ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 5/2018

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Emotion und Information:
Spendenbriefe
können beides

fundraiser-magazin.de
Aktuelle Themen, Texte und Termine ...
Jetzt neu mit Shop für Fachbücher und Co.

Pro & Contra
Ist Gendern für NGOs ein Muss? Zwei Menschen, zwei Meinungen.

Zivilgesellschaft aktuell
NGOs in Ungarn sind häufig Repressalien der Regierung ausgesetzt. Ein Interview mit Aron Demeter von Amnesty.

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,

Heimspiel! Gestern fand an der Technischen Universität Dresden unser 15. Sächsischer Fundraisingtag statt. Unsere Gäste erlebten eine spannende und lehrreiche Tagung. Zugegeben, meine Füße sind noch ganz schön platt – dafür ist mein Kopf voll von inspirierenden Gesprächen mit tollen Menschen.

Als Veranstalter blickt man dann auch schon mal zurück: Wie war das vor 15 Jahren, als wir den ersten Sächsischen Fundraisingtag in Dresden organisierten? Da war dieses „Faundreising-Ding" im wahrsten Sinne ein Fremdwort. Seitdem hat sich viel getan in unserer Branche. Eine Teilnehmerin von damals trat gestern als Referentin bei uns auf und gab ihre praktischen Erfahrungen aus 15 Jahren weiter – ein schönes Beispiel für die Professionalisierung im Fundraising.

Fun Fact am Rande: Das Fundraiser-Magazin wurde auf einem unserer ersten Fundraisingtage geboren. Damals fragten wir die Gäste, ob sie regelmäßig Informationen aus dem Bereich Sozialmarketing und Fundraising haben wollen und auf welchem Wege. Zur Auswahl standen – damals sehr beliebt – Lose-Blatt-Sammlung oder – damals neu und innovativ – E-Mail-Newsletter oder aber ganz klassisch als gedrucktes Magazin auf Papier. Die überwiegende Mehrheit entschied sich für das Magazin. Und so halten Sie es auch heute in der Hand: Ihr Fundraiser-Magazin.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre,
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 18

Spendenbriefe

Mit Herz, Hirn und Hand 20
Wie Sie erfolgreiche Spendenbriefe schreiben

Wie baue ich eine Hausliste auf? 22
Potenzial analysieren, Strategie entwickeln, investieren

Mailing-Erfolge im Vergleich 24
Das Direct Mail Panel verschafft einen differenzierten Einblick

Spendenbriefe vor Gericht 27
Ein aktuelles Urteil in Deutschland definiert den Erfolg von Direct-Mails

Alternative zum Post-Monopol 28
Private Briefdienste sind fit für die Zustellung von Spendenpost

Menschen

Aron Demeter 12
...arbeitet in Ungarn für Amnesty International und spricht über die aktuelle Situation von NGOs unter Viktor Orbán.

Thomas Rubatscher 60
... erklärt im Interview die Herausforderungen der Digitalisierung bei der Projektarbeit in Entwicklungsländern.

Dorothea Bergler 86
... hat unseren Fundraiser-Fragebogen ausgefüllt und verrät Persönliches.

Projekte

Projekte 32
Initiativen und Projekte, spannende Ziele und Missionen vorgestellt

Gib mir ein S! 36
Ein Signal für Menschen mit Multipler Sklerose

Als Graswurzelbewegung zur Agrarwende 38
Über Genossenschaftsmitglieder, die von grüner Rendite profitieren

Stiftungen

Stiftungen 40
Neues und Interessantes rund um das Thema Stiftungen

Die Angst vor Fehlern 42
Steigende Anforderungen und Haftungsrisiken bei Stiftungen

Facebook gut, Pressebereich mangelhaft 44
Viele Stiftungen haben bei der Kommunikation großen Nachholbedarf

Verlosung

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

Praxis & Erfahrung

So beeinflusst Bürokratie das Fundraising **62**
In Österreich ist die Spendenabsetzbarkeit neu geregelt

Gut gegen Böse? **64**
Framing polarisiert Fundraiser grundlegend

Der wohldosierte Kontakt **66**
Informationspolitik von Organisationen unter die Lupe genommen

Helfen, Gestalten, Bestätigung **68**
Motive des Gebens – Spenden als identitätsstiftendes Moment

Schutz von Personendaten in der Schweiz **70**
Rückstand der schweizerischen Datenschutzrevision sorgt für Unsicherheit

Was denken die sich eigentlich **72**
Welche Vorstellungen haben Geschäftsführer vom Fundraising?

Rubriken

Spektrum **6**
Schöner scheitern **11**
Umfrage **16**
Persönliche Gedanken **30**
Pro & Contra **46**
Köpfe & Karrieren **48**
Branche **50**
Dienstleisterverzeichnis **54**
Fundraising-Kalender **74**
Bildung **76**
Fach- und Sachbücher **82**
Fragebogen **86**
Leserpost **89**
Das Letzte **90**
Vorschau + Impressum **90**

Das Bestellformular für Ihr Magazin-Abonnement finden Sie im Internet unter:
www.abo.fundraiser-magazin.de

Autoren

... dieser Ausgabe:
Andreas Cueni, Matthias Daberstiel, Wiebke Doktor, Dr. Jasper von Hoerner, Dr. Christian Horak, Anja Knäpper, Dr. Günther Lutschinger, Ian MacQuillin, Kurt Manus, Stefan Meier, Elisa Mühlmann, Dr. Christoph Müllerleile, Daniela Münster, Regula Muralt, Dr. Stephanie Neumann, Ute Nitzsche, Katja Prescher, Anja Raubinger, Dominik Ruisinger, Alexandra Sievert-Heidemann, Rico Stehfest, Jan Uekermann

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

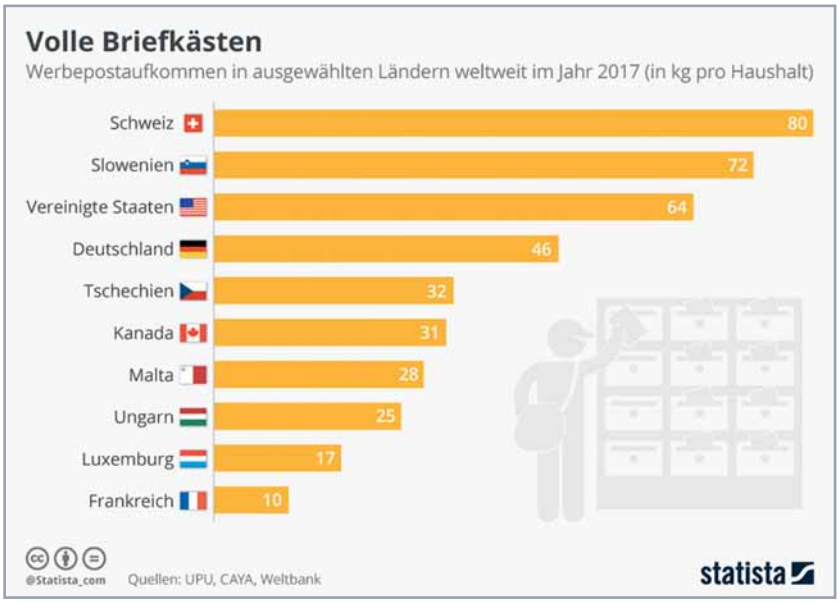
Lernen Sie unsere „Vögel" kennen.

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

Volle Briefkästen vor allem in der Schweiz



Digitalisierung hin oder her, die Werbepost ist noch nicht vom Aussterben bedroht. Aus Zahlen des Weltpostvereins UPU und des Digitaldienstleisters Caya geht hervor, dass die Schweizer Briefkästen mit einem Posteingang von etwa 80 Kilogramm pro Haushalt und Jahr die meisten Wurfsendungen abbekommen.
Wie unsere Infografik zeigt, ist die Postwerbesendung auch in Deutschland, wo jeder Haushalt etwa 46 Kilogramm zugesteckt bekommt, weit vorne mit dabei. Geht es nach reinem Gewicht, sind die Vereinigten Staaten mit insgesamt über acht Millionen Tonnen Spitzenreiter und Deutschland ist mit knapp zwei Millionen Tonnen Zweitplatzierter.
▶ www.statista.de

Und sonst noch …

Bitte lächeln!

Leanplum, eine Plattform für mobiles Engagement, hat laut ihrem neuen Mobile Marketing Trends Report mit dem Titel „Unlocking Engagement & Growth With Emojis“ Erstaunliches herausgefunden. Dieser „beweist das enorme Potenzial“ von Emojis in Push-Nachrichten und E-Mails: Die untersuchten Daten „zeigen, dass Emojis mobiles Engagement und langfristige Kundenbindung erheblich verbessern können“. Können, wohlgemerkt. Um ganze 66 Prozent steigt angeblich die Öffnungsrate von E-Mails, wenn man Emojis in den Betreff packt.

Für die Studie hat Leanplum nach eigenen Angaben weltweite Daten aus 300 Millionen E-Mails und Push-Nachrichten zwischen Juni 2017 und Juni 2018 analysiert. Wir fragen besser nicht, woher sie die Daten hatten.
▶ www.leanplum.com

MEINE MEINUNG

„Unbequeme Wahrheit: Wir Europäer leben sehr gut auf Kosten anderer“

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

Dass an der DDR-Grenze Menschen starben, war ein offenes Geheimnis. Dass heute Politiker Blumen für die Toten an der Mauer ablegen, ist angesichts der dramatischen Lage im Mittelmeer für mich mehr als scheinheilig. Dort sterben Menschen beim Grenzübertritt und die Motivation der Flüchtenden ist nicht anders. Dank der Bilder einiger NGOs von treibenden Schwimmwesten, beschossenen Booten und Rettungsaktionen wissen wir es nun unangenehm genau: Menschen sterben wegen europäischer Politik – täglich!

Dass dieselben Politiker solche Organisationen jetzt als Schlepper diffamieren, die nur auf Spenden aus wären, nur weil diese KZ-ähnliche Zustände in Libyens Flüchtlingslagern nicht als sicheren Hafen definieren, ist infam und lenkt vom eigenen jahrelangen Versagen ab. Migration wurde verschwiegen, Entwicklungsgeld für Grenzschutz ausgegeben, Abschiebung kam vor Integration, und die Märkte Afrikas öffnete man für europäische Produkte mit der Drohung des Geldentzugs. Das verschärfte das Wohlstandsgefälle zunehmend. Die aktuelle Taktik, Migranten schon auf dem Festland Afrikas und damit noch weit vor den Kameras aufzuhalten, wird nichts nützen. Es ist Zeit für unbequeme Wahrheiten: Wir Europäer leben sehr gut auf Kosten anderer, haben Angst, das zu verlieren, und verfallen jetzt in panische Abschottung. Das wird an der Armut dort nichts ändern, und dank Internet bleibt es auch nicht unentdeckt.

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

Fundraising-Wahrheit Nr. 1

Nur wer fragt, gewinnt!

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

fundango®
Fundraising ist mehr

Die diesjährige Shortlist für den PR-Bild-Award steht. Bis zum 12. Oktober ist es Aufgabe der Öffentlichkeit, die 60 Bilder aus sechs unterschiedlichen Kategorien zu bewerten und den Gewinner zu wählen. Einer der Kandidaten in der Kategorie „NGO-Foto“ ist diese Aufnahme der Fotografin Georgina Goodwin, entstanden in Somalia. Das Land leidet bereits seit längerer Zeit unter extremer Dürre. Eingereicht wurde das Foto von Care Deutschland-Luxemburg e. V.

▶ www.pr-bild-award.de

GRÜN SOFTWARE AG

GRÜN VEWA7 optimiert Ihre Fundraising-Aktivitäten und Spendenprojekte

Marktführende Branchensoftware für Spendenorganisationen

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

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

Kurzgefasst …

Bargeld-Vergleich

Die Einwohner der Eurozone zahlen im globalen Vergleich überdurchschnittlich viel mit Bargeld. Das unterstreichen aktuelle Berechnungen des Business Banking FinTechs Penta, welches den Anteil des sich aktuell im Umlauf befindenden Bargeldes von 95 Währungen am Bruttoinlandsprodukt (BIP) der Währungsgebiete berechnet hat.

▶www. getpenta.com/blog/de/bargeldlose-gesellschaften

Ehrenamtliches Engagement in der Schweiz

Wie die Stiftung Zewo in einer Studie herausgefunden hat, engagieren sich ganze 60 Prozent der Vorstände und Stiftungsräte in Schweizer Hilfswerken komplett ohne finanzielle Bezüge. Nur 37 Prozent der befragten Organisationen zahlen ihren Vorständen Amtspauschalen, Sitzungsgelder oder Spesenpauschalen. Das ist weniger als vor fünf Jahren.

▶ www.zewo.ch

Österreichs bester Spendenbrief

Bereits zum fünften Mal sucht der Fundraising Verband gemeinsam mit der Österreichischen Post AG den besten Spendenbrief Österreichs. Eine Expertenjury bestimmt die acht besten Einreichungen, aus denen 3,1 Millionen Haushalte den Gewinner bestimmen können. Einsendungen sind noch bis zum 1. Oktober möglich. Als Preis winkt ein gesponsertes Versandguthaben für die nächste Aussendung.

▶ www.fundraising.at

Halbjahresbilanz Aktion Deutschland Hilft

Im ersten Halbjahr des Jahres 2018 konnte das Bündnis „Aktion Deutschland Hilft“ rund acht Millionen Euro Spenden sammeln. Im Vergleich zum Vorjahr sind vor allem die Spenden für „Nothilfe weltweit“ angestiegen. Mit etwa 4,3 Millionen Euro machen diese Gelder 58 Prozent der Gesamtsumme aus. Knapp 3,2 Millionen Euro wurden im ersten Halbjahr zweckgebunden an das Bündnis gespendet.

▶ www.aktion-deutschland-hilft.de

WeWork Creator Awards

WeWork startet zum zweiten Mal die Creator Awards in Berlin – eine globale Initiative, die unter anderem NGOs für besondere Ideen auszeichnet. Im vergangenen Jahr hat WeWork mit diesem Konzept weltweit über 17 Millionen US-Dollar an 187 Gewinner ausgeschüttet, darunter über eine Millionen Dollar auch an deutsche Gründer. Bewerbungsschluss ist am 28. September.

▶ www.we.co/applyberlin

Drei Fragen an … Hans-Conrad Walter

Der Kulturmanager blickt auf zehn Jahre KulturInvest!-Kongress zurück

? Wie sahen die Anfänge von Causales aus?

Als Kulturmanager beim Land Berlin habe ich vor Agenturgründung viele Großprojekte über die Beteiligung von Sponsoren finanziert und dadurch deren Durchführung überhaupt erst möglich gemacht. Meine Mission dabei war immer, nicht auf hohem Niveau zu betteln, sondern nutzenorientiert auf die potenziellen Sponsoren zuzugehen. Der Erfolg hat mich auf die Idee gebracht, Kulturanbieter und Wirtschaftsunternehmen im deutschsprachigen Raum miteinander ins Gespräch zu bringen, beide Partner als professioneller Dienstleister zu beraten und dafür einen Markt aufzubauen. Nach 15 Jahren Agenturtätigkeit können wir heute von einem Kulturmarkt in Europa sprechen, auf dem die Kulturmarken, die Anbieter und die Kulturmanager, die sie steuern, die Akteure sind.

Hans-Conrad Walter …

… ist Kulturmanager, Sponsoringexperte und Geschäftsführender Gesellschafter der Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH.

? Wie sind Sie auf die Idee eines KulturInvest!-Kongresses gekommen?

Jeder Markt hat seine Messe, auf der Wissen transferiert wird und Trends aufgezeigt werden. Weil auch wir die Akteure des Kulturmarktes und deren Förderer in einem lebendigen Format miteinander ins Gespräch bringen wollten, haben wir vor zehn Jahren den ersten KulturInvest!-Kongress organisiert, der heute der größte Kongress für Kulturanbieter und -förderer in Europa ist und im November unter dem Motto „100 Impulse im Spannungsfeld von Ästhetik und Effizienz" in Berlin stattfindet.

? Welchen Nutzen stiftet der Europäische Kulturmarken-Award?

Als wir Causales gegründet haben, scheuten Entscheidungsträger im Kulturbetrieb die Themen Marketing, Marke und Sponsoring, haben sie mit Kommerzialität gleichgesetzt. In diese Köpfe wollten wir rein, wir haben mit dem Wettbewerb einen Paradigmenwechsel eingeleitet. Heute verstehen sich 90 Prozent aller Kulturanbieter als erfolgreiche Kulturmarke und wollen mit Wirtschaftsunternehmen Sponsoringpartnerschaften eingehen. ▶ www.kulturmarken.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

Schöner scheitern … mit Give-Aways

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

Von FELIZITAS DUNEKAMP

Wer schon einmal einen Lettershop besucht hat, weiß, dass es dort sehr geordnet und sauber zugeht. Alles läuft perfekt, damit am Ende im Brief alles drin ist, was drin sein soll. Wenn eine Lettershopstraße allerdings nach dem Anfahren wie ein Kindergeburtstag aussieht, ist etwas schiefgelaufen. Aber von Anfang an …

Die Schweizerische Post führte vor Jahren das „Strafporto" für Beilagen in den Spenderbriefen ein, die zu dick, zu schwer, zu unförmig sind, eben nicht problemlos in ihren Massenverarbeitungsmaschinen verarbeitet werden können. Zur Weihnachtszeit wollte unsere Organisation ihre Spenderinnen und Spender mit einem genialen Weihnachtsgeschenk im Spendenbrief überraschen. Wir suchten nach einem leichten, flachen und einfach zu verpackenden Geschenk als Give-Away. Nach langer Suche hatten wir die Lösung: ein Seidensäckchen, das sich wiederverwenden ließ und zu Weihnachten die ideale Verpackung für Geschenke sein könnte. Außerdem überzeugte auch noch der günstige Preis. Wir ließen gleich zwei Seidensäckchen in Zellophan einpacken, damit es besser im Lettershop verarbeitet werden konnte. Wir waren uns sicher: Diese Idee ist genial, super leicht, das Format stimmte, also kein „Strafporto".

Allerdings hatten wir nicht mit der Technik des Lettershops gerechnet. Das Zellophan-Tütchen sollte einzeln maschinell angesaugt und in den Brief gesteckt werden. Doch bei jedem Ansaugvorgang blies der dafür zuständige Maschinen-Arm erstmal einen kleinen Luftstoß aus, bevor er ansaugte. Unsere federleichten Seidensäckchen nahmen diese Chance zur Flucht wahr und wirbelten fröhlich durch den gesamten Verarbeitungsraum. Es muss ein sehr farbenfrohes Bild gewesen sein: Hunderte Seidensäckchen lagen plötzlich im gesamten Lettershop verteilt anstatt im Brief.

Eine Lösung musste her, denn der Versandtermin war fixiert und wir wollten pünktlich mit unserem Spenderbrief bei den Spenderinnen und Spendern sein – innerhalb von 24 Stunden wurden alle Kapazitäten in Gefängnissen und Behindertenwerkstätten geprüft, und anschließend waren viele fleißige Hände tagelang mit dem Einpacken der Seidensäckchen beschäftigt.

Hat sich der Aufwand gelohnt? Ja, unsere Spenderinnen und Spender freuten sich über die Säckchen und bestellten sie sogar noch nach. Wir haben danach jede Beilage vom Lettershop an der Maschine erstmal testen lassen.

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

AZ fundraising

Neueste Entwicklungen im Online- und Offline-Fundraising

AZ fundraising services präsentiert das neue Fundraising-Standardwerk im Rahmen von fünf Events mit Fachvorträgen und verschiedenen Table Sessions

„Als Teilnehmer*in erhalten Sie mein neues Fachbuch im Wert von Euro 54,99 als **Geschenk!**"
Professor Dr. Michael Urselmann

Die Teilnahme lohnt sich:
Lassen Sie sich in nur drei Stunden auf den neuesten Stand des Online- und Offline-Fundraising bringen!

Fünf Veranstaltungsorte – wir kommen in Ihre Nähe!

Deutschland: Berlin - Köln - München
Österreich: Wien
Schweiz: Zürich

Weitere Informationen zu Programm, Anmeldung und Teilnahmegebühr unter:
www.online-fundraising-forum.de

„Die Situation unserer Zivilgesell

Die Zivilgesellschaft Ungarns sieht sich zunehmender Repressalien von Seiten der Politik ausgesetzt. Ähnlich wie in Polen und Russland werden NGOs und vergleichbare Akteure zusehends als „Feinde" betrachtet, die mit ihrem Engagement für eine offene, demokratische Gesellschaft nationalistischen Tendenzen ein Dorn im Auge sind.

Aron Demeter ist seit fünf Jahren für das ungarische Büro von Amnesty International tätig. Der studierte Politik- und Rechtswissenschaftler war in der Vergangenheit unter anderem als Campaigner unterwegs und zeichnet bei Amnesty Ungarn für Medienarbeit und rechtliche Fragen verantwortlich. Im Gespräch mit unserem Redakteur Rico Stehfest berichtet er über die akute Bedrohung der ungarischen Zivilgesellschaft durch die Regierungspolitik Viktor Orbáns und erläutert deren mögliche Auswirkungen auf die Arbeit von NGOs in Ungarn.

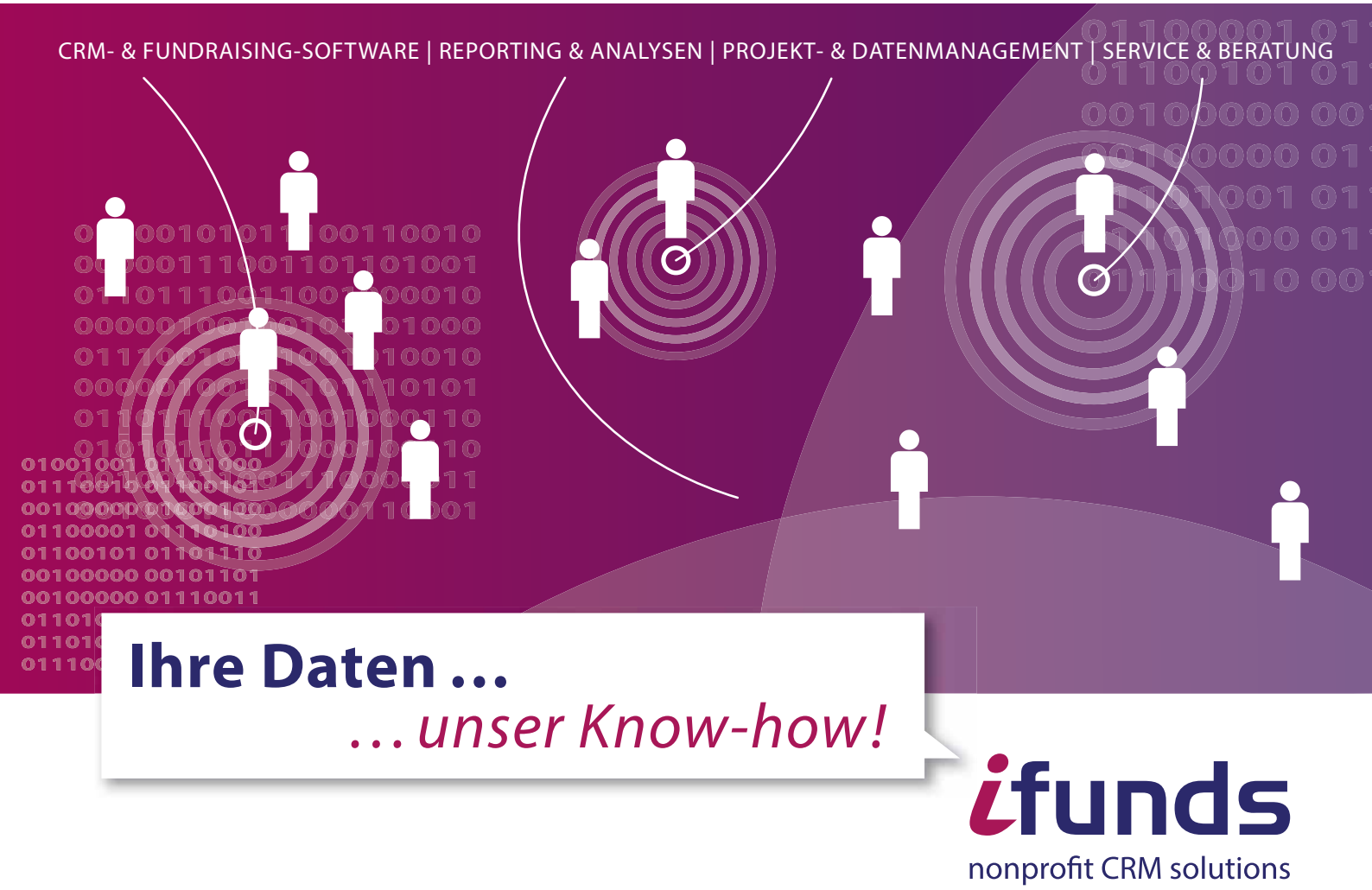
schaft ist absolut alarmierend“

? Die große Sorge, die die Zivilgesellschaft in Ungarn seit einiger Zeit umtreibt, ist die LexNGO2018. Wie ist diesbezüglich der aktuelle Stand der Dinge?

Die LexNGO2018, von der Regierung auch das „STOPPT Soros Paket“ genannt, ist Anfang Juli in Kraft getreten. Diese Regularien enthalten Änderungen beziehungsweise Zusätze zu neun Gesetzen, unter anderem Verfügungen des Strafgesetzbuches, des Polizeigesetzes, des Asylgesetzes und einigen Gesetzen im Zusammenhang mit den Landesgrenzen. Diese Gesetzesänderungen machen eine „Unterstützung illegaler Immigration“ zum Straftbestand und werden sowohl auf Personen als auch Organisationen angewandt, denen vorgeworfen wird, in „organisatorische Aktivitäten“ involviert zu sein. Gemeint ist damit konkret die Unterstützung zum einen von Personen, die Asyl suchen und zum anderen all jener, die Ungarn illegal betreten haben und versuchen, eine Aufenthaltsgenehmigung zu erhalten. Menschen, die in diesem Zusammenhang Hilfe bekommen, haben aber nicht automatisch Asyl oder eine Aufenthaltsgenehmigung beantragt. Die bloße Tatsache ihrer Unterstützung wird jetzt als Verbrechen geahndet.

? Welche Aktivitäten werden konkret darunter gefasst?

Unter anderem zählen dazu das Beobachten der Grenzen, die Aufbereitung oder Verbreitung von Informationsmaterialien beziehungsweise sie in Auftrag zu geben. Außerdem geht es um das Bilden oder Betreiben eines Netzwerkes zur Unterstützung „illegaler Immigration“. Das Problem dabei ist, dass in dem neuen Gesetzestext diese ganzen Begriffe nicht genau definiert sind. Da wird nicht genau dargelegt, was beispielsweise „beobachten“ beinhaltet oder was es bedeutet, Informationsmaterial „in Auftrag zu geben“. Es ist nicht klar, was das „Bilden und Betreiben“ oder überhaupt ein „Netzwerk“ ist. Dieser Mangel an Klarheit ist ein ernsthaftes Problem, weil Strafgesetze ganz präzise formuliert sein müssen, um jedem rechtliche Legalität zu ermöglichen, indem man ganz genau weiß, was eine Straftat ist und was nicht. ▸



An einem Montag im Juni 2018 hatte Amnesty International einen riesigen Herzballon vor dem Parlament in Budapest aufgestellt, um ungarischen Abgeordneten zu sagen, dass Menschen, die sich für ein faires und sicheres Ungarn einsetzen, geschützt – und nicht angegriffen oder bedroht – werden müssen. Das „Civil"-Symbol steht für über 250 NGOs, die in Ungarn zusammenarbeiten. Das riesige Herz ist ein Zeichen für die starke und von Herzen kommende weltweite Unterstützung: Mehr als 22 000 Menschen aus über 50 Ländern haben NGOs in Ungarn sowohl offline als auch online Unterstützungsbotschaften geschickt: Gesammelt in einer Broschüre der Solidarität wurden sie den Abgeordneten überreicht.

? Wie wirkt sich LexNGO2018 auf Ihre alltägliche Arbeit aus?

Obwohl wir bislang bei Amnesty International noch keine Maßnahmen erlebt haben, die in konkretem Zusammenhang mit der LexNGO2018 stehen, wie Durchsuchungen unserer Büroräume oder gar Verhaftungen, hat die Situation riesige Auswirkungen auf unser tägliches Leben. Die LexNGO2018 war ja in mehreren Versionen seit Februar anhängig. Es kostet uns immensen Zeitaufwand und Energie, uns auf die möglichen Konsequenzen vorzubereiten. Es ist wirklich wie das Damoklesschwert: Es hängt über unserem Kopf, und wir wissen nicht, wann es uns treffen wird. Die ungarische Regierung verfolgt diese Anti-NGO-Kampagne seit 2013, aber mit den veränderten Gesetzen kam es kürzlich zu einer deutlichen Wende: Es geht jetzt nicht mehr „nur" um üble Nachrede und das Bashing von kritischen NGOs. Wir werden jetzt mit strafrechtlichen und steuerlichen Sanktionen bis hin zu Gefängnis bedroht!

? George Soros' Stiftung hat im August ihre Budapester Büros geschlossen und ist vorübergehend nach Berlin gegangen. Was bedeutet das für die Zivilgesellschaft in Ungarn?

Die Tatsache, dass die Open Society Foundations (OSF) Ungarn verlassen haben, ist unbeschreiblich traurig und ein definitives Zeichen dafür, dass die Situation der unabhängigen Zivilgesellschaft absolut alarmierend ist. OSF waren seit 1984 in Ungarn, haben mit ihrer Arbeit also bereits vor dem Zusammenbruch des kommunistischen Regimes begonnen. Und jetzt haben sie im Jahr 2018 ein EU-Land verlassen müssen! So bedauernswert das auch ist, kann ich diese Entscheidung komplett nachvollziehen. Ich hatte mir das niemals vorstellen können, dass es dazu mal kommen würde.

In einem breiter gefassten Zusammenhang verdeutlicht das, was momentan in Ungarn passiert: Eine der größten Spendenorganisationen empfindet die Situation als derart düster, dass sie sich entscheidet zu gehen. Wir können nur hoffen, dass sie ihre Arbeit aufrechterhalten. Viele NGOs sind auf ihre Hilfe angewiesen, wenn sie mit ihrer sehr wichtigen Arbeit in Ungarn weitermachen sollen.

? Laut „Global Entrepreneurship Monitor" engagieren sich mehr als sechs Prozent der berufstätigen Bevölkerung Ungarns in irgendeiner Form für „Social Entrepreneurship". Welche Entwicklungen sehen Sie hier?

NGOs und andere Körperschaften der Zivilgesellschaft gehören zu den Akteuren mit dem höchsten Vertrauen in Ungarn. Viele Menschen unterstützen sie auf die eine oder andere Weise, was natürlich sehr gut ist. Da ist aber ganz offensichtlich noch Luft nach oben. Organisationen, die auf Mitgliedern aufbauen (wie beispielsweise Amnesty Ungarn), haben häufig damit zu kämpfen, Unterstützer als Mitglieder zu gewinnen. Das liegt daran, dass eine Mitgliedschaft oftmals mit der Mitgliedschaft in einer politischen Partei gleichgesetzt wird. Und das hat seit der kommunistischen Ära einfach einen schlechten Beigeschmack. Aktuell gibt es zweifelsfrei sehr viel Aufmerksamkeit für NGOs. Viele, die zuvor noch nie etwas von uns gehört hatten, merken plötzlich, dass es hier in Ungarn Organisationen gibt, die sich für den Schutz der Menschenrechte einsetzen und das Land zu einem besseren Ort machen wollen. Wir sind angesichts der aktuellen Entwicklungen dankbar für jeden, der den Mut aufbringt, für uns einzutreten und uns öffentlich zu unterstützen. In diesem Land gibt es eine Menge mutige Leute, die der Regierung ihre Propaganda einfach nicht abkaufen.

© Zentrum Paul Klee Bern

Der Schweizer Stiftungstag 2018

30. proFonds-Tagung

Mittwoch, 7. November 2018
Zentrum Paul Klee, Bern

Als proFonds-Mitglied profitieren Sie von einer stark reduzierten Teilnahmegebühr.

Mehr als 25 Jahre Lobbying, Beratung, Weiterbildung, Wissens- und Erfahrungsaustausch im Gemeinnützigkeitswesen.

Werden Sie Teil des Netzwerks.
Treten Sie bei! www.profonds.org

proFonds
Dachverband
gemeinnütziger
Stiftungen
der Schweiz

Kleine Büro-Helfer für mehr Kreativität ...

Ein gutes Arbeitsklima erhöht die Kreativität. Manche Menschen haben deshalb Pflanzen im Büro, andere lustige Fotos an der Pinnwand, eine Lieblings-Kaffeetasse, ein Modellauto oder ein Urlaubs-Souvenir, einen lebensgroßen Pappaufsteller vom Nationaltorhüter oder vielleicht eine glitzernde Einhorn-Skulptur ...

Wir fragten diesmal die Leserinnen und Leser des Fundraiser-Magazins: Was gibt es (Unnützes) in Ihrem Büro, das für Sie die Arbeitsatmosphäre verbessert?
Und wie sieht das bei Ihnen auf Arbeit aus? Schreiben Sie uns und senden Sie uns ein Foto von Ihren persönlichen Kreativitäts-Helfern an *meinung@fundraiser-magazin.de*

„Etwas Nostalgie in meinem Büro: Das ist ein zwei mal zwei Meter großes Gemälde, welches mein Bruder von meinem Vater, meinem Opa und meinem Uropa gemalt hat. "

Alexandra Sievert-Heidemann
Sievert Druck & Service GmbH

„Da ist mir doch gleich mein kleiner Büroklammer-Piepmatz aufgefallen, der bei jeder Bewegung lautstark piept. Wenn er zu oft auf sich aufmerksam macht, wird er auf die Fensterbank verbannt und muss schweigen."

