ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 2/2019

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

NEU SPENDER

... das unbekannte Wesen?

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

Meinung
„Das Gemeinnützigkeitsrecht muss reformiert werden." Dr. Rupert Graf Strachwitz sagt, warum.

Stiftung
Warum Umweltschutz und Entwicklungszusammenarbeit nur gemeinsam funktionieren.

TOPPT ALLES.

DIE DATENBANKLÖSUNG

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

* IHRE VORTEILE

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

www.stehli.de

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,

Neuspender, das unbekannte Wesen … Alle wollen neue Spenderinnen und Spender finden, halten, binden – aber wie? Und woher? Wie „ticken" diese Menschen und wo holen wir sie ab? Mögen sie Latte Macchiato, Karneval, Urban Gardening oder zocken sie GTA V? Nutzen sie E-Mail-Newsletter, lesen sie Tageszeitungen? Joggen sie im Stadtpark, gehen sie auf Demos oder sind es gar Couchpotatoes? Fragen über Fragen – mögliche Antworten liefert Ihnen unser Themenschwerpunkt „Neuspender" ab Seite 20.

Engagieren Sie sich ehrenamtlich und fühlen sich manchmal ausgenutzt? Dann lege ich Ihnen unser Interview auf Seite 68 ans Herz. Die Politikwissenschaftlerin Claudia Pinl hat ein Buch geschrieben, das die Spenden- und Ehrenamtsökonomie kritisiert: „Ein Cappuccino für die Armen". Im Gespräch mit unserem Redakteur Rico Stehfest erklärt sie, warum sich ihrer Meinung nach der Sozialstaat aus der Verantwortung zieht.

Kennen Sie schon die Job-Börse des Fundraiser-Magazins? Schauen Sie doch mal auf *www.fundraising-jobs.de* vorbei. Dort können Sie Ihre freien Stellen im gemeinnützigen Bereich inserieren – und zwar völlig kostenlos und ohne „Kleingedrucktes"! Sind Sie auf der Suche nach beruflicher Veränderung? In unserer Jobbörse finden Sie eine zielgenaue Auswahl von Fundraising-Jobs.

Ich wünsche Ihnen eine interessante und inspirierende 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

Neue Spender, neue Wege?

Thema

ab Seite 20

Wert(e)schätzende Neuspendergewinnung 22
Die Segmentierung von Spendern kann sehr unterschiedlich angegangen werden

Auch das Spenden hat ein Geschlecht 24
Frauen und Männer sind unterschiedlich großzügig

Am inneren Schweinehund vorbei 26
Kommunikationsstrategien, die Vermeidungsmuster überwinden helfen

Aktiver Dialog und Offenheit 28
Die beste Methode zur Neuspendergewinnung wird jetzt kontrolliert

Ein neuer Weg zur Leadgenerierung 30
Wie programmatische Werbekampagnen SOS-Kinderdorf zu Paten und Spenden verhelfen

Menschen

Dr. Janine Händel 14
Die Geschäftsführerin der Roger Federer Foundation verrät, wie es ist, die Stiftung eines Weltstars zu leiten.

Claudia Pinl 68
Die Politikwissenschaftlerin kritisiert in ihrem Buch die Entwicklung der Spenden- und Ehrenamtsökonomie.

Angela Zeithammer 94
... hat unseren Fundraiser-Fragebogen ausgefüllt und verrät Persönliches.

Projekte

Einmal spenden, doppelt helfen 40
Verdopplungsaktionen als aktivierendes Element im Fundraising

Ein Juwel für fünf Euro 42
Die Lebenshilfe Gießen verlost Oldtimer für einen guten Zweck

Kein X für ein U 44
Die „Lie Detectors“ vermitteln Medienkompetenz und stärken so die Demokratie

Stiftungen

Gegenseitige Bereicherung 48
Partnerschaft zwischen Stiftung und Unternehmen

Arbeit für Überzeugungstäter 50
Warum Umweltschutz und Entwicklungszusammenarbeit nur gemeinsam funktionieren

Crowdfunding-Challenge mit Unterstützung 52
Fundraisingwissen für regionale Bildungsprojekte

Meinung

Umfrage 12
Was macht einen guten Fundraiser aus?

Dr. Rupert Graf Strachwitz: 32
„Das Gemeinnützigkeitsrecht muss reformiert werden."

