ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 2/2018

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Bitcoin als Spende

fundraiser-magazin.de

Aktuelle Themen, Texte und Termine ...

Jetzt neu mit Shop für Fachbücher und Co.

Thema

In guten Händen. Langfristig wirken: Stiftungen und Nachlass-Fundraising

Menschen

Eckart von Hirschhausen, Rosi Gollmann und Almuth Wenta im Interview

Treffen Sie uns auf dem Fundraisingkongress vom 18.-20. April 2018 in Kassel auf dem Stand 29.

FUNDRAISEPLUS

BRINGEN SIE IHRE DATEN ZUM ROCKEN

Bevor der Trubel wieder richtig losgeht, lohnt sich ein kleiner Rückblick. Auswertungen. Nachbetrachtungen. Vorbereitung des Jahresberichts. Welche Themen sind gut gelaufen? Was ist verbesserungswürdig? Wir haben mit fundraiseplus über 100 Standardauswertungen, die wir als PDF-Report, als Rohdatei für die Verwendung von Excel bis hin zur anspruchsvollen Business Intelligence Software auswerfen können. Die Zeit ist reif. Lassen Sie uns jetzt Ihre Daten zum Rocken bringen!

STEHLI SOFTWARE DATAWORKS

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,

unser Fundraising-Symposium an der Uni Frankfurt war ein voller Erfolg: Mehr als 120 Fundraisingprofis aus unterschiedlichen NGOs und Stiftungen zelebrierten den Erfahrungsaustausch zum Thema Nachlass-Fundraising. Viele interessante Aspekte wurden beleuchtet und auch hinterfragt. Wir wollen Ihnen dies nicht vorenthalten: Themenschwerpunkt der vorliegenden Ausgabe ist deshalb „Stiftungen und Nachlassfundraising".

Lesen Sie ab Seite 16, warum Frauen anders stiften, ob Stiftungen Aktien brauchen und warum Konsequenz und Kontinuität im Fundraising elementar sind. Pfarrer Torsten Sternberg blickt auf die bundesweite Erbschaftskampagne „Was bleibt?" und Holger Menze lässt Sie an seinen ganz persönlichen Ansichten teilhaben. Spannend ist auch, was Almuth Wenta im Interview ab Seite 78 über ihre Erfahrungen aus 15 Jahren Nachlassfundraising erzählt.

Anderes Thema: Akzeptiert Ihre Organisation (schon) Bitcoin als Spende? Cryptocurrency-Fundraising wird relevant sein, mag der Kurs des Bitcoin oder anderer Kryptowährungen auch schwanken. Der Blockchain-Technologie gehört die Zukunft und sie wird einiges verändern … Wenn Sie jetzt vielleicht das Gefühl haben, ein ganz klein wenig ahnungslos zu sein, lege ich Ihnen die Lektüre unserer Beiträge ab Seite 28 ans Herz.

Wissenschafts-Autor Lars Jaeger erklärt, welchen Einfluss Kryptowährungen und Blockchain haben und warum sich hieraus auch neue Möglichkeiten für Vertrauensbildung ergeben. Die Fundraiserin Jasmin Güngör arbeitet seit mehr als drei Jahren im Bereich der ethisch-nachhaltigen Geldanlage für die Organisation „Jugend Eine Welt" und berichtet, wie ihre NGO den Bereich Cryptocurrency-Fundraising aufgebaut hat, und zwar mit Erfolg.

Eine spannende Lektüre wünscht Ihnen,
Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

direct.
Agentur & Lettershop

erfolgreiche
SPENDEN MAILINGS

Sprechen Sie mit den **Spezialisten:**

direct. KÖLN
0221 /759 19-44
steffi.sczuka@directpunkt.de

direct. MÜNSTER
0251 /287 387-63
vera.dittgen@directpunkt.de

direct. HAMBURG
040 /237 860-0
service@directpunkt.de

www.directpunkt.de

Thema

ab Seite 16

Philanthropie im Verborgenen 18
Wie Frauen stiften und was das fürs Fundraising bedeutet

Auch Stiftungen brauchen Aktien 20
Geldanlagen in der Niedrigzins-Phase: So erwirtschaften Stiftungen Erträge

Spendenerfolge mit Plan und Investitionen 22
Wie die Stiftung Synapsis ihr Fundraising strategisch erfolgreich organisiert hat

Diesseitige Vorsorge 24
Fünf Jahre Erbschaftskampagne „Was bleibt." – Erfahrungen und Einsichten

„Erbschaftskampagnen sind niemals ergebnisorientiert ..." 26
Persönliche Gedanken von Holger Menze

Praxis & Erfahrung

Daumen hoch und Spenden sammeln 66
Facebook-Fundraising: Wie meldet man die Fanseite des Vereins richtig an?

Herausforderung ohne Alternative 68
Face-to-Face-Fundraising sieht sich in der Eigenverantwortung

Mitgliederverwaltung – ein leidiges Thema? 70
Vereine verlassen sich zunehmend auf externe Dienstleister

Mit Transparenz zu Impact 72
Social Reporting – mehr als die bloße Darstellung von Arbeitsergebnissen

Frühjahrsputz in der Datenbank 74
In inaktiven Adressen liegt hohes Potenzial

Update mit Herausforderungen 76
Neue Regeln bei Google Ad Grants

Menschen

Rosi Gollmann 12
... widmet ihr gesamtes Leben den Armen. Ein Interview über echte Entwicklungszusammenarbeit auf Augenhöhe

Almuth Wenta 78
... berät seit über 15 Jahren Menschen zu Erbe und Testament in gemeinnützigen Organisationen

Eckart von Hirschhausen 94
... hat unseren Fundraiser-Fragebogen ausgefüllt und verrät Persönliches

Projekte

Mit Bäumen gegen Hunger 40
Wie eine Schweizer Biologin in Burkina Faso gegen die Ausbreitung der Wüste kämpft

Trau dich! 42
Fundraising mit Spaßfaktor: Die Peer-to-Peer-Kampagne von terre des hommes

Gib alles! 44
Cycling for children – ein Peer-to-Peer-Fundraising-Event von Unicef

Verlosung

Testen Sie Ihr Wissen 96
Machen Sie mit bei unserem Rätsel und gewinnen Sie nützliche Dinge für den Fundraising-Alltag.

Aktuell: Bitcoin

Der Ruf des schnellen Geldes 28
Welchen Einfluss haben Kryptowährungen und die Blockchain-Technologie?

Bitcoin als Spende 32
Ein persönlicher Erfahrungsbericht über Cryptocurrency-Fundraising

Reflexion

Vom Geben zum Gestalten? 34
Die „DenkFabrik" hat Entwicklungen im Fundraising beleuchtet

Stiftung

Auf Safari in der „Elphi" 48
Die Stiftung Hilfe mit Plan lud zum Stiftertreffen nach Hamburg ein

Rubriken

Spektrum 6
Schöner scheitern 11
Köpfe & Karrieren 52
Branche 54
Dienstleisterverzeichnis 58
Fundraising-Kalender 82
Bildung 84
Fach- und Sachbücher 90
Fragebogen 94
Leserpost 97
Das Letzte 98
Vorschau + Impressum 98

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

Autoren

... dieser Ausgabe:
Davide Caenaro, Matthias Daberstiel, Wiebke Doktor, Kaevan Gazdar, Jasmin Güngör, Lars Jaeger, Jürg Keim, Anja Knäpper, Holger Menze, Daniela Münster, Peter Neitzsch, Ute Nitzsche, Katja Prescher, Dr. Thomas Röhr, Maximilian Schrems, Rico Stehfest, Pfarrer Dr. Torsten Sternberg, Jan Uekermann, Thomas Weigel

Weiterhin

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

- Lupenmaxx GmbH
- Swissfundraising

vanacken
Druckerei & Verlag

Es gibt viele bunte Vögel da draußen …

Welcher passt zu Ihnen?

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

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

van Acken: Profi in Sachen Druckerei und Verlag

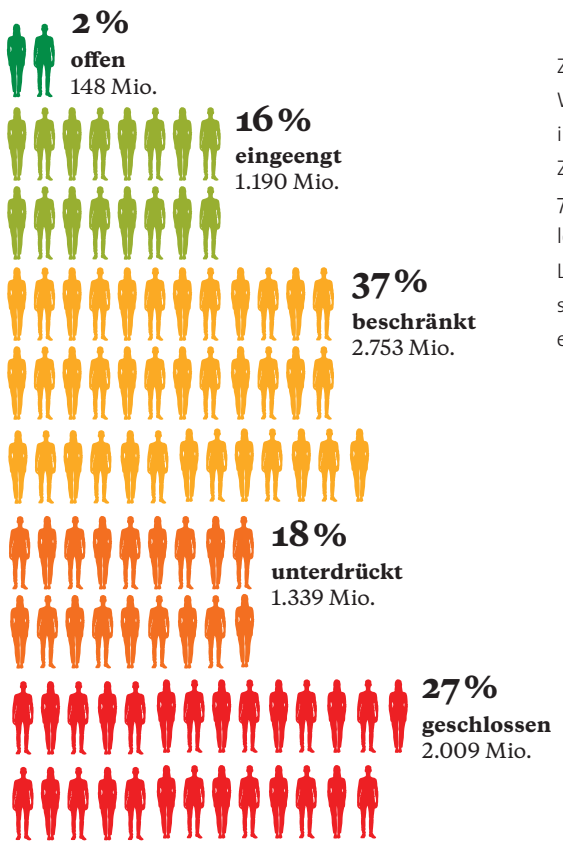
Lernen Sie unsere „Vögel" kennen.

Wir freuen uns auf Sie!

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

Zahlen & Fakten

Offene Zivilgesellschaft? Weltweit sehr selten



Zwei Prozent der Weltbevölkerung leben in Staaten mit offener Zivilgesellschaft. 7,2 Milliarden Menschen leben dagegen in Ländern, die gesellschaftliche Freiheiten einschränken.

Grafik: Brot für die Welt, Quelle: CIVICUS

Nur zwei Prozent der Weltbevölkerung können uneingeschränkt in gesellschaftlicher Freiheit leben. Das ist das Kernergebnis des erstmalig von „Brot für die Welt" vorgelegten „Atlas der Zivilgesellschaft". In sieben von acht Staaten werden politische Aktivisten, aber auch NGOs und Journalisten von den Regierungen in ihrem Engagement eingeschränkt, Tendenz steigend. „Mit Sorge beobachten wir den schrumpfenden Handlungsraum zivilgesellschaftlicher Organisationen weltweit", so Cornelia Füllkrug-Weitzel, Präsidentin von „Brot für die Welt". „In 21 Staaten, wie Bahrain, Iran oder Vietnam, ist der Raum für Zivilgesellschaft geschlossen, hier wird jegliche Kritik am Regime schwer bestraft."

▶ www.brot-fuer-die-welt.de

Und sonst noch …?

Beim Spenden immer auch an die Zielgruppe denken

Im Marketing gilt es ja mitunter, um die Ecke zu denken, will man aufmerksamkeitsstark unterwegs sein. Und gute Ideen sind nicht selten simpel, wenn nicht sogar verblüffend. So kam es, dass der Erotikversand Orion im Februar eine Spende an den NABU Schleswig-Holstein getätigt hat. Ja und? Timing, Kontextualisierung! Orion tat das anlässlich des Welttags der Feuchtgebiete. Einfach nur schön. ▶ www.nabu.de

MEINE MEINUNG

„Köpfe rollen lassen ist einfach, eigene Fehler zu beheben – vorbildlich!"

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

Wenn Non-Profit-Organisationen sich öffentlicher Kritik ausgesetzt sehen, wird es wieder deutlich: Eine bessere Welt, die wir so gern als Image an unsere Spenderinnen und Spender transportieren, gibt es nicht. Für uns arbeiten Menschen mit Qualitäten, Fehlern und Schwächen wie überall. Schon seit Langem ist bekannt, dass es auch in unseren Reihen Missbrauch von Mitteln und Menschen gibt. Aber warum ändern wir trotzdem so wenig? Die fehlende Ombudsstelle für Menschen, die sich von uns nicht korrekt behandelt fühlen, ist ein Trauerspiel. Das ist keine Kosten – sondern eine Vertrauensfrage.

Wir sind auch nur Menschen, die Fehler machen. Doch sollte uns die Angst, Fehler öffentlich zu bekennen, wirklich davon abhalten, das Richtige zu tun? Warum gehen wir nicht mit gutem Beispiel voran? Warum reagieren wir auf Krisen genauso wie in der Politik und in Unternehmen: Köpfe rollen lassen, Stühle rücken, fertig! Ich bin da für ein anderes Verfahren: Fehler klar und öffentlich benennen, einen Plan verkünden, wie man sie behebt, intensiv daran arbeiten und erst dann zurücktreten. So hinterlässt man dem Nachfolger oder der Nachfolgerin nicht einen Scherbenhaufen, sondern eine gut bestellte Organisation, die ihre Krise gemeistert hat. Wäre das nicht ehrlicher, sogar vorbildlicher und entspräche das nicht einer wünschenswerten Fehlerkultur? Das stünde uns als Weltverbesserern gut zu Gesicht.

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

WER MENSCHEN GEWINNEN WILL, BRAUCHT MEHR ALS GUTE ARGUMENTE!

QISH e. V. (Qualitätsinitiative Straßen- und Haustürwerbung) fördert seriöse und qualitativ hochwertige Straßen- und Haustürwerbung. Unsere Mitglieder sind Organisationen, gemeinnützige Körperschaften und Dienstleister, die sich der Einhaltung unserer Qualitätsstandards **verpflichten. Wir vertreten** deren Interessen gegenüber Förderern, dem dritten Sektor und **der Öffentlichkeit. Anspruch unseres Wirkens ist eine positive Wahrnehmung dieses Fund**raising-Instruments bei jedem, der direkt oder indirekt damit in Kontakt kommt.

Gemeinsam mit unseren Mitgliedern stellen wir uns den Herausforderungen der Branche und setzen neue Maßstäbe:

- Definition und Kontrolle von Qualitätsstandards
- Förderung des Qualitätsmanagements
- Prüfung und Sicherung rechtlicher Grundlagen
- Sicherstellung von Transparenz gegenüber den Förderern
- Permanenter Austausch zwischen Fach- und Führungskräften
- Zugang zu gesicherten Erkenntnissen aus der Marktforschung
- Vertretung der Branche in der Öffentlichkeit

WEITERE INFORMATIONEN FINDEN SIE HIER:

www.qish.de

Q!SH Qualitätsinitiative Straßen- und Haustürwerbung

Heute top, morgen Flop: Kleidung gehört zu den am stärksten konsumierten Gütern, weil sich Trends nicht nur schnell ändern, sondern viele Menschen einfach auch immer dranbleiben wollen. Durch die geringe Lebensdauer von Kleidung entstehen enorme Mengen an Müll. Das ist dann kein Fast Food, sondern Fast Fashion. Und das Rote Kreuz Kolumbien macht auf die Möglichkeit, abgelegte Kleidung zu spenden, durch einen leckeren Burger aus Textilien aufmerksam.

▶ www.cruzrojacolombiana.org

Drei Fragen an … Maximilian Schrems

Die NGO „None of your business“ nimmt Unternehmen ins Visier

? Warum braucht es eine NGO zur Kontrolle der Durchsetzung aktueller Datenschutzbestimmungen?

Wir haben leider so eine Art europäische Datenschutzlüge: Wir feiern uns gerne als die größten Datenschützer der Welt, aber wenn Konzerne wissentlich die Gesetze ignorieren, ist bisher nicht viel passiert. Die EU hat darauf reagiert und die Datenschutzgrundverordnung erlassen, die ab 25. Mai anwendbar ist. Hier ist vor allem die Durchsetzung massiv gestärkt worden. Auch Non-Profits sollen dabei eine Rolle spielen: Nach Artikel 80 können Vereine die Durchsetzung für den einzelnen Betroffenen übernehmen und damit den Datenschutz professionell durchsetzen. Bisher sind die Kosten für jeden Einzelnen einfach zu hoch und die Fälle oft zu kompliziert.

Maximilian Schrems …

… ist Datenschutzaktivist und Mitgründer von noyb und hat unter anderem das transnationale Safe-Harbor-Abkommen zwischen der EU und den USA beendet.

? Gibt es bereits konkrete Tätigkeitsbereiche?

Wir werden uns langsam vortasten und abhängig von unseren Mitteln Fälle einbringen. Zum Start werden wir uns eher auf rein rechtliche Themen konzentrieren, die weniger komplex sind, aber viele Leute täglich betreffen. Ein klassisches Problem sind zum Beispiel Datenschutzbestimmungen, die kein Mensch versteht, oder Fälle, wo man gezwungen wird, der Datennutzung zuzustimmen. Beides ist nicht zulässig und leicht zu verfolgen: So kann man beispielsweise am 25. Mai ein Smartphone kaufen und wenn man noch immer den Datenschutzrichtlinien zustimmen muss, um es zu nutzen, haben wir schon einen Fall.

? Wie genau gestaltet sich Ihre Zusammenarbeit mit anderen NGOs?

Für uns ist es wichtig, dass wir keine Parallelstruktur aufbauen. Wir wollen daher bestehende Kompetenzen bei Datenschutz-NGOs und Verbraucherverbänden im Rahmen von Kooperationen nutzen. Hier gibt es oft viel Kompetenz bei der Durchsetzung oder im technischen Bereich. Wir werden nach Möglichkeit als „Hub“ fungieren und möglichst viel Arbeit mit diesen Playern teilen. Gleichzeitig wollen wir aber auch intern die Kompetenz haben, selbst vorzugehen, falls es in einem Fall keinen passenden Partner gibt.

▶ www.noyb.eu

Kurzgefasst …

Schweizer Syrien-Spenden stabil

Im letzten Jahr hat die Caritas Schweiz vier Millionen Franken für Syrer gesammelt, was das gleiche Ergebnis wie in den Jahren zuvor darstellt. Positiv ist das Bild auch beim Schweizer Ableger der Unicef: Die Spenden zugunsten syrischer Flüchtlingskinder sind nach Angaben der Organisation seit 2013 linear gewachsen. Die durchschnittliche Höhe der Spenden stieg ebenfalls.

▶ www.caritas.ch

Kontaktlose Kollekte

Beträge von zwei, drei, fünf und zehn Euro kann man in einer katholischen Kirche in Paris jetzt während der Sonntagsmesse auch kontaktlos per Kreditkarte spenden. Den jeweiligen Betrag wählt man einfach auf einem Touchscreen aus. Dies soll nicht primär die Spendensummen erhöhen, sondern die Kirche in einem zeitgemäßen Licht zeigen und einen Schritt in die Zukunft darstellen.

▶ www.katholisch.de

Kantonale Transparenzinitiative

Im schweizerischen Kanton Freiburg müssen Parteien ab sofort sämtliche Spenden von Unternehmen sowie von Privatpersonen ab 5000 Franken im Jahr transparent machen. Im weiteren müssen gewählte Behördenmitglieder publik machen, wie viel ihnen das Mandat einbringt. Laut den Initianten des Volksbegehrens ist die Schweiz das einzige Land in Europa ohne Regeln zur Parteienfinanzierung.

▶ www.fr.ch

Weiterer Erfolg für Friendly Fire

Die dritte Ausgabe des Charity-Livestreams „Friendly Fire" Ende 2017 war ein erneuter Erfolg. Zu einem Zuschauerrekord gesellte sich erfreulicherweise auch ein Spendenrekord. Ganze 640 000 Euro konnten die YouTuber Gronkh, PietSmiet und Co. einsammeln. Seit der ersten Auflage sind damit bereits mehr als eine Million Euro an Spenden zusammengekommen.

▶ www.playnation.de

Fördermittel für Flüchtlinge bleiben liegen

Staatliche Fördermittel für Flüchtlingsinitiativen bleiben oft ungenutzt. Laut einer Umfrage der Bertelsmann Stiftung und des Berliner Instituts für empirische Integrations- und Migrationsforschung (BIM) rufen nur knapp zwei Drittel der Initiativen und vor allem größere Organisationen die Zuwendungen ab. Gründe sind oft Zeitmangel und bürokratische Hürden.

▶ www.bertelsmann-stiftung.de

Fundraising,

das wirkt.

SAZ – Fundraising ohne Risiken und Nebenwirkungen

Neuspendergewinnung • Lastschrift-Gewinnung
Lastschrift-Upgrade • Off- und Online-Spendenkampagnen • Zielgruppenadressen • Adresspflege nach DSGVO • Adress-Scoring • Fundraising-CRM
24h Notmailings

SAZ®
05137-88-1444
fundraising@saz.com
saz.com

Draußen zuhause?

Die Caritas-Studie „Menschenrecht auf Wohnen“ zeigt, wie steigende Mieten in das Leben von Menschen eingreifen. „Immer mehr Menschen erfahren, dass sie fast chancenlos auf dem Wohnungsmarkt sind. Wenn der Geldbeutel bestimmt, wie sich Stadtteile zusammensetzen, führt dies zu einem Auseinanderdriften von Milieus und schwächt so den gesellschaftlichen Zusammenhalt“, so Caritas-Präsident Peter Neher. Auf der Kampagnen-Homepage finden sich sozialpolitische Positionen und ein interaktives Spiel, das die Mietbelastung in deutschen Städten zeigt.

▶ www.zuhause-für-jeden.de

Spenden macht sexy

Wer spendet, steigert seine Attraktivität, wie eine Analyse zeigt

Die Auswertung von Daten der Dating-Website eHarmony und der Spenden-Plattform JustGiving hat ergeben, dass bei 32 Prozent aller Singles, die angaben, schon einmal gespendet zu haben, deren Maß an Attraktivität stark zunahm. Am stärksten fielen dabei die Reaktionen in der Altersgruppe der 18- bis 34-Jährigen aus. Die Daten zeigen ebenso, dass 23 Prozent der Benutzer lieber eine Spende in ihrem Namen als ein Valentinstags-Geschenk erhalten würden. Zudem konnten Singles, die entsprechende Schlagwörter wie „charity“ oder „donating“ in ihrem Profil auf eHarmony aufwiesen, um 34 Prozent mehr Kontakte verzeichnen. In der Auswertung wurden auch geografische Angaben berücksichtigt. Dadurch wurde ersichtlich, dass die Bewohner von Liverpool, Manchester und Belfast die höchsten Philanthropy-Level aufwiesen.

▶ www.justgiving.com

▶ www.eharmony.co.uk

Beratung im Datenschutz

Der Fundraising Verband Austria bietet seinen Mitgliedern ab sofort datenschutzrechtliche Einzelberatungen im Bereich Fundraising an. Egal, ob es um die Grundsätze des Datenschutzrechts geht, das Verfahrensverzeichnis oder die Erfüllung der Informationspflichten: Ein vierstündiges Beratungspaket kostet etwa 500 Euro. Auf Anfrage gibt es verschiedene Pakete. Zusätzlich kann geklärt werden, ob Datenschutzfolgenabschätzungen durchzuführen sind. Interessenten wenden sich an

▶ heidi.scheichenbauer@fundraising.at

Erfahrung macht sich bezahlt

Durchschnittlich 105 300 Schweizer Franken (ca. 90 000 Euro) verdient ein Fundraiser jährlich in der Schweiz. Das Center for Cultural Management der ZHAW School of Management and Law befragte dazu die Mitglieder des Swissfundraising. Von den befragten 640 Fundraisern beantworteten 163 alle Fragen. Die Ergebnisse zeigen, dass sich das Einkommen eher an Alter, Erfahrung und Verantwortung orientiert als am Tätigkeitsfeld einer Organisation oder gar deren Größe.

▶ www.zhaw.ch

Förderpreis für Integration

Initiativen, die auf verschiedenen Ebenen helfen, Kinder und Jugendliche in Beruf und Gesellschaft zu integrieren, können sich ab sofort für den Deichmann-Förderpreis für Integration bewerben. Dieser ist mit 100 000 Euro datiert und wurde 2005 von dem Schuhhändler Heinrich Deichmann ins Leben gerufen. Initiativen können sich noch bis zum 30. Juni 2018 bewerben.

▶ www.deichmann-foerderpreis.de

Schöner scheitern … mit Briefmarken

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

Spenderbeziehungen sind manchmal schon etwas Besonderes. Insbesondere dann, wenn in der guten Gabe gleichzeitig die Skepsis gegenüber der Vertrauenswürdigkeit des Spendenempfängers mitschwingt. So im Falle eines Fördervereins in Deutschland. Seit Jahren erhält dieser Verein unter anderem eine Spende im mittleren und hohen dreistelligen Bereich – allerdings nicht in bar oder per Überweisung, sondern in Form von postfrischen Briefmarken. Bisher war das weniger ein Problem, konnten die Marken doch im Laufe des Jahres für den Versand eingesetzt werden. Doch mit den Jahren wurden die Briefmarkenspenden immer wunderlicher.

Briefmarken gelten zwar als Zahlungsmittel …

Waren es 2016 noch Marken mit dem Postwert 90 Cent, die man zumindest durch die Ergänzung mit anderen Marken für Großbriefe einsetzen konnte, waren es diesmal die sehr schönen Marken zum Jubiläum des Norddeutschen Bundes. Markenwert: 3,20 Euro pro Stück! „So viele internationale Sendungen oder Päckchen versenden wir gar nicht", stellte der Geschäftsführer fest und wandte sich vertrauensvoll an seine Postfiliale, die sich allerdings außerstande sah, die Marken zumindest in eine sinnvollere Stückelung umzutauschen. Denn Briefmarken gelten zwar als Zahlungsmittel, aber im Gegensatz zum Bargeld muss niemand die Marken als Gegenwert akzeptieren.

Mit schlechtem Gefühl griff der Geschäftsführer zum Telefon und rief den Briefmarkenspender an. Der Spender war selber überrascht, welche Probleme er mit seiner guten Tat verursacht hatte. Hatte er doch in den letzten Jahren immer auf die Optik und Inhalt der Marken geachtet, um kein schlechtes Bild auf den Verein zu werfen. Ein Punkt, den der Geschäftsführer im Gespräch eifrig bestätigte. Der Markenwert war dem Spender dabei allerdings nicht als schwierig in den Sinn gekommen. Gemeinsam einigte man sich darauf, sich zukünftig vor dem Briefmarkenkauf telefonisch abzustimmen, welche Markenwerte wirklich benötigt werden. Eine einfache, aber sinnvolle Lösung.

PS: Auf Bemühen des Fundraiser-Magazins kam inzwischen ein guter Kontakt zwischen dem Verein und der Deutschen Post DHL Group zustande. Die Deutsche Post tauschte aus Kulanz die Briefmarken in eine entsprechende Stückelung gängiger Werte um.

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

06. SEPTEMBER 2018

OWL GOES FUNDRAISING!

FUND raising makes HAPPY

Geballte Kompetenz rund um das Thema Spenden:
Melden Sie sich an zum Fundraising-Seminar-Tag in Bielefeld!

Anmeldung:
Alexandra Heidemann
0521-557359-19
Sievert Druck und Service
Potsdamer Straße 190
D-33719 Bielefeld
www.druck-u-service.de
www.owlgoesfundraising.com

„Der Mensch kann sich

Rosi Gollmann widmet ihr Leben den Armen: Mit der von ihr gegründeten Andheri Hilfe kümmert sie sich um Benachteiligte in Indien und Bangladesch. Dafür verzichtete sie auf eine Familie und schließlich auch auf ihren Beruf. Im Gespräch mit unserem Autor Peter Neitzsch schildert sie, wie aus zunächst rein karitativer Hilfe echte Entwicklungszusammenarbeit auf Augenhöhe wurde.

? Sie sind 90 Jahre alt und engagieren sich immer noch für andere Menschen, reisen, nehmen Termine war, geben Interviews. Was treibt Sie an?

Was mich antreibt, ist die ständige Erfahrung der Ungerechtigkeit. Wir leben in unserer doch weithin heilen Welt mit all den Ansprüchen, die wir heute haben: immer schneller, immer besser, immer weiter bergauf. Gleichzeitig aber leben Tag für Tag viele Menschen auf der Schattenseite, für die es vor allem bergab geht. Mein Leben gehört nun schon seit 60 Jahren der Entwicklungszusammenarbeit. Da erlebe ich täglich: Helfen macht glücklich! Helfen ist keine Einbahnstraße: Man bekommt immer mehr zurück, als man gibt.

? War das eine Lebensaufgabe, die sie sich schon früh stellten? Sie haben bereits mit 18 Jahren beschlossen, nicht zu heiraten. Wie kam es zu diesem ungewöhnlichen Entschluss?

In meiner Kindheit erlebte ich die Sicherheit und Geborgenheit meiner Familie. Eine wunderbare Jugendfreundschaft stellte dann aber für mich die Weichen für Ehe und Familie: Mein Freund spürte, Priester werden zu müssen. Und auch ich suchte vorerst noch meinen besonderen Weg. Wir haben dann um die Entscheidung gerungen und uns letztlich für diesen Weg entschieden. Bis heute sind wir noch in freundschaft-lichem Kontakt und fest überzeugt, dass die Ent-

nur selbst entwickeln“

scheidung richtig war. So waren wir frei für viele Menschen, weit über den Kreis einer eigenen Familie hinaus.

? Entstand der Entschluss auch unter dem Eindruck des Kriegs, der eben erst zu Ende gegangen war?

Die Wurzeln zu meinem sehr erfüllten – wenn auch nicht immer leichten – Leben liegen zuerst in meinem christlich motivierten Elternhaus, trotz und gerade während der Nazizeit. Dazu kamen dann die grausamen Erlebnisse der Kriegsjahre: Wenn man als Kind aus dem Luftschutzbunker kommt und man sieht nach den verheerenden Fliegerangriffen Menschen, mit denen man kurz vorher noch in freundschaftlichem Kontakt stand, zerstückelt als Leichen vor sich liegen, das brennt sich schon sehr tief ein.

? Jahre später, als katholische Religionslehrerin, haben Sie im „Stern“ einen Artikel über ein Waisenhaus in Indien in die Hand bekommen.

Eine Schülerin brachte 1959 den Artikel mit. Als Religionslehrerin sah ich meinen Auftrag nicht darin, in erster Linie Dogmen und Gebote zu verkünden, sondern vor allem die christliche Botschaft: die elementare Kraft der Liebe. So haben wir uns aktiv um ärmste Menschen in der Umgebung der Schule gekümmert oder um jugendliche Strafgefangene im Kölner „Klingelpütz“. Der Artikel berichtete von einem Findelkinderheim in Andheri, nahe Bombay – heute Mumbai. Gemeinsam packten wir Hilfspäckchen: 400 Schüler je ein Päckchen für 400 Heimkinder. Bald kamen weitere Sachspenden in unser Wohnzimmerlager. Eine junge Dame, die einige Zeit im Heim helfen wollte, sollte die Spenden mitnehmen. Fehlplanung: Ihr Visum wurde abgelehnt.

? Also haben Sie sich selbst auf den Weg gemacht?

Zwei Wochen bin ich mit dem Schiff von Neapel nach Indien gereist. Das war 1962. Reguläre Flugverbindungen gab es damals noch kaum. Aber bei dieser Art zu reisen gelingt der Übergang von der einen in die andere Welt sehr viel besser. Diese Reise und ihre Stationen haben mich sehr beeindruckt – Kairo, Aden, Karatschi. Ich habe erfahren: Armut ist wahnsinnig schlimm, aber schlimmer ist die Rechtlosigkeit und Würdelosigkeit der Armen.

? Was waren Ihre Eindrücke vor Ort?

Ich habe natürlich geholfen, wo ich konnte, und auch wichtige Verbesserungen anregen können, die von der 1967 gegründeten Andheri Hilfe Bonn finanziert wurden. So gab es für 800 Kinder, die inzwischen im Heim lebten, nicht einmal eine Abwasseranlage. In der Folge trieben sich Ungeziefer und besonders Ratten herum und sorgten für viele Erkrankungen. Doch bei allen Verbesserungen, die wir erreichten, drängte sich mir immer wieder die Frage auf: Ist das die Lösung für verzweifelte Eltern, die ihr Kind auf der Straße aussetzen oder im Heim abgeben? Schaffen Waisenhäuser nicht Waisenkinder? Bei späteren Indienreisen ging ich deshalb in die Dörfer und konfrontierte die Mütter mit der Frage: Warum gebt ihr eure Kinder weg? Liebt ihr sie nicht? Die Frauen berichteten von ihrer blanken Not und davon, dass sie nur das Beste für die Kinder wollten. Vor diesem Hintergrund wurde aus der zunächst rein karitativen Andheri Hilfe eine Organisation der Entwicklungszusammenarbeit.

? Wie sieht diese Zusammenarbeit konkret aus?

Statt Waisenhäuser zu fördern, galt unsere Hilfe nun den Familien. Sie sollten mit unserer Förderung selbst für ihre Kinder sorgen. Dafür haben wir uns auf Augenhöhe mit den Dorfbewohnern zusammengesetzt und ihre Lage besprochen. Immer wieder haben wir gefragt: „Was könnt ihr tun?“ Das war anfangs überraschend, denn sie hatten ja auf unsere Hilfe gehofft. Wir motivierten die Menschen, selbst anzupacken und ihre Situation zu ändern. Besonders die Frauen haben sich dann zu Gruppen zusammengeschlossen und gemeinsam mit uns nach Lösungen gesucht. Wir haben mal gemeint, wir müssten die Welt der Frauen verändern, aber dann erfahren: Die Frauen verändern ihre Welt selbst.

Rosi Gollmann: Einfach Mensch. Das Unmögliche wagen für unsere Welt. Goldmann-Verlag 2013. 384 Seiten. ISBN: 9783442157785. 9,99 €.

? Was hat sich in Indien seit den 60er Jahren geändert?

Indien ist auch heute noch weltweit das Land mit der größten Zahl hungernder Kinder. Das darf nicht übersehen werden. Und doch hat sich ungeheuer viel zum Positiven verändert: Die Menschen sind wach geworden – und setzen eigene Projekten um. Dazu kommen staatliche Hilfen. Es gibt in Indien … ▶

... hervorragende Gesetze im sozialen Bereich, nur viele wissen nichts davon. Eine unserer wichtigsten Aufgaben ist es deshalb, die Armen auf ihre Rechte aufmerksam zu machen.

? In Ihrer Autobiografie beschreiben Sie die grausame Tradition der Mädchentötungen in manchen Gebieten Indiens, weil Töchter dort nichts wert sind. Wie schwer ist es, daran etwas zu ändern?

Bei der Volkszählung 2011 kamen in Indien auf tausend Jungen nur 914 Mädchen. Die erste Tochter wird oft noch angenommen. Wenn das zweite Kind ein Mädchen ist, dann ist es in manchen Gebieten Indiens dem Tod geweiht. Um das zu ändern, müssen Mädchen und Frauen als gleichwertig respektiert werden. Almosen helfen da wenig. Mir hat das viele schlaflose Nächte bereitet. Vor etwa 20 Jahren hat die Andheri Hilfe angefangen, sich bei diesem Thema zu engagieren. Inzwischen sind 150 Dörfer „mädchentötungsfrei" und in 90 weiteren Dörfern wird daran gearbeitet. Wir konnten nachweislich mehr als 12 000 Babys vor der Ermordung retten. Damit die Mädchen nicht wieder in den Kreislauf der Armut geraten, sollen sie eine Schul- und Berufsausbildung erhalten. Gerade liegen auf meinem Schreibtisch die Unterlagen für einen „Education Fonds", der genau das ermöglicht.

? Wie konnten sie diese Babys retten? Sprechen Sie da mit Hebammen und Kliniken?

Die Entbindungen finden in der Regel im Dorf statt mit Hilfe einer meist ungelernten Dorfhebamme. Meist entscheidet die Schwiegermutter über Tod oder Leben des neugeborenen Mädchens, weil sie den finanziellen Ruin ihres Sohnes befürchtet. Schließlich muss für die spätere Verheiratung der Töchter eine erhebliche Mitgift gestellt werden. Ich weiß von 14 verschiedenen Methoden, ein Baby umzubringen – meist unmittelbar nach der Geburt und natürlich ohne Wissen der Mutter, die wahnsinnig darunter leidet. Wir haben mehr als 230 Frauengruppen in unserem Programm: Oft sind es betroffene Frauen, die selbst ihre Mädchen hergeben mussten. Sobald sie von einer Schwangerschaft erfahren, sprechen sie mit den Familien. Galt die Geburt eines Mädchens früher als Schande, wird sie jetzt als Fest gefeiert. Die Frauen kommen in einer langen Prozession zur Mutter und beschenken sie vor allem mit Kokosnusssetzlingen oder Ziegen, als kleine zusätzliche Einnahmequelle.

„Der erste Schritt ist, dass wir die Augen öffnen und die weltweite Ungerechtigkeit erkennen."

? In Bangladesch erlebten Sie die Not blinder Menschen. Mittlerweile konnten dank der Andheri Hilfe mehr als eine Million Augenoperationen durchgeführt werden. Hätten Sie das damals für möglich gehalten?

Der Krieg zwischen West- und Ost-Pakistan, dem heutigen Bangladesch, vertrieb viele Menschen aus ihrer Heimat. Diesen Flüchtlingen wollten wir helfen. 1973 besuchte ich das neue Land der Bengalen, um den Einsatz unserer Spenden zu regeln. Überall fielen mir die vielen blinden Bettler auf. Die Situation der Menschen wurde einfach als Schicksal hingenommen. Im ganzen Land gab es sicher über eine Million Blinde. In Deutschland bekam ich oft zu hören: „Was willst du mit deiner kleinen Organisation da ausrichten?" Meine Antwort war: „Mit dem Ersten anfangen." Ich ahnte damals nicht, dass wir bis heute etwa 1,4 Millionen Augenkranken und Blinden in Bangladesch das Glück zu sehen schenken konnten. Eine Licht bringende Operation kostet gerade einmal 50 Euro.

? Sie blicken auf etwa 4000 abgeschlossene Projekte zurück. Wie arbeitet die Andheri Hilfe heute?

Die Menschen vor Ort, in Indien und Bangladesch, sind unsere wichtigsten Helfer. Wir stülpen keine Projekte über, denn der Mensch kann nicht entwickelt werden, er kann sich nur selbst entwickeln. Was unsere Organisation angeht, so habe ich die Leitung mit Freuden all die Jahre ehrenamtlich ausgeübt – gemeinsam mit anderen Freiwilligen. Anfangs noch neben dem Schuldienst, den ich dann schweren Herzens aufgeben musste. Die Andheri Hilfe wuchs schnell und gewann das Vertrauen der Spender, weil diese mit einbezogen wurden und Berichte von Projekten und Abrechnungen erhielten. Heute beschäftigen wir zwölf Mitarbeiter, teils in Teilzeit, vor allem Projektreferenten. 2001 habe ich den Vorsitz der Andheri Hilfe in die jüngeren Hände von Elvira Greiner gelegt.

? Damals waren Sie schon 74 Jahre – für andere ein gutes Alter, sich zur Ruhe zu setzen. Sie haben stattdessen die Rosi-Gollmann-Andheri-Stiftung gegründet.