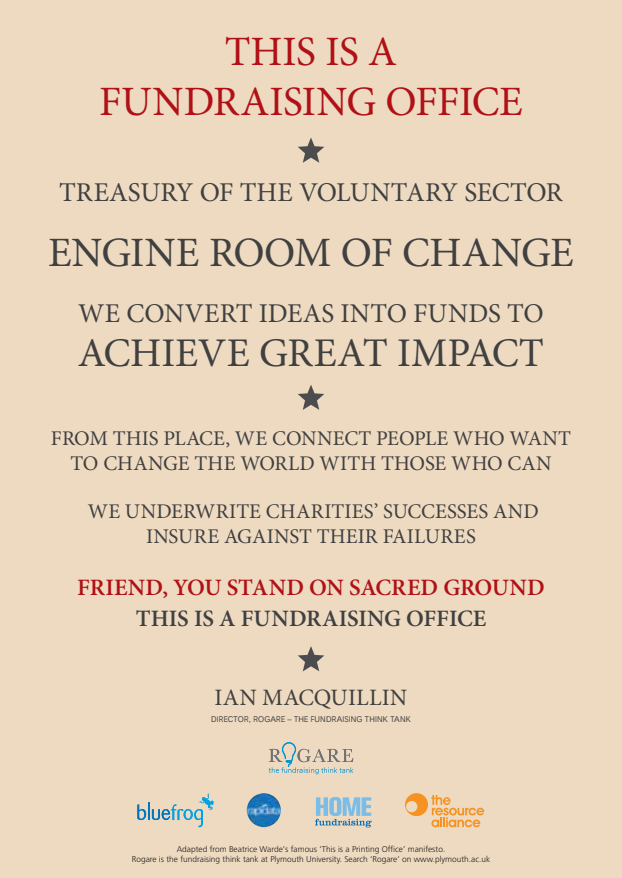
Gaby Groeneveld, WWF Deutschland

„Hier möchten wir unsere David-Hasselhoff-Maske ins Rennen schicken. Als Organisation mit Sitz im wunderschönen Magdeburg hat The Hoff eine ganz besondere Bedeutung für uns – war er doch maßgeblich am Fall der Mauer beteiligt. ;) Außerdem ist er für uns das personifizierte Empowerment: In seiner langen Karriere hat The Hoff zweifellos viele Höhen erlebt, aber auch einige Tiefpunkte. Doch er hat nie aufgegeben und nimmt sich selbst nicht so ernst. Wenn das kein Erfolgsrezept ist!? Wenn's hier also – auch im Fundraising – mal nicht so läuft, wie wir es uns wünschen, fragen wir uns: Was würde David Hasselhoff tun? Und dann geht's weiter."

Linda Wolf
Eltern-AG

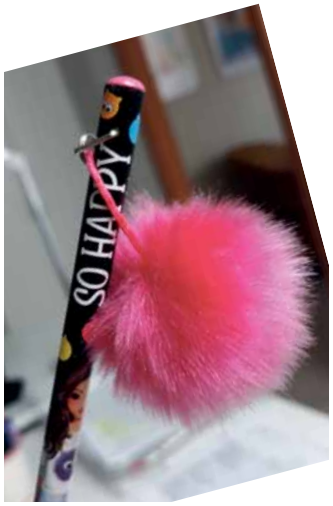
„Herrlich inspirierend mit Humor und Selbstvertrauen bringt Ian MacQuillins Poster die Hauptaufgaben des Fundraisings auf den Punkt. Es hing schon in meinen Büros in den USA an der Wand und jetzt bei mir und meinen Kolleginnen in Zürich gleich in zweifacher Ausführung."

Julie Berthoud-Jury
Ärzte ohne Grenzen Schweiz



„Wir haben an unseren Büroschränken ein bisschen was zur Aufheiterung für unsere kleine Abteilung aufgehängt …“

Corinna Heck
Don Bosco Mondo e.V.



„Zum Einzug in mein neues Büro hat mir mein Freund einen ‚So Happy Pencil‘ mit einer pinken Bommel geschenkt – eine absolute Anregung, kreativ zu arbeiten.“

Ann Stürzebecher
IFB-Stiftung

Etwas weniger fröhlich – aber ebenso besonders – schaut dieser hölzerne Büropartner drein. „Er stammt von einer Projektreise, die uns in ein fernes Dorf im Bwindi-Nationalpark in Uganda führte. Nach einem Besuch bei den heimischen Berggorillas machte auf einem kleinen Markt ein etwa 15-jähriger Junge mit seiner Interpretation von Kunst auf sich aufmerksam, die sich doch sehr von den üblichen, perfekt, glatt und ästhetisch hergestellten Holzmasken und -figuren unterschied, die dort angeboten wurden. Das Tolle an der kleinen Holzfigur: Sie hilft beim Stressabbau und gegen Ärgernisse jeglicher Art, weil sie in der Lage ist, kurzfristig den Namen unterschiedlichster, dafür verantwortlicher Personen anzunehmen. Alles weitere ist Kopfsache – oder Zauberei.“

Alexander Thurow
marketwing GmbH

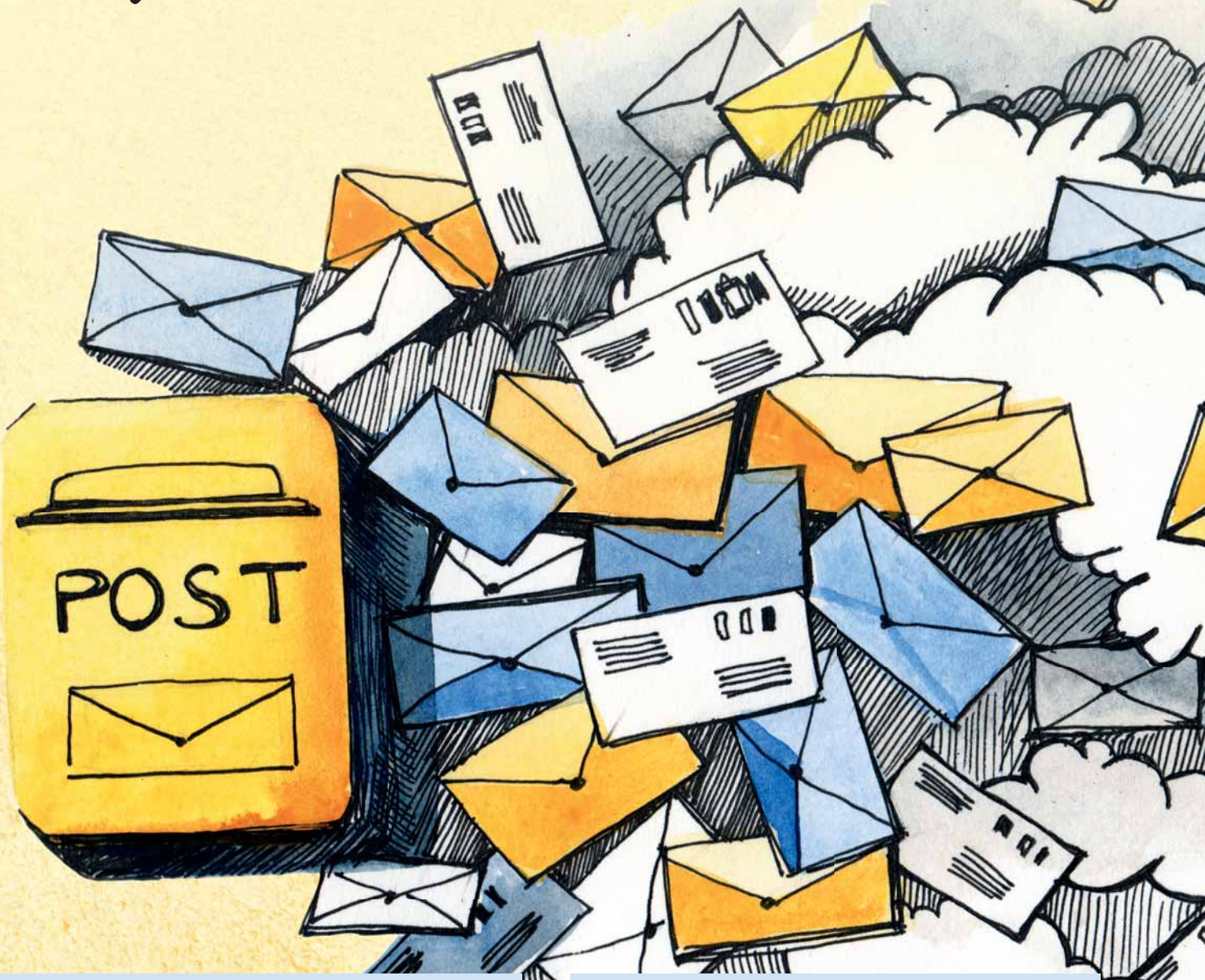
„Push the button! Mit unseren Soundmachines treffen wir auch ohne Worte immer den richtigen Ton. Hinter den vielen Tasten verbergen sich allerhand Geräusche wie Applaus, Trommelwirbel, aber auch etwas fiesere Töne … “

Sven Hollenbach
adfinitas GmbH

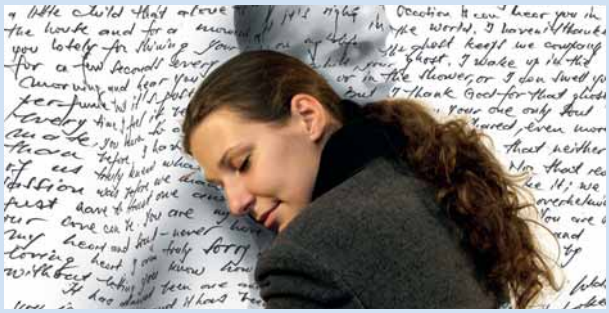
„Ich mag die solarbetriebene asiatische Winke-Katze sehr, sie ist festes Inventar! Auch wenn das ständige Ticken (bei jeder Wink-Bewegung) die meisten meiner Büro-Besucher stört oder ihnen zumindest auffällt: Ich höre es inzwischen nicht mehr.“

Özlem Yılmazer
Graf Recke Stiftung

Spendenbriefe



Mit Herz, Hirn und Hand



Bilder können Aufmerksamkeit erregen oder Sachverhalte visualisieren. Aber das Wort hat das letzte Wort. Wie Sie erfolgreiche Spendenbriefe schreiben. Seite 20

Wie baue ich eine Hausliste auf?

Auch im Jahr 2018 ist das postalische Mailing das erfolgreichste Instrument, um in großer Zahl Menschen zu erreichen und Spenden zu gewinnen. So finden Sie die Adressaten. Seite 22

Spendenbriefe vor Gericht

Wenn sich Dienstleister und gemeinnützige Organisationen vor Gericht treffen ... Ein aktuelles Urteil in Deutschland definiert den Erfolg von Direct Mails. Seite 27

Mailing-Erfolge im Vergleich

Mit dem Direct Mail Panel lassen sich jederzeit Mailing-Ergebnisse mit denen der Mitbewerber vergleichen und damit besser einordnen. Das schon 2009 entwickelte Benchmark-Angebot ist im laufenden Jahr grundlegend modernisiert worden. Seite 24

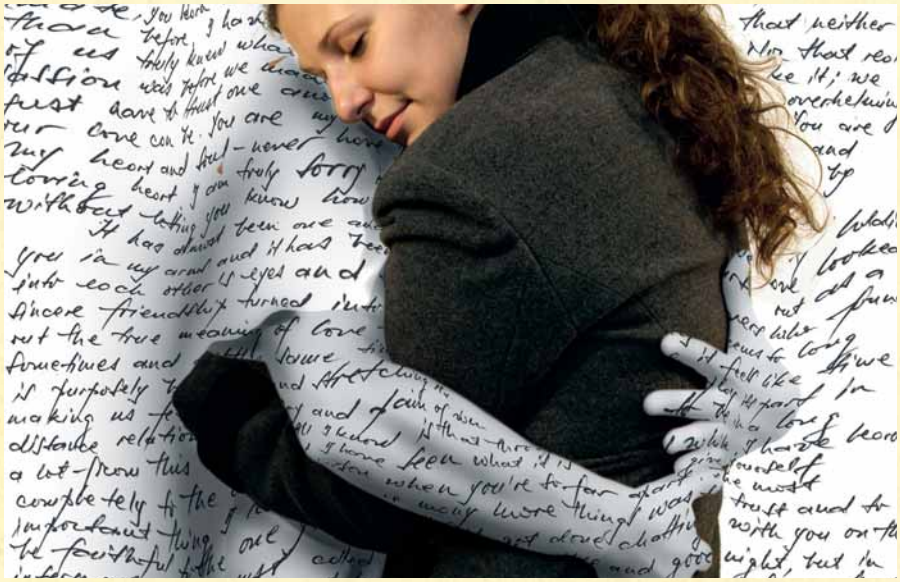
Alternative zum Post-Monopol

In Deutschland und der Schweiz gibt es bereits alternative Postzusteller. Ganz anders ist die Situation in Österreich. Seite 28

Mit Herz, Hirn und Hand

Wie Sie erfolgreiche Spendenbriefe schreiben

Hoffentlich haben Sie schon einmal einen Liebesbrief geschrieben. Dabei ist Ihnen bestimmt bewusst geworden, wie wichtig das Wort ist, wenn Sie eine Handlung auslösen wollen. Bilder können Aufmerksamkeit erregen oder Sachverhalte visualisieren. Aber das Wort hat das letzte Wort: Mit ihm erreichen Sie das Ja zu Ihrem Kommunikationsziel. Das ist schon immer so gewesen – nicht erst, seitdem neuerdings der Leitsatz „Content is King" die Runde macht und Storytelling zur Queen gekürt worden ist.



Von STEFAN MEIER

Eine gute Geschichte ist im Fundraising seit eh und je ein Erfolgsfaktor, denn Menschen lieben Geschichten. Geschichten verdichten komplexe Inhalte zu fassbaren Bildern, gehen tief, berühren uns emotional – und vor allem: Sie bestimmen unsere Entscheidungen. Beschreibendes und Erklärendes sind hingegen Textbestandteile, die weit weniger haften bleiben und Handlungen auslösen.

Herz – die Mikrogeschichte

Hilfswerke können bei Geschichten normalerweise aus dem Vollen schöpfen. Egal, ob es um Menschen, Tiere oder die Umwelt geht: Stets gibt es Helden sowie Konflikte, die gelöst werden müssen – natürlich mit Hilfe der Spender.

Wenn Sie eine gute – das heißt authentische, relevante und nahegehende – Geschichte haben, ist das weit mehr als die halbe Miete. Wie Sie die Geschichte erzählen, kommt erst an zweiter Stelle. Denn wie allgemein im Dialogmarketing gilt auch im Fundraising: Der Inhalt ist wichtiger als die Form. Natürlich verstärken Sie den Rücklauf, wenn Sie eine gute Geschichte auch gut erzählen. Aber der Inhalt bildet das unabdingbare Fundament. Und mehr als nebenbei gesagt sollte Ihr Mailing Menschen erreichen, die Ihrem Anliegen gegenüber affin sind. Sonst nützt Ihnen der beste Text nichts.

Eine Geschichte umfasst im Fundraising die folgenden Elemente:

- den Helden: zum Beispiel eine gehörlose Frau
- das Motiv: Die Frau sucht eine Arbeitsstelle.
- die Handlung bzw. den Konflikt: Die Frau erhält eine Absage nach der anderen, offensichtlich nur aufgrund ihrer Gehörlosigkeit.
- die Lösung bzw. den Problemlöser: Die Frau wendet sich an die Gehörlosenorganisation XY und erhält dort rechtlichen Beistand. Daraufhin findet sie eine Stelle.

Von Fall zu Fall können auch Ort und Zeitpunkt relevant sein: Wo und wann die Geschichte passiert ist. Am besten beginnen Sie gleich mit einer dramatisierenden

Dialogische Sprache

- Spenderperspektive beachten: Was suchen sie? Nicht nur: Was wollen wir?
- durchgehender Argumentationsfluss, keine Seitenkanäle
- glaubhaft argumentieren, Wichtiges begründen, innere Zustimmung auslösen
- runde, schlüssige Übergänge von einem Aspekt zum andern
- allgemeine Aussagen mit konkreten Beispielen auflösen
- Wichtiges wiederholen
- einfach schreiben: keine Schlangensätze – ein Satz, ein Gedanke
- lebendige, leichtfüßige Sprache mit vielen aktiven Verben
- anschaulich schreiben, Bilder im Kopf erzeugen, erzählen
- die Leser möglichst oft persönlich ansprechen
- Füllwörter sind erlaubt, aufs Sprachgefühl achten

Szene – eine Einleitung langweilt Ihre Leser nur. So könnte im erwähnten Beispiel der Anfang wie folgt lauten: „Sie liest den Brief noch einmal und schüttelt den Kopf. Ihre Hände zittern. Sie sucht einen neuen Job und hat schon wieder eine Absage erhalten. Anna ist 30 Jahre alt und von Geburt an gehörlos." Das ist ein bewährter Weg, Spannung aufzubauen. Beginnen Sie mit dem Einzelfall, dem Detail, dem Konkreten. Das versteht der Leser auf Anhieb, so bleibt er dran. Zoomen Sie von dieser Nahaufnahme dann auf die Gesamtlage.

Hirn – die Makrogeschichte

Das Allgemeine, die Fakten und Beweise braucht es ebenfalls – die Makrogeschichte. Denn wir entscheiden uns zwar vor allem, aber nicht nur unbewusst von Emotionen geleitet. Sagen Sie Ihren potenziellen Spendern auch, was Ihr Hilfswerk zur Lösung des Problems beiträgt und welche Erfolge Sie schon erzielt haben. Es muss Hoffnung geben – aber Sie sind auf jeden Euro angewiesen.

Hand – Auslösen der Handlung

Ohne „Call to Action" werden Sie kaum eine Reaktion auslösen. Sagen Sie deshalb am Schluss, was man tun soll und wie – zum Beispiel mit dem Überweisungsträger eine Spende überweisen. Werden Sie nun wieder konkret und informieren Sie den Leser, wie Sie sein Geld genau einsetzen, was er damit Gutes bewirkt.

Ebenso wichtig ist die Headline. Am besten wenden Sie sich darin an den Leser und bringen auf den Punkt, um was es geht, zum Beispiel so: „Unterstützen Sie die Berufschancen gehörloser Menschen". Wenn Sie im Briefkopf das Foto des Verfassers platzieren (was Sie tun sollten), können Sie die Headline daneben als Statement in Anführungszeichen setzen. So sprechen Sie den Leser sofort und direkt an. Setzen Sie zudem Zwischentitel, bei zweiseitigen Briefen sind sie ein Muss, und heben Sie im Fließtext wichtige Aussagen hervor – höchstens fünf Wörter auf einmal. Last but not least beinhaltet das PS idealerweise den Kern Ihres Anliegens auf höchstens drei Zeilen inklusive einer Handlungsaufforderung.

Stefan Meier ist seit 30 Jahren Texter und Konzeptioner im Print- und Digitalbereich für handlungsauslösende Kommunikation. Er arbeitet als Freelancer und hat viel Erfahrung im Fundraising. Zudem gibt er sein Wissen weiter, unter anderem in individuellen Firmen-Workshops.
▶ www.direktmeier.ch

koopmanndruck
Mehr Wert für Kommunikation.

Einfach intelligent.
Papier mit IQ – für Kommunikation, die mehr kann. Von Card-in® bis KD Easy®.

Fundraisingtag Berlin-Brandenburg | 20.09.2018 in Berlin
Wir freuen uns auf Ihren Besuch an unserem Stand
Spezialdruck mit Medienintegration
Qualitätsdruck für Direktmarketing
Endlosdruck für Massenkorrespondenz
KD Easy® Komplettlösungen
www.koopmann.de

Wie baue ich eine Hausliste auf?

Potenzial analysieren, Strategie entwickeln, investieren

Auch im Jahr 2018 ist das postalische Mailing das erfolgreichste Instrument, um in großer Zahl Menschen zu erreichen und Spenden zu gewinnen. Die Zahl konkurrierender Spendenorganisationen war vor Jahren überschaubarer, das Porto war günstiger und Neuspender-Mailings mehr als kostendeckend. Datenschutz war schon ein Thema, aber der aktuelle Mehraufwand ist nicht zu unterschätzen.

Von ANJA RAUBINGER

Ginge Fundraising nicht einfacher? Ein paar Großspender und die Masse über Online-Fundraising? Die Ergebnisse und geringe Nachhaltigkeit im Online-Fundraising haben viele Organisationen ernüchtert. Es hat sich gezeigt: Im Rahmen eines Fundraising-Mixes müssen alle Instrumente beleuchtet werden. Es geht aber am Ende nicht darum, das eine gegen das andere auszuspielen. Multi-Channel-Fundraising, Integriertes Fundraising muss das Motto sein, um eine gute Spenderbasis zu bekommen und konstant zu pflegen.

Herausforderungen und Merkmale einer guten Hausliste

Fünf bis zehn Prozent ihrer Spender verlieren Organisationen pro Jahr (Sterbefälle, Einstellen der Spendenaktivität, unbekannt Verzogene etc.). Ein weiterer Trend: Die Zahl der Spendenvorgänge sinkt. Dafür steigt die Höhe der Durchschnittsspende, was zur Folge hat, dass das Jahresspendenergebnis als positiv bewertet wird. Aus den Augen verloren wird, dass die Anzahl der Spender ebenfalls ein wichtiger Indikator zur Bewertung einer aktiven Hausliste ist.

Die Responsequote sollte vor allem zu Weihnachten zweistellig sein. Jeder Spender sollte zumindest theoretisch einmal pro Jahr an die Organisation spenden. Dafür müssen auch unterjährig verschiedene Spendenaufrufe zu unterschiedlichen Themen erfolgen.

Eine gute Mischung aus jüngeren und älteren Spendern, Regionen und anderen soziodemografischen Merkmalen rundet eine gute Hausliste ab. Sie bietet auch ein nicht zu unterschätzendes Potenzial für Großspenden-Fundraising und Erbschaften.

Wer bei Null startet ...

Zwei Herangehensweisen aus der Praxis: Erstens, der komplette Neustart im Fundraising, die Mischung aus sehr viel Pflicht und viel Kür. Je nach Spendenbedarf, Größe und Zielen der Organisation heißt es: Potenzial analysieren, Strategie entwickeln, investieren, Schritt für Schritt umsetzen und per Analyse sehen, ob sich die jeweiligen Parameter noch im grünen Bereich befinden. Wer bei Null startet, muss einen langen Atem und entsprechendes Startkapital mitbringen. Fundraiser von regional verankerten Organisationen wie Kliniken, Hochschulen, Museen oder Kirchen können durch gute Netzwerkarbeit und vor allem persönliche Ansprache viel erreichen. Meist müssen diese Aktionen aber von weiteren Fundraising-Maßnahmen begleitet werden.

Ausführliche Analyse der Daten

Zweitens: eine Organisation mit vielen Spendern und noch mehr Adressen (inklusive Karteileichen). Hier steht am Anfang

eine ausführliche Analyse der Daten. Die Fundraising-Statistik klärt, welche Spender aktiv, welche inaktiv sind, wer als Großspender und wer eher als komplette Karteileiche anzusehen ist. Dann kann im nächsten Schritt geplant werden, wie man schlummernde Potenziale hebt und den natürlichen Verlust der Hausliste auffängt, natürlich alles unter Beachtung der Kosten-Nutzen-Gesichtspunkte und des Datenschutzes.

Planbarkeit und Fundraising-Mix

Es geht aber auch anders, wie ein reales Beispiel zeigt. Eine international vernetzte Gesundheitsorganisation, die über einen kleinen Bestand an Spendern beziehungsweise Adressen in Deutschland verfügte, aber noch über keine gut ausgebaute Hausliste, wickelte viele Spenden über Großspender und Unternehmenskontakte ab. Oft war dringend Geld nötig. 100 000 Euro betrug die Finanzierungslücke pro Jahr. Lange wurde viel diskutiert, die Themen Mailings, Neuspenderwerbung und anderes immer wieder verworfen. Durch einen neuen Vorstand und eine Fundraiserin konnte endlich professionelles Fundraising angestoßen werden. Nach einer Analyse wurden Vorschläge für Fundraising-Maßnahmen eingeholt. Man wollte endlich von der Finanzierungslücke weg und einen Überschuss von 250 000 Euro erreichen. Es war klar, dass schnell und mit langem Atem investiert werden musste. Von anfangs nur 1400 Adressen wurde das Ziel von 5000 Spendern definiert. Der Plan zur Gewinnung der Neuspender wurde Jahr für Jahr genau eingehalten. Sie wurden klassisch über postalische Mailings und Zeitungsbeilagen gewonnen. Die Spender wurden gut über die Arbeit der NGO informiert und erhalten nun regelmäßig Mailings zu ganz unterschiedlichen Themen.

Und natürlich darf im Fundraising-Mix auch das Instrument Telefon nicht vergessen werden. Die Stichwörter: Spenderbindung und -entwicklung.

Viele NGOs arbeiten immer noch semiprofessionell. Gerade dann bietet das Ziel, eine stabile Hausliste aufzubauen, eine gute Handreichung, um für die Zukunft mehr planbare Spenden zu erhalten.

Anja Raubinger ist Geschäftsführerin der van Acken Fundraising GmbH und der van Acken Druckerei und Verlag GmbH. Analysen, Beratung, Strategie, Kreation, Produktion und Telefon-Fundraising sind unter einem Dach versammelt. Sie berät und unterstützt operativ und strategisch mit ihrem Team bundesweit u.a. humanitäre Hilfswerke, Stiftungen, Kliniken und Vereine im Fundraising.
▶ www.van-acken.de

BEIM GÜNSTIGEN VERSAND IHRER SPENDENMAILINGS SIND SIE BEI UNS AN DER RICHTIGEN ADRESSE.

JETZT PORTO SPAREN UND UNVERBINDLICHES ANGEBOT ANFORDERN: +49(0)40 3019 – 8040

20 % PORTO-ERSPARNIS

TAGGENAUE ZUSTELLUNG

DEUTSCHLANDWEIT

BAUER BPN POSTAL NETWORK

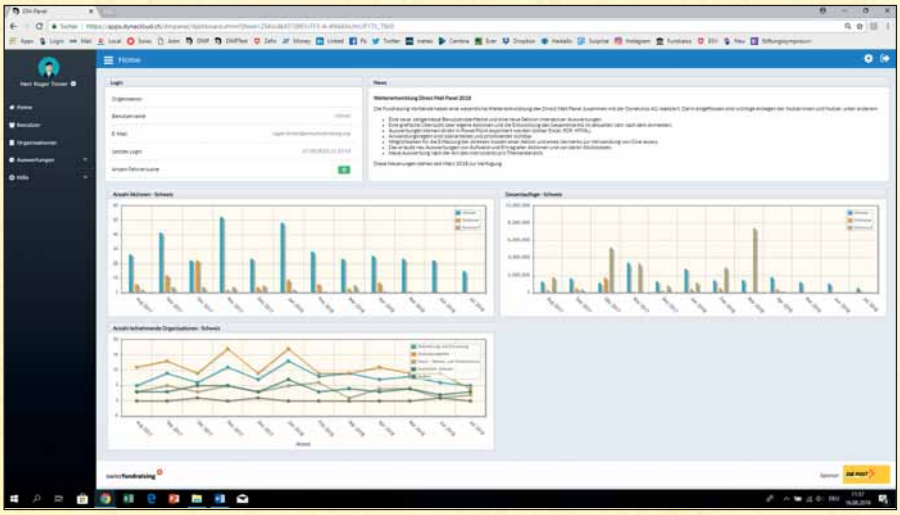
www.bauer-postal-network.de

Mailing-Erfolge im Vergleich

Das Direct Mail Panel verschafft einen differenzierten Einblick

Mit dem Direct Mail Panel können Fundraiser jederzeit Mailing-Ergebnisse mit denen der Mitbewerber vergleichen und damit besser einordnen. Das schon 2009 entwickelte Benchmark-Angebot ist im laufenden Jahr grundlegend modernisiert worden.

Von ANDREAS CUENI



Cockpit beim Einstieg ins Direct Mail Panel mit interaktiven Grafiken über die eingetragenen Aktionen der letzten zwölf Monate

Mit dem Direct Mail Panel stellen die deutschsprachigen Fundraising-Verbände Organisationen eine Software zur Verfügung, um Umfang und Ergebnisse der Direktmarketing-Spendenaktionen in gedruckter Form zu registrieren und mit anderen zu vergleichen. Ihre Verteilung übers Kalenderjahr lässt sich damit sehr genau beobachten und interpretieren, ebenso die Rücklaufquoten und Durchschnittsspenden. Die maßgebenden Werte liegen für Mailings an bestehende Spender wie für solche zur Neugewinnung vor, für adressierte wie für teilpersonalisierte Aktionen. Das Panel verzeichnet die real vermessenen Ergebnisse, also das, was pro Aktion wirklich in harter Währung reinkommt, in Tabellen und Grafiken.

Länderübergreifender Vergleich

In Österreich und Deutschland können Organisationen das Instrument seit 2015 einsetzen. 2016 registrierten im kleineren Land ein Dutzend Organisationen mehr als hundert Aktionen mit den eigenen Spendern, wobei die Durchschnittsspende um die 25 Euro und der Rücklauf um die 13 Prozent lag. Zwei Dutzend adressierte Akquisitions-Aktionen kamen auf eine ähnliche Durchschnittsspende und einen Rücklauf von 2,5 Prozent.

Die rund 20 am Direct Mail Panel des Deutschen Fundraising Verbands teilnehmenden Organisationen registrierten im gleichen Jahr alleine Auflagen und Ergebnisse von 239 Direktmarketing-Aktionen, die insgesamt 78 Millionen Euro brachten. Davon kommt natürlich der Löwenanteil von Versendungen an eigene Adressen, die einen Spendendurchschnitt von 56 Euro und einen Rücklauf von 5,5 Prozent erzielten. Der Gewinnung von Neuspendern dienten immerhin 36 der 239 verzeichneten Aktionen. Vier waren Hauswürfe, und die 32 adressierten Aktionen erzielten im Durchschnitt einen Rücklauf von 1,2 Prozent und eine Spende von 37 Euro.

Studium des Direktmarketings

In der Schweiz dient die Software 56 Non-Profit-Organisationen dem Studium des Direktmarketings. Sie haben 2017 genau 510 Aktionen in die Datenbank eingebracht und damit eine Steigerung des registrierten Spendenvolumens von 15 Prozent gegenüber dem Vorjahr: von 103 auf 119 Millionen Franken. Inhouse ist ein Rücklauf von 9 Prozent und eine Spende von 65 Franken Standard, Outhouse 2,2 Prozent und 42 Franken. Fast die Hälfte der für 2017 im Schweizer Direct Mail Panel addierten Auflage geht auf unadressierte Streuwürfe zurück; ihre Zahl hat sich gegenüber Vorjahren verdoppelt, und sie hatten eine durchschnittliche Auflage von über 700 000 Exemplaren, mit Rücklauf von einem halben Prozent und Spenden von 64 Franken. Dieses Instrument ist also in den letzten Jahren in der Schweiz weitaus populärer geworden als in den Nachbarländern.

Rückgang beim Rücklauf

Leider ist 2016 beim Rücklauf beider Instrumente ein deutlicher Rückgang zu beobachten. Dass dafür die Höhe der durchschnittlich geleisteten Erstspende leicht steigt, gleicht den Verlust beim Rücklauf nicht aus. Ganz ähnliche Beobachtungen müssen auch für Versendungen an die eigenen Spender gemacht werden. Innerhalb der Eidgenossenschaft können Fundraiser die Ergebnisse nach Sprachregionen separat erfassen und so auch Differenzen im Verhalten studieren.

Das Direct Mail Panel ermöglicht also Vergleiche über die Landes- und Sprachgrenzen hinweg. Die Verbände der Schweiz, Deutschlands und Österreichs bieten grundsätzlich

das genau gleiche System für die Datenerfassung und -auswertung an. Innerhalb der Software sind einige Begriffe landestypisch angepasst.

Knifflige Entscheide für das System

Das Direct Mail Panel hat den Vorteil der Neutralität – nicht, weil es aus der Eidgenossenschaft kommt. Es ist von einem Verband entwickelt worden, der wie eine Genossenschaft funktioniert: den Mitgliedern Leistungen auf möglichst günstiger Grundlage und ohne Profitabsicht anzubieten. In der Jahresrechnung von Swissfundraising ist jedes Jahr nachzulesen, was der Verband in die Entwicklung des Projekts investiert und was er dafür an Nutzerabgaben erhält. Hier werden also nicht Daten produziert, um sie danach zwecks Promotion von weiteren Produkten zu deuten. Wo die nationale Post, wie für Deutschland und die Schweiz, als Sponsor auftritt, ist die Teilnahme für 300 Euro oder Franken möglich; in Österreich ist die Jahresgebühr doppelt so hoch.

Das Direct Mail Panel ist keine allumfassende Datensammlung zum Direktmarketing. Die Arbeitsgruppe von Swissfundraising, die 2009 zusammen mit der Zürcher Dynelytics AG die Software entwickelte, entschied sich bewusst für einen Mittelweg zwischen einer Kompletterfassung und einer ganz simplen Anwendung. Wichtig war, dass die User das Instrument konsequent nutzen, sodass die Datenerfassung pro Aktion in ein paar Minuten machbar ist. Die obligatorischen Einträge umfassen nur Auflage, Durchschnittsspende und Rücklaufquote.

Bewusst verzichtete man damals auf einen Zwang, neben den Erträgen auch die Aktionskosten erfassen zu müssen. Seit 2018 ist aber den Anwendern die Möglichkeit gegeben, diese auf freiwilliger Basis einzubringen und sich damit zusätzliche Auswertungen über den Nettoertrag und das Verhältnis von Aufwand und Ertrag zu erschaffen.

Wer kann welche Werte sehen?

Von Anfang an war ferner Diskretion eine Leitlinie. Jede Organisation sieht nur die eigenen Daten und das Total aller Teilnehmer. Die Verbände und die Sponsoren erhalten ebenfalls nur die Gesamtauswertungen und keinen Einblick in einzelne Aktionen. Was aber machbar und enorm spannend erscheint, sind Analysen innerhalb eines Themenbereichs. So lässt sich zum Beispiel ablesen, ob Organisationen im Umweltbereich höhere oder tiefere Durchschnittsspenden erhalten als solche in der internationalen Zusammenarbeit, oder ob die Sozialhilfe im Inland ertragreicher ist als Mailings im Gesundheitsbereich. Die Teilnahme am Direct Mail Panel bietet nicht nur Vergleiche von Aktionsergebnissen ... ▸

Mailing-Expertise für Ihren Fundraising-Erfolg.

Fundraising-Mailings sind Erfahrungssache.
Weshalb? Weil es eben nicht mit der guten Idee allein getan ist.

Die perfekte Balance ist es, die Ihre Mailing-Kampagne erfolgreich macht: Die Balance zwischen kreativer Spannung und Pragmatismus, Technik und Passion, Fakten und Emotion, Information und Aktivierung. Ein ausbalanciertes Verhältnis zwischen Aufwand und Ertrag ergibt sich dann von selbst für Sie.

Aus 30 Jahren Fundraising-Erfahrung generieren wir Mailing-Lösungen, die für unsere Kunden funktionieren. Nichts anderes.

pDirekt

Mailing-Expertise für Ihren Fundraising-Erfolg.

Tel. 0721/62 69 38-0

Gritznerstr. 11 · 76227 Karlsruhe
info@pdirekt.de · www.pdirekt.de

... online, sondern die Verbände ermöglichen auch einen persönlichen Austausch unter den Teilnehmenden. So können Fachspezialisten im Direktmarketing der Organisationen einander kennenlernen und ihre Erfahrungen austauschen.

Die Swissfundraising-Fachgruppe tagt zweimal jährlich und behandelt Fallstudien einzelner NPO und Panel-Tendenzen. Mehr als 30 Teilnehmende sind die Regel geworden. Der Fundraising Verband Austria (FVA) lädt quartalsweise in die Geschäftsstelle ein und lässt geografisch ferne Nutzer per Konferenzschaltung teilhaben.