Persönliche Gedanken 34
Kai Fischer: Wo wir im Fundraising umdenken müssen

Kommentare aus der Redaktion
von Matthias Daberstiel (S.6), Rico Stehfest (S. 38), Ute Nitzsche (S. 46)

Heft bestellen

Das Bestellformular für Ihr

Magazin-Abonnement

finden Sie auch im Internet:

www.abo.fundraiser-magazin.de

Praxis & Erfahrung

Der passende Rahmen 72
Erfolgreiche Zielgruppenansprache durch Content-Strategie & Storytelling

Face to Face:
Der Ton macht die Musik 74
Qualitätsinitiativen sichern Standards bei Fördererwerbung

Das boomende Spendenprodukt? 76
Ergebnisse einer Studie zu digitalen Anlass-Spenden

Die kreativen Denker von morgen 78
Wie werden wir in Zukunft arbeiten – und sind wir dafür überhaupt schon bereit?

Rubriken

Schöner scheitern 11
Leser-Post & Postings 18
Köpfe & Karrieren 54
Branche 58
Dienstleisterverzeichnis 60
Abo-Coupon 67
Fundraising-Kalender 80
Bildung 84
Fach- und Sachbücher 90
Das Letzte 98
Vorschau & Impressum 98

Verlosung

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

Autoren

... dieser Ausgabe:

Maja Adena, Danielle Böhle, Matthias Daberstiel, Katharina Dorn, Alisa Ehlert, Dr. Kai Fischer, Sonja Harken, Martin Meusburger, Daniela Münster, Ute Nitzsche, Dirk Richter, Daniel Skoda, Rico Stehfest, Peter Steinmayer, Dr. Rupert Graf Strachwitz, Jan Uekermann, Annika Vogel, Sabine Wagner-Schäfer, Prof. Dr. Jens Watenphul

Weiterhin

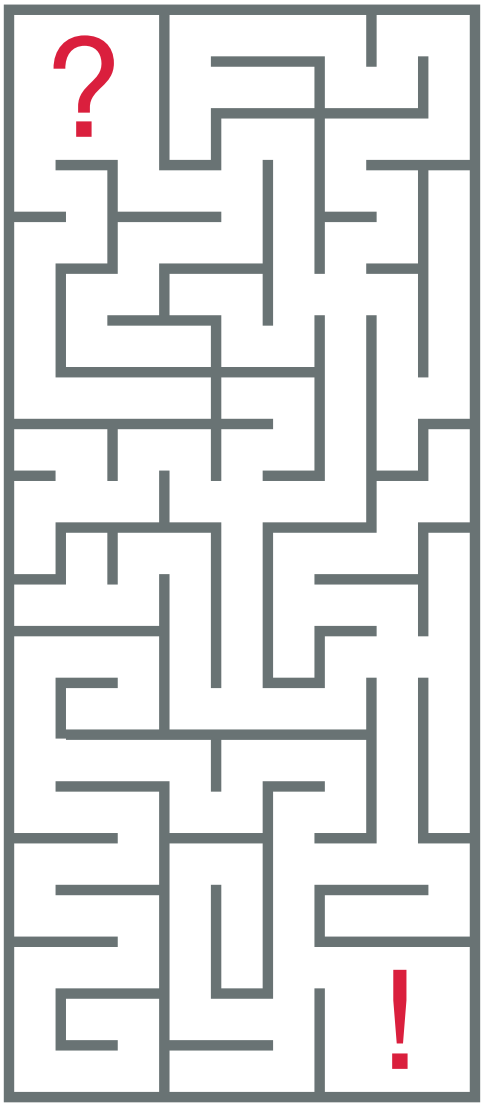
... liegen in dieser Ausgabe (teilweise oder komplett) Beilagen der folgenden Inserenten bei. Wir bitten um freundliche Beachtung:

· Leseprobe FondsFibel

vanacken
Druckerei & Verlag

„Entweder wir finden einen Weg, oder wir schaffen einen."

