ISSN 1867-0563

Fundraiser Ausgabe 6/2015

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Magazin № 50
JUBILÄUMS-AUSGABE

Kollekte & Co.

Aktuelle Entwicklungen im Kirchenfundraising

Menschen
Dr. Friedrich Haunert, Prof. Siegfried Preiser und Jona Hölderle im Interview

Praxis & Erfahrung
Warum es immer weniger Spender gibt: Neue Aufgaben für das Fundraising

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

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,

es gibt etwas zu feiern: Sie halten gerade die 50. Ausgabe des Fundraiser-Magazins in den Händen. Das Jubiläum ist für uns ein willkommener Anlass, im Archiv zu stöbern und zurückzublicken, wie alles begann. Ich kann mich noch gut erinnern:

Ursprünglich wollten wir ein Fundraising-Fachmagazin für den Osten Deutschlands machen. In den neuen Bundesländern war der Bedarf an Wissen rund um das Thema am größten. Nach dem Erscheinen der ersten Nummer wurde in Verbandskreisen noch gelästert über das „kleine Kundenmagazin aus der Provinz". Doch dann füllte sich unser Briefkasten schnell mit Abonnement-Bestellungen aus allen Teilen Deutschlands. Sehr bald kamen Österreich und die deutschsprachige Schweiz dazu. Und die anfänglichen Skeptiker waren ganz stolz, wenn sie im Magazin interviewt wurden.

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen – wie es auf unserer Titelseite steht – hat sich zu einer stabilen Größe in der Fundraising-Szene entwickelt. Das Magazin ist Medienpartner großer, auch internationaler Fachkongresse. Wir veranstalten eigene Fundraisingtage in München, Gelsenkirchen, Potsdam und Dresden. Im nächsten Jahr kommt noch etwas Neues hinzu: Unser Fundraising-Symposium am 18. und 19. Februar 2016 in Frankfurt am Main. Ich lade Sie ein, sich den Termin vorzumerken. Treffen Sie sich mit den Fundraising-Profis aus ganz Deutschland zum Erfahrungsaustausch rund um das Thema „Nachlassfundraising".

Ohne Sie, liebe Leserinnen und Leser, liebe Anzeigen-Kunden, Partner, Sponsoren, liebe Autoren, Freunde und Informanten wäre das alles nicht möglich. Ich möchte die Gelegenheit nutzen, Ihnen und Euch allen Danke zu sagen für die inspirierende, spannende, fordernde und immer angenehme Zusammenarbeit. Und wenn wir gerade dabei sind: Für die bevorstehende (in unserer Branche oft stressige) Advents- und Weihnachtszeit alles erdenklich Gute! Starten Sie gut ins neue Jahr und freuen Sie sich auf die nächsten 50 Fundraiser-Magazine!

Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

direct punkt
Agentur & Lettershop

Fundraising ist Vertrauenssache

Sprechen Sie mit den Trägern des Deutschen Fundraisingpreises 2013!

Frank Mittelstedt
Tel. 040/237860-0
service@directpunkt.de

Eberhard Renn
Tel. 08193/937191 0
renn@directpunkt.de

www.directpunkt.de

Menschen

10 **Dr. Friedrich Haunert**

Als das erste Fundraiser-Magazin im Herbst 2006 erschien, war darin auch ein Interview mit Dr. Friedrich Haunert, Berliner Organisationsberater mit den Schwerpunkten Fundraising und Organisationsentwicklung. Eine gute Gelegenheit nachzufragen und zehn Jahre Fundraising Revue passieren zu lassen.

56 **Prof. Siegfried Preiser**

Wer immer in vorgegebenen Bahnen denkt, wird selten überraschen. Das gilt auch für die Kampagnenarbeit von Organisationen. Im Interview erklärt der Kreativitätsforscher und Rektor der Psychologischen Hochschule Berlin, Prof. Siegfried Preiser, warum Konventionen unkreativ machen und gute Ideen Freiräume brauchen.

80 **Jona Hölderle**

... macht was mit „diesem Internet“ und gemeinnützigen Organisationen. Er bewegt sich also im „Neuland“. Dabei hätte aus dem studierten Verwaltungswissenschaftler auch „was Richtiges“ werden können, wäre da nicht „dieses Internet“ und seine Möglichkeiten im Fundraising und Ehrenamt dazwischengekommen. Beim Ausfüllen unseres Fragebogens verrät er Genaueres.

Thema

14 **Erfolgsorientierte Verkündigung**
Fundraising für Kirche ist mehr als die Vermehrung materieller Ressourcen

18 **Glaube und Geld müssen zusammenfinden**
Steve Pierce von der Diözese Liverpool predigt auch über Geld

20 **Stein gewordener Glaube**
Ein Spendenprojekt der USA wollte in Deutschland neue Kirchen bauen

22 **Spenden für die Kirche**
Der Anteil der nichtkonfessionellen Organisationen am Spendenvolumen steigt

Jubiläum

24 **Geburtstags-Quiz: Raten Sie mit!**
50-mal Fundraiser-Magazin – das stand alles irgendwann im Heft ...

Projekte

28 **Wieder auf die Füße helfen**
Mit dem Projekt [U25] sollen Jugendliche vom Suizid abgehalten werden

30 **Wie politisch darf die Zivilgesellschaft sein?**
Die Allianz „Rechtssicherheit für politische Willensbildung“ fordert ein Umdenken

32 **„Ziel definieren, Menschen dafür begeistern“**
Wie eine Hamburger Initiative Sachspenden für Flüchtlinge sammelt

Rubriken

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

Praxis & Erfahrung

50 **Hybrid statt nur Verein?**
Die beste Kombination verschiedener Modelle: Hybride Rechtsformen

52 **Warum es immer weniger Spender gibt**
Neue Aufgaben für das Fundraising

54 **Transparenz und Spiele mit Spendenshop**
Was Non-Profit-Organisationen vom kommerziellen Web lernen können

58 **Alle reden miteinander – reden Sie mit!**
Content- und Social-Media-Marketing für Non-Profits

60 **So nah und doch so fern**
Europäische Fördermittel

Stiftung

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

70 **Ein Kompass für das Stiftungsfundraising**
Eine neue Inhaltsanalyse der schweizerischen Stiftungszwecke hilft Fundraisern

72 **Für das Leben lernen**
Evengelisches Johannesstift Berlin fördert Grundschüler

74 **Mitarbeiter-Euro und Glockenguss live**
Die Stiftung Kunstgussmuseum Lauchhammer pflegt ihre Kontakte zu Unternehmen

Autoren dieser Ausgabe

Remo Aeschbacher | Gertrud Bohrer | Matthias Daberstiel
Dr. Kai Fischer | Stefan Frey | Claudia Fuhrmann | Klaus Heil
Eva Hieninger | Herbert Langthaler | Claudia Lukat
Daniela Münster | Peter Neitzsch | Ute Nitzsche
Susanne Reuter | Christoph Salzig | Michael Seidler
Paul Stadelhofer | Rico Stehfest

zielgenau.

Die Marketing- und Fundraisingagentur

Alleinunterhalter im Fundraising?

Zielgenau ist Ihr Fundraising-Team.

www.zielgenau-hilft.de

Klare Ziele statt heißer Luft – Der WWF Österreich hat Anfang November auf dem Wiener Ballhausplatz direkt gegenüber dem Bundeskanzleramt ein Mahnmal aus Eis platziert. Die schmelzenden Buchstaben des Wortes „Klima", flankiert von einer Weltkugel, sprachen für sich. Die Aktion war Teil der aktuellen Kampagne für klare Klimaziele unter Einbezug erneuerbarer Energien. Wer die dazugehörige Petition unterschreiben will, findet diese unter ▶ *www.wwf.at/klima-petition*

Wenig Geld für Flüchtlinge

Trotz seines Aufrufs verzeichnet das Aktionsbündnis „Deutschland hilft" weniger Spenden als bei vergleichbaren Aufrufen. Mitte Oktober waren es nach offiziellen Angaben 12,7 Millionen Euro, die Hilfsprojekten in Deutschland, Südosteuropa und dem Nahen Osten zugutekamen.

▶ *www.aktion-deutschland-hilft.de*

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.

Gemeinnützigkeit in Österreich

Es geht voran. Das lang geplante neue Gemeinnützigkeitspaket für Österreich ist auf dem Weg; Ende Oktober wurde der Ministerialentwurf veröffentlicht. Neben einer gründlichen Überarbeitung des Stiftungsrechts soll im Kern vor allem mehr Kapital für gemeinnützige Zwecke freigesetzt werden. Die Gründung einer Stiftung soll fürderhin so einfach wie die eines Vereins werden. Steuerliche Erleichterungen, wie eine Befreiung von der Grunderwerbsteuer im Fall einer Schenkung oder Erbschaft, sind ebenfalls geplant.

Entgegen ursprünglichen Plänen wird es kein spendenbegünstigtes Institut für Kunst- und Kulturfinanzierung geben. Stattdessen soll die Spendenbegünstigung auf alle Kulturvereine ausgeweitet werden. Weniger Begeisterung ruft bei der Interessenvertretung gemeinnütziger Organisationen der Plan, jährlich nur noch maximal 100 000 Euro steuerlich begünstigt in eine Stiftung einbringen zu dürfen, hervor.

▶ *www.gemeinnuetzig.at*

Aktuelle Spendenzahlen aus Deutschland

Die Einkommenssteuerstatistik 2011 legt aktuelle zahlen zum Spendenverhalten der Deutschen vor: So haben 9,7 Millionen von 27 Millionen Steuerpflichtigen in Deutschland gespendet. Insgesamt gaben sie 7 Milliarden Euro, davon 6,8 Milliarden Euro an gemeinnützige Vereine und Stiftungen. Die Differenz ging als Spende an politische Parteien und unabhängige Wählervereinigungen. Nicht berücksichtigt dabei sind Spenden, die nicht abzugsfähig sind oder durch den Spender nicht geltend gemacht wurden.

▶ *www.destasis.de*

Kostenlose Webpräsenz gefällig?

Nicht kommerziell ausgerichtete Initiativen, Organisationen und Vereine, die einen sozialen Zweck erfüllen, können eine eigene Internetseite im Wert von 499 Euro gewinnen. Konkret sind es 55 Business-Lizenzen des Desktop-CMS Zeta Producer, die vom Hersteller verlost werden. Zusätzlich dazu gestalten Experten des Hauses auch noch fünf Gewinnern den kompletten Internetauftritt. Alles, was es für die Bewerbung braucht, ist eine Kurzdarstellung der Teilnehmer und des Projektes. Bewerbungsschluss ist der 31. Dezember.

▶ *www.zeta-producer.com/tue-gutes*

Neue Hilfe für Vereine

Das Landesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement Bayern e. V. hat eine neue Webseite auf den Weg gebracht. Auf der Seite „Vereinswiki" finden Sie Infos von der Vereinsgründung über die Gestaltung des Vereinslebens bis hin zu rechtlichen Fragestellungen. Die Webseite wird gefördert vom Bayerischen Staatsministerium für Arbeit und Soziales, Familie und Integration.

▶ *www.vereinswiki.info*

Partnerschaft von proFonds und StiftungSchweiz.ch

Der Dachverband gemeinnütziger Stiftungen der Schweiz namens „proFonds" hat eine längerfristige Partnerschaft mit der Online-Plattform „StiftungSchweiz.ch" beschlossen. Das Ziel der Kooperation ist es, StiftungSchweiz.ch zu einem digitalen Forum für den Austausch und die Vernetzung innerhalb des schweizerischen Stiftungs- und Gemeinnützigkeitsbereichs auszubauen. Zu diesem Zweck werden weitere Tools entwickelt, die die Zusammenarbeit innerhalb des Sektors erleichtern sollen.

▶ *www.profonds.org*

Erste Verständigungs-Hilfe

Der Paritätische Gesamtverband hat eine bildbasierte Kommunikationshilfe für Flüchtlinge produziert. Der „First Communication Helper For Refugees" fasst auf zwei DIN A4-Seiten die wichtigsten Bilder zusammen, die für eine einfache Kommunikation „per Fingerzeig" ohne Fremdsprachenkenntnisse erforderlich sind. Die Kommunikationshilfe unterliegt der Creative Commons License, darf in unveränderter Form beliebig kopiert und weitergegeben werden und steht unter folgendem Link zum Download bereit:

▶ *www.fluechtlingshilfe.de*

Integration und Flüchtlingshilfe fördern lassen

Stiftungen und Fonds, die Flüchtlingshilfe fördern, sind von Friedericke Vorhof in einer Aufstellung zusammengetragen worden. In alphabetischer Ordnung nach dem Namen der Organisationen wird auf maximal zwei DIN A4-Seiten ein schneller Überblick über Fördermöglichkeiten und Kontaktwege aufgezeigt. Zusammengekommen sind dabei mehr als 50 Förderer. Stand der Recherche ist Oktober 2015. Die Sammlung kann kostenlos direkt auf der Homepage des Fördermittelbüros heruntergeladen werden:

▶ *www.foerdermittelbuero.de/veroeffentlichungen*

Transparenzpreis 2015 von Caritas und Diakonie

Ende September wurde erstmals der Transparenzpreis von Caritas und Diakonie verliehen. Ausgezeichnet wurden herausragende Beispiele für die transparente Darstellung der eigenen Organisation und Geschäftstätigkeit. Gewinner in der Kategorie „über 50 Mitarbeiter" sind die Christoffel Blindenmission und die Aktion Sühnezeichen. In der Kategorie „unter 50 Mitarbeiter" gewann die mehrwert gGmbH aus Stuttgart.

▶ *www.caritas.de*

Acht Goldmedaillen, 18 Silber- und 28 Bronzetrophäen sowie elf Auszeichnungen – das ist das Ergebnis der diesjährigen Verleihung des Deutschen Dialogmarketing Preises. Kyra Groh (links) und Britta Stähler von der gkk DialogGroup bekamen Silber und Bronze in der Kategorie „Mailing (Auflage bis 100 000)" für ihre Kampagne „Herz aus Eis" in der Kategorie „Gemeinnützige, gesellschaftliche und kulturelle Organisationen". Für den Verein Kinderhilfe Organtransplantation verschickten sie „das einzige Organ, das niemand braucht": einen echten Eiswürfel in Herzform. Am 1. Dezember beginnt die Einreichungsphase zum Deutschen Dialogmarketing Preis 2016.

▶ *www.ddp-award.de*

***Kalk für alle!** Diese Doku ist ein zeitloses Beispiel für … Tja, gute Frage. Die Lage ist die: Der Filmemacher Rami Hamze stellt der Bevölkerung des Kölner Stadtteils Kalk 10 000 Euro zur Verfügung. Und augenblicklich beginnen basisdemokratische Diskussionen über die Verwendung der Mittel. Das Besondere daran: Trotz Doku enthält hier bürgerschaftliches Engagement erstaunlich viel Ironie. Kann man einfach nicht beschreiben. Muss man sich ansehen.*

▶ *www.dergrossedemokrator.de*

Erhöhter Datenschutz

Datenklau im Internet ist keine Seltenheit mehr. Wir sprachen mit Christof Hubatschek, Informationssicherheitsbeauftragter der ENTERBRAIN Software AG über die Datensicherheit bei NGOs.

? Warum wird Datensicherheit für Non-Profit-Organisationen immer wichtiger?

Im Fall eines Diebstahls können Reputationsverlust und damit einhergehende Spendenrückgänge die Folge sein. Viele Organisationen sind sich auch nicht im Klaren darüber, dass bei der Datenverarbeitung von Dienstleistern die Verantwortung bei ihnen liegt. Durch die erfolgreiche Einführung von ISIS 12 garantieren wir Informationssicherheit auf höchstem Niveau.

? Was bedeutet ISIS 12?

Das durch die Deutsche Gesellschaft zur Zertifizierung von Management-Systemen vergebene Gütesiegel integriert Datenschutz und IT-Sicherheit. ISIS 12 steht für die Einführung eines Informations-Management-Systems in zwölf Schritten. Das Zertifikat hat eine Gültigkeit von drei Jahren; innerhalb dieses Zeitraums finden zwei Überwachungs-Audits statt, die den Standard festigen und weiter entwickeln. Eine separate Datenschutz-Zertifizierung wird derzeit vorbereitet.

? Wie profitieren Ihre Kunden von diesem Zertifikat?

Wir garantieren den sensiblen und vertrauensvollen Umgang mit Kundendaten und legen für mögliche Sicherheitsvorfälle in einem Notfallhandbuch bereits die zu absolvierenden Maßnahmen fest. Wir schaffen ein Sicherheitsbewusstsein bei unseren Mitarbeitern und klären unsere Kunden über mögliche Risiken auf. Viele Organisationen gehen teilweise fahrlässig mit ihren Daten um, ohne sich im Geringsten darüber bewusst zu sein. Hierfür planen wir in Zukunft Sicherheitsschulungen für unsere Kunden.

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™

„Nachhaltigkeit ist weiterhin ein großes

Als das erste Fundraiser-Magazin im Herbst 2006 erschien, war darin auch ein Interview mit Dr. Friedrich Haunert, Berliner Organisationsberater mit den Schwerpunkten Fundraising und Organisationsentwicklung. Eine gute Gelegenheit nachzufragen und zehn Jahre Fundraising Revue passieren zu lassen.

? Zehn Jahre sind ins Land gegangen seit unserem Interview 2006. Was machen Sie heute?

Ich begleite Veränderungsprozesse in zivilgesellschaftlichen Organisationen, berate weiterhin Mitgliedsorganisationen des Paritätischen Berlin zu Fundraising, beschäftige mich mit CSR-Themen in kleinen und mittleren Unternehmen und bin der Fundraising Akademie noch immer stark verbunden.

? Was hat sich im Fundraising am meisten geändert?

Allem voran die Professionalisierung, einhergehend mit einer stärkeren Ausdifferenzierung in Funktionen. Als Schwerpunkt sind alle Fragen rund um digitale Prozesse und Kommunikation, die Verzahnung von online und offline nicht mehr wegzudenken. In vielen Bereichen des Dritten Sektors haben sich eigene Fundraising-Kreise etabliert, sei es in Stiftungen, im Kultur-, Bildungs- oder Gesundheitsbereich.

? Der Aktionismus vieler Organisationen und die fehlende Nachhaltigkeit im Fundraising waren in dem damaligen Interview ein großer Kritikpunkt. Ist das immer noch so?

Wir können heute noch stärker beobachten,

Fragezeichen, auch im Fundraising“

wie sich die Organisationen mit professionellem Fundraising-Management von denen unterscheiden, die Fundraising als Kür betrachten. Stark geändert hat sich jedoch das Umfeld. Wir merken heute noch viel deutlicher als vor zehn Jahren, dass die Rahmenbedingungen geprägt sind von Volatilität und Unsicherheit, die ganze Gesellschaft ist im Dauermodus der Krise, Globalisierung spüren alle. Neue Organisationsformen, Planungsverfahren und Modelle zur Strategieentwicklung sind hinzugekommen, bei denen zwar nicht Aktionismus, aber doch so etwas wie Schnelligkeit, Agilität, Aushalten von Komplexität geradezu notwendig ist.

Daher wird öfter mit Prototypen wie trial and error gearbeitet, was auch nötig ist, denn alles ist noch viel weniger planbar. Vor zehn Jahren gab es keine Smartphones und Social Media spielte keine Rolle, niemand sprach von Social-Start-ups oder der Bedeutung von Wirkung. Nachhaltigkeit ist weiterhin ein großes Fragezeichen, auch im Fundraising. Kritisch würde ich es heute sehen, wenn eine Organisation sich der Komplexität nicht bewusst ist und auf die aktuellen Anforderungen nicht mit tiefgreifenden Änderungen reagiert.

? Welche positiven Entwicklungen sehen Sie?

In vielen Organisationen reift die Erkenntnis, dass sie in Fundraising investieren müssen. Da haben etliche Kolleginnen und Kollegen aus dem Fundraising gute Arbeit geleistet, auch wenn sie immer noch dicke Bretter bohren müssen. Sie wissen um die zeitliche und absolute Begrenztheit ihrer Annahmen, haben aber praktikable Kennzahlen und Handwerkszeug entwickelt.

Viele Kollegen haben die Bedeutung von Coaching erkannt, beschäftigen sich mit Führungsfragen und Organisationsentwicklung. Themen wie Transparenz und Wirkung haben eine große Bedeutung erlangt. Die Digitalisierung wird als entscheidendes Zukunftsthema anerkannt. Wir entwickeln tragfähige Modelle einer Zusammenarbeit über Sektorgrenzen hinweg, Stichwort Firmenkooperationen, und sind durchlässiger für Ideen aus Start-ups. Die Bedeutung der Vermögenden für die Lösung von Zukunftsfragen rückt ins Blickfeld und somit eine tendenzielle Erweiterung des Fundraisings, in dem nicht nur Dialogmarketing seine Bedeutung hat, sondern auch und vor allem der Austausch mit Eliten über Nachhaltigkeitsthemen. Viele Organisationen haben stabile Beziehungen zu Menschen, die über Vermögen und Einfluss verfügen und sich engagieren. Bürgerschaftliches Engagement in jeder Form, nicht nur als Geldspende, wird im Fundraising heute positiv aufgenommen.

? Was würden Sie am heutigen Fundraising am schnellsten ändern wollen?

Mehr zu wissen über die tatsächlichen Motive von Spenderinnen und Spendern, stärker in den nicht-marketinggetriebenen Austausch mit ihnen kommen, um gemeinsam die Probleme wirkungsvoll anzugehen.

? Erbschaftsfundraising war auch 2006 ein Thema. Wie populär ist es denn heute, einer gemeinnützigen Organisation etwas zu vererben?

Wir müssen die nun erst wirklich ins Rollen kommende Erbschaftswelle richtig … ▶

Initiative Transparente Zivilgesellschaft

Mit 700 teilnehmenden Organisationen ist die Initiative Transparente Zivilgesellschaft (ITZ) die größte Transparenzinitiative in Deutschland. Sie wurde 2010 von Transparency International Deutschland e.V. ins Leben gerufen. Teilnehmen kann jede Organisation, unabhängig von Rechtsform, Größe oder Tätigkeitsbereich, die sich verpflichtet, zehn Angaben zur Organisation auf der eigenen Website zu veröffentlichen. Wer das tut und von der ITZ geprüft wurde, kann das Logo der Transparenzinitiative auf seine Website einbinden.

Zehn Angaben, um Transparenz zu zeigen:

- Name, Sitz, Anschrift, Gründungsjahr
- Vollständige Satzung sowie Angaben zu den Organisationszielen
- Angaben zur Steuerbegünstigung
- Name und Funktion wesentlicher Entscheidungsträger
- Tätigkeitsbericht
- Personalstruktur
- Angaben zur Mittelherkunft
- Angaben zur Mittelverwendung
- Gesellschaftsrechtliche Verbundenheit mit Dritten
- Namen von juristischen Personen, deren jährliche Zahlungen mehr als zehn Prozent des Gesamtbudgets ausmachen

Weiter Informationen unter: *www.transparente-zivilgesellschaft.de*

... einordnen. Viele Erbende brauchen ihr Geld selbst, ein großer Teil der Bevölkerung erbt gar nichts und ein kleiner Teil erbt sehr große Vermögenswerte, an denen oft auch unternehmerische Verantwortung hängt. Das ist den Erblassern klar. Es wird weiterhin und auch intensiver Erbschaftsfundraising geben müssen, allein schon weil der Kommunikationsaufwand steigt. Und in zehn Jahren, wenn die höchste Welle abflaut, schauen wir mal.

? Damals traten Sie gerade als stellvertretender Vorstand des Fundraising Verbands zurück. Sie organisieren aber immer noch die Treffen der Regionalgruppe in Berlin. Was bringt dieser Austausch den Beteiligten?

Der Fundraising-Treff Berlin ist immer gut besucht. Das hängt mit unserem sehr guten kollegialen Verhältnis untereinander zusammen. So gelingt es uns, wichtige Themen aufzugreifen und hervorragende Vortragende zu gewinnen. Die Teilnehmenden profitieren sowohl vom fachlichen Input als auch vom Netzwerk. Und der Verband profitiert vom guten Image der Veranstaltung, und die in Berlin ansässigen Vorstandsmitglieder nutzen die Gelegenheit für Werbung für den Verband.

? Wie sehen Sie die Arbeit des Deutschen Fundraising Verbandes heute?

Ich freue mich sehr über den aktuellen Vorstand, der es geschafft hat, zusammen mit dem Geschäftsführer mit ruhiger Hand sehr viele Baustellen der Vergangenheit zu schließen. Vor allem die Transparenz, die Einbeziehung vieler Mitglieder auf faire Weise und die gemeinsame Bearbeitung von Verbandsthemen ist prima. Ich persönlich bin bewusst immer noch aktives Mitglied und werbe gern für den Verband.

MENSCHEN

„Fundraising-Aufgabe ist es, Beziehungen zu Menschen zu pflegen“

Dr. Friedrich Haunert ist bekannt als Referent und Autor zu verschiedenen Fundraising-Themen. Kürzlich trat er überraschend von seinem Amt als stellvertretender Vorsitzender des Deutschen Fundraising Verbandes zurück. Für FUNDRAISER sprach Matthias Daberstiel mit dem Fundraising-Profi.

? Dr. Haunert, Sie sind durch Ihre Referententätigkeit und Ihre Publikationen ein bekanntes Gesicht für viele angehende Fundraiser. Was viele aber nicht wissen ist, wie Sie eigentlich zum Fundraising gekommen sind?

? Als Leiter der Arbeitsstelle Fundraising im Paritätischen Wohlfahrtsverband Berlin kommen Sie auch ständig mit Organisationen aus den neuen Bundesländern und Berlin in Kontakt und in den fachlichen Austausch. Haben Sie den Eindruck, dass in Deutschland mittlerweile systematisch um Spenden gebeten wird oder überwiegt doch der Aktionismus?

? Mit Ihrem überraschenden Rücktritt als stellvertretender Vorsitzender des Deutschen Fundraising Verbandes haben Sie für ein kleines Erdbeben in der „Fundraising-Szene“ gesorgt. Am 8. Oktober 2006 wird ein neuer Verbandsvorstand gewählt. Was für Veränderungen wünschen Sie sich?

? Noch eine kurze Frage zum Schluss: Für welches Thema würden Sie sich

Das erste Interview ...

... mit Dr. Friedrich Haunert im Fundraiser-Magazin finden Sie in der ersten Ausgabe vom Herbst 2006 in unserem kostenfreien Online-Archiv: *www.fundraiser-magazin.de*

? Aus Ihrem Versprechen, sich für die Entwicklung der Zivilgesellschaft zu interessieren und zu engagieren, ist ihre ehrenamtliche Tätigkeit für Transparency International und die Initiative Transparente Zivilgesellschaft (ITZ) geworden. Was steckt dahinter?

Die ITZ bietet eine sehr einfache, kostenfreie Möglichkeit für gemeinnützige Organisationen, zehn Basisinformationen über ihre Arbeit mit einem Klick auf der eigenen Webseite zur Verfügung zu stellen. Wir sind nunmehr die größte Transparenzinitiative Deutschlands und freuen uns über starke Partner und ideelle Träger, wie zum Beispiel den Fundraising Verband, der eine Unterzeichnung dieser freiwilligen Selbstverpflichtung empfiehlt.

? Wie mündig sind denn die Spender heute? Fragen Sie diese Transparenz überhaupt nach?

Es gibt nicht den Spender oder die Spenderin. Die Möglichkeiten sich zu informieren sind heute äußerst vielfältig und die transparente Berichterstattung, auch über die Wirkung, ist auf gutem Weg. Das nutzen die Menschen aber auf unterschiedliche Weise, über die wir leider noch sehr wenig wissen. Ich glaube, es ist für Spender wichtig, Vertrauen haben zu können und im Zweifel gute Antworten zu bekommen. Da wird seltener direkt nach Transparenz gefragt. Ein Logo wie das der ITZ gibt genau dieses Gefühl von Vertrauen. Bei Skandalen steigt dann regelmäßig die Bedeutung von Transparenz, übrigens auch von Steuerung und Kontrolle. Insofern ist Governance ein wichtiges Zukunftsthema.

? Bei welcher Initiative hätten Sie heute Lust, sofort mitzumachen und warum?

Die rechte Gewalt, die von Demagogen geschürt wird, die Parolen und verbalen Attacken, die auf Demos und in sozialen Medien verbreitet werden – das macht mich wütend. Ich finde Initiativen, die sich dem in den Weg stellen, ungeheuer wichtig, weil sie Grundfragen der Zivilgesellschaft und Menschlichkeit auf der Agenda haben. Initiativen, die Nazis und Rechtspopulisten eine klare Haltung und Aktion entgegensetzen, brauchen alle Unterstützung.

FUNDRAISING SYMPOSIUM 2016

Fachwissen, Vertiefung und Impulse zum Thema

Nachlass-Fundraising

Erfahrungsaustausch zwischen Fundraising-Profis aus ganz Deutschland

18. und 19. Februar 2016

Goethe-Universität

Frankfurt am Main

Informationen und Anmeldung

www.fundraising-symposium.de

Eine Veranstaltung des

Fundraiser magazin

in zusammenarbeit mit

Nachlass-Fundraising

Erfolgsorientierte Verkündigung

Fundraising für Kirche ist mehr als die Vermehrung materieller Ressourcen

Kuppel-Fresko von Michael Rottmayr in der Karlskirche Wien: Fürbitte des Karl Borromäus

Wir kommen aus Zeiten der satten Selbstgenügsamkeit. Durch die komfortable, kirchensteuerfinanzierte Alimentierung brauchte sich die verfasste Kirche nicht um das erfolgreiche Einwerben von Unterstützung kümmern – das Geld war ja da. Und genau aus diesem Grund ist auch die Verpflichtung an vielen Stellen verloren gegangen, sich um alle Menschen zu bemühen, die zwar irgendwie nahe bei der Kirche, aber nicht die Gottesdienstgemeinde sind.

Von SUSANNE REUTER und KLAUS HEIL

Deshalb ist unserer Ansicht nach Fundraising vor allem eine Haltung, die erfolgsorientierte Handlungen erzeugt und eine neue Form von Bindungskultur aufbaut. Und die braucht es in der Kirche dringend. Dass dadurch auch materielle Unterstützung generiert wird, ist eine fast zwingende Folge zweiter Ordnung.

FUNDRAISING ALS HANDWERK

Auf vielen Ebenen der verfassten Kirche – nicht selten hinter den Kulissen – werden Ziele, Wege und Mittel erfolgreichen Fundraisings kontrovers diskutiert. Hier und dort setzt sich jedoch allmählich die Erkenntnis durch, dass Fundraising eben mehr ist als das reine Handwerk, wie es einschlägig gelehrt wird. Richtig angegangen und wirklich gewollt, lassen sich gerade im kirchlichen Kontext die verschiedenen Wirkungsebenen von Fundraising zur Entfaltung bringen. Inzwischen findet diese Erkenntnis ihren Niederschlag auch in der fachlichen Auseinandersetzung wie zum Beispiel in Abschlussarbeiten der Fundraising Akademie zu Fragen der Fundraising-Implementierung in kirchlichen Organisationen. In unserem Beitrag wollen wir vier dieser Ebenen mit Beispielen aus der Praxis kirchlichen Fundraisings veranschaulichen.

Die Notwendigkeit, das Handwerk zu beherrschen, ist unbestritten. Gemeint ist die bekannte operative Ebene mit ihren Strategien, Instrumenten und Maßnahmen. Aber was macht den Unterschied aus, dieses Handwerk aus einer erweiterten Perspektive zu betrachten?

Was für gestandene Fundraiser selbstverständlich erscheint, ist für viele Beteiligte – ganz gleich ob ehrenamtlich oder hauptamtlich – im kernkirchlichen Kontext neu, ungewohnt und meist mit Befürchtungen und Vorurteilen behaftet. So zum Beispiel das Mailing als das Brot-und-Butter-Geschäft des Fundraisings und wichtigstes Instrument.

Die Erfahrenen kennen den zentralen Wirkungsmechanismus: die persönliche Ansprache, eine gefühlte 1:1-Kommunikation. Aber das ist längst nicht gang und gäbe in der Kirche. Ab und an gibt es Kirchgeldbriefe oder Spendenaufrufe im Gemeindebrief, doch die Regel ist das noch lange nicht. Dabei ist es gerade interessant, mit dieser direkten und personalisierten Kommunikation die vielen Nicht-Kirchgänger zu erreichen. Mit einem auflagenstarken Mailing wirft man einen großen Stein in unbekanntes Gewässer, das ist sicher. Doch wer sich einmal bewusst auf die Reaktionen einlässt, kann erleben, dass das sogar Freude macht – auf beiden Seiten.