Die Stiftung wirbt Gelder ein für die Arbeit unserer Andheri Hilfe. Mittlerweile verfügt sie über ein erstaunliches Kapital, die Erträge daraus stehen für ausgesuchte Projekte zur Verfügung. Es ist großartig, mit welcher Bereitschaft die Menschen helfen – so hat etwa eine Familie eine Million Euro für eine Verbrauchsstiftung unter dem Dach der Andheri Hilfe gestiftet, weil sie darauf vertraut, dass das Geld bei uns in guten Händen ist. Aber noch wichtiger als Geld ist die Motivation dahinter. Deshalb sind wir für jede noch so kleine Spende dankbar.

? Ein Buch von Ihnen und Rupert Neudeck heißt: „Eine bessere Welt ist möglich". Was wäre dafür nötig, dass diese bessere Welt Wirklichkeit wird?

Der erste Schritt ist, dass wir die Augen öffnen und die Realität der weltweiten Ungerechtigkeit erkennen. Es kann nicht sein, dass wir gleichgültig unser Leben leben, egal was um uns herum passiert. Denn wir haben nur eine Welt für alle. Das muss mit dem Verstand erfasst werden, aber es muss auch das Herz erreichen. Wir müssen mitfühlen mit den Ärmsten. Und schließlich muss auch die Hand erreicht werden, damit sie sich öffnet, um zu teilen und zu helfen.

▶ www.andheri-hilfe.de
▶ www.andheri-stiftung.de

Spendenhilfsdienst
digital & menschlich

Erfahrene Fundraiser für Ihren Erfolg

Unser Angebot:

- In- & Outbound-Telefonie
- Beratung und Schulung
- Mobiles Telefonstudio
- Chat-Service NEU

Rufen Sie uns an:

Deutscher Spendenhilfsdienst – DSH GmbH
Köln: 0221 / 990 1000
koeln@spendenhilfsdienst.de

Deutscher Spendenhilfsdienst Berlin GmbH
Berlin: 030 / 232 553 000
berlin@spendenhilfsdienst.de
www.spendenhilfsdienst.de

Deutscher Spendenhilfsdienst

In guten Händen

Langfristig wirken: Stiftungen und Nachlass-Fundraising

Philanthropie im Verborgenen

Weniger Geld? Mutlos und zögerlich? In Deutschland gibt es viel weniger Stifterinnen als Stifter. Dabei ist weibliche Philanthropie viel stärker vorhanden, als es nach außen hin den Anschein hat. Warum ist das so und worin unterscheidet sich das Engagement von Frauen von dem der Männer? Seite 18

„Auch Stiftungen brauchen Aktien“

Hubert Thaler ist Vermögensverwalter und Stiftungsvorstand. Gemeinsam mit seinem Sohn kümmert er sich um sieben Stiftungen mit einem Anlagevermögen von rund 30 Millionen Euro. Im Interview erklärt der Starnberger, wie Stiftungen Erträge erwirtschaften können – trotz niedriger Zinsen. Seite 20

Spendenerfolge mit Plan und Investitionen

Wenn Stiftungen professionelle Strukturen aufbauen wollen, braucht es kluge Entscheidungen und Investitionen. Am Beispiel der Stiftung „Synapsis – Alzheimer Forschung Schweiz“ wird deutlich, dass dies ein längerer Weg ist, den aber Erfolg krönt, wenn er kontinuierlich und konsequent gegangen wird. Wie die Stiftung Synapsis ihr Fundraising strategisch erfolgreich organisiert hat.

Seite 22

Diesseitige Vorsorge

Fünf Jahre Erbschaftskampagne „Was bleibt.“: Nachlassfundraising bedarf besonderen Fingerspitzengefühls, soll derartigen Bemühungen nichts Ruchloses oder Pietätloses anhaften. Betreibt eine Kirche Fundraising in diesem Bereich, wird es besonders schwierig ... Erfahrungen und Einsichten. Seite 24

„Erbschaftskampagnen sind niemals ergebnisorientiert ...“

Erbschafts- beziehungsweise Nachlass-Fundraising ist in aller Munde, doch wie redet man mit Menschen über das, was bleibt? Persönliche Gedanken von Holger Menze Seite 26

Philanthropie im Verborgenen

Wie Frauen stiften und was das fürs Fundraising bedeutet

Weniger Geld? Mutlos und zögerlich? In Deutschland gibt es viel weniger Stifterinnen als Stifter. Dabei ist weibliche Philanthropie viel stärker vorhanden, als es nach außen hin den Anschein hat. Warum ist das so und worin unterscheidet sich das Engagement von Frauen von dem der Männer?

Von UTE NITZSCHE

Als die Ärztin Jenny De La Torre Castro 2015 vom Bundesverband Deutscher Stiftungen ausgezeichnet wurde, erhielt sie den Deutschen Stifterpreis. Drei Jahre später geht der erstmals vergebene Deutsche Stifterinnenpreis an Ise Bosch. Es ist kein neues Phänomen, dass sich Frauen als Philanthropinnen betätigen, dass es nun aber erstmals einen Stifter-innen-preis gibt, zeigt, dass die weibliche Seite des Stiftens immer mehr Beachtung findet. In den USA ist sie schon seit rund vier Jahrzehnten ein großes Thema. Vorreiterinnen waren beispielsweise die Frauenrechtlerin und Journalistin Gloria Steinem, die 1972 die „Ms. Foundation for Women" mitgründete, oder die Schwestern Helen und Swanee Hunt, die 2007 die Initiative „Women Moving Millions" ins Leben riefen. Das Women's Philanthropy Institute an der Universität von Indiana beschäftigt sich seit Jahren mit dem Thema; in den deutschsprachigen Ländern hingegen existieren bislang noch kaum fundierte Forschungsergebnisse. Einzig die Stifterstudie 2015 förderte ein paar Zahlen zutage. Demnach sind 44,3 Prozent der Stifter Männer, aber gerade einmal 24 Prozent Frauen. Der Anteil der Paare – also gemeinsame Stiftungen und Spenden von Frauen und Männern – beläuft sich auf 31,7 Prozent.

Kleinere Beträge für mehrere Projekte

Das Potenzial, sich finanziell für das Wohl der Gesellschaft zu engagieren, wird bei Frauen jedoch immer größer. So gelangen sie nicht mehr nur durch Erbschaften in den Besitz großer Vermögen, sondern sind zunehmend selbst in der Lage, als Unternehmerinnen oder in Führungspositionen Kapital zu erwirtschaften, das sie wiederum selbstbewusst und eigenverantwortlich für den guten Zweck einsetzen. Doch tun sie das in derselben Art und Weise wie Männer? Nicht unbedingt. „Ich habe die Erfahrung gemacht, dass Frauen länger überlegen, was genau sie mit ihrem Geld machen können. Je unabhängiger sie finanziell sind, desto mehr Zeit lassen sie sich damit. Männer sind da meist etwas schneller. Bevor sich Frauen überhaupt ‚trauen', ihr Geld wegzugeben, ist es oft ein langer Weg", berichtet Beraterin, Coach und Autorin Dr. Marita Haibach, die zusammen mit Jan Uekermann das Major Giving Institute leitet. Wenn Frauen spenden, dann ist ihre Spendenbereitschaft insgesamt zwar größer, allerdings verteilen sie häufiger kleinere Beträge auf mehrere Projekte, Männer hingegen begünstigen gern eine bestimmte Institution mit einer Megaspende, wie Studien zumindest für die USA belegen.

Engagement mit ganzem Herzen

Auch der philanthropische Gedanke steht bei Frauen eher im Vordergrund. Während Männer eine Stiftung gern mal auch als

Steuersparmöglichkeit errichten, sind Frauen stärker daran interessiert, tatsächlich zu helfen. Haben sie „ihr" Projekt gefunden, sind sie meist mit ganzem Herzen dabei. Das kann auch Iris Parsiegla, Referentin Stifter- und Testaments-Service bei der Deutschen Stiftung Denkmalschutz, bestätigen: „Frauen wachsen über sich hinaus, wenn es darum geht, Stifterin zu werden, und leben diese neue gesellschaftliche Rolle aus." Sie wollen aktiv einbezogen werden, mitgestalten und verändern, sind kritischer und rufen häufiger an, um nachzufragen. Zudem schätzen sie es, wenn man ihnen zuhört. An dieser Stelle ist besonderes Feingefühl gefragt. „Wenn ich das als Fundraiserin oder als Fundraiser nicht berücksichtige, ist die Tür schnell zu. Dieser Prozess kann vor allem am Anfang sehr intensiv und zeitaufwendig sein", weiß Marita Haibach. Ist es vielleicht besser, wenn potenzielle Stifterinnen von Fundraiserinnen betreut werden? „Nicht grundsätzlich, doch beispielsweise bei Frauenthemen schon. Wichtig ist der Kommunikationsstil und auch, auf die Person und ihre eventuellen Bedenken einzugehen."

Und wofür geben Frauen? Ein weltweiter Trend sind Stiftungen von Frauen für Frauen. Ein prominentes Beispiel ist die bereits erwähnte „Women Moving Millions"-Initiative, in der sich wohlhabende Philanthropinnen zusammengetan haben und jeweils große Beträge von einer Million US-Dollar und mehr geben, um die Belange von Mädchen und Frauen zu unterstützen. Denn auch das zeichnet weibliche Stifterinnen aus: Sind sie in einem Netzwerk eingebunden, engagieren sie sich mehr und spenden häufiger. Das Erreichte gemeinsam zu würdigen und zu feiern, die Erfolgserlebnisse miteinander zu teilen, ist den meisten Stifterinnen wichtiger als Medienpräsenz. Im Mittelpunkt stehen der Stolz auf das Erreichte und die Freude am Stiften.

Stiftungen von Frauen für Frauen gibt es auch in Deutschland. So setzt sich „filia. die frauenstiftung" dafür ein, dass Frauen und Mädchen ihr Leben selbst gestalten können und bessere Chancen haben, unabhängig davon, wo auf der Welt sie leben. Auch innerhalb des Bundesverbands Deutscher Stiftungen gibt es einen eigenen „Arbeitskreis Frauen und Stiftungen", der sowohl zwischen Stifterinnen selbst als auch zwischen Mitarbeiterinnen und Vertreterinnen von (Frauen)-Stiftungen Austausch- und Vernetzungsmöglichkeiten schaffen will. Denn um das philanthropische Engagement von Frauen zu fördern und sie für die Stiftungsarbeit zu ermutigen, braucht es vor allem auch Rollenvorbilder – und engagierte Fundraiserinnen und Fundraiser, die die weibliche Seite des Stiftens berücksichtigen.

frc Spenden MANUFAKTUR
Fundraising Communicators

Mein letzter Wille geschehe

Wie gestalten sich Kontaktaufnahme und Beziehung zu potenziellen Nachlass-Spendenden? Was kann man ansprechen und was erfährt man zwischen den Zeilen? Wie verträgt sich emotionale Nähe mit der Frage nach klingender Münze, und wie erreicht man Augenhöhe bei einem Gespräch über den Tod und das, was bleibt?

Seit 2012 haben wir in sensiblen Gesprächen mit tausenden Nachlass-Interessierten genau diese Fragen erörtert und entwerfen gerne zusammen mit Ihnen eine maßgeschneiderte, einfühlsame Kampagne zum Thema.

Sprechen Sie uns an, bevor die Liebe erkaltet, denn:
Persönlicher Kontakt ist immer die beste Wahl.

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

„Auch Stiftungen brauchen Aktien“

Geldanlagen in der Niedrigzins-Phase: So erwirtschaften Stiftungen Erträge

Hubert Thaler ist Vermögensverwalter, Stiftungsvorstand und Vorstand der Top Vermögen AG. Gemeinsam mit seinem Sohn kümmert er sich um sieben Stiftungen mit einem Anlagevermögen von rund 30 Millionen Euro. Im Gespräch mit unserem Autor Peter Neitzsch erklärt der Starnberger, wie Stiftungen Erträge erwirtschaften können – trotz niedriger Zinsen.

? Sie kümmern sich um Vermögen, die in wohltätige Stiftungen überführt werden sollen. Wer sind da Ihre Klienten?

Oft sind es kinderlose Menschen, die wollen, dass nach ihrem Tod mit dem Vermögen etwas Gutes getan wird – und konkrete Vorstellungen davon haben, wie dies geschehen soll. Den Anfang machte die „Werner Reichenberger Stiftung“. Das Ehepaar Reichenberger wollte das Vermögen aus seiem Unternehmen stiften, um seltene Kinderkrankheiten zu erforschen. Als langjähriger Vermögensverwalter wurde ich gefragt, ob ich das als ehrenamtlicher Stiftungsvorstand betreuen könnte. Daneben bin ich noch Stiftungsvorstand in einer zweiten Stiftung des ehemals höchsten Richters in Bayern.

? Die „Werner Reichenberger Stiftung“ ist als Verbrauchsstiftung auf 50 Jahre angelegt. Aus dem Vermögen von 15,4 Millionen schüttet sie jährlich bis zu 700 000 Euro aus. Warum diese spezielle Form?

Eine Verbrauchsstiftung macht immer dann Sinn, wenn Sie mit Ihrem Namen nicht für die Ewigkeit wirken wollen, sondern für einen begrenzten Zeitraum. Etwa wenn Sie jemanden kennen, der die Verwendung kontrollieren soll. Frau Reichenberger wollte, dass ich und später mein Sohn die Stiftung begleiten, damit das Geld auch dem zugedachten Zweck zugeführt wird – und nicht an die Gemeinde, den Staat oder die Kirche übergeht. Wir gehörten 2012 in Bayern zu den ersten, die diese Stiftungsform umgesetzt haben.

? Für welche Projekte vergeben Sie die Mittel?

Wir unterstützen sehr die Haunersche Kinderklinik in München. Der ärztliche Direktor dort ist eine weltweit anerkannte Kapazität für seltene Kinderkrankheiten. Gemeinsam mit der Klinik vergeben wir jedes Jahr den mit 25 000 Euro dotierten Bayerischen Stifterpreis an Personen, die sich in diesem Bereich hervorgetan haben. Das Geld kommt jeweils den Stiftungen der Preisträger zugute. Bislang haben wir etwa den ehemaligen Bundespräsidenten Horst Köhler und seine Frau ausgezeichnet, José Carreras für seine Leukämiestiftung oder Königin Silvia von Schweden. Außerdem vergeben wir den „Care

for Rare Science Award", der mit 50 000 Euro dotiert ist, an Wissenschaftler, die seltene Kinderkrankheiten erforschen.

? Insgesamt verwaltet die Top Vermögen AG sieben Stiftungen mit einem Vermögen von rund 30 Millionen Euro.

Durch mein Engagement als Stiftungsvorstand kamen weitere Stiftungen auf uns zu und fragten: Wie erwirtschaftet ihr eigentlich Erträge in dem aktuellen Zinsumfeld? So kam es, dass wir auch für bereits bestehende Stiftungen aktiv wurden, die ihre Vermögensverwaltung in professionelle Hände geben wollten.

? Welche Möglichkeiten gibt es für Stiftungen, in der Niedrigzinsphase Geld anzulegen?

Klassische Geldanlagen wie Bundesanleihen bringen kaum noch etwas ein. Wir vertreten deshalb seit vielen Jahren die Ansicht: Gute Unternehmen sind die besseren Staaten – und setzen auf Unternehmensanleihen statt auf Staatsanleihen. Es gibt viele gute Firmenbonds, die immer noch eine ordentliche Rendite erwirtschaften. Auch Banken parken ihr überflüssiges Kapital in solchen Anleihen. Das ist für viele Stiftungen hochinteressant.

? Wie wählen Sie die Unternehmensanleihen aus? Gerade im Bereich der Mittelstandsanleihen gibt es ja auch viele schwarze Schafe.

Wir haben ganz bewusst keine Mittelstandsanleihen im Portfolio, sondern setzen eher auf große Unternehmen, die eine entsprechende Bonitätsbewertung haben. Daneben investieren wir noch in die Anleihe eines Immobilienunternehmens. Doch man muss ganz klar sagen: Auch Stiftungen brauchen einen Aktienanteil. Ohne geht es nicht.

? Stiftungen sind zum Erhalt ihres Vermögens verpflichtet, Aktien schwanken aber stark. Dürfen Stiftungen überhaupt am Aktienmarkt tätig werden?

Da gibt es ganz klare Absprachen mit der Stiftungsaufsichtsbehörde: Die gestattet es selbstverständlich, in Aktien zu investieren. Alles, was es braucht, ist ein Plan B, wie das Stiftungsvermögen abgesichert werden kann, wenn die Kurse fallen. Im schlimmsten Fall muss die Stiftung dann weniger Geld für die Stiftungsarbeit ausgeben, um Kursverluste auszugleichen. Bei der „Werner Reichenberger Stiftung" hat die Gründerin testamentarisch festgelegt, dass nur 40 Prozent in Anleihen investiert werden und 60 Prozent in Aktien oder Aktienfonds. Wir betreuen auch eine Stiftung mit einer Aktienquote von 80 Prozent. Umgekehrt haben wir auch Stiftungen, die 90 Prozent ihres Vermögens konservativ anlegen.

Hubert Thaler bei der Verleihung des Bayerischen Stifterpreises an Ihre Königliche Hoheit Silvia von Schweden im November 2016 im Schloss Nymphenburg in München.

? Warum machen das nicht mehr Stiftungen? Scheuen die Vorstände das Risiko?

Zum einen das, zum anderen fehlt vielen Stiftungen die Kompetenz: Nicht jeder Stiftungsvorstand ist ein Finanzexperte. Da haben viele Bedenken, dass sie womöglich in Regress genommen werden. In so einer Situation empfiehlt es sich, mit der Stiftungsaufsichtsbehörde zu sprechen. Die ist nicht nur eine Kontrollinstanz, sondern berät auch in solchen Fragen.

? Was ist mit Immobilien – sind Mieteinnahmen eine Alternative zu Zinsen?

Wenn jemand sein Vermögen einer Stiftung vermacht, sind natürlich oft Immobilien dabei. Da kann es durchaus sinnvoll sein, die Immobilie zu behalten und nicht in liquides Vermögen zu überführen. Aufgrund der hohen Immobilienpreise macht es aber wenig Sinn, extra ein Gebäude zu erwerben. Die Rendite ist oft niedriger als bei anderen Anlageformen.

? Können Ihre Stiftungen denn weniger ausschütten als früher?

Seit 2008 sind unsere Ausschüttungen schon etwas zurückgegangen, aber nicht sehr stark, weil wir von Anfang an auch auf Aktien gesetzt haben. Unsere konservativen Stiftungen liegen bei einem Ertrag von drei Prozent, die ausgewogenen bei fünf Prozent und die risikoorientierten bei acht Prozent. Wichtig ist: Sie dürfen bei Aktien keine Kursgewinne ausschütten, sondern nur die Dividenden. Das spüren wir natürlich auch: Ein hoher Aktienanteil bringt kurzfristig erst einmal weniger Zins.

Spendenerfolge mit Plan und Investitionen

Wie die Stiftung Synapsis ihr Fundraising strategisch erfolgreich organisiert hat

Wenn Stiftungen professionelle Strukturen aufbauen wollen, braucht es kluge Entscheidungen und Investitionen. Am Beispiel der Stiftung „Synapsis – Alzheimer Forschung Schweiz" wird deutlich, dass dies ein längerer Weg ist, den aber Erfolg krönt, wenn er kontinuierlich und konsequent gegangen wird.

Von DAVIDE CAENARO

Die Stiftung „Synapsis – Alzheimer Forschung Schweiz AFS" wurde im Jahr 2003 gegründet und unterstützt wissenschaftliche Projekte in der Grundlagenforschung und in der klinischen Forschung auf dem Gebiet der Alzheimer Krankheit in der Schweiz.

In das Fundraising startete die Stiftung vor acht Jahren ohne eine einzige Spenderadresse. Aktuell sind es nun über 105 000 Fördereradressen. Wie konnte die Stiftung dieses Ziel erreichen? Der Stiftungsrat hatte im Jahr 2010 beschlossen, sich mit einem Spendenaufruf an die Schweizer Bevölkerung zu wenden, um auf die wichtige Thematik Alzheimer aufmerksam zu machen. Die richtige Fachfrau für dieses Vorhaben war die Schweizer Public-Fundraising-Expertin Barbara Crole.

Start mit Expertin

Die Stiftung „Synapsis – Alzheimer Forschung Schweiz AFS" wandte sich im Januar 2011 mit ihrem ersten Mailing und mit 150 000 gemieteten Adressen folgendermaßen an die Öffentlichkeit: „Immer mehr Menschen erkranken an Alzheimer. Diese Krankheit ist noch unheilbar. Darum braucht es mehr Forschung für künftige Generationen. Forscher in der Schweiz bitten um Ihre Hilfe beim Kampf gegen die Alzheimer-Krankheit."

Der Inhalt dieses Spendenaufrufs bestand aus einer Dokumentationsmappe, einem Fragebogen („Ihre Meinung ist uns wichtig!") und einem Kugelschreiber. Alle jene, die den Fragebogen retourniert und eine Wettbewerbsfrage richtig beantwortet hatten, konnten an der Verlosung eines Schweizer „Goldvreneli" teilnehmen. Diese 20-Franken-Goldmünze wurde von einer Freundin der Stiftung gestiftet.

Es folgten weitere fünf bis sieben Mailings pro Jahr. Anfang 2015 betrug die Hausliste über 60 000 Adressen und der Durchschnitts-Response lag bei circa 25 Prozent. Der Bekanntheitsgrad und das Spendenvolumen konnten markant erhöht werden und die Stiftung zählte m Jahresende 2015 97 000 aktive Spender.

Fundraiser eingestellt

Der Stiftungsrat traf dann 2016 die Entscheidung, einen Fundraiser mit dem Ziel einzustellen, den enorm erfolgreichen Fundraising-Job von Barbara Crole weiterzuführen und durch Spenderbindung zu

verstetigen. Jede Spende im Betrag von 1000 Franken und höher wurde ab sofort persönlich telefonisch verdankt und ein Welcome-Package für Neuspender eingeführt. Das Magazin „Info-Alzheimer“ wurde grafisch überarbeitet und an die neue Fundraising-Strategie angepasst.

Am Welt-Alzheimertag am 21. September 2017 lud die Stiftung die treusten Gönnerinnen und Gönner zum ersten Mal zu einem MajorDonor-Event im Opernhaus Zürich ein. Der Einladung folgten über 100 Gäste. Es war eine Freude, die Gönnerinnen und Gönner der Stiftung persönlich treffen zu können. Nach der einstündigen Backstage-Führung im Opernhaus Zürich und einem spannenden Vortrag über den Stand der Alzheimer-Forschung offerierten wir den Gönnerinnen und Gönnern einen Apéro riche. Nach der Veranstaltung durfte sich jeder Gast über ein kleines Geschenk – gestiftet von einem bekannten Zürcher Chocolatier – freuen. Der Gönner-Event war ein wichtiger Moment und Meilenstein für die Stiftung.

Sie wandte sich im selben Jahr zum ersten Mal mit einem unadressierten Mailing an die Schweizer Bevölkerung. Die Schweizerische Post verteilte am Welt-Alzheimertag einen Streuwurf an über 1,8 Millionen Briefkästen in allen drei Sprachregionen der Schweiz. Das Resultat vier Monate später war beeindruckend. Die italienische Schweiz reagierte mit einem Response von über 0,8 Prozent am besten. Zwei besonders großzügige Menschen aus der West- beziehungsweise Deutschschweiz glauben besonders stark an die Visionen der Stiftung Synapsis und „eine Welt ohne Alzheimer“: Sie überwiesen eine Spende von 20 000 Franken beziehungsweise 25 000 Franken.

Anfang 2018 darf die Stiftung Synapsis über 105 000 aktive Spenderinnen und Spender zählen. Der Fokus im Public Fundraising liegt auch in diesem Jahr weiterhin auf der Spenderbindung und der persönlichen Spenderbetreuung. Es wird außerdem ins Online-Fundraising investiert, und eine überarbeitete Website mit einem integrierten Spendenbutton soll noch dieses Jahr online gehen. Den weiteren Ausbau des Fundraisings der Stiftung verantwortet dann der erfahrene Fundraiser Dr. Marc-André Pradervand.

Davide Caenaro war seit 2016 Fundraiser der „Alzheimer Forschung Schweiz AFS – Stiftung Synapsis“. In dieser Funktion arbeitete er auch für die Stiftung Fastenopfer Schweiz und die Multiple Sklerose Gesellschaft. Seit Februar 2018 leitet er die Gönner-Abteilung der Schweizerischen Rettungsflugwacht Rega.
▶ **www.alzheimer-synapsis.ch**

Auswirkungen der Investment-steuerreform erfordern Lösungen

Wir reagieren und bieten für **steuerbefreite institutionelle Anleger** eine neue Anlageklasse:

WKN / ISIN: A2H5XV / DE000A2H5XV2

Ausgezeichneter Fonds:
BKC Treuhand Portfolio

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

- Hoher Qualitätsanspruch
- Strenges Nachhaltigkeitskonzept
- Defensive Grundstruktur

Testurteil: Sehr gut – BKC Treuhand Portfolio – FONDSCONSULT – Mai 2017

Zitat der FondsConsult Research:
„Dem BKC Treuhand Portfolio gelang es zum wiederholten Mal auf der quantitativen wie auch qualitativen Seite zu überzeugen und der Fonds sichert sich damit wieder einen Spitzenplatz in dieser Studie.“

Stiftungsfonds des Jahres 2017 – RenditeWerk

Die Auszeichnung „Stiftungsfonds des Jahres 2017“ wird einmal jährlich vom Online-Magazin RenditeWerk an vier Fonds verliehen. Das BKC Treuhand Portfolio geht 2017 mit Platz 1 als Sieger hervor.

Die Bank von Mensch zu Mensch

Bank für Kirche und Caritas eG

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

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

Diesseitige Vorsorge

Fünf Jahre Erbschaftskampagne „Was bleibt." – Erfahrungen und Einsichten

Nachlassfundraising bedarf besonderen Fingerspitzengefühls, soll derartigen Bemühungen nichts Ruchloses oder Pietätloses anhaften. Betreibt eine Kirche Fundraising in diesem Bereich, wird es besonders schwierig durch die starke Assoziation von Religion mit dem Tod und dem Leben danach. Das bedeutet aber nicht, dass man hinter vorgehaltener Hand kommunizieren muss, wie die Kampagne der Evangelische Kirche in Baden zeigt.

Von Pfarrer Dr. TORSTEN STERNBERG

Was 2012 als badisches Projekt von Evangelischer Kirche und Diakonischem Werk begann, hat sich mittlerweile ausgeweitet. Neun weitere Landeskirchen haben das Kampagnen-Konzept für Erbschafts-Fundraising übernommen oder beschäftigen sich mit entsprechenden Überlegungen.

Auf dem Weg dorthin hat sich das Konzept weiterentwickelt, weil viele Kolleginnen und Kollegen ihr Know-how einbringen. Der Material-Pool erweitert sich dadurch ständig und reicht von erwachsenenbildnerischen Seminarmodulen bis zu thematischen Gottesdienstentwürfen. Er steht in einem geschützten Downloadbereich allen Geschulten unentgeltlich zur Verfügung.

Angesichts dieser Erfolgsgeschichte ist es erstaunlich, dass sich die grundsätzliche innerkirchliche Skepsis gegenüber dem Erbschaftsfundraising über die Jahre nicht vermindert hat.

Innerkirchliche Skepsis bleibt bestehen

Es bleibt ein sensibles Thema, das sich nur durch den absoluten Fokus auf die Ratsuchenden und deren Bedürfnisse und die hohen ethischen Standards platzieren lässt. Den ganztägigen Schulungen kommt dabei eine besondere Bedeutung zu. Bereits jetzt sind mehr als eintausend Personen befähigt, vor Ort nachhaltig Beziehungspflege zu leisten. Mit der Ausweitung des Projekts werden in den kommenden Jahren deutschlandweit zahlreiche weitere dazukommen. Die limitierten zeitlichen Ressourcen der hauptamtlichen Fundraiserinnen und Fundraiser multiplizieren sich dadurch.

Viele Geschulte haben Doppel- oder Mehrfachfunktionen. Sie sind auch Notarinnen oder Anwälte, engagieren sich ehrenamtlich nicht nur bei der Kirche, sondern auch in Vereinen oder gemeinnützigen Organisationen. Dadurch findet regelmäßig ein Erfahrungsaustausch statt, der weit über den kirchlichen Raum hinausgeht. Viele empfinden „Was bleibt." weniger als kirchliches Erbschaftsfundraisingkonzept, sondern als allgemeine Awareness-Kampagne, bei der sie sich mit ihren Anliegen, Projekten und Einrichtungen repräsentiert fühlen.

Austausch über die Kirche hinaus

Das heißt aber auch: Wer „Was bleibt." für den eigenen Arbeitsbereich adaptiert, der hat sich intensiv mit kritischen Rückfragen beschäftigt. Daraus resultiert eine hohe Identifikation mit diesem Konzept. Es ist mehr als ein beliebiger Claim, es ist ein Markenzeichen für eine bestimmte adressatenorientierte, ethisch reflektierte Grundhaltung in einem hochsensiblen Kommunikationsfeld.

Ein Meilenstein war 2017 die neue bundesweite Homepage *www.was-bleibt.de*. Die Auswertung der Zugriffe zeigt: Die Menschen sind vor allem an der Broschüre interessiert und an den Downloadangeboten für Vorlagen, mit denen die eigenen Vorsorgebe-

mühungen dokumentiert werden können. Das stützt noch einmal den adressatenorientierten Kommunikationsansatz.

Von „Was bleibt." zu „Nicht(s) vergessen"

2015 wollten die Verantwortlichen für Seelsorge und Gottesdienst der Evangelischen Landeskirche in Baden den bisherigen Bestattungsratgeber grundlegend überarbeiten und baten das Fundraising um „Amtshilfe", weil „Was bleibt." die schwierigen Tabuthemen Tod, Geld und Vererben so beeindruckend kommunizieren würde. Herausgekommen ist die Broschüre „Nicht(s) vergessen. Gut vorbereitet für die letzte Reise" – in der Aufmachung und im Duktus an „Was bleibt." angelehnt.

Der Erfolg ist überwältigend. Mehr als 30 000 Broschürenbestellungen in achtzehn Monaten, hundertfache Bestellungen des 2017 aufgelegten Sammelordners und hohe Zugriffszahlen auf die Homepage *www.nichtsvergessen.de*. Bayern, Württemberg und das Rheinland haben das Konzept bereits übernommen, auch hier werden weitere Landeskirchen folgen.

Erhöhung der Akzeptanz von Fundraising

Die Bestellenden erleben Kirche als hilfreich für die Bewältigung der sie bewegenden Lebensfragen. Und aus dem Kreis von Psychologinnen, Hospizmitarbeitenden, Lehrerinnen von Altenpflegeschulen und anderen Fachleuten kommt höchste Anerkennung. Die Akzeptanz von Fundraising erhöht sich dadurch erheblich. Aber zugleich wächst damit auch die Verantwortung im Spannungsfeld von zweckfreier Seelsorge und nutzenorientiertem Fundraising.

„Was bleibt." und „Nicht(s) vergessen", aber auch das Evangelische Stiftungsforum und die Dachstiftungskampagne haben in der Evangelischen Landeskirche in Baden ein „Grundrauschen" erzeugt, welches zu vermehrten Anfragen nach Stiftungs- und Nachlassberatungen führt. Der adressatenorientierte Ansatz trägt dennoch Früchte.

Dr. Torsten Sternberg ist Gemeindepfarrer und Religionslehrer und seit 2011 Leiter der Servicestelle Fundraising, Engagementförderung und Beziehungspflege der Evangelischen Landeskirche in Baden. Seine Arbeitsschwerpunkte liegen unter anderem in den Bereichen Stiftungs- und Nachlassberatung sowie der weiteren Entwicklung der Erbschaftskampagnen „Was bleibt." und „Nicht(s) vergessen".
▶ www.ekiba.de

„Erbschaftskampagnen sind niemals ergebnisorientiert …“

Persönliche Gedanken von Holger Menze

Erbschafts- beziehungsweise Nachlass-Fundraising ist in aller Munde, doch wie redet man mit Menschen über das, was bleibt?

Ich komme aus einer großen Familie, da wurde immer schon viel gestorben, und so haben neben meinen Großeltern auch meine Eltern das Zeitliche im häuslichen Umfeld gesegnet. Mein Vater lag nach anthroposophischem Brauch fünf Tage lang im Wohnzimmer aufgebahrt, mit Kindern und Enkeln drum herum, manchmal lief die Katze über ihn. Er lag da sehr selbstverständlich; der Tod gehört nun mal zum Leben. Meine Mutter hatte ein Lungenemphysem und alle wussten, dass sie letztendlich daran sterben würde. Das hat Jahre gedauert, und ich habe mich in dieser Zeit oft mit ihr über ihren nahenden Tod unterhalten. Sie war sehr abgeklärt und hat mir viel von meiner Angst vor der eigenen Sterblichkeit genommen. Ich war sehr froh darüber, denn als junger Mann hatte ich meinen ehemaligen Partner zu Grabe getragen, der an den Folgen von HIV gestorben ist, voller Angst, voller Verzweiflung, fast schon zum Glück in einer schnell voranschreitenden HIV-induzierten Demenz. Da half kein Reden; meistens habe ich mich im Krankenhaus einfach zu ihm ins Bett gelegt, damit er sich an mich kuscheln konnte. Das hat ihn beruhigt.

Zurück aber zu den immer agileren Best-Agern, die sich heutzutage mit wachem Verstand mit ihrem eigenen Ableben beschäftigen. Denn das möge deutlich sein: Wer sich mit seinem Nachlass beschäftigt, befindet sich in einem rationalen Prozess, der durchaus emotional sein kann, aber eben immer auf einem rationalen Fundament beruht. Darauf kann man sich verlassen, wenn man mit potenziellen Erblassenden spricht. Ähnlich wie bei Gesprächen mit Menschen, die sehr viel spenden, sollten die Gespräche vonseiten des Fundraisers von Offenheit, Klarheit und Interesse bestimmt sein. Emotionalität, so sie denn eine Rolle spielt, kann immer nur von den potenziellen Spendenden in das Gespräch eingebracht werden.

Wie aber erhält man nun die Informationen, die man braucht, um die spendenden Menschen in eine Donor-Journey einzubinden? Offene Fragen helfen hier. Wer fragt, ob man sich denn schon mit dem Thema Erbschaft befasst hat, oder ob vielleicht sogar schon ein Testament verfasst wurde, erfährt meist ganz nebenbei, dass oder ob und wie viele Kinder es gibt, und ob somit überhaupt noch etwas übrig ist vom Kuchen. Bellt ein Hund im Hintergrund, kann das auf ein Interesse am Tierschutz hindeuten, und wie bei allen Gesprächen mit Spendenden liefert die Frage nach der Spendenmotivation immer Stoff, um tiefer in die Materie einzusteigen und somit die Bindung zu stärken. Denn das sollte jedem klar sein, der sich mit Nachlass-Fundraising beschäftigt. Ganz selten trifft man auf Unterstützende, die bereits eine Organisation im Testament bedacht haben. Meistens aber dienen die Gespräche nur dem Bindungsaufbau, dem Berührungspunkt, dem kleinen goldenen Moment, der die Spendenden im entscheidenden Augenblick dazu veranlasst, ihr Testament entsprechend zu erweitern.

Die Anzahl tatsächlich versandter Erbschaftsbroschüren bei einer Erbschaftskampagne ist daher nur ein sehr rudimentärer Indikator für ein erfolgreiches Erbschaftsgespräch. Letztendlich sind es immer die Erfahrungen und die Bindungsfähigkeit der Fundraisenden, das offene, vorurteilsfreie Zuhören und die Fähigkeit, keine vorschnellen Schlüsse zu ziehen, die den Erfolg einer Kampagne ausmachen. Eine Erbschaftskampagne kann daher auch nicht unter RoI-Gesichtspunkten analysiert werden. Erbschaftskampagnen sind niemals ergebnisorientiert, hier ist immer der Weg das Ziel.

Der Datenschutz soll hier nicht unerwähnt bleiben: Es ist unbedingt darauf zu achten, die Informationen, die man erhält, nicht in die Spender-Datenbank aufzunehmen. Erlaubt ist aber die Niederschrift in ein persönliches Verzeichnis, sozusagen ein Tagebuch der Fundraisenden.

Wie es denn ist, wenn man weiß, dass man bald stirbt, habe ich meine Mutter gefragt. „Der Tod ist für mich wie ein langer, traumloser Schlaf“, hat sie geantwortet, „und den wünsche ich mir jeden Abend.“ Das hat mich beruhigt.

Holger Menze ist seit fast 20 Jahren dem Telefon-Fundraising verbunden. Er ist einer der Mitbegründer der FRC Fundraising Company in Berlin, die seit 2004 besteht. Seit 2009 ist er dort als Geschäftsführer tätig. Er ist regelmäßiger Referent für Fundraising-Workshops. In den vergangenen Jahren hat er mit diversen internationalen NGOs zusammengearbeitet und kennt die Vorzüge und Risiken des Telefon-Fundraisings in allen Details.
▶ www.spenden-manufaktur.de

Fundraising-Wahrheit Nr. 8

Spende gut, alles gut?

Glückwunsch! Sie haben Ihre Hausaufgaben gemacht: einen überzeugenden Case for Support formuliert und die richtigen Menschen angesprochen. Das Guthaben auf dem Spendenkonto wächst und fließt nach und nach in wichtige Projekte. Ist jetzt also alles erledigt? Wir meinen: Nö. Denn nach der Spende ist vor der Spende.

Bedankung, Bindung, Upgrading, Spenderservice … Kommunizieren Sie so, dass aus spontanen Erstspendern treue Freunde und begeisterte Fürsprecher werden. Wir beraten Sie gern!

Wir sind umgezogen!

Brückenstraße 1-3 · 50667 Köln
Telefon 0221 / 677 845 - 90
www.fundango.de
kontakt@fundango.de

Wir machen Gewinner

Deutscher Fundraising Preis 2016

fundango®
Fundraising ist mehr

Der Ruf des schnellen Geldes

Welchen Einfluss haben Kryptowährungen und die Blockchain-Technologie?

Mit einem Kursanstieg um das 15-fache innerhalb eines Jahres hat die Begeisterung für die digitale Währung Bitcoin schließlich auch diejenigen erreicht, die dem Geschehen in der Finanzwelt sonst eher indifferent bis distanziert gegenüberstehen. Haben Blockchains das Potenzial für weltweite Veränderungen?

Von LARS JAEGER

Ein Gespenst geht um in der Finanzwelt, und diesmal ist es nicht der Kommunismus, der das Establishment in Europa bedroht. Das Gespenst heute heißt „Bitcoin", und es bedroht die etablierten Machtstrukturen in der weltweiten Finanzindustrie. Doch sind es nicht politischer Idealismus oder die Aussicht auf eine gerechtere Gesellschaft, die den momentanen Hype um Bitcoin antreiben. Vielmehr ist es der gleiche Ausruf, der in demselben Jahr, in dem Marx und Engels das Kommen des Kommunismus ankündigten, aus San Francisco erscholl: „Gold! Gold! Gold from the American River!". Es ist der Ruf des schnellen Geldes, der auch 170 Jahre nach dem kalifornischen Goldrausch nichts von seiner Wirkung verloren hat.