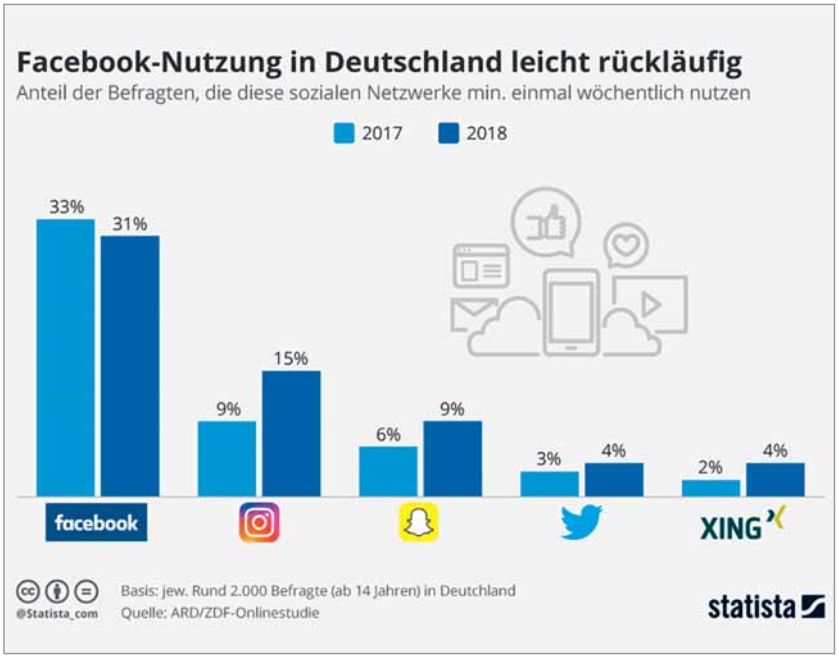
Hannibal



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

Weniger Daumen – dafür mehr Herzchen



Die Nutzung des sozialen Netzwerkes Facebook geht in Deutschland laut ARD/ZDF-Onlinestudie leicht zurück. 31 Prozent der befragten Menschen gaben an, das Netzwerk mindestens einmal pro Woche zu nutzen – das sind zwei Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. Gleichzeitig hat die Nutzung von Instagram deutlich zugenommen. Ebenfalls an Reichweite gewonnen hat Snapchat, das jetzt fast jeder zehnte Bundesbürger regelmäßig nutzt. Laut der Studie sinkt allerdings nicht die Nutzungszeit des Internets an sich, sodass sich die investierte Zeit folglich auf andere Medien verschoben hat. Insgesamt sind mittlerweile erstmals mehr als 90 Prozent der Deutschen online.

▶ www.de.statista.com

Und sonst noch …

Gemeinnütziges Internet

So schnell kann er dahin sein, der Gemeinnützigkeitsstatus: Was für Attac äußerst hässlich geendet hat, entwickelt sich für die Freifunker gerade in eine andere Richtung. Die in Vereinen organisierten Initiativen setzen sich für ein öffentliches kostenloses WLAN-Netz ein. Das Kabinett hat einen Gesetzesentwurf des Bundesrats verabschiedet, der den Status der Gemeinnützigkeit als anerkennenswert betrachtet, wenn den Bürgern tatsächlich kostenloses Internet zur Verfügung gestellt wird. Bislang gibt es etwa 45 000 Zugangspunkte deutschlandweit, deren Netz durch die Bereitstellung spezieller Router über Privatanschlüsse entsteht. Die bereitgestellte Leistung ist allerdings nicht mit einem bezahlten WLAN zu vergleichen, wie es Endkunden in der Regel in Privathaushalten nutzen.

▶ www.freifunk.net

MEINE MEINUNG

Attac-Urteil: „Gemeinnützig ist nur noch, wer den Mund hält!“

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

Nun ist es amtlich. Der Bundesfinanzhof hat entschieden, das Vereine und Stiftungen zwar im Sinne ihrer gemeinnützigen Ziele Vorschläge für die Politik erarbeiten, aber dafür keine Kampagne führen dürfen, wie es Attac die letzten Jahre tat. Politik bleibt den Parteien vorbehalten – Meinungsäußerung unerwünscht!

Das ist Wasser auf die Mühlen der Politikerinnen und Politiker, die sich durch solche Kampagnen in die Enge gedrängt fühlten. Sicher, das ist unangenehm, aber zur Politik gehört auch der Diskurs, das Austauschen von Argumenten und die beste Entscheidung für das Land. Dass die Abgabenordnung (AO), die regelt, wer gemeinnützig ist und wer nicht, nun politisch instrumentalisierbar wird, ist ein Versäumnis der große Koalition. Seit über 20 Jahren steht in jedem Koalitionsvertrag die Reform des Gemeinnützigkeitsrechts. Kosmetische Änderungen gab es, aber keine Veränderung der AO. Warum? Weil die Finanzverwaltung wohl befürchtet, dass zu den zehn Milliarden Euro, die jedes Jahr in Deutschland steuerlich geltend gemacht werden, noch weitere dazukommen.

Zivilgesellschaftliches Engagement ist politisch. Aber ab jetzt gilt wie in Russland, Brasilien und Ungarn auch: Wer sich meinungsstark äußert, darf keine Spendenbescheinigungen mehr ausstellen und bekommt auch kein Geld von gemeinnützigen Stiftungen und vom Staat mehr. Maulkorb per Steuer, dank CDU und SPD. Und ein Engagement-Killer für die Demokratie.

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

Fundraising-Wahrheit Nr. 4

Wer zuerst mailt, mahlt zuerst.

Wenn Sie in der Not- und Katastrophenhilfe aktiv sind, bleiben Emergency-Mailings ein kostengünstiger Weg, neue Zielgruppen zu erschließen und Spender*innen zu gewinnen. Wir sorgen dafür, dass Ihr Mailing schon wenige Stunden nach Freigabe in der Zustellung ist. Was Sie dafür brauchen? Eine gute Vorbereitung mit klar strukturierten Prozessen und perfekt gebriefte Dienstleister. Was Sie nicht mehr brauchen? Eine unflexible Vorproduktion.