FUNDRAISING IST EINE PASTORALE AUFGABE

„Kirchliches Fundraising ist für mich – wie Glaube überhaupt – zuallererst ein gegenseitiges Beziehungsgeschehen“, sagt Pastor Michael Wilhelm aus der katholischen Pfarrei St. Marien im saarländischen Neunkirchen. Er hat mitgeholfen, für das Projekt Momentum Spendenbriefe auszutragen – von Tür zu Tür: „Es hat meinen Horizont erweitert (Menschen begegnen, Adressbestände analysieren, Mailings testen und auswerten, Anm. der Autoren) und mir Menschen in den Blick gebracht, die wir sonst so leicht übersehen, weil sie nicht zur Kerngemeinde gehören. Umgekehrt ist es eine gute Möglichkeit, unsere Pfarrei insgesamt in den Blick und ins Gespräch zu bringen.“ ▶

Immer im Einsatz für die Seeleute aller Nationen: „Wie kann die Seemannsmission ‚Stella Maris' besser nach außen dargestellt werden, damit das Spendenaufkommen größer wird?", fragt sich Ute Große-Harmann, Leiterin der katholischen Seemannsmission in Hamburg.

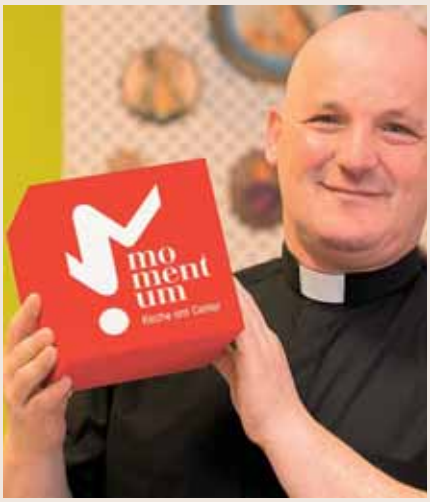
▶ Ein Pfarrer, der sich mit dem Fahrrad auf den Weg zu Spendern macht, um ihnen Dankeschön zu sagen. Weil er sie noch nicht persönlich kennt, denn sie gehören nicht zu seiner Kerngemeinde. Er hat sie weder im Gottesdienst gesehen, noch nutzen sie sonstige Angebote seiner Pfarrei und ihrer Einrichtungen. „Ich hatte den Vorteil, dass das Thema, das ich im Gepäck hatte, positiv besetzt war – sowohl unsere Geschichte, die wir mit unserer Spendenbitte verbunden hatten (Sanierung der Kirche, Anm. der Autoren) als auch der Anlass meines Besuches." Pfarrer Christoph Giering von der Pfarrei St. Ansgar in Hamburg-Niendorf schaut gerne auf diese Aktion zurück, denn „das hat es mir leicht gemacht, fremde Menschen aufzusuchen. Ich war neugierig darauf. Interessanterweise traf ich darunter auf Menschen, die sich wohl früher einmal dieser Pfarrei zugehörig fühlten, aber aus irgendwelchen Gründen keine Berührung mehr hatten."

Diese Begegnungen im 1:1-Kontakt schätzt Pfarrer Giering, weil sie durchweg angenehm sind. Und er hat Anlass sowie Auswertung der Spendenaktion aktiv genutzt. Denn als Theologe ist ihm noch wichtiger, was dahinter liegt und viel stärker ausgebaut werden sollte: „Das Ganze ist doch eine wunderbare pastorale Chance, denn das Geschichtenerzählen passt zu unserem Glauben, zu unserer Botschaft: Wir wollen ja von der Beziehung der Menschen zueinander und zu Gott erzählen. Wir wollen miteinander ins Gespräch kommen."

FUNDRAISING LEISTET EINEN WICHTIGEN BEITRAG ZUR MITGLIEDERBINDUNG

Wer braucht eigentlich noch den Kirchturm? Das muss sich fragen lassen, wer mit Fundraising seine Kirche erhalten will. Weil in der Regel jeden Sonntag sichtbar wird, woran es Kirche heutzutage am meisten fehlt: an Menschen, die kommen. Oft ist es ein kleiner Kreis meist langjähriger Mitglieder der Kerngemeinde, die ihre lieb gewordene Gebetsstätte nicht verlieren wollen, mit der sie manche persönliche Erinnerung verbinden wie Taufe, Konfirmation oder Trauung.

„Eine Kirche zu erweitern und zu sanieren in Zeiten, in denen Kirchenschließungen fast zur Alltäglichkeit geraten, mag ungewöhnlich sein. Es ist aber auch ein Zeichen des Mutes zum Erhalt eines geistig-geistlichen Mittelpunktes, ein Bewahren von Heimat für viele Menschen und ein Vertrauenszeichen in die Zukunft kirchlichen Lebens", erzählt Rudolf Zahn, Vorsitzender des Vereins zur Förderung von katholischen Gemeinden im Süden des Kreises Stormarn. „Wir haben erfahren, dass sich viele Gemeindemitglieder in Glinde und darüber hinaus durch unsere Botschaft und die Bitte um Unterstützung wahr- und mitgenommen fühlen – und zwar als aktiv Mitgestaltende von Gemeinde. Das erzeugt ganz wahrnehmbar Bindung und ermöglicht (Wieder)Annäherung an Kirche im Allgemeinen und an das eigene unmittelbare kirchengemeindliche Umfeld im Besonderen. Wenn dieses ‚gegen den Strom Schwimmen' dann von der evangelischen Nachbargemeinde in idealer Weise ökumenisch-brüderlich begleitet und aktiv unterstützt wird, dann, so denke ich, sind wir Christen auf einem guten Weg."



„Kirchliches Fundraising ist zuallererst ein gegenseitiges Beziehungsgeschehen", sagt Pastor Michael Wilhelm, St. Marien, Neunkirchen.

Die Fundraising-AG in Glinde hat sich viel einfallen lassen, mit dieser scheinbar paradoxen Idee einer Kirchenerweiterung Menschen zu begeistern, zu beteiligen und zu binden. Am Anfang begann alles mit einem Stand bei einem Stadtfest – heute werden Spenderdank-Feste in der (zum Teil) fertiggestellten Kirche gefeiert. Sie sind schon selbst ein kleines Stadtteil-Fest.

Der Mut, ernst gemeinte Einladungen zur Mitgestaltung auszusprechen, wurde belohnt: 150 Gäste erschienen jüngst beim Baustellenfest.

FUNDRAISING LÖST GEMEINDE- UND ORGANISATIONS-ENTWICKLUNG AUS

Aufbau und Implementierung von Fundraising betreffen stets auch die Struktur- und Organisationsebene einer Pfarrei oder kirchlichen Einrichtung. Die Herausforderungen richten sich vor allem an die Leitungsebenen. Ein Rahmen ist zu schaffen, Ermöglichung und Befähigung sind herzustellen. Sonst kann Fundraising nicht nachhaltig sein.

Was das konkret bedeuten kann, schildert Jan Geldern, Referatsleiter Diakonische Pastoral in der Pastoralen Dienststelle im Erzbistum Hamburg, in der Rückschau so: „Der Begriff ‚Fundraising' war mir nicht fremd. Im Großen und Ganzen verband ich damit Maßnahmen, in denen es darum geht, zusätzliche Gelder über Spenden einzuwerben. Deshalb war zunächst unsere Leitfrage: Wie kann die Seemannsmission ‚Stella Maris' besser nach außen dargestellt werden, damit das Spendenaufkommen größer wird? – Diese Sichtweise wandelte sich radikal, als wir begannen, für die Seemannsmission ein Fundraisingkonzept zu entwickeln. Der ‚Verkäuferblick' wurde zu einem Blick nach innen: Wo stehen wir augenblicklich mit Stella Maris, wie wollen wir in fünf Jahren aufgestellt sein, auf

„Kirchliches Fundraising ist eine wunderbare pastorale Chance!", meint Pfarrer Christoph Giering, St. Ansgar, Hamburg-Niendorf.

welche Ressourcen können wir dazu jetzt schon zurückgreifen und was brauchen wir zusätzlich, um unsere Ziele zu erreichen?"

Zentral ist hier der Perspektivwechsel weg von Defiziten („Wir bräuchten dringend!") hin zu einer unternehmerischen Betrachtung („Wer will uns?", „Wer braucht uns?", „Wer bei uns intern will das, was wir uns vorgenommen haben?"). Die gängige Unklarheit im Umgang mit Zahlen und Finanzen lässt mögliche Zukunftsperspektiven im Ungefähren und schürten die Angst vor der existenziellen Bedrohung. Mutige Positionierungen und klare Entscheidungen zu Basisfinanzierung oder Grundausstattung hingegen setzen doppelt Energie frei. Sie erzeugen einerseits die Verlässlichkeit einer Sicherung auf dem vereinbarten Niveau. Das macht andererseits die Beteiligten frei für Fundraising. Fundraising wird niemals eine Organisation, eine Pfarrei, eine Einrichtung vor dem Untergang retten, aber es kann dringend notwendige, finanzielle Spielräume öffnen.

Jan Geldern beschreibt das heute so: „Die für mich vielleicht überraschendste Erkenntnis ist, dass Fundraising als Organisationsentwicklung gerade nicht weg, sondern gleichsam in die Mitte des Evangeliums führt zu dem, was uns als Kirche ausmacht und wie wir daran An-Teil geben können. In diesem Kontext hat Fundraising die Funktion, auf unterschiedlichste Weise ‚Teil-Habe' zu ermöglichen beziehungsweise zu erleichtern – intern wie extern."

***Susanne Reuter** ist evangelisch und geschäftsführende Gesellschafterin der Zentrum für Systemisches Fundraising GmbH in Aachen. Seit 2005 verbindet sie systemische Organisationsberatung mit Fundraising und führte die Methode Systemisches Fundraising in die Fundraisinglandschaft ein. **Klaus Heil** ist katholisch und Leiter des Fundraisingbüros der Diözese Hildesheim sowie kommissarischer Leiter des Fachreferates Fundraising im Erzbistum Hamburg. Das Fundraisingbüro ist zentraler Kooperationspartner des Zentrums für Systemisches Fundraising.*

- *www.systemisches-fundraising.de*
- *www.fundraisingbuero.de*

Swoppe Sachspenden zu Geldspenden! Neue Geldquellen, neue Spendergruppen – schnell, effektiv, modern!

SWOP TEAM

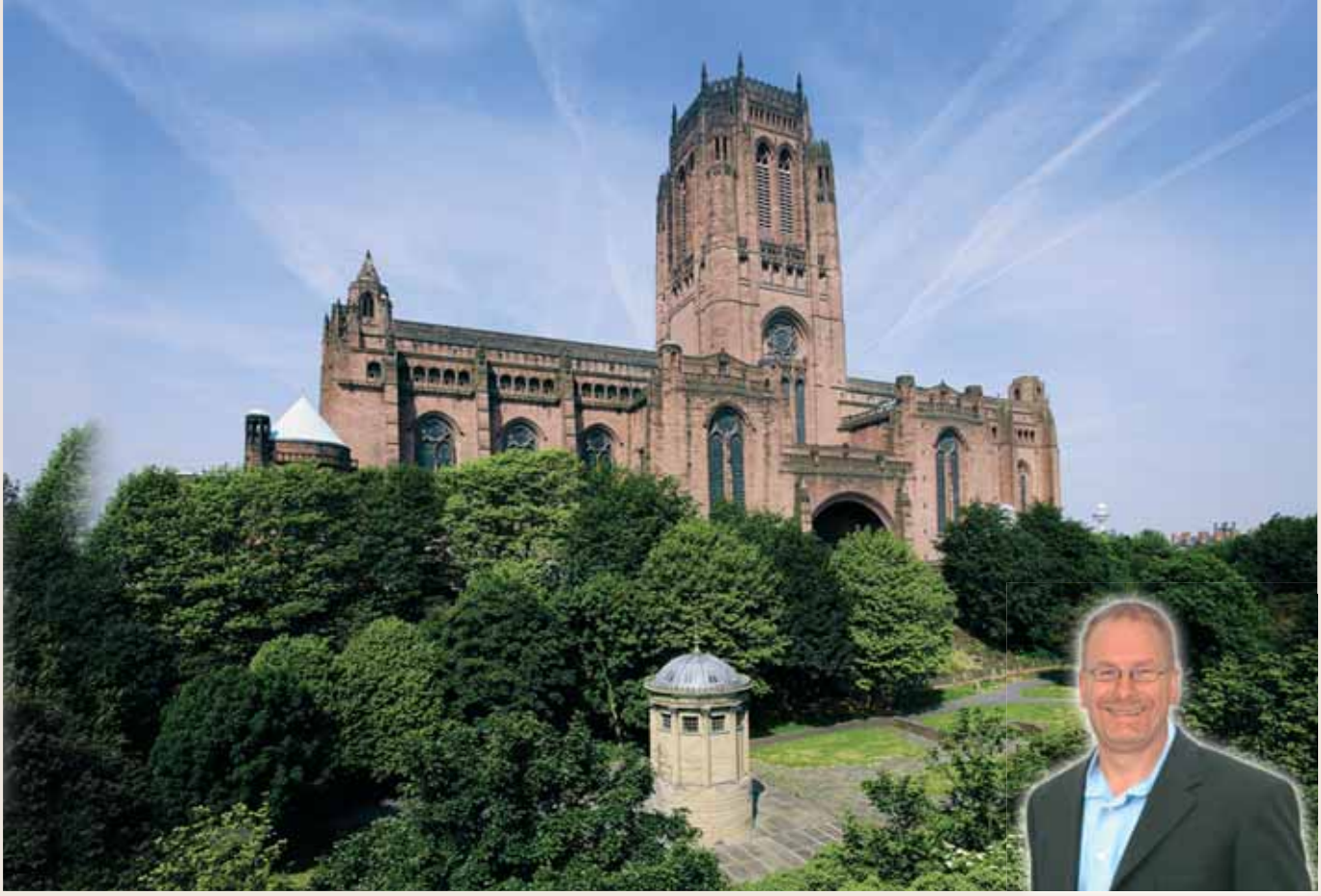
SWOP-Team, der digitale Flohmarkt, auf dem man nicht bezahlt, sondern Geld spendet.

Mit der neuesten Art des Fundraising nutzen Ihre Spender einen digitalen Flohmarkt, auf dem sie für Gegenstände nicht bezahlen, sondern Geld spenden.

Diese Geldspenden gehen an Sie! Nutzen Sie SWOP-Team für Ihr Fundraising!

Hier geht's in einer Minute zum eigenen Account!
www.swop-team.de

Weihnachtsangebot (gültig bis 31.01.2016):
Drei Monate keine Grundgebühr!



Glaube und Geld müssen zusammenfinden

Steve Pierce von der Diözese Liverpool predigt auch über Geld

Die Cathedral Church of Christ in Liverpool taucht vom St. James Mount aus die Umgebung in Glockengeläut. Für Steve Pierce, Director of Learning and Stewardship der anglikanischen Diözese Liverpool, ist es die fromme Pflicht der Kirche, diese Außenwirkung in nachhaltiges Fundraising zu verwandeln: „Spenden hat einen sakramentalen Charakter. Es spricht uns aus dem Herzen."

Von PAUL STADELHOFER

Pierce wurde in Liverpool geboren, er ist hier aufgewachsen, und er wurde vor rund 30 Jahren hier ordiniert. Das Büro des Pfarrers ist im St. James House und direkt auf dem Gelände der neogotischen Kathedrale. Das monumentale Geläut der Glocken erfüllt jeden Winkel des modernen Baus sowie der rot-braunen Backsteinhäuser, die um den 100 Meter hohen Turm verstreut sind.

Auch wer nicht sonntags in die Kirche geht, hat eine Beziehung zu dem kolossalen Bauwerk. „Viele Kirchen sind unglaublich schön. Sie sind von historischer oder von architektonischer Bedeutung. Selbst jene Menschen, die nur wegen einer Taufe oder einer Beerdigung in die Kirche gehen, freuen sich über den Bau und wollen ihn in ihrer Stadt haben", erklärt Pierce.

KIRCHE GEHÖRT ZUR REGION

Die Kirche ist Teil der lokalen Kultur und hat große Bedeutung für ihr Umfeld: „Viele realisieren aber gar nicht, dass sie die Kirche auch unterstützen können, ohne eine persönliche Beziehung aufzubauen. Die Kirche und der Klerus müssen also kreative Wege dafür schaffen, dass sie die Menschen aus ihrem Umfeld unterstützen."

Für Pierce gehört das zum Glauben: „Der Klerus kann es nicht meiden, über Geld zu predigen. Es ist ein fundamentaler Aspekt unseres Lebens und ein Aspekt der materiellen Welt, den wir nicht in unserer christlichen Anhängerschaft überspringen können."

Nachdem Pierce vor einigen Jahren bereits als Ko-Autor über Budgets, Schulden und den Glauben geschrieben hat, widmet sich sein aktuelles Buch dem Verhältnis von Kirche und Geld: „Beyond The Collection Plate – Developing Church Income from Different Sources". Auch hier plädiert er für professionelles Fundraising. Einerseits, damit Außenstehende spenden können, andererseits aber auch dafür, dass Christen ihren Glauben im Zeitalter des Konsums mit ihrem Handeln in Einklang bringen können. „Meine Beziehung zu Gott spiegelt sich in der Großzügigkeit wider, mit der ich gebe", sagt er. Warum der Klingelbeutel dafür nicht ausreicht? „Großzügig und freiwillig zu geben ist ein wichtiger Teil des christlichen Glaubens. Die Frage, was ich wann gebe, ist also wirklich wichtig. Wenn ich nur das lose Wechselgeld aus meiner Hosentasche gebe,

dann ist die Gabe nicht von oberster Priorität für mich, sondern sie steht hinter allem anderen, was mir wichtig ist. Paulus schreibt im 1. Korintherbrief (16:2): ‚Jeder soll immer am ersten Tag der Woche etwas zurücklegen und so zusammensparen, was er kann. Dann sind keine Sammlungen mehr nötig, wenn ich komme.' Mit anderen Worten: Das kann nicht etwas sein, was hinten ansteht. Das muss für uns genauso wichtig sein wie alle anderen Entscheidungen."

WIE DAS SMARTPHONE IN DIE KIRCHE KOMMT

Wer wahrhaft glaubt, sollte eine Chance haben, seinen Glauben und sein Leben zu synchronisieren. Was das bedeutet? Pierce arbeitet zwar als Angestellter der Diözese auf dem St. James Mount, hat seine Heimatgemeinde aber außerhalb des Zentrums von Liverpool, wo er lebt. Wenn er sonntags in der Kathedrale ist, spendet der Pfarrer elektronisch für seine Heimatgemeinde. „Wir leben in einer ‚Mobile-Culture' und machen immer mehr mit unseren Smartphones. Die Kirche muss sich darauf einstellen und uns auch mit unserem heutigen Leben akzeptieren." Einige Kirchen haben in Großbritannien die Möglichkeit zur SMS-Spende eingerichtet oder bieten Lastschrift- sowie Online-Spenden an. Damit ermöglichen sie es ihren Unterstützern in jenem Kontext zu geben, in dem sie auch ihren Alltag bestreiten. Außerdem müssen ihre Unterstützer nicht bei jeder Spende die emotionalen Zweifel des Spendenprozesses durchlaufen: Ist meine Spende hier gut aufgehoben und ist der Betrag gerechtfertigt?

Warum der Glaube eine Rolle spielt, wenn es um das Fundraising von Kirchen geht? „Weil nichts passiert, wenn die Kirche den Dienst für die Haushälterschaft nicht ernst nimmt. Das kann sehr praktisch sein, ist zugleich aber auch sehr biblisch. Nur eine Spendenmöglichkeit zu schaffen, macht keinen großen Unterschied. Man muss auch die Zuversicht haben, zu bitten und Großzügigkeit zu stärken", sagt Pierce.

AUCH IN DER BIBEL GEHT'S UM BARES

Sogar die Bedeutung eines guten Budgetplans findet er als praktische Weisheit in der Bibel: „Wenn einer von euch einen Turm bauen will, setzt er sich dann nicht zuerst hin und rechnet, ob seine Mittel für das ganze Vorhaben ausreichen? Sonst könnte es geschehen, dass er das Fundament gelegt hat, dann aber den Bau nicht fertigstellen kann. Und alle, die es sehen, würden ihn verspotten und sagen: Der da hat einen Bau begonnen und konnte ihn nicht zu Ende führen." (Lukas 14:28–30)

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

Stein gewordener Glaube

Ein Spendenprojekt der USA wollte in Deutschland neue Kirchen bauen

Es sollte nicht nur eine Form der Wiedergutmachung sein. Der Plansah vor, nach dem Zweiten Weltkrieg entlang der innerdeutschen Grenze auf dem Gebiet der Bundesrepublik insgesamt 49 hölzerne Kirchen zu errichten, die ein Bollwerk gegen die Bedrohungen des Kommunismus darstellen sollten. Das Geld floss. Errichtet wurden aber Kirchen aus Stein.

Von RICO STEHFEST

Seinen Anfang nahm alles Anfang der 1950er Jahre mit dem deutschen Diplomaten und ehemaligen Marineoffizier Baron Henning von Royk-Lewinski. Er war im Lauf des Kriegs selbst Zeuge der Zerstörung nicht nur von kirchlichen Gebäuden gewesen. Das Praktizieren religiösen Glaubens als Anker im Alltag erschien ihm so unabdingbar wie dessen Bindung an einen Kirchenraum. Gleichzeitig hatte der Eiserne Vorhang bereits deutlich Gestalt angenommen und die kommunistische Bedrohung durch den Kommunismus galt als real. Um dem die Stärke des Glaubens entgegenzusetzen, entwickelte von Royk-Lewinski einen ambitionierten Plan, für den er unter anderem den Unternehmer Richard A. Kinzer aus Burlington in Wisconsin als Mitstreiter gewinnen konnte. Kinzer wurde Präsident der „Wooden Church Crusade Inc.“, der Organisation, die 1 Million US-Dollar für 49 hölzerne Kirchen sammeln wollte, die in Deutschland errichtet werden sollten. Die damals 48 US-Bundesstaaten sollten je eine Kirche mit rund 25 000 US-Dollar (teil) finanzieren; eine weitere Kirche sollte symbolisch für die Hauptstadt der USA stehen. Aus Holz sollten die Kirchen deshalb sein, weil dieses Baumaterial als preiswert galt. Errichtet wurde jedoch kein einziges hölzernes Gebäude, da bald klar wurde, dass massive Kirchen aus Stein im Bau günstiger waren. Somit lag von Royk-Lewinskis Äußerung, der Bau von 25 Holzkirchen koste weniger als ein Kampfflieger, wohl noch aus Zeiten vor dieser Erkenntnis.

Auch ließ sich der Plan, die Kirchen entlang der innerdeutschen Grenze zu errichten, nicht umsetzen, was schlichtweg

an den praktischen Gegebenheiten lag. Gemeinden, deren Gotteshaus im Krieg zerstört worden war und die an der Finanzierung teilhaben wollten, konnten sich darum bewerben, mussten allerdings im Besitz des entsprechenden Grundstücks sein. Und der Wunsch nach dem Neubau einer Kirche bestand eben nicht nur im Grenzgebiet.

SAMMLUNG PER ZEITUNG ANGEKÜNDIGT

So richtig in Schwung kam der Spendenfluss allerdings erst durch die Verbreitung der Aktion über amerikanische Radiostationen. Dabei konnten die Spender von Anfang an selbst bestimmen, ob ihre Zuwendung für einen protestantischen, katholischen oder einen jüdischen Bau verwendet werden sollte. Neben Empfehlungsmarketing oder dem ersten internationalen Debütantinnenball zur Sammlung von Spenden war aber natürlich auch der Spendenbrief ein probates Mittel. So schrieb die Zeitung „The Miami News“ am 16. Mai 1954, dass am darauf folgenden Tag 7 000 Firmen und Personen in Florida einen Brief mit der Bitte um eine Spende erhalten würden.

„KAMPF UM DIE SEELE DES MENSCHEN“

„The Billings County Pioneer“ berichtete bereits Anfang Juni 1954, zwei protestantische und zwei katholische Kirchen befänden sich mittlerweile im Bau; bis Anfang Februar waren bereits fast 400 000 US-Dollar von mehr als 35 000 Spendern zusammengekommen. Die Ausgabe zitierte auch Tom Kleppe, den Schatzmeister der Organisation: „Dies ist ein greifbarer, praktikabler Ansatz, den Kampf um die Seele des Menschen zu gewinnen, der ausgefochten wird zwischen den bösen Mächten, vertreten durch den kommunistischen Atheismus, und der Würde des Individuums und der Brüderschaft aller Menschen, wie sie durch Gottes Kirchgänger repräsentiert wird.“ Kritische Stimmen gab es allerdings genauso. Im Allgemeinen wurde moniert, dass der Eiserne Vorhang ein Instrument der Politik, nicht der Kirche sei und der Kommunismus nicht den Glauben bedrohe.

GROSSER ZUSPRUCH IN DEUTSCHLAND

Dass die Aussicht auf finanzielle Unterstützung auf deutscher Seite breiten Zuspruch fand, zeigt „The Milwaukee Journal“ vom 4. Juni 1960. Dort ist nachzulesen, dass sich Kinzer gezwungen sah, zwei „girls“ anzustellen, um die Post bearbeiten zu können. An einem Tag landeten 1200 Briefe auf seinem Schreibtisch. Gute 700 Anfragen wollten bearbeitet werden.

33 KIRCHEN ERRICHTET

Die Quellenlage zur Entwicklung dieses Großprojektes ist teilweise ungesichert und die Zahlenangaben sind widersprüchlich. Es kann aber davon ausgegangen werden, dass der erste Bau in der Nähe von Berlin bereits 1955 eingeweiht wurde. Bereits 1954 hatte auch die Grundsteinlegung der Heilig-Geist-Kirche in Bayrischzell stattgefunden. 1955 wurde die Friedenskirche in Wildenheid bei Neustadt (kleines Fotos) fertiggestellt. Als 18. Kirche in der Reihe der „Wooden Church Crusade“ wurde 1957 die Heilig-Geist-Kirche auf dem Venusberg in Bonn konsekriert. Die Martin-Luther-Kirche der Evangelischen Johannes-Kirchengemeinde Hürth-Gleuel bei Köln (großes Foto) wurde im März 1957 eingeweiht und ist die vermeintlich 29. Kirche. Nummer 30 entstand wohl in Gmund am Tegernsee.

Als Kinzer 1999 starb, sprach seine Frau Caroline von insgesamt 33 Kirchen, die im Rahmen des Projektes errichtet worden seien. Da es sich teilweise um relativ kleine Bauten gehandelt hat, muss davon ausgegangen werden, dass möglicherweise nicht mehr alle Kirchen existieren. Eine lückenlose Aufreihung aller möglicher 33 erbauter Kirchen liegt bislang nicht vor.

FUNDRAISINGBOX
Online-Software für Non-Profits

Erhöhen Sie Ihr Spendenvolumen

1. Online-Formular erstellen

2. Einfach mit Copy & Paste in Ihre Webseite einbinden

3. Erfolgreich und sicher Spenden sammeln

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.

www.fundraisingbox.com
FundraisingBox – in Augsburg zuhause. Überall einsetzbar.

Spenden für die Kirche

Der Anteil der nichtkonfessionellen Organisationen am Spendenvolumen steigt

Nur noch knapp 30 Prozent des Spendenaufkommens flossen im Jahr 2014 zu den christlichen Kirchen und ihren Hilfswerken. Der Anteil der nicht konfessionellen Organisationen am Spendenvolumen ist dabei in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Wie viel wird aber direkt für die Kirche beziehungsweise die Gemeinde vor Ort gespendet?

Von GERTRUD BOHRER

Nach den Angaben der Spender entfallen etwa vier Prozent der Spenden in Deutschland auf die evangelische Kirche, drei Prozent auf die katholische.

Diese Spenden für die Kirche werden nach der subjektiven Einschätzung der Spender immer noch wesentlich über Kollekten angestoßen. Persönlich adressierte Werbebriefe haben dagegen eine untergeordnete Bedeutung. Während insgesamt 21 Prozent der Spendeneinnahmen über Mailings angestoßen wurden, sind das bei Spenden für die evangelische Kirche 13 Prozent, bei Spenden für die katholische Kirche nur acht Prozent. Auch Medien, Internet oder Empfehlungen durch Freunde und Bekannte spielen bei Spenden für die Kirchen keine große Rolle.

SPENDER FÜR DIE KIRCHEN: SENIOREN UND TREUE GOTTESDIENSTBESUCHER

Senioren haben einen weit überdurchschnittlichen Anteil am Spendenaufkommen in Deutschland. 31 Prozent aller Spender sind über 70 Jahre alt, nur 20 Prozent unter 40 Jahre. Dieses Altersgefälle ist bei Spendern für die Kirchen noch deutlicher ausgeprägt. 42 Prozent der Spender für die evangelische Kirche und 39 Prozent der Spender für die katholische Kirche sind über 70-Jährige.

Nur 19 Prozent aller Deutschen besuchen nach eigenen Angaben regelmäßig oder gelegentlich – das heißt mindestens einmal im Monat – einen Gottesdienst der christlichen Kirchen. Bei Spendern ist der Anteil der Gottesdienstbesucher mit 34 Prozent fast doppelt so hoch.

WENIGER KIRCHENBESUCHER – WENIGER SPENDER

Spender für die Kirchen sind zum überwiegenden Teil Menschen, die auch zumindest gelegentlich Gottesdienste besuchen. Dabei ist die Verbindung zwischen Gottesdienstbesuch und Spende für die Kirche in der katholischen Kirche noch stärker ausgeprägt als in der evangelischen Kirche. Im Umkehrschluss heißt das aber auch, dass eine sinkende Zahl von Kirchenbesuchern quasi „automatisch" auch einen Rückgang des Spendenvolumens nach sich zieht. Umso wichtiger ist es auch für das kirchliche Fundraising, neue Wege zu finden, um eine Beziehung zu den potenziellen Spendern aufzubauen.

CHANCEN UND BARRIEREN FÜR KIRCHLICHES FUNDRAISING

Die Menschen in Deutschland sind am ehesten bereit für regionale Projekte, kleinere Organisationen und große, nicht konfessionelle Organisationen zu spenden. Auch die kirchlichen Hilfswerke stehen noch etwas höher in der Gunst der potenziellen Spender als die Kirchen selbst. Neben der nachlassenden kirchlichen Bindung in der Bevölkerung spielt dafür sicher auch der Verlust an Vertrauen in die Kirche eine Rolle. In punkto Markenvertrauen liegen die Kirchen deutlich hinter den „Top-Werten" von Organisationen wie „Ärzte ohne Grenzen" oder „SOS Kinderdorf".

VERTRAUEN IN DIE KIRCHE BLEIBT UNTER DEM DURCHSCHNITT

Nach den Skandalen im Jahr 2013 ist das Vertrauen in die Kirchen zwar im Jahr 2014 wieder leicht gestiegen – es bleibt aber unter dem Durchschnitt. Die katholische Kirche schneidet in punkto Markenvertrauen noch schlechter ab als die evangelische Kirche. Der Aufbau von Vertrauen ist deshalb für das kirchliche Fundraising eine zentrale Aufgabe: Nur wenn ein Mensch Vertrauen in seine Kirche hat, kann er langfristig als Spender gewonnen werden.

Chancen für das kirchliche Fundraising liegen in der regionalen Nähe. Projekte am Wohnort stehen bei potenziellen Spendern am höchsten im Kurs. Gerade jüngere Menschen setzen auf lokale Spendenprojekte und sind bereit, sich zu engagieren, wenn das Projekt und die Organisation sie überzeugen.