Neue Funktionen für mehr Nutzungsmöglichkeiten

Die seit März 2018 verfügbare Weiterentwicklung der Software brachte eine ganze Reihe von wesentlichen Neuerungen:

- Eine neue, zeitgemäße Benutzeroberfläche und eine neue Sektion interaktiver Auswertungen gehören ebenso dazu wie eine grafische Übersicht über die eigenen Aktionen einer Organisation und die Entwicklung des Gesamtmarkts im aktuellen Jahr nach den Anmeldungen. Die Ergebnisse der Instrumente Inhouse-Briefe, Neuspender-Mailings und Streuwurf lassen sich pro Themenbereich – Soziales Inland, Entwicklungszusammenarbeit, Umwelt, Behinderung und Erkrankung – darstellen.
- Auswertungen können direkt in PowerPoint exportiert werden (bisher Excel, PDF, HTML).
- Die Anwendungsregeln für eine einheitliche Datenerfassung sind überarbeitet und prominenter sichtbar.
- Möglichkeiten für die Erfassung der direkten Kosten einer Aktion und eines Vermerks zur Verwendung von Give-Aways sind ergänzt. Das erlaubt nun Auswertungen von Aufwand und Ertrag aller Aktionen und von deren Stückkosten.
- Seit Juni 2018 ist zudem die Nutzerführung mit einem Klick in die französische Sprache umstellbar, was Nutzern in der Romandie die Teilnahme erleichtert.

Andreas Cueni ist seit Mitte der 1990er-Jahre als Spezialist in der Mittelbeschaffung und Öffentlichkeitsarbeit für gemeinnützige Organisationen der Deutschschweiz tätig. Seit 2001 wirkt er als selbstständiger Berater und Dienstleister für alle Gebiete des Fundraisings, mit Schwerpunkt institutionelle Geber. Er war bis 2005 Mitglied des Vorstands von Swissfundraising und arbeitet seit 2014 für diesen in einem kleinen Pensum als Fachexperte und Autor. Er engagiert sich ehrenamtlich in verschiedenen NPO-Leitungsfunktionen.

▶ www.swissfundraising.org/dienstleistungen/dm-panel
▶ www.dfrv.de/ddirect-mail-panel
▶ www.fundraising.at

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

Spendenbriefe vor Gericht

Ein aktuelles Urteil in Deutschland definiert den Erfolg von Direct-Mails

Wenn sich Dienstleister und gemeinnützige Organisationen vor Gericht treffen, hebt das oft die Verschwiegenheit auf, die eine solche Kundenbeziehung normalerweise kennzeichnet. So auch im jüngsten Fall einer Spendenorganisation, die von ihrer Agentur auf die Zahlung von Mailingkosten verklagt wurde.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Im vorliegenden Fall klagte die Agentur gegen ihren Kunden, eine gemeinnützige Stiftung. Diese hatte sich geweigert, offene Rechnungen für Spenden-Mailings im Jahr 2014 zu begleichen. Sie machte dabei den Mangel geltend, dass die Briefe nicht den nötigen Response gebracht hätten. Sie begründete das damit, dass ein Return on Investment (RoI) von 2,5 bis 3 nicht ausreichend sei, um von einem Spendenerfolg zu sprechen. Außerdem argumentierte die Organisation, dass bei zu hohen Kosten für Spendenbriefe die Gemeinnützigkeit durch zu hohe Verwaltungskosten in Gefahr geraten könnte und deshalb die Rechnungen nicht zu bezahlen seien.

Response von 1,2 ist fachgerecht

Im jetzt abgeschlossenen Berufungsverfahren hat das Oberlandesgericht München (Az.: 20 U 3536/17) am 06.04.2018 in einem Beschluss erstmals Ausführungen zur Erfolgshaftung einer Werbeagentur für die von ihr erstellten Spenden-Mailings gemacht. Das Verfahren endete durch Berufungsrücknahme der beklagten Non-Profit-Organisation, sodass das landgerichtliche Urteil des LG München I, welches die Stiftung zur Zahlung verurteilte, inzwischen rechtskräftig ist.

Das Gericht stellte fest, dass eine Agentur, die nur die Pflicht erfüllte, fachgerechte Briefe zur Spendenwerbung zu konzipieren, abzuliefern und an den vereinbarten Adressatenkreis auszusenden, ohne dass sie eine Gewähr für einen bestimmten Erfolg übernimmt, von einer Erfolgshaftung auszunehmen ist. Die beanstandeten Mailings hätten mit RoIs von 1,23 bis 3,66 auch Spenden erbracht, was das Gericht als „grundsätzlich geeignet und damit fachgerecht" einordnete.

Gemeinnützigkeit in Gefahr?

Das Risiko, dass bei einem zu geringen Spendenaufkommen die Gemeinnützigkeit des Auftraggebers aufgrund der Kosten der Werbeagentur gefährdet sei, hätte die Stiftung „sehenden Auges mit dem Engagement einer kostenintensiven Agentur in Kauf genommen, und dieses Risiko müsse sie nun auch selbst tragen."

Außerdem stellte das Gericht fest, dass die Non-Profit-Organisation, wenn sie einen Schadensersatzanspruch geltend machen will, nachweisen muss, das die etwaigen Fehler in den Spendenbriefen zu einem geringeren Spendenaufkommen führten. Das war in dem Fall nicht möglich, weil die nicht beanstandeten Briefe des Vorjahres ähnlich gestaltet waren und im Schnitt sogar geringere Responsequoten aufwiesen.

Risiko trägt die NPO

Außergewöhnlich ist dieses Urteil deswegen, weil bisher kaum gerichtliche Entscheidungen im Bereich der Spendenwerbung existieren. Nach Erfahrungen des Rechtsanwalts Ralf Rösler, der die Agentur in dem Rechtsstreit vertrat, endeten solche Verfahren, bei denen sich NPOs mit dem Argument des Verlustes der Gemeinnützigkeit gegen Zahlungsaufforderungen wehren, meist im Vergleich, allerdings nicht in diesem Fall.

Rösler empfand die Ausführungen des OLG München insoweit als „schonungslose Wahrheit". Auch der Bundesgerichtshof hatte erst am 22. März 2018 (Az.: VII ZR 71/17) geurteilt, dass „vorbehaltlich einer anderweitigen Vereinbarung der Vertragsparteien grundsätzlich der Besteller das Risiko trägt, dass mit der in Auftrag gegebenen Werbemaßnahme die gewünschte Werbewirkung tatsächlich erzielt werden kann". Klar ist nun auch, dass es keine besonderen Fürsorgepflichten einer Werbeagentur gibt, nur weil es sich bei dem Auftraggeber um eine gemeinnützige Organisation handelt. Die Regeln sind für alle gleich, und Spendenorganisationen sollten solche Risiken künftig genau abwägen, denn dieses Urteil stärkt die Agenturen.

Alternative zum Post-Monopol

Private Briefdienste sind fit für die Zustellung von Spendenpost

Die steigenden Kosten von Spendenmailings sind besonders in Deutschland immer wieder Thema. Bei teils hohen Auflagen ist neben Qualität und hoher Flexibilität bei der Zustellung vor allem das Preisangebot essenziell für Fundraiserinnen und Fundraiser. In Deutschland und der Schweiz gibt es bereits alternative Postzusteller. Ganz anders ist die Situation in Österreich.

Von KURT MANUS

Der private Postlogistiker Bauer Postal Network (BPN) hat sein Produkt „FlexMail" so optimiert, dass es im Bereich Dialogpost mittlerweile eine echte Alternative zum Marktführer Deutsche Post bietet. „Wir haben eine Lösung geschaffen, die sich nicht nur durch ihren Preisvorteil von bis zu 20 Prozent auszeichnet, sondern auch durch die Formatfreiheit – das Mailing muss im Prinzip nur in den Briefkasten passen", erklärt Stephan Hiller, Bereichsleiter bei BPN.

Auch aufgrund der taggenauen Zustellung und der kostenfreien Abholung von Druckerei oder Lettershop würde FlexMail als Dialogpost-Alternative inzwischen sehr gut angenommen und erfreut sich wachsender Beliebtheit. „Aktuell versenden wir eine Millionen Sendungen bundesweit jede Woche. Um ein hohes Qualitätsniveau sicherzustellen, werden permanente Adress- und Redresstests durchgeführt", verdeutlicht Hiller.

BPN erleichtert Umstieg

Doch der Umstieg zu einem neuen Zusteller ist immer noch kein leichtes Thema. „Wenn man über Jahre bei ein- und demselben Anbieter war, dann fällt der Wechsel selbst bei klaren Angebotsvorteilen manchmal schwer. Das kennt doch jeder von sich selbst beim Thema Mobilfunk- oder Stromanbieter. Darauf haben wir reagiert, indem wir jedem Kunden einen persönlichen Ansprechpartner zur Verfügung stellen, der die Umstellung für ihn sorgenfrei und so einfach wie möglich regelt", erklärt Hiller. „Ich kann also Dialogmarketern nur empfehlen, unser Angebot zu testen." Deutschlandweit erreicht das Unternehmen über 30 Millionen deutsche Haushalte. Mittelfristig ist angedacht, dass BPN für seine Kunden große Briefmengen konsolidiert, um diese zu guten Konditionen in bestehende Netzwerke einzuspeisen.

Nur ein Wettbewerber

Die Schweizer müssen wohl auch weiter auf eine vollständige Marktöffnung warten. Hier gilt immer noch das Briefmonopol bei Sendungen bis 50 Gramm für die Schweizer Post. Alles, was darüber liegt, darf auch von Privaten befördert werden. Einziger privater Dienstleister ist Quickmail. „Einige Organisationen sind da auch Kunde," wie Roger Tinner, Geschäftsführer von swissfundraising, weiß. Quickmail stellte im ersten Quartal 2018 fast 51 Millionen adressierte Briefe, Mailings, Kataloge und Zeitschriften zu. Das waren 8,3 Millionen und somit 20 Prozent mehr als im Vorjahr. Doch von echtem Wettbewerb ist man weit entfernt. Der Anteil des St. Gallener Unternehmens am gesamten adressierten Postaufkommen der Schweiz unter 1000 Gramm lag 2017 gerade mal bei 2,6 Prozent. Zum Vergleich: In Deutschland lag der Marktanteil der privaten Briefdienste 2017 bei 16,5 Prozent. Neben BPN gibt es dort noch weitere Anbieter wie die „mail alliance" mit ihren 120 Zustellpartnern.

Sehr günstig: Österreich

In Österreich ist der Markt zwar wie überall in der EU liberalisiert, aber niemand tritt hier als Konkurrenz der Post auf. Für gemeinnützige Organisationen mit dem Privileg der Spendenbegünstigung gibt es mit der „Sponsoringpost" auch eine sehr günstige Alternative zum normalen Postversand. Gerade mal 180 Euro zahlt man für die Mindesteinliefermenge von 1000 Briefen bis 20 Gramm. Und das umsatzsteuerfrei. Allerdings machen die langen Zustellzeiten von sechs Tagen das Produkt wenig flexibel. Günter Lutschinger, Geschäftsführer des Fundraisingverbandes Austria sieht hier aber positive Veränderungen: „Die Post hat mit dem Tarif ‚Sponsoring.Post Express', der in zwei Tagen zustellt, auf die Bedürfnisse der Organisationen reagiert." Fast 100 Millionen Spendenbriefe werden so pro Jahr versandt.

Drescher.

Druck und Dienstleistung

DIE DRESCHER GESAMTLEISTUNG MACHT DEN UNTERSCHIED!

Mit Kreativität, Kompetenz und Leidenschaft entwickeln unsere Spezialisten an Ihrer Seite zielgruppenspezifische und lösungsorientierte Konzepte, Produkte und Dienstleistungen, für ein optimales Markenerlebnis Ihrer Kunden und Ihrem wirtschaftlichen Erfolg.

Unsere Leistungen im Überblick

· **Dialogmarketing** Mailings, Selfmailer, Digitaldruck, Finishing, Fullfillment

· **Output Management** zertifizierte Datensicherheit, 100%-Fertigung, Portomanagement/Konsolidierung

· **Print Service** Werbe- und Geschäftsdrucke, Kalender, Kataloge, Briefhüllen, Print Management

· **Paper Service** Endlospapier, Formatpapier, Kopierpapier, teilweise auf Lager

· **Etiketten** Bogenetiketten, Rollenetiketten, Endlosetiketten, Formulare mit integrierten Etiketten

Drescher Full-Service Versand GmbH

kontakt@drescherdruck.de
www.drescherdruck.de

Riedwiesenstraße 1
71229 Leonberg
Telefon +49 (0) 7152 505-0
Telefax +49 (0) 7152 505-666

Carl-Zeiss-Straße 6
77656 Offenburg-Elgersweier
Telefon +49 (0) 781 95 48-0
Telefax +49 (0) 781 95 48-20

Ethik und Geschäft – wie geht das zusammen?

Persönliche Gedanken von Alexandra Sievert-Heidemann

Grundsätzlich werden wir als Dienstleister ja immer etwas kritisch beäugt in dieser sozialen Welt des Non-Profits. Denn wir wollen – und müssen – mit unseren Diensten etwas Abrechenbares leisten. So, wie es der Name schon sagt. Mit unseren Angeboten ernähren wir erstens die Wirtschaft – Steuern und so – und zweitens unsere Mitarbeiter – Gehalt und so. So weit, so normal. Im Laufe unserer mehr als zehnjährigen Non-Profit-Dienstleistergeschichte kommt man irgendwann aber mal zu der Frage, ob man alles tun darf, was Geld bringt.

Eine kleine Geschichte dazu: Anfang der Sommerzeit – die bekannte Saure-Gurken-Zeit sowohl für uns Drucker als auch für Spendensammler – erhalte ich eine Anfrage von einer Fundraising-Agentur aus einem unserer Nachbarländer. Man wolle einen Dienstleister in Deutschland finden, um die deutsche Kundschaft direkt und ohne postalische Umwege zu bedienen. Klang für mich einleuchtend, nimmt doch die Post für Auslandsauslieferungen immer noch einmal extra Geld. Es folgte eine Anfrage, die mich zwar etwas stutzig machte – Anschreiben, Überweisungsträger und Briefumschlag plus ein Plastikanhänger sind ja nicht so ganz gängig bei uns in Deutschland. Aber gut, andere Länder, andere Fundraisingsitten, dachte ich mir. Das Angebot habe ich also abgegeben und juchhu, den Auftrag auch erhalten. Mitten in der Langeweile-Zeit Sommer ein Auftrag über 6000 Euro – großartig! Die Bestätigung wurde geschrieben, die Anhänger angeliefert. Plastikschutzengel … Erstaunte Blicke der Kollegen und ein wenig verstärktes Bauchgrummeln bei mir. Anschließend kamen die Druckdaten und die Excel-Liste. Die Prüfung der Druckdaten ergab: Schreckliche Bilder von halbtoten Kindern auf dem Briefumschlag, untermalt mit dem Claim „IN … STERBEN DIE KINDER, WENN SIE NICHT HELFEN" … Der Satz zur Erleuchtung, würde ich sagen. Ich habe also Dr. Google angeschmissen und herausgefunden, dass die Organisation, die hier angeblich Spenden für Kinder sammelt, um ihnen ein besseres Leben zu ermöglichen, sowohl von der DZI als auch von Experten im Fundraising als mehr als fragwürdig eingestuft wird. Anschließend habe ich die Broschüre vom Fundraisingverband zu Rate gezogen, „19 Grundregeln für eine gute, ethische Fundraisingpraxis": Alles, was vor mir auf dem Tisch lag, entsprach allem, aber nicht den ethischen Grundsätzen. An dieser Stelle musste ich also eine Entscheidung treffen: 6000 Euro, die uns wirklich gut getan hätten, oder ein gutes Gewissen, an diesem Mailing nicht mitgewirkt zu haben. Sie können es ahnen: Wir haben das Mailing nicht gemacht. Denn unsere innerste und feste Überzeugung ist es, dass eine Spende für eine Organisation etwas wert ist, wenn sie aus Begeisterung für die gute Sache getätigt wird. Nur dann ist sie langlebig und nachhaltig. Wenn sie aus dem moralischen Zwang passiert, wird sie eher einmalig sein. Und vor allem nicht mit dem Hintergrund, wirklich etwas bewirken zu wollen.

Sicher hat mich diese Entscheidung um ein Geschäft gebracht. Aber dafür haben ich und meine Mitarbeiter das gute Gefühl, niemandem bei seinen ethisch sehr fragwürdigen Machenschaften geholfen zu haben. Und uns hat es nicht das Leben gekostet, sondern nur etwas Geld. Damit können wir gut leben. Mein Wunsch an die Dienstleister der Branche ist also ganz einfach: Macht nicht alles, was Geld bringt! Sondern bitte nur das, was im Sinne der Ethikregeln vertretbar ist. Ich finde, auf dieser Grundlage kann man wunderbare Mailings, Strategien oder was auch immer Sie verkaufen, kreieren und damit Geschäfte machen.

Alexandra Sievert-Heidemann, geboren 1976 in Bielefeld, ist Geschäftsführerin des Familienbetriebs Sievert Druck & Service GmbH. Seit 2008 arbeitet sie als Druckdienstleisterin für Non-Profit-Organisationen. Als Expertin für den Spenderwunsch hilft sie Organisationen, den richtigen Ton in der Spenderansprache zu treffen. Mit „OWL goes Fundraising" hat sie inzwischen ein eigenes Seminarformat für Fundraiser entwickelt.
► https://druck-u-service.de

706’530

im 2017

Flexible Fundraiser setzen auf OM

creati</> SOFTWARE
creativ.ch

Kinder sind anders

Das Kinderspital Zürich hat eine frische Fundraisingkampagne verpasst bekommen. Unter dem Motto „Kinder sind anders. Deshalb sind wir es auch" wird die Tatsache ins Auge gefasst, dass Kinder nicht nur aufgrund ihres Alters, sondern auch oft aufgrund ihrer Körpergröße andere Geräte oder Medikamente als Erwachsene benötigen. Hinter der Idee steckt mal wieder die Agentur Spinas Civil Voices.

▶ www.kispi.uzh.ch

Wettbewerb für Werbung

Die Bank für Sozialwirtschaft sucht innovative Sozialkampagnen

Wie vielfältig und spannend kann Werbung für soziale und gesellschaftliche Fragen sein? Wer hat besonders innovative und aufmerksamkeitsstarke Kampagnen umgesetzt? Das sind die Leitfragen des mit 18 000 Euro dotieren Wettbewerbs Sozialkampagne, den die Bank für Sozialwirtschaft ab sofort zum elften Mal ausschreibt. Teilnahmeberechtigt sind Organisationen aus der Sozialwirtschaft und deren Agenturen, die seit 2017 eine Werbekampagne zu einem sozialen Thema realisiert haben. Einreichungsschluss ist der 31. Oktober 2018. Das Preisgeld verteilt sich auf drei Gewinner: 1. Preis: 10 000 Euro, 2. Preis: 5 000 Euro, 3. Preis: 3 000 Euro. Die zehn bestplatzierten Kampagnen präsentiert die Bank für Sozialwirtschaft zudem in einer Wettbewerbsdokumentation und auf ihrer Website. Die Preisverleihung findet am 16. Mai 2019 auf dem 11. Kongress der Sozialwirtschaft in Magdeburg statt.

Über die Preisvergabe entscheidet eine unabhängige Experten-Jury nach den Kriterien Idee und Innovationskraft, Aufmerksamkeitsstärke, Zielsetzung und Umsetzung. Berücksichtigt wird außerdem, ob für die Kampagne Leistungen honorarfrei erbracht wurden. Darüber hinaus findet erstmals ein Publikumsvoting über Twitter statt. Die Kampagne mit den meisten Likes kommt automatisch in die Top Ten.

▶ www.wettbewerb-sozialkampagne.sozialbank.de

MEINE MEINUNG

„Ich habe nichts gegen Muslime, aber eben gegen den Islam …"

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

„Ich habe nichts gegen Muslime, aber eben gegen den Islam …" Das sind nicht meine Worte. Mit dieser Äußerung wird Giorgio Ghiringhelli, Gründer der rechtsgerichteten Bewegung „Il Guastafeste" (Die Troublemakers) in der Schweiz, zitiert. Er war es, der für den Kanton Tessin ein Verschleierungsverbot erwirkt hat. Und er ist in seinem Bemühen, eine „muslimische Kolonialisierung" der Schweiz zu stoppen, unermüdlich. So hat er sich zum Ziel gesetzt, bis Ende des Jahres 7000 Schweizer Franken zu sammeln. Damit will er einen „Swiss Stop Islamization Award" finanzieren, der „Patrioten" in ihren Bemühungen unterstützt, gegen einen „muslimischen Radikalismus" einzustehen. Eine Liste mit potenziellen „Preisträgern" gibt es auch schon. Bei Redaktionsschluss war das Projekt zur Hälfte finanziert.

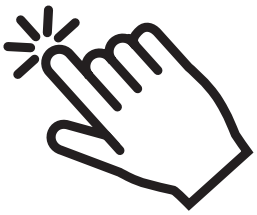
Wer könnte dergleichen fördern? Wer meint, unverhohlener Zynismus wäre ein legitimes Mittel demokratischen Diskurses? Sollte es zur Realisierung dieser „Auszeichnung" kommen, wird das die Welt, Gott sei es gelobt, nicht verändern. Erstmal nicht. Aber die Riege der Förderer könnte sich dadurch in ihrer Haltung bestätigt sehen. Kleine Sache, große Wirkung? Dagegen kann man mehr tun, als dieses Projekt einfach nicht zu unterstützen. Man kann es als schlechtes Beispiel nutzen, um aufzuklären. Und Aufklärung, wie wir wissen, ist immer noch der Kant'sche Ausgang aus der selbst verschuldeten (!) Unmündigkeit.

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

Ausgezeichnetes Engagement

Die Online-Abstimmung für den Deutschen Engagementpreis läuft

CorrelAid aus Konstanz möchte das Potenzial von Big Data und modernen Datenanalyseverfahren auch für die Zivilgesellschaft nutzbar machen. Der Verein zeigt auf, wie damit Gutes erreicht und die Arbeit gemeinnütziger Organisationen erleichtert werden kann. Der „Wünschewagen“ des Arbeiter-Samariter-Bundes in Jena ist ein Projekt, bei dem traurige, fröhliche, schöne und bewegende Momente sehr dicht beieinander liegen – er erfüllt letzte Wünsche im Leben schwerstkranker und sterbender Menschen.



Das sind nur zwei der Projekte, die für die Vielfalt gesellschaftlichen Engagements in Deutschland stehen und die für den diesjährigen Deutschen Engagementpreis nominiert sind. Bundesweit stehen in diesem Jahr 554 herausragend engagierte Menschen und ihre Organisationen auf der Nominierungsliste. Vorgeschlagen wurden die Nominierten von 223 Ausrichtern von Preisen für bürgerschaftliches Engagement. In den Themenfeldern Soziales, Bildung und Integration finden sich besonders viele Nominierte. Die wichtigste Zielgruppe des Engagements sind Kinder und Jugendliche mit 66,16 Prozent der Nennungen. Neben den „klassischen“ Engagementfeldern sind auch neuere gesellschaftliche Herausforderungen Thema, wie beispielsweise Datenanalyse für gemeinnützige Organisationen, die Stärkung digitaler Kompetenzen oder Angebote zur Radikalisierungsprävention.

Die Online-Abstimmung über den mit 10 000 Euro dotierten Publikumspreis läuft noch bis 22. Oktober. Bekannt gegeben werden die Gewinner im Rahmen einer festlichen Preisverleihung am 5. Dezember in Berlin.

▶ www.deutscher-engagementpreis.de

Spendemanöver

Möglichst viele Hamburger sollen Seenotretter werden

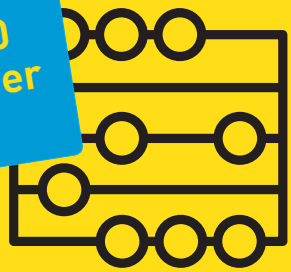
Nach 35 Jahren soll wieder ein Seenotrettungskreuzer der Deutschen Gesellschaft zur Rettung Schiffbrüchiger (DGzRS) den Namen der Hansestadt tragen. Das ist insofern eine Besonderheit, als dass der Name eines Schiffes eigentlich bis zur Taufe geheim bleibt. Nur eben in diesem Fall nicht. Und das aus gutem Grund. Die Seenotretter sehen sich in der Stadt traditionell verwurzelt und empfinden eine starke Verbundenheit mit deren Bewohnern. Der Name des neuen Schiffs soll somit eine Würdigung der Stadt und den Menschen gegenüber darstellen. Die Hamburger selbst sind im Rahmen der Aktion „Spendemanöver" zur Unterstützung der Finanzierung des neuen Rettungskreuzers aufgerufen, der 2020 von Borkum aus in See stechen soll. Und die Sache geht sogar noch weiter: Das Tochterschiff der „Hamburg" soll den Namen eines Hamburger Stadtteiles bekommen. Dazu wird die DGzRS einen Wettbewerb veranstalten, an dem sich alle Hamburger und Hamburg-Freunde beteiligen können.

▶ www.seenotretter.de

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

Kurzgefasst …

Netzwerk Kultur

Das Netzwerk junge Kulturvereine Berlin existiert seit etwas über einem Jahr und vereint in den Sparten Museum, Kunst, Oper, Musik und Theater bislang 13 Freundeskreise unterschiedlichster kultureller Einrichtungen. Ziel des gemeinsamen Auftritts ist es, eventuelle Berührungsängste im Bereich Kunst und Kultur beim jüngeren Publikum abzubauen.

▶ www.jungekulturvereineberlin.de

Zwei Millionen Euro Fördergelder

Die Stiftung „Deutschland rundet auf" hat wieder bundesweit Fördermittel ausgeschrieben. Bewerben können sich gemeinnützige Projekte, die Hilfe zur Selbsthilfe für sozial benachteiligte Kinder und ihre Familien leisten, zum Beispiel durch Bildungs- und Integrationsarbeit. Das Fördervolumen liegt zwischen 200 000 und 300 000 Euro je Projekt. Bewerbungsschluss ist der 31. Oktober.

▶ www.deutschland-rundet-auf.de

Krumme Gurke

Das Start-up „Querfeld" will der Verschwendung von Lebensmitteln einen Riegel vorschieben, indem immer größer werdende Tonnagen von nicht normgerechtem Obst und Gemüse logistisch verteilt werden können. Mit einer Online-Plattform sollen zunächst in Berlin und München Einrichtungen der Außer-Haus-Verpflegung versorgt werden, später der Ausbau des Netzwerkes bundesweit erfolgen.

▶ www.querfeld.bio

Gute Nachbarschaft

Das Nachbarschaftsportal „nebenan.de" öffnet sich für Vereine, lokale Initiativen und Kommunen. Ehrenamt und bürgerschaftliches Engagement sollen dadurch eine höhere Sichtbarkeit in dem für sie relevanten lokalen Umfeld erreichen. Die Anmeldung ist für alle kostenfrei; momentan sind bereits mehr als 1000 Initiativen registriert.

▶ www.organisation.nebenan.de

SKala-Initiative

Die Spendeninitiative „SKala" der BMW-Anteilseignerin und Milliardärin Susanne Klatten hat nach zwei Jahren 35 von 100 Millionen Euro zur Verfügung stehende Fördergeldern zugesagt oder begonnen auszuzahlen. Empfänger sind 35 gemeinnützige Organisationen, die sich um die Förderung beworben hatten. Die meisten Förderempfänger engagieren sich für Inklusion und Teilhabe.

▶ www.skala-initiative.de

Einfach jemand, der zuhört

Eine Telefon-Hotline will Senioren aus der Isolation holen

Ab 24. September wird es voraussichtlich ein Senioren-Angebot geben, dessen Vorbild aus Großbritannien stammt. Die Senioren-Hotline „Silbernetz" bietet dann täglich von 8 bis 20 Uhr eine kostenfreie Telefonnummer, unter der von Einsamkeit betroffene ältere Menschen anrufen können. Zielgruppe sind also nicht unbedingt Personen in einer zwangsläufig, akuten „Notsituation". Jenen Bereich decken Einrichtungen der Telefonseelsorge ab. Angesprochen werden schlichtweg Senioren, die niemanden zum Reden haben. Die Helfer am anderen Ende der Leitung leihen den Anrufern aber nicht nur ein offenes Ohr und vermitteln Ermutigung. Ein wichtiger Teil des Projektes be-

steht darin, die Senioren auf Freizeit-Angebote in der Nachbarschaft aufmerksam zu machen. Auch wenn diese mitunter direkt vor der Haustür liegen können, kann es der Fall sein, dass manch ein Anrufer eben genau wegen seiner sozialen Isolation von derartigen Angeboten nichts weiß. Geplant ist auch der Service, dass Mitarbeiter der Hotline auf Wunsch regelmäßig zurückrufen.

Nach einer ersten Testphase soll das Projekt zunächst bis Ende des Jahres laufen. Danach wird ausgewertet, wie sich die weiteren Erfahrungen gestalten und, nicht zuletzt, wie die Finanzlage aussieht. Das Projekt finanziert sich nämlich vorwiegend über Spenden, Träger ist der Humanistische Verband Deutschland.

Die Hotline wird unter der Nummer 0800 470 80 90 zu erreichen sein.

▶ www.silbernetz.org

frc Spenden MANUFAKTUR
Fundraising Communicators

Liebe und Tod in Zeiten von ePrivacy.

Unsere Telefon-Kampagnen sind ePrivacy-konform.

_Juristisch geprüfte Interessensabwägungen
_Neuspender-Begrüßung
_Dauerspendergewinnung
_Upgrade
_Storno-Kampagnen
_Reaktivierung
_Leads
_DRTV
_Chat
_Gesundheits-Fundraising
_Spezialisiert auf Nachlass-Fundraising
jetzt auch mit Vermittlung zu Testamentsvollstreckenden und ErbschaftsanwältInnen

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

Holger Menze
Geschäftsführer
Spenden Manufaktur

DDV Mitglied im Deutschen Dialogmarketing Verband e.V.

Gib mir ein S!

Ein Signal für Menschen mit Multipler Sklerose

Bei strahlendem Sonnenschein setzten am Welt-MS-Tag 2017 rund 800 Menschen in acht Städten gemeinsam mit der Schweizerischen MS-Gesellschaft ein Zeichen für Menschen mit Multipler Sklerose. Die Aktion „Wir senden ein Signal" war ein voller Erfolg – und wurde mit dem Swissfundraising Award 2018 als „Innovation des Jahres" ausgezeichnet.

Von REGULA MURALT

Zum Welt-MS-Tag standen Menschen in Basel, Bellinzona, Bern, Chur, Lausanne, Sion und Zug zusammen, um jeweils einen Buchstaben zu formen. Alle Buchstaben aus Menschen wurden mit Handytechnik (Facetime) gefilmt und live auf sieben Bildschirme in Zürich übertragen. Dort bildeten sie die Botschaft: SIGNAL! Die Stimmung in allen acht Städten war ausgelassen und positiv, es entstand ein Gefühl der Verbundenheit – untereinander an den einzelnen Standorten und über die ganze Schweiz hinweg.

Knapp 800 Leute waren dem Aufruf der MS-Gesellschaft gefolgt und wurden Teil der Botschaft. Mehrere Regionalgruppen mobilisierten ihre Mitglieder, um sich an der Aktion zu beteiligen. So reisten acht Mitglieder der Regionalgruppe Lenzburg/Freiamt nach Zug, und die Teilnehmenden in Chur wurden durch sieben Mitglieder der RG Glarus verstärkt. Dort konnten sie eine Portion feinster Pizokel, eine Teigwarenspezialität, auf der Terrasse des Restaurants Metzgertor genießen, das seine Türen für die Dauer der Aktion exklusiv und ausschließlich für die Teilnehmenden öffnete. Über die Verpflegung konnte in keiner Stadt geklagt werden – von Weißwein in Lausanne über Pizza in Bellinzona bis hin zu leckeren Sandwiches in Zürich.

„Ich hatte total Gänsehaut"

Während in Zürich professionelle Tänzerinnen und Tänzer auf emotionale und ausdrucksstarke Weise die Probleme von MS-Betroffenen darstellten, waren die Zuschauenden merklich gerührt, mehrere Anwesende konnten die Tränen nicht zurückhalten. „Es war wahnsinnig emotional: Vorne der Tänzer im Anzug, der MS hat und mit seinen Gedanken kämpft, und im

Hintergrund die Buchstaben, die langsam entstehen. All die Menschen, die da mitgemacht haben – das war bombastisch! Ich hatte total Gänsehaut“, schwärmte eine Teilnehmerin in Zürich. „Ich fand es cool, Teil einer so großen Aktion zu sein, und ich war überrascht, wie viele Leute gekommen sind. Wir hatten viel Spaß, als wir das ‚S‘ gebildet und dann gejubelt haben“, so ein Teilnehmer in Sion.

Die Schweizerische MS-Gesellschaft konnte mit der Aktion zeigen, dass Multiple Sklerose eine belastende Krankheit ist, auf die in der Öffentlichkeit immer wieder aufmerksam gemacht werden muss – aber auch, dass die Betroffenen nicht allein sind. Es gibt zahlreiche Menschen mit demselben Schicksal, und es gibt die Schweizerische MS-Gesellschaft, die deren Geschichten hört und die Probleme ernst nimmt. Dieses Signal wurde am Welt-MS-Tag eindeutig gesendet. Das Video zur Aktion wurde noch am gleichen Tag auf den sozialen Medien gestreut und insgesamt über 120 000 Mal angeschaut (YouTube: Stichwort „MS Signal“).

Warum die Botschaft „Signal“?

Bei Menschen mit Multipler Sklerose (MS) greift das Immunsystem irrtümlich die Hülle der Nerven an und beschädigt diese. So kommen die Signale vom Gehirn nicht mehr richtig an. Die Folge sind Einschränkungen und Behinderungen, die unterschiedliche Körperteile und Fähigkeiten betreffen. „Signal“ steht nicht nur für eine gestörte Signalübertragung im Körper von MS-Betroffenen, sondern ist auch ein multilinguales Wort, das in den verschiedenen Sprachregionen der Schweiz – Deutsch, Französisch, Italienisch und Romanisch – verstanden wird. So war es möglich, mit einer Botschaft die ganze Schweiz zu erreichen.

Der Welt-MS-Tag wurde 2009 von der Multiple Sclerosis International Federation (MSIF) initiiert, die Schweizerische MS-Gesellschaft nutzt den Tag, um auf die Krankheit MS und die Herausforderungen von betroffenen Familien aufmerksam zu machen. Mit einer schweizweiten Aktion zusammen mit den Regionalgruppen der MS-Gesellschaft will sie dieses Ziel erreichen.

Regula Muralt arbeitet seit 2008 bei der Schweizerischen Multiple Sklerose Gesellschaft und leitet die Kommunikation und das Fundraising. Sie gehört der erweiterten Geschäftsleitung an. Sie lebt in der Nähe von Zürich und hat zwei erwachsene Kinder. Vor ihrem Einstieg ins Fundraising hat sie in der Pionierzeit des Internets einen Onlineshop mit Delikatessen aufgebaut und betrieben.
▶ **www.multiplesklerose.ch**

Bank
für Sozialwirtschaft

Vertrauen Sie unserer Expertise.