Übrigens: Auch wenn Sie lieber Tiere, Kulturgüter oder die Umwelt retten, können Sie Emergency-Mailings verschicken.

Neugierig? Sprechen Sie uns an!

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

fundango®
Fundraising ist mehr

Drei Fragen an … Dirk Richter

Die LOOP Kinderhilfe Düsseldorf setzt auf Tiere und Urban Gardening mit Jugendlichen

? In den vergangenen zehn Jahren hat sich LOOP Kinderhilfe e. V. immer breiter in der Kinder- und Jugendhilfe aufgestellt. Wie ist es zum Ansatz der tiergestützten Pädagogik gekommen?

Wir nutzen die positive und einmalige Wirkung von Tieren für die Bindungsförderung mit Kindern und Jugendlichen. Viele Kinder wurden von Erwachsenen enttäuscht und sind seither schwer bindungsgestört. Da Tiere ihnen vorurteilsfrei begegnen, können sie rasch eine emotionale Bindung aufbauen. So erhalten auch wir leichter einen für die therapeutische Arbeit notwendigen Zugang zu ihnen.

? Wie entstehen die Erstkontakte mit hilfsbedürftigen Kindern oder Jugendlichen?

Dirk Richter …

… der Sozialpädagoge gründete 2009 die LOOP Kinderhilfe, die schnell wuchs. Das Motiv für seine Arbeit lieferte sein Vater, der die Kriegsjahre ohne den Beistand seiner Eltern durchleben musste.

In der Regel werden wir von den zuständigen Jugendämtern, Diagnostik-Einrichtungen, ärztlichen Beratungsstellen oder Kinderschutzambulanzen angesprochen und auf entsprechende Fälle aufmerksam gemacht. Anschließend überlegen wir in enger Absprache mit dem zuständigen Jugendamt, ob und welches Hilfsangebot wir umsetzen können.

? Ihr aktuelles Projekt soll in Mönchengladbach Jugendliche und Urban Gardening zusammenbringen. Wie kann das funktionieren?

Die Kinder und Jugendlichen betreuen ihren eigenen urbanen Garten und ernten, was sie sähen. So erfahren sie nicht nur Spannendes zur Nutzung eines eigenen Gartens, der nachhaltigen Bewirtschaftung und des bewussten Konsums der Erzeugnisse. Das Wertvolle aus pädagogischer Sicht: Sie übernehmen Verantwortung – für den Garten und für sich selbst. Auf spielerische Weise werden sie fachlich fundiert begleitet, und sie stärken ihre soziale Kompetenz.

▶ www.loop-jugendhilfe.de

Kurzgefasst …

Eine der größten Spenden jemals für das MoMA

Das Museum of Modern Art in New York erhält von der Industriellen-Familie Rockefeller eine Spende in Höhe von 200 Millionen US-Dollar. Damit bedenken die Mäzene das Museum nicht zum ersten Mal. Bereits im Jahr 2005 hat David Rockefeller dem Museum 100 Millionen US-Dollar vermacht. Zudem spendete er wertvolle Gemälde von Picasso, Gauguin, Matisse und Cézanne.

▶ www.moma.org

Bewerbungsphase für den Förderkorb 2019

Auch in diesem Jahr unterstützt der Discounter „Penny" mit dem Projekt „Förderkorb" gemeinnützige Organisationen aus dem Bereich der Kinder- und Jugendförderung aus dem gesamten Bundesgebiet. Bis zum 14. April können sich Interessenten um jeweils einen von insgesamt 120 regionalen Förderpreisen im Gesamtwert von 260 000 Euro bewerben.

▶ www.foerderkorb.penny.de

Open Space

Die Maecenata-Stiftung stellt Tätigen der Bereiche Zivilgesellschaft, humanitäre Hilfe und Stiftungswesen sowie verwandten Arbeitsgebieten in Forschung, Praxis, Medien oder Politik an ihrem Standort in Berlin-Mitte einen Open Work Space zur Verfügung (Arbeitsplätze, Bibliothek, Internet, Raum für Veranstaltungen). Vorherige Anmeldung ist dringend erwünscht bei:

▶ bm@maecenata.eu

Medienbeobachtung für österreichische NGOs

Mitglieder des Fundraising Verbands Austria können von dem Angebot der „Observer" Medienbeobachtung profitieren. Damit können die Kunden die Wirkung ihrer Kampagnen- und Öffentlichkeitsarbeit effizient auswerten. Der Basispreis beträgt für Mitglieder 25 Euro pro Monat (statt 67 Euro). Informationen dazu gibt es beim Verband und direkt bei:

▶ mayr@observer.at

Freiwilliges Engagement digitalisierter Welt

Die Stiftung Mercator Schweiz hat als Organisatorin der Jahrestagung 2018 des Netzwerks freiwillig.engagiert Diskussionen zu Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung für das freiwillige Engagement angestoßen. Um das Thema weiterzuführen, hat die Stiftung die Publikation „Freiwilliges Engagement in einer digitalisierten Welt" herausgegeben.