ZUR METHODE

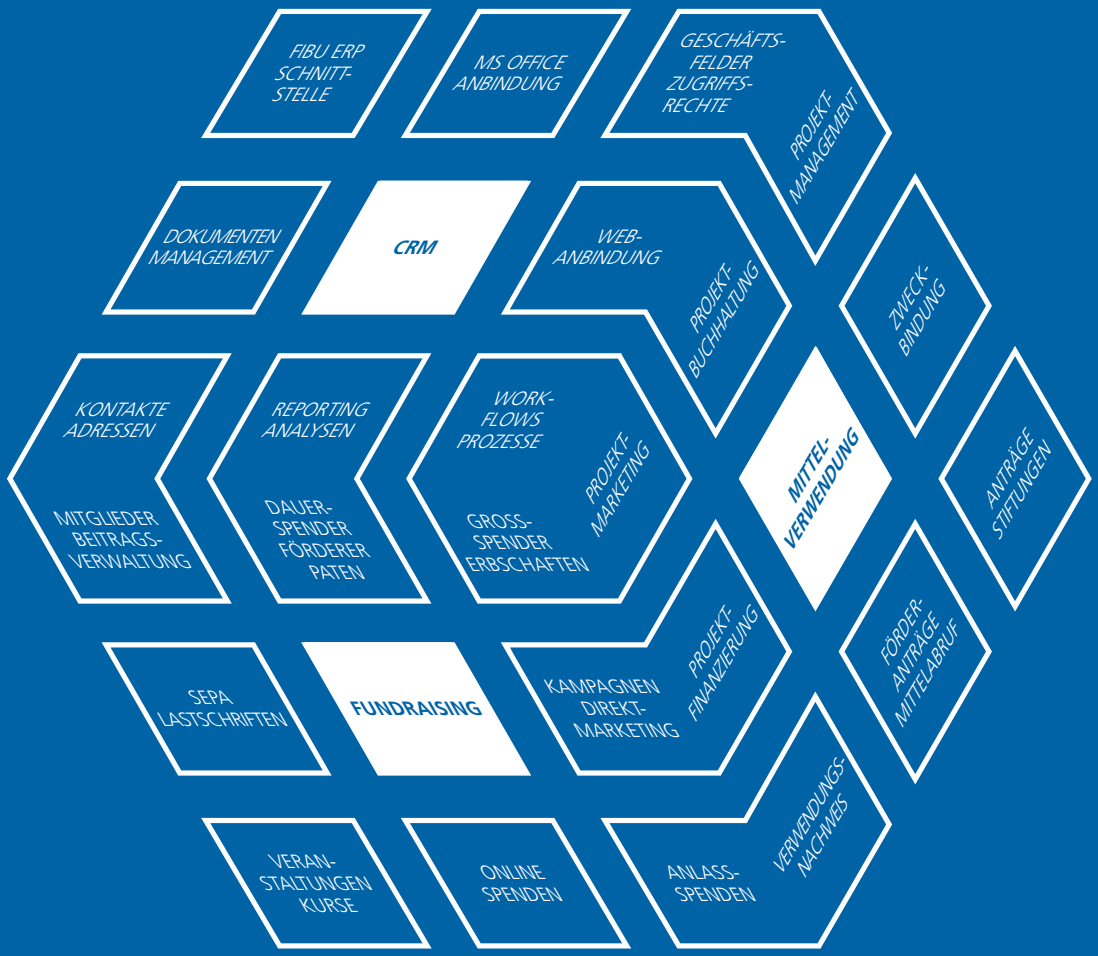
Die GfK betreibt mit GfK CharityScope ein Panel, in dem 10 000 Deutsche ab zehn Jahren (repräsentativ) Monat für Monat Auskunft über ihre Spenden geben. Zusätzlich befragt die GfK einmal jährlich Spender und Nichtspender unter anderem nach ihrem ehrenamtlichen Engagement und ihren Einstellungen zum Spenden.

Diplom-Psychologin Gertrud Bohrer ist seit über 20 Jahren in der Marktforschung für unterschiedliche Branchen und Unternehmen tätig. Im Juli 2011 hat sie als Key Account Managerin die Betreuung und Beratung der Fundraising-Branche bei der GfK übernommen. Seit 2015 ist sie Senior Managerin. Basis der Beratung ist in erster Linie das Instrument GfK CharityScope, das die Entwicklungen im deutschen Spendenmarkt bezogen auf Regionen, Organisationen und Zielgruppen aufzeigt und damit Ansatzpunkte für die strategische Ausrichtung der Fundraising-Aktivitäten liefert.

▶ *www.gfk.com*

DER SCHWEIZER SOFTWARE-MARKTFÜHRER JETZT AUCH IN DEUTSCHLAND!

SextANT NPO unterstützt Sie vom Fundraising bis zur Projektabrechnung.



SextANT.
Für erfolgreiches NPO-Marketing

www.ant-informatik.ch

Referenzen:

AMNESTY INTERNATIONAL
CARITAS
GREENPEACE
MEDECINS SANS FRONTIERES ÄRZTE OHNE GRENZEN
Menschen für Menschen
Karlheinz Böhms Äthiopienhilfe

Geburtstags-Quiz: Raten Sie mit!

50-mal Fundraiser-Magazin – das stand alles irgendwann im Heft …

Das Fundraiser-Magazin hat Geburtstag. Heute halten Sie die 50. Ausgabe in den Händen. Und was gehört zu einer guten Geburtstagsfeier? Ein lustiges Partyspiel! Keine Angst: Konfetti, Papierhütchen und Co. ersparen wir Ihnen. Stattdessen laden wir Sie zu einem kleinen Quiz ein. Um unser Jubiläums-Rätsel zu lösen, könnte das kostenlose Archiv auf *www.fundraiser-magazin.de* nützlich sein. Aber auch ohne Computer, und dafür mit Fantasie, ist das Ganze machbar. Viel Spaß beim Rätseln! Was es zu gewinnen gibt, lesen Sie rechts unten.

1 Das Fundraiser-Magazin Nummer 1 hatte gleich ein spannendes Titelthema, nämlich:

D Bio-Supermärkte
E Genmanipuliertes Saatgut
F Lebensmittel-Banken

2 Im Winter 2007 berichteten wir über den Bau der Hamburger Elbphilharmonie. Die Spendensumme dafür betrug zu dem Zeitpunkt 67 Mio. Euro. Dies würde, so war damals zu lesen, …

A nicht nur die Baukosten decken, sondern über das Stiftungskapital auch den künstlerischen Spielbetrieb unterstützen
B leider nur einen Teil der veranschlagten Bausumme darstellen, über die Finanzierung des Restbetrags herrsche noch Unklarheit
C durch einen Matching Fund eines bekannten Hamburger Bankhauses innerhalb der kommenden zwei Jahre zu verdoppeln sein

3 Im Herbst 2008 füllte Dr. Martin Dodenhoeft unseren beliebten Fragebogen aus. Was würde er (damals) auch gegen den Willen einer Mehrheit durchsetzen wollen?

K die Zulassung von Hauskatzen für den gehobenen Polizeidienst
C die Abschaffung des pseudo-kosmopolitischen Imponier-Englisch aus unserer Alltagssprache
H die Einführung eines kostenlosen DZI-Siegels für regionale NGOs

4 Im Winter 2008 fiel im Interview mit dem Fundraiser-Magazin folgender Satz: „Spender geben aus Eigennutz, also tun Sie etwas für das Image der Organisation!“ Wer hat das gesagt?

J Larry Page
I Kevin Spacey
H Alan Clayton

5 In der Ausgabe 2/2010 berichteten wir über eine außergewöhnliche Mailingaktion mit solchen völlig verschmutzten Briefen. Was glauben Sie, wer war der Absender?

K ein Onlinehändler für Second-Hand-Outdoorbekleidung
L eine Organisation, die sich um Obdachlose kümmert
M der Verband der Pelzverarbeitungsindustrie (PETA hatte die Mailings abgefangen und „in den Staub getreten“)

6 Im Jahr 2010 wurde von den Milliardären Bill Gates und Warren Buffett die philanthropische Kampagne „The Giving Pledge“ gestartet. Auch in Deutschland sollen Unternehmer Verantwortung zeigen. In der Ausgabe 5/2010 sagte unser Interview-Gast: „Wir haben ein massives Gerechtigkeitsdefizit in Deutschland“. Mit wem haben wir gesprochen?

E mit Roland Berger, der mit 50 Mio. Euro eine Stiftung für Menschenwürde und Bildungsförderung gründete
J mit Alexander Dobrindt, der 50 Mio. Euro durch die Einführung von Straßennutzungsgebühren einspielen will
Y mit Heinz Georg Kramm, alias Heino, der fürchtete, von deutschen Rock-Musikern auf 50 Mio. Euro Schmerzensgeld verklagt zu werden

7 **Im Jahr 2011 war Catcontent noch kein Thema – aber Tiere funktionieren ja bekanntlich immer. In der ersten Ausgabe des Jahres erschien ein Interview mit einem Hund. Weil unsere Reporter des Hundischen nicht mächtig waren, übersetzte Tyark Thumann für uns. Es ging um …**

P das Recht des Hundes am eigenen Bild in Tierschutz-Kampagnen
M Crowdfunding für eine Love-Story über Straßenhunde
K Hunde-Brief-Romane als neue Fundraising-Methode

8 **Der Aufreger: Die Initiative „CharityWatch" des Journalisten Stefan Loipfinger sorgte immer wieder für Empörung. In der Ausgabe 3/2011 gelang es Matthias Daberstiel, für das Fundraiser-Magazin mit Loipfinger zu sprechen. Was sagte der Fundraising-Kritiker?**

T „Ich muss doch sagen, was ich mit dem Spendengeld getan habe – wo sind wir denn eigentlich? Wir sind ja wohl keine Bananenrepublik!"
V „Die Verweigerungshaltung der NGOs muss man akzeptieren. Das wird man ja wohl noch sagen dürfen!"
W „Kein Kommentar!"

9 **Weil 50 Hefte noch nicht genug sind, produziert unsere Redaktion fleißig Sonderausgaben. Seit 2013 erscheint jedes Jahr im Sommer eine aktuelle Marktübersicht über Software für Vereine, Verbände und Stiftungen. Was glauben Sie, wie viele Softwareanbieter sind 2015 in der Publikation enthalten?**

R etwas mehr als 150
Z genau 33,3
U sagen wir mal: 40

10 **Eines unserer beliebtesten Titelbilder war zweifellos das der Ausgabe 5/2012. Face-to-face-Fundraising ist noch immer umstritten und erfolgreich. Womit alles begann?**

D Der amerikanische Soldat Nigel C. Schumaker war 1958 im hessische Friedberg stationiert (zusammen mit Elvis). An Halloween zog er um die Häuser und sammelte statt Süßigkeiten Geldspenden.
E Es ist amtlich verbrieft: Das Deutsche Rote Kreuz begann 1950, kurz nach dessen Neugründung, bereits mit der Straßen- und Haustürwerbung.
F Durch die starke Ausbreitung des Telefonfundraisings in den 1980er Jahren musste sich die Branche etwas Neues überlegen und begann, die Menschen persönlich anzusprechen.

11 **Rekord-Bußgeld. Im August 2014 wurde der Prozess gegen den Formel-1-Manager Bernie Ecclestone gegen eine Geldauflage in Höhe von 1 Million Euro eingestellt. Das Fundraiser-Magazin berichtete in der Ausgabe 5/2014, zugunsten welcher gemeinnützigen Initiative das Geld gezahlt wurde:**

Q Verein für Kindersicherheit im Straßenverkehr
R Deutsche Kinder-Hospiz-Stiftung
S Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club

12 **Preisverdächtig: Das Fundraiser-Magazin erhielt im Jahr 2012 vom Verband der Deutschen Fachpresse die Auszeichnung „Fachmedium des Jahres". Was war das besondere an dieser Preisverleihung?**

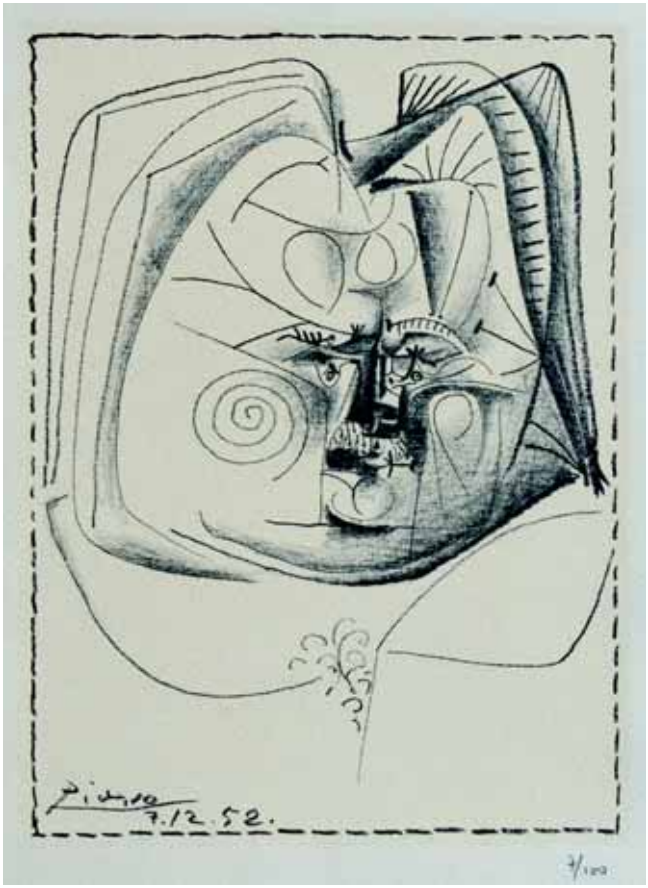
O Auf dem Pokal steht „Pfandreiser-Magazin".
A Die Trophäe wurde durch die damals noch unbekannte Conchita Wurst überreicht.
E Weil die Startgebühr für den Wettbewerb nicht gerade billig war, sammelten wir diese mittels Crowdfunding.

Nun, alles gewusst, geraten, nachgeschlagen oder gegoogelt?

Dann schnell noch das Lösungswort hier eintragen und dann per E-Mail an *gewinnen@fundraiser-magazin.de* senden. Einsendeschluss ist der 15. Dezember 2015, der Rechtsweg ist wie immer ausgeschlossen.

Lösungswort: ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

Bitte schreiben Sie dazu, welchen Preis Sie gewinnen wollen. Wir verlosen unter allen richtigen Einsendungen: einen Gutschein für einen Fundraisingtag 2016 (Termine unter www.fundraisingtage.de), ein Fundraiser-Magazin-Jahresabonnement zum Verschenken an einen Lieblingsmenschen Ihrer Wahl sowie 3 x das Buch „Fundraising Grundlagen" von Jan Uekermann. Bitte geben Sie Ihre Postadresse mit an.



Ein echter Picasso? Stellen Sie sich vor, Sie kaufen ein Los für zwei Euro und bekommen dafür eine Lithografie von Picasso. Eine echte! Mit einem Schätzwert von 400 Euro. Bei einer entsprechenden Verlosungsaktion des Freilichtmuseums am Kiekeberg im niedersächsischen Rosengarten-Ehestorf hatte man dazu die Gelegenheit. Der Losverkauf brachte dem Stiftungskapital 1600 Euro. Und der Effekt ist nicht zu unterschätzen: Die Freunde und Förderer einer Einrichtung werden mit einer solchen Aktion aktiv eingebunden. Vielleicht hat nicht jede Organisation einen echten Picasso in der Schublade liegen. Aber möglicherweise einer ihrer Unterstützer, der sich auf seine ganz eigene Art einbringen möchte. So war es nämlich tatsächlich im Fall des Museums.

►*www.kiekeberg-museum.de*

Willkommensarmbänder

Die Diakonie Deutschland, der Deutsche Olympische Sportbund, das Deutsche Rote Kreuz, der Paritätische Wohlfahrtsverband, die Arbeiterwohlfahrt sowie die Zentralwohlfahrtsstelle der Juden haben ein „breites Band des Willkommens" für Flüchtlinge gestartet. Mit Stoff-Armbändern in den jeweiligen Verbandsfarben mit der Aufschrift „Willkommen" oder „Refugees welcome" unterstützen sie das zivilgesellschaftliche Engagement für Flüchtlinge. Der Deutsche Kulturrat und Pro Asyl setzen sich ideel für dieses Vorhaben ein. Bestellt werden können die Willkommensarmbänder unter anderem bei der Diakonie Deutschland für 5 Euro pro Stück. Mit dem Reinerlös – etwa 3 Euro – unterstützen alle beteiligten Verbände die Flüchtlingshilfe in Deutschland. Der Reinerlös der Willkommensarmbänder, die über die Diakonie Deutschland bestellt werden, fließt in ein Projekt zur Familienzusammenführung. Damit wird die legale Einreise von Familienmitgliedern von anerkannten Flüchtlingen nach Deutschland finanziert.

► *www.diakonie-webshop.de*

Integration jetzt

Es ist zwar erst nur eine Beta-Version, was David Jacob (rechts im Bild) und Philipp Kühn als Abschlussprojekt ihres Studiums Kommunikationsdesign an der HTW Berlin vorgelegt haben, aber die Gunst der Stunde hat dafür gesorgt, dass ihre Internetplattform bereits jetzt mehr als erfolgreich ist. Workeer richtet sich als Ausbildungs- und Arbeitsplatzbörse direkt an Flüchtlinge und will Arbeitskräfte mit Arbeitgebern zusammenbringen. Die Zielgruppe sind also anerkannte Asylbewerber und Personen mit einer Aufenthaltsgenehmigung oder Duldungsstatus, wobei Letztere zwar eingeschränkten, aber doch Zugang zum Arbeitsmarkt haben. Auffällig ist die Schlankheit und Übersichtlichkeit der Seite. Das Profil

eines Arbeitgebers führt die nötigen Details wie Tätigkeit, Entlohnung und Arbeitszeit und -ort auf. Den Abschluss bilden die sprachlichen Anforderungen. Im Umkehrschluss zeigen die Profile der Arbeitssuchenden nicht nur die eigenen sprachlichen Fähigkeiten an, sondern auch Qualifikationen, Alter, Wohnort und berufliche Wünsche oder Vorstellungen. Durch diese Reduziertheit lässt sich alles problemlos und schnell überblicken. Zu Redaktionsschluss standen 958 Bewerber ganzen 1673 offenen Stellen gegenüber. Erhellend ist auch der Bereich der FAQs. Ein Beispiel: „Frage: Nehmen Flüchtlinge den Deutschen die Arbeit weg? Antwort: Nein." Mehr braucht es nicht.

► *www.workeer.de*

Cucula Refugees Company mit Flagship Store

In Zusammenarbeit mit den Münchner Kammerspielen hat die Flüchtlingsinitiative Cucula im Rahmen des Munich Welcome Theatre erstmalig einen eigenen Flagship-Store in der Maximilianstraße eröffnet. Dort werden die in der eigenen Werkstatt hergestellten Designklassiker und handgefertigten Einzelstücke nach den Entwürfen des italienischen Designers Enzo Mari verkauft. Präsentiert wird beispielsweise der limitierte Botschafter-Stuhl mit integriertem Bootsholz aus Lampedusa. Umliegende Shops unterstützen das Vorhaben und werben mit einzelnen Cucula-Objekten in ihren Schaufenstern.

▶ *www.cucula.org*

art'SAP unterstützt UNICEF

Seit Oktober sind in der Dresdner Geschäftsstelle von SAP ganze 58 Gemälde, Drucke, Fotografien und Kleinplastiken von 28 Künstlern ausgestellt. Am 11. Dezember kommen die alle unter den Hammer und man kann sich das Objekt der Begierde unter den Arm klemmen. Natürlich für einen guten Zweck. Die Hälfte des jeweils erzielten Preises geht an das UNICEF-Projekt „Nothilfe für Flüchtlingskinder“. Man kann sich die Objekte vorher auch in Ruhe zuhause anschauen: Die Homepage verrät zudem die aufzurufenden Preise.

▶ *www.unicefkunstauktion.wordpress.com*

Gemeinsam lesen, basteln, spielen

Die Stiftung Lesen stattet gemeinsam mit dem Familienministerium 230 Mehrgenerationenhäuser, die sich in der Flüchtlingshilfe engagieren, mit Medienboxen aus. Diese enthalten mit Büchern, Spielen, Stiften und Bastelmaterial speziell auf integratives Lernen der deutschen Sprache konzipierte Materialien. Zusätzlich werden die jeweiligen Mitarbeiter für den bestmöglichen Einsatz der Medienboxen geschult. Ergänzend bietet die Stiftung Lesen auf ihrer Website thematische Lese- und Medienempfehlungen, die sich für Vorleseaktionen mit jungen Flüchtlingen eignen.

▶ *www.stiftunglesen.de*

Weil wir Mädchen sind

Das Historische Museum der Pfalz Speyer zeigt noch bis zum 17. Januar eine Sonderausstellung mit dem Titel „Weil wir Mädchen sind … Mädchenwelten in Afrika, Asien und Lateinamerika“. Diese Erlebnisausstellung des Kinderhilfswerks Plan zeigt vor allem, wie unterschiedlich in anderen Regionen der Erde Biografien von Jungen und Mädchen verlaufen können und wirft entsprechende Fragen nach Recht und Gerechtigkeit auf. Entstanden ist die Ausstellung im Rahmen der Aktion „Because I'm a girl“ von Plan, die sich für Mädchenrechte starkmacht.

▶ *www.biaag.de*

Helferplatz

Eine neue App für NGOs ist „Helferplatz“. Wo und wie kann ich helfen? Wo wird was gebraucht? Organisationen und Vereine, aber auch Facebookgruppen, die sich mit freiwilliger Hilfe und Sachspenden auseinandersetzen, können ihren Bedarf bei Helferplatz bekannt geben. Mit einer Mail an *mein@helferplatz.org* bekommt jeder einen kostenlosen Zugang, um selbstständig Inhalte in die App einzustellen. Wer ehrenamtliche Helfer sucht, kann die App auch als Jobbörse nutzen.

▶ *www.helferplatz.org*

Hass hilft! Die ZDK Gesellschaft für demokratische Kultur schlägt wieder zu. Nachdem sie für ihren „unfreiwilligen“ Spendenlauf „Rechts gegen Rechts“ mit Preisen überhäuft wurden, zuletzt als beste Kampagne beim International Fundraising Congress, nehmen sie jetzt digitale Entgleisungen aufs Korn. Für jeden gemeldeten Hasskommentar aus den sozialen Medien rollt ein ganzer Euro. Unterstützt werden mit dem gesammelten Geld Flüchtlingsprojekte von „Aktion Deutschland hilft“ und die Nazi-Aussteiger-Initiative „Exit Deutschland“. Damit qualifiziert sich das Team um Fabian Wichmann sicher gleich wieder für die deutschen Fundraising-Awards 2015, für die jetzt Vorschläge eingereicht werden können.

▶ *www.hasshilft.de*

Wieder auf die Füße helfen

Mit dem Projekt [U25] sollen Jugendliche vom Suizid abgehalten werden

Möglicherweise gerade weil laut Statistischem Bundesamt die Zahlen in den vergangenen zehn Jahren leicht rückläufig sind, ist Suizid von Jugendlichen nach wie vor ein Thema mit Tabu-Charakter. Dass hier genau deshalb Hilfe nötig ist, zeigt ein besonders niederschwelliges Beratungsprojekt der Caritas Freiburg.

Von RICO STEHFEST

Soll ein Hilfsangebot erfolgreich sein, muss es den richtigen Kanal finden, um die Angesprochenen zu erreichen. Das von der Caritas Freiburg 2002 initiierte Peer-Projekt [U25], bei dem Jugendliche Gleichaltrigen per E-Mail zur Seite stehen, die möglicherweise suizidgefährdet sind, zeigt seinen Erfolg wie auch seine Notwendigkeit auf den ersten Blick: Keiner der Standorte Berlin, Dresden, Freiburg, Gelsenkirchen und Hamburg ist momentan in der Lage, neue Anfragen entgegenzunehmen. Deshalb wird die Liste der Standorte beständig erweitert. Kommendes Jahr sollen Biberach, Dortmund, Paderborn und eventuell Frankfurt hinzu kommen. Zusätzlich gibt es Berater für die Regionen Ostschweiz und Bern.

Um die hohe Nachfrage bedienen zu können, braucht es aber auch das entsprechende beratende Personal. Und für eine solch verantwortungsvolle Aufgabe bedarf es einer umfangreichen Ausbildung der Ehrenamtlichen. In diesem Fall umfasst die Vorbereitung der Peers ganze sechs Monate. Entscheidend ist schließlich auch eine grundlegende emotionale Stabilität der Berater, um sich nicht selbst in einer belastenden Situation wiederzufinden.

Wendet sich ein Jugendlicher an eine der Beratungsstellen, tut er das stets anonym. Die Erstantwort bekommt er innerhalb von zwei Werktagen, später dann innerhalb einer Woche. Trotz der Anonymität ist die nötige Authentizität auf diesem Weg gewährleistet: „Die Berater erzählen ja auch von sich. Da merkt man ganz schnell, dass da keiner sitzt, der irgendeinen Textbaustein verschickt“, erklärt Solveig Rebholz, Mitarbeiterin am Standort Freiburg. Nur zu persönlich darf und soll es eben nicht werden. „Ein Telefonat oder gar ein persönlicher Kontakt kommen nicht infrage. Die Anonymität der Beratung hat ja gerade auch den Vorteil, dass man

viel offener sein kann. Um aber eben auch die Anonymität der Berater gewährleisten zu können, stellen wir manche aus unserem Team ohne Foto oder mit anderem Vornamen vor. Es geht dabei auch um den Schutz unserer Peers", so Rebholz. Das bedeutet allerdings nicht, dass die Betreuung nicht intensiv wäre. Das belegen die Zahlen des vergangenen Jahres am Standort Freiburg. Von allen Hilfesuchenden wurden 24 Prozent bis zu drei Monate lang betreut, 11 Prozent bis zu einem Jahr und ganze neun Prozent bis 18 Monate. Die Zahl einmaliger Anfragen kam dabei auf 31 Prozent. Letztere kommen natürlich nicht nur von gefährdeten Jugendlichen selbst, sondern auch von Freunden oder Verwandten, die Rat suchen.

Auffällig erscheint im gesamten Projekt, dass in jedem Fall Hilfe angeboten werden soll, auch wenn gerade keine neuen Anfragen bearbeitet werden können. So verfügen die Internetseiten auch über ein Glossar mit Stichwörtern wie Essstörungen, Mobbing oder Depression und verweisen auf andere Angebote wie *www.jugendnotmail.de*.

Um die Enttabuisierung der Thematik voranzutreiben, haben sich in diesem Jahr bereits zum zweiten Mal alle Standorte zusammengetan und vor dem Brandenburger Tor eine Aktion gestartet. Am 10. September, dem Welttag der Suizidprävention, haben sich auf ein Signal hin mehrere Hundert Menschen auf den Boden gelegt, wo sie ein Minute lang reglos liegen blieben. Im Anschluss wurde jedem Einzelnen symbolisch mit einer helfenden Hand wieder auf die Füße geholfen (Foto). Umrahmt wurde die Aktion von Ständen, an denen entsprechende Aufklärungsarbeit angeboten wurde. Erklärtes Ziel der Aktion ist auch eine nationale Aufklärungskampagne zu den Themen Depression und Suizid. Angesichts der im kommenden Jahr hinzukommenden Beratungsorte ist das dringend notwendig.

Wie sinnvoll solche Hilfsangebote sind, zeigt sich auch im Kleinen: „Eine Jugendliche hatte vor einiger Zeit bei der damaligen Kids-Hotline Hilfe gesucht und gefunden. Nachdem es ihr besser ging, hat sie beschlossen, etwas von der erfahrenen Hilfe zurückzugeben. Sie ist nun Teil unseres Berater-Teams hier in Freiburg", so Solveig Rebholz.

Die Ausbildungsphasen für Peers liegen an den einzelnen Standorten unterschiedlich. In Freiburg beginnt Ende November wieder eine solche Ausbildung. Interessenten können sich jederzeit an die entsprechenden Standorte wenden. Wer wiederum selbst Hilfe sucht, muss nicht unbedingt den nächsten Standort in seiner Nähe kontaktieren. Nur sind eben Berater in der Nähe eher dazu in der Lage, auf weitergehende Hilfsmöglichkeiten vor Ort zu verweisen.

- *www.u25-deutschland.de*
- *www.600leben.de*

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

Wie politisch darf die Zivilgesellschaft sein?

Die Allianz „Rechtssicherheit für politische Willensbildung“ fordert ein Umdenken

So richtig ins Rollen kam der Stein im Herbst letzten Jahres. Damals hat das Finanzamt dem Trägerverein des globalisierungskritischen Netzwerks ATTAC die Gemeinnützigkeit aberkannt. Grund: Der Verein sei hauptsächlich politisch tätig. Und genau das gilt nach dem Gesetz eben nicht als gemeinnützig. Das missfällt nicht wenigen. Deshalb tritt seit diesem Sommer eine Allianz mehrerer Organisationen für eine Änderung des Gemeinnützigkeitsrechts ein.

Von RICO STEHFEST

Eigentlich ist die Sache klar geregelt. „Eine Körperschaft verfolgt gemeinnützige Zwecke, wenn ihre Tätigkeit darauf gerichtet ist, die Allgemeinheit auf materiellem, geistigem oder sittlichem Gebiet selbstlos zu fördern.“ Es ist Paragraf 52 der Abgabenordnung, der besagt, wer gemeinnützig ist und wer nicht. Allgemeinpolitische Ziele dürfen laut Anwendungserlass eben nicht verfolgt werden, da mit ihnen keine selbstlose Förderung der Allgemeinheit mehr gegeben wäre. „Nebenher“ politisch aktiv zu sein, stellt also kein Problem dar. Mit Sicherheit ist das grundsätzlich gut gemeint und hatte wahrscheinlich auch seine Grundlage. Irgendwann mal. Nur ist das eben nicht mehr zeitgemäß.

Jetzt könnte man sich natürlich fragen: Was soll der Lärm? Man kann doch seine Ziele auch so verfolgen, oder nicht? Leider ist dem eben in der Praxis nicht so, weil ja gerade mit der Gemeinnützigkeit die Befreiung von Ertrags- und Vermögenssteuer einhergeht. Und, ebenso entscheidend, die Erlaubnis des Einwerbens von Spenden. Und genau dieser Aspekt ist es, bei dem es bei den allermeisten (gemeinnützigen) Organisationen ans Eingemachte geht. Mit Drittmitteln ist ohne Gemeinnützigkeit nämlich auch Sense. Ganz zu schweigen von einem nicht zu unterschätzenden Bild in der Öffentlichkeit. Vor allem kleinere Vereine könnten dann augenblicklich dicht machen, hehre Ziele hin oder her. Das konkrete Beispiel von ATTAC zeigt auch, dass es sich augenscheinlich tatsächlich um ein Spiel ungleicher Beteiligter handelt: Die ATTAC im Sommer 2011 zuerkannte Gemeinnützigkeit wurde später rückwirkend ab 2010 aberkannt.

Unter diesen Bedingungen ist Rechtssicherheit einfach nicht gegeben, nicht zuletzt, weil Finanzämter einen zu großen Spielraum hätten. Dieser Ansicht sind viele, auch der Deutsche Fundraising Verband hat

sich bereits in dieser Richtung mit Sorge geäußert.

Diese Grundposition vertritt nun also die Allianz „Rechtssicherheit für politische Willensbildung“. „Es geht dabei natürlich um die Bündelung von Interessen. Das Motto lautet auch hier: Gemeinsam sind wir stark!“, so Stefan Diefenbach-Trommer, einer der Koordinatoren der Allianz. Die Liste ihrer Mitglieder lässt dabei den Schluss auf ein grundsätzliches Problem zu. Amnesty International tauchen darin ebenso auf wie Brot für die Welt, Oxfam oder die Stiftung Nord-Süd-Brücken. Und natürlich ATTAC.

Was die Allianz fordert, ist dabei alles andere als eine Sintflut. Schon das Zünglein an der Waage würde die entscheidende Tür öffnen. Allein die Definition demokratischer Zwecke in der Abgabenordnung als gemeinnützig wäre bereits entscheidend, wenn auch noch nicht das direkte Ende der Forderungen. „Über Kontakte mit der Politik

betreiben wir beständig klassische Lobby- und Öffentlichkeitsarbeit“, so Diefenbach-Trommer. Das Prinzip „steter Tropfen“. Komplex ist die Angelegenheit aber trotz aller klaren Vorstellungen und Forderungen seitens der Allianz. Auf die Frage hin, ob bei Umsetzung der Vorstellungen für ein zeitgemäßeres Gemeinnützigkeitsrecht Pegida mehr oder minder automatisch die Gemeinnützigkeit anerkannt bekäme, antwortet Diefenbach-Trommer mit einem klaren „Jein!“. Offensichtlich rechtsextremistisch agierende Organisationen oder Salafisten wären nicht automatisch gemeinnützig. Trotzdem kann Diefenbach-Trommer mit der Komplexität leben. „Es könnte durchaus sein, dass jemand wie Pegida gemeinnützig wird, solange sie nicht andere Grenzen verletzen. Dabei ist es aber eben nicht immer einfach, die Dinge genau abzugrenzen. Den Rahmen stecken Strafgesetze und verfassungsmäßige Ordnung ab. Trotzdem bleibt es ein Diskussionspunkt, ob Pegida volksverhetzend ist. Gewisse Dinge muss man einfach aushalten. Wo es ein Recht gibt, wird es wohl auch immer einen Missbrauch dieses Rechtes geben.“

▶ *www.zivilgesellschaft-ist-gemeinnuetzig.de*

Bank
für Sozialwirtschaft

Fundraising professionalisieren.