Wer kann schon ignorieren, dass hier schnell mal Millionen gescheffelt werden können? Nur dass man heute nicht mehr beschwerliche Tausende von Kilometern reisen muss, um das neue Gold zu „schürfen", sondern nur ins Internet zu gehen braucht. „Schürfen", so heißt es tatsächlich, wenn man mit der Rechenkraft seines eigenen Computers neue Bitcoins zu erwerben anstrebt. In China und Island gibt es bereits ganze Farmen von Bitcoin schürfenden Computern (die dafür – und dies ist ein weniger bekannter Nebeneffekt des Bitcoin-Hypes – eine Unmenge an Elektrizität verbrauchen und die globale CO_2-Bilanz belasten).

Unterdessen ist aus dem Hype eine wahre Bitcoin-Manie geworden, die selbst die Ahnungslosen (und gerade die) an die völlig unregulierten und oft alles andere als

transparent agierenden Bitcoin-Börsen treibt. „Die größte Spekulationsblase in der Geschichte", beschreiben Kritiker die jüngste Kursentwicklung der Kryptowährungen. Und Bitcoin ist nur die bekannteste unter ihnen. Es gibt noch viele andere. Tatsächlich kann jeder, der will, seine oder ihre eigene digitale Währung erschaffen. Hier werden Erinnerungen an das adlige Münzprägerecht im Mittelalter wach, mit dem jeder Adlige, der dieses besaß, seine eigene Münzwährung prägen durfte.

Energiefresser

Islands Bedeutung als internationaler Wirtschaftsstandort steigt gerade wahrnehmbar. Dank Strom aus erneuerbaren Quellen liegen die Strom-Preise in recht erfreulichen Bereichen. Und da Krypto-Mining insgesamt doch jede Menge Strom verbraucht, zieht das entsprechende Unternehmen an, die sich zusehends auf der Insel einrichten. Wer das Krypto-Mining professionell betreibt, lässt seine Rechner nämlich rund um die Uhr laufen. Der auf Kryptoanlagen spezialisierte Marktforscher Digiconomist wird mit der Schätzung zitiert, dass je Transaktion rund 650 Kilowattstunden Strom benötigt werden. Da ist es nicht mehr lange hin, bis dieser Energieverbrauch in Summe den Energieverbrauch aller Haushalte Islands übertrifft.

Die Spielregeln der Blase

Es ist daher kein Wunder, dass bereits zahlreiche Vergleiche zur Tulpenmanie im Holland des 17. Jahrhunderts gezogen werden. Am 3. Februar 1637 betrug dort der Preis einer einzigen Tulpenzwiebel über 5000 Gulden (in heutigen Preisen fast 100 000 Euro; zum Vergleich: der Maler Rembrandt bekam für seine „Nachtwache" gerade einmal 1600 Gulden). Der Unterschied zu Bitcoins heute: Nach dem Platzen der Blase hatte man wenigstens noch eine Zwiebel, aus der eine schöne Blume wachsen konnte.

Bei Bankern und Ökonomen haben Bitcoins lange nur ein spöttisches Lächeln hervorgerufen. Die Regulationsbehörden hatten die Kryptowährung zwar im Auge, allerdings hauptsächlich, um ihre kriminellen Nutzungen einzudämmen. Denn auch diese machten 2017 weitere Schlagzeilen: Geldwäscherei, Lösegelderpressung seitens Hackern, Veruntreuung, Waffenhandel im sogenannten Darknet und so weiter. Doch nun haben die Aufseher begonnen, auch die Mainstream-Fähigkeit von Bitcoin zu evaluieren.

Man fühlt sich an die Entwicklung des Internets in den frühen 1990er-Jahren erinnert, das von Bankern und Großunternehmen, traditionell eher Nachreiter technologischer Veränderungen, zunächst ebenso skeptisch beäugt wurde, bevor diese dann mit Wucht auf den Zug aufsprangen und das Internet in ihre Geschäftsmodelle integrierten. Steht Bitcoin, oder allgemeiner der Technologie, die hinter Bitcoin steckt (Blockchain), eine ähnliche Entwicklung bevor? Oder werden die Bitcoins zu den Tulpen des 21. Jahrhunderts und nach dem Platzen ihrer Blase keine Rolle mehr in der realen Wirtschaft spielen? Denn dass die Bitcoin-Blase platzen wird, davon sind auch viele der enthusiastischsten Bitcoin-Apologeten überzeugt. Die wichtige Frage lautet jedoch: Was kommt danach?

Schweizer Krypto-Kollekte

Die Züricher Freikirche namens „International Christian Fellowship" (ICF) akzeptiert neuerdings auch Spendengelder in Bitcoin und anderen virtuellen Kryptowährungen wie Ethereum, Stellar, Ripple und BitcoinCash. Die ICF ist für ihr unkonventionelles Auftreten bekannt: eigenes TV-Programm, Party mit DJ nach dem Gottesdienst und eine zuweilen marketingmäßige Zielgruppenansprache stehen in der Kritik. Nun also auch noch Krypto-Spenden. Dass die Freikirche auch Kryptowährungen akzeptiere, sei legitim, sagte ICF-Geschäftsführer Nicolas Legler dem „Handelsblatt". „Wir spekulieren ja nicht mit den Bitcoins, die wir als Spende erhalten." Die Spenden würden in normale Schweizer Franken umgewandelt. „Wir wollen einfach, dass die Menschen die Möglichkeit haben, uns auch mit Kryptowährungen zu unterstützen", wird Legler zitiert. Das „Handelsblatt" berichtet von Spenden aus aller Welt, weil die Aktion international für Aufsehen gesorgt habe. Die Kirche finanziere sich ausschließlich über Spenden, das Jahresbudget läge bei sechs Millionen Franken.

Potenzial für technologischen Umsturz

Ist die gerade ablaufende Bitcoin-Spekulationsblase und ihr anstehendes Platzen ein Vorreiter eines neuen revolutionären Technologie-Schubs? Das ist keineswegs ausgeschlossen, denn Blockchain besitzt tatsächlich das Potenzial für einen neuen technologischen Umsturz. Er könnte eine bedeutende Gruppe zentraler Agenten in der globalen Wirtschaft ausrotten, die so genannten Intermediäre. Heute steuern intermediäre Einrichtungen wie Banken, Börsen, Notare, Buchprüfungsgesellschaften sowie zahlreiche staatliche Institutionen (z. B. Zentralbanken, Steuerbehörden und Regulatoren) einen großen Teil unseres Wirtschaftslebens. Sie garantieren eine zentrale Bedingung für den reibungslosen Ablauf jeglichen wirtschaftlichen Handelns: Vertrauen. Banken garantieren Geldvermögen, eine Banknote ist ein Wertspeicher, der (zumeist) zuverlässig ist. Ein Notar garantiert die Rechtssicherheit einer vertraglichen Vereinbarung, Notenbanken, dass die Papierscheine in meiner Hand einen Wert besitzen. Staatliche Behörden ... ▶

... sorgen dafür, dass im internationalen Bankgeschäft die Regeln eingehalten werden. Sie alle sind „Agenten des Vertrauens“. Dass aber selbst diese Agenten nicht einhundertprozentig vertrauenswürdig sind und selbst in die Krise geraten können, zeigen die zahlreichen Banken- und Staatskrisen der vergangenen Jahre und Jahrzehnte, die zu Hyperinflationen, Bankenpleiten, Kreditkrisen bis hin zu dysfunktionalen Staaten („failed states“) geführt haben.

Neue Möglichkeiten für Vertrauensbildung

Die Blockchain-Technologie ermöglicht ganz neue Möglichkeiten für Vertrauensbildung in Wirtschaft und Handel. Das wohl prominenteste Beispiel ist eine neue transparente und dezentrale Art und Weise, die zentrale Einheit des wirtschaftlichen Austauschs zu definieren: das Geld. Anstatt durch den Austausch einer staatlich regulierten Währung finden wirtschaftliche Prozesse in dezentral verwalteten („peer-to-peer“) Netzwerken statt. In ihnen lassen sich Zahlungen abwickeln, ohne dass es einer Vertrauen schaffenden zentralen Bank oder staatlichen Währung bedarf.

Die Funktionsweise von Blockchains ist so einfach wie das Führen eines Geschäftsjournals, nur mit viel mehr Einträgen sowie dezentraler und globaler Verwaltung.

So funktioniert Blockchain

Blockchains sind elektronisch gespeicherte Journale („Blöcke“), die – daher der Name – kettenförmig zusammenhängen und für jedermann einsehbar auf vielen Computern zugleich gespeichert sind. Der Besitz des Geldes entspricht dabei dem Besitz eines geheimen digitalen Schlüssels, der Zugang zum Guthaben in einem eigenen digitalen Portemonnaie gewährleistet. Dieser wird dann eingesetzt, wenn das Geld zwecks Bezahlung einem anderen übertragen werden soll. Eine solche Transaktion wird dann in der Blockchain eingetragen. Während wir beim gewöhnlichen Zahlungsverkehr einer Bank oder einer anderen vermittelnden Instanz vertrauen müssen, die die Sicherheit der Transaktion garantiert, ist dies in einer Blockchain die Aufgabe der Gemeinschaft aller Beteiligten. Eine Zahlung wird bei Vorlegen des korrekten Schlüssels von der Mehrheit der Teilnehmer abgesegnet. Korrekturen am System sind nur möglich, wenn die Mehrheit der Beteiligten diesen zustimmt. Aufgrund der hohen Teilnehmerzahl ist dies nach einer kurzen Weile kaum mehr möglich.

Die Einträge der Blöcke in die Blockchain übernehmen dezentrale Knotenpunkte, wofür ihre Besitzer entlohnt werden (dies ist bei der Bitcoin-Blockchain der Fall; es gibt auch andere Modelle): Sie erhalten für ihre Tätigkeit neue Währungseinheiten. Das ist das „Schürfen“ neuer Bitcoins (engl. „mining“). Damit jeder daran teilnehmen kann und Chancen auf Schürferfolg hat und damit das Netz so breit wie möglich aufgestellt ist, müssen die Schürfer zunehmend aufwendigere mathematische Probleme lösen, bevor sie einen Eintrag vornehmen und dafür Bitcoins erhalten. In der Fachsprache: Die Miners müssen ein „proof of work“ vorlegen, was mit Kosten für Elektrizität und Kühlung der Computer verbunden ist.

Technologie für die öffentliche Verwaltung

Die Blockchain-Technologie hat das Potenzial, Intermediäre wie Geld, Banken und Behörden durch eine Gemeinschaft vieler Nutzer zu ersetzen. Sie könnte wirtschaftliche Transaktionen und Organisationen auf eine ganz neue Basis stellen. Geld, wie wir es heute kennen, könnte komplett verschwinden. Anstatt einem staatlich regulierten Intermediär für Geschäftstransaktionen zu vertrauen, könnten die Menschen all ihre Bezahlungen direkt digital durchführen und in Blockchains registrieren. Der Anwalt, der beim Bäcker ein Brot kauft, zahlt mit einer direkten Transaktion, beispielsweise mit seinem Handy, die dann sofort in der Blockchain verbucht wird. Seinerseits erhält er sämtliche seiner eigenen Arbeitsleistungen von seinen Kunden direkt auf sein digitales Konto vergütet. Geld als Vermittler verschiedener Wirtschaftssubjekte und ihrer Käufe und Verkäufe braucht es dann nicht mehr. Die Technologie weckt daher gerade die Begeisterung derjenigen, die wirtschaftliche Prozesse jeglicher staatlicher Kontrolle entziehen wollen.

Die möglichen Anwendungen von Blockchains gehen jedoch weit über Geldgeschäfte hinaus. Blockchain ermöglicht, dass

Unicef nutzt Krypto-Mining

Junge Spenderzielgruppen sind immer gefragt. Das Kinderhilfswerk Unicef setzt auf Gamer und e-Sportler. Diese müssen nicht mal eigenes Geld haben – eine leistungsstarke Grafikkarte genügt. Krypto-Mining bedeutet Goldschürfen, nur eben im Internet. Auf der Webseite chaingers.io stellt Unicef Mining-Clients zur Verfügung, die man sich einfach herunterladen kann, um die Krypto-Währung Ethereum zu gewinnen. Dafür muss das Programm nicht ständig laufen, sondern beispielsweise nur dann, wenn der Gamer mal schläft. Der Stromverbrauch wäre in diesem Fall nicht höher als beim normalen Computerspiel. Die geminten Ethereum-Beträge kommen direkt auf ein Unicef-Konto. Davon sollen Medikamente für Kinder in syrischen Kriegsgebieten erworben werden.

Die Idee, gemeinsam Rechnerleistung für einen „guten Zweck“ zu stellen, ist nicht neu. Das Volunteer-Computing-Projekt SETI@home, welches sich mit der Suche nach außerirdischem intelligenten Leben befasst, nutzt dieses Prinzip bereits seit mehr als zehn Jahren. Zur Auswertung der riesigen Datenmengen, die bei der Beobachtung des Alls entstehen, wird die Rechenlast an die PCs der weltweiten SETI@home-Gemeinde ausgelagert.

Menschen, die sich nicht kennen, eine verlässliche Aufzeichnung darüber führen können, was wem gehört und was wahr ist. Gegenseitiges Vertrauen ist dafür nicht notwendig, denn die Blockchain selbst garantiert die Integrität der Transaktionen. Ganz allgemein ermöglichen Blockchains das Aufzeichnen und Bewahren von „Wahrheiten" (z.B. Eigentumsrechten), die weder von einem korrupten Staat noch von privaten Interessen manipuliert werden können, da solche Manipulationen stets von der Mehrheit der Benutzer dezentral bestätigt werden müssten. Laut Prognosen des Weltwirtschaftsforums wird bis 2023 der erste Staat Lohnsteuern mit Hilfe der Blockchain-Technologie einsammeln. Und bis 2027 sollen mindestens zehn Prozent des gesamten Weltbruttoinlandsprodukts auf Blockchains abgespeichert sein (WEF, Global Agenda Council on the Future of Software & Society, Deep Shift Technology Tipping Points and Societal Impact, 2015). Dezentrale Grundbuchführungen auf der Basis von Blockchains sind bereits im Gespräch, was gerade in Ländern, in denen die öffentlichen Register unzuverlässig sind oder gar nicht existieren, einen bedeutenden positiven Einfluss haben könnte. Das zentrale Grundbuch, wie wir es kennen, könnte abgeschafft werden. Länder wie Honduras und Georgien, aber auch Schweden haben bereits weitergehendes Interesse an der Blockchain-Technologie zu diesem Zweck signalisiert. Und im März 2017 hat Dubai eine große Blockchain-Initiative angekündigt, nach der ab 2020 alle Regierungseinheiten und die gesamte öffentliche Verwaltung die neue Technologie verwenden sollen.

Mit hoher Wahrscheinlichkeit werden schon bald viele Menschen viel Geld verlieren, wenn die Bitcoin-Blase und die anderer Kryptowährungen zuletzt platzen. Doch so richtig spannend wird es danach: Was wird mittel- und langfristig aus der ihnen zugrunde liegenden Blockchain-Technologie? Das sehr viel größere, weit über Bitcoin hinausgehende technologische Potenzial von Blockchains ist der eigentliche Grund, warum es sich lohnt, ihre Entwicklungen sehr genau zu verfolgen.

Lars Jaeger hat Physik, Mathematik, Philosophie und Geschichte studiert und mehrere Jahre in der Quantenphysik sowie Chaostheorie geforscht. Er unterrichtet unter anderem an der European Business School im Rheingau. Seine letzten Bücher „Die Naturwissenschaften. Eine Biographie" (2015) und „Wissenschaft und Spiritualität" (2016) sind bei Springer Spektrum erschienen. Im August 2017 erschien sein neustes Buch „Supermacht Wissenschaft" beim Gütersloher Verlagshaus.
▶ **www.randomhouse.de**

Fast fünf Millionen hochqualifizierte, mit umfangreichen Verhaltensanalyse- und Profilinformationen versehene Spenderadressen bilden die Basis für eine spannende und zugleich unterhaltsame Praxis-Studie. Wie verändert sich das Verhalten von Spendern nachweislich? Welche Erkenntnisse liefern Test-Szenarien? Was können wir für die Zukunft daraus lernen und welche Hinweise deuten wirklich auf bahnbrechende Veränderungen in der Spender-Kommunikation hin?

Bitcoin als Spende

Ein persönlicher Erfahrungsbericht über Cryptocurrency-Fundraising

Kryptowährungen gelten als riskant, sind aber aus dem Finanzbereich nicht mehr wegzudenken. Wie können NGOs diese in ihr Fundraising integrieren und worauf ist zu achten? Ein Erfahrungsbericht aus Österreich.

Von JASMIN GÜNGÖR

Seit mehr als drei Jahren arbeite ich bei „Jugend Eine Welt" und bin zuständig für Darlehensprojekte in Ecuador und Indien. Wir verfügen über einen Pool an Impact Investoren aus Österreich, Deutschland und der Schweiz, die Kapital an Don-Bosco-Institutionen zinsgünstig verleihen und über den Weg der ethisch-nachhaltigen Geldanlage Gutes tun. Wir haben in diesem Zusammenhang in Kooperation mit der RLB Tirol AG und der Erste Bank Group AG auch die ersten Impact-Anleihen im deutschsprachigen Raum in Umlauf gebracht (2009, 2015 und 2016) und sind somit Pioniere in diesem Feld.

Bitcoin kenne ich persönlich seit 2011. Da die Szene in Österreich in den letzten Jahren recht überschaubar war, habe ich 2015 den Geschäftsführer der Coinfinity GmbH, Max Tertinegg, kennengelernt. Coinfinity ist ein Bitcoin- und Ethereum-Broker aus Graz mit Online-Plattform und Bitcoin-Automaten. Von ihm kam die Idee, Bitcoin als neue Form der Spende einzusetzen. Max Tertinegg wollte 2015 die damals in Österreich ankommenden Flüchtlinge unterstützen und wir haben uns darauf geeinigt, mit den eingesammelten Bitcoins SIM-Karten für Flüchtlinge zu kaufen. Coinfinity hat als Maßnahme auf diversen Bitcoin-Automaten Flyer angebracht und um Bitcoin-Spenden gebeten. Die Firma hat den Spendenaufruf auch in Foren im Internet veröffentlicht. Es sind damals 1,84 Bitcoin gespendet worden, die einen Verkaufswert von etwa 600 Euro hatten. Der heutige Gegenwert (Stand: Jänner 2018) wäre mehr als 22 000 Euro.

Durch den Boom der Kryptowährungen im Jahr 2017 haben wir uns nach dem Sommer dazu entschieden, im vierten Quartal eine eigene Homepage aufzubauen (*www.bitcoinspenden.at*) und eine Hardware Wallet zu besorgen, um sozusagen die ersten

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

Es gibt nur eine Ressource die sich vermehrt, wenn sie geteilt wird: Content
[Zitat: Tobias Stückroth - Gründer von hello]
Mehr Informationen unter:
www.helloprobono.de
hello

Grundpfeiler für einen professionellen Umgang mit Kryptowährungen inhouse zu legen. Wir mussten außerdem Gespräche mit dem Finanzministerium führen, um in Erfahrung zu bringen, ob Bitcoin in Österreich als Spende von der Steuer absetzbar ist. Nach einer gewissen Wartezeit haben wir erfahren, dass es sich um eine Sachspende handelt und somit nicht von der Steuer abgesetzt werden kann.

Wir sind im Oktober 2017 mit der Homepage live gegangen und haben zwei Medien überzeugen können, von uns zu berichten. Das waren BTC-Echo aus Deutschland und der „brutkasten" aus Österreich. Daraufhin haben wir einige Spenden erhalten. Wir durften auch im Wiener Bitcoin-Store, The House of Nakamoto, Flyer austeilen. Vermutlich sind von dort auch einige Eingänge. In Summe waren es aber tatsächlich nur zehn Eingänge mit einem heutigen Gegenwert von ca. 700 US-Dollar (Stand: Jänner 2018).

Gebühren für Bitcoin-Transaktionen

Das vierte Quartal des Jahres 2017 war für Bitcoin-Spenden ein schlechter Zeitpunkt. Die Gebühren im überlasteten Bitcoin-Netzwerk haben pro Transaktion bis zu 25 Euro betragen. Das Problem ist nämlich, dass mehr Transaktionen im Bitcoin-Netzwerk eine Bestätigung verlangen, als tatsächlich bestätigt werden können. Es haben einfach nicht so viele Transaktionen Platz. Deswegen fügt man jeder Transaktion eine Gebühr hinzu. Je höher die Gebühr, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass die Transaktion bestätigt wird.

Wir führen den geringen Eingang an Spenden darauf zurück, dass Kleinspenderinnen und Kleinspender zu Recht nicht einsehen, weshalb bei einer Spende von 100 Euro in Form von Bitcoin 25 Euro an Gebühren anfallen, wenn doch normale Banküberweisungen kostenfrei sind. Wir haben uns deshalb entschieden, im ersten Quartal 2018 andere Währungen wie Ethereum oder Litecoin, die aktuell weniger Transaktionsgebühren erfordern, in unser Cryptocurrency-Fundraising zu integrieren.

Cryptocurrency-Markt beobachten und verstehen

Wir erwarten außerdem gute Chancen bei Cryptocurrency-Großspendern. Jetzt erst wurde beispielsweise der Pineapple Fund bekannt, wo eine anonyme Person Bitcoin im Gegenwert 86 Millionen US-Dollar vergibt. Dort haben wir bereits ein Projekt eingereicht.

Kryptowährungen sind sehr dynamisch und als NGO ist es sicherlich sinnvoll, diesen Markt zu beobachten und zu verstehen. Daher biete ich in Kooperation mit Friedbert Ottacher von Ottacher Development Consulting einen Workshop für Fundraiserinnen und Fundraiser an. Mir liegt es am Herzen, Mitstreitern aus meinem Metier zu vermitteln, wie Kryptowährungen funktionieren und wie man sie sicher verwahren kann. Das ist meiner Meinung nach wichtig, da das Phänomen Kryptowährung so schnell nicht mehr von der Bildfläche verschwinden wird.

Jasmin Güngör arbeitet seit mehr als drei Jahren im Bereich der ethisch-nachhaltigen Geldanlage für die Organisation „Jugend Eine Welt". Sie kennt Bitcoin seit 2011 und ist in Österreich in der Blockchain- und Kryptowährungsszene aktiv. Für „Jugend Eine Welt" hat sie Ende 2017 erste Grundpfeiler für ein erfolgreiches Cryptocurrency Fundraising aufgebaut.
▶ www.bitcoinspenden.at

Das Leichtgewicht - ein starker Begleiter!

Der Mailingverstärker mit Durchblick.
Papierlesezeichen mit integrierter Lupe - ein garantierter Hingucker!

lupenmaxx®
...wir machen´s größer!

Freiburger Straße 8 • 79199 Kirchzarten
info@lupenmaxx.de • www.lupenmaxx.de
Tel.: (0 76 61) 90 99 88 0

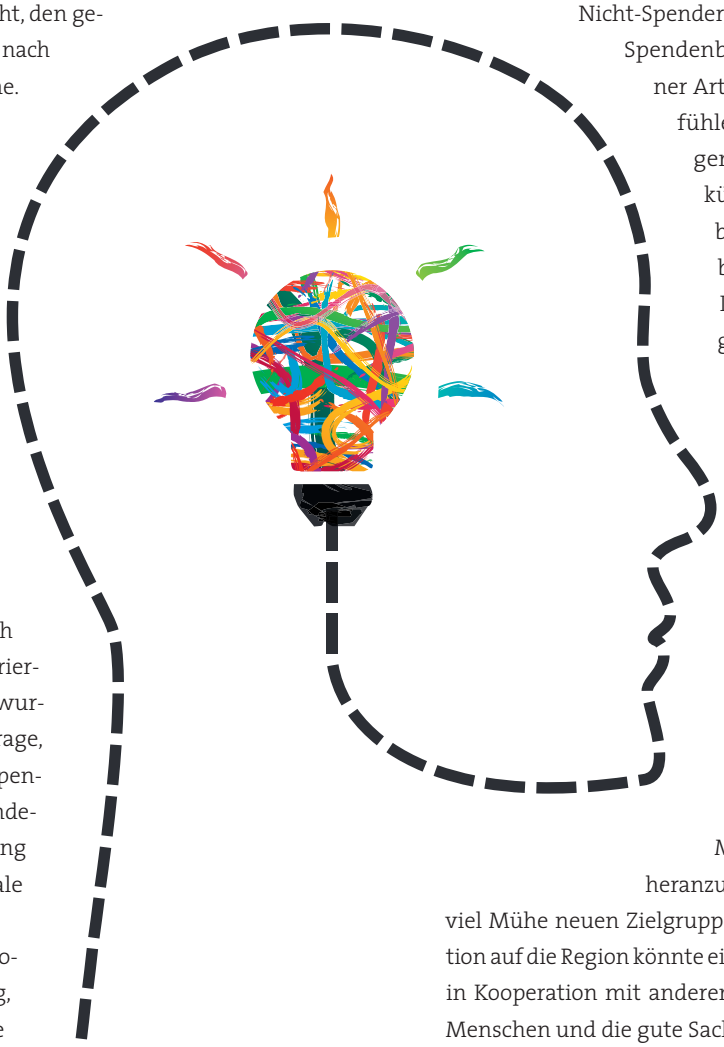
Vom Geben zum Gestalten?

Die „DenkFabrik“ hat Entwicklungen im Fundraising beleuchtet

„Man sollte nie so viel zu tun haben, dass zum Nachdenken keine Zeit mehr bleibt.“ – Dieser Aphorismus wird Georg Christoph Lichtenberg zugeschrieben und er fasst kurz zusammen, worum es bei der „DenkFabrik“ geht: eine grundlegende Reflexion über die Tiefen des Fundraisings.

Von WIEBKE DOKTOR

Die großen Entwicklungen und Themen betrachten, Kernfragen diskutieren und Neues jenseits des Alltags entdecken: Beim Deutschen Fundraising-Kongress 2017 hat das Conversio Institut diese Reflexionsrunde für Experten zum ersten Mal angeboten. Und viele Teilnehmer (Voraussetzung: mehr als 10 000 Stunden Erfahrung im Fundraising) brachten ihre Themen und Fragen ein, um sich miteinander darüber auszutauschen. In einer ersten Runde fragten wir nach der Situation des Fundraisings in Deutschland aus Expertensicht, den gesellschaftlichen Megatrends und nach den Entwicklungen der Branche. Vor Themenplakaten entspannen sich angeregte Diskussionen über die Modelle des Spendens in der Zukunft, über die Gewinnung neuer Generationen von Spendern, die Wege vom Geben zum Gestalten und die Herausforderung, die Kommunikation von NGOs zukunftsfähig aufzustellen.



Zwei Kernthemen

In der Verdichtung ergaben sich zwei Themen, die in zwei moderierten Runden tiefer diskutiert wurden. Das war zum einen die Frage, wie man aus Nicht-Spendern Spender machen kann und zum anderen der Blick auf die Veränderung des Fundraisings durch digitale Technologien.

Beide Themen haben das Potenzial für eine eigene Tagung, denn sie offenbaren schnell ihre weitreichenden Folgen für unsere Gesellschaft und die Frage, wie wir gerne miteinander leben wollen. Was passiert mit Bereichen und Projekten, für die nicht mehr genug Spenden zusammenkommen? Welche Menschen betrifft das? Wie werden neue Technologien in die Arbeitsweise von Organisationen eingreifen? Die „DenkFabrik“ hat vielen bewusst gemacht, wie wichtig der Austausch über diese gesellschaftlichen Aspekte des Fundraisings ist.

Eindruck einer Spendenmaschinerie

Nicht-Spender: Derzeit wird ein Fehlen der Einnahmen durch sinkende oder stagnierende Spenderzahlen vor allem durch höhere Einnahmen pro Kopf ausgeglichen. In der knappen Zeit hat die Diskussionsrunde erste Ideen entwickelt, warum viele Menschen nicht spenden und wie sie angesprochen werden könnten. So benennt die Gruppe mögliche Barrieren für die Nicht-Spender, wie das (Massen-)Instrument Spendenbrief und der Eindruck von einer Art Spendenmaschinerie. Offenbar fühlen sich viele Menschen nicht gemeint oder meinen, der Staat kümmere sich schon um alle Probleme. Welche Erfahrungen haben diese Menschen gemacht? Ist unsere Art, Menschen neu zu gewinnen, noch mit gewohnten Mitteln möglich? Auch die Frage, ob das Modell des Spendens zukunftsfähig ist, steckt in diesem Themen-Komplex, verbunden mit der Frage, wie sich die Generation Y engagieren möchte und ob traditionelle NGOs genügend Angebote zur Partizipation machen. Aktionsgetriebene Initiativen, die ad hoc Spenden sammeln, sind hier oft beweglicher. Lösungen sieht die Gruppe darin, Menschen früher an das Spenden heranzuführen und sich ganz gezielt mit viel Mühe neuen Zielgruppen zuzuwenden. Die Konzentration auf die Region könnte ein Weg sein, mit guter Presse und in Kooperation mit anderen Organisationen die Arbeit für Menschen und die gute Sache präsenter zu machen.

Einbindung des Spenders durch Technik

Neue Technologien: Diese Diskussionsrunde stellte die Punkte zusammen, an denen neue Technologien im Fundraising tiefgreifende Veränderungen bedingen: im Berufsbild des Fundraisers (Selbstbewusstsein der eigenen Expertenschaft), an der Relevanz und Rolle von Spenden sammelnden Organisationen (Wie schaffen wir Organisationsverbundenheit? Spricht neue Technologie neue Spenderzielgruppen an? Bieten neue Technologien ein Plus oder lösen sie alte Instrumente ab?), in Kommunikation und Branding von Organisationen und vor allem in der Art und der Geschwindigkeit von Prozessen und Abläufen (Neue Technologien brauchen agile Strukturen und flache Hierarchien. Die Macht des Spenders wächst enorm. Beteiligungsmöglichkeiten?). Neue Technologien schaffen neue Mitbewerber, da beispielsweise die Spenden-Empfänger von NGOs aktiv einbezogen werden beziehungsweise selbst aktiv werden können. Die Diskussionsrunde sieht neben den vielen Veränderungen aber auch eine Konstanz in den Bedürfnissen der Menschen nach Zwischenmenschlichkeit und den Mehrwert, den NGOs an diesem Punkt für Spender bieten.

Vernetztes Denken fördern

Spannend ist zu sehen, dass sich an vielen Stellen Überschneidungen der beiden eigentlich sehr unterschiedlichen Themengebiete finden. Es zeigt, dass wir Probleme nicht isoliert betrachten können, sondern viel stärker vernetzt denken müssen.

Dies will die „DenkFabrik“ gerne fortsetzen und bietet eine weitere Runde auf dem Deutschen Fundraising-Kongress 2018 in Kassel an. Alle Experten sind wieder herzlich eingeladen, am Freitagvormittag Themen einzubringen und viele Köpfe zum Mitdenken und Mitdiskutieren zu finden. Im Herbst bietet das Conversio Institut dann eine „DenkFabrik“ als Tagesveranstaltung an, um mit mehr Zeit Themen vertieft zu bearbeiten und Lösungsansätze zu kreieren, die dann auch in politische und verbandliche Gremien weitergegeben werden sollen, zum Beispiel als politische Anfragen oder Forderungen.

Wiebke Doktor ist Geschäftsführerin des Conversio Instituts in Duisburg. Ihre Schwerpunkte sind Strategiearbeit und die Entwicklung von Fundraising-Konzepten. Wiebke Doktor glaubt, dass Fundraising noch viel stärker die Organisationsentwicklung und auch die gesellschaftliche Entwicklung befeuern könnte als bisher.
▶ www.conversio-institut.de

Fundraising TAGE

STUTTGART

DONNERSTAG, 28. JUNI 2018
TAGUNGSZENTRUM BERNHÄUSER FORST

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!

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

EINE VERANSTALTUNGSREIHE DES
Fundraiser magazin

Berührungsangst?

Es heißt, soziale Netzwerke würden Fotos löschen, die Personen mit Schuppenflechte zeigen. Gegen eine eventuelle Stigmatisierung Erkrankter will die Kampagne „Bitte berühren!“ vorgehen. Deren Kampagnenseite soll Betroffene zum Hautarztbesuch und zu einer modernen Therapie motivieren, um ihre Lebensqualität zu steigern und ihnen einen unbeschwerten Umgang mit Berührungen zu ermöglichen.

▶ www.bitteberuehren.de

Hund mit Hang zu Hip-Hop

Über Spotify kann man auch Vierbeiner finden

Der Anbieter für Musikstreaming Spotify kennt jeden seiner User ganz genau. Oder besser gesagt, deren Musikgeschmack. Ist ja auch keine Kunst, vorliegende Daten entsprechend auszuwerten. Als größere Kunst wirkt da schon die Behauptung, die Universität Glasgow hätte einer Studie zufolge nachgewiesen, dass auch Hunde einen individuellen Musikgeschmack aufwiesen. Ob’s stimmt? Zumindest reitet der Tierschutzverein München emeinsam mit Spotify auf dieser Welle. Eingeblendete Video-Banner zeigen bei Spotify vermeintliche Seelenpartner, zumindest eben in Sachen Musikgeschmack. Damit sollen die herrenlosen Vierbeiner natürlich in ein fürsorgliches Zuhause vermittelt werden. Unklar ist nur, ob der neue Besitzer dann um des lieben Friedens Willen den ganzen Tag lang das bestimmte Musikgenre dudeln lassen muss.

▶ www.adoptify.de

MEINE MEINUNG

„Es geht gar nicht um die Entscheidung der Essener Tafel“

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Was war das für ein Aufschrei, als die Essener Tafel bekannt gab, vorerst keine Geflüchteten als Neukunden aufzunehmen! Was für ein Skandal! Jeder fühlte sich qualifiziert, eine Meinung dazu zu haben. Ist ja schließlich geradezu explosiv: Migrationshintergründe und Armut gleich mal vermischt. Und eine derart sozial ausgerichtete Einrichtung wie die Tafel diskriminiert mit ihrer Entscheidung eine soziale Gruppe. Schlimm! Oder?

Zwar haben sich die Wogen mittlerweile etwas geglättet, dieser Fall bleibt aber symptomatisch für die Schwierigkeit eines gesunden Diskurses. In einer bekannten überregionalen Tageszeitung hieß es gar, eine Abgabepflicht für „überschüssige“ Lebensmittel für Supermärkte, wie sie beispielsweise in Frankreich gilt, hätte möglicherweise jene drastische Entscheidung der Essener Tafel verhindern können. Das Problem ist nur: Die Grundlage für die Entscheidung war ja kein Mangel an Lebensmitteln, sondern nicht länger zu tolerierende Verhaltensauffälligkeiten durch ausländische Kunden.

Nicht nur Journalisten sind dazu angehalten, weitestmöglich zu differenzieren, wenn es um Details einer Konfliktlage geht. In der Verantwortung stehen alle. Es ist zu leicht, vorschnelle Schlüsse zu ziehen und diese zeitnah in die Welt zu blasen. Je nach Kommunikationskanal werden sie dann aufgenommen und verbreitet. Dessen sollten wir uns bewusst sein. Erst denken, dann sprechen. Dabei den zweiten Schritt ohne den ersten zu tun, führt zu sinnloser Krakeelerei.

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

„Ich möchte akzeptiert werden“

Eine kirgisisch-schweizerische Familie kämpft für Menschen mit Beeinträchtigungen

Der erste große Meilenstein ist geschafft. Ein menschenwürdiger Lern- und Lebensraum ist bezugsbereit, in dem Erwachsene mit leichten geistigen oder körperlichen Beeinträchtigungen zusammentreffen und sich endlich entfalten dürfen.

Der Hausbau im Zentrum der kirgisischen Hauptstadt Bischkek war für die gebürtige Kirgisin Farida und ihre Familie ein langer Weg. Doch schon bald halfen therapeutische Handarbeiten, Selbsthilfegruppen und die Aufklärung von Eltern und Angehörigen, ihre Vision zu verwirklichen: Die Wertschätzung und Akzeptanz von Menschen mit Beeinträchtigungen in der kirgisischen Gesellschaft.

Farida hat eine Schwester: Sijadas Krankheit begann mit ihrem 7. Geburtstag. Mit 14 konnte sie nicht mehr die Schule besuchen. „Wenn der Anfall kam, zitterte mein Körper. Schaum trat aus meinem Mund.“ Sijada erinnert sich: „Eine Diagnose fanden die Ärzte damals nicht. Nachbarn, sogar Freunde schämten sich für mich. Ich gab auf und verlor meine Selbstachtung. Bis heute integriere ich mich nicht, weil ich ja kein normaler Mensch bin.“ Behandlungen durch Ärzte und staatliche Anstalten mit unqualifiziertem Personal endeten für Sijada in einem Albtraum.

Die Geschichte ihrer Schwester ist nur eine von vielen in Kirgistan. Farida und ihr Mann Mike Radecke erkannten das Ausmaß und gründeten vor etwa vier Jahren den Verein „FMB-KG“. Gemeinsam mit freiwilligen Helfern wollen sie beeinträchtigte Erwachsene fordern und fördern.

▶ www.fmb-kg.org

Asketen spenden

Misereor-„Fasten-App“ steigert Bewusstheit und sammelt Spenden

„Dein wahrer Charakter zeigt sich nach drei Tagen ohne Internet!“ Dieser Meinung ist zumindest das Hilfswerk Misereor. Mit dieser nicht gänzlich ernst gemeinten Behauptung bewirbt die Organisation ihre neue Spenden-App. Obwohl diese wohl eher als Verzichts-App bezeichnet werden sollte. Dahinter steckt zwar ein Ansatz, den man zweifelsfrei als Gamification bezeichnen kann, aber Spaß als solcher steht nicht direkt im Vordergrund: Die Benutzer der App können aus vorgeschlagenen Challenges auswählen, worauf sie eine Weile verzichten wollen, oder auch eigene Vorschläge machen. Egal, ob Alkohol, Zigaretten oder Schokolade: Die App unterstützt den User im Alltag beim Verzicht und zeigt am Ende an, wie viel Geld der Asket damit eingespart hat. Einen Teil dieser Summe kann man gleich über die App ganz unkompliziert spenden.

▶ www.2-euro-helfen.de/app

Mit uns rechnen, auf uns zählen.

Wir arbeiten vor allem für Gemeinden, christliche und gemeinnützige Werke. Dabei stehen wir in regem Kontakt mit den Nutzern unserer Software. Da wir selbst über langjährige Erfahrung in gemeinnützigen Einrichtungen verfügen, haben wir eine konkrete Vorstellung davon, wie das Kerngeschäft läuft. Im Austausch mit den Führungskräften werden die Instrumente erarbeitet, die den Anforderungen der Organisationen am optimalsten entsprechen.

Über 3.000 Anwender in D, A, CH

OPTIGEM
SOFTWARELÖSUNGEN FÜR GEMEINDEN UND GEMEINNÜTZIGE WERKE

D INFO@OPTIGEM.COM/0231.182 93-0 **WWW.OPTIGEM.COM**
A OPTIGEM@SCHABERGER.AT/0699.11 11 16 93
CH OPTIGEM@MITELAN.CH/033.221 05 13

Ungehört?