▶ www.stiftung-mercator.ch

Wer noch immer denkt, die Abholzung des Regenwaldes geschähe in erster Linie für die Nutzung von Tropenholz, ist auf dem Holzweg. Die größten Flächen werden gerodet, um Weidegründe für Rinder entstehen zu lassen. Und das, weil die Nachfrage nach Fleisch weltweit so hoch ist. Was nicht zuletzt damit zerstört wird, ist auch der Lebensraum des Jaguars, wie das Motiv von Peta zeigt.

▶ www.peta.de

Spenden mit Instagram

Wie Facebook Anfang Februar bekannt geben hat, wird im Lauf des Jahres für Instagram Stories ein Spenden-Sticker eingeführt werden, mit dem Freunde und Follower direkt über die App Spenden tätigen können. Nach offiziellen Angaben wird der Spenden-Sticker NGOs vorbehalten sein, sodass also beispielsweise Influencer nicht persönlich Spenden sammeln können. In Analogie zu Facebook werden keine Bearbeitungsgebühren anfallen, und die Spenden gehen zu 100 Prozent an die NGO.

Online-Spenden

Der „Charitable Giving Report 2018“ hat ergeben, dass in Großbritannien im vergangenen Jahr die Online-Spenden um 5,5 Prozent gestiegen sind, während das gesamte Spendenaufkommen um 4,2 Prozent zurückgegangen ist. (Basis: 311 befragte NGOs) Global betrachtet entfielen 24 Prozent aller online getätigten Spenden auf den mobilen Bereich. Das könnte all jene NGOs aufhorchen lassen, deren Website noch nicht über eine mobile Version verfügt.

▶ www.institute.blackbaud.com

Spenden mit Alexa

Die britische NGO NSPCC, die nationale Organisation zur Verhinderung von Gewalt an Kindern, ist die erste offizielle Organisation, die über das in Alexa integrierte Tool „goDonate“ Voice-Spenden empfangen darf. Benutzer können sowohl über die App als auch über Sprachsteuerung spenden. In letzterem Fall genügt die Anweisung „Alexa, öffne NSPCC“. Ein Spendenlimit gibt es nicht. Abgewickelt wird der Spendenprozess über Amazon Pay.

Schöner scheitern
… mit unangenehmen Absagen

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 DR. CHRISTOPH MÜLLERLEILE

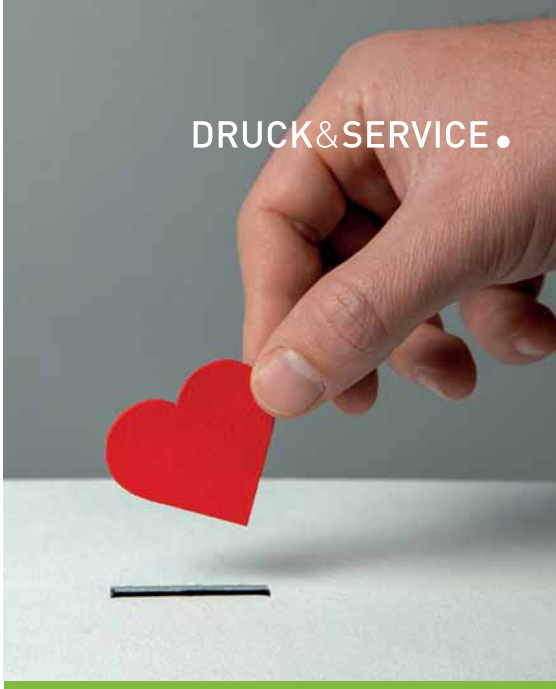
Mindestens zwei kleine mittelständische Betriebe habe ich im Laufe meiner Fundraiser-Karriere ruiniert, nicht wirklich, aber ich habe die Schuld für deren Scheitern auf mich genommen.

Einmal, als ich für eine Umweltorganisation tätig war, rief mich mit aufgeregter Stimme der Inhaber eines großen Schreibwarengeschäfts in Norddeutschland an und unterbreitete mir den Vorschlag, für meine Organisation eine große Spendengala auszurichten. Er habe alle Kontakte, und das werde eine große Sache. Wir verabredeten uns gleich für den nächsten Nachmittag in Frankfurt. Der Mann aus der Schreibwarenbranche erschien aber schon am frühen Vormittag und wirkte wie von allen Teufeln gehetzt, übernächtigt, verzweifelt, fahrig. Die Spendengala wollte er schon für die übernächste Woche organisieren und brauchte „nur" noch unsere Zustimmung.