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

Sprechen Sie mit uns. Wir haben die Lösung.
Telefon 0221 97356-0 | bfs@sozialbank.de | www.sozialbank.de | www.spendenbank.de

Die Bank für Wesentliches

„Ziel definieren, Menschen dafür begeistern“

Wie eine Hamburger Initiative Sachspenden für Flüchtlinge sammelt

Tonnenweise Kleidung, Hygieneartikel und andere wichtige Dinge des täglichen Bedarfs an Tausende Flüchtlinge verteilen. Lässt sich das überhaupt ehrenamtlich stemmen? Ja, mit Elan und Organisationstalent, zupackenden Helfern und beherztem Fundraising.

Von PETER NEITZSCH

Vor der Halle B5 herrscht Hochbetrieb: Im Minutentakt fahren private Pkws vor und geben Säcke mit Altkleidern ab. Auch gebrauchte Koffer und Spielzeug bringen die Hamburger vorbei sowie Kisten mit Seifen und Shampoos. All das wird gespendet für die Flüchtlinge, die in den vergangenen Wochen in der Hansestadt angekommen sind. Rund 1.200 von ihnen sind gleich in der Halle nebenan untergebracht, die zur Erstaufnahmestelle für Asylbewerber umfunktioniert wurde.

„Am Anfang waren wir hier zu viert“, erzählt Moritz Heisler. Mittlerweile packen jeden Tag mehr als hundert Helfer mit an, um die Spendenflut zu bewältigen. „Am Wochenende kommen manchmal bis zu 500 Menschen.“ Die erste Vorsortierung erfolgt gleich nach dem Abladen. Helfer nehmen die Spenden entgegen und teilen sie den passenden Paletten zu: Frauen-, Männer- und Kindersachen.

„Ohne Organisationssinn geht es nicht“, weiß Heisler, der aus der Logistikbranche kommt. Er kümmert sich um den reibungslosen Ablauf der Spendendistribution. „Ein Informatiker, der sich bei uns engagiert, hat uns über Nacht ein Lagerverwaltungsprogramm geschrieben“, berichtet er. Nach der Feinsortierung bekommen die Kleiderspenden nun einen QR-Code. So wird sichergestellt, dass die Flüchtlingsunterkünfte genau das bekommen, was sie brauchen.

Auch Simone Herrmann war einfach zu den Messehallen gefahren, als sie im Radio hörte, dass dort Flüchtlinge untergebracht werden sollen. „Irgendwann konnte ich die Hetze einfach nicht mehr ertragen und wollte etwas tun“, berichtet sie. Das war Mitte August. Dann gab es einen Spendenaufruf über das Hamburger Abendblatt: „Und plötzlich standen da 30 Gitterkörbe, die sortiert werden sollten.“

Moritz Heisler kümmert sich um den reibungslosen Ablauf der Spendendistribution.

Damit nicht wahllos und am Bedarf vorbei gespendet wird, ist auf einer Website nachzulesen, was gerade besonders dringend gebraucht wird. „Uns fehlen vor allem Herrensachen in den Größen S und M für den Winter", sagt Herrmann. Jacken in diesen Größen seien nur schwer zu bekommen. Anderes kommt dagegen im Überfluss: „Teilweise mussten wir auch einen Spendenstopp verhängen, weil wir nicht hinterherkamen, die Altkleider zu sortieren."

SACHSPENDEN-SAMMLUNG UND CROWDFUNDING

Das Fundraising läuft eher nebenbei und meist reibungslos: „Im Moment rufen wir auf Facebook zu etwas auf und bekommen es, egal,ob Gabelstapler oder Umzugskartons", sagt Herrmann. Mehr als 19 000 Nutzer sind der Facebook-Gruppe der Kleiderkammer bereits beigetreten. Aufgerufen wird ausschließlich zu Sachspenden.

Unterstützt wird die Kleiderkammer auch von der Initiative „Refugees Welcome Karoviertel". Das Hamburger Karoviertel grenzt direkt an das Messegelände: „Als wir hörten, dass Flüchtlinge in den Messehallen untergebracht werden, haben wir spontan zu einer Bürgerversammlung aufgerufen und überlegt, was wir tun können", berichtet Simone Will von der Stadtteilinitiative. Spontan fanden sich 75 Helfer, die Deutschunterricht geben konnten. Eine Grafikerin erstellte eine Umgebungskarte in arabischer Sprache. ▶

Schweigende Mehrheit wird aktiv

In Österreich lässt sich in den vergangenen Monaten eine erstaunliche Entwicklung beobachten.

Von HERBERT LANGTHALER

Während Behörden und Politik zuweilen Überforderung, Desorganisation und Widerwillen an den Tag legen, wenn es um die Aufnahme und Versorgung von Asylbewerbern geht, ergreifen immer mehr Menschen die Initiative und beginnen, die Unterstützung von Flüchtlingen in die eigenen Hände zu nehmen.

So wurden in den Sommermonaten Tonnen von Sachspenden gesammelt. Hier reicht die Palette von spontanen Autofahrten einzelner Familien bis zu Großaktionen von Initiativen wie „Flüchtlinge helfen Flüchtlingen", die von ehemaligen bosnischen Flüchtlingen gemeinsam mit dem Arbeiter Samariterbund durchgeführt wurde.

Kritische Künstler veranstalteten unter dem Titel „Die schweigende Mehrheit sagt JA" eine zehntägige Protestkundgebung im Herzen Wiens direkt neben der Staatsoper. Hier wurde von Schauspielern, Musikern, ehemaligen und aktiven Politikern sowie NGO-Vertretern und Filmschaffenden täglich 24 Stunden gelesen, diskutiert und musiziert. Um den Flüchtlingen im überfüllten Erstaufnahmezentrum (EAST) in Traiskirchen (40 km südlich von Wien) zumindest manchmal zu ein wenig Abwechslung und Tagesstruktur zu verhelfen, werden Deutschkurse und Kreativworkshops organisiert, allerdings im örtlichen Park oder in der Eislaufhalle der Gemeinde, weil ehrenamtliche Helfer auf das Gelände der EAST keinen Zutritt haben.

Rund um neu entstehende Flüchtlingsquartiere entstehen fast immer lokale Initiativen, die sich auch regional vernetzen. Pioniere wie die Plattform „Altmünster für Menschen" leisten Entwicklungshilfe in anderen Gemeinden, und auch die vor über 20 Jahren als Netzwerk von Flüchtlingsorganisationen entstandene Asylkoordination Österreich ist mit Vorträgen, Workshops und telefonischen Beratungen mehr als ausgelastet.

Widerstände gegen Asylquartiere, die noch vor wenigen Monaten die mediale Berichterstattung dominierten, sind immer seltener geworden und nur noch dort von Bedeutung, wo sie seitens rechter Politiker nach Kräften befördert werden.

*Der Autor **Herbert Langthaler** ist Rassismus-Experte der „asylkoordination österreich" und Chefredakteur von „asyl aktuell", der Zeitschrift der „asylkoordination österreich". Er hält Vorträge und Workshops zum Thema.*

▶ Will kümmerte sich um das Fundraising: „Am Anfang war ich allein mit dem Thema“, erzählt sie. Unterstützung bekam sie dann von zwei professionellen Fundraiserinnen, Ulrike Kramer von dem Verein „WTC AG hilft“ und Elise Fritze von Greenpeace. Gemeinsam starteten sie unter anderem eine Crowdfunding-Aktion auf betterplace.org. Bis Ende September kamen auf diese Weise rund 56 000 Euro zusammen, darunter etwa 10 000 Euro Firmenspenden.

Ausgegeben wurden bislang rund 12 000 Euro, vieles davon für Lebensmittel und Einweggeschirr: „Damit unterstützen wir unsere Suppenküche, die ankommende Flüchtlinge am Hauptbahnhof empfängt“, sagt Will. Auch dringend benötigte Unterwäsche und Socken wurden gekauft. Demnächst sollen verstärkt Wintersachen und Bücher für den Deutschunterricht angeschafft werden. Auch die Kinderbetreuung soll ausgebaut werden. Die Kleiderkammer selbst benötigt nicht viel Geld: „Wir haben in sechs Wochen nicht mal 2 000 Euro ausgegeben – und das vor allem für Benzin“, betont Heisler. Gelegentlich rufen die Organisatoren auch bei Firmen an und bitten um konkrete Dinge. „Wir versuchen das zu koordinieren, aber bei 19 000 Aktiven geht das nur bedingt“, sagt Herrmann. Immer wieder würden eifrige Helfer vorpreschen. „Ich glaube, es gibt keine Firma in Hamburg, die noch nicht angesprochen wurde, ob sie etwas für Flüchtlinge spenden kann“, sagt auch Heisler.

„WENIG SCHLAF, EIN GUTES TEAM UND VIEL GEDULD“

Besonders hervorgetan haben sich der Lebensmittelhändler Edeka und die regionale Drogeriemarktkette Budnikowsky. In insgesamt 75 Budni-Märkten können Kunden Hygieneartikel für Flüchtlinge zum Einkaufspreis kaufen und für Flüchtlinge spenden: „Neben der Kiste hängt eine Liste mit Dingen, die gebraucht werden“, erklärt Herrmann. Die Idee zu der Initiative hatten die Mitarbeiter der Drogerie. Sie bringen die gespendete Ware auch in die Messehallen.

„In den vergangenen Wochen gab es definitiv auch einen Hype, der langsam ein wenig abebbt“, berichtet Heisler. Dennoch hätte die Kleiderkammer immer noch einen großen Pool an Helfern und einen enormen Bestand an Spenden, der abgebaut werden müsse. Worauf es bei so einer Herkules-Aufgabe ankommt? „Wenig Schlaf, ein gutes Team und viel Geduld.“ Nach einer kurzen Pause präzisiert er: „Man muss ein Ziel definieren und Menschen dafür begeistern können.“ Das ist dem Team der Kleiderkammer definitiv gelungen. ◘

Website der Kleiderkammer:
▶ *www.zusammenschmeissen.de*
Refugees Welcome Karoviertel:
▶ *https://refugeeswelcome20357.wordpress.com*

Von Emotionen geprägt

Bund und Kantone in der Schweiz stehen, was die Unterbringung und Betreuung von Asylsuchenden betrifft, vor einer großen Herausforderung. Es gibt zu wenige geeignete Plätze für die Unterbringung von Asylsuchenden, und die Eröffnung eines Asylzentrums in einem Dorf oder Quartier führt vielerorts zu Ängsten und Ablehnung in der Bevölkerung.

Von STEFAN FREY

Die Debatte um die Aufnahme von Asylsuchenden wird oft in einem emotional aufgeladenen Klima geführt, das von den Medien und lokalen Behörden zusätzlich angeheizt wird. Die Schweizerische Flüchtlingshilfe SFH hat ein Gegenmittel.

Die Gemeinde Riggisberg hat sich 2014 beim Kanton Bern gemeldet und freiwillig angeboten, in der Zivilschutzanlage ein Asylzentrum mit 150 Plätzen zu eröffnen. Behörden sowie Schlüsselpersonen der Gemeinde (zum Beispiel der Pfarrer und die Präsidentin der Kirchgemeinde) haben sich geschlossen für die Eröffnung eines Durchgangszentrums eingesetzt und eine Willkommenskultur gegenüber den Asylsuchenden vertreten: An einem runden Tisch mit Vertretern aus Behörden sowie Zivilgesellschaft wurden zu Beginn auf wöchentlicher Basis wesentliche Anliegen verhandelt und Fragen geklärt.

Das Zentrum in Riggisberg wird von der Heilsarmee Flüchtlingshilfe betrieben. Zur Eröffnung des Zentrums wurde die Bevölkerung eingeladen. Bald meldeten sich einige Freiwillige bei der Zentrumsleitung, die sich zum Wohl der Asylsuchenden nützlich machen wollten. Die Schweizerische Flüchtlingshilfe SFH wurde daraufhin von der Heilsarmee angefragt, die Freiwilligenarbeit im Asylbereich in Riggisberg im Rahmen eines Pilotprojekts aufzugleisen und zu begleiten.

Das Pilotprojekt wurde zwischen August 2014 und Februar 2015 durchgeführt und anschließend ausgewertet. Die Ergebnisse sind so positiv, dass der Pilot verlängert werden soll. In Riggisberg funktioniert die Freiwilligenarbeit heute beispielhaft gut: Das Regenbogencafé (60–70 Asylsuchende besuchen dieses jeweils am Dienstag Nachmittag), Dorf- und Coop-Führungen, Kinderspielnachmittage, Fahrdienste und das Ferienprogramm „Deutsch ohne Zwang“ sind Beispiele dieser Angebote.

Übergeordnetes Ziel des Pilotprojekts ist, die Betroffenen zu Beteiligten zu machen. Das Potenzial der Zivilgesellschaft sollte genutzt werden, um die vielfältigen Aufgaben im Asylbereich meistern zu helfen. Die Asylsuchenden treffen so auf eine Willkommenskultur und werden auf diese Weise gut auf ihre spätere Integration vorbereitet. Auch das Potenzial und die Ressourcen der Asylsuchenden können so erkannt und gewürdigt werden. Daraus sollten sich ein beidseitiger Gewinn und ein gesamtgesellschaftlicher Nutzen ergeben.

*Der Autor **Stefan Frey** ist Mediensprecher der Schweizerischen Flüchtlingshilfe, die sich sich seit 1936 für den Schutz von Flüchtlingen in der Schweiz engagiert.*

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

Köpfe & Karrieren

Wiederwahl beim Caritasverband

Nach zwölf Jahren an der Spitze des Deutschen Caritasverbandes (DCV) wurde Präsident **Peter Neher** von der Delegiertenversammlung des DCV für eine dritte Amtszeit wiedergewählt. Die rund 190 Mitglieder des obersten Beschlussorgans der Caritas bestätigten Neher, der einziger Kandidat war, mit großer Mehrheit. Die Zukunftsfähigkeit der Caritas unter sich wandelnden sozial- und gesellschaftspolitischen Bedingungen sicherzustellen, nannte Neher als ein zentrales Ziel seiner dritten Amtszeit.

Kampaweb mit neuem CEO

Die Zürcher Online-Kommunikationsagentur Kampaweb hat eine neue Führung. Der vormalige CTO und Minderheitsgesellschafter **Miro Dietiker** hat per 1. September 2015 alle Anteile der Gesellschaft übernommen und agiert als neuer Geschäftsführer. Der frühere Geschäftsführer Andreas Freimüller übernimmt zusätzliche Aufgaben beim Kampagnenforum. „Für unsere Kunden ändert sich nichts", so Dietiker. „Ihre Ansprechpartner in den Projekten und im Support bleiben gleich."

Stiftungsreferentin der Caritas Gemeinschafts-Stiftung Stuttgart

Seit Anfang September unterstützt **Susanne Kremer** als Stiftungsreferentin die Stiftungsarbeit und Geschäftsführung der Caritas Gemeinschafts-Stiftung in Stuttgart. Die Diplom-Theologin und Politikwissenschaftlerin ist seit über 14 Jahren im Bereich Fundraising, Drittmittelbeschaffung, Öffentlichkeitsarbeit und Projektmanagement im In- und Ausland tätig. Zuletzt hat sie das Fundraising beim Deutschen Institut für Ärztliche Mission e. V. in Tübingen geleitet.

Neu bei change.org

Dorothee Vogt ist seit September 2015 neue Director of Business Development von change.org in Berlin. Ziel der neu geschaffenen Position ist es, engagierte Organisationen für ihre Anliegen mit den Menschen auf der Plattform zu vernetzen. Zuvor war Dorothee Vogt als Investmentmanagerin bei dem sozialen Venture Capital Fonds BonVenture für die Vergabe von Wachstumsfinanzierungen zuständig und hat den Aufbau von Sozialunternehmen unterstützt.

Neue Geschäftsführung bei Brot für alle

Bernard DuPasquier hat nach dreijähriger Tätigkeit als Leiter des Bereichs „Kooperationsgemeinschaft und Qualitätssicherung" bei Brot für alle im September die Geschäftsführung übernommen. „Ich möchte, dass Brot für alle dazu beiträgt, Antworten zu finden auf die großen Herausforderungen unserer Zeit. Ein Beispiel dafür ist etwa die Stärkung der Agroökologie im Norden wie im Süden", so DuPasquier über die Entwicklungsorganisation der Evangelischen Kirchen der Schweiz.

DBU-Ehrenpreis 2015

Die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) hat Anfang November Prof. em. Dr. **Michael Succow** mit dem Ehrenpreis des Deutschen Umweltpreises 2015 ausgezeichnet. Als „Ausnahmepersönlichkeit im Naturschutz mit Charisma" würdigte Dr. Heinrich Bottermann, Generalsekretär der Deutschen Bundesstiftung Umwelt den 74-jährigen Naturschützer und Moorkundler. Die Auszeichnung erhält Michael Succow für sein Lebenswerk.

CBM mit neuem Aufsichtsratsvorsitzenden

Dr. **Siegfried Fischer** ist neuer Aufsichtsratsvorsitzender der Christoffel-Blindenmission (CBM). Der promovierte Maschinenbauingenieur ist seit Anfang Juli im ehrenamtlichen Aufsichtsrat der CBM aktiv. „Menschen mit Behinderung sind insbesondere in den sich entwickelnden Ländern besonders benachteiligt. CBM hilft diesen Menschen, die so gut wie keine Unterstützung erfahren, ganz konkret und setzt sich auch auf politischer Ebene für sie ein", so Fischer.

Persönliche Spenderbetreuung

Seit Juli 2015 arbeitet **Katharina Oelschläger** beim deutschen Medikamenten-Hilfswerk action medeor e. V. in den Bereichen persönliche Spenderbetreuung, Nachlässe und action medeor-Stiftung. Erfahrungen im Großspenderbereich sammelte Katharina Oelschläger bei einem Praktikum bei der Welthungerhilfe. Sie hat Politikwissenschaften studiert und engagierte sich 15 Jahre ehrenamtlich beim Roten Kreuz.

Fundraiser/-in

Koordinierungsstelle BasKIDball

BasKIDball ist ein sportbezogenes Projekt für Kinder und Jugendliche. Das Angebot hat sich inzwischen in 17 deutschen Städten etabliert und wird in Kooperation mit Kommunen, sozialen Organisationen, Schulen und Unternehmen umgesetzt. BasKIDball steht unter der Schirmherrschaft von Dirk Nowitzki.
Die Koordinierung des Gesamtprojektes erfolgt durch iSo—Innovative Sozialarbeit. Infos unter:
www.baskidball.de und **www.iso-ev.de**

Die BasKIDball-Koordinierungsstelle in Bamberg sucht zum Frühjahr 2016 personelle Verstärkung. Aufgabenschwerpunkte sind:

- Fundraising und Fördermittelakquise
- Öffentlichkeitsarbeit, Projektmanagement
- Beratung und Begleitung der BasKIDball-Standorte

Alle Informationen zu Aufgabenbereichen, notwendigen Kompetenzen und Rahmenbedingungen unter:

www.iso-ev.de Rubrik: **Stellenangebote**

Innovative Soziarbeit
Koordinierungsstelle BasKIDball
Geisfelder Straße 14
96050 Bamberg

Ansprechpartner:
Andreas Schiebel
0951-917758-32 Andreas.Schiebel@iso-ev.de

iSo innovative SOZIALARBEIT

Neues Gesicht bei fundango

Seit November verstärkt Sarah Träder die Kölner Fundraising-Agentur fundango als Texterin und Kundenbetreuerin. Die Rostockerin hat in Leipzig und Frankfurt (Oder) Kommunikationswissenschaft studiert und war neben dem Studium als Assistentin für Öffentlichkeitsarbeit beim Landesjugendring Berlin tätig. Zuletzt arbeitete sie beim Medikamentenhilfswerk action medeor als Assistentin für Fundraising und Social Media.

Wiederwahl bei terre des hommes

Die ehrenamtlichen Mitglieder des internationalen Kinderhilfswerks terre des hommes haben **Martin Gürtler** als Vorsitzenden des Präsidiums wiedergewählt. Der 38-jährige Diplom-Volkswirt übt das Amt seit 2012 aus. Er arbeitet bei der IG Metall Baden-Württemberg in Stuttgart im Bereich der Organisations- und Personalentwicklung.

Deutscher Fairnesspreis

Sina Trinkwalder, Gründerin und Unternehmerin von „manomama" in Augsburg, hat im Oktober den Deutschen Fairness Preis 2015 erhalten. Das Kuratorium der Fairness-Stiftung sieht in Sina Trinkwalder eine Unternehmerin, die überzeugend und vielseitig Fairness praktiziert: im Umgang mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, mit ihren Lieferanten, mit Umwelt und Natur sowie mit der Öffentlichkeit.

Neuer Geschäftsführer der Stiftung Mozarteum

Tobias Debuch wird per 1. Dezember neuer kaufmännischer Geschäftsführer der Stiftung Mozarteum aus Österreich. Damit ist er für die gesamten Finanzen, die wirtschaftliche Führung und das Personal der Stiftung verantwortlich. Er ist ausgebildeter Organist und Pianist und hat in Lüneburg Betriebswirtschaft und Musikwissenschaft studiert. Er unterrichtete Kultur- bzw. Musikmanagement und arbeitete fünf Jahre als Unternehmensberater.

Neue Stiftungsleitung bei der Chancenstiftung

Cornelia Wolff hat im Oktober die Stiftungsleitung der „Chancenstiftung – Bildungspaten für Deutschland" übernommen. Die in Frankfurt am Main ansässige Stiftung engagiert sich seit 2009 für eine bessere Schulbildung von motivierten Kindern und Jugendlichen aus finanziell und sozial schwachen Familien. Cornelia Wolff war vorher acht Jahre lang Leiterin für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit bei der Stiftung Kinderzukunft in Gründau.

Vorstand bei Save the Children

Bidjan Nashat ist im Oktober in den Vorstand von Save the Children Deutschland berufen worden. Er ist seit 2013 bei dem Verband und verantwortet als Programmdirektor die Bereiche nationale und internationale Programme sowie Advocacy. Künftig berichtet Nashat an den Vorsitzenden des Vorstands, Thomas Heilmann. Zuvor war Nashat als Strategy Officer bei der Weltbank und als Government Relations Manager für Teach First Deutschland tätig.

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

Fundraising TAGE

Tagungen
zur Finanzierung gemeinnütziger Arbeit

Wissen, Inspiration, spannende Gespräche

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

Fachwissen aus der aktuellen Praxis

Referenten aus Non-Profit-Organisationen oder der Fundraising-Branche vermitteln praktisches, anwendungsorientiertes Wissen aus erster Hand.

Kontakte knüpfen und vertiefen

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

München, 8. März 2016

Gelsenkirchen, 7. April 2016

Dresden, 8. September 2016

Potsdam, 29. September 2016

Informationen und Anmeldung

www.fundraisingtage.de

Eine Veranstaltungsreihe des Fundraiser magazin

Dienstleisterverzeichnis

PLZ-Bereich 0

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

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!

Fuggerstraße 35
10777 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

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

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

Mehr Spenden! Weniger Arbeit: Online-Fundraising mit spendino beinhaltet: Spender gewinnen, Daten einfach verwalten und somit mehr Zeit für die gemeinnützige Arbeit. Für jeden Euro spendino-Kosten erhalten Organisationen im Schnitt 11,50 Euro Spenden.
Zuverlässig:
10 Spenden in der Sekunde, 300 000 Euro an einem Tag, 14 Millionen Seitenaufrufe pro Stunde. spendino ist einfach verlässlich.
Kostenlose Beratung: 0800/0044533

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

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-Haftpflicht-versicherung*
- *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 – Großspender-potenzialanalyse*
  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 & Dauerspender-gewinnung
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

DONUM Zuwendungsverwaltung
Rüdiger Fresemann

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

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

OPTIGEM GmbH
Softwarelösungen für Vereine, Stiftungen und gemeinnützige Werke

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

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

Benefit Informationssysteme AG
OpenHearts unterstützt alle 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

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 €

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

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

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

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

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
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

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 €

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

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 · 3547 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 53a
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 17C
65510 Idstein
Telefon: +49 (0)6126 95196-10
Telefax: +49 (0)6126 95196-29
mail@geminidirect.de
www.geminidirect.de

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

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

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

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

„Kann irgendjemand Neuspender-Mailings, die sich rechnen!?"

Yes, we can.

Direkt GmbH & Co. KG

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

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

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

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"*
- *Adressspflege 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

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

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

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

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

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

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

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

FUNDRAISING COMPETENCE
fc group
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

Ihr Dienstleister-Eintrag (Standard)

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

149, + MwSt.

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

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

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

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

Bahnhofplatz 12
8400 Winterthur
Telefon: +41 (0)58 9347979
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

Willkommenskultur in Bunt. Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Deswegen hat die arsEdition GmbH nun ein Bilderwörterbuch für Flüchtlingskinder und deren Familien geschaffen. 150 wichtige Alltagsbegriffe stehen auf Deutsch und Englisch in dem Wörterbuch und sind online als kostenloser Download verfügbar. Die Bilder wurden von den Illustratoren des Hauses kostenfrei gestaltet und wurden in beiden Sprachen vertont.

▶ *www.willkommensABC.de*

Diese Spendenquittung hat Gewicht.

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

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

SPENDENSTEIN

Fundraising mit Mehrwert! NEU!
www.spendenstein.de

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

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

Suizidprävention in Zürich

Die Catherine Martin Art Direction hat für die Bildungsdirektion im Kanton Zürich eine neue Präventionsbroschüre zum Thema „Suizid und Schule“ entwickelt. Die Broschüre soll Schulen, Lehrern, Behörden und schulnahen Diensten im Umgang mit dem emotionalen Thema helfen. Die darin enthaltenen Materialien dienen der Prävention, der Früherkennung und der Intervention. Neben Unterrichtshilfen sind weiterführende Literatur sowie Adressen von Fach- und Beratungsstellen enthalten.

▶ *www.bildungsdirektion.zh.ch*

Instant-Übersetzungen für Flüchtlingsprojekte

Die Instant-Messaging-App speakfree soll Hilfsorganisationen bei der Kommunikation mit Flüchtlingen unterstützen. Drei Neuerungen wurden der iOS- und Android-App für die Kommunikation zwischen NGOs und Flüchtlingen hinzugefügt: Um Missbrauch zu vermeiden, können NGOs nicht anonyme, verifizierte Accounts anlegen. Zusätzlich wurde eine Übersetzungsfunktion für die Sprachen Englisch, Französisch, Russisch, Arabisch, Dari und Urdu geschaffen. Zuletzt werden Austausch und Gespräche zwischen Flüchtlingen dadurch erleichtert, dass künftig Chaträume in den jeweiligen Sprachen bereitstehen.

▶ *www.getspeakfree.com*

Kontaktmanagement und Ressourcenplanung für Österreich

Das Software-Unternehmen cobra GmbH aus Konstanz kooperiert mit der österreichischen Niederlassung der SelectLine Software GmbH. Die Schnittstelle zwischen der Enterprise-Resource-Planning-Software von SelectLine und der Customer-Relationship-Management-Lösung von cobra steht künftig also auch Kunden in Österreich zur Verfügung. Zudem erhalten Kunden in der Niederlassung von SelectLine in Schwanenstadt einen direkten Ansprechpartner für ihre Bedürfnisse.

▶ *www.selectline.at*

Merkblatt: Bankkonten für Flüchtlinge

Das Fachportal Konto.org, ein Projekt von Franke-Media.net, hat in arabischer und englischer Sprache ein Merkblatt zum Thema Basiskonto für Flüchtlinge erstellt. Das Merkblatt soll Asylsuchenden die Eröffnung eines Girokontos ermöglichen. Hintergrund dafür ist die Aktion „Basiskonto jetzt!“. Ab dem 18. September 2016 soll die Zahlungskontenrichtlinie der EU in nationales Recht umgesetzt werden. Jedem Verbraucher wird damit der diskriminierungsfreie Zugang zu einem Zahlungskonto mit grundlegenden Funktionen eingeräumt.

▶ *www.konto.org*

30 Jahre soziales Internet

Die Domainendung .org hat 2015 ihren 30. Geburtstag. Im vergangenen Jahr wurden 130 865 .org-Domains registriert. Insgesamt gibt es derzeit 10 547 247 registrierte .org-Domains. Das gab Public Interest Registry (PIR), die Betreiberin der Internetdomains .org, .ngo und .ong, in ihrem halbjährlichen Bericht bekannt. Erstmals hat PIR auch aktuelle Zahlen zu den Domainpaketen .ngo und .ong veröffentlicht. Seit dem Start des Angebots im Mai 2015 haben 2 344 Organisationen aus aller Welt eine solche Domain registriert. Das neue Angebot namens OnGood umfasst ein kostenloses Spendentool und einen Zugang zu einer weltweiten NGO-Community.

▶ *www.ongood.ngo* ▶ *www.happy30th.org*

Der Transfair e. V. hat einen neuen Fairtrade Klimastandard. Dieser hilft Kleinbauern dabei, im Kampf gegen die Folgen des Klimawandels zu bestehen. Partner des Fairtrade e. V. werden durch den neuen Standard dazu befähigt, Emissionen innerhalb der Fairtrade-Lieferkette zu kompensieren. Als erstes Unternehmen will sich die Deutsche Post DHL Group für den Fairtrade-Klimastandard qualifizieren und die CO_2-Zertifikate im Rahmen ihrer GoGreen-Services für Kunden nutzen. Das konzerneigene Klimaschutzprojekt im Königreich Lesotho, das mit effizienten Kochern bereits die Kriterien des Gold Standards erfüllt (Foto), wird nun auch nach dem neuen Fairtrade-Klimastandard zertifiziert.

► *www.fairtrade-deutschland.de*

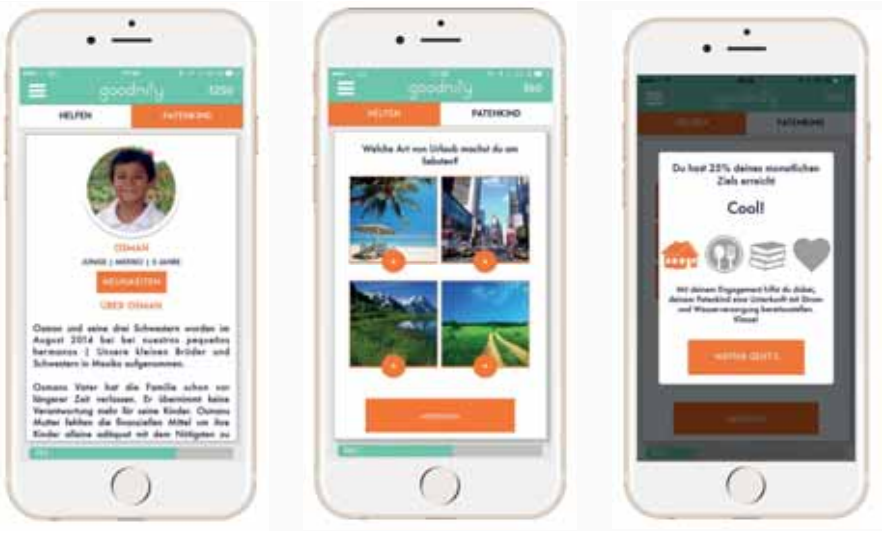
Horyou ist ein soziales Netzwerk mit sozialem Mehrwert. Soziale Organisationen, Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens und verschiedene weitere Nutzergruppen sollen auf Horyou zusammenfinden, um gemeinsam einen humanistischen Zugang zur Technologie voranzutreiben. Kurzum: Sie sollen die sozialen Medien im Dienste der Gesellschaft nutzen. Neben Status-Updates können die User von Horyou auch konkrete Aktionen und neue Projekte auf der Plattform veröffentlichen. Die Horyou Foundation wurde 2014 als gemeinnützige Organisation in der Schweiz gegründet. Sie betreibt unter anderem ein Social-Web-TV und einen eigenen Blog zu sozialen Innovationen. Zudem organisiert die Horyou Foundation seit zwei Jahren das Social Innovation and Global Ethics Forum (SIGEF).