Die Diakonie will zuhören, um Ausgrenzung zu vermeiden

Was haben Obdachlose, Flüchtlinge, Homosexuelle, Hartz-IV-Empfänger und alte Menschen gemeinsam? Sie alle können Teil einer Gruppe sein, der mit sozialer Ausgrenzung begegnet wird. Solche Erfahrungen wünscht man niemandem. Was in einem solchen Fall schon immer die beste Medizin war (und im Übrigen auch bleiben wird), ist die Gestaltung eines Miteinanders. Anders gesagt: Es geht darum, zuzuhören. Deshalb trägt die neue Aufmerksamkeits-Kampagne der Diakonie den wortspielerischen Titel „Unerhört!". „Wir treten damit ein für eine offene, lebendige und vielfältige Gesellschaft", so Diakonie-Präsident Ulrich Lilie. Mit der Kampagne wolle die Diakonie aufrütteln und eine Diskussion über soziale Teilhabe und das Miteinander in der Gesellschaft anstoßen. „Und das bedeutet ausdrücklich nicht immer nur Zustimmung, sondern auch, den Weg eines strittigen Diskurses zu gehen", so Lilie weiter. Entsprechende Geschichten zum Zuhören gibt es auch auf der Kampagnen-Website.

▶ www.unerhört.de

Kurzgefasst …

Award für seniorenfreundliche Start-ups

Im Rahmen des ersten Gründerwettbewerbs für Start-ups, die sich Produkten und Dienstleistungen für Ältere verschrieben haben, ist der SENovation-Award ausgeschrieben. Angesprochen sind Start-ups, die nicht älter als zwei Jahre sind. Zwei Gewinner erhalten je 5000 Euro. Bewerbungsschluss ist der 30. Juni.

▶ www.senovation-award.de

Ankommen und wohlfühlen

Einfacher geht nicht. In Leipzig und Marburg kann man über eine Plattform Möbel und Nützliches für Geflüchtete als Spende einstellen. Wer Bedarf hat, kontaktiert den Anbieter und vereinbart einen Termin zur Übergabe. Fertig. Aktuell ist das in 15 Sprachen möglich. Für Geflüchtete ist die Teilhabe an geringe Bedingungen geknüpft. Interessenten können das Konzept in ihre Stadt holen.

▶ www.ankommen.eu

Eigene Spendenseite

In nur wenigen Schritten können User auf www.tragmit.de ihre eigene Spendenkampagne für Kinder in Not anlegen und gemeinsam mit Freunden Spenden für das Patenkind-Programm von Hoffnungsträger, einem Verein für Kinder von straffälligen Erwachsenen, sammeln. Auch für Unternehmen gibt es die Möglichkeit, eine Unternehmens-Kampagne zu starten.

▶ www.tragmit.de

Übersetzungshilfe für Jugendarbeit

Mit über 1000 Begriffen aus der Kinder- und Jugendhilfe und der Internationalen Jugendarbeit ist er online, der „Youth Work Translator" der IJAB – Fachstelle der Internationalen Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland e.V. Auf Deutsch, Griechisch, Englisch und Chinesisch können Fachkräfte nach Übersetzungen suchen und die Kommunikation mit internationalen Partnern erleichtern.

▶ www.translation.rocks

„Hass Hilft" ist erfolgreich

Seit Herbst 2015 verwandelt die unfreiwillige Online-Spendenaktion „Hass Hilft" menschenverachtende Beiträge im Internet in Spenden. Somit sind bereits 61 767 Euro an Spenden zusammengekommen. Jeder zweite Euro geht an „Aktion Deutschland Hilft". Mit humorvollen Kommentaren auf fremdenfeindliche Posts zeigt die Spendenaktion, wie man mit dem täglichen Hass im Internet umgehen kann.

▶ www.hasshilft.de

Mit Friendraising zum Stiftungslehrstuhl

Freude über Hochschulfundraisingpreis 2018 an der Universität Hildesheim

Im zweiten Anlauf hat es geklappt: Der Deutsche Hochschulfundraisingpreis geht an die Universität Hildesheim. Bereits im letzten Jahr hatte sich die Hochschule mit ihrem Fundraising für den Preis des deutschen Hochschulverbandes beworben. Im Mittelpunkt der Bewerbung 2018 stand die Spenderpflege, und da konnte die Universität punkten. „Die Universität Hildesheim hat ein sehr stimmiges Konzept vorgelegt, welches das Thema Fundraising in der Hochschulleitung mit ethischen Leitlinien und einer Grundaussage zum Fundraising als Querschnittsaufgabe exzellent verankert. Das zeigt sich nun auch an den Ergebnissen, etwa in Stiftungsprofessuren und Großspenden", so Matthias Daberstiel, der als Herausgeber des Fundraiser-Magazins Jurymitglied war.

Die Freude über die Auszeichnung ist Markus F. Langer, Leiter Friend- & Fundraising der Stiftung Universität Hildesheim anzumerken: „Wir – Prof. Dr. Martin Schreiner als Vizepräsident und ich – sind sehr dankbar, dass unsere Arbeit, vor allem aber das großzügige Engagement der Bildungsstifterinnen und Bildungsstifter aus Hildesheim mit dem Deutschen Hochschulfundraisingpreis 2018 eine so außergewöhnliche Anerkennung erfährt. Bildung stiften, Begegnung erleben, Dankbarkeit erhalten – unter diesen Dreiklang werden wir noch motivierter als zuvor unsere Kampagne stellen."

Den zweiten Platz belegte die Hertie School of Governance mit ihrer Capital Campaign für Stiftungslehrstühle, der dritte Platz ging an die TU Kaiserslautern mit ihrer Stifterkampagne.

▶ www.hochschulverband.de

Advertorial

Unternehmen zielgerichtet erreichen

interfon adress erfasst spendenaffine Unternehmen und Firmenjubiläen aus dem Mittelstand

Ein Firmenjubiläum ist ein besonderer Anlass – auch, um sich gesellschaftlich zu engagieren. Doch wie soll man das richtige Datum als Verein oder Stiftung herausfinden, um Firmen im richtigen Moment anzusprechen? „Wir haben dafür die Lösung!", verspricht Sven Müller von interfon adress. „In unserer Adressdatenbank finden Sie das exakte Gründungsdatum der Firma und können mit zeitlichem Vorlauf für eine Anlassspende bei diesem Unternehmen werben."

„Unsere Daten stammen nicht aus Registern, sondern von den Unternehmerinnen und Unternehmern selbst, die wir bei Ihnen telefonisch erfragen", erläutert Müller seine Strategie. Fast 11 000 Unternehmen, die mindestens 20 Mitarbeiter beschäftigen, feiern 2018 oder 2019 ein rundes Firmenjubiläum. Zusätzlich verfügt interfon über Adressen von fast 30 000 spendenaffinen Unternehmen, die ebenfalls für Fundraising-Aktionen gemietet werden können. „Diese Unternehmen haben eine gesellschaftliche Verantwortung und sind gemeinnützigen und wohltätigen Projekten gegenüber aufgeschlossen. Bei unserer intensiven Recherche wird auch der namentliche Kontakt erfragt, der über die Unterstützung vorgestellter Spenden- und Sponsoringmaßnahmen entscheidet."

Mietanfragen können an Sven Müller, interfon adress Gesellschaft für Adressen-Research mbH in Hannover, gestellt werden.

✆ +49 (0)511 60 67 77 72

info@interfon-adress.de

▶ www.interfon-adress.de

Mit Bäumen gegen Hunger

Wie eine Schweizer Biologin in Burkina Faso gegen die Ausbreitung der Wüste kämpft

Franziska Kaguembèga-Müller lässt in Burkina Faso nicht nur einen Wald heranwachsen, sondern verändert mit ihm das Mikroklima und die Böden, wodurch Erosion und Wüstenbildung aufgehalten werden. Burkinabé, Einwohner Burkina Fasos, ernten aus ihren neuen Wäldern Blätter und Früchte. So entsteht beispielsweise aus Karité-Nüssen Seife. Mit anhaltender Pflege bringt der Wald den Bauernfamilien auch Einkommen.

Von KATJA PRESCHER

Trockenheißer Sand und Staub aus der Sahara blasen ihr ins Gesicht. Franziska Kaguembèga-Müller ist wieder auf dem Weg zu ihrem Team. Diesmal geht es um die Strategieausrichtung für die nächsten zehn Jahre. „Die Meinungen der Bauernfamilien sind uns dabei sehr wichtig. Nur durch ihre Einbeziehung und mit dem Wissen über die lokalen Verhältnisse möchten wir gemeinsam unser umfassendes Projekt von heute voranbringen“, betont die Biologin.

Sie trifft Familien, die besonders in den Wintermonaten monatelangen Trockenperioden ausgesetzt und um das Überleben ihrer Tiere besorgt sind. In dieser Zeit genügt die eigene Ernte zur Ernährung oft nicht. Klimawandel und Übernutzung durch Mensch und Tier verschlechtern die Böden und treiben die Wüstenbildung voran.

Seit 20 Jahren entwickelt Franziska Kaguembèga-Müller einfache und langfristige Schutzprojekte für betroffene Bauernfamilien. Gemeinsam bauen sie Schutzraum über mehrere Hektar. Zäune halten das Vieh fern, mit der Folge, dass innerhalb von sieben Jahren ein Wald heranwächst, was zuvor undenkbar war. newTree, ein gemeinnütziger Schweizer Verein, politisch und konfessionell unabhängig, bildet die Einheimischen für nachhaltige biologische Landwirtschaft aus und lässt sie energieeffiziente Kochstellen bauen (mittlerweile sind zehntausende entstanden), was die Abholzung verringert.

Ökoeffiziente Kochstellen helfen, Holz zu sparen, weniger CO_2 freizusetzen und die Wälder zu schützen. Die Bauernfamilien erlernen Techniken nachhaltiger Land- und Forstwirtschaft umzusetzen, die den Wasserhaushalt verbessern und die Bodenfruchtbarkeit dauerhaft wiederherstellen – ohne Bewässerung und künstliche Düngemittel.

Für Franziska Kaguembèga-Müller und newTree war dies ein sehr langer Prozess, der mit der offiziellen Zertifizierung vom

„Gold-Standard" im Jahr 2015 anerkannt wurde. Dieser soll sicherstellen, dass emissionsmindernde Projekte klima- und entwicklungspolitisch sinnvoll sind. „Wir können nun durch den Verkauf von CO_2-Zertifikaten ein Teilprojekt mit Kochstellen über zehn Jahre finanzieren. Dies ist eine Form von Finanzierung, die einer Win-Win-Situation entspricht, das heißt, wir verkaufen, andere müssen laut Gesetz kaufen."

Doch da der Markt sehr instabil und das Monitoring sehr arbeitsintensiv ist, möchte Franziska Kaguembèga-Müller diesen Finanzierungskanal nicht wirklich empfehlen. „Positiv ist aber, dass wir nun Manager eines PoA (Programme of Activities) für Burkina Faso sind. Wir können somit weitere Kochstellen-Mikroprojekte durch den CO_2-Handel finanzieren."

Mit seiner Mission, Bauern umfassend auszubilden, sodass diese von der Nachhaltigkeit der Ansätze überzeugt werden und diese in ihren Dörfern verbreiten, arbeitet newTree mit einfachsten und angepassten Methoden, die verständlich und für die Bauern machbar sind. Aktuell sind es sogar zu viele Familien, die die Schutzprojekte umsetzen möchten, was die finanziellen Möglichkeiten von newTree bei Weitem übersteigt.

newTree und tiipaalga

Mit schon damals wachsendem Projektvolumen gründete Franziska Kaguembèga-Müller den Verein Ende 2001. Die Biologin gab jährlich Vortragsreihen zu Projekten in Benin und Burkina Faso und gewann mit viel Freiwilligenarbeit mehr Gelder für Projekte.

Nach einem schwierigen Jahr 2005 rief sie den Verein tiipaalga in Westafrika ins Leben. Damit hatte sie auch ein lokales Standbein, das Zugang zu weiteren Spendern ermöglichte, die vor allem lokale Vereine unterstützen. „Heute machen wir Fundraising für newTree Schweiz und für tiipaalga Burkina Faso. Wir können so je nach Bedingungen des Spenders lokal oder international tätig sein. newTree Schweiz fokussiert den Schweizer Markt mit Jahreseinnahmen von rund 500 000 Schweizer Franken. Für tiipaalga in Burkina Faso suchen wir Spender vor allem in Europa, wir führen aber auch staatliche Projekte von Burkina Faso aus, mit Jahreseinnahmen von rund 800 000 Euro."

Für dieses Jahr erarbeitet der Verein ein neues Fundraisingkonzept. Auch wenn Spenden von Stiftungen in Zukunft weiterhin den wichtigsten Teil ausmachen, sucht newTree nach neuen Kanälen, die vor allem kosteneffektiv sind. „Im Moment können wir nicht mehr Stellenprozente für Fundraising aufwenden – eine Herausforderung für uns alle", so Franziska Kaguembèga-Müller.

▶ www.newtree.org

WSAG Walter Schmid AG
DIE BESTE ADRESSE FÜR ADRESSEN

MailTec AG

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

DATENMANAGEMENT

SPENDERADRESSEN
DIE AUSWAHL MACHT DEN UNTERSCHIED

GÖNNERSTAMM ANALYSE
FÜR MEHR TRANSPARENZ

NPO DATENBANK
FÜR EIN EFFIZIENTES DATENMANAGEMENT

ADRESSEN-SERVICE
NUR KORREKTE ADRESSEN ERREICHEN IHR ZIEL

Walter Schmid AG
Auenstrasse 10
8600 Dübendorf
wsag.ch

PRODUKTIONSMANAGEMENT

BERATUNG
PERSÖNLICH. INDIVIDUELL. LÖSUNGSORIENTIERT

PRODUKTIONSLEITUNG
MIT UNS SPAREN SIE RESSOURCEN

DIRECT MAILING
25 JAHRE ERFAHRUNG INBEGRIFFEN

GIVEAWAY
KLEINE GESCHENKE MIT GROSSER WIRKUNG

MailTec AG
Auenstrasse 10
8600 Dübendorf
mailtec.ch

Barbara Schöneberger ließ sich im Zuge ihrer Challenge von Flüchtlingskindern mit Wasser und Farbbeuteln bewerfen. Und das für 2600 Euro.

Trau Dich!

Fundraising mit Spaßfaktor: Die Peer-to-Peer-Kampagne von terre des hommes

Wie weit würdest Du gehen, um Kindern in Not zu helfen? Diese Frage stand für das Kinderhilfswerk terre des hommes e.V. im Rahmen ihres 50-jährigen Jubiläums im vergangenen Jahr im Mittelpunkt. Dass ein Organisations-Jubiläum als Fundraising-Kampagne genutzt wird, gehört noch nicht zum hiesigen Alltag. Darum lohnt es sich, diese näher zu betrachten.

Von JAN UEKERMANN

Challenges waren die Kernelemente der Kampagne „Wie weit würdest Du gehen?", die möglichst viele Menschen motivieren sollten, dafür zu spenden. Einzelpersonen und Gruppen waren aufgerufen etwas zu tun, was sie normalerweise nicht tun würden – aus Angst, Respekt oder weil die Grenzen der eigenen Komfortzone nicht überschritten werden sollten. Freunde, Bekannte, Verwandte sollten spenden, damit die Person oder Gruppe ihre Challenge durchführt. Wenn der vorgegebene Spendenbetrag zusammenkommt, sollte sich an die Herausforderung herangetraut werden.

Klingt ein bisschen wie Ice-Bucket-Challenge? Ja, nur viel abwechslungsreicher: Eine Dame seilte sich trotz Höhenangst an der Außenwand eines Hochhauses ab, weil zuvor über 2000 Euro gespendet wurden. Ein Ehepaar wanderte 334 Kilometer zu den Enkeln nach Potsdam, weil zuvor über 800 Euro gespendet worden sind. Der Kreativität waren keine Grenzen gesetzt. Angesprochen fühlten sich neben Privatpersonen vor allem Gruppen und Unternehmen. Die Cycling-Gruppe fuhr zusammen 100 Stunden, inklusive Karaoke singen und Striptease-Einlagen, der Chef bekochte seine Mitarbeiter. Die Liste ist lang – mit 240 Challenges kamen rund 340 000 Euro zusammen. Die Kampagne hat somit einen wichtigen Beitrag zum Gesamtziel der

50-Jahr-Kampagne von 5 Millionen Euro geleistet, welches mit 4,75 Millionen Euro knapp erreicht wurde.

Eine Prise Spaß und viel PR

Neben dem Fundraising war die Kampagne für die Pressearbeit relevant. Fast jede Aktion bot eine Möglichkeit, darüber zu berichten. Dabei standen die ausführenden Personen im Fokus – doch auch über terre des hommes und die Arbeit wurde informiert. Im Rahmen der Kampagne gab es unzählige Anlässe, positiv über die Themen Helfen und Spenden zu berichten.

Auf der zentralen Kampagnenseite *www.wie-weit-wuerdest-du-gehen.de* sind alle Challenges aufgeführt, die in die Kategorien Mutiges, Sportliches und Soziales eingestuft sind. Sobald eine Challenge vom Unterstützer angemeldet wurde, hatte er die Möglichkeit, den Link zur eigenen Challenge-Seite per Mail oder Social Media an Freunde zu verbreiten. Die Challenge-Seite besteht dabei aus Bildern, Text, einem Spendenbutton mit Spendenbarometer und optional einem Video. Zusätzlich haben die Spenderinnen und Spender die Möglichkeit, einen öffentlich sichtbaren Kommentar zu hinterlassen. Die zentrale Internetplattform war Dreh- und Angelpunkt für einen bunten Fundraising-Mix: Hier kreuzten sich unterschiedlichste Kommunikationskanäle beziehungsweise Fundraising-Instrumente und hatten alle ein gemeinsames Ziel: Menschen für Aktionen gewinnen, sie dabei begleiten und Spenden sammeln für ein konkretes Kampagnenziel.

Gutes Beispiel für integriertes Fundraising

Die eingesetzten Instrumente liegen auf der Hand. Neuspendergewinnung: Viele der Spenderinnen und Spender unterstützten terre des hommes das erste Mal. Anlass-Spenden: Es geht nicht nur zum Geburtstag oder zur Hochzeit. Anlässe können wunderbar geschaffen und mit dem Spaßfaktor verbunden werden.

Ein tolles Beispiel für eine Peer-to-Peer-Kampagne, die wieder einmal beweist: Menschen spenden für Menschen. Und last but not least war die Kampagne eine schöne Möglichkeit, wieder einmal die prominenten Fürsprecher – bei terre des hommes Barbara Schöneberger und Oliver Welke – mit in die Arbeit zu involvieren.

Ein Jahr lang Challenges, dazu die Vor- und Nachbereitungen, unzählige Gespräche mit Unternehmen und Privatpersonen, viele Learnings, die von den Initiatorinnen der Kampagne gerne geteilt werden: Beim Deutschen Fundraising-Kongress 2018 gewähren Angela Bödekker und Nadine Böttcher von terre des hommes Einblick hinter die Kulissen der Kampagne.

Gib alles!

Cycling for children – ein Peer-to-Peer-Fundraising-Event von Unicef

Online Geld spenden und sich offline dafür einsetzen, Kinderleben zu retten: Das ist die Idee, die hinter „Cycling for children“ steckt. Die Peer-to-Peer-Spendenaktion, die Unicef Schweiz dieses Jahr zum dritten Mal veranstaltet, erfreut sich zunehmender Bekanntheit.

Von JÜRG KEIM

Spätestens seit der Ice-Bucket-Challenge im Sommer 2014 weiß jeder, der sich in sozialen Medien bewegt, dass eine Peer-to-Peer-Fundraising-Kampagne viral gehen kann. Obgleich der ernste Hintergrund dieser Aktion oft ausgeblendet blieb, verbuchte die Organisation auf einen Schlag Spenden in Höhe von 94 Millionen US-Dollar und über zwei Millionen neue Spender. Zahlen, die auf das enorme Potenzial von Peer-to-Peer (P2P)-Spendenaktionen hinweisen. Natürlich ist eine solche Ausbeute nicht die Regel und P2P-Fundraising ist auch kein neuartiger Trend. Dass Menschen in ihrem Bekanntenkreis für eine Organisation Spenden sammeln, war schon immer Kern des Fundraisings. Doch P2P-Events sind aktueller denn je. Dank ausgeklügelter Konzepte, moderner Internet-Plattformen und Social Media ist diese Spendenform auf dem Vormarsch.

Menschen spenden zunehmend online. Und sie sind gemäß Studien eher bereit zu spenden, wenn sie statt direkt von einer Organisation von einem Bekannten darum gebeten werden. Menschen vertrauen ihren Freunden mehr als einer Organisation –

mag deren Reputation noch so hoch sein. Überdies setzen sich gerade junge Spender gerne selber aktiv mit ihren eigenen Ideen für die Organisation, für die sie sammeln, ein.

Und wie funktioniert P2P-Fundraising? Das Prinzip ist einfach: Auf einer P2P-Internetplattform kann sich ein engagierter Nutzer als Botschafter eines Spendenprojekts eintragen. Entscheidend für den Erfolg sind sein Netzwerk und seine Überzeugung. Erfolgreiches P2P-Fundraising kann eine Art Schneeballsystem auslösen und den Spenderkreis einer Organisation langfristig merklich erweitern.

„Gib alles!“: Gemeinsam einmal rund um die Welt

Mit der Spendenaktion „Cycling for children“ veranstaltet Unicef Schweiz am 9. Juni 2018 einen Radsport-Sponsorenlauf. Die Teilnehmer eröffnen im Vorfeld auf der Plattform *www.gib-alles.ch* ein Profil und motivieren ihr Netzwerk zu einer Spende zur Bekämpfung der Kindersterblichkeit. Mitmachen kann jeder: Jung, Alt, Firmen, Sportbegeisterte, Familien und Einzelpersonen. Natürlich sind auch namhafte Persönlichkeiten wie CEOs und Prominente bei dem Großevent dabei. Das gemeinsame Ziel ist, innert zwölf Stunden einmal um die Welt zu radeln, sprich 40 000 Kilometer zurückzulegen. Die Fahrradfahrer können zwischen vier unterschiedlich anspruchsvollen Strecken wählen. Ob sie nur eine Runde fahren oder sich lieber den ganzen Tag abstrampeln, ist ihnen überlassen. Hauptsache, sie haben dabei Spaß, während sie sich für eine bessere Welt für Kinder einsetzen.

Der Radsport- und Volksanlass findet zum dritten Mal in der atemberaubenden Gegend von Crans-Montana statt. 2016 traten 500 Personen in die Pedale, letztes Jahr nahmen bereits 1000 Personen teil und für 2018 rechnet Unicef Schweiz damit, weitere 50 Prozent zuzulegen.

Jürg Keim ist Mediensprecher des Schweizerischen Komitee für Unicef. Der gelernte Jurist hat jahrelange Erfahrung als Print- und Onlineredaktor für ein führendes Schweizer Medienhaus. Zudem war er als Reporter, Moderator und Rechtsexperte einer Sendung im Schweizer Fernsehen SRF tätig. Vor dem Wechsel zu Unicef verantwortete er für denselben Verlag das Community- und Social-Media-Management.

▶ www.gib-alles.ch
▶ www.unicef.ch

microm
Consumer Marketing

SCAN ME

Weitere Informationen, etwa wo Sie diese Spendergruppe finden, erhalten Sie auf unserer digitalen Karte über den QR-Code oder unter **www.microm.de**

Daten sind des Pudels Kern

Höchste Auszeichnung

Die Philanthropin Ise Bosch (Foto) erhält den diesjährigen Deutschen Stifterinnenpreis des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen. Die Enkelin von Robert Bosch setzt sich seit vielen Jahren für gesellschaftlichen Wandel sowie die Teilhabe und ein gewaltfreies Leben von Frauen und Mädchen ein. Zudem liegt ihr die Unterstützung sexueller Vielfalt am Herzen. Die Preisverleihung findet am 16. Mai in Nürnberg statt. Der Deutsche Stifterpreis wurde bereits 18 Mal verliehen und gilt als die höchste Auszeichnung im Stiftungswesen in Deutschland.

▶ www.stiftungen.org ▶ www.dreilinden.org

Der Feind lauert im Netz

Transatlantischer Austausch zur Cybersicherheit

Bedrohungen innerhalb der digitalen Welt wie Cyberangriffe auf staatliche oder militärische Institutionen oder die Beeinflussung von Wahlen mittels Social Media machen nicht an Landesgrenzen halt. Um die transatlantische Cybersicherheit zu verbessern, haben die Hanns-Seidel-Stiftung und das American Institute for Contemporary German Studies der Johns Hopkins University in Washington die „Transatlantic Cybersecurity Partnership" ins Leben gerufen. Politiker, Vertreter von Ministerien sowie Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft aus Deutschland und Amerika wollen gemeinsam erarbeiten, wie man in den Bereichen „Cyber War" und „Digital Propaganda" kooperieren kann, und daraus Empfehlungen für die Politik und Öffentlichkeit entwickeln. Weiterhin sollen der politische Diskurs und Lösungsansätze gefördert und der Informationsaustausch zwischen beiden Ländern verbessert werden.

▶ www.hss.de

MEINE MEINUNG

„Geht es ums Steak, gelten eigene Maßstäbe"

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Darf sich ein Filmteam zum Wohl der Tiere unbefugt Zutritt zu einer Schweinemastanlage verschaffen? Die Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt und die Erna-Graff-Stiftung für Tierschutz unterstützen drei Tierschützer von Animal Rights Watch (ARIWA), die im Februar deswegen zum dritten Mal vor Gericht standen. Sie waren 2013 in einen Schweinezuchtbetrieb eingedrungen, um die katastrophalen Zustände dort zu dokumentieren – und kassierten eine Anklage wegen Hausfriedensbruchs, die jedoch in einem Freispruch endete. Auch das Verfahren in zweiter Instanz brachte das gleiche Ergebnis. In letzter Instanz vor dem Oberlandesgericht Naumburg wurden die Tierschützer nun endgültig freigesprochen. Begründung: Der begangene Hausfriedensbruch sei in diesem Fall ein legitimes Mittel, um Tierquälerei und Behördenversagen öffentlich zu machen, zumal sich die Tierschützer voll zur Tat bekannten.

Ich begrüße dieses Urteil. Mit Hund und Katze sind wir in Deutschland bekanntlich auf Kuschelkurs, geht es jedoch um unser Steak auf dem Grill, setzen wir andere Maßstäbe an. Ich ernähre mich weder vegetarisch noch heiße ich Hausfriedensbruch gut, denke aber, dass wir jedem Lebewesen ein Mindestmaß an Würde entgegenbringen sollten. Dass ein deutsches Gericht nun den Schutz von Tieren höher bewertet hat als den Tatbestand des Hausfriedensbruchs, erscheint mir nur konsequent in einer modernen Gesellschaft, wie sie Deutschland sein will.

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

Kurzgefasst …

Schweiz hat drittes Haus der Stiftungen

Nach Zürich und Genf hat nun auch Basel, die Stadt mit der höchsten Stiftungsdichte in der Schweiz, ein Haus der Stiftungen. Neben dem Verband der Schweizer Förderstiftungen Swissfoundations haben auch die Gebert Rüf Stiftung, die Fondation des Fondateurs und die Global Legal Entity Identifier Foundation Räume im Haus bezogen.

▶ www.swissfoundations.ch/de/news-archive

Millionbetrag für Kulturkirchen

Die Hanns-Lilje-Stiftung fördert zusammen mit der Evangelisch-lutherischen Landeskirche Hannovers mit insgesamt 1,2 Millionen Euro die Kulturarbeit in ausgewählten Kirchen. Vier Gotteshäuser erhalten bis zum Jahr 2021 insgesamt 800 000 Euro, sieben weitere werden einmalig mit rund 80 000 Euro unterstützt. Weitere 320 000 Euro sollen dann in den nächsten drei Jahren folgen.

▶ www.kultur-kirche.de

Stark gegen Kinderdemenz

Die NCL-Stiftung, die sich für die Forschung und Behandlung der bislang unheilbaren Kinderdemenz einsetzt, hat von dem Frankfurter Unternehmen Von Poll Immobilien einen Scheck über 10 000 Euro bekommen. Die Neuronale Ceroid Lipofuszinose ist eine erblich bedingte Stoffwechselkrankheit. Betroffene haben ein Lebenserwartung von unter 30 Jahren.

▶ www.ncl-stiftung.de

Hochschulkompetenz ausgezeichnet

Der Stifterverband für die deutsche Wissenschaft hat das Uni-Projekt „Open Topic“ mit der Hochschulperle des Jahres 2017 ausgezeichnet. Der Preis ist mit 3000 Euro dotiert. Bei dem Projekt der TU Hamburg sollen Studenten ein gemeinnütziges Produkt entwickeln. So wurde zum Beispiel für Blinde und Sehbehinderte ein dreidimensionales Modell des Hamburger Hauptbahnhofs erstellt.

▶ www.hochschulperle.de

Fuggerpreis verliehen

Der Wirtschaftsingenieur Prof. Dr. Heiner Gimpel wurde mit dem diesjährigen „Fuggerpreis für die Wissenschaft“ geehrt. Die Fuggerschen Stiftungen und die Uni Augsburg haben den Preis über 10 000 Euro zum fünften Mal verliehen. Die Jury entschied sich für Heiner Gimpel als Preisträger aufgrund seines nachhaltigen Umgangs mit digitalen Technologien.

▶ www.fugger.de

Gestaltungsfreudig

Neue Studie zur Rolle von Stiftungen in der Zivilgesellschaft

Stiftungen verstehen sich ebenso wie Vereine als Teil der Zivilgesellschaft und wollen diese mitgestalten und mitfinanzieren, bilden aber noch nicht ausreichend die gesellschaftliche Vielfalt in Deutschland ab, obwohl viele Stiftungszwecke auf die Bekämpfung eben genau jener sozialen Ungleichheit ausgerichtet sind, wie der aktuelle ZiviZ-Survey des deutschen Stifterverbandes ergeben hat. Stiftungen sind jedoch bereit für Reformen und sehen neue gesellschaftliche Herausforderungen als Chance. ZiviZ steht für Zivilgesellschaft in Zahlen und wurde vom Stifterverband vor zehn Jahren zusammen mit der Bertelsmann Stiftung und der Thyssen Stiftung gegründet, um neue Tendenzen in der Zivilgesellschaft aufzudecken und zu analysieren. Weitere Ergebnisse der Studie: Die Zivilgesellschaft in Deutschland wächst, wobei Stiftungen einen deutlich größeren Handlungsradius haben als Vereine und auf mehreren Ebenen interagieren, sie sind urbaner und meist in strukturstarken Regionen angesiedelt.

▶ http://ziviz.info

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.

Auf Safari in der „Elphi“

Die Stiftung Hilfe mit Plan lud zum Stiftertreffen nach Hamburg ein

Jede Menge Emotionen und noch mehr Einblicke in die Arbeit der Stiftung – 430 Gäste waren im Herbst der Einladung in die Hansestadt gefolgt und erlebten eine große Veranstaltung in familiärer Atmosphäre.

Von UTE NITZSCHE

„Wir werden eine immer größere Familie“, sagt Dr. Werner Bauch, Vorstandsvorsitzender der Stiftung Hilfe mit Plan/Plan International Deutschland. Das Stiftungsnetzwerk existiert seit 2005 und versammelt 250 rechtsfähige und Treuhandstiftungen unter seinem Dach, um weltweit Projekte für die Hilfe zur Selbsthilfe zu unterstützen. So war denn auch das vierte internationale Stiftertreffen der Stiftung Hilfe mit Plan im September beinahe wie ein Familientreffen – wenn auch mit ungewöhnlich vielen „Familienmitgliedern“. 430 Stifter, Großspender, Mitarbeiter aus den Projektländern und weitere Unterstützer waren nach Hamburg gekommen, um sich kennenzulernen, auszutauschen und sich vor allem ihre ganz persönlichen Erlebnisse und Geschichten, die sie bei ihrem Engagement für Hilfe mit Plan erlebt haben, zu erzählen.

Emotionen statt Fakten

Die Anreise zahlten die Gäste selbst, ebenso wie die Kosten für das Begleitprogramm: Stadtführung, Fahrt auf der Elbe und ein Rundgang durch die Hafencity – wie man das eben so macht, wenn Besuch da ist. Nachrichten-Sprecher und Plan-Pate Thorsten Schröder führte pro bono durch das Programm. Und das bot den Teilnehmerinnen und Teilnehmern neben den eben beschriebenen Ausflügen innerhalb der Stadt auch ganz viele Einblicke in die Arbeit der Stiftung, deren Mitarbeiter dafür extra die Türen ihrer Büros öffneten.

Am zweiten Tag öffneten sich dann auch die Türen der Elbphilharmonie. Im kleinen Saal konnten die Gäste ihre vom Stadtrundgang müden Füße ausruhen, reisten aber dennoch in ferne Länder – zumindest anhand der Berichte und Erzählungen internationaler Helfer. Lan Le Quynh, Programmreferentin bei Plan in Vietnam, trug ein farbenfrohes traditionelles Kleid der ethnischen Minderheit Hmong und machte damit auf die Situation von über 300 000 Frauen in einer armen Gebirgsregion des Landes aufmerksam. Sie sprach ebenso über ihre Arbeit wie Loveness Mudzuru. Die politische Aktivistin aus Simbabwe erzählte vom Problem der Kinderheirat in ihrer Heimat und zeigte den Gästen, was sie mit ihrer Unterstützung konkret vor Ort

bewirken können. „Sie konnten durch mich die Informationen und Geschichten persönlich erfahren. Ich konnte ihnen von der Realität erzählen. An ihren Reaktionen konnte ich sehen, dass dies einen Effekt hatte, viele waren sehr berührt“, berichtet sie. Auch Laura Solórzano, die das Patenschaftsprogramm von Plan International in El Salvador leitet, profitierte als Kind selbst von der Hilfe der Stiftung und würdigte vor allem das Wissen und Empowerment, das sie dadurch bekommen hat. Das möchte sie nun an die nächsten Generationen weitergeben.

Für gute Stimmung sorgte auch die Stiftersafari. Wer jetzt vor dem geistigen Auge einen Film vorbeiziehen sieht, bei dem Stifterinnen und Stifter im grau-grünen Tarnlook Löwen und Elefanten beobachten, liegt falsch. Der Ausflug in die bunte Welt von Hilfe mit Plan fand vielmehr live auf der Bühne der „Elphi“ statt. Vier Stühle und ein Lenkrad brauchte es und fertig war der Safari-Jeep. Am Steuer nahm Kathrin Hartkopf, Geschäftsführerin der Stiftung, Platz. Sie und ihre drei Mitfahrer unterhielten sich über ihre Reisen zu den verschiedenen Projekten, was sie dort erlebten und warum sie sich dafür einsetzen. Emotionen statt trockener Zahlen und Fakten.

Keine Spendenveranstaltung

Vor allem dieser lebendige Austausch war es, den die Gäste am Stiftertreffen besonders schätzten. Hier trafen viele verschiedene Projekte von Stiftern, Plan-Paten und öffentlichen Gebern zusammen, um die Wirkung der Stiftungsarbeit zu optimieren – die geballte Power sozusagen. Anregungen mitnehmen und weitertragen war das Ziel. Es sei etwas anderes, ob man über die Dinge nur lese oder ob man Menschen sieht, die darüber sprechen, so eine Teilnehmerin. Wer die Stiftung unterstützt, soll sich nicht nur als Spender, sondern als Partner sehen; sie oder er ist ein Teil von Plan – und da ist sie wieder, die große Familie. „Die Stiftertreffen sind ein tolle Möglichkeit, Leute zu vernetzen. Am schönsten ist es, wenn sie sich untereinander kennenlernen und die Welt erklären“, beschreibt Kathrin Hartkopf die Atmosphäre. „Wir haben bezauberndes Feedback bekommen“, freut sie sich. Wer nicht beim Treffen in Hamburg dabei sein konnte, wurde via Stifterpost darüber informiert und konnte in einem rund fünfminütigen Film Ausschnitte des Programms sehen, O-Töne hören und sogar einen Hauch der besonderen Stimmung nachempfinden. Aber: „Es war keine Spendenveranstaltung“, betont Kathrin Hartkopf, denn im Mittelpunkt des Treffens standen die Gespräche und Berichte über die Arbeit und das Erlebte in den letzten Monaten. Eben genau wie bei einem Familientreffen.

▶ www.plan.de

Smarte Mailings erzählen gute Geschichten.

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

GFS DATA-DRIVEN FUNDRAISING

Schweinische Hingucker

Ganz neu ist die Idee nicht, aber immer wieder schön – individuell gestaltete Glücksschweine, mit denen Spenden gesammelt werden. Auch für die José Carreras Leukämie-Stiftung haben Prominente wie Carreras selbst, aber auch Anastacia, Katie Melua, David Garrett und Philipp Lahm eine tierische Spendendose kreiert. Zum Einsatz kamen die bunten Viecher bei der José-Carreras-Gala im Dezember, wo sie rund 20 000 Euro „futterten".

▶ www.carreras-stiftung.de

Schmeckt's noch?

Lang ist sie nicht mehr hin, die Grillsaison. Wer sich zum Wohl von Tieren, Umwelt und Klima für einen bewussteren Verzehr von Fleisch entschieden hat, kann im „Fleischatlas 2018" nachschlagen, was er oder sie mit gutem Gewissen aufs Rost legen kann. Herausgegeben hat die Broschüre die Heinrich-Böll-Stiftung zusammen mit dem BUND und Le Monde Diplomatique. Die mittlerweile vierte Ausgabe enthält Daten und Grafiken zum Thema industrielle Fleischproduktion und Massentierhaltung und schlägt Lösungen für eine ökologischere und global nachhaltigere Tierhaltung vor, die auch das Leid der Nutztiere selbst verringert, konkret zum Beispiel eine Kennzeichnung von Fleisch hinsichtlich seiner Herkunft und eine Abgabe auf Stickstoffüberschüsse.

▶ www.boell.de/fleischatlas2018

Gut gebacken

80 Kilo Brot isst ein Deutscher durchschnittlich pro Jahr, über 3200 Sorten sind im Deutschen Brotregister verzeichnet. Grund genug für die Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg, dem Nahrungsmittel eine ganze Ausstellung zu widmen. „Zwischen Krume und Knust – Deutsche Brotkultur" heißt es vom 10. Februar bis 23. September in Deutschlands einziger Ausstellungswelt zur Land- und Ernährungswirtschaft, dem Agrarium. Im Mittelpunkt stehen Geschichte, Kultur und Handwerk des beliebten Backwerks; im Holzofen wird täglich frisches Brot gebacken.

▶ www.kiekeberg-museum.de

Jetzt geht's los

Nach ihrer Gründung im Januar letzten Jahres hat die Bundeskanzler-Helmut-Schmidt-Stiftung nun ihre Arbeit aufgenommen. Zentral sind die drei Fragen, was Europa (noch) zusammenhält, was Menschen und Märkte versöhnt und wie man dem Populismus von rechts und links begegnen kann. Die Stiftung wird gefördert von der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien. Sie wurde vom Bundestag ins Leben gerufen und ist eine der bislang sechs überparteilichen Politiker-Gedenkstiftungen.