Da der Mann so früh kam, war noch niemand von der Geschäftsführung da. Ich vertröstete ihn auf den nächsten Tag, und gleich morgens kam sein Anruf. Ich musste absagen. In der Zwischenzeit hatte ich erfahren, dass das Geschäft in finanziellen Schwierigkeiten war, praktisch insolvent. Mir tat der Mann leid, und ich nahm alle „Schuld" für die Absage auf mich. Immerhin musste ich fürchten, dass der Mann sich etwas antut. Aber eine Spendengala mit 100 Prozent Overheadkosten zur Rettung einer privaten Firma hätte ich mit keiner Ethikregel des Fundraisings rechtfertigen können.

Beim zweiten Mal war ich für ein kirchliches Hilfswerk tätig. Eine damals bekannte Sängerin und ihr Manager hatten ein gutes Verhältnis zum Gründer des Werks aufgebaut und waren schon auf verschiedenen Veranstaltungen mit geistlichem Liedgut aufgetreten. Dann kam ein Brief, in dem sie ihre finanzielle Notlage schilderten und das Hilfswerk baten, eine jenseits aller Nutzungsmöglichkeiten liegende Menge ihrer auf Halde liegenden Tonkassetten aufzukaufen. Im Auftrag der Geschäftsführung fuhr ich zu Künstlerin und Manager, die idyllisch auf dem Land lebten. Dort musste ich ihnen sagen, dass es mit der finanziellen Entlastung auf Vereinskosten nichts wird. Das bereitete mir und sicherlich auch der anderen Seite schlaflose Nächte. Der Gründer des Hilfswerks kam dabei gut weg, denn ich nahm die Absage auf meine Kappe.

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



Geballte Kompetenz:

Adress-Selektion
Personalisierung
Druck
Lettershop
Seminare

Plus Herzblut.

Alexandra Heidemann
0521-557359-19

Sievert Druck und Service GmbH
Potsdamer Straße 220
D-33719 Bielefeld
www.druck-u-service.de
www.owlgoesfundraising.com

Multitasker, Psychologe, Steuerberater –

Jede Fundraiserin, jeder Fundraiser verfolgt einen anderen Ansatz. Oder doch nicht? Wollen eigentlich alle das gleiche? Wir haben uns Ende Februar auf unserem Fundraisingtag München umgehört und wollten von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern wissen, welche Eigenschaften ein guter Fundraiser mitbringen sollte. Und was sagen Sie? Schreiben Sie uns an *meinung@fundariser-magazin.de*

Kathrin Kattinger
Mutter Kind Haus e.V.

„Es braucht jemanden, der Menschen begeistern kann und gute Visionen hat. Ein erfolgreicher Fundraiser ist aber auch jemand, der gut darin ist, Anträge zu stellen."

Petra Wegener
Lebenshilfe Freising

„Ein Fundraiser muss auf jeden Fall Multitasking beherrschen. Man muss auf Leute zugehen können und bereit sein, immer wieder Neues zu lernen."

Tim Reuter
Handicap International e.V.

„Ein guter Fundraiser ist jemand, der den Blick fürs Wesentliche nicht verliert. Es ist jemand, der den Blick über den Tellerrand wagt und Austauschmöglichkeiten nutzt, um herauszufinden, wie man innovativ bleiben kann."

Fundraising Forum Niedersachsen

Kommunikation
Know-how
Kontakte

9. MAI 2019
Hannover

Wege zu Förderern und Finanzmitteln

Vorträge und Workshops:

- Die neue Förderkulisse von *Aktion Mensch*
- Videos mit dem Smartphone
- Jubiläumsfeier anders & innovativ von *Aktion Kindertraum*

...

www.Fundraising-Forum-Niedersachsen.de

Christine Gediga
Nachbarschaftshilfe Vaterstetten

„Ein Fundraiser braucht Geduld und Empathie. Er ist ein Wertschöpfer, ein Netzwerker und ein Organisationstalent. Außerdem ist er Psychologe und Steuerberater. Bei all diesen Aspekten darf man aber nichts persönlich nehmen. Es braucht einfach eine gesunde Mischung aus Hartnäckigkeit und auch mal aufgeben können."

Désirée von Bohlen und Halbach
Desideria Care e.V.

„Ich möchte Menschen begeistern können. Ich möchte sie für meine Sache gewinnen können. Dabei darf man keine Angst haben, auf Menschen zuzugehen. Und man muss natürlich authentisch bleiben."

was macht einen guten Fundraiser aus?