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

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

Die Bank für Wesentliches

Als Graswurzelbewegung zur Agrarwende

Über Genossenschaftsmitglieder, die von grüner Rendite profitieren

Gesunde Bio-Lebensmittel für alle Menschen. Enkeltauglich, fair und umweltpositiv erzeugt. Mit einer Anbaumethode, die auf die Symbiosen vielfältiger Pflanzenfamilien setzt und Obstbäume neben Beerensträuchern, Kräutern und Speisepilzen wachsen lässt, soll das Realität werden. „Permakultur ist eine reale Antwort darauf, wie wir uns in Zukunft ernähren können", sagt Karl Kretschmer, Vorstand der Permagold eG.

Von ELISA MÜHLMANN

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats von permagold tagen im Grünen.

Im Spätsommer 2017 traf sich Karl Kretschmer gemeinsam mit dem heutigen Vorstandskollegen Jens-Uwe Sauer, drei Aufsichtsräten, Ideengebern aus der Permakulturwissenschaft und rund 30 Gründungsmitgliedern, um das Glas auf die Gründung von Permagold zu erheben. Eine Genossenschaft, die ein Umdenken in der Landwirtschaft in Gang bringt und Obst, Gemüse und daraus zubereitete Limonaden, Pestos oder Brotaufstriche produzieren wird. Die Erzeugnisse sollen später über die Gastronomie und den Einzelhandel vertrieben werden.

Aber nicht nur unbelastete Lebensmittel sind das Ziel. Sie sind das dankenswerte Ergebnis, um eine Rendite für die Mitglieder zu erwirtschaften und sie ihnen im Direktverkauf anbieten zu können. „Wir freuen uns über jeden Landwirt, der durch unsere Arbeit die Vorteile von Permakultur entdeckt und dem konventionellen Anbau den Rücken kehrt", so Kretschmer. „Alleine schaffen wir die Agrarwende nicht."

Stabile Ökosysteme

Die Vorteile liegen für ihn dabei klar auf der Hand. Anders als in der konventionellen Landwirtschaft werden durch die optimale Nutzung von natürlichen Gegebenheiten dauerhafte Ökosysteme geschaffen. Jedes Element, jede Pflanze erfüllt darin mehrere Funktionen. So halten sie beispielsweise durch natürliche Duftstoffe Fressfeinde voneinander fern oder stellen sich gegenseitig Nährstoffe zur Verfügung. Synthetische Düngemittel und Pestizide werden so völlig überflüssig werden.

Das sind zum einen enorme finanzielle Einsparungen, zum anderen ein echter Gewinn für das Klima, Grundwasser und die Böden. Der Flächenertrag wird durch engen Anbau und Unterpflanzungen in unterschiedlichen Schichten zusätzlich erhöht, eine vielseitige Wirkung, die Permagold stellvertretend für seine Genossenschaftsmitglieder erzeugt.

Mitglied der Genossenschaft kann jeder zu jeder Zeit werden. Ganz gleich, wie viele Anteile er oder sie zeichnet. Ob einmalig 50 Euro, als Investmentsparplan oder direkt mit einer höheren Anteilssumme: Alle Genossenschaftler haben genau ein Stimmrecht. Das erlaubt es ihnen, auf der jährlichen Generalversammlung über Beschlüsse abzustimmen und sogar selbst Vorschläge einzubringen, um das Gelingen der Genossenschaft mitzugestalten.

Heterogene Mitgliederschaft

Die Mitgliederschaft ist dabei erstaunlich vielgestaltig: Hier finden sich Studenten, die

Bio-Lebensmittel selbstverständlich machen wollen, junge Eltern, die ihren Kindern eine lebenswerte, gesunde Umwelt hinterlassen möchten, oder auch Anleger, die in Zeiten der Nullzinspolitik nach Alternativen suchen.

Regionale Kontakte

So entsteht nicht nur eine demokratische Grundlage, sondern vor allem eine Graswurzelbewegung, die von vielen getrieben wird. Gemeinsam tragen sie die Funding-Summe zusammen, die nötig ist, um Flächen zu erwerben, auf denen die Permakulturplantagen langfristig umgesetzt werden können. Erste Objekte, die dafür in Frage kommen, liegen auf dem sächsischen Land. Durch den Ursprung in Dresden bestehen in der Region bereits gute Kontakte, aber auch Flächen in ganz Europa sind interessant und durch das Netzwerk und die Mitglieder aus dem kompletten deutschsprachigen Raum greifbar. „Zum Glück müssen wir nicht auf politische Entscheidungen warten, die Pestizideinsatz auf europäischen Äckern reglementieren oder Biodiversität zum Bienenschutz subventionieren. Wir können das zusammen selber in die Hand nehmen“, motiviert der Permagold-Vorstand. Und damit treffen sie auf offene Ohren: Nach einem halben Jahr Fundinglaufzeit haben sich über 240 Mitglieder mit einer Gesamtsumme von rund 160 000 Euro beteiligt.

In Ernährung von morgen investieren

Jetzt gilt es, das Funding weiter zu beschleunigen und kurzfristig Einnahmen zu generieren. Die Verwaltungskosten und der allgemeine Haushalt dürfen schließlich nicht die Einlagen der Mitglieder belasten. Generiert werden diese über die Beratungs- und Planungsleistung sowie Workshops der teaminternen Permakulturdesigner und einen eigenen Onlineshop für Produkte rund um Gartenbau und einen ökologisch-nachhaltigen Lebensstil. „Vor allem aber brauchen wir Menschen, die in unsere Ernährung von morgen investieren. Dann kommen wir auch bald vom Reden ins Machen“, so Kretschmer abschließend.

Für die Sportökonomin **Elisa Mühlmann** gehört gesunde Ernährung zum Sport wie die Bienen zu den Blumen. Um diese jetzt und in Zukunft für alle Menschen sicherzustellen und gleichzeitig auch für die Bienen Sorge zu tragen, bringt sie die Botschaften von Permagold zu den Menschen. Als Kommunikationsverantwortliche der Genossenschaft erzählt sie von der regenerativen Anbaumethode „Permakultur“ und wie die Mitglieder in vielfacher Hinsicht davon profitieren.

▶ **www.perma.gold**

TeleDIALOG Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

Klare Message

Einige Tage vor dem 1. Juli, dem Tag gegen antimuslimischen Rassismus, leuchteten am Brandenburger Tor in Berlin (Foto) und an weiteren Wahrzeichen in deutschen Großstädten unmissverständliche Botschaften. Die Lichtinstallationen waren Teil von „CLAIM", einer Allianz gegen Islamfeindlichkeit und antimuslimischen Rassismus. Sie wird von der Stiftung Mercator gefördert und vereint bundesweit 35 Organisationen und Projekte. Mit dabei ist zum Beispiel auch die Stiftung für die Internationalen Wochen gegen Rassismus.

▶ www.claim-allianz.de

Das muss besser werden!

Weltzukunftsvertrag wirkt kaum

Das Erreichen der „Sustainable Development Goals" (SDGs), zu denen sich die internationale Staatengemeinschaft vor drei Jahren verpflichtet hat und die bis 2030 zu einer besseren ökonomischen, ökologischen und sozialen Entwicklung verhelfen sollen, liegt noch in weiter Ferne. Dieses Ergebnis veröffentlichte die Bertelsmann-Stiftung in ihrem aktuellen SDG-Index. Dieser ist die erste weltweite Vergleichsstudie von Industrie- und Entwicklungsländern.

Insgesamt sollen 17 Ziele erfüllt werden, jedoch ist derzeit kein Land der 193 UN-Staaten in der Lage, alle innerhalb der nächsten zwölf Jahre zu erfüllen. Vor allem die G20-Staaten werden laut SDG-Index ihrer Vorbildfunktion kaum gerecht. Das liege hauptsächlich daran, dass die Ziele unzureichend in nationale Regelwerke eingebettet werden. Es fehlen Pläne und Strategien zur praktischen Umsetzung.

▶ www.bertelsmann-stiftung.de

MEINE MEINUNG

„Jede Fritte zählt"

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Da sage noch einer, Fastfood sei schlecht. Wie die McDonald's Kinderhilfe Stiftung jüngst mitteilte, kamen im letzten Jahr 3,2 Millionen Euro in den Spendendosen der Burger-Kette zusammen. Es handelt sich dabei zum größten Teil um das Restgeld – meist nur kleine Cent-Beträge –, welches die Restaurantgäste in die kleinen Spendenhäuschen stecken. Vielen Stiftungen, Vereinen und NGOs käme es vor, als fielen Weihnachten, Ostern und der Gewinn im Lotto auf ein und denselben Tag, könnten sie ähnliche Sammelerfolge vorweisen. Dabei beweist das doch eigentlich erst einmal eines: dass viele Menschen Fastfood essen. Das zumindest war mein erster Gedanke, als ich diese Meldung las. Doch es steckt noch mehr dahinter, nämlich die Tatsache, dass auch kleine und kleinste Summen etwas bewirken können. Klar, am Ende macht es die Gesamtsumme, aber: Jede Fritte zählt. Und es zeigt: Mehrfach kleinere und kleinste Summen zu geben sind Spender eher bereit als mit einem Mal einen großen Betrag. Man muss nur die richtige Strategie haben, ihnen die Hürden so niedrig wie möglich machen und sie einfach in ihrem Alltag abholen – zum Beispiel eben direkt an der Theke vom Fastfood-Restaurant. Und wenn Sie Ihren Spendern dann noch vermitteln können, wofür genau ihr Geld gebraucht wird, nämlich im Fall von McDonald's für die Gesundheit von Kindern, dann haben Sie eine gute Basis. Dranbleiben lohnt sich also in jedem Fall. Sie müssen ja nicht gleich die Million anpeilen.

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

Kurzgefasst …

Zum Branchentreff nach Bern

„Stiftungen zwischen Freiheit, Regulierung und den technischen Herausforderungen von heute“ heißt das Thema des diesjährigen Schweizer Stiftungstags. Referenten und Teilnehmer sind dazu am 7. November ins Zentrum Paul Klee nach Bern eingeladen. Schwerpunkt ist neben Digitalisierung und Datenschutzregeln auch die Frage, welchen Stellenwert die Stifterfreiheit heute hat.

▶ www.profonds.org

Förderung für Wissenschaft

Der Neurobiologe Henrik Oster von der Uni Lübeck ist der Erste, der eine Lichtenberg-Stiftungsprofessur innehaben wird. Angelegt haben sie der Stifterverband und die Volkswagen-Stiftung. Das neue Förderinstrument für Universitäten ist unbefristet und soll ihnen helfen, exzellente Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler an sich zu binden.

▶ www.volkswagenstiftung.de/lichtenberg-stiftungsprofessuren

Lernen durch Literatur

Die Robert Bosch Stiftung hat in mehreren Bundesländern das Literaturvermittlungsprogramm „Weltenschreiber“ für Kinder und Jugendliche gestartet. Mittels Schreibwerkstätten mit Autoren im Deutschunterricht und mehrmonatigen Lehrerfortbildungen zum Literarischen Schreiben sollen sich Kinder und Jugendliche die Welt kreativ erschließen und aktiv in die Gesellschaft einbringen.

▶ www.bosch-stiftung.de/weltenschreiber

Schweizweite Stiftungsrecherche

Mit der neuen Website stiftungsstatistik.ch können Nutzerinnen und Nutzer seit Sommer unter anderem Stiftungen nach Themenbereichen auf nationaler und kantonaler Ebene finden oder das Wachstum des Stiftungssektors verfolgen. Das Angebot basiert auf der Datenbank des Center for Philanthropy Studies (CEPS), in der über 13 000 gemeinnützige Stiftungen erfasst sind.

▶ www.stiftungsstatistik.ch

Fakten sammeln

Wie viele Plastiktüten werden in Deutschland pro Sekunde verbraucht? Diese und weitere Fragen beantwortet der Faktenautomat der BAT-Stiftung für Zukunftsfragen. In Zusammenarbeit mit dem Nachrichtenanbieter n-tv ist eine Internetseite entstanden, die die sekündlichen, täglichen und jährlichen Veränderungen in Deutschland und weltweit dokumentiert.

▶ www.faktenautomat.de

Stiftungen managen

StiftungsManager
Recht, Organisation, Finanzen

Herausgegeben von
Prof. Dr. Burkhard Küstermann, Jörg Martin
und **Berthold Theuffel-Werhahn**
Loseblattwerk, ca. 2.396 Seiten in 2 Ordnern,
im Abonnement: Grundwerk € (D) 138,–, ca. 4 Ergänzungslieferungen pro Jahr, ISBN 978-3-503-17878-0

Stiftungsrecht, Stiftungssteuerrecht, Vermögensanlage, Führung und Organisationsentwicklung: In der Stiftungsarbeit bewegen Sie sich in vielseitigen strategischen, operativen und juristischen Handlungsfeldern.

Der **StiftungsManager** bietet Ihnen das Rüstzeug, um Stiftungen und Nonprofits **in organisatorischer, rechtlicher und finanzieller Hinsicht** erfolgreich zu gestalten. Mit kontinuierlich qualitätsgeprüftem Fachcontent bleiben Sie zu allen wichtigen Entscheidungsbereichen der professionellen Stiftungspraxis auf Kurs.

Online informieren und bestellen:
www.ESV.info/17878

ESV ERICH SCHMIDT VERLAG
Auf Wissen vertrauen

Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG · Genthiner Str. 30 G · 10785 Berlin
Tel. (030) 25 00 85-225 · Fax (030) 25 00 85-275 · ESV@ESVmedien.de · www.ESV.info

Die Angst vor Fehlern

Steigende Anforderungen und Haftungsrisiken bei Stiftungen

In zinslosen Zeiten müssen Stiftungsvorstände den Spagat zwischen Vermögenserhalt und der Notwendigkeit, Erträge zu erzielen, meistern. Doch was passiert, wenn dabei ein Schaden eintritt? Wer haftet und können Vorstände auch persönlich zur Verantwortung gezogen werden?

Von DR. JASPER VON HOERNER

Natürlich hat der Vorstand im Rahmen der Führung der Geschäfte der Stiftung die Verpflichtung, möglichst sorgfältig zu agieren und die Interessen der durch ihn vertretenen Stiftung bestmöglich zu wahren. Gelingt dies nicht und tritt ein Schaden ein, so stellt sich sehr schnell die Frage nach der Verantwortung dafür und damit auch nach Haftung.

Angesichts der immer schwerer einzuschätzenden Finanzmärkte stellt gerade die Anlage von Stiftungsgeldern inzwischen eine Herkulesaufgabe dar. Immer weiter reichende Anforderungen mit engeren Handlungsspielräumen im Gemeinnützigkeitsrecht kommen hinzu. Compliance, Datenschutz und andere gesetzliche Regularien, die in vermehrtem Maße auch Stiftungen betreffen, tun schließlich ihr Übriges und stellen inzwischen hohe Anforderungen an Stiftungsorgane.

Persönliche Haftung nicht ausgeschlossen

Auch das Haftungsrecht für Stiftungen ist nicht minder komplex. In den letzten Jahren hat es zudem an Bedeutung gewonnen – schlicht und einfach, weil die Verwaltung gemeinnütziger Organisationen vielschichtiger geworden ist und Haftungsfälle wohl auch konsequenter verfolgt werden. Gerade für Menschen, die sich ehrenamtlich engagieren, ist natürlich von zentraler Bedeutung, ob sie persönlich mit ihrem Privatvermögen zum Ersatz eines Schadens herangezogen werden können, was bei vorsätzlich oder grob fahrlässigem Handeln durchaus der Fall sein kann. Relevant ist das Thema bei Stiftungen natürlich vor allem im Hinblick auf die Verwaltung und Anlage des Stiftungsvermögens.

Beachtenswert ist diesbezüglich beispielsweise ein Urteil des OLG Oldenburg, welches die Verhaltenspflichten eines Stiftungsvorstandes bezüglich der Anlage des Stiftungsvermögens sehr weit gezogen hat. Das Urteil wurde unter anderen Aspekten zwar durch den Bundesgerichtshof aufgehoben, die aufgestellten Grundsätze zu den Verhaltenspflichten bei der Anlage von Stiftungsgeldern zeigen jedoch die Maßstäbe auf, die im Fall der Fälle angelegt werden. Die Pflicht zum Vermögenserhalt wurde in dem Urteil relativ formal und streng betrachtet. Die Frage, wie in heutigen Zeiten realer Kapitalerhalt zu bewerkstelligen sein soll, wenn nicht durch eine spürbare Investition auch in risikobehaftetere Anlageformen, wurde dann aber leider nur am Rande ohne weitere wirkliche Berücksichtigung gestreift.

Experten hinzuziehen

Als zentral herausgestellt wird in dem Urteil die Verpflichtung, bei fehlendem eigenem Fachwissen und Können einen Experten mit der Vermögensverwaltung zu beauftragen. Dem war der in dem Urteil betroffene Stiftungsvorstand noch nachgekommen.

Moniert wurde seitens des Gerichts dann jedoch, dass die beauftragten Vermögensverwalter nicht ausreichend kontrolliert wurden. Ob das Beenden einer getätigten Anlage und die Realisierung von eingetretenen Verlusten gerade angesichts des unbegrenzten Anlagehorizonts einer Stiftung in jedem Fall sinnvoll ist, dürfte diskussionswürdig sein.

Erlaubt sein muss auch die Frage, wie denn eine Stiftung heute überhaupt noch Erträge erzielen soll, wenn nicht auch durch eine nennenswerte Investition in Aktien oder vergleichbare volatilere Anlageformen. Und letztendlich muss auch Ertrag erwirtschaftet werden, um den nach diesem Urteil mehr oder weniger verpflichtend zu beauftragenden Vermögensverwalter bezahlen zu können, ohne dabei die Verwaltungskostenquote zu sehr zu erhöhen. Ansonsten stellt nämlich das Finanzamt die Gemeinnützigkeit in Frage, was auch wiederum einen Haftungsfall darstellen würde.

Geringes Risiko bei Pflichterfüllung

Der sorgfältigen Auswahl und Überwachung von Beratern und insbesondere Vermögensverwaltern sowie der fundierten Vorbereitung und anschließenden Dokumentation interner Entscheidungen kommt folglich zentrale Bedeutung zu. Werden diese Verhaltens-, Sorgfalts- und Dokumentationspflichten jedoch ordnungsgemäß erfüllt, stellt sich die Frage nach einer Haftung eines Vorstandes weiterhin nur in Ausnahmefällen und dies trotz der augenblicklich für Stiftungen nicht ganz einfachen Zeiten.

Dr. Jasper von Hoerner ist Rechtsanwalt und Partner bei der Sozietät LKC und im Bereich Private Clients tätig. Zudem ist er auf die Beratung von Stiftungen und Vereinen spezialisiert und Vorstandsvorsitzender zweier großer gemeinnütziger Stiftungen.
▶ www.lkc.de

Sorgfaltspflichten einhalten

? In welchen Fällen kann denn ein Vorstand einer Stiftung haftbar gemacht werden?

Jasper von Hoerner: *Haftbar gemacht werden kann ein Vorstand einer Stiftung, wenn er seine Verhaltenspflichten verletzt hat. Wenn aufgrund dieses pflichtwidrigen Verhaltens ein Schaden eintritt, kann es zu einer Haftung kommen. In diesem Fall ist dann aber auch der Haftungsmaßstab entscheidend. Hier spielt die Frage eine Rolle, ob der Vorstand vorsätzlich oder fahrlässig gehandelt hat. Wenn das der Fall ist, kann eine Haftung bejaht werden. Bei ehrenamtlichen Stiftungsvorständen, die bis maximal 720 Euro pro Jahr vergütet werden, ist die Haftung zudem auf vorsätzliches und grob fahrlässiges Verhalten beschränkt. Hierbei ist noch zwischen Außen- und Innenverhältnis zu unterscheiden. Eine Stiftung muss zumindest einen ehrenamtlich tätigen Vorstand im Innenverhältnis von einem Schaden freistellen, wenn er nur leicht fahrlässig gehandelt hat. Im Außenverhältnis hingegen haftet der ehrenamtliche Vorstand auch bei leichter Fahrlässigkeit gegenüber Dritten.*

? Haftet ein Stiftungsvorstand beispielsweise auch für das Gelingen einer gewählten Vermögensanlagestrategie?

Hier besteht ein Missverständnis beim Thema Haftung. Allein für ausbleibenden Erfolg oder auch den Eintritt von Verlusten kann niemand haftbar gemacht werden. Entscheidend ist die profunde Vorbereitung von Entscheidungen auf einer ausreichenden Informationsbasis. Hat ein Stiftungsvorstand seine Anlageentscheidung auf Basis nötigen Wissens und Könnens sorgfältig abgewogen und dabei auch die Grundsätze einer nicht rein spekulativ orientierten Vermögensanlage beachtet, so kann das Scheitern einer solchen unternehmerischen Entscheidung keine Haftung nach sich ziehen. Anders ist dies, wenn diese Sorgfaltspflichten nicht eingehalten wurden.

? Wie verhält es sich, wenn ein Stiftungsvorstand einen Experten hinzuzieht und dieser einen Schaden verursacht?

Hat ein Vorstand selbst zu wenige Kenntnisse oder fehlt ihm in einer bestimmten Angelegenheit einfach das nötige Können, so sollte er einen Experten hinzuziehen. Dies dürfte häufig gerade im Hinblick auf die Vermögensverwaltung oder rechtliche und steuerliche Fragen der Fall sein. Es gibt inzwischen auch Rechtsprechung, die diese Verpflichtung von Stiftungsvorständen sogar als zentral herausstellt. Die bloße Hinzuziehung von Experten reicht jedoch nicht aus. In einem Urteil des OLG Oldenburg wurde beispielsweise bemängelt, dass der betreffende Stiftungsvorstand die Arbeit der beauftragten Vermögensverwalter nicht genügend überwacht habe, wie es seine Aufgabe gewesen wäre. Hätte er das getan, hätte er drohenden Vermögensverlusten rechtzeitig gegensteuern können, zum Beispiel indem er ihnen das Mandat entzogen hätte.

Facebook gut, Pressebereich mangelhaft

Viele Stiftungen haben bei der Kommunikation großen Nachholbedarf

Wo stehen Stiftungen kommunikativ im digitalen Zeitalter? Und wie strategisch gehen sie vor? Diese Fragen standen im Zentrum der neuen Studie „#stiftungdigital". Sie liefert einen aktuellen Einblick in die digitalen Kommunikationsaktivitäten von Stiftungen.

Von DOMINIK RUISINGER

Für die Studie wurde zwischen Juli 2017 und März 2018 die Online-Präsenz von insgesamt 238 Stiftungen nach 160 Bewertungskriterien analysiert. Diese betrafen die Corporate Website, die Sichtbarkeit in Suchmaschinen sowie die Aktivitäten in den Social-Media-Kanälen. Die Ergebnisse wurden mit den Erkenntnissen aus zwölf schriftlichen Interviews mit Stiftungsverantwortlichen ergänzt.

Bei der Analyse wurde deutlich, dass es zwischen den untersuchten Stiftungen enorme Unterschiede gibt – und dies bezogen auf alle untersuchten Kommunikationsbereiche. Grundsätzlich ist anzumerken, dass die größeren Stiftungen mit mehr Ressourcen über die moderneren Webseiten und die besseren Social-Media-Kanäle verfügten, selbst wenn es unter den kleineren Stiftungen durchaus Positivbeispiele gab.

Während gut ein Drittel der Stiftungen zum Beispiel sehr gute Webseiten hatte, war bei rund 25 Prozent dringender Nachholbedarf zu beobachten. Dies zeigte sich darin, dass Webseiten nicht gepflegt, Daten veraltet waren und Links zu Social-Media-Kanälen nicht funktionierten. Diese Stiftungen scheinen nicht zu verinnerlichen, dass die Website ihr Schaufenster zur Kommunikationswelt ist. Und obwohl die Mehrheit der Stiftungen auf den Gewinn von Spenden oder Zustiftungen angewiesen ist, überrascht es, dass fast die Hälfte auf ihrer Webseite nicht für Spenden warben – im optimalen Fall kombiniert mit sichtbarem Spendenkonto sowie dem DZI-Spendensiegel. So wird eine künftige Unterstützung durch spendenwillige Nutzer erschwert.

Ähnlich stellte sich die Situation beim Thema Online-Pressebereich dar. Er ist das wichtigste Instrument für die Öffentlichkeitsarbeit. Doch nur 63 der 200 Stiftungen bürgerlichen Rechts verfügten über einen Pressebereich. Von einem wirklichen Presse-Center inklusive Pressemitteilungen, Kontakt, Pressespiegel, Foto-, Audio- und Videomaterial sowie Services konnte nur in Einzelfällen gesprochen werden. Die Mehrheit scheint am Dialog mit Multiplikatoren wenig interessiert zu sein.

Wie sieht es mit E-Mail-Newslettern aus? Er zählt zu den Kerninstrumenten der Stiftungskommunikation. Immerhin gut die Hälfte bot ihn auf der Website an, doch nur wenige professionell. Weit über 50 Prozent der Stiftungen gab nicht an, wie häufig er

erscheint; ganze fünf Newsletter erfüllten alle rechtlichen Anforderungen. Nicht erst in Zeiten von DSGVO müssen Stiftungen dringend nachbessern.

Mobile Friendliness ist ein weiteres wichtiges Stichwort. Knapp 50 Prozent aller Seiten-Zugriffe erfolgen mobil. Die einfache Zugänglichkeit ist damit Voraussetzung für eine hohe Sichtbarkeit. Dieser Aspekt sollte allen Stiftungen bekannt sein. Doch laut Studie war knapp die Hälfte der analysierten Internetseiten nicht mobil optimiert. Damit wird auch die Sichtbarkeit bei Google deutlich eingeschränkt. Wer heute aber Fehler bei der Suchmaschinenoptimierung begeht, zu lange Ladezeiten zulässt, mit Title und Description unprofessionell umgeht oder von zu wenigen relevanten Seiten verlinkt wird, kann nur schwer eine Sichtbarkeit bei Google und Co. erreichen. Dies war jedoch bei der großen Mehrheit zu beobachten. So herrscht bei fast allen Stiftungen dringender Nachholbedarf.

Einen Facebook-Account haben recht viele Stiftungen. Bei über 30 Millionen Nutzern in Deutschland überrascht es nicht, dass sich 183 der 200 Stiftungen bürgerlichen Rechts mit Facebook beschäftigen. Immerhin 42 konnten Top-Noten erzielen, weil sie ihre Accounts regelmäßig mit einem Medien-Mix bespielten, auf Kommentare schnell reagierten und klar Themen besetzten. Auf der anderen Seite gab es 68 Accounts, die fast verwaist waren. Angesichts eines verschärften Algorithmus und des werblichen Drucks sollten sich Stiftungen verstärkt mit Gruppen, Communities und eigenen Content-Plattformen beschäftigen.

Nachdem die Ergebnisse der Studie ausgewertet wurden, steht fest: Die Mehrheit der Stiftungen hat in der digitalen Kommunikation kräftigen Nachholbedarf – und zwar auf allen Ebenen. Gerade die finanzielle Ausstattung hat deutlichen Einfluss auf den professionellen Umgang mit eigenen Angeboten. Vor allem die Bereitstellung von relevanten Informationen sowie die Verbreitung über Dialogkanäle werden zum entscheidenden Erfolgsfaktor im Kampf um die Sichtbarkeit von Inhalten und zur vertrauensbildenden Basis fürs Fundraising.

Dominik Ruisinger ist gelernter Journalist, ausgebildeter PR-Berater (DAPR) und zertifizierter Stiftungsmanager (DSA). Als langjähriger Coach, Trainer und Buchautor liegt sein Fokus auf digitaler Kommunikation und integrierten Strategien. Zudem engagiert er sich als Beirat in einer Stiftung für soziale Zwecke. Die Studie „#stiftungdigital. Wo stehen Stiftungen kommunikativ im digitalen Zeitalter?“ lässt sich gegen eine Schutzgebühr von 25 Euro hier bestellen:
▶ **www.dominikruisinger.com/studie-stiftungdigital**

- Mehr als 26.500 ausführliche Stiftungsporträts
- Täglich aktualisierte Daten
- Recherche anhand verschiedener Suchkriterien

Jetzt Online-Abo abschließen:

www.stiftungssuche.de

Bundesverband Deutscher Stiftungen

PRO &

Leserinnen und Leser, Reporter*_innen und AutorInnen – wer mit Sprache arbeitet, steht immer wieder vor der Frage, ob und wie wohl am besten gegendert werden sollte. Erst recht im gemeinnützigen Bereich, wo viele Menschen für das Thema besonders sensibilisiert sind.

Ist Gendern für NGOs ein Muss?

Das diskutierten wir daher auch in der Fundraiser-Magazin-Redaktion. Zwei Positionen lesen Sie hier.

„Wir sind Fundraiserinnen“

... meint JAN UEKERMANN

Gendern im Fundraising – na klar! Die Mehrzahl der in unserer Profession Tätigen ist weiblich. Die Mehrzahl der spendenden Menschen ist weiblich. Unsere Sprache? Noch viel zu oft männlich geprägt.

Kolleginnen sind in der Mehrzahl in vielen Fundraising-Weiterbildungsveranstaltungen. Sie anzusprechen mit „Fundraiser“ kommt mir fremd vor. Männer dürfen sich doch von der weiblichen Form angesprochen fühlen, wie sich so oft Frauen von der männlichen Form angesprochen fühlen sollen. Der Einfachheit halber solle auf die weibliche Form verzichtet werden, sagen Verlage oder Lektoren. Warum? Wegen ein paar -in und -innen-Zeichen mehr?

Ganz zu schweigen von verfehlten Zielen, da neben der männlich geprägten Sprache – Sie, liebe Frau Müller, würden wir gerne als Unterstützer gewinnen – die Inhalte noch zu oft männliche Erwartungen, Emotionen, Hoffnungen, Wünsche ansprechen sollen. Oder haben Sie schon darauf geachtet, die Ansprache Ihrer Spenderinnen – wie gesagt, Männer dürfen sich mit angesprochen fühlen – an weiblichen Bedürfnissen auszurichten? Denken Sie überhaupt darüber nach, wer die Empfängerin Ihrer Botschaften ist?

Es ist an der Zeit, Frauen und Männer gleichzustellen. Auch durch unsere Sprache und Kommunikation im Fundraising, die so grundlegend wichtig und entscheidend ist für das Erreichen unserer Ziele. Nur Mut! Das Prinzip Gießkanne, welches Sie vermutlich weiterhin hier und dort anwenden, dankt es Ihnen. Die Mehrzahl Ihrer Spenderinnen ist weiblich. Sprechen Sie sie ruhig als Spenderin an. Frau Müller wird es Ihnen danken, wenn sie nicht mehr der Unterstützer ist, und bei Herrn Müller erweckt das vielleicht mal wieder Aufmerksamkeit. Oder noch besser: Gehen Sie mit der Zeit und nutzen Sie die volle Power automatisierter, individualisierter Zielgruppenansprachen und sprechen Sie jede Person in der Form an, die sie wünscht oder wünschen könnte. So können wir auch völlig neue Unterstützende erreichen – nach denen wir ja immer wieder so sehr trachten – beispielsweise unter den Transgender-Menschen.

CONTRA

„Gendern macht unsichtbar“

... meint DANIELA MÜNSTER

Hat schon mal jemand einen A-B-Test gemacht: Wirbt ein Spendenbrief von Projektmitarbeiter*_innen an Unterstützer*_innen mehr ein als der bisher übliche?

Ganz ehrlich: Ich kann mit der angeblichen Gleichstellung durch Binnen-I und Gender-Star nicht viel anfangen. Vielleicht liegt das daran, dass ich in einem Teil Deutschlands aufgewachsen bin, wo Frauen schon immer wählen durften (nicht erst ab 1971 wie in der Schweiz) und schon immer ein eigenes Bankkonto eröffnen konnten, ohne Zustimmung des Ehemannes (was bis 1962 in der Bundesrepublik Deutschland undenkbar war). Bis 1969 galten Frauen in Westdeutschland als nicht geschäftsfähig, in der DDR konnten sie alleine Arbeitsverträge schließen und auch kündigen. Diese Frauen arbeiteten nicht nur als „Fräulein vom Amt“, sondern auch als Kranführer auf Großbaustellen, als Mähdrescherfahrer oder als Schweißer auf der Werft.

Ich selbst habe den Beruf des Industriemechanikers erlernt. Wenn eine Maschinen-Anlage stillstand, weil (wie üblich im Osten) mal wieder ein Ersatzteil fehlte, hattest du einen guten Job gemacht, wenn du das Fließband schnell wieder zum Laufen brachtest und die Produktion weiterging. Diese Leistung durch ein „-innen“ aufzuwerten, wäre keinem meiner weiblichen Kollegen in den Sinn gekommen.

Kürzlich interviewte ich eine Vorstands-Chefin: Warum sind Frauen die besseren Führungskräfte? Als Antwort hatte ich etwas erwartet wie: „Na weil wir es können, emotionale Intelligenz, bessere soziale Skills, etc.“ Stattdessen sagte sie sinngemäß: „Weil wir Frauen so lange unterdrückt wurden, sind wir jetzt auch mal dran.“ Da war ich wirklich sprachlos ...

Warum erzähle ich das? Ich finde: Gleichberechtigung ist wichtig. Wir alle sollten sie leben und zwar überall und jederzeit und – nicht nur auf dem Papier! Aber Gendern macht Frauen und ihre Leistungen nicht sichtbar. Im Gegenteil: Sternchen, Gap und Binnen-I anonymisieren jede Person und jede Handlung. Aus aktiven Menschen, die etwas tun, werden „Mitwirkende“ und „Anwesende“. Ist es das, was wir erreichen wollen?

Gendern um des Genderns Willen ist Ressourcen-Verschwendung. Investieren wir doch besser die Energie, die wir auf krampfhaft geschlechtsneutrale Sprache verwenden, in unsere Hilfsprojekte! Ich behaupte, es wird kein Wald geschützt und keine Krankheit ausgerottet, keine Schule gebaut und kein Krieg beendet mit *_innen.

Und was meinen Sie? Schreiben Sie uns an *meinung@fundraiser-magazin.de*

ETH Zürich Foundation baut Tätigkeiten aus

Die ETH Zürich Foundation baut ihre Aktivitäten in Deutschland aus: Seit Juli betreut **Andrea Christiane Müller** für die Sitftung den Bereich Partnerschaften und Philanthropie in Deutschland. Die Betriebswirtin war zuletzt mehrere Jahre beim Tonhalle-Orchester Zürich tätig und hat dort in leitender Funktion das Fundraising und das Stiftungswesen aufgebaut. 2018 wurde sie in den Vorstand von Swissfundraising gewählt.

