM MENSCHEN

ENTERBRAIN Software AG

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

www.enterbrain.ag

Nachwuchs Daten-Sammler Fabian F. Fröhlich genießt die Transparenz

Guten Morgen, liebe täglich Mitreisende im siebenuhrfünfunddreißiger Bus! Besonders die nette Frau mit dem roten Schal und der farblich passenden Handyhülle. Alles gut zuhause? Hat Ihr Sohn mal nicht verpennt? Dann läuft's auch am Nachmittag beim Gespräch mit dem Schuldirektor. Es ist ja schon der dritte Termin und wir sind alle gespannt, ob klein Max die Klasse wiederholen muss.

Schlechte Konzentration kann am Essen liegen. Das wird Ihnen die Linguistik-Studentin mit der Häkeltasche gern bestätigen, die immer am Rathausplatz einsteigt. Sie hat nämlich ihre Ernährung komplett umgestellt. Hätten Sie (wie ich!) mal besser zugehört, wüssten Sie, dass bei Stress Mineralstoffe wichtig sind. Die sind zum Beispiel in solchen Müsliriegeln enthalten, welche Anne (die Mitbewohnerin des Hipsters da am Fenster, der die taz auf dem Tablet liest) ihm immer vor dem Losgehen aus der Tasche klaut. Da hilft sein allmorgendlicher Protestanruf gar nicht, die Bitch is(s)t immer schneller als er.

Mr. Cowboyhut braucht, wie es sich anhört, noch kein Frühstück. Er war gestern wieder etwas länger feiern, um seine Ex zu vergessen. Wie wir inzwischen alle kapiert haben, kommt er von ihr nicht los. Allerdings sind seine Kneipentour-Berichte legendär – allein dafür lohnt sich das zeitige Aufstehen, um den Bus nicht zu verpassen. Die beiden Möchtegern-H&M-Models, die meistens gleich vorn an der Tür stehenbleiben, schreiben heute 'nen großen Mathe-Test bei Krüger, dem Arsch. Er wird sie natürlich durchfallen lassen, dann kriegt die mit dem Swarovski-iPhone eine Woche Handyverbot, weil ihr Alter bekanntermaßen so ein Spießer ist. Mädels, ich drücke euch die Daumen. Unter Handyverbot würden alle hier im Bus schwer leiden.

Unvorstellbar auch für den großen Blonden mit der Jack-Wolfskin-Jacke, der schon wochenlang auf Wohnungssuche ist und gerade seinen Makler rund macht. Ja, 750 Euro kalt sind unangemessen für diese Bruchbude. Er hat es dem Makler doch ganz klar gesagt: Ohne! Balkon! Geht! Gar! Nicht! Hoffentlich regt Blondie sich nicht zu sehr auf, das ist schlecht für seinen hohen Blutdruck. Nach den endlosen Telefonaten mit Muddi sollte nun wirklich jeder mitbekommen haben, dass er als Diabetiker Typ zwei in ambulanter Behandlung bei Doktor Scholtz mit Tezett ist. Dem Anzugträger ganz vorn hinterm Fahrer wünsche ich heute viel Erfolg bei der Präsentation. Seit Tagen hat er seine Assistentin drauf eingeschworen. Das wird seinen Chef überzeugen. Hoffentlich, sonst verliert der Gute die Wette gegen den Kollegen und muss sich eine Glatze rasieren. Fräulein Blümchenkleid säuselt inzwischen ihrem Schatzi ein süßes „Guten Morgen" auf die Mailbox und dass sie ihn jetzt schon vermisst, weil die Nacht sooo hmmm war und überhaupt kann sie es kaum erwarten, ihn heute Abend wieder … Schade Leute, ich muss aussteigen. Tschüss, liebe gläserne Mitreisende, wir sehen und hören uns morgen wieder ab sieben Uhr fünfunddreißig.

Ausgabe 5/2015 erscheint am 28. September 2015 u. a. mit diesen Themen

- 25 Jahre Wiedervereinigung – DDR-Fundraising
- Top-Spenderbindung
- Bitcoins – die neuen Spenden?