► *www.horyou.com*

Mehr Wirkung für Sportprojekte

Das Analysehaus Phineo gAG hat im September 22 Organisationen mit seinem „Wirkt-Siegel“ ausgezeichnet. Die Verleihung des Siegels wurde in einer gemeinsamen Veranstaltung von Phineo und der Stiftung des Basketballstars Dirk Nowitzki im English Theatre in Frankfurt vorgenommen. 104 Bewegungsangebote von gemeinnützigen Organisationen aus ganz Deutschland hatten sich um das Siegel beworben und wurden für ein Jahr von Phineo auf Herz und Nieren geprüft. Unterstützt wurde diese Untersuchung vom Deutschen Olympischen Sportbund und der ING-DiBa AG. Drei der Projekte wurden in einem öffentlichen Voting auch mit dem Publikumspreis und je 6 000 Euro von Phineo ausgezeichnet. Gewonnen haben der Zweikampfverhalten e. V. mit dem Projekt „Coolnesstraining im Teamsport“, die Step Stiftung mit dem Projekt „kick for girls“ und der Sportverein Werder von 1899 mit dem Projekt „Werder bewegt“. Ein eigener Themenreport für Sportprojekte sowie die Analysen aus dem Phineo-Wettbewerb sind online kostenlos verfügbar.

► *www.sport-wirkt.de*



Marktforschung + Mobile-App = Fundraising. Das Team von Goodnity hat eine Smartphone-App geschaffen, mit der Nutzer Kinderpatenschaftsprojekte unterstützen können. Die User beantworten Marktforschungsfragen und generieren dadurch Geld für die Versorgung ihres Patenkindes. Die App wurde Anfang 2015 ins Leben gerufen und ist im iPhone-App Store verfügbar. Als ersten Partner konnten die Entwickler der App die Organisation „Nuestros Pequeños Hermanos Deutschland" e. V. (NPH) gewinnen. Das christliche Kinderhilfswerk unterhält verschiedene Waisenhäuser in Lateinamerika.

► *www.goodnity.com*

Schweizerische Post fürs Klima

Die schweizerische Quickmail AG kompensiert seit Oktober 2015 alle CO_2-Belastungen, die durch die Beförderungen ihrer Postsendungen entstehen. Kunden von Quickmail können das nutzen und auch auf ihren Sendungen das Logo vom Kooperationspartner myclimate verwenden. Die Kompensierung der Sendung erfolgt durch Ausgleichszahlungen an ein Projekt der Non-Profit-Organisation myclimate: „Strom aus FSC-Holzschnitzeln" in Brasilien. Das Kraftwerk versorgt 80.000 Menschen mit Strom.

► *www.quickmail-ag.ch*

Call Center gegen Ver.di

Die Gewerkschaft Ver.di setzt sich für Call-Center-Beschäftigte ein. Ver.di hat am Rande des Bundeskongresses im September in Leipzig für Call-Center-Agenten die Unterschriftenaktion „Sonntagsarbeit – Nein, danke!" geschaffen. 759 Unterschriften wurden gesammelt. Ebenfalls im September hat der hessische Verwaltungsgerichtshof in Kassel die weitestgehende Einhaltung der Sonn- und Feiertagsruhe entschieden.

Dirk Egelseer, Vorstandsmitglied des Call Center Verband Deutschland e. V. Ressort Recht & Regulierung, sieht das kritisch: „Das Arbeitsverbot in Call-Centern an Sonn- und Feiertagen schadet den Verbrauchern und Arbeitnehmern gleichermaßen. Studien belegen, dass viele Kunden Call-Center-Dienste am Wochenende als unverzichtbar ansehen", sagt Egelseer. „Dadurch werden Arbeitsplätze in Deutschland vernichtet. Viele Beschäftigte fühlen sich zudem durch das Verbot von Sonntagsarbeit bevormundet und um den – häufig mit attraktiven Zuschlägen versehenen – Verdienst gebracht." Der Call Center Verband Deutschland e. V. hat deshalb einen Aufruf zur Teilnahme am „Bündnis für Kundenservice an Sonn- und Feiertagen" gestartet.

► *www.vcall-center-verband.de*

► *www.verdi.de*

Kätzchen vs. Roboter

Die Tierrechtsorganisation „People for the Ethical Treatment of Animals" (PETA) und das New Yorker Büro der deutschen Marketing Agentur Sagency machen gemeinsame Sache. Im September haben die Partner ihr erstes gemeinsames Computerspiel für die Playstation-Konsole vorgestellt. In dem Spiel „Kitten Squad" treten Kätzchen gegen Roboter an. Sie retten Orca-Wale aus Gefangenschaft und bewahren Schafe vor Misshandlung. Das kostenlose

Spiel wird vorerst auf dem amerikanischen Markt angeboten. Das Ziel von Peta ist, dass Spieler den Tierrechtsgedanken erfahren und lernen, dass Tiere nicht dazu da sind, um ausgebeutet oder misshandelt zu werden: „Spielerisch sollen Jung und Alt lernen, dass man Marine Parks boykottieren und wollfreie Pullover kaufen sollte, um Tieren im realen Leben zu helfen", so die Herausgeber.

► *www.sagency.de*

► *www.peta.de*

Eigentlich sollte hier unser Glückwunsch zu dem stehen, was Sie in diesem Jahr Großartiges geleistet haben!

Eigentlich wollten wir an dieser Stelle sagen, wie sehr wir uns freuen, dass viele der von uns betreuten Non-Profit-Organisationen auf eines der erfolgreichsten Spendenjahre überhaupt zurückblicken können.

Eigentlich wollten wir sagen, wie stolz wir sind, mit den richtigen Fundraising-Maßnahmen vielleicht einen nicht ganz unwesentlichen Teil dazu beigetragen zu haben.

Eigentlich wäre es der richtige Augenblick gewesen, um Danke zu sagen – für das Vertrauen unserer Kunden in marketwing, für die tolle Arbeit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Partner und Freunde aus Deutschland und Europa.

All das wäre richtig gewesen.

Aber wir möchten jetzt nur zwei Sätze sagen:
Wir ziehen den Hut vor allen teils ehrenamtlich arbeitenden Flüchtlings-Helfern, die eine der größten humanitären Herausforderungen bewältigen wollen, vor der unser Land je stand.

Und wir sind froh über die Erkenntnis, dass sich Transparenz und Aufrichtigkeit auf Dauer eben doch immer gegen den schnellen Profit durchsetzen – nicht nur in der Automobilbranche.

Eine friedliche Weihnachtszeit wünscht

marketwing®

Leser-Post … und Leser-Postings

Ohne Ironie und Gänsefüßchen

Zu „Gegen das Sterbenlassen" Fundraiser-Magazin 5/2015, Seite 32

Heute hatte ich Gelegenheit, an meiner Arbeitsstelle Euer neues Magazin zu lesen. Normalerweise finde ich es sehr gut, diesmal war ich jedoch ein wenig erschrocken, im Seawatch-Artikel den Begriff „Gutmenschentum" als ganz normal gebrauchtes Wort vorzufinden. Nicht im ironischen Sinne, nicht mit Gänsefüßchen, sondern so, als wäre das normaler Sprachgebrauch. Und das – normaler Sprachgebrauch – sollte es nun mal wohl nicht in einem Fundraisingmagazin sein, so wenig wie bei NGOs. Find ich schlimm. Wollte ich mitteilen.

Karin Schwarzgruber

Von der Mustersatzung nicht abweichen!

Zu „Gemeinnützigkeit …" Fundraiser-Magazin 5/2015, Seite 48

Ich fand den Artikel „Gemeinnützigkeit erfolgreich beantragen" nicht besonders gelungen. Er stellt die ganze Systematik nicht dar, springt von Punkt zu Punkt und hebt in der Praxis eher seltene Probleme hervor (Wirtschaftsbetrieb als Selbstzweck – ohne „Betriebe" zu erklären; mangelnde Selbstlosigkeit an schwer nachvollziehbaren Beispielen) und gibt einen Tipp, der in dieser Form aus meiner Sicht falsch ist: Von der Mustersatzung sollte nicht abgewichen werden.

Stefan Diefenbach-Trommer
Allianz „Rechtssicherheit für politische Willensbildung"

Wie teuer war der Trabi?

Zu „Fundraising kontra Planwirtschaft" Fundraiser-Magazin 5/2015, ab Seite 12 & Editorial Seite 3

Sehr gelungen und auch für gestandene DDR-Bürger von Interesse fand ich diesmal das Thema DDR-Fundraising. Der Vergleich der Maßnahmen im Leitartikel brachte mich schon zum Schmunzeln: Subbotnik mit der Patenbrigade! Und dann das mit dem Trabant – genau so war's. Als unsere Nachbarn in den Westen ausgereist sind, war ihre Auto-Anmeldung gerade fällig. Wir übernahmen diese glücklich und bezahlten den Neuwagen und auch noch die Renovierung unserer Wohnung mit dem Erlös aus dem Verkauf unseres alten himmelblauen Trabis.

Marlies Höhnle, Leipzig

Kostete in der DDR ein gebrauchter Trabi wirklich mehr als ein Neuwagen? Ich kann das nicht bestätigen, habe meine drei Trabis immer günstig erstanden. Das war auch notwendig, denn als Verkäuferin in der HO verdiente meine Frau nicht die von Ihnen angegebenen 600 Mark, sondern weniger.

B. Bauder

Für alle Zuhausegebliebenen

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

Der Recap ist nachzulesen auf www.fundraiser-magazin.de

Mehr Stellenangebote gibt es auf www.fundraising-jobs.de

QUALITÄTSZIRKEL
TELEFON-FUNDRAISING

Initiative für professionelles Telefon-Fundraising

Erfahren Innovativ Herzlich

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

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

Hybrid statt nur Verein?

Die beste Kombination verschiedener Modelle: Hybride Rechtsformen

Es muss nicht immer ein Verein sein, wenn etwas Gutes getan werden soll. Auch mit der Gemeinnützigkeit gibt es mitunter Probleme. Eine Lösung besteht in hybriden Rechtsformen – dabei werden verschiedene Modelle kombiniert. Das Fundraiser-Magazin hat nachgefragt, worauf es dabei ankommt.

Von PETER NEITZSCH

Eine einfache Lösung ist oft sinnvoll, doch nicht immer die bestmögliche: „Der gemeinnützige Verein ist ein gutes Einstiegsmodell, da es nur wenig Auflagen gibt", sagt Dominik Domnik von der Social Entrepreneurship Akademie in München. Allerdings sei diese Rechtsform nicht für jeden Zweck geeignet. „In unserer Gründungsberatung versuchen wir daher, zuerst zu klären, was eigentlich erreicht werden soll." Erst dann wird darüber geredet, mit welchem Modell das am besten möglich ist.

Mitunter ist es sogar sinnvoll, eine Non-Profit-Organisation auf verschiedene Rechtsformen zu verteilen: „Ein Verein muss den gemeinnützigen und den gewerblichen Teil steuerlich sauber trennen", sagt Fabian Hanneforth vom Verein Parlamentwatch e. V. in Hamburg, der die Website abgeordnetenwatch.de betreibt. „Einfacher ist es, den Geschäftsbetrieb gleich in eine andere Rechtsform auszulagern." Die Hamburger haben ihre Arbeit deshalb auf zwei Organisationen verteilt: den gemeinnützigen Verein und die Parlamentwatch GmbH, die bewusst nicht als gemeinnützige GmbH gegründet wurde.

„Es gibt die steuerliche und die faktische Gemeinnützigkeit", erläutert Hanneforth. Die Anerkennung durch das Finanzamt sei wichtig, wenn die Organisation auf Spenden oder öffentliche Fördermittel angewiesen ist. „Die steuerrechtliche Gemeinnützigkeit kann aber auch ein großes Risiko sein, da sie immer nur für drei Jahre erteilt wird und auch rückwirkend entzogen werden kann." Wenn dieser Fall eintritt, müssen auch die gesparten Steuern zurückgezahlt werden – einen kleinen Verein kann das ruinieren.

„Viele Sozialunternehmen setzen auf hybride Rechtsformen, weil sie die Kluft zwischen Geschäftsbetrieb und Gemeinnützigkeit überbrücken müssen", bestätigt Domnik. So profitiert der gemeinnützige Teil von Steuererleichterungen etwa bei der Erbschafts- und Schenkungssteuer, das Unternehmen wiederum kann sich die Umsatzsteuer vom Finanzamt wiederholen. „Ein hybrides Modell nimmt so das Beste aus beiden Welten mit."

Die Rechtsform ist auch nicht in Stein gemeißelt: So kann ein Verein in eine gGmbH überführt werden, solange das in Übereinstimmung mit Satzung und Landesrecht geschieht. „Wir raten allerdings meist dazu, den Verein zu erhalten und ihn mit der GmbH zu verbinden", sagt Domnik. Der Verein kann dann einer der Gesellschafter werden oder eine Rolle im Beirat des Unternehmens übernehmen. Auch eine Stiftung kann – selbst ohne großes Kapitalvermögen – als Träger eines gemeinnützigen Unternehmens genutzt werden.

„Der Ausdruck ‚hybrides Geschäftsmodell'

wurde im Zuge des Booms sozialer Unternehmen populär", erklärt Hanneforth. Ursprünglich wurden in der Betriebswirtschaft so Firmen genannt, die Produktion und Service unter einem Dach vereinten. Die Sozialunternehmer meinten damit, dass sie sowohl gewerbliche als auch gemeinnützige Ziele verfolgten. Ganz neu ist das aber nicht: „Der ADAC oder das Deutsche Rote Kreuz praktizieren das schon sehr lange." Beide Organisationen haben gemeinnützige und gewinnorientierte Bereiche.

„Viele NGOs haben eine Gemeinnützigkeitsblockade im Kopf und versperren sich so interessante Möglichkeiten", erläutert Hanneforth. Anders als ein gemeinnütziger Verein kann eine GmbH das Eigenkapital nach Belieben aufstocken. Auch im Zugang zu Fremdkapital gibt es große Unterschiede: „Eine gGmbH darf sich nicht überschulden und kann deswegen Kredite nur bis zur Höhe des eigenen Vermögens aufnehmen." Für die Gründung der Parlamentwatch GmbH war das entscheidend: „Wir brauchten ein Darlehen als Startkapital." Grundsätzlich können Engagierte auf alle erdenklichen Rechtsformen zurückgreifen – von einer gemeinnützigen Unternehmer- oder Aktiengesellschaft über klassische Unternehmen wie GbR oder Kommanditgesellschaft bis hin zur Stiftung. „In der Regel erkennt man an der Rechtsform auch gut den jeweiligen Reifegrad einer Organisation", sagt Domnik. „Eine gemeinnützige AG gründet man nicht mal eben so." Eine AG sei zum Beispiel sinnvoll, um mehrere gemeinnützige GmbHs unter dem Dach einer Holding zu vereinen.

Die Verbindung von Non-Profit- und Profit-Bereich hat auch für das Fundraising handfeste Vorteile: „Viele Organisationen setzen nur auf Mitglieder, Spenden und Fördermittel, aber sie werden nicht kreativer bei der Mittelbeschaffung", sagt Hanneforth. Durch ein eigenes Unternehmen ergeben sich ganz neue Möglichkeiten: So verkauft die Parlamentwatch GmbH Software-Lizenzen an Partnerprojekte im Ausland. Mit dem Gewinn wird wiederum der gemeinnützige Verein gefördert.

Ein weiterer Vorteil von hybriden Rechtsformen ist die Flexibilität: „Wer zwei Organisationen hat, kann immer leicht reagieren", sagt Hanneforth. So dürfen gemeinnützige Vereine nur dann im Ausland aktiv werden, wenn sie einen entsprechenden Zweck, wie Entwicklungshilfe, in der Satzung festgeschrieben haben. Denn der Inlandsbezug ist eine Bedingung für die Gemeinnützigkeit. Eine Website wie abgeordnetenwatch.de für Österreich anzubieten, war dem gemeinnützigen Verein untersagt, für die GmbH dagegen kein Problem.

Link-Tipp:

- *www.seakademie.de/beratung/tipps-erste-schritte.aspx*

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
WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

www.fundraisingakademie.de

Warum es immer weniger Spender gibt

Neue Aufgaben für das Fundraising

Seit mehr als zehn Jahren kann man es beobachten: Auch wenn es einzelne Ausreißer nach medienwirksamen Naturkatastrophen gibt – die Zahl der Spender geht kontinuierlich zurück. Nicht einmal jeder Dritte in Deutschland spendet noch. Da diejenigen, die noch spenden, häufiger geben, bleibt das Spendenvolumen in etwa konstant, obwohl die Konkurrenz deutlich zugenommen hat.

Von KAI FISCHER

Dabei war das Versprechen des Fundraisings mal ein anderes: Wir professionalisieren uns, und dann verfügen wir über die notwendigen Kenntnisse, den Kuchen deutlich zu vergrößern: Mehr Menschen sollen spenden und die Spenden sollen wachsen. Zum Wohle der Gesellschaft und für nachhaltig finanzierte Projekte und Programme. Deshalb wurde der Fundraising Verband ins Leben gerufen, Kongresse wurden abgehalten und vor fast 15 Jahren wurde die Fundraising Akademie gegründet. Genützt hat das nichts. Im Gegenteil – die Zahlen zeigen, dass immer weniger Menschen bereit sind, auf unsere professionellen Spendenaufrufe zu reagieren.

DAS VERSPRECHEN DES FUNDRAISINGS

Für diese Entwicklung lassen sich sicherlich mehrere Gründe finden. Für Fundraiser scheint mir eine Frage jedoch zentral: Welchen Beitrag leistet das Fundraising zu dieser Entwicklung? Oder: Erodiert durch Fundraising die soziale Basis des Gebens? Ist Fundraising daran beteiligt, dass immer weniger Menschen spenden?

DER BEITRAG DES FUNDRAISINGS

Um sich den Antworten auf diese Fragen zu nähern, kann man ein kleines Gedankenexperiment machen: Unterstellen wir, dass Spenden Gaben sind, so wie Geschenke, die wir zu Weihnachten oder an Geburtstagen tauschen. Gaben haben – darauf weisen Anthropologen seit fast 90 Jahren hin – die Funktionen, Beziehungen aufzubauen, zu symbolisieren und zu stabilisieren. Wer einmal ein „falsches" Geschenk in Händen hielt, weiß, was hiermit gemeint ist.

STRATEGISCHES HANDELN IN SOZIALEN BEZIEHUNGEN

Das Gedankenexperiment besteht nun darin, sich vorzustellen, was passiert, wenn man sich gegenüber seinem Lebenspartner, seinen Freunden, Eltern oder Kindern strategisch verhält. Wenn es darum geht, etwas zu bekommen – statt zu geben. Vermutlich ist uns allen schnell klar, dass instrumentelles und strategisches Handeln in sozialen Beziehungen und Netzwerken diese unmittelbar beschädigen, es zu Sanktionen kommen kann und man Ausgrenzungen befürchten muss.

Diese Reaktionen sind übrigens notwendig: So sind Gruppen leistungsfähiger und alle Mitglieder können erfolgreicher ihre Ziele erreichen, wenn sich Menschen gegenseitig unterstützen. Deshalb kennen alle Gesellschaften auch die „Norm der Reziprozität", die fordert, dass Gaben erwidert werden und etwas zurückgegeben werden muss. Geschieht dies nicht, bleibt eine moralische Verschuldung bestehen.

Es stellt sich natürlich die Frage, ob das Gedankenexperiment auf Fundraising übertragen werden kann. Schließlich sind Förderer

keine Freunde – auch wenn sie manchmal so bezeichnet werden. Und Spenden müssen ja nicht zwangsläufig Gaben sein.

SPENDEN SIND GABEN

Zur Antwort auf diese Frage helfen wiederum Studien von Anthropologen, die zeigen, dass alle Gesellschaften zwei Prinzipien von Austausch kennen: Märkte, auf denen Leistungen gegen Ressourcen getauscht werden und jeder Akteur seinen individuellen Vorteil optimieren darf, sowie Gaben, die mit Beziehungen und Netzwerken verbunden sind. Wenn wir jetzt genau hinschauen, sehen wir, dass Spenden einseitige Transaktionen sind (Förderer geben und Nonprofit-Organisationen nehmen) und Förderer – von Ausnahmen abgesehen – nicht ihren individuellen Nutzen optimieren, sondern geben, damit andere einen Nutzen haben. (Was im Übrigen nicht ausschließt, dass auch Förderer selbst einen Nutzen erhalten.)

Verstehen wir Spenden als Gaben, dann wird sofort klar, warum ein instrumentelles Fundraising, welches sich auf die zu erhaltenden Ressourcen konzentriert, zu kurz greift und zu den oben beschriebenen Folgen führt: Mit ihrer Spende gehen Förderer eine Beziehung ein und symbolisieren diese mit ihrer Spende. Beziehungen finden zwischen Menschen statt, die sich in der Förderbeziehung begegnen. Soziale Beziehungen sind niemals instrumentell, weshalb Fundraising-Instrumente diese schädigen.

DAS DILEMMA DER FUNDRAISER

Das Ergebnis ist dann für alle Fundraisenden schnell ein Dilemma: Organisationen benötigen Ressourcen und wollen diese durch Fundraising einwerben – nicht zwingend auch Beziehungen eingehen. Förderer wollen Beziehungen und Sinn erleben und nicht einfach nur Ressourcen geben. Hieraus ergibt sich schnell ein Missverständnis, denn je stärker sich Organisationen im Fundraising instrumentell verhalten, desto eher ziehen sich Förderer aus den Beziehungen zurück. Das Ergebnis kennen wir: Die Anzahl der Förderer nimmt ab.

*Dr. **Kai Fischer** ist Inhaber der Agentur Mission-Based Consulting und berät seit mehr als 15 Jahren Organisationen im Online-Fundraising, bei Kapital-Kampagnen und regionalem Fundraising. Sein aktuelles Buch trägt den Titel „Warum Menschen spenden“.*
► *www.mission-based.de*

Transparenz und Spiele mit Spendenshop

Was Non-Profit-Organisationen vom kommerziellen Web lernen können

NGOs und E-Commerce? Non-Profit und Kommerz? Wie soll das zusammengehen? Auf den ersten Blick gar nicht. Und doch können NGOs vom Online-Handel lernen, denn im Grunde verfolgen beide dasselbe Ziel: Geld einnehmen. Was für die einen der Verkauf von Produkten ist, sind für NGOs Spendenerlöse. Sind diese zweckgebunden, steht einem Online-Spendenshop nichts im Weg. Spätestens jetzt wird deutlich, wie NGOs vom E-Commerce lernen können, ja müssen.

Von CHRISTOPH SALZIG

Doch auch hier gilt: Leichter gesagt als getan, denn ein einfacher Spendenshop allein ist noch längst keine Garantie für große Einnahmen. NGOs müssen stärker in Produkten denken, Konfigurationsmöglichkeiten bieten und Transparenz schaffen – ganz so, wie es im klassischen E-Commerce bereits seit Jahren der Fall ist.

So geschehen bei der Nichtregierungsorganisation German Doctors. Gemeinsam mit der Digitalagentur JUNGMUT Communication haben sie einen Spendenshop ins Leben gerufen, der auf interaktive Weise dazu anregt, Gutes zu tun. Anstatt einfach einen Spendenbetrag festzulegen, kann der Spender hier einen individuellen Arztkoffer zusammenstellen, mit dem er Helfer in Krisengebieten unterstützt und so einen konkreten Bezug zu seiner Spende und den Bedürftigen aufbauen.

FREIWILLIGE VOR!

1983 unter dem Namen „Ärzte für die Dritte Welt" gegründet, entsendet German Doctors nunmehr seit mehr als 30 Jahren unentgeltlich arbeitende Ärztinnen und Ärzte in Krisengebiete wie zum Beispiel Bangladesch, Kenia, Sierra Leone oder die Philippinen. Die Ärzte arbeiten für German Doctors in ihrem Jahresurlaub oder Ruhestand für einen Zeitraum von sechs Wochen und verzichten dabei auf jegliche Vergütung. Durch Spenden wird es der Organisation unter anderem ermöglicht, ihre Ärzte vor Ort mit den nötigen Medikamenten und Materialien auszustatten.

GLÄSERNE NGOs

Für German Doctors ist vor allem das Thema Transparenz von großer Bedeutung. Immer wieder geraten Organisationen wegen des Missbrauchs von Spendengeldern in die Kritik. Daher gilt es, mit der gebotenen Transparenz deutlich und nachvollziehbar zu machen, wofür die Spendenerlöse verwendet werden. Überdies stehen NGOs täglich vor der Herausforderung, überhaupt für die notwendige Motivation zum Spenden zu sorgen. Oftmals fehlen die richtigen Anreize.

Wer Spendern jedoch mehr Einfluss gibt, schlägt gleich zwei Fliegen mit einer Klappe: Einerseits werden sie stärker in den Spendenprozess eingebunden und können sich mit dem Projekt besser identifizieren, andererseits erhalten sie einen tieferen Einblick in die Verwendung der eigenen Spenden.

ICH PACKE MEINEN KOFFER UND NEHME MIT …

Das war auch das Ziel von German Doctors. Mit dem Launch ihres neuen Spendenshops sollte zugleich ein Format des Spendens geschaffen werden, das den Spender stärker in den Prozess integriert. In Zusammenarbeit mit der Agentur kam schließlich der entscheidende Einfall: der selbst zusammengestellte Arztkoffer.

Ob Grundausrüstung für Ärzte, Hygieneschutzset, Impfpakete oder Laborausstattung – der Spender kann seinen Koffer individuell zusammenstellen, was den Wert seiner Spende erstmals wirklich greifbar macht.

Kritik gegen dieses Konzept, etwa dass es dem Spender zu viel Einfluss gibt und eine derartige Priorisierung von Hilfsprojekten durch Außenstehende nicht angemessen

sei, kontert German Doctors: „Unsere Projekte haben alle ihre individuelle Berechtigung. Es gibt nicht das eine Projekt, das wichtiger ist als das andere, denn alle sind gleichermaßen unterstützenswert. Daher ist es für uns unproblematisch, dem Spender hier die Wahlfreiheit zu überlassen," so Florian Rühmann, verantwortlich für den Bereich Online-Fundraising bei German Doctors. Und sollte ein Produkt mal besonders stark nachgefragt werden, sodass der Bedarf gedeckt ist, wird es im Shop entsprechend kenntlich gemacht. Dadurch bleibt der Arztkoffer authentisch und versorgt Helfer gezielt mit Produkten, die tatsächlich vor Ort benötigt werden.

Die ersten Reaktionen auf die neue Art des Spendens sind durchweg positiv. Da der Shop zudem stark auf das „Spenden statt Schenken"-Prinzip ausgelegt ist, möchte German Doctors besonders auch die Vorweihnachtszeit nutzen, um auf das neue Konzept aufmerksam zu machen. „Spenden statt Schenken" folgt der Idee, an Festtagen wie Geburtstag, Muttertag oder Weihnachten statt Blumen oder Ähnlichem eine Spende zu verschenken. Das bringt gleich dreifach Freude: Die German Doctors freuen sich über die Ausrüstung für ihren Einsatz, Patienten vor Ort können dank der gut gefüllten Koffer besser behandelt werden und der Beschenkte hat Gewissheit, Menschen in Not geholfen zu haben.

GEMEINSAM AN- UND EINPACKEN

Auch im Bereich Social Media wird sich bei German Doctors anlässlich des neuen Spendenshop etwas tun. „Zum Launch des neuen Spendenshops haben wir noch eine Facebook-App in Planung", verrät Tim Hufermann, Gründer und Geschäftsführer von JUNGMUT. „Die App wird es ermöglichen, einen Koffer gemeinsam mit Freunden zu packen. Auf diesem Wege sollen möglichst viele Menschen animiert werden, mit einer Spende etwas Gutes zu bewirken." Die Facebook-App wird noch in diesem Jahr folgen.

Christoph Salzig *ist freier Journalist sowie Gründer und Geschäftsführer der Kommunikationsagentur Primus Inter Pares. Der studierte Kommunikationswissenschaftler war viele Jahre Pressesprecher des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. und ist Experte für Kommunikation und digitales Business. Er schreibt seit vielen Jahren über Online-Trends und Entwicklungen – als Fachjournalist, Blogger sowie Autor von Gast- oder Buchbeiträgen.*

► *www.german-doctors.de*

Die Farbe G

Ein Kreativitäts-Forscher verrät …

Wer immer in vorgegebenen Bahnen denkt, wird selten überraschen. Das gilt auch für die Kampagnenarbeit von Organisationen. Im Interview mit unserem Autor Peter Neitzsch erklärt der Kreativitätsforscher und Rektor der Psychologischen Hochschule Berlin, Prof. Siegfried Preiser, warum Konventionen unkreativ machen und gute Ideen Freiräume brauchen.

? Um das Thema Kreativität ist eine ganze Coaching-Industrie entstanden. Sind wir zu langweilig, um ohne Hilfe kreativ zu sein?

In unserer sozialen Umwelt und in der Arbeitswelt sind viele Hemmnisse vorhanden, die uns daran hindern, kreativ zu sein. Da gibt es gesellschaftliche Konventionen oder den vorauseilenden Gehorsam gegenüber dem Chef. Oft bestehen auch Vorannahmen darüber, wie zum Beispiel eine gute Kampagne auszusehen hat, ohne dass das jemals hinterfragt wird.

? Lässt sich Kreativität erlernen oder ist das vielmehr eine Gabe?

Kreativität ist angeboren. Jedes Kind entwickelt Hypothesen über die Welt und testet diese. Da wird einfach ausprobiert und manchmal klappt es und ein anderes Mal nicht, weil zum Beispiel der Turm aus Bauklötzen schief ist und umfällt. Aber ein Kind erfährt auch normative Grenzen seiner Kreativität: Wenn es die Tapete bemalt, werden die Eltern einschreiten.

? Wir werden also in unserer Kreativität eingeengt?

Der größte Knick in der Kreativitätsentwicklung kommt mit der Einschulung. Dann wird die Spielfreude und Fantasie begrenzt, was zum Teil auch notwendig ist: Nur weil wir alle die gleichen Schriftzeichen benutzen, können wir uns verständigen. In China verleihen schon kleine Unterschiede in der Schreibweise einem Wort eine ganz neue Bedeutung, deshalb sind Schulkinder dort beim Zeichnen sehr viel weniger kreativ als bei sprachlichen Aufgaben. Da wird der Einfluss von Normen sichtbar.

? Wie entstehen denn neue und originelle Ideen im Gehirn?

Kreativität ist dadurch gekennzeichnet, dass das Gehirn breiter als gewöhnlich aktiviert wird. Dabei werden Verknüpfungen genutzt, die bei einer Routine-Tätigkeit nicht zum Einsatz kommen. So werden beispielsweise visuelle, sprachliche und mathematisch-logische Vorstellungen gleichzeitig aktiviert.

? Was können NGOs daraus lernen? Lässt sich der Einfallsreichtum gezielt fördern?

Kreativität wird vor allem durch Freiräume gefördert. Das ist in Kindergärten und Schulen genauso wie in Betrieben oder im Non-Profit-Sektor. Auch in einer gemeinnützigen Organisation sollte es die Möglichkeit geben, zu experimentieren und Neues auszuprobieren. Dafür braucht es aber eine offene Fehlerkultur: NGOs müssen verstehen, dass Fehler keine Katastrophe sind, sondern eine exzellente Lerngelegenheit.

? Was macht ein kreatives Arbeitsumfeld aus?

Studien zum Kreativitätsklima zeigen, dass es vor allem auf vier Faktoren ankommt. Neben den erwähnten Punkten, Freiräumen und

rün macht originell

... was NGOs von Kindern lernen können

Fehlerkultur ist auch der Anregungsgehalt der Arbeit wichtig. Wie abwechslungsreich ist eine Tätigkeit? Sind Diskussion und Austausch möglich? Der vierte Punkt ist die zielorientierte oder intrinsische Motivation: Um kreativ eine Aufgabe zu lösen, muss man das Ziel sinnvoll finden und Freude am Weg dorthin haben.

? Was können Organisationen konkret tun, um das Kreativitätsklima zu verbessern?

Wer eine Weile die Farbe Grün ansieht, hat hinterher oft mehr Einfälle. Deshalb alle Büros grün zu streichen, wäre aber naiv – so etwas nutzt sich ab. Statt auf pauschale Ratschläge kommt es vielmehr auf eine Grundhaltung an, die es den Mitarbeitern erlaubt, neue Wege auszuprobieren, ihnen also „grünes Licht" gibt.

? Wie wichtig ist der Einfluss der Arbeitsumgebung? Schaden Großraumbüros der Kreativität?