▶ www.helmut-schmidt.de

Preis der Jugend

„Respekt! Die Stiftung zur Förderung von jugendkultureller Vielfalt und Toleranz, Forschung und Bildung" schreibt zum zweiten Mal den European Youth Culture Award aus. Der Preis zeichnet besonderes Engagement aus, das jugendkulturelle Vielfalt und Toleranz fördert. Bis zum 15. Juni 2018 können Vorschläge eingereicht werden. Eine Bewerbung für das eigene Projekt ist allerdings nicht möglich, sondern es muss von jemand anderem empfohlen werden. Die Gewinner werden dann am 7. September in Berlin geehrt.

▶ www.respekt-stiftung.de

Spendenportal *KD-onlineSpende*

Suchen Sie eine einfache und kostengünstige Möglichkeit, Online-Spenden für Ihre gemeinnützigen Projekte zu sammeln? Sprechen Sie uns an – wir haben die passende Lösung für Sie!

Mehr Informationen unter: www.*KD-onlineSpende*.de

Ein Angebot Ihrer Bank für Kirche und Diakonie eG – *KD-BANK*

0231 58444-0 ▪ www.*KD-BANK*.de ▪ Info@*KD-BANK*.de

Gemeinsam handeln – Gutes bewirken.

KD-BANK
Bank für Kirche und Diakonie

Neues beim Deutschen Spendenhilfsdienst Köln

Katja Sichtermann (links) ist seit Januar 2018 Geschäftsführerin beim Deutschen Spendenhilfsdienst in Köln. Wie bisher ist sie als Fundraiserin und Key-Accounterin Ansprechpartnerin für die Kunden. Als Senior-Beraterin Fundraising verstärkt **Kerstin Schlick** den Deutschen Spendenhilfsdienst in Köln. Mit den Erfahrungen aus über 15 Jahren Fundraising für NGOs wie NABU, action medeor und Caritas freut sie sich darauf, Hilfsorganisationen aus verschiedenen Bereichen zu beraten und für das Telefon-Fundraising und die Kommunikation über digitale Kanäle zu begeistern.

Beratungs-Agentur Schomerus wächst weiter

Der Experte für Marketing und CSR **Bud A. Willim** (links) ist neu als Senior Berater der „Schomerus – Beratung für gesellschaftliches Engagement GmbH“ tätig und erweitert das Leistungsspektrum um die Bereiche Marketing und gesellschaftliches Engagement von Unternehmen. Des Weiteren unterstützt ab Juli der Experte für Organisationsentwicklung und Stiftungsmarketing **Udo Schnieders** als Senior-Berater das Team. Er wird für die Bereiche Stifterakquise, Restrukturierung und Teambuilding verantwortlich sein.

GAIN4GOOD mit neuen Niederlassungen

Das in Bayern beheimatete Sozialunternehmen GAIN4GOOD erweitert seine regionale Präsenz. In Berlin wird das Unternehmen, das unter anderem neues Fundraisingpersonal für Non-Profits mitfinanziert, künftig vertreten von **Tanja von Unger**. Die Journalistin und Galeristin ist in der Branche vor allem bekannt als Vorstand der Bürgerstiftung Berlin. Den GAIN4GOOD-Standort NRW verantwortet ab sofort Sherille Veira, die bislang als Beraterin und Unternehmerin im Gesundheits- und Sozialwesen aktiv war.

Frischer Wind in der PHINEO-Kommunikation

Das Analyse- und Beratungshaus PHINEO hat die Kommunikationsabteilung um gleich zwei junge Neuzugänge erweitert. Als Trainees sind die Kommunikationswissenschaftlerin **Valeria Bitter** (links) und die Philosophin **Julia Kaesemann** gestartet. Bitter kommt aus dem Social Media Marketing und begeistert sich für alles, was digital ist. Kaesemann kann das Komplizierte einfach ausdrücken und kennt das Arbeiten von Non-Profits über ihr eigenes ehrenamtliches Engagement.

Fundraising-Jobs online finden

Auf der Website fundraiser-magazin.de finden Sie aktuelle Stellenangebote rund um den Bereich Fundraising. Schauen Sie doch gleich mal rein!

NÄCHSTENLIEBE WELTWEIT ist ein christliches Hilfswerk für Kinder und Menschen in Not. Wir arbeiten mit Ordensbrüdern und Ordensschwestern derzeit in 17 Ländern in Afrika, Brasilien und Haiti zusammen. Wir helfen schnell und unbürokratisch bei Katastrophen, fördern nachhaltige Projekte zur Wasserversorgung, Ernährung, medizinischen Hilfe, zur Schaffung von Einkommen und zur Schulbildung. Unsere Vision ist eine friedliche, gerechte Welt ohne Hunger und Durst.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir in **Stuttgart** zum nächstmöglichen Termin, spätestens zum 1.6.2018, eine/n

Fundraiser/in (75-100% - verhandelbar)

Sind Sie eine Himmelsstürmerin, die die Dinge auch gerne vorantreibt? Unsere kleine Organisation wächst und gemeinsam mit Ihnen möchten wir die Welt ein bisschen besser machen.

Sie sind konzeptionsstark, umsetzungsfreudig und haben Lust mit uns erfolgreich nach vorne zu streben. Gemeinsam mit unserem Fundraising Team wollen Sie erfolgreich neue Wege gehen im Großspenden-Fundraising, bei Benefizaktionen und im Online Bereich. Unsere neue Stiftung braucht Sie im Direktmarketing und der Aufbau verschiedener Fundraising-Instrumente wie Unternehmenskooperationen und Stiftungs- und Förderanträge macht Ihnen Spaß. Wir wünschen uns eine kommunikationsstarke Persönlichkeit die mit neuen Ideen, Engagement und Umsetzungsstärke die Welt für Kinder und Frauen in Afrika nachhaltig verbessert. Es erwartet sie ein kleines Team, in dem Sie die Verantwortung für das Fundraising übernehmen. Sie arbeiten hauptsächlich in unserem Büro in Stuttgart und neben den Kernzeiten auch gerne flexibel.

Ihr fachliches und persönliches Profil
• Für das Fundraising relevante Ausbildung / Studium und/oder Zusatzausbildung sowie Erfahrung im Fundraising • Sie arbeiten gerne selbständig und eigeninitiativ, strukturiert, entwickeln Kampagnen und setzen diese zielgerichtet um • Sie sind kommunikativ, kontaktstark und innovativ • Sie übernehmen gerne Verantwortung sind aber auch ein Teamplayer • Englisch in Wort und Schrift wäre wünschenswert und eine Auslandsreise ist für Sie eine Freude • Erfahrung im Online Fundraising wären wünschenswert • Die Organisation von Benefizaktionen ist für Sie vielleicht auch nichts Neues

Unser Angebot
In unserem sympathischen Team im schönen neuen Büro in der Haußmannstraße in Stuttgart haben Sie die Möglichkeit ihren Arbeitsbereich zu entwickeln, sich kreativ einzubringen und eigenverantwortlich zu arbeiten. Neue Konzepte und Maßnahmen sind besonders erwünscht. Die Gelegenheit zur Fort- und Weiterbildung sind für uns selbstverständlich.

Auf Ihre aussagekräftige Bewerbung mit konkreter Gehaltsvorstellung freut sich
Geschäftsführerin Dorothea Schermer per E-Mail an contact@naechstenliebe-weltweit.de
Bitte in einem pdf zusenden.

NÄCHSTENLIEBE WELTWEIT®
CHRISTLICHES HILFSWERK FÜR KINDER UND NOT LEIDENDE MENSCHEN

Mehr Infos zur Organisation unter www.naechstenliebe-weltweit.de

Verstärkung im Evangelischen FundraisingService

Anfang April hat **Marcus Dohm** als Referent den Bereich „Aus,- Fort- und Weiterbildung im Fundraising“ übernommen. Der Diplom-Theologe hat über 13 Jahre erfolgreich das Fundraising in den Kirchenkreisen Burgdorf und Burgwedel-Langenhagen auf- und ausgebaut. Den Evangelischen FundraisingService – vormals EMSZ – unterstützt er als Referent seit vielen Jahren mit seinem Fachwissen.

Projektentwicklung für das Bistum Aachen

Itha Rappmann arbeitet seit Anfang 2018 in der Stabsabteilung Kommunikation des Bischöflichen Generalvikariats Aachen. Im Bereich Fundraising und Stiftungen ist die Entwicklung von Unternehmenskooperationen im Bistum Aachen ihr Schwerpunkt. Auf der Basis eines wertorientierten Dialogs mit Unternehmen zu gesellschaftlich und kirchlich relevanten Entwicklungen entwickelt sie gemeinsame Projekte und Fundraisingkampagnen.

Neue Botschafterin für Naturefund

Mit **Sabine Bach** als Botschafterin hat die Naturschutzorganisation Naturefund aus Wiesbaden eine weitere prominente Unterstützerin gefunden. Die bekannte Schauspielerin, Trainerin für Führungskräfte und Yogalehrerin wird sich gemeinsam mit Naturefund für den Schutz der Natur einsetzen. Dabei ist sie vor allem vom Ansatz der Organisation überzeugt, weltweit Land für Natur zu kaufen. Die gemeinnützige Naturschutzorganisation bewahrt dadurch Lebensräume für die Vielfalt von Tieren und Pflanzen.

TÜV SÜD Stiftung mit neuem Kuratoriums-Vorsitz

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. **Wolfgang A. Herrmann** ist seit Januar neuer Vorsitzender des Kuratoriums der TÜV SÜD Stiftung. Der Präsident der Technischen Universität München, der bereits seit 2014 Mitglied des Gremiums ist, folgt damit auf den langjährigen Kuratoriumsvorsitzenden Herrmann Mund, der nach Erreichen der Altersgrenze jüngst den Vorsitz des Kuratoriums abgegeben hat. Wolfgang A. Herrmann verfügt über ein außergewöhnliches Netzwerk, das der TÜV SÜD Stiftung bei der Realisierung ihrer Projekte zugutekommt.

Kommunikation für den SZBlind

Der Schweizerische Zentralverein für das Blindenwesen (SZBlind) mit Hauptsitz in St. Gallen hat das Team rund um den Kommunikationsleiter Norbert Schmuck verstärkt. Für die neue Stelle konnte **Nina Hug** gewonnen werden. Die 35-Jährige übernimmt die Gesamtverantwortung für das Marketing und zeichnet auch verantwortlich für das Fachmagazin „Tacuel“ und die Online-Kommunikation. Nina Hug hat an der Universität Hamburg Journalistik, Kommunikationswissenschaft und Naturschutz studiert.

Haben Sie Neuigkeiten?

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

vanacken
Fundraising

Fundraising-Mix

Das Erfolgs-Rezept:

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

Vereinbaren Sie ein kostenloses Beratungsgespräch.

van Acken – mehr als nur eine Agentur:

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

Begleitung und Umsetzung durch Profis.

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

Der Naturschutzbund NABU und das Möbelhaus Ikea haben 2017 eine längerfristige Zusammenarbeit gestartet, um naturnahes Gärtnern zu fördern. Der NABU engagiert sich bundesweit mit eigenen Mustergärten und Beratungsangeboten für mehr biologische Vielfalt im Garten. Unterstützt durch Ikea sollen 2018 weitere NABU-Themengärten entstehen und Bildungsaktivitäten zum naturnahen Gärtnern umgesetzt werden. So soll veranschaulicht werden, wie jeder durch naturnahes Gärtnern dazu beitragen kann, die Artenvielfalt vor der eigenen Haustür zu fördern und zu erhalten. Bis zum 20. April läuft auch ein gemeinsames Gewinnspiel „Mitbewohner im Grünen gesucht".

▶ www.NABU.de/Gartenmitbewohner

Seminar, 5. Juni 2018, 9-18 Uhr
ESV-Akademie, Genthiner Straße 30 C, 10785 Berlin

Erbschaftsfundraising in und für Stiftungen

Legate erfolgreich gewinnen und professionell abwickeln

Frühbucherpreis bis 8. Mai 2018!

Die Königsdisziplin des Fundraisings

Erbschaftsfundraising ist für alle gemeinnützigen Organisationen, insbesondere Stiftungen, die „Königsdisziplin des Fundraisings". Neben den – nicht nur – finanziellen Möglichkeiten sind gerade bei der Akquise und der nachfolgenden Abwicklung von Nachlässen eine **Vielzahl von rechtlichen und steuerlichen als auch ethischen Aspekten** zu beachten.

Inhalte

- Einstieg in das Thema der Nachlassgewinnung und -abwicklung
- Organisatorische Fragestellungen, rechtliche und steuerliche Rahmenbedingungen
- Best Practice-Beispiele, wie Erbschaftsfundraising in Organisationen erfolgreich eingesetzt wird

Weitere Informationen und Anmeldung:

www.ESV-Akademie.de/Erbschaft

Haben Sie Fragen zu unseren Veranstaltungen?
(030) 25 00 85 - 856/858 info@ESV-Akademie.de

ESV AKADEMIE

Sponsor:
BPM Berlin Portfolio Management
Berlins erste Adresse für bankenunabhängige Vermögensverwaltung

Medienpartner:
Stiftung & Sponsoring

Kurzgefasst …

„Marketing for Good“ und „getunik“ fusionieren

Die Berliner Agentur „Marketing for Good“ und die Agentur „getunik“ aus Zürich gehen gemeinsame Wege: „Marketing for Good“ heißt ab sofort „getunik Deutschland“. Die Expertise in strategischer Beratung, digitalem Fundraising, E-Mail-Marketing und Marketing Automation zeichnet das Unternehmen aus. Geschäftsführerin des Standorts Berlin bleibt Eva Hieninger, die nun auch Teilhaberin der „getunik“ ist.

▶ www.getunik.com

70 Jahre Deutscher Dialogmarketing Verband

1948 gründeten 25 Dialog-Pioniere die Arbeitsgemeinschaft der Adressverleger (ADV), aus dem später der Deutsche Dialogmarketing Verband (DDV) hervorgehen sollte. Seit der Gründung vor 70 Jahren hat sich der DDV zu einem der größten nationalen Zusammenschlüsse von Dialogmarketing-Unternehmen in Europa entwickelt und gehört heute zu den Spitzenverbänden der Kommunikationswirtschaft in Deutschland.

▶ www.ddv.de

Fairer Ökostrom mit Mehrwert

Unter dem Motto „Grüner Strom, der doppelt Freude macht“ haben sich der unabhängige Stromanbieter Smiling Green Energy GmbH mit seinen Tarifen „transparent grün“ sowie „natürlich Strom-Tarif“ und die Charity-Plattform „Schulengel.de“ zusammengetan. Jeden Monat spendet Smiling Green Energy 1,50 Euro pro Stromkunde an den Wunschverein, ohne dass der Stromtarif dadurch teurer wird.

▶ www.schulengel.de/stromtarif

Besser hören in Peru

Vibes, Gehörschutz-Hersteller aus den USA, hat sich mit der Hear the World Foundation und der World Wide Hearing Foundation zusammengeschlossen, um sich dem Thema Hörschäden anzunehmen und 30 000 Kindern in Peru Zugang zu einer audiologischen Versorgung zu ermöglichen.

▶ hear-the-world.com ▶ www.wwhearing.org

Soziale Plattform für Freiwilligenarbeit

Gregor Speck ist Initiator der Internetplattform qudos.club und hat große Ziele: Die Website soll die Motivation der Freiwilligen dank Anerkennung der geleisteten ehrenamtlichen Stunden erhöhen, gemeinnützige Organisationen durch neue Spendengelder – wenn sie Freiwillige akkreditieren – belohnen und soziale Sponsoren pushen, wenn diese ihre soziale Verantwortung publikumswirksam veröffentlichen können.

▶ www. qudos.club

Manager und Macher

Harald Meurer erhält den Deutschen Exzellenz-Preis 2018

Im Januar wurde erstmals der „Deutsche Exzellenz-Preis für herausragende Leistungen in der Wirtschaft“ verliehen. Harald Meurer, Internet-Pionier und CEO der HelpMundo GmbH und des Spendenportals HelpDirect, konnte sich in der Kategorie „Manager & Macher – Start-ups“ gegen alle anderen Nominierten durchsetzen. In der Begründung, warum die Vergabe des ersten Platzes ausgerechnet auf ihn fiel, hieß es: „Die Jury hat den mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichneten Digitalpionier der 90er-Jahre, heutigen Digital-Vorreiter und CEO gleich mehrerer Internetfirmen zum Sieger gekürt, weil er wirtschaftlich orientiertes, erfolgreiches Unternehmertum mit gemeinnützigem Engagement verbindet.“ Wolfgang Clement, Mitglied der Jury des Deutschen Exzellenz-Preises sowie früherer nordrhein-westfälischer Ministerpräsident und Bundeswirtschafts- und Arbeitsminister forderte: „Wir brauchen mehr Menschen, die eingefahrene Pfade verlassen.“ Gratulation!

Zeitungs-Anzeigen

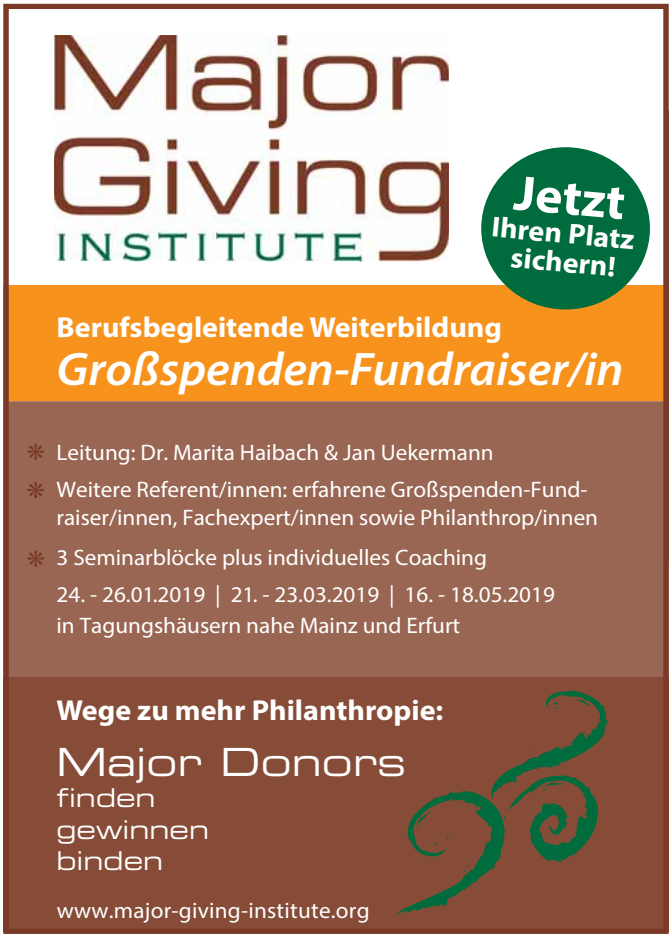
Maximale Reichweite, minimale Kosten: freianzeigen.de

Hilfsorganisationen brauchen Reichweite, um sich und ihre Anliegen öffentlich zu machen. Verlage haben kurz vor Druckschluss immer mal wieder Anzeigenplätze frei, die auch unter Zeitdruck professionell gefüllt werden müssen – Freianzeigen.de bringt Organisationen und Verlage schnell und unkompliziert zusammen, indem sich das Team um die Vermarktung der Anzeigen kümmert.

Freianzeigen.de hilft den Organisationen dabei, in Tageszeitungen, Magazine etc. zu gelangen, ohne den direkten Kontakt zu den Verlagen herstellen zu müssen. Und das mit Erfolg: Pro Monat werden mittlerweile rund 1000 Anzeigen von Hilfsorganisationen heruntergeladen.

Treffen Sie das Team von freianzeigen.de beim diesjährigen Deutschen Fundraising Kongress!

▶ www.freianzeigen.de



Kurzgefasst …

Profi-Fotografen für den guten Zweck

Zum vierten Mal sammeln die „Photographers for Charity" mit einem hochklassig besetzten Workshop für Fotografen und Digital Artists Spenden für den guten Zweck. So engagieren sich namhafte Profi-Fotografen, bekannte Models und kreative Bildbearbeiter diesmal für den „ONE DAY" e. V. Das Softwareunternehmen Adobe und Adobe Stock sind wieder Partner des Events, der in diesem Jahr in Aschaffenburg stattfindet.

▶ www.forcharity.de

Nachhaltige Investments

Oekom research, eine der führenden Nachhaltigkeits-Ratingagenturen, wird Teil von Institutional Shareholder Services Inc., dem weltweit größten Anbieter von Corporate Governance und Responsible Investment-Lösungen. Um der Stärke und dem hohen Ansehen beider Marken Rechnung zu tragen, wird der so entstehende neue Geschäftsbereich ISS-oekom benannt. CEO Robert Haßler bleibt an Bord.

▶ www.oekom-research.com

Greenpeace gewinnt „Show your App" Award 2018

Goldmedaille für die App „Tastyvist" von Greenpeace. Die App will Menschen über kleine Schritte und Aufgaben dabei helfen, ihren Fleischkonsum zu reduzieren. Dabei wird der User dabei unterstützt, umweltschädliche Gewohnheiten abzulegen und klimafreundliches Verhalten intrinsisch in der eigenen Lebenswelt zu verankern.

▶ http://showyourapp.com/de

Oster-Deko wird versteigert

Igor Ustinov, Bildhauer und Sohn des legendären Schauspielers Sir Peter Ustinov, dekorierte in Hamburg gemeinsam mit Prominenten – begleitet vom Blitzlichtgewitter der Paparazzi – jeweils einen „The Perfect Easter Table", um ihn zugunsten der Peter-Ustinov-Stiftung, die er mit seinem Vater gründete und heute als Stiftungspräsident in seinem Sinne führt, zu versteigern.

▶ www.ustinov-stiftung.org

Felix Burda Stiftung jetzt mit Radio-Spots

„Lass Darmkrebs nicht Dein Schicksal sein!" für Radio-Hörer – das geht so: Schauspieler William Cohn erzählt in harmlos ins Ohr schleichender Poesie skurrile Geschichten von absurden Todesarten im Garten, beim Angeln und auf dem Fahrrad. Schauspieler Sky du Mont leiht dann der Auflösung seine Stimme: „Manchmal kann man nicht viel machen. Gegen Darmkrebs schon. Geh jetzt zur Vorsorge!"

▶ www.felix-burda-stiftung.de

Diese Tiere sind limitiert. Der Modehersteller Lacoste lancierte im März eine „Save our Species"-Capsule-Kollektion, bei der das legendäre Markenzeichen, das Krokodil, seinen angestammten Platz auf dem Poloshirt zehn bedrohten Tierarten überlässt. Die Shirts kosteten jeweils 150 Euro und waren im Online-Shop binnen kürzester Zeit ausverkauft. Die Erlöse kommen dem „Save Our Species"-Programm der Weltnaturschutzorganisation IUCN zugute.

▶ www.saveourspecies.org

Grün und innovativ

„Grün.Social" und „Grün alpha Lassie": zwei neue Software-Tools am Start

Die Grün Software AG erweitert ihr Produkt-Portfolio um die Online Social Software „Grün.Social". Diese bietet alle wichtigen Funktionen zum Aufbau einer effektiven Online-Zusammenarbeit. In sich selbst organisierenden virtuellen Gruppen können alle Benutzer in Echtzeit kommunizieren, Informationen in Foren und Wikis austauschen, Dokumente zum Download bereitstellen oder Termine koordinieren. Die neue Online Social-Plattform ist eine günstige Plug-and-Play-Einstiegslösung auf Basis der OpenSource-Technologie WordPress und Weiterentwicklungen.

Die Fundraising-Agentur Grün alpha erweitert ihr Angebot um eine Online-Lösung zur digitalen Spendenverwaltung. „Mit Grün alpha Lassie schließen wir eine Lücke im deutschen Spendenmarkt. Hundert Prozent online, überall und jederzeit Zugriff auf die Spenderdaten. Keine Installation, keine Lizenzkosten, lediglich eine monatliche Gebühr für die Dauer der Nutzung", fasst Joachim Sina, Head of Fundraising der Grün-Gruppe, die Vorteile für kleinere und mittlere Spendenorganisationen zusammen. Wesentlicher Pluspunkt der Online-Lösung ist die einfache und intuitive Bedienung über einen Web-Browser.

▶ www.gruen.social ▶ www.gruenalpha.net

PLZ-BEREICH 0

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

SPENDENAGENTUR

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

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

MediaVista KG

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

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

Damit Ihre Spender und Sponsoren Sie richtig verstehen.

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

PLZ-BEREICH 1

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

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

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

Boxhagener Straße 119 · 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

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

Sie finden uns außerdem in Hamburg und Köln.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

PLZ-BEREICH 2

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

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

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

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

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

Sie finden uns außerdem in Berlin und Köln.

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

hello. die Dialog Agentur

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

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

stehli software dataworks GmbH

Die Komplettlösung für Fundraiser

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

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

Koopmanndruck GmbH

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

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

neolo fundraising GmbH

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

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

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

PLZ-BEREICH 3

adfinitas GmbH

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

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

marketwing GmbH

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

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

KomServ GmbH

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

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

service94 GmbH

Dienstleistungen im Bereich Fundraising seit 1984:

- Promotion und Öffentlichkeitsarbeit an Informationsständen
- Mitgliederwerbung

Leistungen außerhalb des Fundraisings:

- Mitgliederverwaltung
- Call-Center
- Mailings
- Pressearbeit

Zu unseren Kunden gehören bundesweit namhafte Vereine und Verbände.

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

AZ fundraising services GmbH & Co. KG

Über 25 Jahre Fundraising-Erfahrung:

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

DDV-Qualitätssiegel für Datenverarbeitung, Adressverlag und Listbroking.

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

Sievert Druck & Service GmbH

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

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

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

PLZ-BEREICH 4

microm

Micromarketing-Systeme und Consult GmbH

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

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

DONUM Zuwendungsverwaltung

Rüdiger Fresemann

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

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

OPTIGEM GmbH

Softwarelösungen für Vereine, Stiftungen und gemeinnützige Werke

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

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

Benefit Informationssysteme AG

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

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

caretelligence Media Monitoring GmbH

Media Monitoring für den Nonprofit-Sektor

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

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

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

Maik Meid Content Fundraising

Digitale Inhalte für Nonprofits

Fundraising-Beratung und Ideen zur digitalen Kommunikation. Aus dem Ruhrgebiet und mit über 20-jähriger Erfahrung in der Sozialwirtschaft.

- Strategien für digitale Kommunikation und Online-Fundraising
- digitale Recruiting Konzepte für soziale Träger
- Nonprofit-Fotografie und Podcast-Produktion
- Fundraising-Aufbau und Entwicklung in regionalen Organisationen

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

eliteONE®

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

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

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

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

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
Hermann-Löns-Straße 137 · 47199 Duisburg
Telefax: +49 (0)3222 9823430
kunstdorff@fundraising-und-system.de
www.fundraising-und-system.de

Conversio Institut
Fundraising-Management + Organisationsentwicklung
Wir beraten Sie auf dem Weg, Spenderbeziehungen zu verankern und Fundraising zu einer stabilen Säule in der Finanzierung Ihrer Organisation zu machen. Außerdem bieten wir
- Coaching (Einzel + Team)
- Seminare, Trainings
- Fundraising-Forschung
- kompetente Beratung
- strategische Positionierung
- Befragungen (SpenderInnen, MitarbeiterInnen, etc.)

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

van Acken Fundraising GmbH
Dienstleistung im Fundraising seit 1975
Wir bieten:
- Strategie (Markforschung, Konzeptentwicklung, Adressauswahl, Erfolgskontrolle)
- Projektmanagement (Beratung, Koordination, Terminplanung, Etatüberwachung)
- Produktion (Druck, Personalisierung, Lettershop, Postversand)
- Print- und Außenwerbung
- Direktkommunikation (Mailings, Beilagen, telefonische Spenderbetreuung)
- Markenbildung
- Internet (Online-Marketing, Social Media)

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

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

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

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

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

PLZ-BEREICH 5

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

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!

Brückenstraße 1 – 3 · 50667 Köln
Telefon: +49 (0)221 67784590
Telefax: +49 (0)221 67784599
info@fundango.de
www.fundango.de

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

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

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

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

Fundraising Profile GmbH & Co. KG
Menschen berühren und zum Spenden bewegen – das ist unser Geschäft.
Unsere Kunden profitieren von
- kreativen Konzepten
- zuverlässiger Produktion
- vielen Jahren Erfahrung

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

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

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

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

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

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

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

Sie finden uns außerdem in Berlin und Hamburg.

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

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

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

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

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

Tagungsschmiede c/o Stiftung Deutsche Leukämie- & Lymphom-Hilfe
Maßgeschneiderte Lösungen:
Jede Veranstaltung ist einzigartig. Daher ist auch unser Leistungsangebot sehr breit gefächert. Ob Sie eine Fortbildung mit 100 Personen, oder einen Kongress mit 600 Teilnehmern planen – wir unterstützen Sie gerne mit individuellen Dienstleistungen oder unserem Rundum-Sorglos-Paket! Kontaktieren Sie uns!

Thomas-Mann-Straße 40 · 53111 Bonn
Telefon: +49 (0)228 33889210
Telefax: +49 (0)228 33889222
info@tagungsschmiede.de
www.tagungsschmiede.de

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

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

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

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

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

Antoniusstraße 2 · 53547 Kasbach-Ohlenberg
Telefon: +49 (0)2644 600-874
Telefax: +49 (0)2644 600-828
j.grosse@trustfundraising.de
www.trustfundraising.de

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

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

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

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

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

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

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

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

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

GECKO international GmbH
Ihr Ansprechpartner für Adressen zur Neuspendergewinnung!
Wir bieten Ihnen:
- starkes Portfolio in den Bereichen Spenden- und Seniorenmarketing
- Adressenberatung / Listbroking
- Scoring / Optimierung
- Emergency-Mailings
- E-Mail-Kampagnen

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

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

PLZ-BEREICH 6

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

PLZ-BEREICH 7

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

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

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

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

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

Motorstraße 25 · 70499 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 83632-55
Telefax: +49 (0)711 83632-36
info@pbdirekt.de
www.pbdirekt.de

G&O CreativeAgency GmbH
Die Adresse für Dialogmarketing 4.0 und Fundraising
Sie möchten wissen, wie Sie alte und neue Spender erreichen? Sie möchten über alle relevanten Offline- und Online-Kanäle kommunizieren?
Als ausgemachte Experten im Fundraising wissen wir, wie Conversion funktioniert und unterstützen Sie mit unserem kombinierten Angebot aus Expertise, Strategie, Listbroking, Konzeption, Kreation, Produktion, Erfolgskontrolle und Follow-up. Wir beraten Sie gerne persönlich.

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

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

PDirekt

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

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

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

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

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

PLZ-BEREICH 8

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

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

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

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

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

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

AGENTUR FÜR ERBEN
Karla Friedemann
Unsere Kompetenz liegt in der umfangreichen Nachlassabwicklung. Stiftungen, gemeinnützige, mildtätige und kirchliche Organisationen sind unsere Zielgruppen.
Wir bieten:
- bundesweite Abwicklung von Nachlässen
- Organisation von Veranstaltungen u. a.

Wir verfügen über:
- langjährige Erfahrung
- exzellentes Management
- ein hohes Maß an Flexibilität

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

PLZ-BEREICH 9

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

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

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

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

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

Im Dienstleisterverzeichnis des Fundraiser-Magazins finden Sie Rat und Tat für Ihre Projekte rund um die Themen Fundraising, Stiftungen & Sponsoring.

Ihr Unternehmen fehlt hier noch? Gleich eintragen unter:

fundraising-dienstleister.de

ÖSTERREICH

20 Jahre
Den Spender im Herzen.

SOCIAL CALL fundraising GmbH

Über 20 Jahre Erfahrung am Telefon mit Spendern für mehr als 52 Organisationen.

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

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

30 Jahre
Den Spender im Herzen.

DIRECT MIND GmbH

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

Dieses erfahrene Team steht Ihnen mit Freude zur Seite.

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

SCHWEIZ

Motion Consulting GmbH

Fundraising | NPO-Management

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

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

NonproCons

Management und Fundraisingberatung

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

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

StiftungSchweiz.ch

Die Schweizer Stiftungsplattform

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

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

Harry Graf

Organisations- und Datenberatung

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

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

getunik AG

Digital-Agentur für Non-Profit Organisationen

Wir machen das Web und die Welt seit 1998 ein bisschen besser. Wir kreieren digitale Auftritte, die begeistern. Mittels digitaler Fundraising-Massnahmen steigern wir Ihren Erfolg.

Mit unserer langjährigen Erfahrung in den Bereichen User Journey, Content-Strategie, Informationsarchitektur sowie User Experience Design machen wir Ihren digitalen Auftritt für die Besucher zum Erlebnis. Technik entwickelt sich stetig weiter. Wir uns auch. Durch agiles Vorgehen ermöglichen wir Ihnen ein hohes Mass an Flexibilität.

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

RaiseNow AG

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

Hardturmstrasse 101 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 5335620
zurich@raisenow.com
www.raisenow.com

Corris AG

Corris ist eine 1995 gegründete Agentur für nachhaltiges Spendenmarketing. Von unseren Büros in Zürich, Lausanne und Bellinzona aus organisieren und realisieren wir Fundraising-Kampagnen in der ganzen Schweiz – mit Hilfe modernster Tablet-Computer und 3D-Datenbrillen.

Non-Profit-Organisationen erhalten bei Corris alles aus einer Hand: Beratung, Standaktionen (Face2-Face), Haustür-Werbung (Door2Door), Datenverwaltung, Callcenter und Lettershop.

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

comconsult

Zuverlässiger Outsourcing-Partner für alle Datenbank-Dienstleistungen rund ums Fundraising.
- Pflege Spenderbestand über ein EDÖB-zertifiziertes Secure Hosting
- tägliche Adressaktualisierung
- Datenanalysen und Potenzialermittlung
- wirksame Selektionen
- Spendenerfassung und Verdankungen
- transparente Abbildung Spenderverhalten

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

asm Agentur für Sozial-Marketing

Professionelle Mittelbeschaffung für NPOs seit über 35 Jahren. Von der Kreation bis zur Postaufgabe, von der Responseverarbeitung bis zur Adressplege:
- Strategische Fundraising-Planung
- Mailing-Konzepte und Marketing-Mix
- Spendergewinnung, -bindung und -upgrading
- Spenderbefragungen
- Major Donor Fundraising
- Legatmarketing

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

ANT-Informatik AG

Nonprofit-Branchenlösung

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

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

Arenae Consulting AG

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

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

fundraiso.ch

by InternetTime GmbH

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

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

BLICKLE & HÄFLIGER Directmarketing AG

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

NPOs vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen, dank unseres grossen Know-hows und unserer Flexibilität.
Blickle & Häfliger Directmarketing AG – Ihr unabhängiger Partner für:
- Zielgruppenberatung
- Adressvermittlung
- EDV-Dienstleistungen
- Laser-Personalisierung
- Lettershop
- Fulfillment-Abteilung

Wir freuen uns auf Sie!

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

Walter Schmid AG

Die beste Adresse für Adressen

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

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

IBV Informatik AG

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

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

SAZ Services AG

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

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

Creativ Software AG

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

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

Das alles – und noch mehr – finden Sie

Neu bei uns: der Shop

Fachbücher und Co. bestellen

Für Einsteiger oder für Profis – im Shop des Fundraiser-Magazins finden Sie die Bücher unserer Fachautoren, die Glossen von Fabian F. Fröhlich und diverse nützliche Publikationen aus dem Verlag. Auch einzelne Hefte des Magazins (soweit verfügbar) können Sie hier kaufen.

Karriere im Fundraising

Dossier zum Thema Karriere

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

Fundraising-Kalender

Seminare + Tagungen auf einen Blick

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

Fundraisingtage

Gleich direkt zur Tagung anmelden

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

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

Dienstleister-Verzeichnis

Wer kann was, wer unterstützt wo?

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

Mitschreiben

Ihr Text im Magazin: So geht's

Sie möchten einen eigenen Fachbeitrag im Fundraiser-Magazin veröffentlichen? Dazu müssen Sie nicht Mitglied der Redaktion sein. Unser Magazin steht interessanten Beiträgen mit dem Fokus Fundraising immer offen – informieren Sie sich online über das Prozedere sowie über Themen und Termine.

Fundraising-Jobs

Kostenlose Job-Börse

für Jobs in Non-Profit-Organisationen

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

So geht Online-Fundraising

Mit Technik Herzen öffnen

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

Abonnement buchen

Fachlektüre, die Spaß macht

Bestellen Sie sich bequem Ihr Fundraiser-Magazin nach Hause oder ins Büro. Auch das beliebte Orga-Abo für die Kollegen können Sie online buchen.

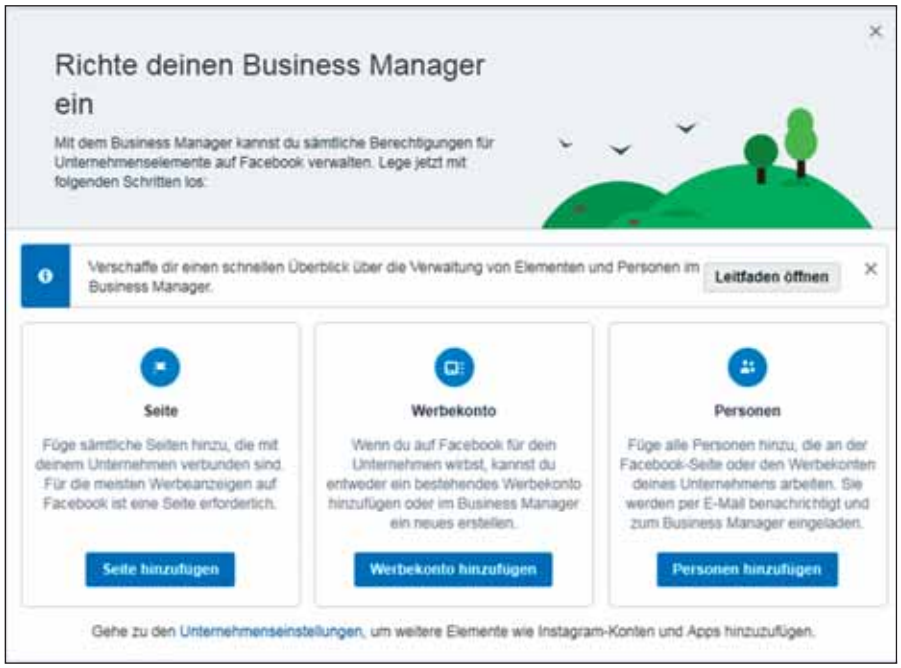
Fotocredits: AdobeStock©Tijana, AdobeStock©charles taylor, AdobeStock©davooda, AdobeStock©vitamin s, arthurhidden@fotolia.com, georgejmclittle@fotolia.com, Paul Stadelhofer, AdobeStock©Andrey Popov

Daumen hoch und Spenden sammeln

Facebook-Fundraising: Wie meldet man die Fanseite des Vereins richtig an?