Geschäftsführerin für „Denk an mich“

Der Stiftungsrat der Stiftung „Denk an mich – Ferien und Freizeit für Menschen mit Behinderung“ hat **Sara Meyer** zur neuen Geschäftsführerin gewählt. Die studierte klinische Psychologin war in den letzten zehn Jahren maßgeblich in diversen Führungspositionen für mehrere Marktforschungsinstitute tätig. Sie hat ihr Amt als Geschäftsführerin im August angetreten. Ihre Vorgängerin Catharina de Carvalho ist in den Ruhestand gegangen.

Neue Philanthropie-Beratung

„Malte Schumacher // Philanthropie-Beratung“: Das neu gegründete Beratungs- und Dienstleistungs-Angebot von **Malte Schumacher** richtet sich an Philanthropen auf der einen Seite sowie an geldsammelnde Non-Profit-Organisationen auf der anderen Seite. Er bringt Geber und Nehmer zusammen und entwickelt zukunftsfähige Konzepte und Strategien für beide Akteure, die so wichtig sind für das Gemeinwohl.

Wenn Ihr Fundraiser-Magazin so aussieht ...

... dann brauchen Sie dringend ein Orga-Abo*

* Mehrere Fundraiser-Magazine (als Paket oder einzeln) für Ihre NGO – und das alles zum günstigen Kombi-Preis. Pünktlich am Erscheinungstag und ohne Umlauf-Stress.

www.abo.fundraiser-magazin.de

Leiter Digitalstrategie

Der Bundesverband Deutscher Stiftungen begrüßt **Pavel Richter** als Leiter Digitalstrategie und Verwaltung in der Geschäftsleitung des Verbandes. Pavel Richter bringt zehn Jahre Erfahrung in der strategischen Leitung gemeinnütziger Organisationen mit. Als geschäftsführender Vorstand baute er in fünf Jahren Wikimedia Deutschland zu einem der zentralen Akteure der digitalen Zivilgesellschaft in Deutschland aus. Er wird die Mitglieder des Verbandes bei der digitalen Transformation beraten.

Vorstandsvorsitzende Deutsche Aids-Stiftung

Die promovierte Juristin **Kristel Degener** ist seit August Geschäftsführende Vorstandsvorsitzende der Deutschen Aids-Stiftung. Degener arbeitete zuletzt als Geschäftsführerin bei der Landesvereinigung der Unternehmensverbände Nordrhein-Westfalen e. V. Der bisherige Geschäftsführende Vorstand der Aids-Stiftung, Ulrich Heide, trat Ende Juli in den Ruhestand. Elisabeth Pott, bisherige ehrenamtliche Vorstandsvorsitzende, legte wegen einer neuen Tätigkeit ihr Amt nieder.

Verstärkung bei Aktion Deutschland Hilft

Seit Mitte Mai unterstützt **Stefanie Miebach** als Referentin für Großspenderbetreuung das Team von Aktion Deutschland Hilft. In Zusammenarbeit mit Birgit Donath stehen die individuelle Betreuung privater Großspender und der Ausbau des Großspenden-Fundraisings im Mittelpunkt. Fundiertes Fachwissen bringt Stefanie Miebach aus ihrer rund neunjährigen Verantwortung für das Fundraising und die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Cap Anamur / Deutsche Not-Ärzte e. V. mit.

Agentur für Social Campaigning & Sustainable Marketing

Raphael Brinkert und **Christoph Metzelder**, die Mitgründer von Jung von Matt/Sports machen sich selbstständig und gründen mit Beteiligung von Jung von Matt „BrinkertMetzelder“. Die Agentur mit dem Schwerpunkt gesellschaftliche und nachhaltige Kommunikation startet am 3. Oktober. Zielkunden sind Unternehmen, Verbände, Stiftungen, Institutionen und Initiativen.

Expertin für Organisationsentwicklung

Die Stiftung „Haus der kleinen Forscher“ bereitet sich mit einer Doppelspitze auf neue Herausforderungen vor. Zum 1. Juli hat **Angelika Dinges**, ehemals Partnerin in der Unternehmensberatung KPMG, gemeinsam mit Michael Fritz die Leitung von Deutschlands größter gemeinnütziger Organisation für gute frühe MINT-Bildung übernommen. Ihren Fokus wird sie auf die Themen Personal, Finanzen, Compliance sowie Organisationsentwicklung und Change Management legen.

Operative Leitung für Unicef Schweiz

Die Marketing- und Kommunikationsfachrau **Bettina Junker** wird per 1. Januar 2019 die operative Leitung von Unicef Schweiz übernehmen. Sie folgt auf Wolfgang Gemünd, der das Kinderhilfswerk bis zu ihrem Antritt interimsmäßig führt. „Mit ihrer langjährigen Erfahrung in der Unternehmenskommunikation, ihren fundierten Kenntnissen im Fundraising sowie ihrer ausgewiesenen Führungskompetenz ist sie die ideale Besetzung für diese herausfordernde Stelle“, so Hans Künzle, Präsident von Unicef Schweiz.

Botschafter für Hear the World Foundation

Die Hear the World Foundation bekommt prominente Verstärkung aus Deutschland: Der Singer-Songwriter **Gregor Meyle** wird neuer Botschafter für bewusstes Hören. Er unterstützt die Schweizer Stiftung in ihrer Vision – eine Welt zu schaffen, in der jeder Mensch die Chance auf gutes Hören hat. Mehr als 100 prominente Persönlichkeiten setzten sich bislang für die Stiftung ein, darunter Sting, Cindy Crawford – und Bryan Adams, der Gregor Meyle in der Pose für bewusstes Hören porträtiert hat.

Vermögensspender- und Erbschaftsexpertin

Seit September freut sich die UNO-Flüchtlingshilfe über die Mitarbeit der Vermögensspender- und Erbschaftsexpertin **Monika Willich**. Sie bringt 25 Jahre Berufserfahrung im Social-Profit-Sektor mit. Seit 2005 leitete sie das Gebiet Großspenden, Erbschaften und Vermächtnis in der Malteser-Bundeszentrale. Mit Kopf, Herz und Hand engagiert sich die Erziehungswissenschaftlerin und Fundraising-Managerin nun für Nachlässe zugunsten des deutschen UNHCR-Partners.

Vorsitzende der Hanns-Seidel-Stiftung bestätigt

Ursula Männle, Staatsministerin a. D., ist im Juli erneut zur Vorsitzenden der CSU-nahen Hanns-Seidel-Stiftung gewählt worden. Diese Position hat sie bereits seit 2014 inne. Zuvor war sie 13 Jahre als Abgeordnete im Bayrischen Landtag tätig. „Heute ist die Gefahr für unsere Demokratie größer denn je. Umso wichtiger ist es, dass die Hanns-Seidel-Stiftung auf der Höhe der Zeit agiert. Dazu gehört auch, dass wir unseren Weg weiterverfolgen", so Ursula Männle.

Leitung Kommunikation der Friedrich-Naumann-Stiftung

Anders Mertzlufft ist seit Juni Leiter Kommunikation sowie Pressesprecher der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit in Berlin. Vor seinem Wechsel war er Direktor bei der Kommunikationsberatung Hill+Knowlton Strategies und selbstständiger Kommunikationsberater. Davor leitete er das Referat Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Bundesministerium der Justiz.

Trauer um Geschäftsführer

Am 18. Juli verstarb **Sven Seifert**, Gründungsmitglied, Geschäftsführer und Auslandsprogrammleiter des arche noVa e. V., nach langer Krankheit. Unter seiner Führung wurde aus der Vision einer kleinen Gruppe junger Dresdnerinnen und Dresdner eine international anerkannte Organisation für humanitäre Hilfe und Entwicklungszusammenarbeit und nicht zuletzt auch eine zivilgesellschaftliche Stimme für Toleranz und Hilfsbereitschaft in Dresden und in Sachsen.

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

Unsere neue Kollektion ist eingetroffen!

Spender / Stifter / Erblasser (m/w) für Sie!

- Neuspender, passend zu Ihrem Stil
- Hauslistspender, jetzt noch besser
- ehemalige Spender – nichts für den Altkleiderbeutel!
- auch in Übergröße als Großspender erhältlich

Vereinbaren Sie ein kostenloses Beratungsgespräch!
Oder sehen wir uns auf dem Fundraisingtag Berlin-Brandenburg?

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

Seminar

16. November 2018, ESV-Akademie Berlin

Erfolgsfaktor Kooperation

Kooperationsmanagement für Stiftungen und NPOs

Zusammen mehr erreichen

Über die Hälfte der gemeinnützigen Organisationen kooperieren heute mit mindestens einem Partner. Doch führen trotz guten Willens **unterschiedliche Vorstellungen, Interessenlagen, Arbeitsweisen und Strukturvorgaben** oft dazu, dass Vertrauen verloren geht und man Ziele nicht erreicht.

Wie sich Stiftungen und NPOs gezielt auf Kooperationen vorbereiten und wie ein effizientes Kooperationsmanagement dabei hilft, Synergieeffekte zu heben und die Wahrnehmung Ihrer Projekte zu erhöhen, erfahren Sie in diesem Seminar.

Inhalte:

- Welche Chancen und Risiken bergen Kooperationen?
- Wie findet und gewinnt man die richtigen gemeinnützigen, staatlichen, medialen und privatwirtschaftlichen Partner?
- Welche Kooperationsformen und Vertragstypen gibt es?
- Was sind Aufgaben des Kooperationsmanagements?
- Wie optimieren Sie Wirkung und Kontrolle?

Frühbucherpreis bis 12. Oktober 2018

Aktuelle Informationen und Anmeldung:

www.ESV-Akademie.de/Kooperation

ESV AKADEMIE

Sponsor: GECKO And IT's done.

Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG · ESV-Akademie · Genthiner Straße 30 G · D-10785 Berlin
www.ESV-Akademie.de · Tel. (030) 25 00 85-856/858 · info@ESV-Akademie.de

Kurzgefasst …

Schnelle Briefzustellung in der Schweiz

Im ersten Halbjahr 2018 hat die Quickmail AG, der einzige private Briefdienstleister der Schweiz, 50,6 Millionen adressierte Briefe, Mailings, Kataloge und Zeitschriften zugestellt. Das waren 8,3 Millionen und somit 20 Prozent mehr als im Vorjahr. Quickmail hat zusätzlich ländliche Gebiete erschlossen. Dort ist das Sendungsaufkommen pro Haushalt bis zu viermal höher als in der Stadt.

▶ www.quickmail-ag.ch

Digitale Arbeitsräume für NGOs

„Digital Cluster Bridges" ist ein Portal, das sich speziell an Verantwortliche aus dem Non-Profit-Bereich wendet. Mitarbeiter von Innovationsclustern, Vereinen und NGOs können dort kostenlos Arbeitsräume einrichten, Dokumente sicher ablegen und sich in den öffentlichen Gruppen mit Gleichgesinnten austauschen. Desweiteren lassen sich Umfragen und Ideensammlungen durchführen. Die Nutzung des Portals ist kostenlos.

▶ https://dcb.innoecos.com

Fachforum Erbschaftsfundraising

Die Pax-Bank lädt am 27. September 2018 ins Hotel Pullman nach Köln zum 7. Fachforum Erbschaftsfundraising. Für die inhaltliche Begleitung wurde in diesem Jahr die Agentur „steinrücke+ich" gewonnen. Um Voranmeldung wird gebeten.

▶ www.pax-bank.de/stiftungen.html

Orientierungshilfe zu Chef-Gehältern

Der Deutsche Caritasverband hat eine Orientierungshilfe zur Vergütung von hauptamtlichen Geschäftsführern und Vorständen herausgegeben. Sie soll zu besserer Nachvollziehbarkeit und höherer Transparenz führen und somit auch die Glaubwürdigkeit und Wettbewerbsfähigkeit der Caritasverbände und -unternehmen stärken. Die Broschüre kann für 79 Euro heruntergeladen werden unter

▶ www.carikauf.de

Kampagnenforum meets ZHAW

Das Kampagnenforum und das ZHAW Institut für Sozialmanagement kooperieren und bieten gemeinsame Veranstaltungen an. Der Nutzen von Wirkungsanalysen, die Entwicklung einer Fehlerkultur, der konstruktive Umgang mit Konflikten sowie die Stärkung von Resilienz und die Prävention von Burnout sind erste gemeinsame Themen. Den Auftakt macht das Thema Wirkungsanalyse.

▶ www.zhaw.ch ▶ kampagenda.ch

Ohne Moos doch viel los

Die Online-Stiftungswoche bietet Wissen pro bono

Bei der Online-Stiftungswoche vor dem Tag der Stiftungen können haupt- und ehrenamtlich Engagierte aus Stiftungen, Vereinen und anderen gemeinnützigen Organisationen kostenlos an Online-Kursen teilnehmen und sich zu Fundraising und anderen Themen weiterbilden.

Kostenfreie Webinarreihe

Die „Online-Stiftungswoche" steht zwar unter dem Motto „Ohne Moos nix los", ist aber dank der Stiftung Stifter für Stifter kostenfrei. Die Webinarreihe vom 24. bis 28. September 2018 behandelt Themen wie Sachspenden, Pro-bono-Leistungen und Rabatte, Crowdfunding, Ertrag vs. Risiko, Impact Investing, Finanzpartner und Förderanträge. Die letztjährige Online-Stiftungswoche im Herbst 2017 konnte knapp 1000 Teilnehmer aus 414 Stiftungen und Organisationen verzeichnen. Eine Anmeldung für die aktuelle Ausgabe ist noch möglich.

Praktiker referieren

Die diesjährige Stiftungswoche richtet sich besonders an kleine und mittlere Institutionen. „Die Webinare sind so konzipiert, dass sie das nötige Basiswissen vermitteln. Praxiserprobte Referenten stellen ihr Wissen pro bono zur Verfügung, folglich ist auch die Teilnahme an den Webinaren, die auch einzeln besucht werden können, kostenlos. Das entlastet die Budgets der Organisationen und der Vorstände", erläutert Jürgen Reiss, Mitglied des Vorstands der Stiftung Stifter für Stifter, das Konzept der Online-Stiftungswoche. „Wenn es uns gelingt, die Stiftungsarbeit mit diesem Format wieder ein Stück effektiver zu machen, sind wir auf dem richtigen Weg."

▶ www.stiftungswoche.online

Major Giving Institute feiert 5. Geburtstag

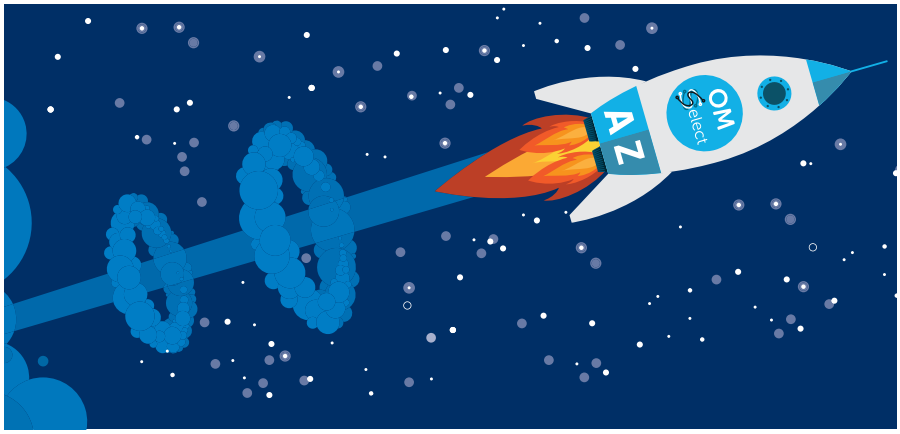
„Demnächst steht dann die Einschulung an“, scherzten Teilnehmende des Major Giving Open Space, den Dr. Marita Haibach und Jan Uekermann zum Anlass des 5. Geburtstages ihres Major Giving Institutes in Wiesbaden veranstalteten. Eingeladen waren die Absolventinnen und Absolventen sowie Dozierende der Weiterbildung „Großspenden-Fundraiser/in“. Seit Kurs 1, der im Juni 2013 startete, haben sich rund 80 Frauen und Männer ausbilden lassen, vermögende potenzielle Förderer für ihre Organisation zu finden und mit diesen zusammenzuarbeiten, um so zu mehr Einnahmen durch große Spenden beizutragen. „Die Potenziale für das Großspenden-Fundraising sind nach wie vor riesig“, so Marita Haibach. „Damit Organisationen in unterschiedlichen Bereichen diese nachhaltig erschließen können, wollen wir noch viele weitere Major-Donor-Fundraiserinnen ausbilden“.

Beim Open Space brachten die erfahrenen Großspenden-Fundraiserinnen und -Fundraiser ihre eigenen Themen und Fragen auf die Agenda. Dazu Jan Uekermann: „Die Energie unter den Teilnehmenden war super! Der kollegiale Austausch und gegenseitiges Reflektieren sind wichtige Erfolgsbausteine im Großspenden-

Fundraising.“ Eine Bilanz über „5 Jahre Major Giving Institute“ gibt es aktuell auf der Website *www.major-giving-institute.org*. Hier finden sich auch alle Informationen zu Kurs 8 der Weiterbildung „Großspenden-Fundraiser/in“, die am 24. Januar 2019 startet. Frühbucherrabatt gibt es noch bis 30. September 2018.

„OMselect“: Spenderstämme analysieren und neue Spender finden

Die Organisations-Management-Software OM von Creativ Software wurde speziell für Non-Profit-Organisationen, Verbände, Schulen und Parteien aus der Schweiz entwickelt. Dank der Zusammenarbeit mit AZ Direct bietet Creativ Software mit „OMselect“ neu auch umfassende Analysemöglichkeiten – sei es für die Zielgruppensegmentierung oder zur Bestimmung von gewinnbringendem Restpotenzial.



In der Ausgabe 4/2018 des Fundraiser-Magazins wurde aufgezeigt, welchen Mehrwert „OMselect“ bietet. User greifen auf 6,3 Millionen Kontaktdaten und über 100 Merkmale von Privatpersonen zu. Ausserdem bietet „OMselect“ umfassende Analyse-Möglichkeiten durch integrierte Daten und Tools von AZ Direct.

Datensicherheit dank anonymisierter Prozesse

Die Verbindung von Spenderdaten mit den Daten von AZ Direct erfolgt immer anonymisiert. AZ Direct wertet deshalb immer nur „Nummern“ aus und kann keine Rückschlüsse auf die einzelne Spenderin oder den einzelnen Spender ziehen. Dies erfolgt ausschließlich innerhalb von OM. Damit ist der Datenschutz gewährleistet.

Integrierte Spenderstamm-Analyse deckt wertvolles Restpotenzial auf

Die besten bestehenden Spender definieren die besten potenziellen Spender. Mit „OMselect“ können Non-Profit-Organisationen dieses wertvolle Restpotenzial einfach erkennen.

Wer eine Analyse durchführen möchte, definiert zuerst, welche Zielgruppe des eigenen Bestandes mit „OMselect“ analysiert werden soll. Aufgrund dieser Selektion erfolgt im Hintergrund eine Analyse der Spenderinnen und Spender durch AZ Direct. Der ausgewählte Teil des Spenderstamms wird mit der AZ Data World verbunden – also mit 6,3 Millionen Privatadressen. Die Adressen werden vorübergehend mit über 100 Merkmalen angereichert – regionale Merkmale, haushaltsbezogene Merkmale und soziodemografische Merkmale (Alter, Einkommen, Vermögen, Kinder im Haushalt usw.). Zu dominierenden Ausprägungen der bestehenden Spenderinnen und Spender liefert AZ Direct dublettenfrei Adressen zurück, die gleiche Merkmale aufweisen.

Dieses Restpotenzial lässt sich danach weiter eingrenzen und die so definierten Adressen können in eine Kampagne importiert werden. Außerdem wird angezeigt, welche gewählten Kontakte Sie auch per E-Mail oder Facebook erreichen können. Die Selektionsfunktion lässt sich kostenlos nutzen – Fremdadressen stellt AZ Direct zum Spezialpreis von 250 Schweizer Franken pro tausend Adressen zur Verfügung.

Den eigenen Spenderstamm optimieren

Mit „OMselect“ ziehen NPOs größeren Nutzen aus ihren Spenderdaten.

- Zustellbarkeitsprüfung: zeigt, welche Adressen des Spenderstammes aktiv und per Post erreichbar sind
- Erstellen von Scorings: schärft die Sicht darauf, welche Spenderinnen und Spender oft spenden
- tiefer gehende Statistiken und Analysen

Fazit: Die Organisations-Management-Software OM von Creativ Software ist ein mächtiges Werkzeug, das NPO, Verbänden und Parteien die Arbeit enorm erleichtert und Komplexes einfach macht. Dank der integrierten Daten und Tools der AZ Direct steht den Kunden mit „OMselect“ ein unschätzbarer Mehrwert zur Verfügung. Pflegen Sie Ihre Adressen, selektionieren Sie neue Potenziale und erkennen Sie beste potenzielle Spenderinnen und Spender. Mit „OMselect“.

Kontakt:
Für „OMselect“:
creati</> SOFTWARE
+41 (0)71 717 21 70
aschwengeler@creativ.ch

Analyse-Dienstleistungen für effizientes Dialogmarketing:
AZ Direct
+41 (0)41 248 44 44
roger.dobler@az-direct.ch

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

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

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

Hahn Kommunikation & Fundraising
Geldauflagenmarketing, Direktmarketing, Fundraisingberatung
Gemeinsam Potentiale entdecken!
Geldauflagenmarketing
- Adressvermietung
- Administration
- Produktion
- Konzept

Direktmarketing
- Ausschreibungen
- Abwicklung / Produktion / Kreation
- Mailingstrategie

Fundraisingberatung
- Prozesse / Strukturen
- Instrumente
- Strategische Planung

Rodenbergstraße 17 · 10439 Berlin
Telefon: +49 (0)160 5029484
hahn-kuf@posteo.de
www.hahn-kuf.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

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

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

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

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

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

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

Cornelia Blömer Organisationsberatung
Schwerpunkt meiner Beratung ist das Redesign von Arbeitsabläufen im Fundraising und die Auswahl und Einführung der passenden Software-Unterstützung. Profitieren Sie von meiner langjährigen Erfahrung in NGO und erreichen Sie Ihre Ziele mit optimiertem Ressourceneinsatz. Gerne unterstütze ich Sie als zertifizierte Datenschutzbeauftragte auch bei der Sicherstellung des Datenschutzes in Ihren CRM-Prozessen und -Systemen.

Paul-Lincke-Ufer 9
10999 Berlin
Telefon: +49 (0)176 62646507
kontakt@cornelia-bloemer.de
www.cornelia-bloemer.de

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

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

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

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

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

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

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

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

PLZ-BEREICH 2

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

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

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

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

direct. Gesellschaft für Direktmarketing mbH

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

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

Sie finden uns außerdem in Berlin und Köln.

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

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

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.

Im Soll 25 · 22179 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 30099923
Mobil: +49 (0)177 6791057
info@Systemisches-Fundraising.de
www.Systemisches-Fundraising.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

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

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

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

oneFIT NGO

EC Consulting GmbH

- Adressmanagement
- Kampagnenplanung
- Buchhaltungs- und Zahlungsmanagement
- Analyse-Tools
- Bußgeldmanagement
- Veranstaltungsmanagement
- Services & Dienstleistungen rund ums Fundraising

Mit oneFIT NGO besitzen gemeinnützige Organisationen und Spendenorganisationen eine innovative Softwarelösung für den kompletten administrativen Bereich

Meerbuscher Straße 64 – 78 · 40670 Meerbusch
Telefon: +49 (0)2159 81532-0
Telefax: +49 (0)2159 81532-29
beratung@ngosoftware.de
www.ngosoftware.de

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Consilia
Stiftungsberatung und Management
Seit 2007 beraten wir ganzheitlich Stiftungen, Vereine und andere NPOs. Unsere Arbeitsschwerpunkte liegen in folgenden Bereichen:
- Stiftungsberatung und Gründung
- Fundraising, insbesondere Großspenderfundraising (Erbschaftsmarketing, Unternehmenskooperationen, Beantragung von Fördermitteln, Vernetzung)
- Kommunikation
- Stiftungstreuhand

Rosmarinweg 5B · 65191 Wiesbaden
Telefon: +49 (0)611 16885478
Mobil: +49 (0)160 96648343
birgit.quiel@consilia-stiftungsberatung.de
www.consilia-stiftungsberatung.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

P Direkt GmbH & Co. KG
Genießen Sie Ihre Erfolge in vollen Zügen. Während wir uns für Sie in die Arbeit stürzen! Bei P Direkt profitieren Sie von echtem FULLSERVICE rund um Ihre Fundraising-Mailings:
- 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

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

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

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

TeleDialog GmbH
Telefon-Fundraising: seit vielen Jahren ausschließlich für Non-Profit-Organisationen in der telefonischen Spenderbetreuung tätig.
Neuspendergewinnung – Interessenten werden zu langfristigen Spendern
Spender-Bedankung, Reaktivierung – Vom inaktiven zum aktiven Spender.
Upgrading, Datenkontrolle, Adressrecherche, Info- und Serviceline
Kirchenweg 41 · 83026 Rosenheim
Telefon: +49 (0)8031 80660
Telefax: +49 (0)8031 8066-16
kundenbetreuung@teledialog.com
www.teledialog.com

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

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

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

FundraisingBox
c/o Wikando GmbH
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

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

PLZ-BEREICH 9

Mittel & Wege
Fundraising, Beratung, Fortbildung,Coaching
Seit 18 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 4579747
fundraising@mittel-wege.de
www.mittel-wege.de

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

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

ÖSTERREICH

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Corris AG
Corris ist eine 1995 gegründete Agentur für nachhaltiges Spendenmarketing. Von unseren Büros in Zürich, Lausanne und Bellinzona aus organisieren und realisieren wir Fundraising-Kampagnen in der ganzen Schweiz – mit Hilfe modernster Tablet-Computer und 3D-Datenbrillen.
Non-Profit-Organisationen erhalten bei Corris alles aus einer Hand: Beratung, Standaktionen (Face2-Face), Haustür-Werbung (Door2Door), Datenverwaltung, Callcenter und Lettershop.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

BLICKLE & HÄFLIGER Directmarketing AG
Wir beraten Sie seit über 25 Jahren kompetent von der Adresse bis zur Postaufgabe
NPOs vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen, dank unseres grossen Know-hows und unserer Flexibilität.
Blickle & Häfliger Directmarketing AG – Ihr unabhängiger Partner für:
- Zielgruppenberatung
- Adressvermittlung
- EDV-Dienstleistungen
- Laser-Personalisierung
- Lettershop
- Fulfillment-Abteilung

Wir freuen uns auf Sie!

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Digitalisierung in Entwicklungsländern:

„Das müssen wir auch leisten können“

Als Thomas Rubatscher SOS-Kinderdörfer besuchte, stellte der Informatik-Fachmann fest, dass gerade in Ländern Afrikas, Lateinamerikas und Asiens durch Digitalisierung in der Projektarbeit viel mehr erreicht werden könnte. Deshalb entwickelte er als International Director for Information and Communication Technology beim Generalsekretariat der SOS-Kinderdörfer in Innsbruck gemeinsam mit seinen Mitarbeitern und den Landesvereinen vor Ort gezielt Programme, die Kinder in ihren digitalen Kompetenzen stärken. Matthias Daberstiel sprach mit ihm über die Chancen und Schwierigkeiten der Digitalisierung in seiner NGO.

? Herr Rubatscher, IT-Fachleute werden überall gesucht. Warum haben Sie sich entschieden, für eine Non-Profit-Organisation zu arbeiten?

Gereizt hat mich die Internationalität der Projekte. Vorher hatte ich für Spitäler in Österreich, Deutschland und der Schweiz gearbeitet, Software entwickelt, Projekte organisiert und Spitäler beraten. Die Internationalität ist übrigens auch ein Grund für viele meiner heutigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, für die SOS-Kinderdörfer zu arbeiten. Etwas Gutes für Kinder auf der ganzen Welt zu tun, spielt natürlich auch eine Rolle.

? Sie arbeiten für das Generalsekretariat der SOS-Kinderdörfer. Was ist dort Ihre Aufgabe?

Die SOS-Kinderdörfer sind eine Föderation von selbstständigen Landesvereinen. Dort wird sowohl die Arbeit mit den Kindern als auch das Fundraising von jedem Verein selbst verantwortet. Ich arbeite für den Dachverband in Innsbruck, der administrativ aushilft, die Spenden von den Geberländern in die Empfängerländer unseres Planeten transferiert und deren Verwendung überprüft. Wir unterstützen auch Empfängerländer in vielen Fragen, sorgen für einheitliche Qualitätsstandards und helfen mit, die Spendenempfängerländer zunehmend finanziell selbstständig zu machen. Insofern sind wir nicht aufgestellt wie eine Firma, wo die Zentrale das Sagen hat, sondern eher vergleichbar mit der EU – mit den gleichen Herausforderungen, aber auch mit den gleichen Chancen.

? Ist da eine harmonische digitale Strategie für alle Länder überhaupt möglich?

Das ist eine große Herausforderung, denn einerseits sollten wir aus Kosten- und Effizienzgründen in vielen Bereichen auf Standardisierung und auch Zentralisierung setzen, andererseits müssen wir die Landesvereine aber immer erst davon überzeugen.

? Auf welche Schwierigkeiten stoßen Sie bei der Digitalisierung in Entwicklungsländern?

In Afrika haben wir noch immer simple Probleme wie geringe Bandbreite, Stromausfälle, ungeeignete Hardware oder fehlendes qualifiziertes Personal. Natürlich ist die IT-Erfahrung, die Mitarbeiter mit-

bringen, auch anders als in Europa. Wie viele andere NGOs haben wir die Herausforderung, Systeme zu bauen, die auch vor Ort in Afrika, Asien und Lateinamerika funktionieren. Da haben wir schon viele leidvolle Erfahrungen machen müssen.

? Wie haben Sie diese Probleme vor Ort gelöst?

Vor 10 bis 15 Jahren versuchten wir das über lokal installierte Software. Aber das Internet und Cloudlösungen bieten uns da viel bessere Möglichkeiten. So bleibt uns nur noch das Problem der geringeren Bandbreite und der lokalen Sicherheitsmaßnahmen. Die Wartung der Systeme oder das Einspielen neuer Funktionen können wir heute zentral abfedern.

? Und wie sieht es mit Hardware vor Ort aus?

Naja, Afrika ist nun mal heißer und staubiger. Mit einem normalen Computer kommen Sie da oft nicht weit. Auch weil es oft Stromausfälle gibt. Notebooks mit guten Akkus sind da geeigneter. Aber wir bräuchten energiesparendere Modelle, Betriebssysteme und Software, und das Ganze müsste wartungsfrei, robust und einfacher in der Handhabung sein.

? Was ist das Ziel der SOS-Kinderdorf-Digitalisierungsstrategie „Digital Village"?

Einerseits wollen wir allen Kindern und Jugendlichen frühzeitig die Chance geben, sich digitale Kenntnisse anzueignen – unabhängig vom Wohnort –, um in der Bildung und im späteren Arbeitsleben mithalten zu können, und andererseits wollen wir die Dörfer auch erreichbarer machen. Spender zum Beispiel erwarten heute viel schneller und viel genauere Informationen über die unterstützten Projekte. Das müssen wir auch leisten können.

? Was kann Digitalisierung noch?

Sie hilft in vielen Bereichen. Ganz offensichtlich in der Verwaltung und in der internen und externen Kommunikation. Aber auch in unserer Hilfe vor Ort. Zum Beispiel können wir Engpässe bei klassischem Lernmaterial und Büchern mit modernen Medien viel einfacher digital überbrücken. Lehrer und Schuldirektoren in Afrika sind meist sehr offen gegenüber solchen Projekten. Wenn ich das mit Schulen in unserem Kulturkreis vergleiche … Da denken die Kolleginnen und Kollegen in Afrika oft fortschrittlicher.

? Sie selbst hatten ja am Anfang kaum Erfahrungen mit NGOs. Was hat denn Ihre Perspektive auf das Thema Entwicklungszusammenarbeit geprägt?

Die Lehrer in einem Dorf im Senegal haben mich zum Beispiel total überrascht. Die unterrichteten Schüler schon vor zehn Jahren mit IT-Unterstützung und sprachen darüber mit einem Eifer und einer Motivation; das hat mich schon fasziniert und auch zu Veränderungen meines Weltbildes geführt. Bis dahin haben wir im IT-Bereich vor allem das Fundraising, den administrativen Bereich oder die Buchhaltung unterstützt. Nach dem Erlebnis war mir und den mich begleitenden Kollegen klar, dass wir auch bei der Programmarbeit digitaler werden müssen. Im Austausch mit vielen NGOs stellten wir fest, dass wir da eher hintendran als vorneweg sind. Das haben wir versucht aufzuholen und liegen heute im guten Mittelfeld.

„Wenn ich das mit Schulen in unserem Kulturkreis vergleiche … Da denken die Kolleginnen und Kollegen in Afrika oft fortschrittlicher."

? Das Fundraising scheint anderswo schon viel digitaler. Warum ist das so?

Nun, viele Dinge sind natürlich aus der Not geboren. Versuchen Sie mal, eine korrekte postalische Adresse in Lateinamerika oder Afrika zu bekommen. In Lateinamerika sind wir zum Beispiel mit digitalem Fundraising sehr erfolgreich, währenddessen wir in Europa immer noch Briefe versenden. Die Spenderinnen und Spender hier wollen das natürlich so, sind auch etwas älter als in anderen Ländern. Ich würde mir auch wünschen, dass unser Fundraising digitaler wird und wir verstärkt versuchen, auch jüngere Spender über neue Kanäle zu erreichen.

? Wie digital denken denn NGOs schon?

Nun, Digitalisierung ist für uns ja kein Fremdwort. SOS-Kinderdorf Österreich war Ende der 1960er Jahre zum Beispiel in Westösterreich nach zwei Banken das dritte Unternehmen, das einen Computer angeschafft hat. Das lag auch am Fundraising. Wir hatten Millionen Kleinspender, die wir zu verwalten hatten. SOS-Kinderdorf war auch eine der Ersten, die eine Oracle-Datenbank für Texte und Bilder an das Internet angeschlossen hat. Das war vor der Jahrtausendwende. Dort waren Projektbilder aus allen Regionen gespeichert, die wir unseren Mitgliedsvereinen über ein weltweites Intranet zur Verfügung stellen konnten. Damit sind wir sogar auf Konferenzen aufgetreten.

? Wo hakt es dann heute?

Probleme haben wir im High-End-Bereich, weil uns dazu die finanziellen Mittel fehlen. Große SAP-Installationen haben wir schon mal gehabt, die waren aber zu teuer. NGOs stehen hier extrem unter Druck, die Admin-Kosten gering zu halten. So schüttet man leider das Kind manchmal mit dem Bade aus. Mit etwas höheren Investitionen in die Digitalisierung könnten wir mittelfristig viel effizienter arbeiten. Problematisch sind meist nicht die Kosten für die Software, weil die Unternehmen diese oft für NGOs günstiger hergeben, aber die Change-Managementkosten vor Ort, wie etwa für digital qualifizierte Mitarbeiter und Schulungen, die kosten richtig Geld. Die aktuelle Modernisierung und Vereinheitlichung unseres Enterprise Ressource Planning Systems wird uns zum Beispiel eine Zeit lang wenig Luft für andere digitale Projekte lassen. Deshalb geht Digitalisierung in vielen Non-Profit-Organisationen etwas langsamer.