Stefanie Bacsa
Mutter Kind Haus e.V.

„Wichtig ist Empathie, sonst kann man die Menschen nicht bewegen. Und natürlich muss man authentisch auftreten. Je aufregender ein Projekt ist, desto besser ist das auch für den Fundraiser. Man kann sich dann mit Elan einbringen."

Matthias Baumann-von Kramer
Bayerisches Rotes Kreuz

„Entscheidend ist Begeisterung für das Projekt. Man benötigt Herzblut für die Sache, sonst funktioniert es nicht. Außerdem braucht man auch viel Hintergrundwissen. Der eigentliche Zweck der Arbeit muss bekannt sein."

Sandra Schwarzenegger
Deutscher Kinderschutzbund, KV Regensburg e.V.

„Ein Fundraiser muss auf der sympathischen Ebene unterwegs sein, schließlich geht es um Beziehungspflege. Das reicht aber noch nicht. Wichtig ist auch die Professionalisierung. Dann funktioniert das auch."

Erwin Schetterer
Brücke e.V. Augsburg

„Ein Fundraiser muss wissen, was er will und wofür er steht. Es braucht Leidenschaft. Man muss für eine Sache brennen."

Andrea Andrade
KlinikClowns e.V.

„Begeisterung für die Sache ist für einen Fundraiser ganz wichtig. Und die muss man dem möglichen Spender auch vermitteln können."

Sebastian Wiesener
Mehrgenerationenhaus Flintsbach

„Wichtig sind Ausstrahlung, Leidenschaft, Offenheit, Ehrgeiz. Ein guter Fundraiser braucht aber auch Autorität, weil die zwischenmenschliche Basis entscheidend ist. Ich darf mich nicht kleiner machen, als ich bin. Ich bin frech. Das siegt."

Ein großer Tennis-Star und

Die Stiftung des Schweizer Tennisprofis Roger Federer feierte Ende letzten Jahres ihren 15. Geburtstag, und jüngst wurde die neue Programm-Strategie 2019 bis 2025 ausgerollt. Schon das wären Gründe genug, genauer nachzufragen. Doch wie ist es, die Stiftung eines Weltstars zu leiten, und stecken bei seinem Engagement doch Marketing und Imagegründe dahinter? Unser Korrespondent Jan Uekermann hat Dr. Janine Händel, Geschäftsführerin der Roger Federer Foundation, zum Interview in Zürich getroffen.

? Frau Dr. Händel, herzlichen Glückwunsch zum 15. Geburtstag!

Ja, vielen Dank! Obwohl die Frage im Raum steht, ob das überhaupt ein Jubiläum zum Feiern ist. In Lateinamerika ist der so genannte „Quinceañera", der 15. Geburtstag, ein sehr großes Ereignis, ein wichtiger Schritt im Leben eines jungen Menschen. Für uns ist das auch ein wichtiger Meilenstein, aber eben nur einer. Viel wichtiger ist es, dass wir unsere Strategie erfolgreich abschließen konnten und mit einem neuen Ziel vor Augen viele neue Meilensteine erreichen wollen.

? Wir kommen gleich auf die neue Strategie zu sprechen. Verraten Sie uns bitte zuerst: Wie sind Sie zur Roger Federer Foundation gekommen und was haben Sie davor gemacht?

Ich bin Juristin, spezialisiert auf Menschenrechte. Ich war einige Jahre als Diplomatin für das Departement für auswärtige Angelegenheiten tätig und bin viel in der Welt unterwegs gewesen. Ich habe auf drei Kontinenten Programme implementiert in den Bereichen Friedenspolitik, Menschenrechte und humanitäre Politik. Anschließend war ich Leiterin Philanthropie im Chairman's Office

ein großartiger Philanthrop

der Credit Suisse und nach einem Meeting mit Stiftungsräten der Roger Federer Foundation sagten diese: „So eine brauchen wir!" Letztendlich wurde ich abgeworben. Das ist jetzt bald neun Jahre her.

? In der Zeit hat sich bestimmt viel getan. Was fällt Ihnen diesbezüglich besonders auf?

In den ersten Jahren der Foundation begann das Engagement langsam und punktuell. Als ich 2010 eine Geschäftsstelle starten durfte, belief sich das Budget auf etwa 300 000 Franken. In den vergangenen Jahren sind wir dann stetig gewachsen. 2018 haben wir über acht Millionen Franken in die Projekte investiert und damit unser Ziel erreicht, dass über eine Million Kinder von den Programmen profitieren konnten.

? Eine tolle Steigerung! Wie ist es dazu gekommen?