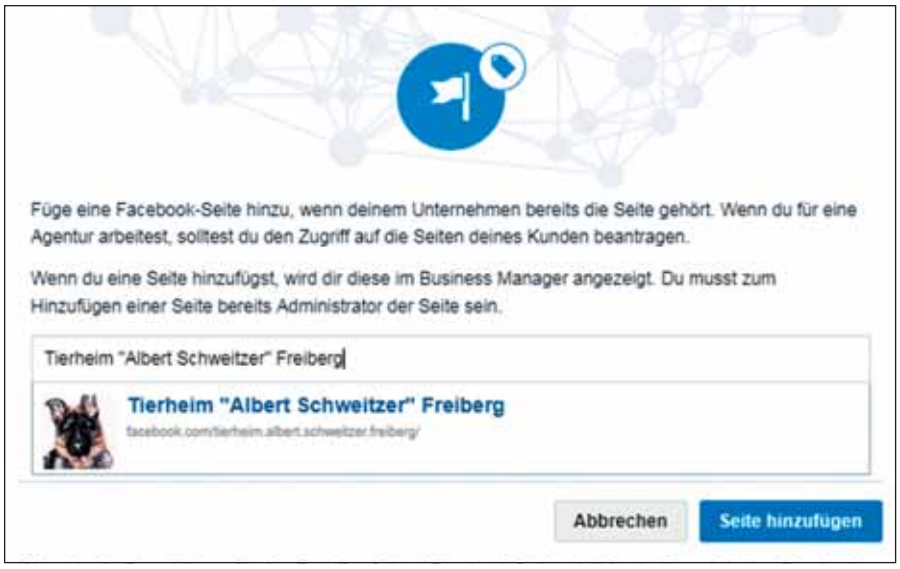
Vereine, die auf Facebook eine aktive Fangemeinde aufgebaut haben, können seit November ihre Fans per App zum Spendensammeln motivieren. Vorausgesetzt, der Verein ist von Facebook entsprechend akzeptiert. Doch ganz ohne Bürokratie geht es auch hierbei nicht.

Von THOMAS WEIGEL



Spenden über Facebook – das klingt einfach, bedarf aber einiger Vorbereitungen. Sind diese erledigt, kann die Social-Media-Plattform ein hilfreiches Instrument sein. Für die Nutzung setzt Facebook eine Registrierung voraus, mit der man sich zur Teilnahme qualifizieren kann (*www.facebook.com/donate/signup*). Vorab beachte man, ob die Fanseite den Verein oder dessen Zweck präsentiert, da sich die Namensgebung auf die App auswirkt. Spender, die eine Aktion starten, finden die NGO dann nur über den registrierten Namen. Statt beispielsweise ein eher umständliches „Freunde und Förderer der bedrohten Honigbiene e. V." besser kurz und prägnant „Bienenfreunde".

Vor der Verifizierung der Fanseite sollten alle Angaben überprüft werden. Anschließend muss der Verein die Gemeinschaftsstandards von Facebook akzeptieren. Vor der weiteren Registrierung muss sich der Verein mit dem Werbeanzeigenmanager (WAM) auseinandersetzen, denn darüber erhält der Verein seine Spenden (*www.facebook.com/business/learn/facebook-ads-reporting-ads-manager*).



Die Person, welche mit der Einrichtung betraut ist, muss über alle Admin-Rechte verfügen. Sie loggt sich mit ihrem Privatprofil in Facebook ein und erstellt über den WAM das Unternehmerkonto für den Verein. Gebraucht werden der Vereinsname und eine E-Mail-Adresse, die sinnvollerweise dem Verwalter der Finanzen zugeordnet ist. Facebook versendet darüber die Abrechnung zum Konto.

Anschließend fügt man im WAM die eigene Seite hinzu und erstellt ein neues Werbekonto wie „Spenden-Verein X". Da Facebook das Erstellen einer Werbeanzeige jeder Rolle (Admin, Mitarbeiter, etc.) der eigenen Seite erlaubt, kann der Verein im WAM das Werbekonto einem bestimmten Admin oder auch einer Agentur zuordnen.

Zum Freischalten benötigt jeder Verein eine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (USt-IdNr.); die wird auch in der Spenden-App benötigt. Die Notwendigkeit ergibt sich aus dem Firmensitz von Facebook, der in Irland angesiedelt ist. Die Spenden sind zwar steuerfrei, allerdings sind für die Gebühren

als sonstige Leistung der § 13b UStG zu berücksichtigen. Buchhalterisch werden dafür EU-Vorsteuer und EU-Umsatzsteuer fällig. So wird mit der USt-IdNr. die Zuständigkeit für die Umsatzsteuer geregelt. Der Verein als Leistungsnehmer steht somit in der Steuerpflicht.

Ist der WAM eingerichtet, geht man zur eigentlichen Registrierung über, wo die Daten zum Verein abgefragt werden, insbesondere zum 1. Vorsitzenden und dem Verwalter der Fanseite. Diese müssen benannt und zugeordnet werden. Mit Auswahl des Werbekontos aus dem WAM und der nochmaligen Eingabe der USt-IdNr. identifiziert sich der Verein als Empfänger der Spenden.

Abschließend müssen alle relevanten Unterlagen zum Verein als Datei angehangen werden. Hier ist besondere Sorgfalt notwendig, sonst erhält man eine Absage. Ähnlich einer Bankkonto-Eröffnung müssen auch die entsprechenden Personen nachgewiesen werden. Facebook stellt dazu keine weitere Anleitung bereit. Es ist anzunehmen, dass Unterlagen im Sinne des Handelsgesetzbuchs erforderlich sind.

Die folgenden PDF-Kopien sollte man zusammentragen:

- Freistellungsbescheid
- Bescheid zur USt-IdNr.
- Registerauszug
- Urkunde Vereinsanmeldung
- Ausweiskopien der Zeichnungsberechtigten, Seiten-Admins und Anzeigenmanager
- Satzung

Diese Liste ist leider kein Garant für Erfolg. In Einzelfällen wurde die Employer Identification Number, kurz „EIN" eingefordert, die man per Fax oder telefonisch in den USA beantragen muss.

Am besten stellt man die Dokumente mit einem PDF-Programm zusammen und legt ein Wasserzeichen wie „Facebook Donation SignUp" mit 30 Prozent Deckung in Arial Fett quer darüber. Immerhin schickt man wichtige Vereinsunterlagen auf eine weite Reise. Innerhalb von vier Wochen sollte man eine Nachricht erhalten.

Nach der Registrierung kann der Spenden-Button im Kopfbereich in Beiträge und Live-Videos eingebunden werden. Auch die Nutzer starten ihre Aktion über das Menü. Mit wenigen Klicks kann eine Aktion bearbeitet, zeitlich justiert und geteilt werden. Dann gibt es neben Likes auch Euros.

Thomas Weigel kümmert sich seit 20 Jahren als Schatzmeister um die Finanzen des Tierschutzvereins Freiberg e.V. Nach seinem Abschluss als Steuerfachangestellter 2016 sammelt er nun hauptamtlich als Fundraiser Spenden für das Tierheim ein.

▶ www.tierheimfreiberg.de

Ihr Projekt braucht finanzielle Unterstützung?
Bewerben Sie sich jetzt bis zum 20. April!

Zusammen für mehr Mut und Engagement in unserer Gesellschaft! Dank der vielen Teilnehmer fördert unsere Soziallotterie bis heute in ganz Deutschland bereits über 300 gemeinnützige Projekte aus den Bereichen Chancengleichheit, Natur- und Umweltschutz und sozialer Zusammenhalt. Werden Sie mit Ihrem innovativen, grünen oder sozialen Projekt Teil des Postcodeeffekts. Bewerben Sie sich jetzt um eine Förderung! Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Antragstellung finden Sie auf **www.postcode-lotterie.de/projekte.**

www.postcode-lotterie.de

DEUTSCHE POSTCODE LOTTERIE

Herausforderung ohne Alternative

Face-to-Face-Fundraising sieht sich in der Eigenverantwortung

Das seit Jahrzehnten wirtschaftlich erfolgreichste Fundraising-Instrument in der Neuförderer-Akquise ist Face-to-Face-Fundraising. Zugleich ist es das mit Abstand moralisch umstrittenste Instrument. Ein seriöses Face-to-Face-Fundraising ist möglich, wenn Organisationen und Dienstleister wirklich wollen.

Von Dr. THOMAS RÖHR

Es ist Frühling. Die Spenderbetreuung in vielen Einrichtungen und Organisationen stöhnt auf, denn es ist wieder so weit. Die „Werber" stehen mit einem Informationsstand in den Fußgängerzonen ganz Deutschlands. Viele Menschen gehen schon in Sichtweite einen großen Bogen um die meist jungen Promoter. Angesprochene Menschen beschweren sich. „Mir wurde vermittelt, dass es sich um einen einmaligen Beitrag handelt und nicht um einen dauerhaften Einzug!" Neben den vielen gewonnenen Spendern bleibt am Ende der Eindruck von zuweilen vielzähligen Beschwerden aus der Bevölkerung.

Lobby-Arbeit für seriöses F2F-Fundraising

Der moralische Teufel liegt also im Detail. Viele Fundraiser bestätigen, dass die Art und Weise der Ansprache einzelner Dialoger auf der Straße nicht den Werten und Bedürfnissen der Organisationen entspricht. Doch solche Rückmeldungen sind erfahrungsgemäß seltener als vermutet. Eine differenzierte Sicht auf die Praxis jenseits der üblichen Medienberichte, Lobbyarbeit für ein seriöses Face-to-Face-Fundraising sowie das Erarbeiten verpflichtender Qualitätsstandards sind nur drei der Aufgaben, die sich die „Qualitätsinitiative Straßen- und Haustürwerbung" (kurz: QISH) gestellt hat. Betrachtet man die Internetseite dieser Initiative (www.qish.de), so stellt man fest, dass hier gemeinnützige Einrichtungen und Organisationen ebenso Mitglied sind wie spezialisierte Agenturen. „Es nützt nichts, wenn nur die Organisation Standards erarbeitet, die die ausführenden Partneragenturen nicht mittragen können", so Ricarda Raths, Vorstandsvorsitzende des Vereins. „Vielmehr müsse es um einen genauen und gemeinsamen Blick auf die Wirklichkeit gehen, um realitätsgerechte Standards zu entwickeln", so die Raths weiter.

Leitideen vs. Wirklichkeit

Schaut man sich diese Standards genauer an, so stellen die Leitsätze und ihre Kataloge für die Branche teilweise eine echte Heraus-

forderung dar. „Unser Anspruch ist es, dass diese Art der Werbung und die dadurch vertretenen Organisationen von jedem/r Einzelnen, der/die damit direkt oder indirekt in Kontakt kommt, positiv wahrgenommen werden“ wird dort beispielsweise formuliert. Oder: „Alle Mitarbeiter/innen werden angemessenen und leistungsgerecht vergütet.“ Die Initiatoren und Mitglieder des eingetragenen Vereins sind sich bewusst, dass eine hundertprozentige Erfüllung der Leitideen von der Wirklichkeit immer wieder abweicht. So stellt der Umgang mit Verstößen von Mitgliedern die eigentliche moralische Herausforderung ohne Alternative dar. Die Initiative hat daher schon länger eine externe Ombudsstelle eingerichtet, die beispielsweise durch Mystery-Fundraising-Maßnahmen die Qualität bei den Mitgliedern überprüft. Harte Verstöße führen zum Ausschluss des betreffenden Mitglieds, stellt der Verein klar. Hierfür wurde ein Sanktionskatalog erstellt, der durch klare Regeln zum Einsatz kommt.

Einbinden von Stadt und Behörden

Ein seriöses Face-to-Face-Fundraising ist wirtschaftlich durchführbar und wird täglich praktiziert, sind sich die Initiatoren der Qualitätsinitiative sicher. Es besteht jedoch kein Zweifel, dass nach wie vor Einzeldienstleister und Agenturen ohne Anspruch auf ein professionelles und transparentes Face-to-Face-Fundraising tätig sind. Vor allem aber gibt es genügend gemeinnützige Organisationen als Auftraggeber, die das nach wie vor tolerieren. Daher ist der Initiative wichtig, Lobbyarbeit für ein seriöses und qualitätsvolles Face-to-Face-Fundraising zu betreiben. Nicht nur bei Organisationen und Dienstleistern, sondern zum Beispiel auch bei Behörden. Denn viele Städte haben aufgrund schlechter Erfahrungen mit rigidem Genehmigungsverhalten reagiert. „Das trifft alle in der Branche, auch die ehrbaren, und das ist nicht in Ordnung“, weist Franz Wissmann hin, Geschäftsführer von Dialog Direct und Mitbegründer der Initiative. Die Initiative ist deshalb offen für noch mehr Beteiligte, um noch viel besser gehört zu werden.

Dr. Thomas Röhr ist Leiter Fundraising und Marketing von Rote Nasen Deutschland e.V. und Mitbegründer der QISH. Er verantwortet das Face-to-Face-Fundraising für den Verein und ist seit fast 20 Jahren als hauptamtlicher Fundraiser aktiv.
▶ www.qish.de

Mitgliederverwaltung – ein leidiges Thema?

Gerade mittelgroße Vereine verlassen sich zunehmend auf externe Dienstleister

Die richtig Großen machen sie selbst, die richtig Kleinen auch. Die Großen haben eigene Abteilungen hierfür, die Kleinen schaffen sie sonntags vor dem Tatort. Die Rede ist von der Mitgliederverwaltung von Vereinen, Verbänden und Organisationen. Als Ehrenamtstätigkeit schwankt diese Aufgabe in ihrer Attraktivität zwischen Einkommensteuererklärung und Kaffeekränzchen bei der Schwiegermutter.

Von ANJA KNÄPPER und MARTIN GIETZOLD

Haben Sie schon einmal erlebt, dass es bei der Mitgliederversammlung Ihres Vereins zu einem begeisterten Sturm der „Hier!"-Rufe kommt, wenn die Wahl des neuen Kassenwarts ansteht? Die Erfahrung ist eine andere: Steht bei Tagesordnungspunkt 7 „Kassenwart", leeren sich gegen Ende von TOP 6 die Stuhlreihen, weil die Vereinsmitglieder – getrieben durch einen wundersamen kollektiven Harndrang – den Sitzungsraum verlassen.

Der Grund liegt auf der Hand. Der Vereinsverwalter tritt eigentlich nur dann in Erscheinung, wenn etwas schiefgelaufen ist. Er trägt eine große Verantwortung, muss die Gesetze, das Steuerrecht, den Datenschutz und vor allem das Wohl und die Interessen der Vereinsmitglieder und des Vorstands im stetigen Blick haben. Ein positives Feedback ist selten, kein Wunder, dass die Vereinsverwaltung auf der Beliebtheitsskala ein trauriges Dasein auf abgeschlagenem Posten fristet.

Vielfältige Gründe der Auslagerung

Viele Vereine, Verbände und Organisationen beauftragen für die Verwaltungstätigkeiten einen externen Dienstleister, mittlere und auch große, wie wir sehen werden. Für die komplette oder Teilauslagerung der Vereinsverwaltung nennen sie verschiedene Gründe. Auch die Personalsituation kann ausschlaggebend sein.

Eine komplette Auslagerung der Mitgliederverwaltung ist für den hannoverschen Verein „MEHR Aktion! für Kinder

und Jugend e.V.“ die beste Lösung. Der 9000 Mitglieder zählende Verein unterstützt 34 regionale Projekte, um Kinder und Jugendliche im karitativen, medizinischen und sozialen Bereich zu unterstützen. Es gibt genau zwei Verantwortliche für die Realisierung der Projekte. Für die vielfältigen und aufwendigen Verwaltungsaufgaben fehlt schlicht die Zeit. Seit 2005 verlässt sich der Verein auf einen externen Anbieter, der die Daten verwaltet, den Datenschutz garantiert, der vom telefonischen Spendenaufruf bis zur Reaktivierung im Sinne des Vereins tätig ist.

Finanzieller Nutzen

Heiko Schwarzfeld, Geschäftsführer vom „Tierschutzverein für Hannover und Umgegend“ e. V., sieht einen finanziellen Nutzen in der Auslagerung der Mitgliederverwaltung mit rund 12 000 Datensätzen. „Es wäre mindestens eine Halbtagskraft zu beschäftigen, es müssten die notwendigen technischen Voraussetzungen geschaffen und Software gekauft werden. Hinzu kommen Schulungs- und Fortbildungskosten, urlaubs- und krankheitsbedingte Ausfälle …“ Selbstverständlich kann sich der Geschäftsführer jederzeit über die Bewegungen in den Datensätzen ein Bild verschaffen und hat Einsicht in die Datenbank. „Der persönliche Kontakt zu den Vereinsmitgliedern bleibt bestehen. Wenn beispielsweise eine Spende eingeht, kann ich mich umgehend im Namen des Tierschutzvereins bedanken.“

Der Förderverein der DRF Luftrettung – die DRF Luftrettung gilt als eine der führenden Luftrettungsorganisationen in Europa und flog allein im letzten Jahr 38 000 Einsätze – hat einen Teilbereich der Mitgliederverwaltung an einen externen Dienstleister ausgelagert. Für den rund 386 000 Fördermitglieder zählenden Förderverein übernimmt die KomServ GmbH (sie ist auch der Dienstleister der beiden oben genannten Vereine) seit 2009 die Antragserfassung. 3000 bis 4000 Datensätze werden pro Monat in das System eingegeben, also rund 40 000 pro Jahr. Jedes neue Mitglied wird persönlich im Telefonat kontaktiert, um die einzugebenden Daten zu überprüfen, die Bankdaten zu verifizieren und für die Mitgliedschaft zu danken. Theresia Kneschke, Leiterin des Fördervereins, sieht in dieser Vorgehensweise auch den Vorteil, dass sich die Fördermitglieder an einen persönlichen telefonischen Kontakt gewöhnen. Und das positive Feedback beweist, dass das Gespräch bei fast allen gut ankommt.

Möglichkeiten individueller Angebote

Die Auslagerung eines Teils oder der gesamten Mitgliederverwaltung kann aus unterschiedlichen Gründen sinnvoll sein. Sich mehrere Angebote einzuholen, ist sicherlich ratsam. Ein guter Dienstleister garantiert die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen, kann auf die spezifischen Wünsche und Vorstellungen des Vereins eingehen und ein faires, individuelles Angebot machen.

So könnte bei der nächsten Mitgliederversammlung der Tagesordnungspunkt 7 zukünftig direkt „Vergnügungsausschuss“ heißen. Dann bleiben auch alle.

Anja Knäpper studierte Publizistik und Kommunikationswissenschaften an der Ruhr-Universität Bochum, arbeitete als Redakteurin beim TV und als Referentin für PR und Öffentlichkeitsarbeit bei großen und mittelständischen Unternehmen. Seit 2013 arbeitet sie als freie Journalistin. Zu ihren Kunden zählen Vereine, Verbände und Unternehmen aus dem Bereich Fundraising und Fördererwerbung.
▶ www.klartext-knaepper.de

Martin Gietzold begann seine Karriere 2001 als Dialoger im Face-to-Face-Fundraising für Vereine und Verbände. Im Jahr 2004 machte er bei der KomServ GmbH eine Ausbildung zum Bürokaufmann, wurde 2011 Abteilungsleiter und 2016 Prokurist. Heute beschäftigt das Unternehmen rund 20 Mitarbeiter, Auftraggeber sind regional und überregional tätige Organisationen. Für die Mitgliederverwaltung ist Martin Gietzold seit 2006 verantwortlich.
▶ www.komserv-gmbh.de

BRAKELEY
FUNDRAISING CONSULTANTS
MEMBER OF MIRA PARTNERSHIP

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

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

Mit Transparenz zu Impact

Social Reporting sollte über die bloße Darstellung von Arbeitsergebnissen hinausgehen

Auch wenn „Non-Profit" auf dem Label einer Organisation steht, agiert niemand isoliert von wirtschaftlichen Prozessen. Mit Blick auf Impact Investing bedarf es deshalb im gemeinnützigen Sektor besonderer Mühen, weil hier mitunter ein verstärkt kritischer Blick von außen auf die Verantwortlichen trifft.

Von KAEVAN GAZDAR

Auch gemeinnützige Organisationen (NPOs) unterliegen Marktgesetzmäßigkeiten. Sie konkurrieren um Spendengelder und Investitionen, aber auch um öffentliche Aufmerksamkeit und Sympathie. Freilich: Anders als gewinnorientierte Unternehmen bewerben Verbände, Stiftungen, Vereine und andere NPOs keine Produkte oder Dienstleistungen, sondern ideelle Vorhaben von gesellschaftlichem Wert.

Sie profilieren sich nicht durch Equity Storys am Finanzmarkt, sondern eher durch Responsibility Storys bei ihren Geldgebern und in der breiten Öffentlichkeit. Diese Storys müssen aber gerade im Zeichen von Impact Investing ein hohes Maß an Professionalität und Überzeugungskraft aufweisen. Impact Investoren, die sich gezielt an sozialen Einrichtungen und Projekten beteiligen, erwarten nämlich von NPOs eine professionelle Darstellung ihrer sozialen, ökologischen, aber auch ökonomischen Rendite.

Professionelle Darstellung

Zu den Darstellungsformen gehören aussagekräftige Jahresberichte, bündige Fact Sheets, sinnfällige Präsentationen und attraktive Websites. Diese sollten die „soft facts" – Mission, Vision, Werte und so weiter – ebenso schlüssig vermitteln wie „hard facts": Finanzierung, Management, Zukunftsplanung.

Hier lohnt sich der Blick auf die angelsächsischen Länder, wo Fundraising und Freiwilligenmanagement wesentlich ausgereifter sind als im deutschsprachigen Raum. Die Initiative Pro Dialog kam in ihrer Studie der US-Charities „Message, Money, Mobilization“ zum Ergebnis, dass gerade emotionale Kommunikationsstrategien von den deutschen NPOs als „Sekundärtugenden“ vernachlässigt werden.

In der Tat: Wer die amerikanischen und britischen Berichte und Websites analysiert, gewinnt Erkenntnisse über Storytelling und Personalisierung, die auf einen einfachen Nenner zu bringen sind: Ernsthaftigkeit und Emotionalität schließen einander nicht aus.

Zwei Beispiele: Der 2016er Jahresbericht von DogsTrust, der größten NPO zur Betreuung vernachlässigter Hunde in Großbritannien, beginnt mit der Schlüsselfrage: „What makes DogsTrust unique?“ Eloquente Antworten darauf geben der Chairman und der CEO, beide selbstverständlich mit Hunden abgebildet. Danach kommt die Mission Statement, gefolgt von einer systematischen Aufstellung von Zielen und Fortschritten im Berichtsjahr.

Aufzeigen aller Seiten

Operation Smile, 1982 in den USA gegründet mit dem Ziel, Kindern mit angeborenen Gesichtsverformungen kostenlose chirurgische Eingriffe zu ermöglichen, stellt seinen Online-Geschäftsbericht 2016 in den Dienst der dramatischen Veränderungen, die Gesichtsoperationen bei den Betroffenen bewirken und bringt drastische Videos über vorher und nachher. Erst danach kommen die Financials. Beide Berichte gehen unter die Haut, weil sie zwischen Leid und Freude virtuos changieren.

Spröde Darstellungen der Arbeitsergebnisse, die die Jahresberichte vieler renommierter Stiftungen hierzulande nach wie vor kennzeichnen, verfehlen ihren eigentlichen Zweck. Rechenschaft ablegen ist zwar die Grundlage, aber keineswegs das Hauptziel des Social Reporting.

Mangelnde Überzeugungskraft

Selbst die Berichte und Websites von spendenabhängigen NPOs enttäuschen: ohne Botschaft, umständlich gegliedert, formalistisch formuliert und insgesamt viel zu sehr mit sich selbst beschäftigt, viel zu wenig mit den Rezipienten ihrer Wohltaten. Ansprechende Websites wie die von Plan International, die personalisieren und zum Handeln aufrütteln, sind Mangelware. Noch rarer sind aussagekräftige Jahres- und Rechenschaftsberichte. Das Gros besteht aus Pflichtübungen ohne Überzeugungskraft.

Wie wichtig der Impact bei Reporting geworden ist, belegt das gemeinnützige Analyse- und Beratungshaus Phineo in seiner aussagekräftigen Studie „Wirkungstransparenz bei Spendenorganisationen 2016“. Untersucht wurden die Jahresberichte und Websites von 50 großen deutschen NPOs, wobei der Akzent darauf lag, wie umfassend, systematisch und leicht auffindbar informiert wurde. Fazit: Die meisten Organisationen berichten zwar besser als bei der zwei Jahre zuvor durchgeführten Untersuchung, weisen aber eindeutige Schwächen bei der Darstellung ihrer Wirkung auf.

In der neuen Welt von Impact Investing kommt es aber gerade auf die Wirkung an wie auch auf die narrative Kraft der Darstellung. Empirische Belege und Storytelling tragen beide dazu bei, eine Passion for Change zu vermitteln. Erst dann macht Impact Reporting Sinn.

Kaevan Gazdar war mehrere Jahre für das Reporting der HypoVereinsbank verantwortlich. Er ist Autor des internationalen Standardwerks „Reporting Nonfinancials“ und Co-Autor mehrerer weiterer Sachbücher. Zudem ist er Jurymitglied des Annual Report on Annual Reports, der Econ Award Unternehmenskommunikation und des Good Company-Wettbewerbs. Kaevan Gazdar ist als Publizist und freier Berater für das Beratungsunternehmen „Fundraising&More“ tätig.
▶ **www.fundraisingandmore.de**

Wir machen das für Sie:
We'll do it for you:
KomServ
Verwaltungsgesellschaft
... Ihre Verbindung zum Mitglied
Moderne Mitgliederverwaltung- und Pflege
Modern membership management services and solutions
www.komserv-gmbh.de

Frühjahrsputz in der Datenbank

In inaktiven Adressen liegt hohes Potenzial

Neuspendergewinnung steht bei vielen Fundraisern ganz oben auf der Prioritätenliste, ist jedoch auch kostenintensiv. Dass die Gewinnung neuer Spender teurer ist, als Bestandsspender zu binden, ist bekannt – doch welche Potenziale schlummern im eigenen Datenbestand?

Von SEBASTIAN NICOLAI

Eine gut gepflegte Datenbank ist für die Arbeit des Fundraisers essenzielle Basis. In Zeiten von hohem Wettbewerb um Spenden ist der Fundraiser darum bemüht, dass die Anzahl der Spenderadressen in der Datenbank steigt oder zumindest gleichbleibend ist, damit sich die Einnahmesituation der Organisation nicht verschlechtert.

Bei der Hephata Diakonie blickten wir 2015 genauer auf unseren Datenbestand. Aufgrund des seit Jahren sinkenden Spenderadressbestands und der nicht im Umfang der Verluste dazugewonnenen Neuspender war Kreativität gefragt. Gemeinsam mit der Agentur van Acken Fundraising aus Krefeld analysierten wir den Datenbestand und legten zusammen mit dem Vorstand Ziele fest: Im Fundraising sollten die Verluste der Spenderadressen unabhängig von der Neuspendergewinnung durch Einsatz von Fremdadressen bei Mailings minimiert werden. Ein weiterer Fokus sollte der Reaktivierung von inaktiven Spendern gelten. Im Endeffekt sollte sich dies positiv auf die Situation der Spendeneinnahmen auswirken.

Aufräumen leicht gemacht

Gang und gäbe ist bei vielen Organisationen, dass in regelmäßigen Abständen die Datenbank von Spenderadressen befreit wird, die beispielsweise über einen bestimmten längeren Zeitraum nicht mehr gespendet haben. Diese reagieren aus ungeklärten Gründen nicht (mehr) auf Spendenaufrufe und verursachen so Kosten; sie verbleiben deaktiviert im Datenbestand. Zudem ist gängige Praxis, dass nach jedem Postversand die Rückmeldung der Post bei entsprechender Beauftragung erfolgt, welche Briefe aus welchen Gründen nicht zustellbar waren: Empfänger sind verzogen, verstorben oder die Adresse ist ungültig. Ohne weitere Recherche werden die Adressen ebenso deaktiviert und aus dem Verteiler genommen. Teilweise gehen auf diese Weise zuvor mühevoll gewonnene Adressen wieder verloren.

Durch „Wiederauferstehung" zum Erfolg

Vor allem durch die Premium-Adress-Rückmeldungen der Post verloren wir immer wieder pro Versand bis zu 0,5 Prozent der Aussendemenge an Adressen. Diese Daten wurden automatisch von der Datenbank eingelesen, was zur direkten Deaktivierung der Adressen führte. Mittlerweile haben wir die Software angepasst: Adressen werden nun erst aussortiert, nachdem dasselbe Merkmal dreimal rückgemeldet worden ist. Unsere Erfahrungen zeigen, dass es sich lohnt: So haben wir schon Spenden von Spendern erhalten, bei denen die Post fälschlich vermerkt hatte, der Empfänger sei verstorben. So geschehene „Wiederauferstehungen" feiern wir mittlerweile mehrmals im Jahr. Beobachten konnten wir auch Fälle, bei denen zunächst das eine Merkmal und bei erneutem Versand an die Adresse ein

anderes Merkmal zurückgemeldet wurde. Auf die oftmals auch hilfreiche Rückmeldung von Gründen der Unzustellbarkeit der Sendungen verzichten wir trotzdem nicht. Sie hilft in den meisten Fällen dabei, Adressen endgültig zu deaktivieren, die wirklich nicht mehr erreichbar sind.

Deaktivierte Adressen erneut prüfen

Ohne eine Mehrfach-Verifizierung der Unzustellbarkeit schlummerte also ein großes Potenzial in den bis dato deaktivierten Adressen, die im inaktiven Bereich der Datenbank steckten. Es handelte sich hier auch um Adressen, die über eine längere Zeit nicht an Hephata gespendet hatten. Nachdem wir diese wieder in unsere Mailingaktionen aufgenommen hatten, waren wir selbst überrascht: 6,8 Prozent Response bei bisher als wertlos geltenden Adressen war ein toller Erfolg. Unterstützt wurde das Mailing durch begleitend eingesetztes Telefon-Fundraising durch van Acken. So erhielten wir auch in großer Zahl direktes Feedback von den Spendern: Hephata war meist in Vergessenheit geraten, doch oft erinnerte man sich noch an eine vormalige Unterstützung. Dies führte häufig zu einer erneuten und oft auch dauerhaften Unterstützung. Messbar wurde der Effekt der zusätzlichen persönlichen Ansprache per Telefon durch eine Vergleichs-Testgruppe, die nur das Mailing erhielt; selbst hier reagierten 1,9 Prozent der Spender auf unseren Aufruf.

Reaktivierung bedeutet Gewinn

Drei Jahre später haben wir insgesamt den Adressdatenbankbestand (auch durch zusätzliche Neuspendergewinnung) um insgesamt 15 Prozent erhöht, wiederum 15 Prozent davon wurden aus der Gruppe der vormals inaktiven Spender zurückgewonnen. Das Potenzial einer Reaktivierung bereits abgeschriebener Spenderadressen ist daher nicht zu unterschätzen. Ebenso ist es gelungen, die Spendeneinnahmen um 8,2 Prozent über den gesamten Zeitraum zu steigern.

Eine gepflegte Datenbank bedeutet daher auch, sich intensiv mit den inaktiven Spendergruppen zu beschäftigen. Möglicherweise steckt auch bei Ihnen dort noch Potenzial.

Sebastian Nicolai ist Fundraising Manager (F.A.). Die Schwerpunkte in seiner Tätigkeit als Fundraiser bei der Hephata Diakonie sind Database-Fundraising und Philanthropie-Beratung. Zuvor war er freier Mitarbeiter im Fundraising der Stiftung FamilienBande.
▶ **www.ephata.de**

DialogGroup
G&O CreativeAgency
#one part of it

Wir finden die passenden Spender!

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

Die Adresse für Fundraising und Dialog 4.0

Gregor Gauder +49 7156. 425 84 - 29 g.gauder@as-dialoggroup.de
G&O CreativeAgency GmbH · Stuttgarter Straße 41 · 71254 Ditzingen www.as-dialoggroup.de

Update mit Herausforderungen

Google Ad Grants hat seit diesem Jahr neue Regeln

Das kostenlose Ad-Grants-Programm von Google ist aus dem Online-Fundraising vieler Organisationen nicht mehr wegzudenken. Seit dem 1. Januar 2018 gelten nun neue Regeln, die für die Teilnehmer Arbeit bedeuten. Grundsätzlich handelt es sich aber dabei um einen Aufwand, der sich lohnt.

Von KAI WICHMANN

Viele Non-Profit-Organisationen nutzen das von Google bereitgestellte kostenlose Ad-Grants Programm. Damit stehen 329 US-Dollar am Tag für Werbung in der Google-Suche zur Verfügung. Recht kurzfristig hat Google zum Ende des letzten Jahres die neuen Programmrichtlinien bekannt gegeben. Die Verwaltung des Google-Ad-Grants-Accounts wird komplexer und die Organisationen müssen sich intensiver damit auseinandersetzen. Die im Folgenden beschriebenen Änderungen dürften die größten Herausforderungen bedeuten.

Suchbegriffe

Keywords, die im Google Ad Grants verwendet werden, dürfen – bis auf sehr wenige Ausnahmen – künftig nicht mehr aus nur einem Wort bestehen. Eine Ausnahme bildet der eigene Markenname. Auf die Markennamen von anderen Organisationen darf neuerdings nicht mehr geboten werden. Damit setzt Google per Richtlinie nun zumindest im Grants-Bereich Teile dessen um, wozu sich einzelne Organisationen bereits verpflichtet haben, so zum Beispiel im VENRO-Verhaltenskodex. Ebenfalls ausgenommen sind laut Google Keywords, die „zu generisch" sind. Hier zeigen erste Erfahrungen, dass diese Definition eher willkürlich ausgelegt wird und im Zweifelsfall die von Google kritisierten Keywords entfernt werden müssen. Eine erfreuliche Neuerung ist, dass die bisherige CPC-Begrenzung von 2 US-Dollar aufgehoben wird – zumindest, wenn im Konto „Conversions maximieren" als Gebotsstrategie verwendet wird. Dazu muss das sogenannte „Conversion-Tracking" eingerichtet sein. Dabei wird eine Information an AdWords weitergegeben, wenn der Nutzer eine bestimmte Aktion auf der Webseite getätigt hat – zum Beispiel eine Spende.

Leistung

Eine der am schwersten wiegenden Neuigkeiten ist, dass das gesamte Konto eine durchschnittliche Klickrate von fünf Prozent aufweisen muss. Liegt sie in zwei aufeinanderfolgenden Monaten darunter, wird das Konto deaktiviert. Dann müssen Keywords mit einer niedrigen Klickrate entfernt oder pausiert werden. Außerdem dürfen neuerdings keine Keywords mehr im Konto vorhanden sein, deren Qualitätsfaktor zwei oder schlechter ist.

Kontoaufbau

Neu sind auch Vorgaben zum Aufbau innerhalb des Kontos. Jede Kampagne muss mindestens zwei aktive Anzeigengruppen erhalten, jede davon zwei aktive Anzeigentexte. Außerdem müssen zwei Sitelink-Anzeigenerweiterungen vorhanden sein. Wem das zu kompliziert ist, dem bietet Google mit AdWords Express eine vereinfachte Nutzeroberfläche an. Hier gehen jedoch Einstellungsmöglichkeiten verloren.

Was tun?

Jedem, der über ein Ad-Grants-Konto verfügt, sei ein regelmäßiger Blick in das Konto empfohlen, ob die genannten Kriterien erfüllt sind oder innerhalb des Kontos

Was bedeutet …

Klickrate (CTR)
Die Klickrate (englisch: Click-Through Rate, CTR) gibt in Google AdWords eine Aussage über die Leistung der Keywords und Anzeigen. Beispiel: Die Anzeige eines Keywords wird 100 Mal angezeigt und 5 Mal geklickt, dann liegt die Click-Through-Rate bei 5 Prozent.

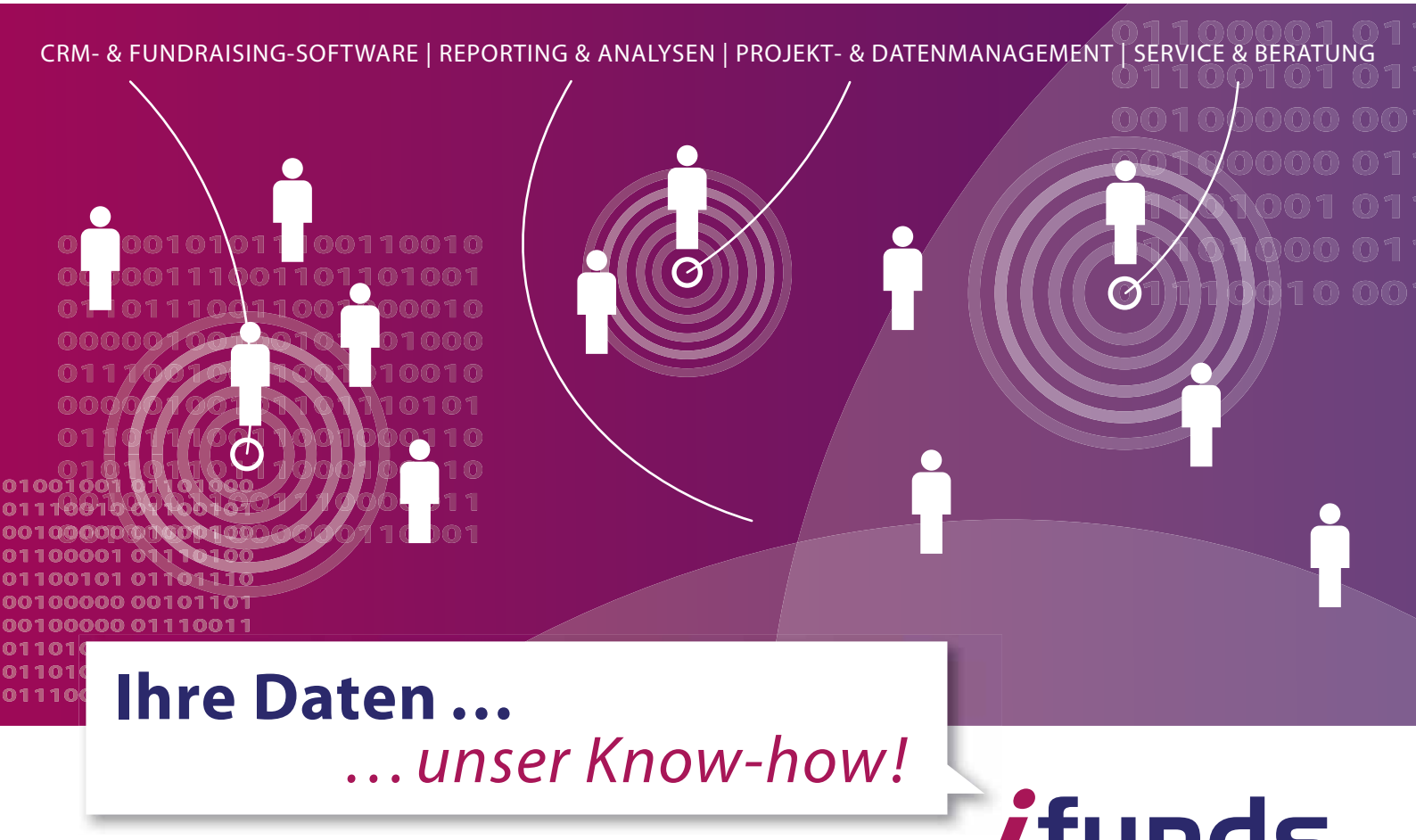
Qualitätsfaktor
Für jedes Keyword im AdWords-Konto wird ein Qualitätsfaktor von 1 bis 10 vergeben, wobei 10 der beste ist. Laut Google wird der Qualitätsfaktor anhand der voraussichtlichen Klickrate, der Relevanz der Anzeige und der geschätzten Nutzererfahrung mit der Zielseite festgelegt.