▶ www.sos-kinderdorf.at

So beeinflusst Bürokratie das Fundraising

In Österreich melden NGOs Spenden an das Finanzamt

Erst seit 2009 können in Österreich Spenden von der Steuer abgesetzt werden. Mehr als 350 NGOs sind auf der Liste der spendenbegünstigten Organisationen, die vom Finanzamt akzeptiert werden. Seit 2017 dürfen die Österreicher ihre Spenden nun nicht mehr selbst bei der Steuererklärung geltend machen – die NGOs müssen diese Daten an die Finanzbehörden übermitteln. Ein bürokratischer Aufwand mit Folgen.

Von DR. GÜNTHER LUTSCHINGER

Als der Gesetzgeber – gegen den Widerstand der Spendenorganisationen – die Spendenabsetzbarkeit neu regelte, waren das verschlüsselte bereichsspezifische Personen-Kennzeichen für Steuern und Abgaben (vbPk SA), das Datenstrom- oder Dialogverfahren, die antraglose Arbeitnehmerveranlagung sowie die Vernetzung mit dem Melderegister und FinanzOnline für die österreichische Fundraising-Szene die bestimmenden Themen.

Automatisierungsprozesse im steuerlichen Kontext halten in vielen europäischen Ländern Einzug. Seit knapp einem Jahr ist in Österreich die antragslose Arbeitnehmerveranlagung wirksam, durch die Steuerzahler ohne Abgabe einer Steuererklärung eine Steuerrückerstattung erhalten können.

Bis dato mussten Spender ihre Spenden im Rahmen einer Steuererklärung selbst an das Finanzamt melden. Seit Januar 2017 können Österreichs Spender ihre Spenden nicht mehr selbst absetzen. Gemeinnützige Organisationen sind verpflichtet, dies für sie zu erledigen, wenn Spender ihnen einmalig ihren vollständigen Namen laut Meldezettel und ihr Geburtsdatum übermitteln. Damit kann die NPO die Daten zur Spende an die Finanzbehörden weiterleiten. Um den Datenschutz zu sichern, werden diese Daten verschlüsselt übertragen und sind ausschließlich vom Finanzamt verwertbar. Betroffen davon sind rund 6500 Einrichtungen mit rund 1 bis 1,5 Millionen Spendern.

In der Theorie ein praktikables Modell, das große Erleichterungen für Spender bedeutet, hat die praktische Umsetzung für Österreichs gemeinnützige Organisationen allerdings einen immensen Mehraufwand mit sich gebracht. Tausende spendenbegünstigte Einrichtungen müssen nun neben ihrem eigentlichen Aufgabengebiet erhebliche administrative Tätigkeiten übernehmen.

Neues Modell mit Anlaufschwierigkeiten

Darüber hinaus war der Startschuss für die „Spendenabsetzbarkeit NEU“ seitens des Bundesministeriums für Finanzen (BMF) mit diversen Komplikationen behaftet. Eine der Herausforderungen bestand darin, Spendern eine einfache Möglichkeit zur Übermittlung ihrer Daten anzubieten. Gemeinsam mit den Banken wurden deshalb vom Fundraising Verband Austria eine eigene SEPA-Zahlungsanweisung sowie Informationsschreiben entwickelt. Dienstleister stellten Registrierungswebsites und eigene Hotlines zur Verfügung. Dennoch enthalten etwa 10 bis 15 Prozent der übermittelten Daten Fehler und können nicht ordnungsgemäß gemeldet werden. Abhilfe schuf eine vom Fundraising Verband Austria entwickelte Software, mit der die häufigsten Schreibfehler beseitigt werden können. Die eindeutige Identifizierung der Spender war dabei nur eine der Schwierigkeiten, mussten sich NPOs und ihre Dienstleister doch zuerst beim Innen- und Finanzministerium in einem mühsamen Prozess registrieren, um die entsprechenden Zugänge und technischen Schnittstellen zu erhalten.

Die erforderlichen Umstellungen und der Kommunikationsaufwand haben sich dadurch noch vervielfacht, dass das Ministerium die notwendige technische Infrastruktur erst mit großer

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.

Verspätung bereitgestellt hat. Die meisten Organisationen konnten die erhobenen Spenderdaten dadurch erst im Herbst 2017 oder noch später auf ihre Richtigkeit testen.

Verunsicherung durch fehlende Kommunikation

Daneben sorgte die mangelhafte und viel zu spät gestartete Informationskampagne des Finanzministeriums für Verunsicherung unter den Österreichern. Der Bevölkerung konnte nicht ausreichend kommuniziert werden, was sich für sie geändert hat und was sie für die steuerliche Absetzbarkeit ihrer Spenden künftig tun muss. Laut Umfragen wussten dadurch ein halbes Jahr nach Inkrafttreten erst vier von zehnBefragten ansatzweise über die Änderungen Bescheid. Diese Verunsicherung zeigte im Hinblick auf das österreichische Spendenvolumen 2017 auch ihre Wirkung: Erstmals seit Jahren prognostizierte der Fundraising Verband Austria einen leichten Spendenrückgang.

Durch eine Verstärkung der Informationsarbeit seitens des Finanzministeriums, aber vor allem durch die Aufklärungsarbeit des Fundraising Verbands Austria und Österreichs gemeinnütziger Organisationen, ist die Neuregelung der Spendenabsetzbarkeit mittlerweile bei den Österreichern mehrheitlich angekommen. Allerdings hat sich das Verhältnis zu den Spendern nachhaltig verändert. Schlagartig war die Frage zentral, ob die jeweilige NPO alle Meldungen auch zeitgerecht und richtig übermittelt hatte.

Jeder dritte Spenden-Euro wird steuerlich abgesetzt

Insgesamt hatte sich die Spendenabsetzbarkeit in den letzten Jahren positiv auf das Spendenwesen und das Spendenaufkommen ausgewirkt. 2009 vom Gesetzgeber mit der Absicht eingeführt, das Spenden für die Österreicher attraktiver zu machen, nutzen bereits über eine Million Menschen die Möglichkeit der Spendenabsetzbarkeit. Jeder dritte Spenden-Euro wird damit in Österreich steuerlich abgesetzt. Insgesamt stieg das Spendenaufkommen auf 630 Millionen Euro an.

Der promovierte Biologe **Günther Lutschinger** startete 1986 seine NPO-Karriere bei „Neustart", dem Verein für Bewährungshilfe. Anschließend war er 17 Jahre lang beim WWF Österreich tätig. Seit 2006 ist er selbstständiger Unternehmensberater. 2007 übernahm er die Geschäftsführung des Fundraising Verband Austria (FVA), ist Mitglied im Spendenbeirat des BMF, Vortragender am Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI) und Referent auf Fachtagungen und internationalen Fundraising-Kongressen.
▶ www. fundraising.at

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

Gut gegen Böse?

Framing polarisiert Fundraiser grundlegend

Eine wichtige Herausforderung für jeden Fundraiser besteht darin, Gefühlsregungen hervorzurufen, die Menschen dazu bewegen, eine Spende zu tätigen. Dreht es sich dabei um Armut, sind die meisten Fundraiser der Ansicht, Emotionen am besten dadurch entstehen zu lassen, indem man exakt auf das Problem verweist.

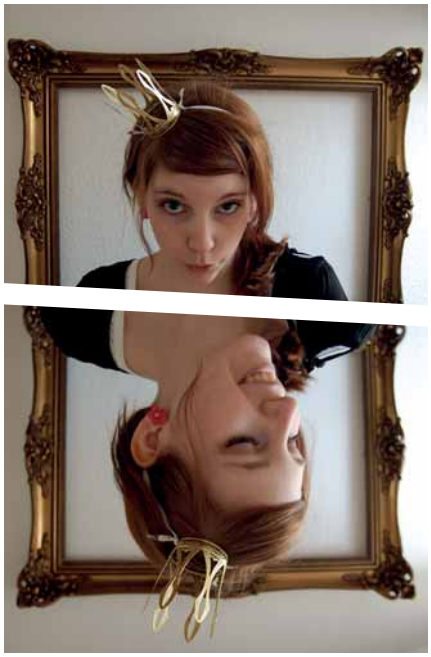
Von IAN MACQUILLIN
Deutsch von RICO STEHFEST

Das Bild eines hungernden Kindes ist der Klassiker: Das Aufzeigen des tatsächlichen Problems tendiert hier dazu, eine Spende durch negative Gefühle zu verursachen, wie Mitleid oder Schuld. Das ist aber genau das Problem, denn viele Dienstleister und Campaigner sind der Ansicht, dass diese Art von Bildern nicht die Würde des Empfängers respektiere, sondern noch das eigentliche Problem verstärke, indem Menschen in Not klischeehaft dargestellt werden. Häufig wird argumentiert, dass Bilder positive Werte reflektieren und eine Spende durch positive Gefühle wie Hoffnung oder Empathie motiviert sein sollten.

Wie Informationen präsentieren?

Darin liegt die Problematik des Framing – ob Informationen positiv oder negativ vermittelt werden, ob über die Begrifflichkeiten des Verlustes oder des Gewinns. Fundraiser argumentieren häufig, sie müssten Informationen auf negative Weise präsentieren, weil das mehr Spenden einbrächte. In unserem Thinktank „Rogare“ nennen wir das den „Fundraising Frame“. Kritiker äußern den Standpunkt, man solle Informationen in positivem Framing vermitteln, was wir den „Werte-Frame“ nennen.

Der Unterschied zwischen positivem und negativem Framing ist in diesem Zusammenhang nicht der einzige Aspekt, der zu



Meinungsverschiedenheiten beider Seiten führt. Fundraiser, die das negative Framing mit dem Argument es brächte mehr Geld vertreten, untermauern ihre Ethik dabei durch ein positives Endergebnis. Die Fachwelt spricht dabei von Konsequentialismus.

All jene, die den „Werte-Frame“ bevorzugen, vertreten die Ansicht, Fundraiser sollten eben gerade Bilder verwenden, die die Würde des Empfängers schützen und sich gegen Stereotype wenden, einfach weil das grundsätzlich das richtige Vorgehen wäre. Ethische Grundsätze basieren bei dieser Sichtweise nicht auf den Ergebnissen, sondern auf einem moralischen Prinzip. Und das besteht eben darin, dass „poverty porn“ falsch ist, selbst, wenn es mehr Geld einbringt als positives Framing.

Ideologische Differenzen

Fundraiser und Dienstleister sprechen an dieser Stelle unterschiedliche ethische Sprachen, und es liegt nahe, dass die darin aufscheinenden Differenzen ideologischer Natur sind: Beide Seiten verfügen über unterschiedliche Sichtweisen auf ein Problem, und die Diskussion darüber wird polarisierend geführt, ohne dass eine der beiden Seiten Verständnis für die andere aufzubringen in der Lage wäre.

Wie nun bekommen wir beide Seiten dazu, miteinander zu sprechen und diese ideologische Lücke zu schließen?

Keine Frage des Rechthabens

Unser Thinktank hat sich zunächst existierende Untersuchungen angeschaut, die sich dem Aspekt widmen, dass negatives Framing mehr Geld einbringen würde. Die Forschungslage dazu ist nicht sehr umfangreich. Wir fanden gerade mal ein gutes Dutzend Arbeiten. All diese Untersuchungen liefern eine vorsichtige Bestätigung der Sichtweise aller Praktiker des negativen Framings. Speziell traurige Bildsprache erlöst mehr Spenden durch das Auslösen von Mitleid. Die Tendenz in diese Richtung ist aber alles andere als überwältigend.

Wir glauben, dass das negative Framing am besten für die Spendergewinnung funktioniert, also für Momente, in denen ein Neuspender durch eine starke emotionale Regung auf die Problematik aufmerksam gemacht werden soll. Positives Framing scheint hingegen besser für die Spenderbindung geeignet zu sein.

Welches Ergebnis ist positiv?

Was aber macht man mit der ideologischen Lücke? Da all jene, die sich auf den „Werte-Frame“ stützen, ihre Position eben nicht darauf gründen, ob mehr oder weniger Geld gesammelt werden kann, ist es nicht möglich, ihren Standpunkt dadurch zu untergraben, indem man ihnen aufzeigt, dass dem so wäre, also dass tatsächlich mit negativem Framing mehr Geld an eine

Organisation fließt. In schönster ideologischer Manier sehen die Vertreter des „Werte-Frames“, worin der Fehler der anderen liegt, erkennen aber keinen innerhalb der eigenen Position.

Um das Problem zu lösen, sollten wir das ethische Dilemma beleuchten, das auf Seiten des „Werte-Frame“ erhebliche Probleme aufzeigt: Dieser Ansatz mag die Würde des Spendenempfängers wahren, aber viele Kampagnen, die über ein positives Framing gefahren wurden, wurden im Sinn des Fundraisings in den Sand gesetzt, wie beispielsweise die Kampagne „Lift Me Up“ von Oxfam. Ein ethisches Dilemma tut sich immer dann auf, wenn einem zwei Wahlmöglichkeiten gegeben sind, die beide jeweils positive wie negative Ergebnisaussichten mit sich bringen. Das gute Resultat wäre, wenn viel Geld gesammelt werden könnte. Negativ zu betrachten wäre, wenn die Würde des Empfängers „geschädigt“ würde. Der „Werte-Frame“ hat den positiven Effekt, dass die Würde des Empfängers unangetastet bleibt, aber gleichzeitig muss mit weniger Spenden gerechnet werden.

Das böse Fundraising

Warum ist das ausschlaggebend? Die Vertreter des „Fundraising Frame“ betrachten oftmals das Generieren von Spenden als nicht ihr eigenes Problem. Sie kritisieren andere Fundraiser wegen eines negativen Framings. Dabei unternehmen sie allerdings kaum konstruktive Schritte zur Entwicklung von Alternativen, teilweise aus dem ideologischen Ansatz heraus, Fundraising sei „notwendigerweise böse“.

Durch eine Umgestaltung der ethischen Fragestellung wird deutlich, dass all jenen Organisationen Konsequenzen drohen, die sich vom negativen Framing hin zum „Werte-Frame“ bewegen. Damit soll keineswegs behauptet werden, es wäre richtig, auf der Seite des negativen Framings zu verbleiben. Es wird aber deutlich, dass zum Erreichen eines Konsenses all jene Fundraiser, die für das positive, wertebasierte Framing einstehen, deutlich mehr tun müssen als nur andere Fundraiser wegen ihres abweichenden Standpunktes zu kritisieren.

Ian MacQuillin ist Direktor von Rogare, dem Fundraising-Thinktank des Hartsook Centre for Sustainable Philanthropy an der Plymouth-Universität in England. Er ist seit 2001 im Fundraising tätig und Autor mehrerer Bücher zum Thema Ethik im Fundraising.
▶ www.plymouth.ac.uk

Der wohldosierte Kontakt

Informationspolitik von Organisationen unter die Lupe genommen

Wann, wie oft und auf welche Weise ein Verein seine Mitglieder kontaktiert, ist Bestandteil seiner individuellen Informationspolitik und könnte unterschiedlicher nicht aussehen. Dass sowohl ein Zuviel als auch ein Zuwenig an Kontakt im direkten Zusammenhang mit der Verweildauer eines Mitglieds im Verein steht, belegen Statistik und empirische Beobachtungen eines Unternehmens für Mitgliederverwaltung in Burgwedel bei Hannover.

Von ANJA KNÄPPER

Das „Viel hilft viel"-Prinzip, so das Ergebnis der Forschung, gilt ebenso wenig wie die homöopathische Dosis. Drei Organisationen werden verglichen, die ganz unterschiedliche Wege der Mitgliederbetreuung gehen.

Die Devise von Organisation A scheint zu lauten: „Tu Gutes und rede darüber.". Die Organisation versendet an ihre Mitglieder monatlich einen Newsletter per E-Mail. Postalisch werden die Mitglieder alle drei Monate mit einem Spendenaufruf angeschrieben, in der Erwartung, zusätzlich zu den Mitgliedsbeiträgen weitere Zuwendungen zu erhalten. Pro Halbjahr verschickt Organisation A die Vereinszeitschrift auf dem Postweg. Last but not least erhält das Mitglied seine Zuwendungsbescheinigung, die wiederum mit einem Spendenaufruf verbunden ist. Diese Kontakte summieren sich auf 18 pro Jahr – nicht eingerechnet die Social-Media-Kanäle, die selbstverständlich regelmäßig und üppig gefüllt werden.

Was steckt dahinter? Sicherlich die beste Absicht. Aber zu dem Ziel, die Mitglieder langfristig zu binden, führt diese Absicht nicht. Die durchschnittliche Verweildauer liegt bei rund sechs Jahren.

Ein Hintergrund: Viele Menschen sind schlichtweg genervt von diesem Überangebot an Informationen, in einer Zeit, in der wir von E-Mails und Spam-Nachrichten regelrecht überflutet werden. In einer Zeit, in der unaufgefordert massenhaft Werbung unsere Briefkästen verstopft. Auch die Überlegung, wie viel Zeit- und Geldaufwand betrieben werden muss, um derart viel Infomaterial zu erstellen und zu versenden, spielt eine Rolle. Das Mitglied möchte seine Zuwendungen schließlich in Hilfsprojekten sehen, nicht in der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit, und auch nicht für Druck- und Portokosten.

Das „Viel hilft viel"-Prinzip funktioniert nicht

Informationen holt sich der mündige Mensch nach seinen eigenen Bedürfnissen – hier lohnt ein kurzer Blick in die Wissenschaft. Bereits in den 1960er-Jahren – im Kontext zunehmender Massenkommunikation – entstand der Uses-and-Gratifications-Ansatz;

deutsch: der Nutzen-Belohnungs-Ansatz. Die Medienwirkungsforschung definierte einen Paradigmenwechsel. Bislang lautete die Frage: „Was machen die Medien mit den Menschen?“ Sie beruhte auf der Annahme, dass medial vermittelte Informationen ihre Wirkung beim Rezipienten zeigen würden. Diese Frage wurde nun umformuliert in: „Was machen die Menschen mit den Medien?“ Damit wurde der Rezipient, der Mediennutzer, für mündig erklärt. Er entscheidet aktiv und absichtsvoll, welche Medien er wie, wie viel und wann nutzt und steht damit im Zentrum des Kommunikationsprozesses.

Organisation B fährt die genau gegenteilige Schiene. Exakt einmal im Jahr bekommt das Mitglied Post: die Spendenbescheinigung. Zu wenig, so häufig der Grund, der bei Kündigungen genannt wird. „Ich wusste gar nicht, dass es den Verein noch gibt und dass ich dort Mitglied bin. Ich habe keine Ahnung, welche Projekte es gibt und wie sie unterstützt werden.“ Das Mitglied fühlt sich also vernachlässigt und die Organisation verliert ihre Glaubwürdigkeit. Nach durchschnittlich sieben Jahren tritt das Mitglied aus.

Mit einer Verweildauer von mehr als zehn Jahren punktet Organisation C. Offenbar hat sie in ihrer Informationspolitik das rechte Maß gefunden. Neben der Spendenbescheinigung (mit einem Dank, nicht mit einem Spendenaufruf versehen!) versendet die Organisation jährlich zwei Informationsmedien, in denen über die aktuellen Projekte berichtet wird. Und lässt das Mitglied entscheiden, ob die Broschüre postalisch oder per Mail zugestellt wird. Zusätzlich kann sich das Mitglied jederzeit und an jedem Ort auf der gut gepflegten Homepage der Organisation informieren.

Ist dies der Königsweg? Jein. Die Heterogenität der Mitglieder in einer Organisation ist üblicherweise groß und jedes Mitglied hat seine eigene Vorstellung davon, wie viele Informationen in welcher Form zur Verfügung gestellt werden sollen. Sinnvoll wäre es, jedes neu gewonnene Mitglied nach seinen Vorstellungen zu befragen und die Informationsmodalitäten individuell anzupassen.

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

Helfen, Gestalten, Bestätigung

Motive des Gebens – Spenden als identitätsstiftendes Moment

Warum spenden Menschen? Diese Frage steht vor jeder Konzeption einer Fundraising-Kampagne. Nur wenn diese Frage beantwortet ist, kann eine Kampagne gelingen. Ist eine Organisation unsicher, warum die Menschen sie unterstützen, ist es hilfreich, die Spender um Rückmeldung zu bitten. Dafür können Fragebögen verschickt, Telefonate geführt oder die täglich eingehenden Anrufe, E-Mails oder Briefe ausgewertet werden. Die Ergebnisse helfen, die datenbankgestützen Auswertungen von Mailings differenzierter zu beleuchten.

Von DR. STEPHANIE NEUMANN

Welche Motive standen beispielsweise bei früheren erfolgreichen Kampagnen im Vordergrund und wie kann es gelingen, an diesen Erfolg anzuknüpfen? Durch den Freiwilligensurvey des Bundesfamilienministeriums wissen wir zum Beispiel, dass Menschen sich über ein Ehrenamt unter anderem beruflich professionalisieren wollen. Also ist es naheliegend, eine Ehrenamtskampagne genau darauf auszurichten.

Eine Spenderbefragung ist aufwendig. Bevor man sich dafür entschließt, ist es gut zu wissen, ob und wie die Erkenntnisse in die Arbeit der Organisation einfließen können. Allein die Auswertung von Fragebögen bindet Kapazitäten, die eingeplant werden wollen. Also: Lohnt sich der Aufwand oder kann ich mich dem Thema „Motive des Gebens“ auch einfacher annähern?

In den vergangenen Jahren haben sich eine Reihe von Untersuchungen mit diesem Thema befasst. Die Gründe, aus denen heraus Menschen geben, sind vielfältig. Sicher scheint, dass die Menschen mit dem „Herzen“ geben. Also lohnt sich ein Blick auf die Bedürfnisse von Menschen: Menschen brauchen Sicherheit, Nähe, Nahrung, ein Heim, Wertschätzung und die Möglichkeit, sich zu verwirklichen. Sie wünschen sich das nicht nur für sich selbst, sondern auch für andere. Aus diesem Grund sind Menschen bereit zu helfen.

Michaela Jacobson und Prof. Dr. Christoph Melchers von der BSP Business School Berlin wollten es genau wissen. Sie haben mit Spendern unterschiedlicher Organisationen eine qualitative Befragung nach ihren Motiven des Gebens durchgeführt und auf dem Fundraising-Kongress 2015 davon berichtet.

Diese Untersuchung hat gezeigt, dass das Spenden durch einen unmittelbaren und praktischen Appell ausgelöst wird, der die Spender denken lässt: „Ich sollte etwas tun!“ Gleichzeitig möchten die Spender aber, dass ihr eigenes Leben so bleibt, wie es ist. In dieses Spannungsfeld aus widersprüchlichen Motiven kommt die Spende als Lösung: Sie gestattet es dem Spender, das eigene Leben wie gewohnt fortzuführen und dennoch dem Hilfsappell nachzukommen. Für die Planung von Kampagnen bedeutet dies, dass die Darstellung der Arbeit einer Organisation in den Mittelpunkt gerückt

werden sollte. Das bietet den Spendern die nötige Selbstvergewisserung: Sie haben mit ihrer Spende eine konkrete Aktion unterstützt.

Beim Spenden muss auch immer berücksichtigt werden, dass es sich im Sinne von Marcel Mauss um eine Gabe-Handlung handelt. Die Gabe ist immer zurückgebunden an den Gebenden, so Dr. Kai Fischer, denn die Wahl der Gabe beeinflusst die Definition einer Beziehung. Spenden strukturieren also soziale Beziehungen (Kai Fischer: Warum Menschen spenden. Hamburg, 2015). Der somalische Autor Nuruddin Farah hat die moralische und politische Implikation des Gebens in seinem Roman „Gifts" (1993) für die Entwicklungszusammenarbeit anschaulich herausgearbeitet. Wenn Menschen geben und nehmen, ist dies identitätsstiftend.

Kathrin Hartkopf von der Stiftung Hilfe mit Plan bestätigt das aus der Praxis. Sie und ihr Team fragen die Menschen, wo sie sich engagieren möchten, wofür sie sich interessieren und was ihre Herzensangelegenheit ist. Dann entwickeln sie gemeinsam mit ihnen Projekte. Hinter dieser Arbeitsweise steht eine bestimmte Haltung: Sie wünschen sich ein partnerschaftliches Verhältnis zu ihren Spendern, die damit Teil der Organisation werden. Dies wird durch gemeinsame Feste und Zusammenkünfte unterstützt. Es gibt Spender, die Plan als „ihre Familie" bezeichnen.

Die Spender von Plan haben die Möglichkeit erhalten, etwas zu gestalten. Die Menschen wollen mit dem, was sie geben, etwas in ihrem Sinne bewegen. Daher brauchen auch die, die viele kleine Beträge geben, jedes mal eine Bestätigung darüber, dass ihre Entscheidung richtig war. Verschicken Sie also an Kleinspender Dankschreiben! Wenn Ihnen das zu aufwendig erscheint, dann haben Sie bitte im Hinterkopf, dass Erbschaften für eine Organisation etwa zu 50 Prozent von Menschen kommen, die vorher nicht als Top-Geber aufgefallen sind. Sie sind eben sparsam.

Was auch immer die Motive der Spender sind: helfen, gestalten, Bestätigung, Teilhabe, Einflussnahme, Gemeinschaft oder Entlastung, ein Bewusstsein darüber seitens der Organisation hilft, die Kampagnenarbeit zu verbessern. Und es lohnt sich, danach zu fragen.

Dr. Stephanie Neumann hat an der Humboldt-Universität zu Berlin im Fach Afrikawissenschaften promoviert und sich an der Fundraising Akademie zur Fundraising-Managerin (FA) ausbilden lassen. Sie arbeitete zwölf Jahre lang im Marketing des BUND. Heute ist sie als Fundraiserin für die Diakonie Deutschland tätig.
▶ www.diakonie.de

Schutz von Personendaten in der Schweiz

Rückstand der schweizerischen Datenschutzrevision sorgt für Unsicherheit

An Aufklärung hat es nicht gemangelt. Vor dem Stichtag thematisierten der Bundesrat, Anwälte, Verbände und Fachmedien die EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) – mit der Empfehlung, dass ein Jahr für die Umsetzung der nach DSGVO erforderlichen Prozesse und Dokumentationspflichten bereits knapp ausfällt. Doch Schweizer Organisationen haben im Vergleich zu europäischen mit administrativem Mehraufwand zu kämpfen, da sie zwei unterschiedliche Regularien beachten müssen – zum einen die DSGVO und zum anderen das nicht revidierte DSG der Schweiz.

Von KATJA PRESCHER

Der Bundesrat der Schweiz stellte Anfang Mai 2018 fest, dass die aktuelle Situation Rechtsunsicherheit schaffe. Die Schweiz hinke mit ihren Bemühungen um eine Revision des Schweizer Bundesgesetz über den Datenschutz (DSG) um Jahre hinterher. Damit gemeinnützige Organisationen den grenzüberschreitenden Datenaustausch gewährleisten können, empfiehlt proFonds, der schweizerische Dachverband der gemeinnützigen Stiftungen und Vereine, fundiert abzuklären, ob sie in den Anwendungsbereich der EU-DSGVO fallen.

Swissfundraising, der Berufsverband für Fundraiser, veröffentlichte im April 2018 ein Praxis-Handbuch zur Revision der europäischen und schweizerischen Datenschutzgesetze – ein kommentierter Katalog von Fallbeispielen aus NPO und Fundraising in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftskanzlei Homburger. „Das Praxis-Handbuch ist als Orientierungshilfe für Schweizer Organisationen gedacht – damit sie sich frühzeitig und strukturiert vorbereiten und möglichst effektiv handeln können", so Ruth Wagner, Swissfundraising-Vorstand.

DSGVO und DSG

Die DSGVO ist eine Verordnung der Europäischen Union (EU) und seit dem 25. Mai 2018 in Kraft, mit der neue Bestimmungen zur Verarbeitung personenbezogener Daten EU-weit vereinheitlicht werden zum Schutz personenbezogener Daten innerhalb der EU. Die DSGVO greift ebenso auf Organisationen und Unternehmen mit Sitz in Drittstaaten wie der Schweiz (DSGVO Art. 3 Abs. 2 Bst. a und Abs. 2 Bst. b).

Auch wenn der neue Schweizer Datenschutz (DSG) aller Wahrscheinlichkeit erst 2019 verabschiedet wird – mit einer Umsetzungsfrist von zwei Jahren –, die Richtlinien der DSGVO sind von zahlreichen Schweizer Organisationen umzusetzen, wenngleich in ähnlicher aber oftmals abgeschwächter Form.

Wen die DSGVO betrifft

Schweizer Organisationen fallen in den Anwendungsbereich, wenn sie eine (Zweig-) Niederlassung oder Tochtergesellschaft in einem EU- oder EWR-Land haben oder Dienstleistungen oder Produkte offensichtlich an Personen aus der EU bzw. dem EWR anbieten. Laut des Praxis-Handbuchs von Swissfundraising ist das Entgegennehmen von Spenden keine Dienstleistung.

Alle Schweizer Organisationen müssen prüfen und entsprechende Anpassungen vornehmen, wenn sie durch Datenverarbeitung das Verhalten von Personen aus der EU/dem EWR beobachten. Hierunter fallen Internetaktivitäten zur Profilerstellung wie Profiling oder Tracking, um persönliche Vorlieben und Verhaltensweisen zu analysieren.

Wenn eine Schweizer Organisation mit Dienstleistern aus der EU zusammenarbeitet und die Dienstleister im Auftrag der Organisation personenbezogene Daten einsehen oder verarbeiten, unterliegen sie als Auftragsbearbeiter (Schweizer Begriff) der DSGVO. „Auch wenn beispielsweise der Provider, der im Auftrag einer Organisation Personendaten bearbeitet, im EWR ist, muss er einen Auftragsdatenbearbeitungsvertrag abschließen, der den Anforderungen von Artikel 28 DSGVO entspricht, das heißt bestimmte im Gesetz definierte Punkte regelt.

Seit 20. Juli 2018 gilt die DSGVO auch im EWR, so auch in Liechtenstein", betont David Rosenthal, Konsulent bei der Homburger AG.

DSGVO und E-Privacy

Neben der DSGVO wird auch immer die E-Privacy-Verordnung (ePV) genannt, die den Umgang mit personenbezogenen Daten und Nutzerprofilen in der elektronischen Kommunikation regelt (Permission Marketing). Diese Verordnung soll die DSGVO ergänzen, wird aber vom EU-Parlament erst Ende 2018 oder 2019 verabschiedet und nach einer zweijährigen Übergangsfrist wirksam in Kraft treten. Bis dahin bestehen in der Schweiz wie auch in der EU weiterhin die klassischen Datenschutzgesetze. Für die Schweiz gelten:

- Transparenz und Pflicht zur Information, Widerspruchs- und Löschfrist über das Schweizer Datenschutzrecht (DSG)
- Einwilligung bei elektronischer Werbung, Impressumspflicht bei Online-Shops über das UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb)
- Pflicht zur Information beim Einsatz personenbezogener Cookies/Geo-Daten/Webbugs über das FMG (Fernmeldegesetz)
- In der EU decken im Allgemeinen E-Privacy-Richtlinien (bald E-Privacy-Verordnung) Regelungen aus dem UWG, FMG, TMG ab.

Im Vergleich zur DSGVO sind Einwilligungen nach Schweizer Recht geradezu moderat. So dürfen in der Schweiz Kästchen vorangekreuzt sein, Double-Opt-In ist keine Pflicht – wobei immer mehr Organisationen dazu übergehen, dies umzusetzen, um Missbräuchen vorzubeugen. In der Schweiz sind nicht-personenbezogene Statistiken erlaubt, es besteht lediglich eine Informationspflicht bei personenbezogenen Cookies. In der EU braucht es hingegen die Einwilligung bei permanenten Cookies.

Eine gänzliche Übernahme der europäischen Richtlinien wird wohl für die Schweiz nicht notwendig sein. „Und an den Grundsätzen der Datenbearbeitung ändert sich nichts. Neue Datenschutzgesetze verlangen mehr Dokumentation, Governance und Transparenz. Was die DSGVO verlangt, wird auch bald das Schweizer Recht verlangen. Sanktionen werden in der Schweiz aber die Ausnahme sein. Niemand kann den Datenschutz immer einhalten – daher ‚risikobasiert' handeln", so David Rosenthal. In der EU als auch in der Schweiz bleibt die Eigenverantwortung jeder einzelnen Person zentral.

Weiterführende Quellen:
▶ http://bit.ly/dsgvo-dach
„proFonds" hat für seine Mitglieder eine Checkliste und eine Musterdatenschutzerklärung erstellt. ▶ www.profonds.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

Was denken die sich eigentlich …

Welche Vorstellungen haben Geschäftsführer vom Fundraising?

Was denken die sich eigentlich? Diese Frage stellt sich der ein oder andere Fundraiser schon mal, wenn er vor Entscheidungen der Führungsebene steht. Denn die Frage ist essenziell wichtig, da auf der Führungsebene über die grundsätzliche Ausrichtung des Fundraisings entschieden wird. Die Vorstellungen von diesem Geschäftsfeld sind die Basis für gelungenes oder eben auch missglücktes Fundraising. In einer Studie ist das Conversio Institut aus Duisburg im Forschungsverbund Zivilgesellschaft dieser Frage auf den Grund gegangen. Nun sind die Ergebnisse veröffentlicht worden.

Von WIEBKE DOKTOR

Die Lehre und auch die Erfahrung sagen, dass mit klugen Entscheidungen auf der Führungsebene das Fundraising in einer Organisation viel bewegen kann, sowohl intern wie extern. Doch was führt zu klugen Entscheidungen? Welche Bilder haben Geschäftsführer von Fundraising und den Möglichkeiten, die in diesem neuen Geschäftsbereich liegen, vor Augen? Was gibt den Ausschlag, sich hier zu professionalisieren? Wann wird Fundraising als erfolgreich empfunden? Und warum wird es manchmal auch wieder aufgegeben?

Mit diesen Fragestellungen hat das Conversio-Institut sich aufgemacht, in einer qualitativen Befragung Antworten zu erhalten. Es wurden Geschäftsführer von Diakonien in drei Bundesländern befragt, um das weite Feld der zu einem großen Teil refinanzierten Organisationen zu erschließen. Sie haben sich in den letzten fünf bis zehn Jahren mit dem Thema Fundraising intensiver beschäftigt und sind sehr unterschiedliche Wege gegangen. Aus den Antworten ergibt sich ein Bild der Entwicklung von Fundraising in diesen Organisationen.