Wichtiger als der Unterschied zwischen Großraum und Einzelbüro sind Variationsmöglichkeiten, also dass der Arbeitsplatz auch mal gewechselt werden kann. Ein Mitarbeiter muss sich zurückziehen können, um in Ruhe nachzudenken. Genauso braucht es einen Raum zum Austausch unter Kollegen. Auf diese Weise kann je nach Arbeitsphase die passende Umgebung gewählt werden.

? Brauchen wir gelegentlich Druck, um kreativ zu sein?

Druck kann zum Handeln aktivieren, wenn wir einen Anstoß brauchen. Aber generell sind Druck und Stress allein aus physiologischen Gründen für die Kreativität eher hinderlich. Eine Wettbewerbssituation ist nur dann kreativitätsfördernd, wenn die Wettbewerber auch aus einer inneren Motivation heraus antreten.

? Was kann man tun, wenn sich gar kein Einfall einstellt?

Kreativitätstechniken können helfen, Einfälle zu generieren. Am Anfang muss das Blickfeld erweitert werden. Eine Frage könnte sein: Wie würde ich das Problem einem kleinen Jungen erklären? Und welche Fragen würde er stellen? Laien können Fachprobleme oft nicht lösen, aber sie bringen einen frischen Blick auf die Dinge mit. Die Gefahr beim klassischen Brainstorming ist, dass die Ideen schnell wieder in genormte Bahnen gelenkt werden – vor allem wenn der Chef anwesend ist. Da greift der Konformitätsdruck der Gruppe.

? Welche Kreativitätstechniken können Sie empfehlen?

Bei dem von mir entwickelten Brainwalking werden Flipcharts im Raum verteilt, auf diese Weise können mehrere Fragestellungen gleichzeitig bearbeitet werden. Beim Brainwriting werden Ideen notiert und dann von anderen weiterentwickelt. Das funktioniert auch als E-Mail-Kette. Und wer gar keine Einfälle hat, dem wird beim kreativen Schreiben geraten, genau das aufzuschreiben: „Ich habe eine Schreibhemmung." Allein dieser Vorgang regt schon bestimmte Partien im Gehirn an.

? Die besten Einfälle kommen doch ohnehin unter der Dusche oder beim Rauchen?

Wenn wir uns für einen Moment nicht mit dem Problem befassen, können wir eine Denkblockade auflösen. Oft löst dann schon der Blick aus dem Fenster eine spontane Assoziation aus. Beim Grübeln wiederholen wir dagegen immer wieder dieselben Gedanken. In so einer Situation sollte man den Arbeitsplatz einfach kurz verlassen.

Literaturtipp:

Siegfried Preiser, Nicola Buchholz. Kreativität. Ein Trainingsprogramm für Alltag und Beruf. Asanger Verlag. 2008. ISBN: 9783893344079. 240 Seiten. [D] 23,– € [A] 23,70 €, 32,15 CHF.

Alle reden miteinander – reden Sie mit!

Content- und Social-Media-Marketing für Non-Profits

So viele Inhalte, so viele gute Taten und doch erfahren nur wenige davon. Non-Profits sind zwar in den sozialen Medien präsent, doch gilt es, die Content-Marketing und Social-Media-Strategien zu professionalisieren, um sich im Wettbewerb um die digitale Aufmerksamkeit behaupten zu können.

Von EVA HIENINGER

Mit Content Marketing kreieren Sie Inhalte mit Mehrwert. Social Media bietet Ihnen die Kanäle, Ihre Inhalte an die Zielgruppe zu bringen und mehr über diese zu erfahren. Wie der Name schon andeutet, geht es bei dieser Maßnahme vorwiegend um Inhalte. Diese sollen die Zielgruppe informieren, beraten und unterhalten und dadurch an die eigene Organisation beziehungsweise Marke binden. Die Inhalte müssen somit Mehrwert bieten. Bei Content Marketing geht es um eine langfristige Interessentengenerierung und -bindung. Es geht um die Frage: Was macht meine Marke und meine Organisation so interessant, dass Internet-User darüber sprechen und es teilen?

CONTENT MARKETING – PR IM INTERNETZEITALTER

Die Conversion-Generierung in Form von Spenden, Mitgliedschaften oder Ähnlichem ist ein nachrangiges Ergebnis und erfolgt durch die Bindung zum User im positiven Fall nebenbei. Handlungen werden nicht durch blinkende Call-to-Action-Buttons erzeugt, sondern sind aufgrund der Beziehung zur Organisation intrinsisch motiviert. Um diese User-Aktivierung zu erreichen, bedarf es einer Strategie.

Bevor mit Content Marketing begonnen werden kann, gilt es folgende Fragen zu klären: In welchem Bereich und für was will ich bekannt sein? Welche Herausforderungen hat meine Zielgruppe? Welche Art von Inhalten möchte die Zielgruppe? Wie kann ich interessante und konsistente Inhalte und Geschichten liefern (Storytelling), die neue Unterstützer anziehen und die alten binden? Wie erzeuge ich mit meinen Inhalten und Angeboten einen Mehrwert für den Nutzer? Auf welchen Online-Kanälen soll mein Content präsentiert sein? Was ist das Ergebnis und woher weiß ich, dass das Ganze funktioniert?

Die Antworten sind Teil Ihrer Social-Media-Strategie. Für eine nachhaltige Strategie empfiehlt es sich, eine Analysephase einzuplanen, in welcher Sie die Aktivitäten Ihrer Zielgruppe in den sozialen Medien beobachten. Auf dieser Grundlage können Sie dann die passenden Formate entwickeln und Social-Media-Kanäle auswählen.

SCHRITT FÜR SCHRITT ZUM ERFOLG MIT SOCIAL-MEDIA-MONITORING

Social Media ist mehr als Facebook. User treffen sich auf verschiedenen Kanälen. Sie lesen, teilen und diskutieren verschiedene Inhalte (Blogs, Videos, Musik, Fotos). Sie beurteilen Marken und Organisationen auf Grundlage der Inhalte. Sie sind immer miteinander verbunden und beeinflussen so gegenseitig ihre Meinung und ihre „Kauf"entscheidungen. Hier muss Ihre Zielgruppe mit Ihrem Content, durch bezahlte oder unbezahlte Maßnahmen, abgeholt werden.

Social-Media-Monitoring beginnt schon, bevor Sie anfangen, in den sozialen Medien aktiv zu agieren. Dazu ist es notwendig, die Online-Kanäle zu identifizieren, auf denen die Zielgruppe agiert. Vereinfacht gesagt können Social-Media-Kanäle unter anderem wie folgt kategorisiert werden: bildbasiert (z. B. Instagram, Flickr), videobasiert (z. B. Youtube, Vimeo, Vine), nachrichtenbasiert (z.B. Snapchat, Whatsapp), in Mischformen (z. B. Facebook, Xing, LinkedIn), Social Collaboration (z. B. Slideshare, Pinterest, Scribed), Microblogging (z. B. Twitter, Tumblr) und Musik (z. B. Spotify, Soundcloud).

Sind die Kanäle der Zielgruppe identifiziert, heißt es zuhören, um zu erfahren, wer spricht und über was gesprochen wird. Dadurch lässt sich außerdem schnell herausfinden, wer zu den wichtigsten Meinungsführern gehört und wie mit diesen in

Content-Marketing-Formate

How to's	Frage & Antwort	User Generated Content
Fallstudien	Livestreams	Organisationsmeldungen
Grafiken	Webinare	Interviews
E-Books	Hinter den Kulissen-Story	Listen
Newsletter	Präsentationen	Mind Maps
Cartoons/Illustrationen	Zitate	Trendeinschätzungen
Buchzusammenfassungen	Quiz	Fotos
FAQs	Zeitstrahlen	Videos
Online-Spiele	Podcasts	Umfragen
White Papers		Pressemitteilungen

Kontakt getreten werden kann. Social Media bietet die Möglichkeit, mit Individuen aus einer unbekannten Masse in einen Dialog zu treten und dadurch wertvolles Wissen über Ihre eigene Organisation zu gewinnen. Die Zielgruppe verwandelt sich dadurch zur Interaktionsgruppe. Durch Zuhören, aktives Posten von Fragen, Tipps, Bildern und Kommentaren erhalten Sie wertvolle Informationen darüber, mit wem Sie es zu tun haben. Organisationen, die wissen, wie ihre Zielgruppe tickt und die direkt mit ihr kommunizieren können, haben die Möglichkeit, diese zu beeinflussen. Durch die Dialogform kommt auch Kritik schneller bei Ihnen an. Überlegen Sie sich deshalb im Vorfeld, wie Sie damit umgehen und entwickeln Sie ein Beschwerdemanagement.

Schnelligkeit ist dabei unabdinglich. Allerdings sollte nicht unkontrolliert und ohne System gepostet werden. Ein Redaktionsplan und eine gezielte Festlegung auf differenzierte Kanäle helfen. Wählen Sie die finalen Kanäle aufgrund Ihrer Geschichte und den dafür geeigneten Formaten aus. Sowohl bei den Kanälen als auch bei den Formaten gilt das Credo: Qualität vor Quantität.

Sobald Sie Ihren eigenen Content auf den ausgewählten Plattformen veröffentlichen, heißt es messen. Nicht nur die Anzahl der Fans oder die Impressions sind relevant, sondern vor allem, wie viele Fans mit Ihnen interagieren, zum Beispiel durch Kommentare, Shares, Retweets, Klicks auf die Website oder Conversions.

Nutzen Sie Ihre Inhalte und Ihre Geschichten, um neue Interessenten und Unterstützer an Ihre Organisation zu binden. Bedienen Sie sich der Möglichkeiten von sozialen Medien, um mehr zu verstehen, was Ihre Interaktionsgruppe interessiert. Hören Sie zu.

Erstellen Sie einen Redaktionsplan für Ihre Social-Media-Kanäle. Informieren Sie nicht nur über Ihre Organisation, sondern bieten Sie Mehrwert. Reden Sie mit. So können Sie Ihre Themen setzen. Setzen Sie sich messbare Ziele. So können Sie Ihren Erfolg quantifiziert überprüfen.

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*

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

EU-Fördermittel – So nah und doch so fern

Europäische Fonds unterliegen deutscher Bürokratie

Spätestens mit der Einführung der sogenannten Schuldenbremse im Jahr 2009 in Deutschland kam wieder Bewegung in die Diskussion, was sich denn eine Kommune überhaupt noch an Kultur-, Sport- oder Jugendarbeit außerhalb der „pflichtigen Aufgaben" leisten kann. Dieser Umstand verlangt von den freien Trägern, sich alternativen Finanzierungsquellen zuzuwenden. Neben dem klassischen Fundraising bauen so immer mehr freie Träger den Bereich der europäischen Fördermittelakquise systematisch in ihren Strukturen auf.

Von MICHAEL SEIDLER

Bildungs- und Beratungsunternehmen merken dies hautnah an den steigenden Teilnehmerzahlen ihrer Tagesseminare und Kurse zum Thema europäische Fördermittel.

Viele freie Träger versuchen aber zunächst einmal, sich selbst und ohne jede Qualifikation und Fachwissen und sozusagen nach dem Motto „Wer lesen kann, ist klar im Vorteil" den europäischen Fördermitteln zu nähern.

Dabei stoßen sie dann allermeist auf die direkt vor der Haustür liegenden Europäischen Struktur- und Investitionsfonds (ESIF) und spätestens mit dem Lesen der entsprechenden Veröffentlichungen zu den Einreichungen von Projektvorschlägen an ihre Grenzen. Denn ausgerechnet die am nächsten bereitstehenden EU-Mittel sind auch die am schwierigsten zu bekommenden. Dazu eine kurze Erklärung:

Mit Beginn der sechziger Jahre schuf die damalige EWG ein System von Förderungen, um den gemeinsamen EWG-Politikern auch die notwendigen finanziellen Anreize zur Umsetzung zu geben. Die Mittel wurden zentral in Luxemburg und Brüssel verwaltet. In den siebziger und achtziger Jahren wurden neben den klassischen Förderinstrumenten wie ESF (Arbeitsmarkt) oder ELER (ländlicher Raum) viele weitere Fonds und thematische Programme aufgelegt. (z. B. für Umweltbelange, Jugendarbeit, Kulturthemen oder Bildung) Neben der zentralen Verwaltung in Brüssel erhielten auch immer mehr die Mitgliedsstaaten und sogar die Regionen die Gelegenheit, europäisches Geld dezentral in der Region zu verwalten. Diese dezentrale Verwaltung wird seit dem Beginn der neunziger Jahre komplett auf die Struktur- und Investitionsfonds (ESF, EFRE, INTERREG, ELER, LEADER und EMFF) angewandt, sodass pozentielle Mitteleinwerber heute nur noch den Weg in die Landeshauptstadt gehen müssen, um europäische Mittel einzuwerben.

Diese zunächst günstige Situation der Möglichkeit der kurzen Wege oder der direkten Kommunikation mit den EU-Mittelverwaltern vor Ort oder auch der Beantragung auf Deutsch hat aber auch ihre Schattenseiten. Denn leider schlagen dann hier die deutsche Verwaltung und die deutsche Bürokratie in ihrer vollen Blüte zu.

Im Gegensatz zu den eher unkomplizierten Regularien der EU und deren Handhabung bei den in Brüssel verwalteten thematischen EU-Aktionsprogrammen (Bildung, Jugend, Umwelt etc.) werden die EU-Mittel beim Land und Bund dann eben nach deutschen Richtlinien, deutschen Reiseverordnungen oder auch deutschem Haushaltsrecht verwaltet. Diese sind an vielen Stellen deutlich strenger und bürokratischer.

Welche Mittel werden nun aber vor Ort verwaltet und sind somit zunächst für die finanziell unterbemittelten Träger von Interesse?

Zum einen der Klassiker, die Europäischen Sozialfonds (ESF). Diese werden irrtümlicherweise gern als die Fonds für soziale Projekte bezeichnet und so bisher gern und überwiegend von Trägern der sozialen Arbeit genutzt. Die neue Ausrichtung seit 2014 gibt künftigen Antragstellern jetzt aber kaum noch Spielraum für Projekte, die keinen konkreten Bezug zum Arbeitsmarkt haben. Je nach Bundesland gibt es hier zwischen drei und zwölf unterschiedliche ESF-Programme, parallel können interessierte Antragsteller auch noch auf die 28 vom Bund verwalteten ESF-Programme zugreifen.

Die Europäischen Fonds für die regionale Entwicklung (EFRE) können nach wie vor für Projekte genutzt werden, die einen deutliche Bezug zur Wirtschaft haben und oft auch durch bauliche Investitionsmaßnahmen gekennzeichnet sind. Diese Mittel werden fast ausschließlich im jeweiligen Bundesland und dort in Federführung des jeweiligen Wirtschaftsministeriums verwaltet.

Eine Sonderstellung nehmen die INTERREG-Mittel ein, diese werden in sogenannten Gemeinsamen Technischen Sekretariaten verwaltet und widmen sich insbesondere Themen wie Wirtschaft, Ökologie und Energieeffizienz, aber auch Kultur und Bildung und dies immer in einem grenzübergreifenden Austausch.

Die ebenfalls in den Bundesländern verwalteten Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des Ländlichen Raumes (ELER/LEADER) sollen die Infrastruktur im ländlichen Raum weiter entwickeln und werden von den jeweiligen Landwirtschaftsministerien der Länder verwaltet. Abgesehen von der räumlichen Zuordnung sind dann fast alle Themen und Projekte förderbar, die der ländlichen Region auch einen nachweislichen wirtschaftlichen Nutzen bringen können.

Der Förderansatz bei diesen Struktur- und Investitionsfonds beträgt zwischen 50 Prozent (ESF) und 75 Prozent (INTERREG); weitere Mittel des Trägers oder Mittel aus dem klassischen Fundraising sind also immer zwingend erforderlich beizubringen, um diese europäischen Fördermittel zu erlangen.

Michael Seidler *ist Geschäftsführer der Beratungsagentur EuroConsults. Er absolvierte ein Kulturstudium und besitzt mehr als 24 Jahre Erfahrung im Projektmanagement und der Fördermittelakquise auf lokaler, nationaler und europäischer Ebene in den Bereichen Bildung, Jugend, Kultur, Soziales, KMU etc. Als Referent ist er in eigenen Weiterbildungskursen und Seminaren in Deutschland und Österreich tätig.*
▶ *www.euroconsults.eu*

ENTERBRAIN
Software AG

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

www.enterbrain.ag

Fundraising-Kalender

NOVEMBER

Fortbildungskurs: Referent/-in Online-Fundraising
23.11., Schmitten
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Das Zuwendungsrecht in der Praxis
23.–26.11., Berlin
▶ *www.euroforum.de*

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

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

Einnahmen-Ausgaben-Rechner – Rechnungslegung und Steuerrecht „kompakt" für NPOs
24.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.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*

Steuerprobleme und -risiken der Gemeinnützigen
25.11., Köln
▶ *www.verbaende.com*

Workshop Kapital-Kampagne
25.11., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraisingakademie.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*

Praxis-Workshop: Soziallotterien als Fundraising-Instrument
26.11., Wolfsburg
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Workshop: Stiftungsunternehmen
26. & 27.11., München
▶ *www.maecenata.eu*

Steuer-Update für NPOs
27.11., Berlin
▶ *www.solidaris.de*

Fördermittel für Flüchtlingsarbeit und Integration
27.11., Berlin
▶ *www.emcra.eu*

DFRV-Regionalgruppentreffen Hamburg
30.11., Hamburg
▶ *www.fundraisingverband.de*

DFRV-Regionalgruppentreffen Potsdam / Brandenburg
30.11., Potsdam
▶ *www.fundraisingverband.de*

Stimme und Präsenz – Besser ankommen mit selbstsicherer Stimme und lebendiger Präsenz
30.11., Berlin
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Tagesseminar – Spendenmailings Psychologische Wirkung und praktische Umsetzung
30.11., Köln
▶ *www.fundraisingakademie.de*

DEZEMBER

Das effektive Großspendergespräch: quick and friendly zum Erfolg
01.12., Stuttgart
▶ *www.fundraisingakademie.de*

So schreiben Sie gute Texte fürs Internet
02.12., München
▶ *www.ibpro.de*

Social Talk 2015: Am Wendepunkt? InnenPerspektiven der Sozialwirtschaft
02.12., Darmstadt
▶ *www.eh-darmstadt.de*

Fachtagung
Social Talk
Am Wendepunkt?
InnenPerspektiven der
Sozialwirtschaft
Tagungsort:
EH Darmstadt
02. Dezember 2015
www.izgs.de

Förderung durch USA-Stiftungen? Yes, you can!
02.12., Zürich
▶ *www.swissfundraising.org*

Das effektive Großspendergespräch: quick and friendly zum Erfolg
02.12., München
▶ *www.fundraisingakademie.de*

EU-Fördermittel: 10 Schritte zum Erfolg
04.12., Berlin
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Die Zukunft des Ehrenamts – Europäische Trends in der Freiwilligenarbeit und Implikationen auf Österreich
04.12., Wien
▶ *www.fundraising.at*

Basiswissen Stiftungen – rechtliche und steuerliche Besonderheiten
07.12., Freiburg
▶ *www.solidaris.de*

Tagesseminar – Spendenmailings Psychologische Wirkung und praktische Umsetzung
07.12., München
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Praxis des Fundraisings
07.–09.12., Frankfurt am Main
▶ *www.pbhessen.de*

Deutscher Engagementpreis 2015
08.12., Berlin
▶ *www.deutscher-engagementpreis.de*

Stimme und Präsenz – Besser ankommen mit selbstsicherer Stimme und lebendiger Präsenz
08.12., Köln
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Digitale Nachbarschaft! Projekt für ehrenamtlich Engagierte
10.12., Berlin
▶ *www.sicher-im-netz.de*

Kooperative Konzepte für Alumni, Career und Fundraising
10. & 11.12., Hamburg
▶ *www.alumni-clubs.net*

Intensivseminar Stiftungswesen
14.12., Berlin
▶ *www.maecenata.eu*

ESF 3 Tage Kompaktseminar
14.–16.12., Berlin
▶ *www.euroconsults.eu*

Stiftungen und Förderfonds
15.12., München
▶ *www.ibpro.de*

JANUAR 2016

Fundraising für gemeinnützige Projekte (NPO/NGO) – Aufbaukurs
13.01., Zürich
▶ *www.kampagnenforum.ch*

Jahrestagung des Fachverbands Kulturmanagement: Evaluation im Kulturbereich
14.–16.01., Zürich
▶ *www.fachverband-kulturmanagement.org*

Qualifizierung zum EU-Fundraiser
20.01., Berlin
▶ *www.emcra.eu*

Stimme und Präsenz – Besser ankommen mit selbstsicherer Stimme und lebendiger Präsenz
22.01., Frankfurt/M.
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Non-Profit Camp 2016
22. & 23.01., Aachen
▶ *www.non-profit-camp.de*

Münchner Freiwilligenmesse
24.01., München
▶ *www.muenchner-freiwilligen-messe.de*

Spendenmailings Psychologische Wirkung und praktische Umsetzung
25.01., Frankfurt/Main
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Rechtliche und steuerliche Tipps für NPOs
27.01., Wien
▶ *www.fundraising.at*

Weiterbildung „Großspenden-Fundraiser/in"
28.01., Zürich
▶ *www.major-giving-institute.org*

FEBRUAR

Tagesseminar – Spendenmailings Psychologische Wirkung und praktische Umsetzung
01.02., Stuttgart
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Informationsveranstaltung Fundraising Lehrgang 2016
02.02., München
▶ *www.ebw-muenchen.de*

Qualifizierung zum EU-Fundraiser
08.02., Berlin
▶ *www.emcra.eu*

Weiterbildung EU-Fundraiser*in/Projektmanager*in
17.02., Berlin
▶ *www.euroconsults.eu*

Fundraising Symposium 2016: Nachlass-Fundraising
18. & 19.02., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraising-symposium.de*

FUNDRAISING SYMPOSIUM 2016
NACHLASS-FUNDRAISING
18. UND 19. FEBRUAR 2016
GOETHE-UNIVERSITÄT
FRANKFURT AM MAIN
fundraising-symposium.de

Workshop: Crowdfunding in der Praxis
22.02., München
▶ *www.ibpro.de*

Ihr Termin fällt hier nicht auf?

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

Eine Kalender-Anzeige im Fundraising-Kalender (42 mm breit x 42 mm hoch) kostet nur 99,– €* (CHF 125,–)

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

Haben Sie Fragen zu Kalender-Anzeigen, sprechen Sie bitte mit Matthias Daberstiel.
Telefon: +49 (0)3 51/8 76 27-70, termin@fundraising-kalender.de

* zuzüglich Mehrwertsteuer, gilt ausschließlich für Kalender-Anzeigen!

Institutional Money Kongress
23. & 24.02., Frankfurtam Main
▶ *www.profonds.org*

Fördermittel
für gemeinnützige Organisationen
24.02., München
▶ *www.foerder-lotse.de*

Norddeutscher Fundraisingtag
24. & 25.02., Hamburg
▶ *www.norddeutscher-fundraisingtag.com*

MÄRZ

21. Sozialwirtschaftliche Managementtagung 2016
02.03., Mainz
▶ *www.swmt.org*

Kursstart: Fundraising Basiskurs
02.03., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

UPJ-Jahrestagung 2016
03.03., Berlin
▶ *www.upj.de*

Fachtag
Fundraising im Gesundheitswesen
04.03., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraisingverband.de*

Fundraising für Hochschulen
07.–09.03., Bad Boll
▶ *www.ev-akademie-boll.de*

Fundraisingtag München
08.03., München
▶ *www.fundraisingtage.de*

Fundraising TAG

München,
8. März 2016

Informationen & Anmeldung
www.fundraisingtage.de

Mitteldeutscher Fundraisingtag
08.03., Jena
▶ *www.mitteldeutscher-fundraisingtag.de*

15. Fundraisingtagung Loccum
„2030 – Die Reise bleibt spannend!"
08. & 09.03., Loccum
˘ www.landeskirche-hannovers.de

Infoanlass CAS Kommunikation
für Nonprofit-Organisationen
09.03., Olten
▶ *www.fhnw.ch*

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

Weiterbildung
EU-Fundraiser*in/Projektmanager*in
09.03., Berlin
▶ *www.euroconsults.eu*

Online Forum Fundraising
10.03., Köln
▶ *www.az-fundraising.de*

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

Campaigning Summit Switzerland 2016
11.03., Zürich
▶ *www.campaigningsummitswitzerland.com*

Online Forum Fundraising
15.03., Berlin
˘ www.az-fundraising.de

Fundraising für Kulturbetriebe –
Mäzene gesucht!
(Individuelles Fach-Coaching)
16.03., Düsseldorf
▶ *www.npo-akademie.de*

Social Return on Investment (SROI)
und Wirkungsmessung in NPO
16.03., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Sponsorengespräche mit Video
trainieren (für NPOs und Kulturbetriebe) –
Individuelles Fach-Coaching
17.03., Düsseldorf
▶ *www.npo-akademie.de*

Fundraising „kompakt" –
Modernes Fundraising in der Praxis
30.03., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Zertifikatslehrgang:
Fundraising in NPOs
30.03., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

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

APRIL

Kooperationen zwischen Unternehmen
und NPOs gewinnbringend gestalten
01.04., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Zertifikatslehrgang:
Fundraising in NPOs
04.–07.04., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Sponsoring für Kulturorganisationen –
Partner statt Bittsteller!
(Individuelles Fach-Coaching)
06.04., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

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

EU-Tender – Wie NPOs erfolgreich
an EU-Ausschreibungen teilnehmen
07.04., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Fundraisingtag NRW
07.04., Gelsenkirchen
▶ *www.fundraisingtage.de*

Fundraising TAG

Gelsenkirchen,
7. April 2016

Informationen & Anmeldung
www.fundraisingtage.de

Fundraising für Kulturbetriebe – Mäzene
gesucht! (Individuelles Fach-Coaching)
07.04., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Erbschaftsfundraising
(Erbschaftsmarketing)
07.04., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Lehrgang: Stiftungsmanagement
08.04., Münster
▶ *www.weiterbildung.uni-muenster.de*

Fundraising „kompakt" –
Modernes Fundraising in der Praxis
11. & 12.04., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Zertifikatslehrgang:
Fundraising in NPOs
11.04.–16.03., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Großspenden-Fundraising
13.04., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

In fünf Schritten
zum erfolgreichen Förderantrag
13.04., München
▶ *www.foerder-lotse.de*

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

Online-Fundraising und
Online-Campaigning
15.04., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Unternehmenskooperationen für NPOs –
Wie Sie diese gewinnbringend gestalten
16.04., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Erfolgstraining für Fundraiser –
Wie Sie Gespräche für Großspenden/
Unternehmenskooperationen
erfolgswirksam(er) führen
18.04., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Medium- und Großspenden-Fundraising
19.04., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Ihr persönlicher Medien-Check:
Mitarbeiter-, Vereins- oder Verbands-
zeitung –- Wie Sie diese erfolgreich
verbessern können
19.04., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Online-Fundraising und
Online-Campaigning
20.04., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Kursstart: Fundraising Basiskurs
20.04., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Erbschaftsfundraising
(Erbschaftsmarketing)
21.04., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

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

Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit
für NPOs
26.04., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Stakeholder-Kommunikation für NPOs
27.04., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Deutscher Fundraisingkongress 2016
27.–29.04., Berlin
▶ *www.fundraising-kongress.de*

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

Fundraising Symposium 2016: Nachlass-Fundraising

Nachlass-Fundraising ist mittlerweile integraler Bestandteil des Fundraisings vieler Non-Profit-Organisationen. Doch die Unterschiede sind erheblich. Einige bringen Erbschaftsbroschüren heraus, andere setzen auf Telefon-Fundraising oder Seminare zum Erbschaftsrecht, um Kontakte zu knüpfen und das Thema Erbschaft bei den Förderern zu thematisieren. Das Fundraising Symposium 2016 will deshalb die Chance zum praktischen Gedankenaustausch über dieses Thema geben. Am 18. und 19. Februar 2016 treffen sich in der Goethe-Universität in Frankfurt am Main 150 Fundraiserinnen und Fundraiser und werden über das Image des Erbschaftsfundraisings in der Öffentlichkeit, Nachlass-Management, Methoden der Ansprache von Fördern auf das Thema Erbschaft und Testament, ethische Standards und die Integration des Nachlass-Fundraising in das Online-Marketing sprechen.

Am ersten Tag wird es Thementische geben, wo in lockerer Atmosphäre die verschiedenen Facetten des Nachlass-Fundraisings diskutiert werden. Am zweiten Tag begrüßt Richard Radcliffe aus Großbritannien die Teilnehmer und wird in seiner Key-Note über seine internationalen Erfahrungen im Legacy-Fundraising berichten, die er in den letzten 25 Jahren bei unterschiedlichen Organisationen in der Welt gesammelt hat. Daran schließen sich noch Seminare mit verschiedenen Themen und erfahrenen Referenten aus gemeinnützigen Organisationen und Agenturen an. Veranstalter sind das Fundraiser Magazin und die Agentur für Nachlassfundraising.

Als Veranstaltungspartner bietet die Goethe-Universität Frankfurt am Main einen zentral gelegenen und somit auch bei weiterer Anreise bequem zu erreichenden Veranstaltungsort. Das detaillierte Programm wird in Kürze veröffentlich werden.

Fundraising Symposium 2016: Nachlass-Fundraising
18. und 19. Februar, Goethe-Universität Frankfurt am Main
▶ *www.fundraising-symposium.de*

Major Giving INSTITUTE

Neuer Kurs in der Schweiz!

Berufsbegleitende Weiterbildung

Grossspenden-Fundraiser/in

- Leitung: Dr. Marita Haibach & Jan Uekermann
- Weitere Referent/innen: erfahrene Grossspenden-Fundraiser/innen, Fachexpert/innen sowie Philanthrop/innen
- 3 Seminarblöcke plus individuelles Coaching

28. - 30.01.2016 | 10. - 12.03.2016 | 19. - 21.05.2016
in Tagungshäusern nahe Basel, Luzern und Zürich

Wege zu mehr Philanthropie:
Major Donors
finden
gewinnen
binden

www.major-giving-institute.org

kollekta wird Faith&Funds 2016

Nach zwei Jahren ohne ein Treffen kirchlicher Fundraiser hat Sebastian Carp von der Fachgruppe Kirche im Deutschen Fundraising Verband mitgeteilt, dass es ein neues Format geben wird. Am 21. und 22. September 2016 findet wieder eine Fachtagung Fundraising Kirche Caritas und Diakonie statt. Gastgeber ist das Heinrich Pesch-Haus der katholischen Akademie Rhein-Neckar in Ludwigshafen am Rhein. Das Haus befindet sich 15 Minuten vom Hauptbahnhof Mannheim entfernt und bietet frisch renovierte Tagungsräume und Hotelzimmer. Neu ist auch der Name der Tagung. Sie lautet nicht mehr kollekta, sondern Faith&Funds 2016. Neu ist auch, dass sich das Format noch stärker an Profis im kirchlichen Fundraising richten soll. Das soll auch im Programm deutlich werden, für das Sebastian Carp, Leiter der Stabsstelle Fundraising beim Evangelischen Dekan des Kirchenbezirks Mannheim, noch Vorschläge annimmt.

Faith&Funds 2016, 21. und 22. September 2016
in Ludwigshafen am Rhein
▶ *www.fundraisingverband.de*

Kleine Helden

Frühkindliche Förderung ist dieses Mal das Thema des open Transfer Camps in Essen. Am 4. Dezember steht ganz konkret die Altersgruppe „U6" im Fokus und welche Förderprojekte es konkret gibt, um aus den Knirpsinnen und Knirpsen mittelgroße Helden zu machen. Wie immer sollen Aktive wie Interessierte hier eine Plattform zum Austausch und zur Vernetzung finden. Austragungsort ist das Unperfekthaus in der Friedrich-Ebert-Straße. Sessionvorschläge können im Vorfeld eingereicht werden. Die genauen Themen werden am Morgen der Veranstaltung durch die Anwesenden festgelegt.

▶ *www.opentransfer-camp.mixxt.de*

Flüchtlingsarbeit

In Kooperation mit dem Caritasverband für die Diözese Münster lädt die Akademie Franz-Hitze-Haus am 28. Januar nach Münster. Unter dem Titel „Zusammenwirken von Haupt- und Ehrenamt in der Flüchtlingsarbeit" wird für hauptamtliche Mitarbeiter in Migrationsdiensten und Pfarreien ein Seminar geboten, das sich dem Umgang mit spezifischen Konfliktfeldern in der alltäglichen Flüchtlingsarbeit widmet. Referent wird Heinz Janning von OptionBE, der Beratungsgesellschaft für Bürgerengagement in Bremen, sein.