Cost-per-Click (CPC)
Mit dem Cost-per-Click (CPC) wird im Online-Marketing der Preis definiert, den der Werbetreibende für einen Klick auf das Werbemittel bezahlt. In Google AdWords kann für jedes Keyword ein CPC-Gebot festgelegt werden. Die Anzeigenposition wird in einem Auktionsverfahren unter anderem durch das CPC-Gebot und den Qualitätsfaktor bestimmt. Bislang war in Ad-Grants-Konten ein maximaler CPC von 2 US-Dollar möglich. Der durchschnittliche CPC für Keywords wie „Spenden" liegt jedoch deutlich höher.

Warnungen angezeigt werden. Vor allem die Klickrate sollte bei Optimierungen im Fokus stehen. Wenn ein Konto deaktiviert wurde, ist es möglich, die Probleme zu beheben und dann die Wiederherstellung zu beantragen.

Auch wenn die Umstellungen jetzt Aufwand seitens der Organisationen hervorrufen und die kurzfristige Ankündigung von vielen als ärgerlich empfunden wird: Google Ad Grants ist weiterhin eine attraktive Möglichkeit, um in das Suchmaschinenmarketing einzusteigen. Möchte man es positiv sehen: Organisationen müssen sich jetzt zwar intensiver mit ihrem Ad-Grants-Konto auseinandersetzen. Dies bietet jedoch die Chance, die Leistung des Kontos und damit den Erfolg im Online-Marketing zu verbessern.

Kai Wichmann verantwortet seit 2013 das Online-Fundraising von „Brot für die Welt“ und der Diakonie Katastrophenhilfe. Zuvor war er als Online-Marketing-Spezialist bei Unicef Deutschland sowie als freier Berater tätig. Er studierte den Master „Leadership in Digitaler Kommunikation“ in Berlin und St. Gallen.
▶ www.brot-fuer-die-welt.de



„Etwas zu vererben hat

einen biografischen Bezug“

Almuth Wenta berät seit über 15 Jahren Menschen zu Erbe und Testament in gemeinnützigen Organisationen. Matthias Daberstiel sprach mit der engagierten Fundraiserin beim BUND e.V. über ethische Grenzen, Bauchgefühle und Reaktionsgeschwindigkeit im Nachlassfundraising.

? Wie sind Sie Nachlass-Fundraiserin beim Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND e.V.) geworden?

Ich habe schon bei „Ärzte ohne Grenzen“ ab 2005 das Thema mit aufgebaut. Es gab damals die Einsicht und Notwendigkeit, das bekannter zu machen. Bei „Amnesty“ war ich im Anschluss zwei Jahre und habe auch dort das Thema inhaltlich verantwortet und bin dann vom BUND angesprochen worden, mit der Maßgabe, eben vor allem in diesem Bereich zu arbeiten und ihn weiterzuentwickeln. Das habe ich gerne gemacht und ich habe tatsächlich gerade mein zehnjähriges Jubiläum beim BUND im Nachlass-Fundraising.

? Wer interessiert sich denn klassischerweise für ein Testament zugunsten des BUND?

Das ist unterschiedlich. Wir sprechen mit verschiedenen Menschen; das geht los ab Anfang 50 – und scheint mir auch so ein bisschen im Kontext einer möglichen Midlife-Crisis zu stehen. Das ist so eine Markierung. Dann der Auszug der Kinder. Der endgültige Auszug, das ist Anfang 60. Also ich würde sagen, gut 60 bis 70 Prozent stehen mitten im Leben und sind zwischen Anfang 50 und Mitte 60. Dann gibt es auch einen Teil derer, bei denen es die Notwendigkeit gibt, aus einer plötzlichen Krankheit, einem biografischen Ereignis – jemand ist verstorben – oder auch einer eigenen Erkrankng, ei der der Ausgang nicht sicher ist.

? Man hört so viel von der berühmten Erbschaftswelle. Stellen Sie eine erhöhte Nachfrage nach Testaments-Informationen fest?

Das kann ich eindeutig bejahen. Ich merke, dass die Menschen insgesamt informierter sind. Fragen wie: „Ach, Organisationen können auch Erben werden?“ oder „Ich kann Ihnen etwas vermachen?“, höre ich heute praktisch nicht mehr. Die Menschen informieren sich viel mehr und sind insgesamt reflektierter. Etwas zu vererben ist kein spontaner Einfall, sondern hat einen biografischen Bezug. Und ich nehme auch wahr, dass die Leute tatsächlich in ihren Fragen tiefergehend, detailgenauer sind. Das heißt: Wir machen eigentlich keine Erstberatung mehr, sondern gehen im Gespräch schon sehr in die Tiefe. Das hat auch damit zu tun, dass neben dem BUND auch andere Organisationen oder auch die gemeinsame Erbschaftsinitiative sehr breit informieren. Von dieser Offenheit für das Thema profitieren wir alle.

? Interessant ist aber, dass viele Organisationen von Erbschaften überrascht werden, ihre Nachlassgeberinnen und -geber gar nicht kennen. Wie ist das beim BUND?

Die Frage ist tatsächlich, wie echt die Überraschung ist. Das Thema „Institutional Readiness“ im Zusammenhang mit dem Erbschafts-Marketing ist für mich ein zentrales Thema. In einer Organisation oder auch in einem kleinen Verein ist ja die Frage, ob die Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger zu dem Thema Bescheid wissen. Irgendjemand, das ist meine Arbeitsthese, weiß da immer Bescheid; aber sind es auch die, auf die es dann ankommt? Beim BUND gibt es wie bei anderen Organisationen auch sogenannte „kalte Erbschaften und Vermächtnisse“ – ein schrecklicher, aber doch verwendeter Fachterminus. Das sind unter 20 Prozent. Es kann teilweise sein, dass es viele Jahre keinen Kontakt gab, dass wir diese Menschen auch durch Reaktivierungsmaßnahmen nicht mehr erreichen, und es gibt tatsächlich auch Menschen, die zu ihren Lebzeiten keinen offensichtlichen Kontakt zu mir oder zum Fundraising-Team gesucht haben. Sie können natürlich trotzdem leidenschaftliche Naturschützerinnen und Naturschützer gewesen sein.

? Welche Motive nennen Nachlass-Geberinnen und -Geber?

Vermächtnisse und Testamente haben einen hohen biografischen Bezug. Typische Sätze sind zum Beispiel: „Als Kind habe ich dem Großvater auch immer bei den Bienen geholfen, und das hat mich nicht mehr losgelassen. Deshalb ist mir das Bienensterben ein großes Anliegen.“ Oder: „In meiner Kindheit bin ich noch in der Elbe geschwommen und war ganz traurig, dass es viele Jahre nicht ging.“ Das heißt: Die Menschen stellen einen Bezug zu ihrem Leben her. Das kann kindheitsbezogen sein, das kann aber auch durch einen Partner sein, der neue Impulse setzt, oder durch die eigenen Kinder und Enkel. In all diesen Gesprächen wird in einem gewissen Automatismus die Motivation des Gebens benannt, und diese Motivation speist sich zu fast 100 Prozent aus biografischen Familienbezügen.

? Das klingt nach sehr vertrauensvollen, fast freundschaftlichen Gesprächen.

Da sprechen Sie einen wichtigen Punkt an. Es ist tatsächlich so. Manchmal erinnern mich solche Gespräche an meine ehrenamtliche Arbeit als Seelsorgerin. Das ist eine ähnliche Situation. In der Tat lassen sich die Menschen an einem gewissen Punkt auf ihr ... ▶

... Gegenüber – in diesem Fall mich – ein. Es geht zum Beispiel in solchen Gesprächen auch darum, nach unehelichen Kindern zu fragen. Es wird von der anderen Seite begründet, warum das Verhältnis zu den eigenen Kindern nicht gut ist und sie deshalb nur den Pflichtteil bekommen. Es wird begründet, warum die eigenen Geschwister nichts erben sollen. Es ist tatsächlich ein tiefer familiärer Einblick.

? Wie wahrt man da den professionellen Abstand?

Professionalität ist essenziell. Ich selbst wahre die Distanz auch in einem sehr, sehr dichten Gespräch dadurch, dass ich mir jederzeit bewusst bin, in welcher Funktion ich da bin. Nämlich als Vertreterin des BUND; ich versuche das immer wieder auch auf den BUND zu übertragen und mich tatsächlich von Bewertungen, Kommentierungen und Ähnlichem frei zu machen. Das ist unerlässlich, und im Übrigen – das muss ich auch klar sagen –, wenn ich zu jemandem nach Hause fahre, dann tue ich das nie alleine. Das ist ein Erfahrungswert. Das habe ich früher – ich war ja noch ziemlich jung, als ich damit angefangen habe – auch anders gemacht. Heute würde ich jedem empfehlen, eine Kollegin oder einen Kollegen hinzu zu bitten, um gegebenenfalls eine zu große Nähe dadurch aufzulösen, dass noch jemand dabei ist. Und wenn ich das noch ergänzen darf: Es ist in unserer eigenen Verantwortung, zu spüren, dass dir jemand zu nahekommt oder dir eine Rolle zuschreibt, die du nicht hast. Und dieses Gespür hat jeder, da bin ich mir ziemlich sicher, und sei es nur ein ganz, ganz kleines ungutes Bauchgefühl. Dann sollte man auch reagieren und sich abgrenzen.

? Wie kann oder sollte das aussehen?

Es ist zulässig, zu sagen: „Wissen Sie, ich merke jetzt gerade, das geht in eine andere Richtung. Da bin ich mir jetzt unsicher, ob das eine gute Richtung ist. Lassen Sie uns doch lieber über etwas anderes sprechen." So nehme ich mein Gegenüber ernst, indem ich die eigenen Grenzen und Befindlichkeiten klar transportiere.

„Wir sind keine therapeutische Einrichtung für kaputte Ehen oder zerüttete Familien."

? Sicher werden Sie auch mit Wünschen konfrontiert: Zum Beispiel Fragen nach Grabpflege oder nach Versorgung von Haustieren nach dem Tod. Wie gehen Sie damit um?

Also, das sind zwei Themen, die in einem Testament absolut nichts zu suchen haben. Die Versorgung eines Tieres muss zu Lebzeiten geregelt werden. Im Testament kann nur geregelt werden, dass jemand Geld dafür bekommt. Auch Fragen zum Grab sind natürlich in einer Bestattungsvorsorge zu klären.

? Warum?

Zwischen dem Versterben des Menschen und der Eröffnung des Testaments liegen gerne mal sechs bis acht Wochen. In dieser Zeit ist Fiffi leider verhungert, wenn erst durch die Testamentseröffnung klar wird, dass der Nachbar sich kümmern soll, der davon nichts weiß. Und: In Deutschland gibt es die Bestattungspflicht. Das heißt, derjenige liegt schon längst im Grab, während dann im Testament steht, er wollte unbedingt auf der See bestattet werden. Davon werden sich die Angehörigen unter Umständen nie wieder erholen. Von daher ist dies Teil meiner Beratung.

? Gab es Gespräche, die Sie sehr berührt oder verärgert haben?

Was wir nie machen – das ist eine ethische Grenze – ist, Menschen zu beraten, ihre Kinder zu enterben. Juristisch ist das sogar möglich. Aber wenn Menschen bei mir anrufen und sagen: „Mein fauler Sohn soll nichts erben!", dann ist das Gespräch quasi beendet. Das bestürzt mich auch, wenn die Familiengeschichte da so hasserfüllt und destruktiv ist. Auf diese Ebene begeben wir uns nicht. Wir sind keine therapeutische Einrichtung für kaputte Ehen oder zerrüttete Familien.

Was mich betroffen macht, ist, wenn Menschen zugesagte Vermächtnisse oder Erbschaften zurückziehen, weil sie sich sozial so verschlechtert haben, dass sie ihr Versprechen nicht halten können. Dann bemerke ich die Scham, sogar die Verzweiflung; und dann möchte ich eigentlich total unprofessionell durch das Telefon steigen und diesen Menschen in den Arm nehmen und sagen: „Es tut mir leid. Ein ganzes Land muss sich bei Ihnen entschuldigen, dass wir Sie in diese Situation gebracht haben, dass Sie jetzt in Altersarmut leben." Das ist mir schon passiert, und das ist dann auch schwer auszuhalten.

? Muss man als Nachlass-Fundraiserin dann eigentlich immer Gewehr bei Fuß stehen, um den entscheidenden Anruf nicht zu verpassen?

Es geht nicht um eine alles überlagernde Reaktionsgeschwindigkeit, sondern um Offenheit. Und damit meine ich eine Offenheit den Menschen gegenüber. Wir haben so verschiedene Menschen, die sich an uns wenden, und das trifft auf jede Organisation zu, da bin ich sicher. Sich diese Offenheit zu bewahren, ob nun zur jeweiligen Tageszeit oder auch am Freitagnachmittag, ist ganz entscheidend. Aber man kann auch hier Grenzen ziehen.

? Wie gestaltet man diese Grenzen am besten?

Wenn es zeitlich einfach nicht geht, sollte man das klar benennen und sagen: „Ich rufe Sie gerne am Montag an. Bitte haben Sie Verständnis. Das ist mir sehr, sehr wichtig, was wir beide besprechen wollen. Deshalb braucht es auch den Raum, und den hat es gerade nicht." Also auch hier wirklich auf sich schauen, mit Offenheit agieren und nicht dasitzen und sagen: „Ja, ja, kenne ich schon; habe ich alles schon x-mal gehört." Das hilft nicht weiter. ◘

TeleDIALOG hat immer offene Ohren für Ihre Spender

Fotos: AdobeStock©atelergraphics, AdobeStock©Patryk Kosmider

Als erfahrene Spezialisten für Telefon-Fundraising sorgen wir seit 20 Jahren für wertvolle Kontakte zu Förderern und Spendern. Eine direkte und dauerhafte (Ver-)Bindung, die sich auszahlt!
Rufen Sie uns an, wir haben natürlich auch offene Ohren für die Ideen und Wünsche unserer Kunden.

TeleDIALOG
Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

APRIL

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

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

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

8. StiftungsIMPACT: Stiftungshandeln in der digitalisierten Welt 2030
11.04., Berlin
www.esv.info

Die gemeinnützige GmbH: Voraussetzungen, Möglichkeiten und Haftungsrahmen
11.04., Bonn
www.stiftungsakademie.de

Basiskurs Freiwilligenkoordination
11. – 13.04., Berlin
www.ehrenamt.de

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

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

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

Tagesseminar: Der Weg zu einer starken Fundraising-Marke
12.04., München
www.fundraisingakademie.de

EU-Datenschutzgrundverordnung und ePrivacy
12.04., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Schreibwerkstatt für Klinik-FundraiserInnen – Gutes Schreiben kann man lernen
12.04., Köln
www.steinrueckeundich.de

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

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

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

Seminar zum Schreiben eines gemeinnützigen Förderantrages
13.04., Berlin
www.knowhow-fuers-ehrenamt.de

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

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

3. Fundraising Tag der Evangelischen Kirchen Oldenburg und Bremen
14.04., Oldenburg
www.kirche-bremen.de

Berliner Freiwilligenbörse
14.04., Berlin
www.berliner-freiwilligenboerse.de

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

Zertifikatslehrgang: Professionelles Personalmanagement in NPOs
16. – 20.04., Wien
www.npo-academy.com

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

10. DIGEV-Praxisseminar Fundraising und Erbrecht
17.04., Köln
www.digev-ev.de

Erfolgreiche Kommunikation im Social Web und Medienrecht
17.04., Berlin
www.stiftungsakademie.de

9. Berliner Stiftungswoche
17. – 27.04., Berlin
www.berlinerstiftungswoche.eu

Die Datenschutz-Grundverordnung – eine Managementaufgabe in sozialen Einrichtungen
18.04., München
www.akademiesued.org

Deutscher Fundraisingkongress 2018
18. – 20.04., Kassel
www.fundraising-kongress.de

Großspender-Fundraising und Kapitalkampagne
19.04., Basel
www.nonprocons.ch

BWL für Nicht-BWLer: Kennzahlen und Zusammenhänge erkennen und einsetzen
19. & 20.04., München
www.munichfundraising.school

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

39. Benediktbeuer Management-Gespräche: Stiftungen als Gestalter gesellschaftlichen Wandels?
20.04., München
www.management-gespraeche.de

Seminar zum Schreiben eines gemeinnützigen Förderantrages
20.04., Köln
www.knowhow-fuers-ehrenamt.de

GUTE **TATEN** BRAUCHEN GUTE **DATEN**

TRANSPARENZ-WORKSHOP MIT WIRTSCHAFTSPRÜFER
in
Stuttgart (21.4.),
Frankfurt am Main (16.6.),
Leipzig (23.6.), **Köln** (8.9.),
Freiburg im Breisgau (17.11.)

35 € pro Teilnehmer/in

Anmeldung & Informationen:
transparenz-leicht-gemacht.de

Deutscher Spendenrat e.V. | TRANSPARENZ LEICHTGEMACHT®

Spender glücklich machen
21.04., Stuttgart
www.transparenz-leicht-gemacht.de

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

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

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

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

Datenschutz in sozialen Einrichtungen – Einführungsseminar
24.04., Frankfurt am Main
www.akademiesued.org

Politcampaigning
24.04., Zürich
www.kampagnenforum.ch

ABC des Umsatzsteuer- und Gemeinnützigkeitsrechts
24.04., Mainz
www.solidaris.de

Sozialorganisationen zukunftsfähig machen – neue Herausforderungen innovativ angehen
24. & 25.04., München
www.munichfundraising.school

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

Training für erfolgreiche(re) Spendenmailings
25.04., Wien
www.npo-akademie.at

Weiterbildungsmöglichkeiten im CAS Kommunikation für Nonprofit-Organisationen
25.04., Olten
www.fhnw.ch

Erbschaftsfundraising
26.04., Wien
www.npo-akademie.at

Wirkungsvolle Unternehmenskooperationen
26.04., Bremen
www.fundraisingakademie.de

EU-Fördermittel
26.04., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Besteuerung der Stiftung: Umsatzsteuer
26.04., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Fundraising Forum Niedersachsen
26.04., Hannover
www.fundraising-forum-niedersachsen.de

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

Aktuelle Rechtsentwicklungen für steuerbegünstigte Organisationen
27.04., München
www.akademiesued.org

7. Stiftungstag Sachsen-Anhalt 2018
27.04., Aschersleben
www.mi.sachsen-anhalt.de

MAI

re:publica 2018
02. – 04.05., Berlin
www.re-publica.com

ABC des Umsatzsteuer- und Gemeinnützigkeitsrechts
03.05., Berlin
www.solidaris.de

Qualität analysieren. PowerPivot für NPOs. Neue Möglichkeiten an Excel entdecken und clever nutzen
04.05., Mülheim an der Ruhr
www.cloud-und-rueben.org

Clever kommunizieren – Überraschendes und Angriffe zum eigenen Vorteil nutzen
04.05., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Erfolgreich Projektanträge stellen von A – Z
04. & 05.05., München
www.ebw-muenchen.de

Start Ausbildungsgang Engagementberatung (3 Module)
07.05., Berlin
www.ehrenamt.de

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen
07. & 08.05., Tromm, Wald-Michelbach
www.odenwaldinstitut.de

Fortbildung: Referent/in Klinikfundraising (3 Module)
07.05. – 26.09., Schmitten
www.fundraisingakademie.de

Kompaktseminar: Fördermittel für NPOs
08.05., Frankfurt am Main
www.kompakt.foerder-lotse.de

Folienmagie – die erfolgreiche Präsentation!
08.05., München
www.munichfundraising.school

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

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

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

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

Forum Datenschutz im Verband (mit Pre-Workshop)
14. & 15.05., Berlin
www.verbaende.com

WWU

Referent/-in Hochschulfundraising

Zertifizierte Weiterbildung in Kooperation mit der Fundraising Akademie

20.-24.6.2018 & 26.-30.9.2018

www.wwu-weiterbildung.de/hf

wissen.leben | WWU Weiterbildung

Social Return on Investment (SROI) und Wirkungsmessung in NPO
14.05. – 04.06., Wien
www.npo-academy.com

Verkauf im Fundraising III: Verhandlungssicher im Fundraising
15.05., München
www.munichfundraising.school

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

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

Konfliktmanagement für NPOs
15.05., Wien
www.npo-academy.com

1. Swiss Philanthropy Project Day 2018
15.05., Bern
www.b2match.eu

Basiskurs Öffentlichkeitsarbeit
15.05., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Stiftungsvermögen 2.0 – Wie sich Stiftungen für die Zukunft rüsten können
15.05., Zürich
www.ppcmetrics.ch

Spendentag 2018
15.05., Wien
www.spendentag.at

Erbschaftsfundraising
16.05., Köln
www.npo-akademie.de

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

Vermittler im Major Donors-Fundraising richtig einsetzen
16.05., Bern
www.swissfundraising.org

Fortbildung: Freiwilligenmanagement in der Freiwilligenagentur
16. & 17.05., Nürnberg
www.bagfa.de

Deutscher StiftungsTag
16. – 18.05., Nürnberg
www.stiftungen.org

NPOs im digitalen Wandel
17.05., München
www.munichfundraising.school

Wirkungsvolle Unternehmens-kooperationen
17.05., Essen
www.fundraisingakademie.de

ABC des Umsatzsteuer- und Gemeinnützigkeitsrechts
17.05., Köln
www.solidaris.de

Social Innovation Camp
17. – 19.05., Tübingen
www.socialinnovation.camp

Fundraising – Erfolgreich Spenden sammeln
18.05., Hamburg
www.ebam.de

Fundraising – Erfolgreich Spenden sammeln
18.05., München
www.ebam.de

Wirkungsvolle Kommunikation – vor Publikum sicher auftreten
24.05., Bern
www.kampagnenforum.ch

Kampagnenstrategie
25. & 26.05., Berlin
www.campaigning-academy.com

Fundraising Forum
26.05., Altenkirchen/Westerwald
www.netzwerk-m.de

Gemeinsam sind wir erkennbar: Öffentlichkeitsarbeit in Kirchspielen und Kirchenbezirken
26.05., Dresden
www.ehrenamtsakademie-sachsen.de

Strategie- und Organisationsentwicklung für NPOs
28. & 29.05., Berlin
www.ehrenamt.de

Förderermagazine als Spenderbindungsmittel
29.05., Zürich
www.npo-akademie.ch

Wirkungsvolles Stiftungsfundraising
29.05., Basel
www.nonprocons.ch

Tagung Umweltjobs
29.05., Zürich
www.kampagnenforum.ch

9. Sozialkongress der Diakoniestiftung
29.05., Bad Blankenburg
www.thueringer-ehrenamtsstiftung.de

Kommunikative Kompetenz – Probleme lösen durch Kommunikation
30.05., Berlin
www.npo-akademie.de

Storytelling – Wie aus Fakten erlebbare Geschichten werden, die begeistern und unterhalten
30.05., Zürich
www.npo-akademie.ch

Markterfolg durch eindeutige Markenpositionierung
30.05., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Online-Fundraising
30.05., Mannheim
www.fundraisingakademie.de

JUNI

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

Anlass-Spenden
04.06., Köln
www.bfs-service.de

Umstrukturierung von Vereinen & gGmbHs
04.06., Frankfurt am Main
www.winheller.com

Bildungsfundraising
05.06., Berlin
www.npo-academy.com

Erbschaftsfundraising in und für Stiftunge
05.06., Berlin
www.esv.info

Rhetorisches Aikido – erfolgreich gegen Stammtischparolen argumentieren
05.06., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Good Corporate Governance in Caritas und Diakonie
05.06., Köln
www.solidaris.de

Forum Vermögensmanagement
05.06., Hamburg
www.stiftungsakademie.de

Begeistern und gewinnen
06.06., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)
06.06., Köln
www.winheller.com

Machen Sie aus jedem Mitarbeiter eine(n) Fundraiser(in): Multiplikatorenschulung für FR-Verantwortliche in Verbänden
07.06., München
www.munichfundraising.school

Großspendergespräch
07.06., Würzburg
www.fundraisingakademie.de

Fundraising Forum Frankfurt
07.06., Frankfurt am Main
www.fundraising.ekhn.de

ABC des Umsatzsteuer- und Gemeinnützigkeitsrechts
07.06., Freiburg
www.solidaris.de

Treffen Fachgruppe Förderstiftungen für Kleine
07.06., Zürich
www.swissfundraising.org

Fortbildung: Leitung einer Freiwilligenagentur
07. & 08.06., Frankfurt am Main
www.bagfa.de

Recht und Steuern: rechtliche und steuerliche Aspekte für Stiftung
08.06., München
www.munichfundraising.school

Happy major donors: Großspender finden und binden mit Events
08.06., München
www.munichfundraising.school

Geldauflagenmarketing
08.06., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Start Fortbildungskurs Fundraising 2018
08.06., München
www.ebw-muenchen.de

4. Campaign Boostcamp
10. – 15.06., Berlin
www.campaignboostcamp.de

Einführung in das professionelle Fundraising
11.06., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Fundraising für Hochschulen
11. & 12.06., Bonn
www.hochschulverband.de

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

Videos mit dem Smartphone selbst produzieren
12. & 13.06., Köln
www.npo-academy.com

Weiterbildungsmöglichkeiten im CAS Kommunikation für Non-Profit-Organisationen
13.06., Olten
www.fhnw.ch

NPO-Management in der Praxis: Gemeinnützige Organisationen führen (3 Module)
13.06. – 28.11., Berlin
www.ehrenamt.de

Stiftungen in Veränderungsprozessen
14.06., München
www.munichfundraising.school

Vermögensmanagement in kleineren Stiftungen
14.06., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Seminar zum Schreiben eines gemeinnützigen Förderantrages
14.06., Stuttgart
www.knowhow-fuers-ehrenamt.de

4. Fachtagung für Kulturfundraising und -sponsoring
14.06., Wien
www.fundraising.at

Effektiv und effizient führen – Erfolgreiche Führungsarbeit in Verbänden und Stiftungen
14. & 15.06., München
www.munichfundraising.school

Stiftungsgründung und Gestaltung
15.06., München
www.munichfundraising.school

Spendenbriefe
15.06., München
www.ebw-muenchen.de

Seminar zum Schreiben eines gemeinnützigen Förderantrages
15.06., Hamburg
www.knowhow-fuers-ehrenamt.de

Fundraising-Festival der Evangelisch-lutherischen Landeskirche Hannovers
16.06., Hannover
www.fundraising-festival.wir-e.de

SwissFundraisingDay 2018
21.06., Bern
www.swissfundraisingday.ch

WWU
Nonprofit-Management & Governance
Berufsbegleitender Masterstudiengang an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster
Starttermin: 1. Oktober 2018
www.wwu-weiterbildung.de/npm
wissen.leben
WWU Weiterbildung

Ihr Termin fällt hier nicht auf?

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

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

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

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

* zuzüglich Mehrwertsteuer, gilt ausschließlich für Kalender-Anzeigen!

Von Geldauflagen bis Design Thinking

Der Fundraisingtag Stuttgart bringt Einsteiger und Profis zusammen

Unternehmenskooperationen auf Augenhöhe, sensibler Dialog am Telefon und das strategische Einwerben von Geldauflagen sind nur drei der Themen, die ganze elf Seminare im Rahmen des nächsten Fundraisingtages in Stuttgart abdecken. Das Tagungszentrum Bernhäuser Forst (Filderstadt) ist der dafür perfekte Veranstaltungsort.

Die großzügig gestaltete Anlage bietet nicht nur ausreichend Platz für eine große Zahl an Teilnehmern, sondern zudem genau die richtige Atmosphäre für den Erfahrungsaustausch. Schließlich ist das Knüpfen von persönlichen Kontakten genauso wichtig wie der fachliche Input. Und diesen erhalten sowohl Neulinge auf dem Gebiet des Fundraisings wie auch erfahrene Fundraiser.

Das Seminarprogramm wurde dafür entsprechend differenziert.

Ein spezieller Tipp für die Kreativen im Teilnehmerkreis: Björn Schmitz (Beratungsunternehmen Phil!omondo, Heidelberg) führt in die Innovationsmethode des Design Thinking ein. Damit kann es gelingen, sich noch besser in den Spender hineinzuversetzen. Für den Schlussvortrag konnte Petra Rottmann von der Deutschen Postcode Lotterie gewonnen werden. Die Soziallotterie fördert seit 2016 Vereine, Stiftungen und Organisationen in ganz Deutschland. Interessenten erfahren hier, wie sie bei der Postcode Lotterie Fördergelder für ihre Organisation beantragen können.

Achtung: Der Frühbucherrabatt gilt nur bis zum 26. April!

Fundraisingtag Stuttgart am 28. Juni im Tagungszentrum Bernhäuser Forst (Filderstadt)

▶ www.fundraisingtage.de

NPO academy
Berlin – Köln – München – Wien – Zürich

Sehr geehrte Fundraiserin,

sehr geehrter Fundraiser,

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

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

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

Dann besuchen Sie uns auf:

www.npo-academy.com

Wir bringen Sie weiter!

Ihre NPO-Academy

Selbstständig lernen

Fundraising-Know-how zu jeder Zeit bietet ein neuer Online-Kurs

Erstmalig gibt es im deutschsprachigen Raum einen Online-Video-Kurs, mit dem die Grundlagen des Fundraisings gelernt werden können – wann und wo auch immer gewünscht. Die Inhalte verteilen sich auf zwölf Lektionen, die sich über einen Zeitraum von neun Wochen erstrecken. Auf der Lernplattform werden die Inhalte durch Anleitungen, Checklisten, Link-Sammlungen, Audio- und vor allem Videobeiträge vermittelt. Hausaufgaben am Ende jeder Lektion bringen die Teilnehmer dazu, sich mit dem Gelernten auseinanderzusetzen, via E-Mails werden sie an neu freigeschaltete Lektionen erinnert.

Hinter dem Angebot steckt Jan Uekermann. „Ich liebe es, mein Wissen zu teilen. Oft fehlt mir die Zeit, mich um die vielen kleinen und mittleren Initiativen zu kümmern. Mit dem Online-Kurs können jetzt alle wichtige Grundlagen des Fundraisings lernen“, so der Fundraising-Experte.

Infos zum Online-Kurs gibt es unter

▶ www.januekermann.de/fundraising

Startklar!

Fundraising-Festival der Evangelischen Landeskirche Hannovers

Es geht um das Reisen, das Fliegen und um eine Punktlandung. Es geht um die Auswahl des Reiseziels, das Kofferpacken und das Einchecken am Flughafen. Anlässlich des nächsten Fundraising-Festivals der Evangelischen Landeskirche Hannovers am 16. Juni wird das Gelände des Stephansstifts zum temporären Airport, indem Fundraisingprojekte im Bild des Reisens gedacht werden. Mittelpunkt ist die Startbahn mit einer Fülle von Ausstellern, die aktuelle Fundraisingprojekte vorstellen.

Teil der Veranstaltung ist die Verleihung des 7. Fundraisingpreises, der in drei Kategorien mit insgesamt 10 000 Euro dotiert ist. Workshops und Pecha-Kucha-Präsentationen runden den Tag ab. 200 Teilnehmende erleben ihr Herzensthema einmal anders, werden bereichert und motiviert, um das eigene Projekt erfolgreich an den Start zu bringen.

3. Fundraising-Festival der Evangelischen Landeskirche Hannovers am 16. Juni
▶ www.kirche-fundraising.de

Für den Impact

Social Entrepreneure, Impact-Investoren und Philanthropen sollen künftig eine Sprache sprechen. Damit das gelingt, hat die Beratungsfirma Roots of Impact die englischsprachige Lernplattform „Social Finance Academy" entwickelt. Als Startpaket gibt es den kompletten Kurs „Access to Impact Investment for Social Enterprises" kostenlos. Dieser umfasst praxisnahe, schnell umsetzbare Werkzeuge und Formate wie Lernvideos, Arbeitsblätter, Vorlagen, Online Checks, Infografiken, Experten-Interviews und tiefergehende Materialien.

▶ www.social-finance-academy.org

Akademie
Beratung
Wissen

Fundraising Akademie
WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

Unternehmerische Verantwortung als Beruf

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

www.fundraisingakademie.de

In Kooperation mit
KOMPASS
FundConsult

Save the Date!

Fundraising Symposium 2019

Mehr als 120 Fundraising-Experten aus ganz Deutschland, Österreich und der Schweiz kamen im vergangenen Februar zum bereits dritten Mal an der Goethe-Universität in Frankfurt im Rahmen des

Fundraising Symposiums zum angeregten Austausch zusammen. Auch dieses Mal bildeten die vielfältigen Thementische den Rahmen für intensive Diskussionen. Einer der Höhepunkte war die Keynote von Stephen George (London) zum Thema Leadership.

Der Termin fürs kommende Jahr steht bereits fest: Am 21. und 22. Februar 2019 folgt die nächste Ausgabe des Experten-Treffens. Interessenten können sich bereits jetzt online registrieren, um rechtzeitig eingeladen zu werden.

Fundraising Symposium 2019 am 21. und 22. Februar 2019
an der Goethe-Universität Frankfurt
▶ www.fundraising-symposium.de

zh aw School of Management and Law

Erfolgreich im Spendenmarkt

Berufsbegleitende Weiterbildung
Diplom Fundraising Management

Info-Veranstaltung
30. Mai 2018, 18.00 Uhr
Au Premier, Hauptbahnhof Zürich

www.zhaw.ch/zkm/fundraising

Auch für Teilnehmende aus Deutschland

Zürcher Fachhochschule

Kurzgefasst …

#DST18 in Nürnberg

Auch der Deutsche Stiftungstag 2018 widmet sich dem großen Thema der Digitalisierung. Vom 16. bis 18. Mai laden mehr als zwei Drittel der über 130 Veranstaltungen zu diesem Schwerpunkt nach Nürnberg. Datenschutz im Kontext des Fundraisings ist dabei nur eins der vielen Themen. Eine App erleichtert die Navigation durch das Programm.
▶ www.stiftungen.org

Erbschaftsfundraising für Stiftungen

Legate erfolgreich gewinnen und professionell abwickeln: Zu diesem Thema lädt die ESV-Akademie am 5. Juni nach Berlin. Referenten sind die Experten des Beratungsunternehmens Legatur und Almuth Wenta vom BUND. Gemeinsam beleuchten sie organisatorische, rechtliche und steuerliche Aspekte des Erbschaftsfundraisings für Stiftungen.
▶ www.esv.info/lp/esv-akademie/erbschaft

Fundraising-Traum-Team aufbauen

Personalressourcen sind knapp im Fundraising, die Ziele hoch. Was kann hier Team-Entwicklung leisten? Alf Pille, Landesbund für Vogelschutz (LBV), und Klaus-Dieter Boll, begleitender Coach, berichten live aus dem laufenden Team-Entwicklungsprozess des LBV beim Deutschen Fundraising Kongress am 18. April 2018 in Kassel. Mehr dazu auch im nächsten Fundraiser-Magazin.
▶ www.fundraising-kongress.de

23. acn-Konferenz

Forum für Alumni-Management, Career Service, Networking, Fundraising und Social Media: Genau so nennt sich die diesjährige Konferenz der Alumni-Clubs an der Universität Salzburg. Vom 10. bis 12. Mai bieten mehrere Workshops unter anderem einen Einblick ins Großspendenfundraising der Uni Mannheim und einen Blick über den Tellerrand auf das Hochschulfundraising in England.
▶ www.alumni-clubs.net

Spendentag Österreich

Zu Redaktionsschluss war nur eins sicher: Der diesjährige Spendentag Österreich findet am 15. Mai erneut in Wien statt. Zum Programm waren bis dato noch keine Einzelheiten bekannt gegeben. Es darf aber davon ausgegangen werden, dass sowohl in den Workshops als auch bei den Vorträgen erneut internationale Referenten von Niveau anwesend sein werden. Genaueres gibt es zeitnah auf der Seite des Österreichischen Fundraisingverbands zu erfahren.
▶ www.fundraising.at

Stiftungs-vermögen 2.0

Der Frage, wie sich Stiftungen für die Zukunft rüsten können, widmet sich die PPCmetrics Stiftungstagung am 15. Mai in Zürich. Reflektiert werden dabei in erster Linie neue Formen der Finanzierungsmöglichkeiten: Bitcoins, Robo Advice und Crowdfunding spielen dabei ebenso eine Rolle wie Impact Investing und Kapitalverzehr. Anlagemöglichkeiten und -tätigkeiten werden auf ihre Zukunftsfähigkeit und praktische Umsetzbarkeit im Kontext gemeinnütziger Stiftungen diskutiert.

PPCmetrics Stiftungstagung
am 15. Mai in Zürich
▶ www.ppcmetrics.ch

Museums-management

Die nächste Tagung für Museumsmanagement findet am 12. und 13. November erneut in den Räumen des Freilichtmuseums am Kiekeberg statt. Der diesjährige Themenschwerpunkt lautet „Erfolg durch Personal", denn es sind die Mitarbeiter in allen Aufgabenfeldern, die eine Einrichtung mit ihren Ideen und Leistungen tragen und zukunftsfähig machen. Vorträge unter anderem zu Auswirkungen der digitalen Transformation, zu aktuellen Ausbildungswegen und Trends der Personalfindung bilden den Kern der Veranstaltung.

14. Museumsmanagement-Tagung
am 12. und 13. November im Freilichtmuseum
am Kiekeberg
▶ www.kiekeberg-museum.de

Kirchlicher Kontext

Geschäftsführer und Fundraiser christlicher Werke, aber auch alle anderen Interessenten sind zum Fundraising Forum am 26. Mai in Altenkirchen (Westerwald) geladen. Veranstalter ist das Netzwerk mission:mensch. Das im kirchlichen Kontext stehende Forum hat sich die Überschrift „Den richtigen Ton treffen" gewählt und wird von Referenten wie der Spender-Psychologin Danielle Böhle und dem Experten für Online-Fundraising Nicolas Reis unterstützt. Der Early-Bird-Tarif gilt noch bis zum 20. April.