Fundraising wird hier sehr unterschiedlich wahrgenommen. Im Gesamthaushalt spielt es nur eine untergeordnete Rolle, doch auf der Ebene der einzelnen Einrichtungen hat es größere Bedeutung. Es macht hier eben einen Unterschied, ob eine Nestschaukel angeschafft oder ein Kunstprojekt für ältere Menschen umgesetzt werden kann. Im Ganzen entfaltet Fundraising für refinanzierte Organisationen also weniger einen existenziellen finanziellen Zweck, sondern vielmehr andere Effekte: Kommunikation, ein Ausdruck von Werten, die Möglichkeit, Teilhabe zu schaffen. Ein Geschäftsführer drückte es so aus: „Fundraising ist ein Wert an sich." Ein anderer fasste Fundraising als ständige Aufgabe von Diakonie und Kirche, Menschen zum Engagement zu bewegen, zusammen. Spenden oder ehrenamtliches Engagement als ein Ausdruck von gelebter Nächstenliebe.

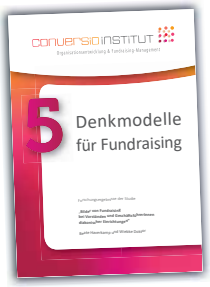
Aus den Ergebnissen wurden fünf Denkmodelle herausgearbeitet, wie Fundraising in Diakonien wahrgenommen beziehungsweise eingesetzt wird:

- Fundraising als Existenzsicherung
- Fundraising als Sahnehäubchen
- Fundraising als Anlass für die Kommunikation nach innen und außen
- Fundraising als Ausdruck der Mission
- Fundraising als ganzheitlicher Ansatz

Jeder dieser Ansätze hat seine Berechtigung und erfüllt ganz unterschiedliche Ansprüche. Wichtig ist es, zu reflektieren, welches Ziel man in der eigenen Organisation mit Fundraising verfolgt und welche Effekte es haben soll. In der Führungsebene ist das Wissen über Fundraising immer noch wenig vertieft. Zwar hat eine kommende Generation an Geschäftsführern eine Grundkenntnis über Fundraising in Studiengängen zum Sozialmanagement erworben und auch ältere Geschäftsführer haben sich dem Thema genähert. Aber eine konkrete Vorstellung, wie das Fundraising im eigenen Haus eingesetzt werden soll, gibt es nur selten.

Die Denkmodelle können helfen, indem sie eine Diskussionsgrundlage und eine Entscheidungshilfe darstellen, welche Richtung das Fundraising nehmen soll in Organisationen, die überwiegend staatlich refinanziert sind.

Gemeinsam mit Prof. Bettina Hohn von der Hochschule für Wissenschaft und Recht Berlin und Kai Fischer von Mission-Based Consulting in Hamburg hat das Conversio-Institut den Forschungsverbund Zivilgesellschaft gegründet. Der Verbund will in weiteren Studien Fragen zu Fundraising und Zivilgesellschaft ergründen.
▶ www.conversio-institut.de



Die Studie ist zum Preis von 15 Euro inkl. Versandkosten über den Online-Shop des Fundraiser-Magazins erhältlich.
▶ https://shop.fundraiser-magazin.de

Informieren
Diskutieren
Umsetzen

16 - 20 OCT 2018

25TH IAVE WORLD VOLUNTEER CONFERENCE AUGSBURG

Jetzt anmelden unter www.iave.org/wvc2018

IAVE Welt-Freiwilligenkonferenzen gelten als wichtigster Treffpunkt Engagierter, die sich in ihrer Region oder international für eine Verbesserung der Lebenssituation einsetzen. Deshalb lädt der Weltverband IAVE alle zwei Jahre die Aktiven im bürgerschaftlichen Engagement zur World Volunteer Conference (WVC) ein. Die Welt-Freiwilligenkonferenz findet zum ersten Mal in Deutschland statt.

Stadt Augsburg
IAVE
Freiwilligen Zentrum Augsburg
bagfa Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen e.V.
lagfa bayern
Verbund Freiwilligen Zentren im Deutschen Caritasverband
EUV Europäische FREIWILLIGENUNIVERSITÄT

SEPTEMBER

Digitales Storytelling mit Zielgruppen-Segmentierung
17.09., Berlin
www.npo-academy.com

Kompaktseminar: Fundraising in der Praxis
17.09., Köln
www.fundraisingakademie.de

Management Programm für NPO-Führungskräfte
17. – 21.09., Düsseldorf
www.stiftungsakademie.de

Intensivkurs „Zertifizierter Stiftungsberater"
17. – 21.09., Jena
www.winheller.com

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

Geschäftsführung von Stiftungen
18.09., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Stiftungsmanagement – Die Grundlagen
18.09., Frankfurt am Main
www.stiftungsakademie.de

Swissfundraising-Fachgruppe Direct Mail
18.09., Zürich
swissfundraising.org

Begeistern und gewinnen
19.09., Hannover
www.fundraisingakademie.de

Wirkungsvolle Unternehmenskooperationen
19.09., Augsburg
www.fundraisingakademie.de

Digitales Engagement
19.09., Berlin
www.engagement-macht-stark.de

faith+funds 2018
19. & 20.09., Köln
www.dfrv.de

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen
19. – 21.09., Köln
seminarprogramm.asb.de

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

Fundraisingtag Berlin-Brandenburg
20.09., Potsdam
www.fundraisingtage.de

Professionelle Fördermittelakquise für Organisationen der Sozialwirtschaft
20.09., Köln
www.bfs-service.de

Beste Stiftungsratspraxis 2018: Fokus Stiftungsaufsicht
20.09., Zürich
www.swissfoundations.ch

Texten und Bloggen für politische Kampagnen
21.09., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Digital Recruiting im sozialen Sektor
21.09., Berlin
doo.net

Modernes Marketing im Sozialbereich – Wie die Digitalisierung unsere Kommunikation verändert
21.09., München
www.munichfundraising.school

Spendenwerbung im persönlichen Gespräch
21.09., Tauberbischofsheim
www.ekiba.de

Steuercheck für gemeinnützige Einrichtungen
22.09., Hamburg
www.knowhow-fuers-ehrenamt.de

Rechnungswesen und Controlling in NPO
23. – 28.09., Sigriswil
www.vmi.ch

Spenderbindung – Konzepte, Methoden und Instrumente
24.09., Köln
www.npo-academy.com

Erfolgreiche Lobbyarbeit für Social-Profits und Social-Business
24.09., München
www.ibpro.de

Fundraising kompakt – erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen
24.–26.09., Köln
www.neues-lernen.info

Fortbildung „CSR-Manager/-in (FA)"
24.09.–15.02.2019, Herborn
www.fundraisingakademie.de

Spenderbindung durch proaktive Kommunikation
25.09., Köln
www.npo-academy.com

Verkauf im Fundraising II – Gesprächsführung im Fundraisingprozess
25.09., München
www.munichfundraising.school

Swissfundraising-Fachgruppe «Data Mining»
25.09., Zürich
swissfundraising.org

Kompakttraining: Kommunikation mit Spender/innen professionell führen
25. – 27.09., Köln
www.npo-academy.com

Erfolgreiche Korrespondenz mit Spenderinnen und Spendern
26.09., Köln
www.npo-academy.com

Grants: Wie NPOs erfolgreich an „calls for proposals" teilnehmen
26.09., Wien
www.npo-academy.com

Wie Sie erfolgreich Inhalte mit der Akquisition von Geldern kombinieren
26.09., Köln
www.npo-academy.com

Gamification4Good: Gemeinwohl spielerisch stärken
26.09., Berlin
www.esv.info

Social Impact Camp #03
26. – 28.09., Frankfurt am Main
social-reporting-standard.de

Telefontraining: Schwierige Gespräche mit verärgerten Spender/innen führen
27.09., Köln
www.npo-academy.com

Kapitalkampagne: Der Turbo im Fundraising – Große Geber in kurzer Zeit bewegen
27.09., München
www.fundraisingakademie.de

NPO Finanzkonferenz 2018
27.09., Olten
www.npofinanzforum.ch

Stiftungsforum Kirche und Diakonie in Baden
27.09., Karlsruhe
www.gutes-stiften.org

Fachtag Stiftungsfundraising
27. & 28.09., Stuttgart
www.dfrv.de

Instagram für Non-Profits
28.09., Berlin
doo.net

5. Kölner Stiftungstag
29.09., Köln
koelner-stiftungen.de

Ehrenamt und Mitarbeit im Verein
29.09., Berlin
www.knowhow-fuers-ehrenamt.de

OKTOBER

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

Start Berufsbegleitender Masterstudiengang Nonprofit-Management & Governance
01.10., Münster
www.weiterbildung.uni-muenster.de

Krisenkommunikation
02.10., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Videos mit dem Smartphone produzieren
02.10., Berlin
www.doo.net

Das effektive Großspendergespräch
04.10., Stuttgart
www.fundraisingakademie.de

AZ fundraising

präsentiert das neue Fundraising-Standardwerk von Professor Michael Urselmann im Rahmen von fünf Events in Ihrer Nähe!

Neueste Entwicklungen im Online- und Offline-Fundraising

Alle Infos dazu unter:
www.online-fundraising-forum.de

Basics in Fundraising Management
04. & 05.10., Wintherthur
www.weiterbildung.zhaw.ch

Fortbildung Fundraising-Exzellenz für Schulen
04.10.–30.03., Ludwigshafen
www.fundraisingakademie.de

Blocklehrgang Stiftungsberater
07.–13.10., Berlin
www.stiftungsakademie.de

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

Intensivseminar Zivilgesellschaft
08.10., Berlin
www.web.maecenata.eu

Zuweisermarketing – Beziehungen professionell managen!
08.10., Berlin
www.bfs-service.de

Erbschaftsakquisition & Nachlassabwicklung
08.10., Hamburg
www.fundraisingakademie.de

14. Deutsches CSR-Forum
08. & 09.10., Stuttgart
www.csrforum.eu

25. Österreichischer Fundraising-Kongress
08.–10.10., Wien
www.fundraisingkongress.at

Professionelles Freiwilligenmanagement
08.–11.10., Wien
www.npo-academy.com

Prozess- und Qualitätsmanagement in NPOs
08.–12.10., Wien
www.npo-academy.com

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

Unternehmenskooperationen
09.10., München
www.ibpro.de

Haftungsrecht und Gemeinnützigkeit
09. & 10.10., Stuttgart
www.akademiesued.org

Central and Eastern European Fundraising Conference 2018
09.–11.10., Bratislava
www.ceefundraising.org

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

Steuer-Update für Non-Profit-Organisationen
10.10., Würzburg
www.solidaris.de

Steuerprobleme & -risiken der Gemeinnützigen
10.10., Berlin
www.verbaende.com

Basiskurs Freiwilligenkoordination
10.–12.10., Berlin
www.ehrenamt.de

Online-Campaigning
11.10., Berlin
www.npo-academy.com

Kompaktseminar: Fördermittel für gemeinnützige Organisationen
11.10., Berlin
www.kompakt.foerder-lotse.de

Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)
12.10., Köln
www.winheller.com

Gemeinnützigkeitsrecht aktuell
11.10., München
www.endriss.de

Social Media für die Verbandsarbeit
11.10., Berlin
www.verbaende.com

Wirkungsvolle Unternehmenskooperationen
11.10., Mannheim
www.fundraisingakademie.de

Fundraising via Campaigning
12.10., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)
12.10., Köln
www.winheller.com

Mitmachen Ehrensache 2018: Fit für das Botschafteramt
12.–14.10., Bad Boll
www.ev-akademie-boll.de

Storytelling
13.10., Emmendingen
www.ekiba.de

Strategisches Fundraising
15.10., München
www.npo-academy.com

NPO-Führungskräfte-Training
15.10., Wien
www.npo-academy.com

Einführung in das professionelle Fundraising
15.10., Hannover
www.fundraisingakademie.de

Zertifikatslehrgang: Fundraising in NPOs
15.–20.10., München
www.npo-academy.com

Videos in der NPO-Kommunikation
16.10., Berlin
www.npo-academy.com

Großspenden-Fundraising
16.10., München
www.npo-academy.com

Die Rolle als Fundraiser/-in wirkungsvoll gestalten
16.10., Kassel
www.fundraisingakademie.de

International Fundraising Congress
16.–19.10., Noordwijkerhout
www.resource-alliance.org

Welt-Freiwilligenkonferenz
16.–20.10., Augsburg
www.iave.org

Fortbildung Stiftungsmanager/-in (FA)
16.10.–17.01., Eisenach
www.fundraisingakademie.de

Unternehmenskooperationen für NPOs
17.10., München
www.npo-academy.com

Ihre Database als Fundraising-Instrument
17.10., München
www.npo-academy.com

25. NPO-Kongress: Zukunft aktiv gestalten!
17. & 18.10., Wien
www.controller-institut.at

Unternehmenskooperationen für NPOs
18.10., München
www.npo-academy.com

Gemeinnützigkeitsrecht aktuell
18.10., Frankfurtam Main
www.endriss.de

Wirkungsvolles Stiftungsfundraising
18.10., Basel
www.nonprocons.ch

Fundraising lernen nach der LUDOKI-Methode
18. & 19.10., Berlin
www.kbw.de

Online-Fundraising und Online-Campaigning
19.10., München
www.npo-academy.com

Facebook für Non-Profits
19.10., Berlin
www.doo.net

Geldauflagenmarketing: Wie Sie systematisch neue Zuweiser gewinnen
19.10., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Training für erfolgreiche(re) Spendenmailings
20.10., München
www.npo-academy.com

Durch mehr Wirkung neue Investoren und Förderer gewinnen
22.10., München
www.ibpro.de

Warum Menschen spenden
22.10., Stuttgart
www.fundraisingakademie.de

Stiftungsmanagement – Die Grundlagen
23.10., Stuttgart
www.stiftungsakademie.de

Design Thinking
23.10., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Machen Sie aus jedem Mitarbeiter eine(n) Fundraiser(in)
24.10., München
www.munichfundraising.school

Begeistern und gewinnen: Wie Sie durch Charisma und Persönlichkeit überzeugen
24.10., Stuttgart
www.fundraisingakademie.de

Das Stiftungsrecht – Welche Chancen bieten Stiftungen den Kommunen, Kirchen und NPOs?
24.10., Berlin
www.kbw.de

Fundraising für Stiftungen – Großspender gewinnen
24. & 25.10., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Wie Sie mit Briefen erfolgreich Spender werben
25.10., Halle
www.fundraisingforum.de

Start CAS Marketing & Kommunikation in NPO
26.10., Wintherthur
www.weiterbildung.zhaw.ch

2. Jumpers Fundraisingtag
27.10., Kassel
www.jumpers.de

Öffentlichkeitsarbeit für Fortgeschrittene
30.10., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Fundraising für Museen (Niveau 1)
30.10., Uster
www.museums.ch

Gemeinnützigkeitsrecht aktuell
30.10., Hamburg
www.endriss.de

NOVEMBER

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

Strategisches Fundraising
05.11., Berlin
www.npo-academy.com

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

So findet man Sponsoren
05.11., Frankfurtam Main
www.esb-online.com

Intensiv-Lehrgang Finanzmanagement in NPOs
05.–09.11., Gunten
www.ceps.unibas.ch

Zertifikatslehrgang: Fundraising in NPOs
05.–10.11., Berlin
www.npo-academy.com

Fördermagazine als Spenderbindungsmittel
06.11., Köln
www.npo-academy.com

Großspenden-Fundraising
06.11., Berlin
www.npo-academy.com

Fundraising für Hochschulen
06.11., Mannheim
www.hochschulverband.de

Kapitalkampagnen
06.11., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Fundraising an Hochschulen
06.11., Mannheim
www.hochschulverband.de

Sponsoren und Partner gewinnen
06.11., Frankfurtam Main
www.esb-online.com

Die Rolle als Fundraiser/-in wirkungsvoll gestalten
06.11., Leipzig
www.fundraisingakademie.de

Storytelling
07.11., Köln
www.npo-academy.com

Online-Fundraising
07.11., Bielefeld
www.fundraisingakademie.de

Training für erfolgreiche(re) Spendenmailings
07.11., Berlin
www.npo-academy.com

Integrierte Kampagnen
07.11., Köln
www.npo-academy.com

Der Jahresabschluss von NPOs
07.11., Würzburg
www.solidaris.de

Schweizer Stiftungstag 2018
07.11., Bern
www.profonds.org

ConSozial 2018
07. & 08.11., Nürnberg
www.consozial.de

Modernes Fundraising in der Praxis
07. & 08.11., Berlin
www.npo-academy.com

Basiskurs Freiwilligenkoordination
07.–09.11., Berlin
www.ehrenamt.de

Fortbildung „Erbschaftsmarketing"
07.11.–29.03., Kassel
www.fundraisingakademie.de

Mit Fundraising neue Wege gehen
07.11.–23.10., Hannover
www.vnb.de

MUTEC – Spenden für Kulturgut 2018
08.11., Leipzig
www.mutec.de

Unternehmenskooperationen für NPOs
08.11., Berlin
www.npo-academy.com

Steuer-Update für Non-Profit-Organisationen
08.11., München
www.solidaris.de

Gemeinnützigkeitsrecht aktuell
08.11., Berlin
www.endriss.de

Online-Fundraising
09.11., Berlin
www.npo-academy.com

Instagram für Non-Profits
09.11., Berlin
www.doo.net

Printmedien – Die klassische Chance zum Erfolg
09.11., Hannover
www.fundraisingakademie.de

Hamburger Tage des Stiftungs- und NPO-Rechts
09. & 10.11., Hamburg
www.law-school.de

Social Innovation Camp
09.–11.11., Tübingen
www.socialinnovation.camp

Ihre Database als Fundraising-Instrument
10.11., Berlin
www.npo-academy.com

Fördermagazine als Spenderbindungsmittel
12.11., Wien
www.npo-academy.com

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

Online-Fundraising
12.11., München
www.ibpro.de

Wie Sie systematisch neue Zuweiser gewinnen
12.11., Nürnberg
www.fundraisingakademie.de

13. NPO-Praxistag
12.11., Berlin
www.dgcs.de

10. KulturInvest-Kongress
12. & 13.11., Berlin
www.kulturmarken.de

Tagung Museumsmanagement 2018
12. & 13.11., Rosengarten-Ehestorf
www.kiekeberg-museum.de

Verkauf im Fundraising III – Verhandlungssicher im Fundraising
13.11., München
www.munichfundraising.school

Fördermittelgewinnung bei Stiftungen
13.11., Köln
www.bfs-service.de

Basiswissen Stiftung – Gemeinnützigkeit, Spenden und Steuern
13.11., Berlin
www.stiftungsakademie.de

4. Fachtagung Sciencefundraising 2018
13.11., Wien
www.fundraising.at

Social Talk 2018
13.11., Darmstadt
www.izgs.de

Der Weg zu einer starken Fundraising-Marke
13.11., Frankfurtam Main
www.fundraisingakademie.de

Online-Campaigning
14.11., Wien
www.npo-academy.com

Der Jahresabschluss von NPOs
14.11., Münster
www.solidaris.de

Swissfundraising: Förderstiftungen für Kleine
14.11., Luzern
www.swissfundraising.org

Social Impact Investing und Impact Reporting
15.11., München
www.munichfundraising.school

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

Fundraising via Campaigning
15.11., Wien
www.npo-academy.com

Der Jahresabschluss von NPOs
15.11., Berlin
www.solidaris.de

Fundraising für Museen (Niveau 2)
15.11., Uster
www.museums.ch

1. Schritte zu einer Fundraising-Datenbank
15.11., Halle
www.fundraisingforum.de

21. Bad Honnefer Fundraising Forum
15.11., Bonn
www.gfs.de

Storytelling für Fundraiser
16.11., Berlin
www.doo.net

Institutional Readiness – Die Grundlagen für ein erfolgreiches Fundraising
16.11., München
www.munichfundraising.school

Kooperationsmanagement für Stiftungen & NPOs
16.11., Berlin
www.esv.info

Spender glücklich machen
17.11., Freiburg
www.transparenz-leicht-gemacht.de

Fördermittel für gemeinnützige Organisationen
19.11., Köln
www.kompakt.foerder-lotse.de

Der Jahresabschluss von NPOs
19.11., Freiburg
www.solidaris.de

Basiswissen Stiftung – Rechnungslegung und Prüfung
19.11., Berlin
www.stiftungsakademie.de

11. DIGEV-Praxisseminar Fundraising und Erbrecht
19.11., Mannheim
www.digev-ev.de

Basel Convention on Philanthropy
19. & 20.11., Basel
www.ceps.unibas.ch

Trend Wirkungsorientierung – Wirkungsorientiertes Investieren – bye bye Fundraising?
20.11., München
www.munichfundraising.school

Professionelle Fördermittelakquise für Organisationen der Sozialwirtschaft
20.11., Köln
www.bfs-service.de

Corporate Governance
20.11., München
www.solidaris.de

Warum Menschen spenden
20.11., Köln
www.fundraisingakademie.de

Spenden für Kulturgut

Die Mutec in Leipzig bietet erstmals ein Fundraising-Fachprogramm

Das Fundraiser-Magazin ist in diesem Jahr Partner der Messe für Museums- und Ausstellungstechnik (Mutec) im November in Leipzig und bringt das Thema Fundraising erstmals mit ins Programm. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Spenden und Crowdfunding für Kultureinrichtungen und Fördervereine. Matthias Daberstiel, Herausgeber des Fundraiser-Magazins, hält einen Vortrag mit dem Titel „Spenden für Kulturgut? Mehr als nur nach Geld zu fragen!". Marion Junker (Freilichtmuseum Kiekeberg) verrät, wie man von „0 auf 13 000" kommt, also erfolgreich einen Förderverein aufbaut. „Dann fragt doch die Crowd!" meint Arne Wenzlaff (ikosom) und verrät dabei, wie man Geld für Museen und Denkmale aus dem Netz „holen" kann.

Fachprogramm im Rahmen der Mutec 2018 am 8. November in Leipzig
▶ www.kulturgut.fundraisingtage.de

Die Fachveranstaltung für FundraiserInnen im Stiftungswesen und alle anderen Interessierten!
Das Programm und Anmeldeformular finden Sie auf www.dfrv.de

Erb-Recht

Im Gespräch mit dem Testamentsspender helfen Kenntnisse im Erbrecht, die richtigen Fragen zu stellen. Wie sieht es mit Pflichtteilsansprüchen aus? Welche Herausforderungen kommen auf den Erben zu, wenn sich ein Haus im Nachlass befindet? Für die Entscheidung, schließlich eine Erbschaft anzunehmen oder auszuschlagen, kommt es ganz entscheidend darauf an, die familiäre und Vermögenssituation des Spenders rechtlich einschätzen zu können. Fachanwalt für Erbrecht Jan Bittler und Nachlasspfleger Thomas Lauk, erfahrene Praktiker und kompetente DIGEV-Referenten, vermitteln Kenntnisse und tauschen sich mit den Teilnehmern aus.

11. DIGEV-Praxisseminar Fundraising und Erbrecht
am 19. November in Mannheim
▶ www.digev-ev-de

Compliance

Auch wenn Non-Profit-Organisationen häufig steuerbefreit sind, heißt das noch lange nicht, dass sie nicht eine Fülle von steuerlichen Vorschriften einhalten müssen. Am diesjährigen NPO-Praxistag wird erläutert, wie eine Einführung oder Weiterentwicklung einer Verfahrensdokumentation gestaltet werden kann, welche Themen regelmäßig Bestandteil der steuerlichen Dokumentation einer NPO sein sollten und was gemeinnützige Organisationen tun können, um Steuerstrafverfahren zu vermeiden.

12. NPO-Praxistag am 13. November in Berlin
▶ www.dgcs.de/berlin-12-11-18-13-npo-praxistag/

NPO-Recht

Die Stiftungsrechtsreform befindet sich in der Umsetzung. Über den derzeitigen Stand informieren die nächsten Hamburger Tage des Stiftungs- und Non-Profit-Rechts ebenso wie über aktuelle Entwicklungen des Gemeinnützigkeitsrechts aus Sicht der Finanzverwaltung. Außerdem werden die Datenschutzgrundverordnung und die Reform des Zuwendungsrechts Thema sein. Die Hamburger Rede zu „30 Jahren Zivilgesellschaft und Zivilgesellschaftsforschung" übernimmt Dr. Rupert Graf Strachwitz, Maecenata-Institut.

18. Hamburger Tage des Stiftungs- und Non-Profit-Rechts
am 9. und 10. November in Hamburg
▶ www.law-school.de

Digitale Transformation von NGOs

25 Jahre NPO-Kongress in Wien – ein Blick in die Zukunft

Dr. Christian Horak ...

... ist fachlicher Leiter des NPO-Kongresses und Referent am Controller Institut mit den Schwerpunkten strategisches und operatives Management in NPOs.

? Welche Herausforderungen gelten aktuell für NPOs und die öffentliche Verwaltung?

Sie müssen sich über ihren Kern Klarheit verschaffen: Was ist unser Auftrag, was wollen wir bewirken? Darauf aufbauend stehen die Fragen: Welche Veränderungen kommen auf uns und unsere Kunden zu und wie gehen wir damit um? Wie müssen wir unsere Strategie weiterentwickeln? Auch Organisationen müssen sich weiterentwickeln: Haben wir das richtige Personal und sind wir organisatorisch richtig aufgestellt?

? Was bedeutet die digitale Transformation für NPOs im Sinn einer nachhaltigen Unternehmenssteuerung?

Was wird von uns in Zukunft in Wahrnehmung unserer Rolle unter Berücksichtigung der digitalen Entwicklungen erwartet? Es entstehen neue Aufgabenfelder. Wie jede Organisation müssen sich auch NPOs, Sozialunternehmen und Stiftungen damit auseinandersetzen, wie die Digitalisierung ihr „Geschäftsmodell" verändert. Ein Aspekt ist die Nutzung der durch die Digitalisierung entstehenden Datenmengen.

? 25 Jahre NPO-Kongress: Was bedeutet das für Sie persönlich?

Für mich ist der NPO-Kongress Begleiter auf einer langen Entwicklungsreise. Ich war Geburtshelfer, habe die Pionierphase und die Entwicklung zu einer fixen Größe für NPOs, der öffentlichen Verwaltung und zunehmend Stiftungen und Sozialunternehmen aktiv begleitet. Er ist für mich der Beweis, dass es wichtig ist, sich mit den Besonderheiten des Managements dieser Organisationen auseinanderzusetzen. Nicht jeder Kongress kann auf 25 Jahre Kontinuität und Aktualität zurückblicken und das macht mich persönlich natürlich auch stolz.

25. NPO-Kongress am 17. und 18. Oktober 2018 in Wien

▶ www.controller-institut.at

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
Brücke zwischen Profit und Non-Profit

Digitalisierung menschlich gestalten

Auch die ConSozial setzt den Fokus auf technisierte Lösungen

Deutschlands größte Fachmesse für den sozialen Bereich lädt wieder für zwei Tage nach Nürnberg. Dank der wie gewohnt enormen Bandbreite an Ausstellern und Programmpunkten gibt es für jeden Besucher die Möglichkeit, neue Aspekte für die eigene Tätigkeit zu entdecken.

So trägt beispielsweise ein Programmpunkt aus dem Best-Practice-Bereich den sprechenden Titel „Ohne Stock und andere Krücken – Fotos für soziale Einrichtungen mit einfachen Mitteln". Genau das ist es eben, die Selbstreflexion des sozialen Sektors, was diese Veranstaltung generell ausmacht. Folglich werden auch zukünftige Entwicklungen beleuchtet, wie etwa im Fachvortrag von Harald Frei (Rummelsberger Diakonie) mit dem Titel

„Gemein oder Wohl: Die Zukunft gemeinnütziger Unternehmen in Deutschland".

Natürlich wird auch das Thema Fundraising bedacht. Wiebke Doktor (Conversio-Institut) zeigt den Weg „Von der Idee zur gelungenen Fundraising-Kampagne – Projektentwicklung als Schlüssel zum Erfolg". Außerdem können die Besucher erfahren, was James Bond, Moses und Buddha gemeinsam haben, wenn Dr. Hans-Joachim Gergs (TUM School of Business) darüber referiert, warum auch für NPOs gilt, dass Agilität Stabilität voraussetzt.

Interessant ist die ConSozial auch für Berufseinsteiger und jene, die im sozialen Bereich beruflich Fuß fassen oder sich weiterbilden möchten. Die Job-Infobörse der ConSozial bietet beispielsweise Karriere-Coachings an. Das Messeprogramm umfasst mehr als 200 Aussteller, und der Kita-Kongress läuft wie immer parallel.

ConSozial 2018 am 7. und 8. November in Nürnberg

▶ www.consozial.de

14. Euroforum-Jahrestagung | 5. – 6. Februar 2019, Köln
Spezialtag: Rechnungslegung in NPO | 4. Februar 2019, Köln

Bis zum 2. 11. 2018 anmelden und sparen!

Die NON-PROFIT-ORGANISATION 2019

» Der Jahrestreff für Gemeinnützigkeitsrechtsexperten «

VORSITZ

Prof. Dr. Rainer Hüttemann,
Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn

Prof. Dr. Stephan Schauhoff,
Flick Gocke Schaumburg

„Die Teilnahme ist unerlässlich, wenn man auf dem neusten Stand sein möchte."
Dr. Wibke Kretschmann, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)

Infoline:
+49 (0)2 11.88 43 - 38 61 I Anke Ehrentreich

euroforum

www.npo-tagung.de #npo19

Kurzgefasst …

Social Talk 2018

„Management in der Expressgesellschaft – Führen und Leiten in agilen Strukturen und Arbeitswelten", so der Titel des diesjährigen Social Talk in Darmstadt am 13. November an der Evangelischen Hochschule. Wie beeinflussen Trends wie Digitalisierung, Globalisierung, demografische Entwicklungen sowie Migration und kultureller Wandel die Arbeit der Zukunft?

▶ www.izgs.de/social-talk-2018

Sciencefundraising

Die 4. Fachtagung Sciencefundraising am 13. November 2018 in Wien lockt wieder mit kostenfreier Teilnahme. Eingeladen sind Vertreter von Universitäten, Hochschulen und Forschungseinrichtungen. Eine vorherige Anmeldung ist zwingend notwendig. Geboten werden Vorträge und Workshops zu einer Bandbreite an Themen rund um das Fundraising für Hochschulen, Wissenschaft und Forschung.

▶ www.fundraising.at

Museumsmanagement

Die 14. Museumsmanagement-Tagung widmet sich am 12. und 13. November dem Thema „Erfolg durch Personal. Ansätze und Perspektiven des Personalmanagements in Museen" und lädt dazu wieder nach Rosengarten-Ehestorf ins Freilichtmuseum Kiekeberg. Referenten aus Museen, Wissenschaft und verwandten Bildungsbereichen stellen verschiedene Strategien und Lösungsansätze vor.

▶ www.arbeitskreis-museumsmanagement.de

Wir sind EU!

Die Interessenvertretung Gemeinnütziger Organisationen (IGO) lädt zum dritten Mal nach Wien zur Veranstaltungsreihe „Zivilgesellschaft im Dialog". Am 21. und 22. November werden mehrere Vertreter aus Brüssel und weiteren EU-Ländern erwartet. Die Teilnahme ist kostenlos; um vorherige Anmeldung wird gebeten.

▶ www.gemeinnützig.at

Europäische Fundraising-Konferenz

Bratislava ist in diesem Jahr Austragungsort der Zentral- und Osteuropäischen Fundraising-Konferenz. Vom 9. bis 11. Oktober treffen sich in der slowakischen Hauptstadt Fundraiser aus fast allen europäischen Ländern, um das zentrale Thema „Fundraising in a World of Big Data" zu diskutieren. Neben unzähligen Vorträgen locken vor allem diverse Masterclasses.

▶ www.ceefundraising.org

Welt-Freiwilligenkonferenz

In Augsburg trifft sich die Welt der freiwillig Engagierten

Mit vier Plenen, zwölf Foren und 32 Break Out Sessions werden Ehrenamtler aus der ganzen Welt im Oktober in Augsburg eine enorme Bandbreite an Themen beleuchten: Nachhaltigkeitsziele, Engagement in der Katastrophenhilfe, Corporate Volunteering und Jugendengagement-Förderung stehen ebenso auf dem Programm wie die Aspekte Engagement und Glaube, demografischer Wandel und die Arbeit von nationalen und lokalen Freiwilligen-Agenturen. Neben und zusätzlich zur Hauptkonferenz sind junge Erwachsene zu einem Global Youth Volunteers Forum eingeladen, das vor der Hauptkonferenz stattfindet. Unter dem Titel „Youth volunteers shaping the future" werden insbesondere am Dienstag die verschiedensten Bereiche des freiwilligen Engagements in Workshops und Sessions diskutiert.

25. IAVE Welt-Freiwilligenkonferenz vom 14. bis 20. Oktober in Augsburg

▶ www.iave.org/wvc2018

zh aw School of Management and Law

Erfolgreich im Spendenmarkt

Berufsbegleitende Weiterbildung
Diplom Fundraising Management

Info-Veranstaltung
13. November 2019, 18.00 Uhr
Au Premier, Hauptbahnhof Zürich

www.zhaw.ch/zkm/fundraising

Auch für Teilnehmende aus Deutschland

Zürcher Fachhochschule

The Future is now

Der 25. Österreichische Fundraising Kongress nimmt das Fundraising 4.0 in den Blick

Es bleibt das Buzzword: digital. Deshalb findet sich die Vielzahl der Aspekte des digitalen Fundraisings nicht nur in den Seminar-Themen des diesjährigen Fundraising-Kongresses Österreich. Auch die Keynotes widmen sich potenziellen Überlebensstrategien im digitalen Zeitalter. Blockchain, Big Data und Fundraising durch Roboter sind aber keine Heilsboten. Das Programm macht deutlich, dass es ohne Offline-Kanäle nicht funktionieren kann. Deshalb stehen auch Themen wie Direct Mail und Formen des Stiftens auf dem Plan.

Mit der Verleihung der Fundraising Awards gibt es einen Höhepunkt, aber auch die Tiefpunkte sollen nicht zu kurz kommen: Das Format „Die beste Idee, die

ich besser nicht gehabt hätte“erweitert mit gescheiterten Versuchen und Vorstellungen den bereits etablierten Programmpunkt „Die beste Idee, die ich selbst gern gehabt hätte“. Auch so kann man voneinander lernen, indem man die eigenen Missgeschicke und Unfälle mit anderen teilt und aufzeigt, welche Lehren daraus gezogen werden können. Denn gemeinsam lacht es sich immer noch am besten.

Der dritte Veranstaltungstag bringt die Masterclasses. Alexander Buchinger (abc-Fundraising) bietet hier mit „Das ABC des Fundraisings – Grundlagen für Ihren ersten Fundraising-Erfolg“ einen vertieften Einstieg. In „Online-Marketing für NPOs – wie Sie das Internet erfolgreich nutzen können“ weist Sarah Wetzel (altruja GmbH) mögliche Wege für erfolgreiches Sammeln von Online-Spenden auf. Und wie lebendig das Mailing noch immer ist, zeigt Tyark Thumann (Heilsarmee Österreich).