▶ *www.franz-hitze-haus.de*

Fachtag Gesundheitswesen

Wie vergangenen März findet der Fachtag Fundraising im Gesundheitswesen auch 2016 statt. Der genaue Termin ist der 4. März; Veranstaltungsort ist wieder das Universitätsklinikum in Frankfurt am Main. Organisatorin des Fachtags ist Birgit Stumpf, Leiterin der Fachgruppe Gesundheitswesen des Deutschen Fundraising Verbands. Zu Redaktionsschluss stand das genaue Programm noch nicht fest, es wird aber in Kürze über die Seite des Fundraising Verbandes bekannt gegeben werden.

▶ *www.fundraisingverband.de*

Digitale Nachbarschaft

Der Verein Deutschland sicher im Netz e.V., der seit 2007 unter der Schirmherrschaft des Bundesministeriums des Innern steht, bietet am 10. Dezember in der Kalkscheune Berlin Workshops zum Thema digitale Sicherheit im Ehrenamt. Das Projekt möchte mit dem sicheren Umgang und den Chancen der digitalen Welt vertraut machen und Einblicke in relevante Themenwelten des Internets vermitteln. Ein Impulsvortrag dazu kommt von Stefan Paris, Stabsleiter im Bundesministerium des Innern für IT- und Cybersicherheit.

▶ *www.sicher-im-netz.de*

Basiswissen Stiftungen

Rechtliche und steuerliche Besonderheiten bei Stiftungen stehen am 7. Dezember in Freiburg auf dem Programm. Veranstalter des Seminars ist die Steuerberatungsgesellschaft Solidaris. Beginnend bei den zentralen Eckpfeilern einer Stiftungserrichtung bewegen sich die Inhalte an den Grundsätzen der Rechnungslegung entlang und nehmen Möglichkeiten der Beschaffung und Verwendung von Finanzmitteln in den Blick. Außerdem besteht die Möglichkeit zur Diskussion mit Stiftungsexperten.

▶ *www.solidaris.de*

EU-Fördermittel

Ganze zehn Schritte zum Erfolg sind es, die am 4. Dezember von der Fundraising Akademie in Berlin vorgestellt werden. Diese Schritte sollen die Hürden abbauen, die viele NGOs sehen, wenn es um die Beantragung von Fördermitteln bei der EU geht. Fundraising-Berater Christian Gahrmann ist der Referent, und er wird einige Tipps und Tricks verraten, wie man vermeintliche Hürden aus dem Weg räumen kann.

▶ *www.fundraisingakademie.de*

Große Ereignisse werfen ihre Schatten voraus. Aber nach dem Fundraisingtag ist ja ohnehin vor dem Fundraisingtag. Zumindest, wenn es sich um die Veranstaltungen des Fundraiser-Magazins handelt. Die Termine für das kommende Jahr stehen bereits. Die Münchner Hochschule für Angewandte Wissenschaften ist auch 2016 Austragungsort des Fundraisingtages. Der genaue Termin ist der 8. März, dieses Mal also ein Dienstag. Fast genau einen Monat später, am 7. April, findet der nächste Fundraisingtag NRW in Gelsenkirchen statt. Save the Date!

Fundraisingtag München, 8. März
Fundraisingtag NRW, 7. April 2016
▶ *www.fundraisingtage.de*

University of Basel
Center for Philanthropy Studies
ceps

CAS Global Social Entrepreneurship.

Shaping the Next Generation of Nonprofit Leaders

4th April – 4th November 2016,
5 Modules, Basel / CH + Cambodia

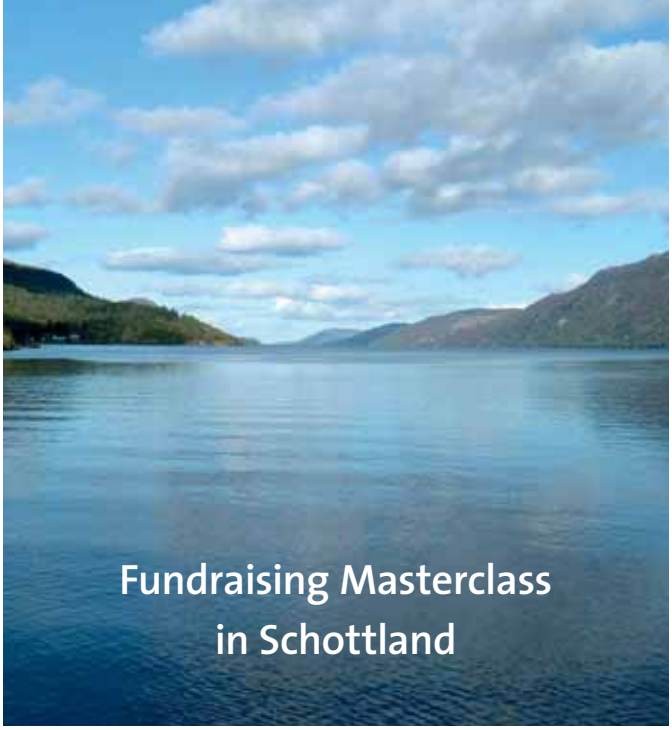
- Acquire cutting edge nonprofit management and leadership skills
- Incubate and set up a social enterprise in Cambodia with local partners

In collaboration with **BOOKBRIDGE**

Further information on
www.ceps.unibas.ch/en/executive-education

The Center for Philanthropy Studies (CEPS) at the University of Basel is an interdisciplinary research and education institute of the Swiss Foundation System. Initiated by Swiss**Foundations**

BOOKBRIDGE is a social enterprise that sets up learning centers as social businesses in rural areas of developing countries.



Fundraising Masterclass in Schottland

Sehen Sie auf diesem Bild etwas Auffälliges? Nein? Dann können Sie das Ganze Mitte Februar einfach mal persönlich vor Ort testen. Alles. was Sie tun müssen, ist, sich für den Lehrgang „The Massive Fundraising Masterclass" des Centre for Sustainable Philanthropy der Universität Plymouth anzumelden, der in Zusammenarbeit mit der Kreativberatung Revolutionise abgehalten wird, und dann: Direkt ab nach Loch Ness. Allerdings bietet der Kurs, der sich an Leitende Angestellte, Senior Fundraiser und Geschäftsführer wendet, wohl eher wenig Gelegenheit, das Fernglas auf den beliebten See zu richten. Auf der Basis einer Vielzahl von Studien, die Alan Clayton und Ken Burnett von Revolutionise durchgeführt haben, lernen die Teilnehmer, wie entscheidend die richtige Markenpositionierung für nachhaltiges Wachstum im Fundraising ist. Außerdem stehen Themen wie Langzeitdenken und der Spender im Herzen der Organisation auf dem Plan.

The Massive Fundraising Masterclass, 8. bis 11. Februar 2016 in Loch Ness, Schottland, sowie 28. und 29. April in Plymouth, England
▶ *www.plymouth.ac.uk*

Aufbaukurs für „alte Hasen"

Für alle, die bereits seit mehr als zehn Jahren hauptberuflich im Fundraising tätig sind und aus unterschiedlichen Gründen bislang nicht die Ausbildung zum Fundraising Manager (FA) absolviert haben, gibt es jetzt eine besondere Gelegenheit. Wer „seinen" Abschluss „nachholen" will, kann im Januar einen dreitägigen Aufbaukurs der Fundraising Akademie besuchen, der mit einer extracurricularen Prüfung abgeschlossen wird. Kurz gesagt: Dieser Sonderkurs reduziert die sonst zweijährige Ausbildungsphase auf ein Minimum. Die Prüfung erfolgt in einer dreiteiligen schriftlichen Klausur und einem mündlichen Prüfungsgespräch. Zulassungsvoraussetzung ist der Nachweis entsprechender Sach- und Fachkenntnisse. Dazu gehört die Teilnahme an mindestens fünf Fachkongressen oder fachnahen Fortbildungen. Anmeldeschluss ist allerdings bereits der 30. November.

Aufbaukurs zum Fundraising-Manager/in (FA),
18. bis 21. Januar in Arnoldshain im Taunus
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Der rätselhafte Spender?

Was bewegt Menschen, sich zu engagieren, mit Einsatz persönlicher Zeit, mit Sachleistungen und finanzieller Unterstützung? Was hat sich in den letzten zehn Jahren im Verhalten von Förderern gegenüber gemeinnützigen Organisationen, Initiativen und gesellschaftlich relevanter Themen verändert?

Diesen Kernfragen widmet sich der nächste Norddeutsche Fundraisingtag im Februar 2016. Spender sind verschieden und zeigen komplexes Verhalten. Darauf einzugehen ist der Schlüssel zu einem zukunftsorientierten und effektiven Entwicklungsansatz für nachhaltiges Fundraising. Die Teilnehmer werden Vorträge und Diskussionen erleben können, die sich mit den sich verändernden Formen gemeinnützigen Engagements auseinandersetzen. Das genaue Programm wird im Dezember online gestellt. Ab dann ist auch eine Anmeldung möglich.

11. Norddeutscher Fundraisingtag,
24. und 25. Februar 2016 in Hamburg
▶ *www.norddeutscher-fundraisingtag.de*

Am Wendepunkt?

Innenperspektiven der Sozialwirtschaft stehen beim diesjährigen Social Talk auf der Agenda. Die aktuelle Flüchtlingswelle zeigt, dass auch und besonders die Sozialwirtschaft europäisch, wenn nicht gar global aufgestellt sein muss. Deshalb werden am 2. Dezember in der Evangelischen Hochschule Darmstadt Führungskräfte, Forschende und Studierende zusammenkommen, um aktuelle Herausforderungen interdisziplinär zu bestimmen und Handlungsmöglichkeiten für NPOs aufzuzeigen. Nach der Begrüßung durch Prof. Dr. Michael Vilain, Geschäftsführender Direktor des Instituts für Zukunftsfragen der Gesundheits- und Sozialwirtschaft, werden mehrere Workshops und Vorträge angeboten. Diese stehen unter den Themenblöcken „Komplexität und Mensch", „Struktur und Finanzierung" sowie „Soziale Innovation". Den Abschluss bildet ein moderiertes Kamingespräch, bei dem Staatsminister Stefan Grüttner mit Spitzenvertretern aus Kirche, Diakonie und Wissenschaft den Wandel in der Sozialpolitik und die Herausforderungen der nächsten 20 Jahre diskutieren wird.

Social Talk 2015, 2. Dezember in Darmstadt
▶ *www.eh-darmstadt.de/weiterbildung/tagungen/social-talk*

DEUTSCHER
FUNDRAISING
KONGRESS
2016

VOM **27. BIS 29. APRIL 2016** FINDET DER DEUTSCHE FUNDRAISING KONGRESS IN BERLIN STATT. MELDEN SIE SICH JETZT AN.

HIGHLIGHTS

› **Thema im Fokus:** Mailings
› **Verleihung** des Deutschen Fundraising Preises
› **Power on:** Seminare nur für Frauen

ERSTE EINBLICKE IN DAS PROGRAMM: WWW.FUNDRAISING-KONGRESS.DE

Im Oktober feierte die Schweizer Paraplegiker Stiftung (SPS) ihr 40. Jubiläum. Zur gleichen Zeit wurde Gründer Guido A. Zäch (links) 80 Jahre alt. Der Arzt setzt sich seit den 1960er Jahren dafür ein, dass Querschnittsgelähmte in der Schweiz gleichberechtigt und selbstbestimmt leben können. Dank seiner Initiative erhalten Betroffene lückenlos Hilfe von der Unfallstelle über die medizinische Versorgung, Reha bis hin zur lebenslangen Begleitung und Beratung. Auch die Forschung hat einen hohen Stellenwert. Auf diesen Erfolg kann man schon mal mit Stiftungsrats-Präsident Dr. Daniel Joggi (rechts) anstoßen.

▶ *www.paraplegie.ch*

Von wegen Finanzkrise

Die deutschen Bürgerstiftungen haben gut lachen. Während sich alle seit Jahren über immer niedrigere Zinsen beklagen, freuen sich die Bürgerstiftungen über ständig wachsendes Stiftungskapital. 305 Millionen Euro sind es aktuell. Dr. Stefan Nährlich, Geschäftsführer der Stiftung Aktive Bürgerschaft, erklärt: „Das vieldiskutierte Problem der Niedrigzinsen gleichen die Bürgerstiftungen durch Spendeneinnahmen aus und halten damit ihre Förderausgaben stabil.“ Zudem erhielten die Bürgerstiftungen immer noch mehr Zustiftungen als Spenden. 2014 gab es 29,2 Millionen Euro Zustiftungen; „nur“ 12 Millionen Euro wurden durch Spenden eingenommen.

Aktuelle Zahlen gab die Stiftung Aktive Bürgerschaft Anfang Oktober in der achtseitigen Publikation „Report Bürgerstiftungen. Fakten und Trends 2015“ heraus. Dazu wurden alle 387 Bürgerstiftungen, die bis zum 30. Juni 2015 gegründet wurden, befragt; 80 Prozent von ihnen antworteten.

Den kompletten Report finden Sie als PDF-Download unter

▶ *www.aktive-buergerschaft.de/fp_files/ReportBuergerstiftungen2015.pdf*

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

Blogger Badawi bekommt eigene Stiftung

Der saudiarabische Blogger Raif Badawi, der seit 2012 „wegen Abfall vom Glauben“ in einem saudischen Gefängnis sitzt und zu zehn Jahren Haft sowie insgesamt 1 000 Peitschenhieben verurteilt wurde, hat eine eigene Stiftung bekommen. Seine Frau Ensaf Haidar, die mit den drei gemeinsamen Kindern in Kanada lebt und von dort für ihren Mann kämpft, hat die Stiftung gegründet. Diese soll nicht nur den Kampf für die Freilassung Badawis unterstützen, sondern auch die Presse- und Meinungsfreiheit in der arabischen Welt fördern.

▶ *www.raifbadawi.org*

Klassik für die „Gute Tat“

Am 16. Dezember lädt die Stiftung Gute-Tat zum Benefizkonzert in die Berliner Philharmonie ein. Ab 20 Uhr werden im Kammermusiksaal Stars der klassischen Musik auf der Bühne stehen. Mit dabei sind unter anderem der Pianist Martin Stadtfeld, die Sopranistin Simone Kermes und der Gitarrist Milog Karadaglic. Das Barockorchester La Folia begleitet sie. Die Erlöse aus dem Ticketverkauf kommen der Stiftung Gute-Tat zugute, die sich für über 500 Berliner Projekte einsetzt, die ehrenamtliche Unterstützung brauchen.

▶ *www.gute-tat.de*

Bundesverdienstkreuz für SozDia-Gründer

Michael Heinisch, der Gründer der SozDia Stiftung Berlin, die am 6. Oktober ihr 25-jähriges Bestehen feierte, ist mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet worden. Der Sozialdiakon rief nur einen Tag nach der deutschen Wiedervereinigung einen Verein ins Leben, aus dem die Stiftung hervorging. Sie hilft Kindern, Jugendlichen und Familien. Die Verleihung des Bundesverdienstkreuzes durch Bundespräsident Joachim Gauck wird im Dezember stattfinden.

▶ *www.sozdia.de*

Stadt der Zukunft für Afrika

Im Norden Äthiopiens soll eine völlig neue Stadt namens „Buranest“ entstehen, in der 15 000 Menschen leben können. Sie soll für sich selbst sorgen und gleichzeitig Wirtschaftsmotor für die ganze Region sein. Unterstützt wird das Modellprojekt von der Stiftung Menschen für Menschen Schweiz, die den Bewohnern am Anfang beim Aufbau einer Infrastruktur und bei der landwirtschaftlichen Weiterbildung zur Seite steht.

▶ *www.menschenfuermenschen.ch*

Spenden in der Schweiz weiter auf höchstem Niveau

Die Stiftung Zewo verzeichnet einen neuen Spendenrekord in der Schweiz. Aus der Spendenstatistik für 2014 geht hervor, dass das Spendenvolumen in der Alpenrepublik mit über 1,7 Milliarden Franken auf höchsten Niveau stabil geblieben ist. Bei den Organisationen mit Zewo-Siegel kamen davon 677 Millionen Franken aus Privathaushalten, und 328 Millionen Franken wurden von Institutionen gespendet.

▶ *www.zewo.ch*

Bildungsförderprogramm für Kinder in NRW gestartet

In Nordrhein-Westfalen ist im Oktober die Stiftungsinitiative für Grundschulkinder aus sozial schwachen Stadtteilen gestartet. Das Förderprogramm „Vivo – Bildung von Grund auf!“ der Stiftung der Deutschen Wirtschaft (sdw) unterstützt im gesamten Bundesgebiet insgesamt sieben Schulklassen der Stufen 1 bis 4. Außerdem werden die Kinder beim Übergang in weiterführende Schulen begleitet. Die Projektpartner in NRW sind Schulen in Düsseldorf und Oberhausen.

▶ *www.sdw.org/vivo*

Stiftungsarchive zum Nachschlagen

Viele Stiftungen verfügen über wertvolle historische Quellen. Aber gerade kleinere Stiftungen haben oft nicht die Möglichkeiten und Kapazitäten, den Bestand ihrer Archive aufzuarbeiten oder gar für Außenstehende zugänglich zu machen. Der Bundesverband Deutscher Stiftungen hat nun einen Wegweiser zum Thema herausgegeben. „Archive in Stiftungen" listet 342 Stiftungsarchive übersichtlich von A bis Z mit Standort, Kontaktadresse, thematischem Schwerpunkt, Kurzprofil, Beständeübersicht und Zugangsmöglichkeiten auf. Außerdem werden einige deutsche Stiftungsarchive mit einem kleinen Porträt vorgestellt. Ein Leitfaden zur privaten Archivierung gibt Tipps zum Beispiel zum optimalen Klima in den Magazinräumen, was zu tun ist bei Materialzerfall oder wie man digitales Archivgut aufbereitet.

Bundesverband Deutscher Stiftungen (Hg.): Archive in Stiftungen. Ein Wegweiser. Berlin 2015. 284 Seiten. ISBN: 97839413687 36. Kostenfrei zu bestellen über ► shop.stiftungen.org/archive-in-stiftungen

Ein Foto mit Kanzlerin Angela Merkel, auf dem sie die Augen schließt, dazu der Schriftzug „Volksvertreter?". Die Giordano-Bruno-Stiftung will mit dieser Plakataktion, die Mitte Oktober in Berlin startete, auf die Kluft zwischen Politik und Bevölkerung beim Thema Sterbehilfe hinweisen. Das Foto steht symbolisch dafür, dass Merkel die Augen davor verschließt, dass sich 80 Prozent der Deutschen gegen die Kriminalisierung von professioneller Sterbehilfe aussprechen. Zwei weitere Motive zeigen den Sterbehelfer Uwe-Christian Arnold („Letzte Hilfe") und Dignitas-Gründer Ludwig A. Minelli als „Verbrecher", die ebenfalls die Augen geschlossen haben. Es soll zeigen, dass beide Unterstützer der „Kampagne für das Recht auf Letzte Hilfe" sind.
► *www.giordano-bruno-stiftung.de*

Caritas-Stiftungen legen weiter zu

Die Caritas-Stiftungen sind auf dem Vormarsch. In einer Erhebung des Deutschen Caritas-Verbandes vom Juli diesen Jahres wird deutlich, dass die Caritas-Stiftungen Ende 2014 über 223 Millionen Euro Stiftungskapital verfügten, insgesamt 288 Stiftungen treuhänderisch verwalteten und 5,4 Millionen Euro für soziale Belange zur Verfügung standen. Thomas Hoyer, Vorsitzender des Arbeitskreises Caritas-Stiftungen, freut sich: „Mit diesen Mitteln werden viele Vorhaben unterstützt, die sonst nicht finanzierbar wären. Deshalb sehen wir Stiftungen als zunehmend wichtige Akteure in der Sozialen Arbeit."

Über mehr als 600.000 Euro von der Caritas Stiftung konnten sich zum Beispiel mehrere soziale Projekte und Maßnahmen im Erzbistum Köln freuen. Eines dieser Projekte, denen im letzten Jahr ein Teil der Förderungen zugutekam, ist die Kinderinterventionsstelle des Sozialdienstes katholischer Frauen (SkF) Köln. Sie erhielt Mittel aus der Anton-Schmal-Stiftung, welche die Caritas-Stiftungen treuhänderisch verwalten.

► *www.caritasstiftung.de*

Advertorial

Aktuell: Stiftung und Sponsoring

In seiner neuesten Ausgabe berichtet „Stiftung & Sponsoring", das Magazin für Nonprofit-Management und -Marketing, über das Thema Umweltschutz und die Entwicklung und Förderung geeigneter Technologien zur Umsetzung der Umweltschutzziele. Diese werden auch von einer Reihe größerer Deutscher Stiftungen wie der Deutschen Bundesstiftung Umwelt unterstützt. Stifter Michael Succow spricht über die Gleichrichtung der Interessen von Natur und Wirtschaft, zur Agrar- und Energiewende und zur gezielten Technologieförderung. Weitere Autoren dieser Ausgabe sind unter anderem Peter Buss von StiftungSchweiz.ch, Dr. Christoph Abs, ehemaliger Direktor des Projekts Wald in Not, und Florian Hinze vom gemeinnützigen Analyse- und Beratungshaus Phineo. Die „Roten Seiten" widmen sich in dieser Ausgabe dem Unmittelbarkeitsgebot nach § 57 AO.

► *www.stiftung-sponsoring.de*

Ein Kompass für das Stiftungsfundraising

Eine neue Inhaltsanalyse der schweizerischen Stiftungszwecke hilft Fundraisern

Zwar werden Schweizer Stiftungen im Handelsregister erfasst, Abfrage- und Suchmöglichkeiten blieben jedoch bisher beschränkt und das Bild des Gesamtsektors gestaltete sich diffus. Eine systematische Inhaltsanalyse der rund 13 000 schweizerischen Stiftungszwecke macht den Markt nun greifbar und erweitert die Stiftungsrecherche. Die Auswertungen basieren auf Daten der Online-Stiftungsplattform StiftungSchweiz.ch.

Von REMO AESCHBACHER

Fundraiser finden sich in der Schweiz in einem pluralistischen Stiftungsmarkt wieder. Nach Abzug der Stiftungen, die überwiegend Aspekte einer Personalvorsorge-, Unternehmens- oder Familienstiftung aufweisen, umfasst der Bestand schweizerischer klassischer Stiftungen rund 12 700 Einheiten (Stand 19. April 2015). 26 Prozent machen Angaben über operative Tätigkeiten, 74 Prozent sind reine Förderstiftungen. 19 Prozent begünstigen ausschließlich oder teilweise Zwecke im Ausland. Rund 3 Prozent konzentrieren ihre Begünstigung auf juristische Personen, 2 Prozent machen Angaben, lediglich direkt natürliche Personen zu unterstützen. Die Schweizer Stiftungslandschaft ist mit einem Durchschnittsalter von 23 Jahren relativ jung.

Wie die Abbildung zeigt, können schweizerische Stiftungszwecke auf drei Popularitätsstufen angesiedelt werden: Jeweils 35 bis 39 Prozent der Stiftungen begünstigen in den Bereichen Soziales, Kunst/Kultur/Freizeit und Aus- und Weiterbildung. 16 bis 19 Prozent widmen sich der Wissenschaft, Forschung und Entwicklung, der Gesundheit oder Themen in Gesellschaft, Politik oder Wirtschaft. Jeweils 7 bis 9 Prozent unterstützen Anliegen in den Bereichen Umweltschutz, Ethik und Religion oder begünstigen die Entwicklungszusammenarbeit. Schließlich benennen 7 Prozent gar keinen Fokus oder behalten sich vor, thematisch offen zu wirken.

Bereits diese Unterschiede der Popularität von Stiftungszwecken zeigen, dass sich Fundraiser je nach Projektantrag in einer leichteren oder schwierigen Recherche-Ausgangslage befinden. Durchschnittlich tangieren Stiftungen nämlich zwei von neun Wirkungsgebieten. Durch die zusätzliche Berücksichtigung der Reihenfolge der genannten Zweckbereiche wird eine gewisse Priorisierung oder Gewichtung ersichtlich. So werden soziale Unterstützungsbegehren in 67 Prozent der Fälle an erster Stelle genannt, Anliegen im Bereich Erziehung-, Aus- und Weiterbildung dagegen nur zu 37 Prozent. Sie haben damit häufig zweckergänzende Funktionen. So muss ein Fundraiser damit rechnen, in verschiedenen thematischen Suchbereichen unterschiedlich starkes Stifter-Commitment gegenüber einem Thema zu finden.

Obwohl beim Verfassen eines Stiftungszwecks in der Regel empfohlen wird, weder zu eng noch zu offen zu formulieren, zeigen sich bei den Texten größere formale Unterschiede. Stiftungszwecke umfassen von wenigen Zeichen, wie „Tierfürsorge", bis hin zu mehreren Tausend Zeichen lange Texte. Die Beschaffenheit des Stiftungszwecks ist außerdem abhängig vom Alter der Organisation: Je älter die Stiftungen sind, desto

kürzer sind deren Stiftungszwecke und desto enger ist deren inhaltlicher Fokus. Es können sechs verschiedene Stiftertypen differenziert werden:

Die visionären Veränderer: Rund 23 Prozent der Stiftungstexte lassen auf Stiftungsgründer schließen, die in gewisser Weise „die Welt verändern" möchten. Hierunter fallen größere Teile der Stiftungen in den Wirkungsbereichen gesellschaftspolitischer Anliegen, Entwicklungszusammenarbeit und Ethik/Religion.

Die umweltbewussten Generalisten: Rund 21 Prozent der Stiftungstexte sind sehr breit ausgerichtet oder weisen gar keinen besonderen Zweckfokus auf. Da hier auch die eher breit ausgerichteten Stiftungen des Umwelt- und Naturschutzes verortet werden, kann man sie deshalb auch die umweltbewussten Generalisten nennen.

Die fokussierten Künstler: Rund 17 Prozent der Stiftungen legen ihren Fokus sehr eng auf den Wirkungsbereich Kunst, Kultur und Freizeit, allenfalls in Kombination mit Bildung.

Die empathischen Helfer: 16 Prozent sind reine soziale Stiftungen, die sich ebenfalls nur in einem Wirkungsbereich bewegen, unter allfälliger Kombination mit Bildungszwecken.

Die betroffenen Angehörigen: Rund 1700 Stiftungen (13 Prozent) legen ihren Schwerpunkt auf gesundheitliche Themen, kombiniert mit Wissenschaft und Sozialem. Es könnte darauf geschlossen werden, dass die Stifter hier oft persönlich oder deren Umfeld vom Thema betroffen sind.

Die kultivierten Intellektuellen: Schließlich sind die Stiftungen auszumachen, die den Schwerpunkt auf Wissenschaft und Forschung legen, kombiniert mit Kunst/Kultur, Politik/Gesellschaft und Bildung. Sie machen rund 10 Prozent aller Stiftungen aus.

Das Kategorisierungssystem auf Stiftung-Schweiz.ch trennt unter anderem die Wirkungsbereiche von den Begünstigten und bündelt Stiftungen dadurch auf zwei Ebenen. Das ermöglicht eine ergänzende Stiftungssuche nach Kategorien, die nicht mehr von einzelnen Wortlauten abhängig ist. Fundraisern werden so gezielte Einblicke in unentdeckte Stiftungssegmente ermöglicht.

*Die ausführlichen Studienergebnisse können unter **www.vmi.ch** bestellt werden.*

***Remo Aeschbacher** ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Verbandsmanagement Institut (VMI) der Universität Fribourg/CH und dissertiert zu den Themen Stiftungsmarkt und NPO-Profession. Zuvor war er beim Bundesamt für Polizei (fedpol) tätig und absolvierte ein Praktikum in der Kommunikationsstrategie bei der Daimler AG in Stuttgart. 2013 schloss er den Master of Arts in Management an der Universität Freiburg/CH ab.*

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

Für das Leben lernen

Evengelisches Johannesstift Berlin fördert Grundschüler

Was 2008 als kleines Sozialprojekt begann, ist inzwischen zu einer wichtigen Kulturarbeit an Berliner und Brandenburger Grundschulen geworden: Die Kampagne „Kinder beflügeln" des Evangelischen Johannesstifts weiß Kinder fürs Lernen zu begeistern.

Von CLAUDIA LUKAT

„Mir gefällt diese Vielfältigkeit, die wir mit ‚Kinder beflügeln' in die Schulen bringen und hier gestalten dürfen", freut sich Fiona Okun, Mitarbeiterin des Projektes. An acht Kooperationsschulen und einigen anderen Schulen in Problemvierteln Berlins und Brandenburgs realisiert sie gemeinsam mit einem großen Team verschiedene Projekte.

„Wir möchten Kinder einfach neugierig machen und Lust am Lernen wecken. Dazu haben wir ganz viele begeisterte Mitarbeiter, die sich sehr stark engagieren. Und auch die Lehrer, Sozialpädagogen, Schulleiter und Erzieher leisten hier eine tolle Arbeit." Fiona Okun ist vom sozialen Engagement, das ihr bei ihrer Arbeit tagtäglich begegnet, begeistert.

Im Vordergrund der einzelnen Aktionen steht dabei immer die Bildung, ganz gleich ob in Sprache und Kultur oder auch in Sport und gesunder Ernährung. So werden beispielsweise die Schülerzeitung „KiezWelt", die begehrten „LeseAbenteuer" und auch die „KulturPiloten" umgesetzt. Das Erlernen verschiedener Kompetenzen sei hierbei ein wichtiger Punkt, erklärt Fiona Okun: „Bei den ‚KulturPiloten' erkunden wir oft unsere Umgebung und gehen beispielsweise in die Gemäldegalerie. Dabei lernen die Grundschüler ihren Kiez kennen und auch einen Stadtplan zu lesen. Die Kinder geben ihre Erfahrungen danach gern an ihre Eltern und Geschwister weiter, sodass auch diese an solche Bildungsthemen herangeführt werden. Damit wird schließlich nicht nur der Horizont der Kinder erweitert."

Die nachhaltige Arbeit liegt den Mitarbeitern besonders am Herzen, und sie erleben immer wieder schöne Momente: „Bei unserem Projekt ‚Lesekoffer' dürfen die Kleinen für eine Woche einen Koffer mit verschiedenen Büchern, Tee, einem Sitzkissen und einer kuscheligen Lesemaus mit nach Hause nehmen. Mit einem Mädchen ist der Koffer sogar bis nach Ghana gereist – und er ist wieder zu uns zurückgekommen", freut sich Fiona Okun. All diese spannenden und erlebnisreichen Projekte müssen natürlich auch finanziert werden, verrät sie weiter: „Da wir uns ausschließlich durch Spenden finanzieren – vom Bleistift über das Butterbrot bis hin zum Telefon –, freuen wir uns, wenn bei der nächsten Spende auch an unser Projekt gedacht wird."

Mit seinen unzähligen kleinen Aktivitäten für hilfsbedürftige Kinder konnte „Kinder beflügeln" schon verschiedenste Preise einheimsen wie den Preis für soziales Engagement PHINEO. Im bundesweiten Wettbewerb „Ideen für die Bildungsrepublik" wurden auch die „KulturPiloten", ein Projekt im Rahmen von „Kinder beflügeln", ausgezeichnet. Damit möchte Fiona Okun besonders auf die Bedürfnisse von Kindern aufmerksam machen: „Kinder haben Potenzial und so viel Lust zu lernen – das sollten wir nicht ungenutzt lassen."

***Claudia Lukat** ist ausgebildete Erziehern, Coach und Supervisorin und arbeitet seit 24 Jahren im Evangelischen Johannesstift. Seit 2009 hat sie die Projektleitung bei „Kinder beflügeln" inne.*

▶ *www.evangelisches-johannesstift.de/kinder-befluegeln*

Stiftungen zeigen Flagge bei der Flüchtlingshilfe

Die Flüchtlingskrise stellt Europa vor neue Herausforderungen. Auch zahlreiche Stiftungen unterstützen oder fördern Projekte zur schnellen Hilfe und Integration von Asylsuchenden.