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 5/2015, die am 28.09.2015 erscheint, ist der 17.08.2015.

ISSN 1867-0563 – 10. 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)3 51 8 76 27-70, Fax: -79

Schweiz-Korrespondent:
Jan Uekermann,
jan.uekermann@fundraiser-magazin.ch

Anzeigen-Werbung:
matthias.daberstiel@fundraiser-magazin.de (verantwortlich), Telefon: +49 (0)3 51 8 76 27-80, Fax: +49 (0)3 51 8 76 27-79
Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 8 vom 1.1.2015

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 5/2015, die am 28.09.2015 erscheint, ist der 17.08.2015.

Fotonachweise:
Titelbild: spacejunkie@photocase, S. 3: Udo Lehner, S. 4: Peter Neitzsch (Reyher & Röse), S. 6: Silvia Beres / Welthungerhilfe (oben), L.S.@fotolia (unten), S. 7: Paul Stadelhofer, S. 8: © UNICEF/NYHQ2014-0121/Pirozzi (oben links), Gerrit Müllner@Fotolia (oben rechts), S. 10 & 12: Peter Neitzsch, S. 14 – 21: 3dkombinat@fotolia (Hintergrund), S. 15, 16, 18 & 20: Rawpixel@fotolia, S. 22/23: tai111@fotolia, S. 24: Ute Nitzsche, S. 25: Benn Ott (unten) S. 34: David Ausserhofer (Pohl), Olaf Hermann (Hoof), S. 35: PEK Erzbistum Köln (Feldhoff), S. 43: Christoph Schöning, S. 48: sör_alex@photocase, S. 50: Wojciech Gajda@fotolia, S. 54: Wolfgang Ronge@photocase, S. 64: Zsolt Nyulaszi@fotolia, S. 66: Paul Stadelhofer, S. 67: Andres Rodriguez@fotolia, S. 68: Ralf Luethy (unten), S. 70: Simone M. Neumann, S. 71: Thilo Schmülgen, S. 72: Dmitry@fotolia (oben), S. 74: Hanna Retz/Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe, S. 82: oza@fotolia, alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der fundraising akademie

vanacken

Fundraising

Spender gewinnen.
Spender binden.

Einer unserer Bausteine: Projektmanagement

Professionelle Beratung und Projektmanagement sind entscheidend für erfolgreiches strategisches Fundraising.

Gerne koordinieren wir auch Ihre Projekte – von der Beratung über die konzeptionelle Umsetzung bis hin zur Produktion und Erfolgskontrolle – alles unter einem Dach.

Menschen in Not sollen sich heute auf planbare Hilfe verlassen können, dafür benötigen Sie planbare Spenden.

Entwickeln Sie mit uns Ihre Strategie.
Legen Sie Ihr Projekt in unsere Hände!

van Acken
Magdeburger Straße 5, 47800 Krefeld
Telefon: 02151 / 44 00-0, Telefax: 02151 / 44 00-55
info@van-acken.de, www.van-acken.de

Strategie
Marktforschung
Konzeptentwicklung
Kampagnenentwicklung
Kreation
Adressauswahl
Erfolgskontrolle

Produktion
Datenerstellung
Druck
Personalisierung
Lettershop
Postversand
Fulfillment

Print- und Außenwerbung
Anzeigen
Großflächen
Citylights
Öffentlichkeitsarbeit

Direkt-kommunikation
Mailings
Beilagen
telefonische Spender-bedankung/
Spenderbindung/
Spenderbetreuung

Marke
Markenbildung
Markenführung
Markenstrategie
Corporate Identity
Corporate Design

Internet
Online-Marketing
Social Media
Mobile Marketing
Website-Optimierung
Suchmaschinen-Optimierung

Verstärkt.

Direct Mail mit adfinitas.

Wir drehen den Kanal für Sie auf. Ob pur oder verstärkt – mit effektiven Konzepten schaffen wir den perfekten Sound, damit Ihre Botschaft den Spender mitten ins Herz trifft. Freuen Sie sich auf positive Rückkopplungen!

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

adfinitas
RELATIONSHIP FUNDRAISING