25. Fundraising-Kongress Österreich am 8. und 9. Oktober in Wien; Masterclasses am 10. Oktober in Wien
▶ www.fundraisingkongress.at

Generationenwechsel

21. Bad Honnefer Fundrasing Forum

Der Generationenwechsel macht auch vor dem Fundraising nicht halt. Jede Generation spendet anders. Und genau darauf muss Fundraising reagieren, wenn es auch in Zukunft erfolgreich sein will. Dieser Trend ist für das Fundraising eine Herausforderung. Doch wie begegner wir ihr? Genau darum geht es beim 21. Bad Honnefer Fundraising Forum.

Die Referentinnen und Referenten des Forums nehmen die Frage in den Blick, welche Auswirkungen der Wechsel der Spendergenerationen haben wird. Was wissen wir über die nachkommenden Generationen? Wie sehen die neuen Zielgruppen aus? Und wie können wir sie erfolgreich zum Spenden animieren? Brauchen wir dazu neue Themen und Projekte? Benötigen wir neue Kanäle und Bezahlwege? Und können wir überhaupt noch jung?

Neu in diesem Jahr ist der Veranstaltungsort: Das Bad Honnefer Fundraising Forum zieht nach Bonn in die Stadthalle Bad Godesberg.

21. Bad Honnefer Fundraising Forum am 15. November in Bonn
▶ www.gfs.de/forum

Die KongressMesse für den Sozialmarkt
Einzigartig vielfältig.

20

ConSozial 2018

DIGITALISIERUNG MENSCHLICH GESTALTEN

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

07. – 08. November 2018 · NürnbergMesse

Veranstalter
Bayerisches Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales
Zukunftsministerium
Was Menschen berührt.

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

NÜRNBERG MESSE
Rummelsberger Diakonie
caritas

Manipulativ

Gern stellen wir ein Buch vor, das erstmals 1922 veröffentlicht wurde. Warum wir das tun? Weil wir es für relevant halten. Der Autor hat mit dieser Schrift nämlich ein wegweisendes Konstrukt für das Entstehen öffentlicher Meinung vorgelegt. Aber Vorsicht! Der eine oder andere könnte angesichts seiner Ausführungen angegriffen oder gar gekränkt reagieren. Lippmann konstituiert in seinem Buch nämlich, dass der Mensch an sich eigentlich gar nicht in der Lage ist, die Realität zu verstehen. Davon ausgehend entwickelt er ein umfangreiches Arsenal an Stereotypen und Klischeevorstellungen, die die Grundlage menschlicher Wahrnehmung bilden. Aus diesem Sammelsurium suchen wir uns jeder etwas aus. Und das, so Lippmann, macht dann unsere höchst subjektiv gestaltete Welt aus. Dieses subjektive Bild in unserem Kopf entsteht auch durch Selektion aller vorhandenen Fakten. Na, macht es schon klick? Fake News ist einer der Schlüsselbegriffe, die hier den Bogen von Lippmanns Theorie zu unserer heutigen Realität spannen.

Walter Lippmann. Die öffentliche Meinung.
Wie sie entsteht und manipuliert wird.
Westend Verlag. 2018. 384 Seiten.
ISBN: 978-3-86489-223-3.
[D] 26,00 €, [A] 26,80 €, CHF 36,35.

Ein gutes Gefühl

Wenn wir einen Laden betreten, dessen Atmosphäre uns anspricht, verlieben wir uns gern und schnell in die schicken Schuhe, die sich in dem guten Licht so wunderbar ausmachen. Die Autoren dieses Buches behaupten, mehr als 70 Prozent aller Kaufentscheidungen basierten auf emotionalen Regungen. Wenn wir nun aber vom Lehnstuhl aus ebenjene schicken Schuhe zwar im Internet im Idealfall auch in der Rundumansicht bewundern können, sieht das mit dem Verlieben dann doch mal ganz anders aus. Die Frage ist also: Was kann oder muss man im digitalen Marketing tun, damit mir der Kunde auch online mit den tiefsten Emotionen begegnet? Emotionspsychologie ist zwar ein langes Wort, trifft aber den Kern der Sache. Sogenannte Smart Connected Products entstehen nicht von selbst. Was dahinter steckt, verraten die Autoren ebenso wie auch funktionierende Best-Practice-Beispiele. Ein paar der mathematischen Gleichungen und Diagramme könnten den einen oder anderen zwar erst mal überfordern, aber davon sollte man sich nicht einschüchtern lassen.

Brian P. Rüeger, Frank M. Hannich et. al. (Hrsg.).
Emotionalisierung im digitalen Marketing.
Erfolgreiche Methoden für die Marketingpraxis.
Verlag Schäffer Poeschel. 2018. 243 Seiten.
ISBN: 978-3-79104-313-5.
[D] 49,95 €, [A] 51,40 €, CHF 69,85.

Mitmachen

Schlägt man ein Handbuch zum Thema Förder- und Freundeskreise in der Kultur auf und entdeckt Rupert Graf Strachwitz vom Maecenata Institut für Philanthropie und Zivilgesellschaft als einen der vielen Autoren, kann man schon mal davon ausgehen, dass das Buch durchaus fundiert daherkommt. Eine weitere Bekannte findet sich mit Marita Haibach, die sich in ihrem Beitrag dem Friendraising als wichtigem Bestandteil des Fundraisings widmet. Die thematische Bandbreite ist ein guter Punkt dieses Bandes. Da werden unter anderem die Unterschiede zwischen Förderkreisen für Orchester und solchen für Theater beleuchtet, die Bedeutung jüngerer Freundeskreise hinterfragt und erfolgreiches Management in der Verzahnung von hauptamtlich Tätigen und ehrenamtlich Engagierten aufgezeigt. Und das alles nicht etwa innerhalb eines theoretischen Rahmens, sondern tatsächlich auf Basis konkreter Fördervereine und Freundeskreise. Diese Praxisnähe ist es, die das Buch zu einem Fundus auch für Neulinge auf dem Gebiet macht.

Andrea Hausmann, Antonia Liegel (Hrsg.).
Handbuch Förder- und Freundeskreise in der Kultur.
Rahmenbedingungen, Akteure und Management.
transcript Verlag. 2018. 326 Seiten.
ISBN: 978-3-83763-912-4.
[D] 29,99 €, [A] 30,90 €, CHF 41,95.

bussgeld-fundraising.de

Adressen Gerichte und Staatsanwaltschaften

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

Fullservice: Mailings und Geldauflagenverwaltung

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

Mit Geldauflagen erfolgreich Projekte finanzieren

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

Weg mit dem Dreck!

Christian Steinbach gilt als „Vater des Leipziger Neuseenlandes". Im Juni dieses Jahres war es 30 Jahre her, dass er Teil einer ungewöhnlichen Protestaktion war: 100 000 Unterschriften stemmten sich gegen die Umweltverschmutzung, die Teil des Abbaus von Braunkohle und deren Verarbeitung im Leipziger Umland war. Baumpflanzungen, Umweltgottesdienste und Tagebaukonzerte mit Gerhard Gundermann waren nur einige der Aktionen rund um den Protest in der DDR. Der Autor hat in seine sehr persönliche Sicht auf die damalige Zeit viele Originaldokumente und Fotos eingestreut. Seine Erinnerungen ergänzt er durch Zitate aus Protokollen und Berichten. Damit ist nicht nur ein dreidimensionales Bild eines Zeitraums so kurz vor der politischen Wende entstanden, sondern auch ein Porträt gesellschaftlicher Anstrengungen, die so heute vielleicht gar nicht mehr denkbar wären.

Walter Christian Steinbach. Eine Mark für Espenhain.
Vom Christlichen Umweltseminar Rötha zum Leipziger Neuseenland.
Evangelische Verlagsanstalt Leipzig.2018. 280 Seiten. ISBN: 978-3-37405-592-0.
[D] 16,00 €, [A] 16,50 €, CHF 22,35.

Friedensmission

Was macht man, nachdem man als Mitarbeiter einer Hilfsorganisation in Kabul in Gefangenschaft geriet und in einer dramatischen Aktion endlich befreit wurde? Man sagt sich: „Nie wieder!" Das gilt allerdings nicht für Georg Taubmann. Der ehemalige Direktor von Shelter Now International brauchte nicht lange, bis er wieder nach Afghanistan ging. Mit dem Ergebnis, dass er nach dem Buch „Gefangen in Kabul", das seine Erlebnisse rund um seine Geiselhaft zusammenfasste, nun ein zweites Buch vorlegen kann. Er selbst fungiert dabei aber nicht als Autor, was bedeutet, dass im Text immer wieder ein Wechsel von der Ich-Perspektive zu mehr oder minder sachlichen Formulierungen stattfindet. Immer wieder werden auch Auszüge aus dem ersten Buch eingestreut, um das Bild zu vervollständigen. Diese Struktur behindert den Lesefluss ein wenig, was aber keinen Einfluss auf den spannenden Inhalt hat.

Eberhard Mühlan mit Georg Taubmann. Zurück in Kabul.
MühlanMedien. 2018. 280 Seiten. ISBN: 978-3-98172-386-1. [D] 15,00 €.

Kölner Verbände Seminare

www.verbaendeseminare.de

Steuerliche und gesetzliche Veränderungen
Risiken und Probleme rechtzeitig erkennen
Gestaltungsspielräume nutzen

UPDATE: Steuerprobleme und -risiken der Gemeinnützigen
10. Oktober 2018 in Berlin

Besteuerung der Wirtschafts- und Berufsverbände
05. November 2018 in Bonn

AKTUELL! Besteuerung von Körperschaften des öffentlichen Rechts (KdöR)
28. November 2018 in Berlin

*Datenschutzgrundverordnung

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

Kooperationspartner
DGVM
Verbände report

Digitale Zukunft

Wer Visionen hat, muss nicht unbedingt zum Arzt gehen. Er kann auch seine Ideen und Gedanken zwischen zwei Buchdeckel pressen. Karl-Heinz Land ist diesem Credo gefolgt und hat ein erfrischendes, locker-flockiges Werk vorgelegt, das leicht zugänglich ist. Er beginnt damit, gleich mal Optimismus zu verbreiten: ja, Klimaerwärmung, steigender Meeresspiegel und ebenso steigender Bedarf an Energie. Das alles, so meint er, können wir in den Griff kriegen. Das und noch eine ganze Menge mehr. Nur wird uns das eben nicht gelingen, wenn wir wie das sprichwörtliche Karnickel vor der Schlange dasitzen.

Der Autor sieht zu diesem Zweck die Welt bereits in der industriellen Revolution 5.0. Die Lösung aller Herausforderungen, vereinfacht gesagt, liegt demzufolge in der Digitalisierung, in der Dematerialisierung der Welt. Detaillierte Lösungen, wie wir den Karren wieder aus dem Dreck ziehen, bietet er nicht. Aber, und das ist viel wichtiger, das Buch macht Mut, die Zukunft anzugehen.

Karl-Heinz Land. Erde 5.0. Die Zukunft provozieren.
Future Vision Press. 2018. 220 Seiten.
ISBN: 978-3-98172-684-8. [D] 28,90 €, CHF 39,95.

Beieinander bleiben

Eine Hochzeit ist am Ende auch nur ein Akt der Spenderbindung. Wir wollen doch alle, dass der Spender nicht nur „zu uns" kommt, sondern auch bei uns bleibt. Am liebsten für immer. Aber jede Ehe will bekanntlich gepflegt werden. Immer wieder. Das ist essenziell. Und wenn wir uns umschauen, sehen wir, dass der eine es gar nicht tut und dem anderen trotz aller Mühen die Beziehungspflege misslingt. Die Autoren dieses Buches erklären nicht nur die Theorie des Beziehungsmarketings, sondern unterfüttern das Ganze mit Fallbeispielen und, was noch besser ist, geben dem Leser einige Übungsaufgaben an die Hand. Der Vorteil dieses Buches besteht darin, dass die Ausführungen nicht auf ein unternehmerisches Gebiet zugeschnitten sind, sondern einen Zugang aus jeglicher Richtung erlauben. Genau deshalb ist es eben auch für Spendenorganisationen von Nutzen. Jeder kann die eigenen Akteure und Partner identifizieren und innerhalb des individuellen Gefüges der jeweiligen Organisation den für sich besten Weg einschlagen.

Guido Grunwald, Jürgen Schwill. Beziehungsmarketing. Gestaltung nachhaltiger Geschäftsbeziehungen – Grundlagen und Praxis.
Verlag Schäffer Poeschel. 2017. 361 Seiten.
ISBN: 978-3-79103-522-2.
[D] 29,95 €, [A] 30,80 €, CHF 41,85.

Jung und Alt

Jeder ist anders. Das ist eine Binsenweisheit. Nicht jeder kann mit jedem. Auch klar. Aber die Aufgabe von Führungskräften ist es, Unterschiede zu überbrücken und dafür zu sorgen, dass gerade Menschen unterschiedlicher Wesensart erfolgreich miteinander an gemeinsamen Zielen arbeiten. Da spielt es keine Rolle, ob sich heute jüngere Generationen stärker von älteren unterscheiden, als das noch in der Vergangenheit der Fall war. Die Herausforderungen sind vielfältig. Und adäquate Lösungen können ja nicht darin bestehen, die Generationen voneinander zu isolieren. Wie aber gehen Sie damit um, wenn Ihre „Untergebenen" älter sind als Sie?

Das Buch betrachtet einzelne Generationen und ihre jeweiligen Gemeinsamkeiten, soweit das möglich ist. Gleichzeitig nimmt die Autorin die Veränderungen der Arbeitswelt im Allgemeinen in den Blick und gleicht sie mit den einzelnen Generationen ab. Einstellungen, Verhalten, Motivation und sensibler Umgang auf allen Seiten sind die Schlagwörter dieses Ratgebers.

Daniela Eberhardt. Generationen zusammen führen. Mit Millennials, Generation X und Babyboomern die Arbeitswelt gestalten.
Haufe Verlag. 2018. 316 Seiten.
ISBN: 978-3-64806-751-2.
[D] 39,95 €, [A] 41,10 €, CHF 55,85.

Zugang zu über 700 Förderquellen

Fördermittelführer 2019/2020

Die wichtigsten Finanzierungsmöglichkeiten für gemeinnützige Organisationen aus den Bereichen Bildung, Soziales, Umwelt, Kultur, bürgerschaftliches Engagement, Entwicklungspartnerschaften und internationale Zusammenarbeit

Förderlotse
Torsten Schmotz

Versandkostenfrei direkt beim Verlag bestellen:
www.foerdermittelfuehrer.de
Tel: 09874-322 516
E-Mail: shop@foerder-lotse.de
Oder im Buchhandel: ISBN 978-3-9814394-8-9

Subskriptionspreis für Bestellungen bis zum 1.11.2018: 58,– statt 68,– Euro
www.foerdermittelfuehrer.de

Schneisen im Steuerdschungel

Wer im Fundraising tätig ist, muss sich auch für Steuerfragen interessieren. Besonders das Ertragsteuerrecht hat es in sich. Körperschaften, die nach der Satzung, dem Stiftungsgeschäft und der sonstigen Verfassung und nach der tatsächlichen Geschäftsführung ausschließlich und unmittelbar gemeinnützigen, mildtätigen oder kirchlichen Zwecken dienen, sind von der Körperschaftsteuer befreit. Dass die Finanzämter das Körperschaftsteuergesetz und die Abgabenordnung nach Geist und Buchstaben verschärft anwenden und dabei das Postulat ausschließlicher, unmittelbarer, selbstloser und nicht überwiegend eigenwirtschaftlicher Geschäftsführung erfüllt sehen wollen, bekommen immer mehr Organisationen zu spüren, die bisher dachten, der gute Name und der bloße Anschein seien der Öffentlichkeit und den Behörden genug. Zwar ist es nicht so, dass man von einer Epidemie der Aberkennung von Gemeinnützigkeit und des Entzugs von Steuerprivilegien sprechen könnte. Aber die Förderer haben mehr Sicherheit, wenn die Fundraiser ihnen die steuerlichen Zusammenhänge selbst erklären können. Dafür sorgt Matthias Albers Buch auf vorbildliche Weise. Es ist hochaktuell, straff gegliedert, aufs Wesentliche beschränkt und gut durchstrukturiert. Dafür sorgen ein fein gegliedertes Inhaltsverzeichnis und ein Stichwortverzeichnis. Praxishinweise und Beispiele sowie zahlreiche Grafiken veranschaulichen, was die kurzen, manchmal üppig mit Abkürzungen gespickten Texte erläutern.

Dr. Christoph Müllerleile

Matthias Alber. Gemeinnützigkeit im Ertragsteuerrecht – Kommentar zu § 5 Abs. 1 Nr. 9 KStG und zu Umstrukturierungen bei steuerbefreiten Körperschaften. Schäffer-Pöschel Verlag. 2018. 419 Seiten. ISBN 978-3-79104-170-4. [D] 69,95 €, [A] 72,00 €, CHF 97,80.

Stiftungen führen

Stiftungen schossen bis 2008 wie Pilze aus dem Boden. Meist mit dem Heilsversprechen planbarer und regelmäßiger Einnahmen. Spätestens mit der Finanzkrise ist das Geschichte. Das vorliegende Buch dreier ausgewiesener Stiftungsexperten beschäftigt sich mit zukunftsorientiertem Stiftungsmanagement. Ohne den Blick auf die aktuellen Herausforderungen zu vermeiden, gelingt es den Herausgebern, durch viele Fachautoren ein sehr breites Bild des Stiftungsmanagements zu entwerfen und die Hausaufgaben klar zu benennen. Sei es das Niedrigzinsumfeld, Fragen der Wirkungsmessung und des Controllings, mutige Stiftungskommunikation und natürlich auch dialogorientiertes Fundraising.

Die Herausgeber schaffen es nicht nur, die Themen, sondern auch die Autoren gut zu mixen. Große und kleine Stiftungen, Beratungsunternehmen, Stiftungsaufsicht, Wissenschaft und Verbände kommen zu Wort. Sehr zu empfehlen ist hier beispielsweise der Artikel von Hans Fleisch, langjähriger Generalsekretär des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen, zu typischen Fehlern im Stiftungsmanagement. Daraus lernt man ja bekanntlich am meisten.

Insgesamt ein sehr gelungenes und kompaktes Buch, das aber eher für größere Stiftungen echte Relevanz hat. Lesenswert dazu ist auch der Beitrag zum Fundraising mit vielen praktischen Beispielen als zukünftiger Kernaufgabe von Stiftungen. Und zwar nicht als Sammeldose in der Not, sondern als Beziehungsmanagement.

Matthias Daberstiel

Reinhardt Berndt, Peter Kreutter, Stefan Stolte (Hrsg.). Zukunftsorientiertes Stiftungsmanagement. Herausforderungen, Lösungsansätze und Erfolgsbeispiele. Verlag Springer Gabler. 2018. 340 Seiten. ISBN: 978-3-65819-266-2. [D] 54,98 €, [A] 56,29 €, CHF 69,45.

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

Fragebogen: Dorothea Bergler

Seit dem Jahr 2002 ist Dorothea Bergler im Fundraising tätig. Sie hat ihre Leidenschaft für die Realisierung wirksamer Projekte mit Mitteln des Fundraisings und der PR während eines Einsatzes mit Caritas international 1999 in einem Flüchtlingslager in Mazedonien entdeckt. Danach war es vorbei mit ihren beruflichen Wurzeln in Sozialarbeit und Pflege. Ihr Tempo hat sie sich aus der Zeit der Intensivmedizin mitgenommen, ebenso wie die Empathie aus dem Kontext sozialer Arbeit. Der Mensch steht bei ihr noch immer im Mittelpunkt – heute gerne als Philanthropin oder Mäzenin. Deshalb sind Vertrauensbeweise von Großspendern wie ein kürzlich erfolgtes Feedback, „frei und ohne Hemmungen über so heikle Themen wie Finanzen" sprechen zu können, verknüpft mit dem Dank für verlässliche und gute Beratung, eine sehr befriedigende und geschätzte Anerkennung. Im Fundraising und in der Kommunikation arbeitete die studierte Sozialmanagerin unter anderem bei Caritas international in Deutschland, leitete die Mittelbeschaffung als erste Fundraiserin bei Mission 21 in Basel sowie die Abteilung Kommunikation und Marketing der Schweizerischen Flüchtlingshilfe und erarbeitete die konzeptionellen und strategischen Grundlagen für eine langfristige Entwicklung auf hohem Niveau der Hochschulförderung an der Universität Bern.

Heute wirkt sie als Beraterin, besonders gerne im strategischen Aufbau. Sie hilft Organisationen, ihre Einzigartigkeit zu entdecken, diese zu kommunizieren und Spenden zu generieren. Mit Leidenschaft hält sie Seminare und Workshops für Fundraising in verschiedenen Bereichen von Forschung, über Kultur bis zur Sozialen Arbeit bei Fundraisingtagungen und an Hochschulen und Universitäten in Süddeutschland und der Schweiz.

▶ www.dorotheabergler.com

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

… mit einem guten Kaffee.

2. Was wollten Sie als Kind werden?

Als Kind hatte ich in München im Zirkus Krone eine Nummer mit sechs schwarzen Panthern gesehen, danach wollte ich für lange Zeit Raubtierdompteurin werden. Erfolglos habe ich daheim versucht, meine Katzen durch Reifen springen zu lassen.

3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Asyltourismus ist mehr als wert, ein Unwort zu werden. Wer aus einem Kriegsland wie Syrien flieht, muss sich nicht als Tourist diffamieren lassen, wenn er oder sie Sicherheit für sich und die Familie sucht. Die sprachliche Verknüpfung mit Ferienreisen ist hinterhältig.

4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Einen wirksamen Klimaschutz, denn die Erwärmung ist inzwischen auch für Skeptiker deutlich zu spüren. Seit dem Beginn der Industrialisierung hat die global gemittelte Temperatur um 0,85 Grad Celsius zugenommen. Im gleichen Zeitraum ist es in der Schweiz bereits 1,8 Grad wärmer geworden, sagen führende Schweizer Klimawissenschaftler. Leider bleibt der Mensch ein Affe und grillt seinen Planeten.

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

Nachdem sich der ehemalige Ostblock 1990 ohne meine Hilfe transformiert, würde ich Thomas Goletz, der 1990 die Diddl-Maus erschaffen hat, bitten, dass er einen Teil der Einkünfte, die er aus dieser Kreatur erlösen wird, einem guten Zweck spendet.

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

Ich empfinde Ordensverleihungen als schwierig, es ist bei mir militärisch konnotiert. Könnten wir auch einen Preis vergeben?

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

Lieber Jeff Bezos, es ist gut, dass du in den USA illegalen Einwandererkindern, den sogenannten Dreamern, zu Stipendien verhilfst. Noch besser wäre es, wenn du dein immenses Potenzial einsetzen könntest, um ein weltweit drängendes Problem zu lösen. Zum Beispiel die Klimaerwärmung oder die vielen weltweit Geflüchteten. Beides wäre Hilfe für Mensch und Natur und auch ein politisches Statement, das manchen Präsidenten schmerzen würde. Jeff Bezos würde damit Geschichte schreiben.

liebt die Natur

8. Wer ist für Sie ein Held?

Eine Heldin oder manchmal auch ein Held sind die ungezählten, namenlosen Pflegekräfte und Helfer, die unter schwierigen und undankbaren Bedingungen für alte, gebrechliche oder behinderte Menschen sorgen und ihnen dennoch Tag für Tag Würde geben.

9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Eine kleine Alphütte mit Aussicht und eher einsam, das wäre es. Gerne aber mit einer guten Datentransferzeit und einem Solarpanel, um Laptop und Mobile zu laden, Konzepte lassen sich auch in der Natur schreiben.

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

Dann gehe ich kleine und große Entdeckungen machen in den Bergen, in Museen oder auf dem nächsten Markt und lasse mich inspirieren.

11. Worüber können Sie lachen?

über absurde Situationen und eigene Missgeschicke

12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Alle Fehler, die mit gutem Willen entstanden, entschuldige ich problemlos, ebenso natürlich Missgeschicke und Dusseligkeiten.

13. Was war früher besser?

Ich halte wenig von nostalgischer Verklärung. War früher, als die Frauen noch gehorsam waren? Oder wir noch nicht die Vielfalt der Arten dezimiert haben?

14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Die, die andere inspirierte, sich gemeinnützig zu engagieren.

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

... ein Vertrauensvorschuss in eine Organisation. Eine Spende ist für den Geber oder die Geberin mit der Hoffnung verbunden, etwas Positives zu bewirken und in diesem Sinne ein Geschenk an die Organisation. Eine solche Geste erwartet in der Erwiderung treuhänderisches Handeln von Seiten der Organisation für die gebende Person und den Zweck.

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
ENTERprint
ENTERmed
ENTERweb
ENTERdonate

ENTERBRAIN Software AG

Software, Dienstleistung und Konw-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 kabellose Slim-Tastaturen mit Touchpad von „InLine". Diese koppeln sich via Bluetooth mit Android-Smartphones, Tablets, Windows-Notebooks oder Smart-TV. Damit kann sowohl getippt als auch wie gewohnt „gewischt" werden. Einmal gekoppelt, stellen die Endgeräte umgehend Verbindung mit dem 270 Gramm leichten Fliegengewicht her. Außerdem verlosen wir drei druckfrische Exemplare des Buches „Fundraising. Professionelle Mittelbeschaffung für gemeinwohlorientierte Organisationen" von Michael Urselmann, das jetzt in erweiterter Auflage bei „Springer Gabler" erschienen ist – ein „Must-have" für alle, die im Fundraising arbeiten! Und falls das alles nichts für Sie ist, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!

Seite 6

1 Werbepostaufkommen: Wie viel Papier bekommt ein eidgenössischer Haushalt durchschnittlich im Jahr zugestellt?

F) 150 kg
G) 46 kg
H) 80 kg

Seite 32

2 Raumschiff Orion? Wofür wirbt wohl dieses neue Kampagnenmotiv der Agentur Spinas Civil Voices?

E) medizinische Versorgung von Kindern
O) naturwissenschaftliche Frühförderung
A) LEGO-Animationsfilm „Mars Mission"

Seite 38

3 Im Grünen: Diese netten Menschen hatten eine gute Idee, die die Welt ein Stück besser macht. Welche?

M) Patenschaften für Fluginsekten
L) Permakultur in der Landwirtschaft
N) außerschulische Lernorte im Freien

Seite 44

4 Die digitale Kommunikation von Stiftungen wurde in einer aktuellen Studie erforscht, danach hapert es besonders:

F) bei Spendenaufrufen auf der Website
W) bei der Suchmaschinenoptimierung
V) bei den Pflichtangaben im Impressum

Seite 62

5 Weniger übrig für den Fiskus … Seit wann können in Österreich Spenden von der Steuer abgesetzt werden?

A) 1951
E) 2009
I) 2018

Seite 78

6 Bei der Messe „ConSozial" geht es diesmal auch um Agilität von NGOs, am Beispiel der Gemeinsamkeiten von:

L) Iggy Pop, Donald Trump & Scooter
M) Lara Croft, Mutter Teresa & Claudia Roth
N) James Bond, Moses & Buddha

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! Diese Daten werden nur im Zusammenhang mit dem Gewinnspiel verarbeitet und nicht an Dritte weitergegeben. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Einsendeschluss ist der 31. Oktober 2018. Viel Glück!

Spendenboxen aus allen Ecken der Welt

In der vergangenen Ausgabe des Fundraiser-Magazins hatten wir Sie, liebe Leserinnen und Leser, gebeten, uns Fotos von Spendendosen zu schicken. Viele von Ihnen waren den Sommer über unterwegs und sind unserem Aufruf gefolgt. Wir zeigen hier ein paar besondere Exemplare. Haben auch Sie ein Foto von einer besonderen Spendenbox? Dann senden Sie es an *redaktion@fundraiser-magazin.de*

Die isländische Fluglinie Wow Air bittet ihre Gäste an Bord, für die isländische Naturschutzorganisation Landvernd zu spenden. Dafür liegt an jedem Platz ein solcher Umschlag, in den man Münzen oder Scheine, egal in welcher Währung, stecken kann. Das Bordpersonal gibt die Umschläge dann an die Organisation weiter.

Die Evangelische Kirche Wechmar in Thüringen bittet auf diese Weise um Spenden für den Kirchen-Erhalt.

Diese Spendendose steht an einem der Zugänge zum Badestrand auf Spiekeroog. „Ich finde, es ist eine wirklich sehr nette Art, um Unterstützung zu bitten“, schreibt Angela Ernst.

Diese Almosenbox (links) stammt tatsächlich aus dem 13. Jahrhundert. Fotografiert in einer Kirche auf der schwedischen Insel Gotland und eingesandt von Julia Franke.

Dieser Gorilla (unten) steht am Ausgang des Heidelberger Zoos. Danke an den Einsender Dr. Christoph Müllerleile!

Thomas Weigel sandte uns diese bittende Madonna aus Puerto auf Teneriffa.

Sie wollen ein eigenes Magazin machen?

– Print und/oder Online –

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

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

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

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

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

Mailing-Leser Fabian F. Fröhlich sammelt Wertvolles

Ich kriege gerne Post. Ich freue mich über jeden Brief, sogar vom Finanzamt. Ehrlich! Hab sogar einen extragroßen Briefkasten angeschafft. Und der wird voll, denn ich nehme an allen Gewinnspielen und Umfragen teil, die meinen Weg kreuzen, und setze mein Häkchen freudestrahlend unter jede Bitte um Adressweitergabe. Natürlich liege ich damit nicht im Trend, das ist mir schon klar – doch die Vorteile überwiegen.

Die Rede ist von den netten kleinen Geschenken. Incentives heißen die, Motivationsanreize. Das stimmt: Meine Freundin reagiert immer recht gereizt auf das ganze Zeug. Doch ich habe den wahren Wert der kleinen Dinge erkannt.

„Ein Lakota-Traumfänger extra für Sie. Möge dieses bescheidene Geschenk Sie beschützen, es kommt von Herzen …“ und aus Frankfurt am Main, wo das Indianerhilfswerk sein Büro – wahrscheinlich im Hochhaus – hat. Seit das Teil über meinem Bett hängt, schlafe ich tief und frei von Träumen aller Art. Leider auch frei von meiner Liebsten, sie boykottiert diesen Raum neuerdings. Dabei habe ich schon Vorsorge getroffen, damit die Mystik nicht die Oberhand gewinnt: „Akzeptieren Sie dieses Kreuzkettchen als Dank für Ihre Spende!“ Na bitte, jetzt ist das Gleichgewicht in Glaubensfragen wieder hergestellt.

In meinem Garten sieht man überall die Zeichen der Dankbarkeit erblühen. Diesmal habe ich den ganzen Blumensamen, der den Spendenbriefen der letzten Jahre beilag, tatsächlich mal ausgesät: Die Vergissmeinnicht aus Österreich machen sich wirklich gut als Beeteinfassung. Die Wildblumensaat vom Ökoverein und die Bienenfreundmischung bringen Pflanzen zu uns, die meine Nachbarin als Unkraut bezeichnet, aber sie sind schön bunt. Und erst das Sonnenblumenfeld, das hinten am Zaun entstanden ist, frei nach dem Motto „Lassen auch Sie die Hoffnung keimen!“.

Aber nicht alle freuen sich: Die Kollegin aus der Grafik ist eingeschnappt, weil ich ihr das Lineal mit Braille-Schrift geschenkt habe – das vom Blinden- und Sehschwachenverband. Und meine adipöse Cousine fand die Geburtstagskarte aus der Sonderedition zum Schutz der Elefanten offenbar nicht witzig …

Einen Wunsch habe ich aber doch, liebe für meine zukünftigen Spenden dankende Briefabsender: Jetzt im Herbst ist Einweckzeit. Lasst doch auf den schönen kleinen Klebe-Etiketten meinen falsch geschriebenen Namen weg. Dann kann ich die nämlich für Marmeladengläser verwenden.

Mehr von Fabian F. Fröhlich?

„Das Letzte – Kolumnen aus dem Fundraiser-Magazin“

Taschenbuch, 10 €

bestellen unter:
▶ shop.fundraiser-magazin.de

Ausgabe 6/2018 erscheint am 19. November 2018 u. a. mit diesen Themen

- Fundraising für Entwicklungszusammenarbeit
- Spender-Generationen
- Weiterbildung und Tagungen 2019

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 6/2018 ist der 24.09.2018.

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 6/2018, die am 19.11.2018 erscheint, ist der 24.09.2018.

Fotonachweise:
Titelbild, S. 4 (Thema), S. 18/19 (Hintergrund): ankdesign@AdobeStock (Illustration) und flas100@AdobeStock (Background), S. 1 & 12: Attila Kleb (Zivilgesellschaft aktuell), S. 3: René Grodde/atri.eu, S. 4 (Menschen), S. 12 (oben) & S. 14: Amnesty International, S. 4 (Stiftung) & 40: Dirk-Martin Heinzelmann, S. 5 & 88: Daniela Münster, S. 6: René Grodde/atri.eu, S. 8: Georgina Goodwin, S. 11: PrettyVectors@AdobeStock, S. 18 & 20: Adrian Costea@fotolia.com, S. 18 & 22: lightpoet@AdobeStock, S. 19: Minerva Studio@AdobeStock (24), drizzd@fotolia.com (27), S. 19 & 28: Logan Bannatyne@ AdobeStock, S. 21: Boris Baldinger, S. 23: Andreas Bischof, S. 27: pure-life-pictures@AdobeStock, S. 30: Martin Kimpel, René Grodde/atri.eu (Stehfest), S. 33: pixabay, S. 35: Aaron Amat@fotolia.com, S. 36: Walter Deininger, S. 37: Alexander Preobrajenski, S. 39: Thomas Schlorke, S. 40: Grodde/atri.eu (Nitzsche), S. 42: BillionPhotos.com@AdobeStock, S. 44: Rawpixel Ltd.@AdobeStock, S. 47: Udo Lehner, S. 48: Andreas Focke (Müller), Verena Meier (Schumacher), Martin Richter (Richter), Barbara Frommann (Degener), S. 49: Bryan Adams (Meyle), Oliver Killig (Seifert), S. 63: Ludwig Schedl, S. 64: m.edi@photocase.com, S. 66: Anja Knäpper, S. 68: NLshop@fotolia.com, S. 69: Die Hoffotografen GmbH Berlin, S. 70: mirpic@fotolia.com, S. 72: rangizzz@fotolia.com, S. 78 & 88: NuernbergMesse / Thomas Geiger, S. 86: Nicole Philipp, S. 88: ra2studio@fotolia.com (6), Maik Blume@fotolia.com (44), Gina Sanders@fotolia.com (62), S. 90: oza@fotolia.com, 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 Schweiz Suisse Svizzera Svizra
caritas.ch

GREENPEACE
greenpeace.ch

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

Menschen für Menschen
Karlheinz Böhms Äthiopienhilfe
menschenfuermenschen.org

Erfolgreiches Fundraising

Regel #9

Die Zukunft beginnt jetzt.

Investieren Sie in die Zukunft: Der digitale Fundraising-Markt wächst von Jahr zu Jahr. Stellen Sie sich jetzt richtig auf, damit Ihr digitales Fundraising schon bald Früchte trägt. Wir von adfinitas helfen Ihnen dabei, z. B. mit unserem Starter-Package zur Lead-Gewinnung. 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