So kooperieren die Walter Blüchert Stiftung und die Deutsche Universitätsstiftung und machen gemeinsam mit dem Projekt „hochform" Akademiker mit Flüchtlingsstatus fit für Zusatzstudium und Arbeitsmarkt. Über ein bis zwei Jahre erhalten sie intensive Betreuung durch einen Hochschulprofessor, der ihnen als persönlicher Mentor zur Seite steht. Durch den Zugang zu schon vorhandenen Netzwerken können sie auch viel schneller integriert werden. Die Anregung zu „hochform" gab übrigens Außenminister Frank-Walter Steinmeier, der die Walter Blüchert Stiftung in einem Brief um Hilfe für ausländische Akademiker bat. Jedes Jahr sollen rund 100 von ihnen von dem Programm profitieren.

Auch viele Bürgerstiftungen engagieren sich für die Hilfesuchenden. Die Bürgerstiftung Bad Honnef hat zum Beispiel einen „Fonds zur Integration von Flüchtlingen" gegründet. Die Initiatorinnen Annette Stegger und Gerlind Wisskirchen wollen vor allem die unbürokratische Hilfe von Ehrenamtlichen stärken. Wisskirchen bemängelt, dass Ehrenamtler zwar helfen wollen, es aber oft einfach am fehlenden Geld scheitere. Aus diesem Grund sollen Spendengelder an den Fonds auf kurzem Weg an Initiativen oder auch Einzelpersonen, wenn diese einen gemeinnützigen Partner unterstützen, weitergereicht werden. An wen die Gelder genau gehen, wird im Stiftungsbeirat beschlossen.

- *www.buergerstiftung-badhonnef.de*
- *www.walter-bluechert-stiftung.de*
- *www.stiftungen.org/fluechtlinge*

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,- €*
für Mitglieder: 199,- €*
ISBN 978-3-941368-59-0

Bände 1–3 | 199,- €*
für Mitglieder: 139,- €*
ISBN 978-3-941368-60-6

CD-ROM | 199,- €*
für Mitglieder: 139,- €*
ISBN 978-3-941368-61-3

* Preise inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten von 3 € bzw. 8 € (Buchausgabe Verzeichnis Deutscher Stiftungen).

Bundesverband Deutscher Stiftungen

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

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

Mitarbeiter-Euro und Glockenguss live

Die Stiftung Kunstgussmuseum Lauchhammer pflegt ihre Kontakte zu Unternehmen

Seit Jahrhunderten wird in Lauchhammer Kunstguss betrieben, doch in den turbulenten Jahren kurz nach der Wende droht plötzlich alles unterzugehen. Die Rettung kam in Form einer Stiftung. Eine Erfolgsgeschichte, die vor allem durch gute Ideen und viel Herzblut geschrieben wird.

Von UTE NITZSCHE

„Wir wussten damals nicht recht, was da eigentlich auf uns zukommt." Wenn Gerhard Nies an die Gründungsjahre der Stiftung Kunstgussmuseum Lauchhammer zurückdenkt, erinnert er sich an eher unruhige Zeiten. Anfang der 90er Jahre wurde ein Kunstgussmuseum eingerichtet, 1993 tat sich der „Freundeskreis Kunstguss" e. V. zusammen, kurz darauf reifte bei der Geschäftsführung der TAKRAF Lauchhammer GmbH, einem Unternehmen für Maschinen und Anlagen jeglicher Art, und deren Partnern die Idee, eine Stiftung als Trägerin des Museums ins Leben zu rufen – als eine der ersten Stiftungen Brandenburgs. 500 000 D-Mark und eine Immobilie, in der das Museum untergebracht war, bildeten damals das Stiftungskapital. „Kurz nach der Wende durfte nicht alles den Bach runtergehen. Mit der Stiftung wurde ein Fundament zur Wahrung der Kunstgusstradition in Lauchhammer geschaffen", sagt Nies, der in den 90er Jahren Geschäftsführer der TAKRAF war und jetzt im Ruhestand ist. Seine Aufgaben als Beiratsvorsitzender der Stiftung und Erster Vorsitzender im Freundeskreis nimmt er mittlerweile zum großen Teil von Berlin aus wahr.

Wenn er „alles" sagt, dann meint Gerhard Nies damit fast 300 Jahre handwerkliche Tradition. 1725 wurde der erste Hochofen im „Hammerwerk an den Lauchteichen" in Betrieb genommen. Man spezialisierte sich auf größere Stücke wie Statuen, Büsten und Gebrauchsguss. Damit ist Lauchhammer die erste Produktionsstätte gusseiserner Großplastik und Wiege des Eisenkunstgusses. Später verlagerte sich der Schwerpunkt in Richtung Kunst; es kamen unter anderem Antikenkopien und im 19. Jahrhundert der Bauguss hinzu; Brücken, Geländer, Portale und 320 Wasserpumpen für Berlins Straßen entstanden. Zu DDR-Zeiten schließlich wurde aus dem Unternehmen eine Abteilung des VEB Schwermaschinenbau Lauchhammerwerk, 1990 folgte die Privatisierung.

Das Kunstgussmuseum, dessen Sammlung unter Denkmalschutz steht, entstand mithilfe von ABM-Kräften parallel zur Stiftung und entwickelte sich schnell zu einem Highlight für die brandenburgische Kleinstadt. Obwohl anfangs wenig Unterstützung aus der Bevölkerung kam: „Die Leute hatten lange Zeit andere Sorgen und einfach kein Ohr dafür“, erinnert er sich. Bald kam der Vorschlag auf, Unternehmen mit einzubeziehen. Interessierte Firmen sollten pro Mitarbeiter und Monat einen Euro an das Museum spenden. Mit diesem Einfall ging der Freundeskreis auf Partnersuche, sprach ausgesuchte Unternehmen in der Region an, lud sie ins Museum ein. Mit Erfolg – bis heute gehören ein Hersteller für Windkraftanlagen mit über 500 Mitarbeitern und eine Berliner Behörde, die 25 Mitarbeiter zählt, zu den Unterstützern. Für die Stiftung sind sie nicht bloß Geldgeber. „Ein bis zweimal im Jahr treffen wir uns zu einem Gespräch. Zudem sind Unternehmensvertreter häufig bei Beratungen dabei und informieren sich über Neuigkeiten aus der Stiftung und dem Museum“, sagt Gerhard Nies.

An fruchtbaren Ideen, um Mittel zu beschaffen, mangelt es nicht. Als 2008 ein neues Gebäude bezogen wurde, traten finanzielle Engpässe auf, das Stiftungskapital wurde angetastet, Lösungen mussten her. „Wir entschlossen uns, aktiver auf die Wirtschaft zuzugehen und der Industrie etwas zu bieten“, so Nies. Es wurde eine Arbeitsgemeinschaft gebildet. Unterstützung kam auch vom brandenburgischen Wirtschaftsministerium, und im September 2014 hieß es zum ersten Mal „Wirtschaft trifft Kultur“. Das Konzept ging auf, sodass in diesem Jahr die zweite Auflage der Veranstaltung stattfand. „Von 32 Personen folgten über 80 Prozent unserer Einladung“, freut sich Gerhard Nies. Die Gäste sahen unter anderem einen historischen Film über die Kunstgießerei, erfuhren bei einer Führung mit dem Gießereileiter Wissenswertes rund um dieses Handwerk und waren Zeugen einer Sonderschmelze. Im Endeffekt gewann der Freundeskreis mit der Aktion nicht nur neue Mitglieder, sondern freute sich auch über weitere Sachspenden und Finanzspritzen. Die Vorbereitungen für die dritte Auflage im Sommer 2016 laufen bereits. Geplant ist ein Gießereifest, das überregional präsentiert wird und bei dem die Gäste auch live bei einem Glockenguss dabei sein können. Ein solcher findet übrigens etwa einmal pro Monat statt und trägt ebenfalls zur Finanzierung bei, denn der höhere Eintrittspreis für das Kombipaket aus Besichtigung des Museums und eines Glockengusses steigert die Einnahmen. Auch ein Teil der Verkaufserlöse aus dem Museumsshop fließen mit ein.

Zudem können Kunden Großplastiken erwerben, die schon mal über 5 000 Euro kosten können. Beliebt sind auch Tierplastiken in limitierter Auflage. Wer besondere Wünsche hat, kann diese ebenfalls gern äußern. „Man muss sich immer wieder informieren und neue Gedanken entwickeln“, ist sich Nies sicher, denn gerade in Ostdeutschland sei es sehr schwierig, Mäzene zu finden und Zustiftungen zu erhalten. Und so werden hoffentlich auch in Zukunft die Ideen nicht ausgehen, um die Lauchhammer Kunstguss-Tradition am Leben zu halten.

▶ *www.kunstgussmuseum-lauchhammer.de*

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
144 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

Gut erklärt

„Neumodischer Kram“? Personen verschiedener Arbeitsbereiche erschaffen beim Design Thinking gemeinsam innovative Ideen. Das wurde bereits in den 1970er Jahren an der Stanford University als Konzept entwickelt: Menschlich-psychologische Faktoren werden genauso berücksichtigt wie technische, prozessuale und ökonomische. Das Ergebnis sind keine 08/15-Lösungen. Das Autorenteam erklärt die einzelnen Phasen des Design Thinking, benennt Ziele und stellt zu jeder Phase passende Methoden vor. Im zweiten Teil geht es um die Umsetzung dieser Workshop-Theorien im Arbeitsalltag.

Falk Uebernickel, Walter Brenner, Therese Naef, Britta Pukall, Bernhard Schindlholzer. Design Thinking – Das Handbuch. Verlag Frankfurter Allgemeine. 2015. 240 Seiten. ISBN: 9783956010651. [D] 29,90 €, [A] 30,80 €, 41,80 CHF.

Go digital!

„Der Netzwerkgedanke spielt eine immer größere Rolle bei der Spendermotivation, besonders für die jüngere Generation, die zukünftig den Spendenmarkt bestimmen wird.“ Wie Netzwerken über digitale Medien gut gelingen kann, haben die Mitarbeiter von betterplace.org hier zusammengetragen. Übersichtlich und leicht verständlich geschrieben, ist das Buch auch für Einsteiger geeignet. Unter anderem erklärt Maik Meid, dass die Möglichkeit des Spendens über mobile Endgeräte – obwohl in Deutschland bisher relativ unbedeutend – bei der Erstellung eines Online-Fundraising-Konzeptes nicht fehlen sollte.

Björn Lampe, Kathleen Ziemann, Dr. Angela Ullrich. Praxishandbuch Online-Fundraising. transcript Verlag. 2015. 184 Seiten. ISBN: 9783837633108. [D] 9,99 €, [A] 10,30 €, 13,95 CHF.

Fundraising aus Überzeugung

Dieses Buch ist für mich keine Überraschung. Ich kenne den Autor seit Jahren und erinnere mich an die guten Gespräche, die wir miteinander geführt haben. Dieses Buch wird Mitarbeiter in NGOs verwirren, denn es stellt viele kleine tägliche Handlungsweisen infrage und argumentiert extrem überzeugend. Der Stil ist dabei offen, ehrlich, auffordernd und persönlich. Andreas Schiemenz argumentiert nicht nur, er plädiert. Er bringt keine Beispiele, sondern Handlungsanleitungen. Schritt für Schritt parkt er uns im Kopf um und macht uns klar, dass das bessere Gespräch zuerst einmal von uns selbst abhängt. Nämlich zum Beispiel von der Bereitschaft, neugierig auf Menschen zu sein. Doch warum kann das Buch auch verwirren? Weil es voraussetzt, sich vorurteilsfrei mit dem Thema Verkauf zu beschäftigen. Das ist für viele ein rotes Tuch. Wir verkaufen nichts – wir überzeugen unsere Spender. Und schon hat uns Schiemenz da, wo er uns haben will, denn wir verkaufen doch, und zwar mit Überzeugung. Wer sich darauf einlässt, wird überrascht sein, wie viel er im Leben bereits verkauft hat. Es geht nur darum, es positiver zu denken.

Mit direkter Absprache und eigenen Erlebnissen gelingt es Schiemenz, uns klarzumachen, dass die Chance für das gute Gespräch nicht nur in der Vorbereitung, sondern in der inneren Haltung liegt. Seine Tipps klingen manchmal sehr eigen. Doch er legt sie überzeugend dar, man könnte auch sagen, er verkauft sie perfekt, indem er sich auf uns als Leser einlässt. Das Buch motiviert großartig und ist ein Erfahrungsschatz.

Matthias Daberstiel

Andreas Schiemenz. Das persönliche Gespräch: Fundraising durch Überzeugung. Springer-Gabler. 2015. 248 Seiten. ISBN: 9783658014254. [D] 34,99 €, [A] 35,97 €, 48,90 CHF.

Mustersatzung

Der Autor hat seinen Ratgeber zu Vereinssatzungen überarbeitet, sodass in die 2. Auflage Aktualisierungen des Ehrenamtsstärkungsgesetzes und das 2. Kostenrechtsmodernisierungsgesetz eingeflossen sind. Die undankbare Aufgabe der Formulierung einer hieb- und stichfesten Satzung wird dadurch zwar nicht einfacher, aber durch die detailierte Schritt-für-Schritt-Anleitung und das jeweilige Aufführen von Formulierungsalternativen und deren Auswirkungen findet sich am Ende doch ein Weg durch den Dschungel. Das empfiehlt sich nicht zuletzt auch steuerrechtlich.

Michael Röcken. Vereinssatzungen. Strukturen und Muster erläutert für die Vereinspraxis. Erich Schmidt Verlag. 2. Auflage. 2015. 183 Seiten. ISBN: 9783503163977. [D] 28,00 €, [A] 28,80 €, 39,15 CHF.

Miteinander erfolgreich

Um Unternehmenskooperationen eine theoretische Basis zu bieten, widmet sich dieser Leitfaden gleichermaßen der Seite gemeinnütziger Organisationen wie der der Unternehmen. Den Kern bildet eine Anleitung zur erfolgreichen Kooperation in sechs Schritten. Die beginnen natürlich „vor der eigenen Tür“: Ohne klar definiertes Profil findet keine Organisation den geeigneten Partner. Durch eine klare Selbstaufstellung lassen sich auch eventuelle Vorbehalte der eigenen Mitarbeiter leichter beheben, denn solche Formen der Zusammenarbeit werden nicht seltener werden.

Reinhard Lang, Ellen Sturm. Neue Verbindungen schaffen. Unternehmenskooperationen für gemeinnützige Organisationen. 2015. 70 Seiten. ISBN: 9783937765051 Zu bestellen unter www.upj.org

Sind Sie ein Bürger?

Mit der Mündigkeit ist es ja so eine Sache. Will man durchschnittliche Wahlbeteiligungen als repräsentativ betrachten, könnte man fast schon schwarzsehen. Muss man aber nicht. Es ist nie zu spät, aktiv zu werden und Demokratie mitzugestalten. Schließlich geht es hierbei für jeden Einzelnen um die eigene Sache. Die vierte Auflage des Bürgerhandbuchs will aber nicht nur den deutschen Bürger emanzipieren, sondern noch weitergehend das große Ganze ins Auge fassen und den Europa- und Weltbürger auf den Plan rufen. Dazu haben die Autoren ganze 99 Tipps zusammengestellt, die zeigen, wie man sich ganz einfach im Alltag einmischen kann. Dabei wird das Spektrum der aufgeführten Möglichkeiten der Differenziertheit unserer heutigen Gesellschaft gerecht. Auch politische Systeme sind komplex, viele Zusammenhänge nicht auf den ersten Blick erkennbar. Genau da setzt das Bürgerhandbuch an.

Rico Stehfest

Paul Ackermann, Ragnar Müller. Bürgerhandbuch. Wochenschau Verlag. 4. Auflage 2015. 312 Seiten. ISBN: 9783734401077. [D] 21,40 €, [A] 27,60 €, 29,90 CHF.

Nichts für Spinner

Nur die wenigsten haben genaue Vorstellungen davon, was ein Spin-Doktor macht. Beim Rest der Bevölkerung ist der Begriff hauptsächlich mit negativen Assoziationen verbunden. Manipulieren, schönreden und Unwahrheiten verbreiten sind die gängigen Vorurteile. Autor Mathias Ulmann weiß, wovon er spricht: Er arbeitet seit Jahren als Berater für Politiker und Netzwerkagenturen. In vier Kapiteln widmet er sich der Spezies des Spin-Doktors, erklärt dessen Aufgabengebiet, seine Denkmuster und widmet sich der Kunst der Vermittlung. Mit seinem Buch will er keinen Leitfaden für seinen Berufsstand herausbringen und zeigt nicht nur Managern und Führungskräften, sondern auch allen anderen Lesern, wie sie in Zeiten der digitalen Medien die Strategien und Tricks der Spin-Doktoren für sich nutzen können. Locker geschrieben und mit bekannten Beispielen illustriert (Roman Herzogs „Ruck-Rede"), ist das Buch eine unterhaltsame Lektüre.

Ute Nitzsche

Mathias Ulmann. Spin it! Denken und überzeugen wie ein Spin-Doktor. Frankfurter Societäts-Medien GmbH 2015. 221 Seiten. ISBN: 9783956010644. [D] 19,90 €, [A] 20,50 €, 27,80 CHF.

Kölner Verbände Seminare

www.verbaendeseminare.de

Steuerliche und gesetzliche Veränderungen
Risiken und Probleme rechtzeitig erkennen
Gestaltungsspielräume nutzen

Steuerprobleme und -risiken der Gemeinnützigen
Donnerstag, 11. Februar 2016 in Berlin

Besteuerung von Körperschaften des öffentlichen Rechts (KdöR)
Donnerstag, 25. Februar 2016 in Berlin

Besteuerung der Wirtschafts- und Berufsverbände
Mittwoch, 9. März 2016 in Bonn

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

Kooperationspartner
DGVM Verbände report

Ganz ohne Zaster?

Was Robinson Crusoe und sein tägliches Unterfangen des Fischfangs mit einem Geldsystem zu tun hat, wird am Ende der Einführung deutlich. Geld ist heute vom Realwirtschaftssystem entkoppelt. Aber so ganz ohne Wertaufbewahrungsmittel funktioniert wohl keine Gesellschaft. Der Titel „Eine Welt ohne Geld" ist deshalb auch nicht ganz treffend für dieses Buch, da die Autoren nicht von Abschaffung sprechen, sondern einfach Gefahren gegebener Konstellationen im Geldsystem aufzeigen. Dieses sorgsame Abwägen macht die Lektüre nicht leicht, aber durchaus erhellend.

Ottmar Schneck, Felix Buchbinder. Eine Welt ohne Geld. UVK Verlag 2015. 256 Seiten. ISBN: 9783867646017. [D] 19,99 €, [A] 20,60 €, 27,95 CHF.

Letzte Flucht

Der Autor dieses Buches zum Thema Flüchtlingsproblematik ist Dokumentarfilmer. Als solcher dringt er nicht nur direkt bis in die Brennpunkte vor, sondern es gelingt ihm auch textlich eine atmosphärisch dichte Darstellung der Gesamtsituation, ohne ins Emotionale abzudriften. Michael Richter stellt Zusammenhänge in den politischen Entscheidungen in Europa dar und macht deren Auswirkungen durch konkrete Schicksale einzelner Flüchtlinge greifbar. Was dieses Buch besonder wertvoll macht, ist, dass der Autor im Ton sachlich bleibt und auf niemanden mit ausgestrecktem Finger zeigt.

Michael Richter. Fluchtpunkt Europa. Unsere humanitäre Verantwortung. edition Körber-Stiftung 2015. 248 Seiten. ISBN: 9783896841728. [D] 16,00 €, [A] 16,50 €, 22,35 CHF.

Werkzeugkasten

Lokal schlägt global. Sich vor Ort zu orientieren und zu engagieren, erscheint nicht nur naheliegend, sondern auch sinnvoll. Gerade durch die Möglichkeiten direkter Vernetzung und wechselseitiger Unterstützung sind auf lokaler oder regionaler Ebene eine Unzahl von Fundraising-Möglichkeiten gegeben. Diese zu erkennen und erfolgreich einzusetzen, hat sich dieser umfangreiche Band zur Aufgabe gemacht. Trotzdem beinhaltet das Buch auch einen Abschnitt zu Fördermitteln des Bundes und der EU.

Die mittlerweile 6. Auflage ist deutlich gewachsen und bietet sowohl dem Laien als auch dem Profi eine Unmenge an Informationen, vom Einstieg ins Fundraising bis hin zu Details der täglichen Arbeit, zusammengefasst in übersichtlichen Checklisten. Durch die Aufteilung in unterschiedliche Branchen (Hochschulen, Gesundheit, Kirche, Kultur etc.) werden Eigenheiten der Einzelbereiche deutlich, wodurch auch Querdenken aus der eigenen Tätigkeit heraus ermöglicht wird. Neben dem sehr umfangreich gestalteten Abschnitt der Fördermittel zeigen vor allem konkrete Praxisbeispiele die Sinnhaftigkeit und Möglichkeiten individueller Projekte in der Umsetzung. Dadurch eignet sich dieses Buch nicht nur für intensives Studium der Fundraising-Materie, sondern auch als Begleiter bei der täglichen Arbeit. Besonders dieser schnelle Zugriff auf den lexikalischen Charakter des Buches ist es, der durch die Herausgeber besondere Betonung erfährt. Akademische Diskussion ist bewusst nicht gewollt. Was hier geboten wird, ist solides Handwerkszeug. Die Ärmel hochkrempeln muss man dann aber doch selbst.

Rico Stehfest

Fundraising-Praxis vor Ort. Alexander Gregory, Torsten Schmotz (Hrsg.). AG Spak. 6. Auflage 2015. 534 Seiten. ISBN: 9783940865892. [D] 39,00 €, [A] 39,00 €, 54,55 CHF.

(Be)rührend

Sei es die Einladung an den Freundeskreis einer Stiftung oder ein Tag der offenen Tür, irgendwann veranstaltet jede Organisation das eine oder andere Event. Dass dieses in jedem Fall der eigenen Förderung dienen soll, liegt auf der Hand. Gäste und Besucher sollen sich nicht nur wohlfühlen, sondern emotional eingebunden werden, um an die Arbeit der Organisation gebunden zu bleiben oder zu werden. Wer sich dessen klar ist, kann über Emotionalisierung viel erreichen, wie dieser Tagungsband verrät. Allerdings empfielt sich das akademische Niveau nicht zur Lektüre zwischendurch.

Events und Emotionen. Stand und Perspektiven der Eventforschung. Cornelia Zanger (Hrsg.) Springer Gabler 2015. 356 Seiten. ISBN: 9783658103026. [D] 59,99 €, [A] 61,68 €, 83,90 CHF.

Ideenfinanzierung

Noch ein Buch über Crowdfunding. Es wird nicht das letzte sein. Hinter diesem aber steckt die größte „Fabrik" der Branche: startnext. Neben der Erklärung, was Crowdfunding ist, kann und soll kommen Initiatoren von 18 Fallbeispielen persönlich zu Wort. Das macht die Sache sehr greifbar. Besonders nützlich erscheint auch das Kapitel, das dem Scheitern und dem Umgang damit gewidmet ist. Sinnvollerweise wird auch auf mögliche Ursachen des Scheiterns eingegangen. Crowdfunding ist ja eben kein goldenes Kalb und bleibt harte Arbeit.

Ulrike Sterblich, Tino Kreßner, Anna Theil, Denis Bartelt. Das Crowdfunding-Handbuch. Ideen gemeinsam finanzieren. orange press 2015. 240 Seiten. ISBN: 9783936086805. [D] 20,00 €, [A] 20,60 €, 27,95 CHF.

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

6/2015

Fragebogen: Jona Hölderle beackert

Jona Hölderle (*www.pluralog.de*) macht was mit diesem Internet und gemeinnützigen Organisationen. Er bewegt sich also im „Neuland". Dabei hätte aus dem studierten Verwaltungswissenschaftler auch was Richtiges werden können, wäre da nicht dieses Internet und seine Möglichkeiten im Fundraising und Ehrenamt dazwischengekommen.

Während er das Internet für seine disruptive Art zu schätzen weiß, mag er an gemeinnützigen Organisationen den enormen Rückenwind, den die Ehrenamtlichen und Spender mitbringen. Sein Antrieb ist es, dieses soziale Kapital auch in Zukunft zu heben.

Seinen Schwerpunkt hat er dabei im Online-Fundraising, schließlich ist eine Spende der beste Einstieg in eine Organisation. Aber auch um den kommunikativen Teil des Internets in Form sozialer Medien kümmert er sich, ganz egal ob als Berater, im Fundraising beim NABU, als Blogger unter *www.sozialmarketing.de*, als Referent auf Kongressen und Tagungen oder mit eigenen Projekten wie *www.pluragraph.de* und *www.some.io*. Kurz: Von ihm wird Neuland gut beackert.

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

… spät.

2. Was wollten Sie als Kind werden?

Nichts von dem, was diese Erwachsenen immer machen müssen. Die Vorstellung eines festen Berufes hat mich eher abgeschreckt. Ich glaube das war auch der einzige Grund, warum ich nach der Realschule Abitur gemacht und studiert habe. Einfach um mich nicht auf eine Zukunft festlegen zu müssen.

3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Wirtschaftsflüchtlinge, weil ich diese „Die kommen ja nur, weil sie ein besseres Leben haben wollen"-Attitüde unerträglich finde.

4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Das freie Internet als neutrale Infrastruktur und die Überwindung des Nationalstaats.

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

Durch viele Länder und Gegenden, die es heute so nicht mehr gibt, reisen. Programmieren lernen und natürlich ein Haus im Berliner Umland kaufen.

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

Harald Schmidt sagte mal: „Was ist das für ein Land, in dem Menschen wie ich einen Preis bekommen?!" Recht hat er und alleine dafür auch einen Orden verdient.

„dieses Neuland“

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

In Berlin hält man ja viel darauf, sich einfach zu ignorieren. Das kommt einem schüchternen Menschen wie mir entgegen. Ansonsten würde ich Bill Gates nur sagen, dass ich es gut finde, früh aus der Firma auszusteigen und sich mit Zeit und Geld gemeinnützig zu engagieren.

8. Wer ist für Sie ein Held?

Ein Held ist für mich jemand, der den Sprung vom „Man müsste“ zum Machen schafft.

9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Am Wasser, bei Freunden, weit genug im Süden, sodass es im Winter erst nach acht dunkel wird.

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

Lesen und mit meiner Tochter im Garten schaukeln.

11. Worüber können Sie lachen?

Ich lache am liebsten mit Menschen, die sich freuen, und über kruden Wortwitz.

12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

404 Fehler

13. Was war früher besser?

Die Zukunft. Aber sonst glaube ich, dass wir ganz zufrieden sein können, im Hier und Jetzt zu leben.

14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Er hat sich stets bemüht.

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

… eine schöne Form der Wertschätzung und die einfachste sinnvolle Form des Engagements.

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.

Spender Fabian F. Fröhlich darf keinen Sex haben

Freuen Sie sich auch schon auf das neue Jahr? Gute Vorsätze oder wenigstens Urlaubspläne? Einigen Franzosen dürfte es da anders gehen. Denn irgendjemand Schlaues ausgerechnet aus dem Gesundheitsministerium hat sich hingesetzt und nachgedacht. Und jetzt sieht es eben so aus, dass ab kommendem Jahr manche Franzosen keinen Sex mehr haben dürfen. Zumindest wurde das offiziell beschlossen. Ich will mal versuchen, Ihnen das zu erklären. Sie werden gleich sehen, worauf es hinaus läuft. Das ist nämlich cleverer, als es auf den ersten Blick wirkt.

Bekanntlich wird der Spenden-Kuchen ja nicht größer. Und: Immer weniger Menschen spenden. Also bemühen wir uns alle mit möglichst ungewöhnlichen Aktionen um Spendermotivation und Neuspendergewinnung und mittels langfristiger Projekte um Spenderbindung. Da wir natürlich auch noch beständig das Spendervertrauen im Blick haben, gehen wir gewissenhaft mit den Spenden unserer geschätzten Spender um. Soweit alles klar, oder? Des weiteren gilt es, bürgerschaftliches Engagement zu fördern. Und dort finden sich ja auch das Bemühen um Gleichberechtigung und der Kampf gegen Diskriminierung. Klingt alles sehr schön.

Jetzt wird es aber konkret. Auch in Frankreich steht es um Blutkonserven nicht so glänzend. Da müsste eigentlich mehr drin sein. Nur ist es ja eben so, dass nicht jeder Blut spenden darf. Schwule dürfen das zum Beispiel nicht. Ich weiß, das ist auch in Österreich, der Schweiz und Deutschland der Fall. Nur ist man in Frankreich jetzt eben schon einen Schritt weiter.

Nieder mit der Diskriminierung! Égalité! Ab kommendem Jahr dürfen in Frankreich auch Schwule Blut spenden. Aber nur unter bestimmten Bedingungen. Und da kommen eben die obigen Fundraising-Instrumente ins Spiel. Spendermotivation: Schwule dürfen nur dann Blut spenden, wenn sie mindestens ein Jahr lang keinen Sex hatten, auch keinen geschützten. Basta! Sie lachen? Lachen Sie mal vorsichtig und lesen Sie weiter. Was dabei doch ganz deutlich wird, ist Folgendes: Der Ansatz zeigt, wie hoch die einzelne Blutspende geschätzt wird! Das ist eine geniale Aktion! Die Blutspenden werden fließen, und keiner fühlt sich mehr diskriminiert. Zumindest in diesem Zusammenhang. Und einen schönen Nebeneffekt hat das auch noch! Die promisken Hallodri werden endlich mal diszipliniert. Schwuler Sex ist ja eh bäh.

So. Die Spenderbindung ist also auch schon mit drin. Und das Spendervertrauen? Hm … Sagen wir es doch einfach so: Die meinen es doch nur gut mit den sexuellen Risikogruppen. Kontrollinstrument? Ach, Quatsch.

Aber Kontrolle ist trotzdem ein Stichwort. Wenn ich mich jetzt diesem hehren Ziel anschließen wollte, wie zur Hölle weise ich meine Enthaltsamkeit nach? Darüber wird bislang geschwiegen. Ich glaub, ich geh mir jetzt einfach ein Tagebuch kaufen. Und 'ne Packung Kondome.

Ausgabe 1/2016 erscheint am 1. Februar 2016 u. a. mit diesen Themen

- Spenden für Tiere und umwelt
- Hochschul-Fundraising
- Campaigning mit Pinterest

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 1/2016, die am 01.02.2016 erscheint, ist der 07.12.2015.

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 1/20165, die am 01.02.2016 erscheint, ist der 07.12.2015.

Fotonachweise:
Titelbild & S. 14/15: blickwinkel2511@fotolia, S. 1 & 52: Melima@fotolia, S. 3, 4 & 24: Bobo@fotolia (Torte), S. 3: Udo Lehner (Münster), S. 6: David Prokop/WWF (oben), Feng Yu@fotolia, S. 8: Pierre-e Gougelet (Hubatschek), S. 24/25: vvoe@fotolia (Bilderrahmen), S. 24: Karim Merie (Clayton), Lansera@fotolia (Frau mit Buch), S. 25: rolphoto@fotolia (Frau mit Bleistift), S. 30: Sascha Bachmann/echtfotografie, S. 31: Bruno Maul, S. 36: Kassem Belkalem (DuPasquier), Iris Bothe (Fischer), S. 37: terre des hommes Deutschland e. V. (Gürtler), Droemer Verlag (Trinkwalder), Urban Ruths (Böer), S. 44: arsEdition GmbH, obs/TransFair e. V./Max Havelaar NL/ Roger van Zaal (links), S. 50: DDRockstar@fotolia, S. 54: Miro May (kleines Bild), S. 56/57: clombumbus@fotolia (Hintergrund), S. 60: SZ-Designs@fotolia, S. 64: Juliane Prade, S. 65: Paul Stadelhofer, S. 69: obs/Giordano Bruno Stiftung/Evelin Frerk, Berlin, S. 74: Tatjana Marintschuk, S. 82: oza@fotolia, alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der Fundraising Akademie

istockphoto.de © Krasimira Nevenova, ©Alexey VS

Kennen Sie Ihre Spender?

Wir helfen Ihnen, die richtige Beziehung zu Ihren Spendern aufzubauen. Mit einer individuellen Beratung und einem professionellen Projekt-management errichten wir eine solide Basis.

Die richtige Strategie als Grundstein zu Ihrem Erfolg.

vanacken
Fundraising

Magdeburger Straße 5 | 47800 Krefeld
Telefon 02151 44 00-0 | info@van-acken.de
www.van-acken.de

- Strategie und Beratung
- Produktion
- Workshops
- Print-/Außenwerbung
- Telefon-Fundraising
- uvm

Vorhang auf für maßgeschneiderte Lösungen und kreative Konzepte.

Demnächst in der Theaterstraße 15.

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