Fundraising Forum am 26. Mai
in Altenkirchen (Westerwald)
▶ www.netzwerk-m.de

THE Certified Fund Raising Executive® ADVANTAGE

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

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

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

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

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

CFRE®
CFRE International
Certifying fundraising executives
Setting standards in philanthropy

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

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

Stiftungen heute

Der Schweizer Stiftungssektor trifft sich im Juni in einem neuen Format: Das Stiftungssymposium erstreckt sich erstmals über zwei Tage und das Programm ist auf ganze 15 Workshops aufgestockt worden. Weitere Neuerungen sind eine weitgehend digitale Kommunikation rund um das Symposium und eine Einladung zum Tanz. Was bleibt, ist die Tatsache, dass es sich hierbei um das größte nationale Branchentreffen für gemeinnützige Stiftungen handelt. Praktiker, Experten und Vertreter von Stiftungen, von Aufsichten und Stakeholdern aus Wirtschaft, Politik und Medien kommen hier zusammen.

Schweizer Stiftungssymposium
am 19. und 20. Juni in St. Gallen
▶ www.swissfoundations.ch

Für Kirche und Diakonie

Das Fundraising Forum Frankfurt lädt wieder ein

Seinem Konzept bleibt das Fundraising Forum Frankfurt auch im sechzehnten Jahr treu und bietet Praxis für Fundraising-Interessierte aus Kirche und Diakonie. „Mit den angebotenen Inhalten wollen wir das Fundraising in diesen Bereichen weiter stärken", umreißt Katrin Lindow-Schröder, Referentin für Fundraising der Evangelischen Kirche in Hessen und Nassau (EKHN), das Konzept des Forums. „Um das hohe Niveau zu halten, werden wir die Teilnehmerzahl erstmals auf 140 Personen begrenzen." Neben der EKHN sind auch die Diakonie Hessen und die Evangelische Kirche in Kurhessen-Waldeck wieder Veranstalter dieses Forums.

Zehn Seminare und ein zweiteiliger Einsteiger-Workshop bieten Input, der in den Gemeinden in die Tat umgesetzt werden kann: Es geht um Alleinstellungsmerkmale und Nachlassabwicklung, um die Frage, wann eine Stiftung für Fundraising bereit ist, und um die Gestaltung einer Spendenhomepage. Die Teilnehmer können außerdem eine hilfreiche Fundraising-Software kennenlernen und mehr darüber erfahren, wann Stiftungsgründungen überhaupt sinnvoll sind.

Fundraising Forum Frankfurt am 7. Juni
▶ www.fundraising.ekhn.de

Drei Fragen an … Professor Rodolfo Ciucci

Rodolfo Ciucci sieht in der Kommunikation die Basis für den Erfolg von NPOs

? Ihre Hochschule bietet einen Lehrgang „CAS Kommunikation für Nonprofit-Organisationen" an. Was vermittelt der Kurs?

Im Kern geht es um die Kompetenz, die Kommunikation einer Organisation strategisch anzupacken und auch umzusetzen. Vom Fundraising bis hin zur Krisenkommunikation gilt es, professionell vorzugehen und in einer themenorientierten, übersättigten Kommunikationsgesellschaft Wert für die eigene Organisation zu schaffen. Denn mehr noch als profitorientierte Unternehmen müssen sich NPOs ständig beweisen und hochstehende Erwartungen erfüllen. Sonst werden ihnen Spenden, Unterstützung oder die Handlungsfreiheit entzogen. Daher ist neben einer klaren Strategie und einer gradlinigen Governance eine professionelle Kommunikation unabdingbar.

Professor Rodolfo Ciucci …

… ist seit 2008 Dozent am Institute for Competitiveness and Communication der FH Nordwestschweiz.

? Wie viel Raum nimmt das Thema Fundraising und Kommunikation ein?

Fundraising ist eng mit dem Organisationsmarketing als Ganzes verwoben. Dazu gehören Positionierung, Markenkommunikation, Kampagnen und Öffentlichkeitsarbeit oder auch das Publishing und Content-Management online und offline. Insofern nimmt das Thema sehr viel Raum ein. Das rein „technische" Fundraising wird in einem Zweitageskurs geboten. Wer hier eine weitere Vertiefung sucht, kann die praktische Abschlussarbeit zum Thema schreiben.

? Für wen lohnt sich eine Teilnahme und womit schließt man ab?

Der Abschluss ist ein CAS – Certificate of Advanced Studies – mit 15 Credits. Das entspricht einer Studienleistung von rund 400 Stunden. Diese kann je nach Anforderung auch einem Master angerechnet werden. Angesprochen sind Fachpersonen mit Kommunikationsaufgaben in privaten, kirchlichen oder staatlichen Organisationen oder Stiftungen, Agenturmitarbeitende mit NPO-Mandaten und Kommunikationsfachleute mit Karriereplänen in einer NPO.

▶ www.fhnw.ch

2017 wurden

23’775’720

mit OM versandt.

Starke Fundraiser setzen auf OM

creati</> SOFTWARE
creativ.ch

Arm und nicht sexy

Armut ist ein komplexes Phänomen und bezeichnet damit nicht ausschließlich oder stets die materielle Ausstattung von Einzelpersonen oder Gruppen. Besonders eklatant ist Armut, wenn sie gesellschaftliche Teilhabe erschwert oder gar großteils verhindert. Die dritte, aktualisierte und erweiterte Auflage dieses Handbuchs blickt weit in die Geschichte der Armut und sozialer Ausgrenzung zurück und zeigt, wie die heutigen westlichen Gesellschaften geworden sind, was sie sind. Neben gesamtgesellschaftlichen Zusammenhängen zeigen die Autoren auch individuelle Problemlösungskapazitäten auf und verweisen auf die Aufgaben und Möglichkeiten des Sozialstaates.

Ein Ausflug in die Kunst widmet sich gar der Ästhetik von Armut und ihrer Inszenierung. Trotzdem handelt es sich hier um kein populistisches Werk. So zeigt der Band auch auf, dass wachsender Wohlstand in Deutschland von sich verfestigender Armut und Überschuldung begleitet wird. Das Sozialversicherungssystem greift da offenbar immer weniger, wenn von Altersarmut die Rede ist.

Besonders spannend fällt der Blick auf Körperlichkeit und Bewegung aus. Die Aspekte eines erfolgreichen Selbstkonzeptes werden aufgeschlüsselt und in den Kontext körperlicher Gesunderhaltung gestellt. So gesehen macht Bewegung klug. Das, wiederum, zeigt nicht nur die Möglichkeiten des Einzelnen, die eigene gesamtgesellschaftliche Position zu gestalten und zu festigen. Vielmehr werden daraus auch die Verflechtungen sichtbar, die Armut entstehen lassen.

Rico Stehfest

Ernst-Ulrich Huster, Jürgen Boeckh, Hildegard Mogge-Grotjahn (Hrsg.). Handbuch Armut und soziale Ausgrenzung. Verlag Springer VS. 3. Auflage. 2018. 869 Seiten. ISBN: 978-3-65819-076-7. [D] 89,99 €, [A] 92,51 €, CHF 125,85.

Flexibel sein

Im beruflichen Alltag gilt es für viele, mehrere Kommunikationskanäle im Prinzip gleichzeitig zu bedienen. Dabei findet ein Austausch am Telefon oder per E-Mail statt, persönliche Gespräche von Angesicht zu Angesicht sind mitunter seltener zu erleben. Da braucht es die entsprechenden Kompetenzen im Handling der Kanäle. Diese Toolbox bietet nicht nur Strategien und Techniken, sondern hilft auch bei der Auswertung von Verhandlungen. Wer aus seinen Fehlern lernt, ist bekanntlich beim nächsten Mal wesentlich sicherer im Auftritt.

Valentin Nowotny. Agil verhandeln mit Telefon, E-Mail, Video, Chat & Co. Die Toolbox mit Strategien, Verhaltenstipps und Erfolgsfaktoren. Verlag Schäffer Poeschel. 2017. 267 Seiten. ISBN: 978-3-79103-823-0. [D] 19,95 €, [A] 20,60 €, CHF 27,90.

Neue Kunden

Auch so kann man ein Fachbuch verfassen: als „realistischen Business-Roman", wie der Buchklappentext es formuliert. Da ist man schon vor der Lektüre davon überzeugt, dass das theorielastige Thema Lead Management greifbar und lebendig wird. Literarische Höchstleistungen erwartet wohl hingegen niemand. Nur, dass die Protagonistin ausgerechnet als Angestellte der AUFZU AG unterwegs sein muss, bringt eine merkwürdige Form der Ironie mit sich. Sei's drum. Es gibt hier locker in den Text eingestreute Tabellen und Stichpunktlisten, sonst aber keine langatmigen Erläuterungen.

Jens Fuderholz. Professionelles Lead Management. Schritt für Schritt zu neuen Kunden: Eine agile Reise durch Marketing, Vertrieb und IT. Verlag Springer Gabler. 2017. 152 Seiten. ISBN: 978-3-65815-213-0. [D] 24,99 €, [A] 25,69 €, CHF 34,95.

Let's come together!

Im Wortsinn „Präsenz zeigen", demonstrieren, vielleicht ein Flashmob? Mit der eigenen Organisation im öffentlichen Raum aktiv zu werden, klingt grundsätzlich nach einer guten Gelegenheit, Positionen, Projekte oder Kampagnen bekannter zu machen. Aber bereits bei dem Begriff des öffentlichen Raums wird es unklar. Zählen zum Beispiel Privatgrundstücke nicht dazu? Hier hilft die deutlich erweiterte Neuauflage des Ratgebers zum Versammlungsrecht. Die erste Auflage erschien 2003. Seitdem eingetretene Neuerungen haben ihren Weg in diesen Band ebenso gefunden wie ein Muster eines Verbotsbescheids wie einer Genehmigung zur Versammlung.

Zum grundlegenden Verständnis geht der Autor ausführlich auf die Grundlagen des Versammlungsrechts und die Bedeutung der Versammlungsfreiheit ein. Und die Frage nach der (Nicht-) Öffentlichkeit lässt sich, wie der Leser erfahren kann, nicht pauschal beantworten. Viele Einzelregelungen unterscheiden sich von Bundesland zu Bundesland. Trotz des schlüssigen Stils des Autors bedeutet das, dass sich eventuell einige Details nicht sofort bei der ersten Lektüre erschließen. In solchen Fällen helfen konkrete Beispiele, die Komplexität der Gegebenheiten zu überblicken.

Und die ist tatsächlich nicht gering. Das Verbot des Waffentragens fällt ebenso divers aus wie das Uniformverbot. Im Gesamtkontext ist auch stets das Verhalten der Polizei zu betrachten wie beispielsweise deren Aufzeichnen von Bild und Ton. Schließlich ist es auch sinnvoll zu wissen, ob sich die anderen auch korrekt verhalten.

Rico Stehfest

Matthias Hettich. Versammlungsrecht in der Praxis. Erich Schmidt Verlag. 2018. 341 Seiten. ISBN: 978-3-50317-733-2. [D] 46,80 €, [A] 48,20 €, CHF 65,45.

Alternative Gesellschaft

Die gesellschaftliche Stellung des Einzelnen, auch Sozialprestige genannt, hat für den Autor des hier skizzierten alternativen Gesellschaftsentwurfes ausgedient. Es ist Zeit, den globalen Fehlentwicklungen konkrete Maßnahmen entgegenzusetzen. Albert T. Liebergs Vision basiert auf Solidarität und Toleranz. Da nimmt es nicht Wunder, dass der Autor beispielsweise für das Ehrenamt, wie wir es in unserer Gesellschaft kennen, nicht direkt lobende Worte findet. Den moralischen Aspekt daran stellt er nicht in Zweifel. Stattdessen beklagt er das Ehrenamt als Armutszeugnis, weil er darin das Ergebnis unserer leistungsorientierten Gesellschaft sieht. Und genau das kann eben nicht der Sinn der Sache sein. Desto ganzheitlicher ist sein Ansatz: Abschaffung der Nationalgrenzen und Entmonetarisierung sind dabei nur zwei der vielen Schlagwörter.

Albert T. Lieberg. Der Systemwechsel. Utopie oder existenzielle Notwendigkeit? Büchner Verlag. 2018. 144 Seiten: ISBN: 978-3-96317-105-5. [D] 17,00 €, [A] 17,00 €, CHF 23,75.

Richtig vererben

Nur etwa jeder fünfte Deutsche hat ein Testament. Eine mögliche Scheu vor der Auseinandersetzung mit den eigenen „letzten Dingen“ mag ein entscheidender, aber nicht der alleinige Grund für so wenig verbreitete Vorsorge sein. Steuerliche Erleichterungen sollten aber auch nicht das Hauptmotiv für ein Testament darstellen. Deshalb differenziert dieser Ratgeber gründlich die verschiedenen Teilaspekte heraus: Die Regelungen rund um das Testament werden gesondert von der Erbschaftssteuer betrachtet, was den Überblick erleichtert. Ein großer Teil dieses Buches ist dem Vererben von Unternehmen und der Klärung der Nachfolge gewidmet. Abschließend erhalten Erben eine kurze Orientierungshilfe für die ersten Schritte nach dem Todesfall.

Und im Fall von Fragen kann sich der Leser mit Sicherheit an die Beratungsgesellschaft wenden, die das Buch herausgegeben hat.

Schomerus & Partner mbB (Hrsg.). Erben und Schenken – Steuern und Gestalten. Der Band ist kostenlos erhältlich bei joerg.schepers@schomerus.de

Edition Fundraiser

Großspenden können Großes bewirken.

Das neue Buch von Dr. Marita Haibach und Jan Uekermann

Erster kompakter und praxisnaher Überblick zum Großspenden-Fundraising im deutschsprachigen Raum

Jetzt bestellen unter edition-fundraiser.de

… oder im Buchhandel

Geld vs. Gefühl

Man kann sie als Spagat betrachten, die Herausforderung, im Fundraising den wirtschaftlichen Aspekt und den Appell an Emotionen miteinander in Harmonie zu bringen. Die Autorin hat diesem Thema ihre Masterarbeit gewidmet, die bis an die grundlegende Bedeutung des Fundraisings heranreicht. Damit legt sie weniger eine durch praktische Einsicht geprägte Arbeit vor, sondern beleuchtet ihr Feld auf prinzipielle und grundlegende Weise. Entstanden ist eine Reflexion, die Fundraiser aus allen Bereichen als auch jeglichen Erfahrungshorizontes anspricht.

Stefanie Hirschfeld. Fundraising zwischen Ökonomisierung und Mitmenschlichkeit. Emotionale, soziale, organisationale Herausforderungen und Chancen. Verlag Springer Gabler. 2018. 140 Seiten. ISBN: 978-3-65820-947-6. [D] 49,99 €, [A] 51,39 €, CHF 69,90.

Die da oben?

Das Prinzip des Systemischen Konsensierens ist dem Autor zufolge eine Alternative, mittels derer unsere Demokratie erhalten werden kann. Das aktuelle Wahlsystem erscheint ihm dafür nämlich nicht angemessen. Das das nichts Geringeres als ein neues, anderes Gesellschaftsmodell der Zukunft bedeutet, liegt auf der Hand. Man merkt dem Autor die Dringlichkeit seines Anliegens an. Das Spannende an der Vision des Autors ist dessen Hintergrund: Als Systemanalytiker hat er seine Sporen in der IT-Branche verdient. Das erlaubt eine Art Draufsicht.

Erich Visotschnig. Nicht über unsere Köpfe. Wie ein neues Wahlsystem die Demokratie retten kann. oekom Verlag. 2018. 196 Seiten. ISBN: 978-3-96238-021-2. [D] 20,00 €, [A] 20,60 €, CHF 27,95.

Professionell menschlich

Mindestens zwei der Autoren dieses Bandes könnten dem einen oder anderen bereits bekannt sein. Der Engagement-Berater Andreas Schiemenz äußert sich hier zum Thema Marketing im Fundraising, und Thomas Schiffelmann von Handicap International hat einen Beitrag zum Non-Profit-Branding beigesteuert. Diese beiden Beispiele zeigen bereits grob auf, in welche Richtung sich dieser Ratgeber für NGOs im humanitären Bereich bewegt.

Die Bedeutung von NGOs wächst weltweit. Das bringt über kurz oder lang die Notwendigkeit der Professionalisierung der Organisationen mit sich, nicht nur den eigenen Spendern und Förderern gegenüber. Damit einher geht ganz klar eine generelle Erwartung in Sachen Transparenz. Und in einem gesunden Wettbewerb schaut man auch mal nach links und rechts, um festzustellen, was die anderen so machen. Bekanntlich wird der Spendenkuchen ja nicht größer.

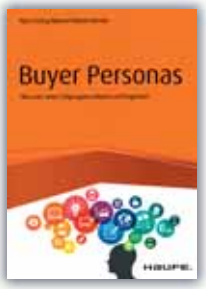
Besonders hilfreich ist in diesem Buch eine Systematik humanitärer NGOs in Deutschland: Daraus geht nämlich hervor, dass es gar nicht die großen Organisationen sind, die das Bild dominieren. Gemeinsam ist aber grundsätzlich allen ihre Funktion als Werteträger. Und als solche sind sie nicht zu unterschätzen. Nur ersetzen sie damit keinen Staat, sondern setzen eine lebendige Zivilgesellschaft neben den institutionellen Überbau.

Nicht selten arbeiten vor allem humanitäre Organisationen auch international, was ihre strukturellen Herausforderungen noch stärkt. Auch darauf wirft der Band ein aufklärendes Licht.

Rico Stehfest

Michael Heuser, Tarek Abdelalem (Hrsg.). Strategisches Management humanitärer NGOs. Verlag Springer Gabler. 2018. 271 Seiten. ISBN: 978-3-66255-748-8. [D] 49,99 €, [A] 51,39 €, CHF 69,90.

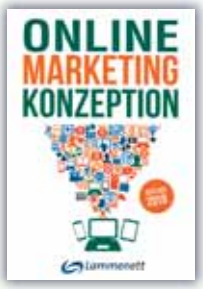
Kundensuche



Es ist in unserer Zeit für Unternehmen angesagt, über den Kunden alle nur erdenklichen Daten zu sammeln. Noch immer gilt die Prämisse: je mehr Daten, desto besser kennt man seinen Kunden. Dieses Buch will den Kunden aber fühlbar machen. Emotionale Botschaften lautet das Stichwort. Das gefällt jedem Fundraiser. Fiktive Persönlichkeitsprofile dienen hier als Vehikel, dem tatsächlichen Menschen hinter den Daten näher zu kommen. Wer seine Spender kennt, kann im Idealfall auch jedem das richtige Produkt anbieten, oder weiß zumindest, warum jemand nicht spendet.

Hans-Georg Häusel, Harald Henzler. Buyer Personas. Wie man seine Zielgruppe erkennt und begeistert. Haufe Verlag. 2018. 204 Seiten. ISBN: 978-3-64810-392-0. [D] 24,95 €, [A] 25,70, CHF 34,85.

Online-Marketing



Mittlerweile in der dritten Auflage liegt Erwin Lammenetts Ratgeber zum Online-Marketing vor. Und mit jeder Ausgabe wächst der Umfang der Informationen. Ausgebaut hat er in der Neuauflage den Bereich rund um das Controlling-Konzept. Mittels der wie immer zahlreichen Service-Links auf seinen Blog konnte der Autor einige Aspekte dorthin auslagern, sodass das Buch nicht immer dicker wird. Man könnte meinen, umfassender geht es nicht mehr. Aber mit Sicherheit wird auch die nächste Auflage wieder neue Aspekte in den Fokus rücken.

Erwin Lammenett. Online Marketing Konzeption. CreateSpace Independent Publishing Platform. 3. Auflage 2018. 288 Seiten. ISBN: 978-1-97849-745-0. [D] 29,50 €

Bitte drängeln!

Wem irgendwann schon mal angesichts der Wendung „agiles Projektmanagement“ übel geworden ist, weil er oder sie es einfach nicht mehr hören kann, erfreut sich möglicherweise seit einiger Zeit an dem wohl etwas drolligen Wort „scrum“. All jenen, denen es noch neu erscheint, sei gesagt, dass man im Englischen damit vieles belegen kann: Von einer Gruppe putzig daher wackelnder Pinguine bis hin zu doch recht verächtlichen Zuschreibungen ist einiges möglich. Grundsätzlich ist damit aber erst mal nur eine Art Gedränge gemeint. In der Praxis soll dieses Prinzip, wer hätte es gedacht, organisationale Agilität ermöglichen und fördern.

Die Regeln dafür sind recht überschaubar. Das ist wohl der Grund, warum darüber gern dicke Bücher geschrieben werden. Die Umsetzung jener Regeln hat es nämlich in sich. Die Autoren haben deshalb diese zweite Auflage aktualisiert und erweitert. Das haben sie aber nicht nur der Komplexität wegen getan, sondern auch, weil sich das Scrum-Prinzip immer weiter herumspricht und auf immer mehr Bereiche als nur die Softwareentwicklung, wo es ursprünglich herkommt, angewendet wird oder angewendet werden soll.

Das Prinzip an sich kann und soll an dieser Stelle nicht erläutert werden. Gesagt sei nur so viel: Es vereint alle Verantwortungsbereiche eines Projektes. Wörtlich zu nehmen ist das „Gedränge“ dabei natürlich nicht. Ein gewisses „Sich näher kommen“ schließt die Sache aber auch nicht direkt aus. Wer belebende Veränderungen begrüßt, wird das hier in jedem Fall mögen.

Rico Stehfest

Boris Gloger, Jürgen Margetich. Das Scrum-Prinzip. Agile Organisationen aufbauen und gestalten. Verlag Schäffer Poeschel. 2. Auflage 2018. 316 Seiten. ISBN: 978-3-7910-3947-3. [D] 39,95 €, [A] 41,10 €, CHF 55,85.

Verantwortlich

Es spielt keine Rolle, ob man nun ökologische, rechtliche oder Gründe des Images ins Feld führt: Nachhaltiges Management lässt sich heute nicht mehr umgehen. In seiner Komplexität umfasst das allerdings deutlich mehr als reine CSR-Maßnahmen. Wenn dabei die Rede von Controlling, Leistungsindikatoren und Kennzahlen ist, mag man mancher meinen, dass es sich um reine Theorie handelt. Liest man aber den Abschnitt, der sich der Manipulation von Abgasen durch den VW-Konzern widmet, sieht man deutlich die praktische Relevanz.

Martin Wördenweber. Nachhaltigkeitsmanagement. Grundlagen und Praxis unternehmerischen Handelns. Verlag Schäffer Poeschel. 2017. 405 Seiten. ISBN: 978-3-79104-037-0. [D] 39,95 €, [A] 41,10 €, CHF 55,85.

Digital ökologisch

Im Grunde genommen kommen aus einem Smartphone keine stinkenden, giftigen Abgase. Aber bedeutet das, dass Digitalisierung „grün“ ist? Natürlich geschieht in Entwicklungen nichts von allein oder automatisch. Die Autoren sind deshalb der Meinung, dass wir die Möglichkeit dazu haben, den digitalen Wandel zugunsten einer grundlegenden Nachhaltigkeit zu nutzen. Und dafür nehmen sie nicht zuletzt auch die Zivilgesellschaft in die Pflicht und begrüßen diesbezüglich auch aktuelle Entwicklungen. Die Vielzahl der Aspekte zeigt, dass es sich lohnt, darüber nachzudenken.

Steffen Lange, Tilman Santarius. Smarte grüne Welt? Digitalisierung zwischen Überwachung, Konsum und Nachhaltigkeit. oekom Verlag. 2018. 268 Seiten. ISBN: 978-3-96238-020-5. [D] 15,00 €, [A] 15,50 €, CHF 20,95.

Fragebogen: Eckart von Hirschhausen

Miteinander verbunden hat er die Dinge schon eher: Eckart von Hirschhausen studierte in Berlin, London und Heidelberg Medizin und Wissenschaftsjournalismus. In Anbetracht seiner bekannten Bühnenprogramme, in denen er auf humorvolle Weise medizinische Inhalte vermittelt, mag das nicht sonderlich überraschen. Das erklärt auch seine Versiertheit als Buchautor. „Die Leber wächst mit ihren Aufgaben" ist nur einer seiner erfolgreichen Titel. Da erscheint es fast nur konsequent, dass er irgendwann die Rolle des Moderators einer Fernsehshow übernommen hat.

Sein Engagement für seine eigene Stiftung „Humor hilft heilen" steht dahingegen nicht immer so sehr im Rampenlicht. Dabei ist Eckart von Hirschhausen auch in diesem Bereich unermüdlich. Auch hier steht für ihn das Lachen als „beste Medizin" im Vordergrund. Darüber hinaus ist er als Botschafter und Beirat für mehrere weitere Stiftungen tätig und wirkt auch in der Jugendarbeit, wie beispielsweise für das Programm „Be smart. Don't start" zur Prävention von Tabakabhängigkeit.

▶ www.humorhilftheilen.de
▶ www.hirschhausen.com

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

… jeden Morgen neu. Ich bin tatsächlich kein Langschläfer und liebe es, gleich morgens mit frischem Kopf einen Text zu schreiben. Ein Kaffee und los geht's. Ich arbeite wieder mehr journalistisch, seit ich mit „Hirschhausen Gesund Leben" eine eigene Zeitschrift am Kiosk habe.

2. Was wollten Sie als Kind werden?

Nichts – ich war ja schon in der Grundschule Zauberkünstler und Witzesammler. Die Idee für meine Stiftung „Humor hilft heilen" geht sehr weit zurück.

3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Gutmensch. Ich glaube daran, dass das, was Menschen geschaffen haben auch durch Menschen verändert werden kann. Aber nicht durch Zyniker, sondern durch Engagement, das andere mitnimmt und inspiriert.

4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Das Humane zurück in die Humanmedizin zu bringen: Dafür braucht es eine andere Ausbildung, andere Arbeitsbedingungen und Zeitbudgets und Resilienzförderung und Kommunikationstrainings in allen Gesundheitsberufen – genau das macht meine Stiftung.

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

Da war ich schon – und bereue nichts.

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

Der künstlerischen Leiterin von „Humor hilft heilen", Laura Fernandez, weil sie die Idee der Clowns im Krankenhaus aus den USA nach Deutschland gebracht hat.

liebt das Lachen

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

„Vermögen heißt: Ich vermag etwas zu bewegen."

8. Wer ist für Sie ein Held?

ambulante Pflegedienste in gottverlassenen Gegenden

9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Zu Hause

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

Nichts. Es ist nur schwer herauszufinden, wann man damit fertig ist.

11. Worüber können Sie lachen?

Die schönsten Geschichten passieren in meinen Live-Shows. Mein aktuelles Bühnenprogramm „Endlich" ist so aufgebaut, dass die Zuschauer aktiv werden, und was da kommt, kann keiner vorhersehen. Deshalb: Kommt! Live ist am schönsten!

12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

die aus Liebe geschehen

13. Was war früher besser?

Weniger, als man denkt.

14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Der Link zu meiner Homepage – die wird aktualisiert.

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

… Energie, die in die richtige Richtung fließt.

Wollen auch Sie diesen Fragebogen ausfüllen?

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

NÄHER AM MENSCHEN

ENTERBRAIN Software AG

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

www.enterbrain.ag

Wissen testen und gewinnen

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

Unter allen richtigen Einsendungen verlosen wir diesmal diese praktischen Schreibtischsets in dezentem Schwarz, bestehend aus Briefablage, Stifteschale und Zettelbox, von der Firma WEDO. Die Kombi aus mattem und glänzendem Kunststoff macht das Set zu einem Hingucker. Weiterhin gibt es die

bei Moderatoren beliebten Karten der Reihe „Bildimpulse“ aus dem Heragon-Verlag. Diese Karten eignen sich hervorragend für Workshops und Coachings, zur Reflexion und für Gruppenarbeiten. Außerdem verlosen wir das Buch „Agil verhandeln …“, das wir auf Seite 90 näher vorstellen. Als „Trostpreise“ haben wir diesmal noch Kartensets zum Thema „Ausreden und Ausflüchte“. Und falls das alles nichts für Sie ist, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!

1 Singles, die Schlagwörter wie „charity“ oder „donating“ in ihrem Profil auf „eHarmony“ aufwiesen …

L) wurden nur von Senioren angeschrieben
N) bekamen Post vom Finanzamt
P) erhielten viel mehr Kontakte als andere

2 Welche Organisation nutzt Krypto-Mining zur Ergänzung des Fundraisings?

Q) Bundeszentrale für politische Bildung
R) Unicef
S) ADAC

3 Iiiiiih! Oder Wow!? Wer überwindet sich hier und wird für den guten Zweck mit Farbe beworfen?

A) Barbara Schöneberger
B) Daniela Katzenberger
C) Heidi Klum

4 Nach der Optimierung ihrer Datenbank konnte sich die Hephata Diakonie freuen über …

X) Wiederauferstehung von Spendern
Y) Heiligsprechung einer Großspenderin
Z) Spendenrekord an Christi Himmelfahrt

5 Stuttgart ist immer eine Reise wert. Aber warum nun ausgerechnet am 28. Juni 2018?

K) Da wird der Bahnhof eingeweiht.
J) Da rollt der letzte Diesel-PKW vom Band.
I) Da findet der Fundraisingtag statt.

6 Eckart von Hirschausen ist als humorvoller Mensch bekannt. Außerdem ist er auch ein …

R) Hypochonder
S) Frühaufsteher
T) Morgenmuffel

So geht’s: Die Buchstaben aus den Fragen 1 bis 6 ergeben das Lösungswort. Senden Sie dieses an *gewinnen@fundraiser-magazin.de* und schreiben Sie uns, welchen Preis Sie haben möchten. Vergessen Sie bitte die Postadresse nicht, damit Ihr Gewinn Sie auch erreicht! Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Einsendeschluss ist der 15. Mai 2018. Viel Glück!

Leser-Post und Leser-Postings

In diesem Jahr bin ich 20 Jahre lang Mitglied des Deutschen Fundraising Verbandes e. V. und erlaube mir eine fachliche Anmerkung zu dem Titelbild der aktuellen Ausgabe:

Als zertifizierte Fundraiserin, Stiftungsmanagerin und Yogalehrerin teile ich Ihnen und den Macherinnen und Machern Ihres Magazin mit, dass ich die Darstellung des „möglichen Buddhas" aus meiner ästhetischen Wahrnehmung mehr als unangenehm finde. Diese hält mich davon ab, die weiteren Seiten des sicherlich informativen Fachmagazins zu lesen. Im Sinne der Yogalehre wird die Asana (Stellung) fälschlich ausgeführt: niemals sollte der Fuß des angewinkelten Beines sich am Kniegelenk platzieren (ist anatomisch wichtig). Auch die jeweiligen Mudras (Fingerhaltungen) stimmen nicht überein.

Mir würde ein knackiger, nicht tätowierter junger Mann, rank und schlank, als „appetizer" für die nächsten Branchenseiten eher zusagen, als dieser doch sehr ungesunde Körpertyp …

Namaste,
Ursula-Marie Behr,
GAIN4GOOD GmbH & Co. KG

Wir freuen uns auf Ihre Post.
Schreiben Sie an *meinung@fundraiser-magazin.de*! Aus Platzgründen müssen wir uns vorbehalten, Leserzuschriften gegebenenfalls zu kürzen.

Nachwuchs-Literat Fabian F. Fröhlich war fleißig

Können Sie sich noch erinnern: Vor einiger Zeit wünschte ich mir, irgendwann mal ein berühmter Schriftsteller zu sein. Da haben Sie vermutlich laut gelacht … zu früh gefreut! Jetzt ist es so weit. Vor Ihnen steht der einzig wahre Fabian F. Fröhlich – Autor eines eigenen Buches. Ein richtiges, gedrucktes aus Papier. Riecht noch ganz frisch nach Farbe.

Und wissen Sie was? Das macht was mit einem. Ich gehe mental beschwingt durch den Alltag. Ja, auch bei minus zehn Grad Außentemperatur habe ich Sonnenblumen im Herzen. Die angekauten Bleistifte auf meinem Schreibtisch duften nach Veilchen, die Nachtigall vorm Bürofenster schlägt in C-Dur, die Schmetterlinge flattern lustig vorbei und die Frauen mit den Blumensträußen auf den Straßen winken mir zu … Moment. Das war jetzt doch etwas zu poetisch! Nicht dass jetzt gleich Feministinnen und Feministen #metoo rufen. Skandale kann ich jetzt nicht brauchen als prominenter Literat.

Die schrullige Nachbarin aus dem Parterre grüßt mich neuerdings und lobt meine kreative Aura. Der blöde Köter vom Hausmeister kläfft mich nicht mehr an, sondern wedelt mit dem Schwanz. Die kleene Verkäuferin beim Bäcker, die mich sonst immer anzickt, weil ich keinen Baumwollbeutel mithabe, stellt mir 'nen Cappuccino hin „aufs Haus" und will wissen, ob ich bei der Buchmesse ausstelle. Sogar der Busfahrer wartet neuerdings auf mich. Die Künstlersozialkasse schickt ein Formular, ich soll meine zu erwartenden Einnahmen aus künstlerisch-publizistischer Tätigkeit für dieses Jahr nach oben korrigieren. Und in „Rudis Eck" starten sie schon ein Crowdfunding für die Verfilmung.

Aus den Kisten mit den ganzen Büchern habe ich im Konferenzraum unserer Redaktion eine große Lounge-Ecke gebaut. Da sind Palettenmöbel nichts dagegen! Bitte kaufen Sie auf gar keinen Fall ein Buch, sonst ist die Bequemlichkeit dahin. Naja, okay, ein (!) Buch kann ich für Sie, geliebte Leserin, geschätzter Leser, treue Fans, entbehren. Aber jeder nur eins, damit's für alle reicht!

Und bitte tun Sie mir einen Gefallen: Bestellen Sie direkt bei uns im Verlag unter ***www.shop.fundraiser-magazin.de*** *– denn dann sind die Kolleginnen und auch die Chefs immer schön mit dem Versand und der Abrechnung beschäftigt und merken endlich mal, was für ein nützlicher Mitarbeiter ich bin. Übrigens, mein erstes Buch heißt „Das Letzte".*

Ausgabe 3/2018 erscheint am 23. Mai 2018 u. a. mit diesen Themen

- Karriere im Fundraising
- Frauen in NGOs
- Leadership Development
- Stiftungsrechtsreform

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 3/2018 ist der 03.04.2018.

ISSN 1867-0563 – 13. Jahrgang

Fundraiser magazin
Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

erscheint 2-monatlich.
Alle vorherigen Ausgaben stehen im Internet unter *archiv.fundraiser-magazin.de* kostenlos als PDF-Dateien zur Verfügung.

Herausgeber:
Matthias Daberstiel, Udo Lehner, Daniela Münster

Verlag, Produktion, Vertrieb:
Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden
verlag@fundraiser-magazin.de, www.fundraiser-magazin.de

Redaktionsleitung:
Daniela Münster (v. i. S. d. P.), redaktion@fundraiser-magazin.de
Telefon: +49 (0)351 8762 7-70, Fax: -79

Korrespondenten:
International: Jan Uekermann, jan.uekermann@fundraiser-magazin.de
Schweiz: Katja Prescher, katja.prescher@fundraiser-magazin.ch

Anzeigen-Werbung:
matthias.daberstiel@fundraiser-magazin.de (verantwortlich), Telefon: +49 (0)351 8762 7-80, Fax: +49 (0)351 8762 7-79
Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 11 vom 1.12.2017

Druck:
Silber Druck oHG, Niestetal

Namentlich gekennzeichnete Beiträge spiegeln nicht unbedingt die Meinung der Herausgeber wider. Für unverlangt eingesandte Beiträge und Fotos wird keine Haftung übernommen. Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages. Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 3/2018, die am 23.05.2018 erscheint, ist der 03.04.2018.

Fotonachweise:
Titelbild, S. 5 (Aktuell), S. 28, S. 32 & S. 96: sector_2010@stock.adobe.com, S. 1 (Menschen) & S. 96: Frank Eidel, S. 3: René Grodde/atri.eu, S. 4 (Thema) & S. 16/17: Nikki Zalewski@stock.adobe.com, S. 5: Bert Brüggemann (Stiftung), S. 6: René Grodde/atri.eu, S. 8: Manfred Werner (Schrems), S. 11: PrettyVectors@stock.adobe.com, S. 17 & S. 18: George Dolgikh@stock.adobe.com, S. 17 & S. 20: ©taa22@stock.adobe.com, S. 17 & S. 20: Logan Bannatyne@stock.adobe.com, S. 17: Dan Race@fotolia.com (unten rechts), S. 21: Robert Gongoll, S. 23: Stefan Marthaler, S. 26: Marc Wolter, S. 31: Jochen Gsell, S. 33: Arnd Oetting, S. 34: lvnl@stock.adobe.com, S. 35: Rendel Freude, S. 36: obs/Berufsverband der Deutschen Dermatologen/Bitte berühren (oben), S. 36: mountain_inside@stock.adobe.com (unten), René Grodde/atri.eu (Stehfest), S. 37: Mike Radecke (oben), babimu@stock.adobe.com, S. 42 & S. 96: Christel Kovermann, S. 46: Lucas Wahl (Bosch), René Grodde/atri.eu (Nitzsche), S. 48: Bert Brüggemann, S. 50: CMC Munich (oben), obs/BUND/Art-Direktion Ellen Stockmar (unten), S. 52: Michael G. Gromotka (von Unger), S. 53: obs/TÜV SÜD AG/Astrid Eckert, TU München (Herrmann), Daniel Winkler (Hug), S. 57: NABU/Andreas Bobanac, S. 69: Tilo Riolo, S. 70: TimDavidCollection@stock.adobe.com, S. 72: snaporama@stock.adobe.com, S. 75: Stefan Betzler/stefan@grell-betzler.de, S. 77: Hermann Bredehorst (Wichmann), S. 78: BUND, S. 84: Bernhäuser Forst/Julian Meinhardt, S. 85: fotomek@stock.adobe.com, S. 86: Udo Lehner, S. 94: Frank Eidel, S. 96: marshi@photocase.com (1), Maik Blume@fotolia.com (4), 19valery48@fotolia.com (5), S. 98: oza@fotolia, alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der Fundraising Akademie

MIT UNS FINDEN SIE DEN WEG ZU IHREN SPENDERN.

SEXTANT ist die Software für NPO.

SEXTANT
SUPPORTS YOU.

sextant-npo.net

Referenzen:

AMNESTY INTERNATIONAL
amnesty.ch

CARITAS
caritas.ch

GREENPEACE
greenpeace.ch

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

Menschen für Menschen
Karlheinz Böhms Äthiopienhilfe
menschenfuermenschen.org

Erfolgreiches Fundraising

Regel #7

Steter Tropfen höhlt den Stein.

Zeigen Sie Präsenz – auf allen Online-Kanälen. Nutzen Sie Multi-Channel-Kampagnen, um Ihre Marke zu stärken und Vertrauen zu schaffen. Ob SEA/SEO, Social Media, Content- oder E-Mail-Marketing – wir von adfinitas unterstützen Sie bei der Kommunikation mit Ihren Zielgruppen. Gemeinsam können wir die Welt ein kleines bisschen besser machen! Übrigens: Alle weiteren Regeln für Ihren Fundraising-Erfolg finden Sie unter adfinitas-fundraising.de/regeln.

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

adfinitas