Unsere Einnahmen werden in erster Linie von unserem Gründer und Präsidenten Roger Federer selbst generiert oder zur Verfügung gestellt. Es sind hauptsächlich Einnahmen aus seinen Sponsorenverträgen, die an die Foundation gehen, ebenso wie einige Antrittsgagen oder Merchandising-Einnahmen. Darüber hinaus gibt es das von Roger initiierte „Match for Africa", ein Charity-Tennisturnier zugunsten der Foundation, das wir bereits fünfmal durchführten und mit dem wir über zehn Millionen Franken einnahmen. Immer häufiger kommen aber auch andere Stiftungen auf uns zu, die unseren Förderzweck teilen und bei unseren Projekten mitmachen möchten.

Janine Händel im Mbetu Model Kindergarten in Malawi im Juli 2015

? Klassische Spendenaufrufe oder sonstige Möglichkeiten, sich für die Roger Federer Foundation zu engagieren, gibt es kaum.

Genau. Natürlich gibt es mal einen Anlass, an dem Menschen teilnehmen, die sich dann eventuell auch mit größeren Spenden engagieren. Aber proaktives Fundraising machen wir nicht. Wir wollen nicht andere Organisationen auf dem Spendenmarkt konkurrenzieren, da wir über andere Kanäle Einnahmen generieren können. Dennoch fühlen wir uns sehr geehrt, wenn Menschen mithelfen wollen und spenden, damit wir noch mehr Kinder unterstützen können. Das ist auch eine Geste der Wertschätzung und des Vertrauens.

? Roger Federer hat in einem CNN-Interview gesagt, dass er den Menschen eher als großer Philanthrop in Erinnerung bleiben möchte denn als großer Tennis-Star.

Ja, ich denke dieser Gedanke kommt von Bill Gates. Der hat genau das über Roger geschrieben. Dass er zwar unglaublich großartig Tennis spiele, aber als Philanthrop vermutlich noch viel Größeres erreichen werde. Und es stimmt: Roger kniet sich richtig in die Stiftungsarbeit rein und entwickelt sich immer weiter. Das ist toll mitzuerleben.

? Er war 22, als er seine Stiftung gegründet hat …

Das offizielle, eingetragene Gründungsdatum ist der 24. Dezember 2003. Das war aber eher ein Zufall, dass es genau dieses Datum geworden ist. Roger hatte in diesem Jahr zum ersten Mal Wimbledon gewonnen und wollte nun auch auf persönlicher Ebene eine Marke setzen und sich gemeinnützig engagieren. Für ihn war klar, dass er seine eigene Stiftung gründen wollte, anstatt sein Geld an andere Organisationen zu verteilen. Seine Familie hatte auf dem Weg zur Gründung der Stiftung ebenfalls eine wichtige Rolle gespielt. ▶

Engagiert er sich neben den finanziellen Beiträgen denn auch sonst für seine Stiftung?

Oh ja! Es findet keine Stiftungsratssitzung ohne ihn statt. Er ist jederzeit für mich erreichbar und bringt sich selber aktiv in die Arbeit mit ein. Auch ist er sehr beratungsoffen und lernfähig. Regelmäßig besucht er die geförderten Projekte und unsere Partner vor Ort und möchte unsere Bildungsprogramme verstehen. Mit den eigenen Kindern hat Roger zudem selbst erlebt, wie wichtig eine harmonische Kindheit und Frühförderung sind. Auch ist ihm in den vergangenen Jahren so richtig bewusst geworden, welche Hebel er in Bewegung setzen kann, was er bewirken kann.

Können Sie dafür ein Beispiel nennen?

Wenn Roger ein bestimmtes Land besucht, wollen ihn die Präsidenten treffen. Das ist natürlich ein riesiger Vorteil, denn so kann er wichtige Botschaften an bester Stelle platzieren. Als Roger bei seinem Besuch in Malawi im Jahr 2015 die Wichtigkeit der Frühförderung beim Präsidenten, bei Ministern und Parlamentariern unterstrich, hatte dies zusammen mit der wichtigen Lobbyarbeit unserer lokalen Partner weitreichende Folgen: Zum ersten Mal verabschiedete das Parlament einen Monat später ein Budget für die Vorschulbildung. Einen solchen Erfolg darf man natürlich nicht bei jedem Besuch erwarten. Doch sind die Glaubwürdigkeit Rogers und der Respekt, der ihm überall entgegengebracht wird, sehr nutzbringend für die Wirkung unserer Programme.

Womit wir bei Ihrer Programmarbeit wären: Sie haben auf der Basel Convention on Philanthropy Ende letzten Jahres über Ihre Strategie 2019–2025 gesprochen. Können Sie kurz zusammenfassen, worum es geht und was Ihre Ziele sind?

Unser hauptsächliches Anliegen ist ein guter Start in die Schulbildung. Denn misslingt er, kann die Bildung nicht ihr Potenzial entfalten.

„Rogers Glaubwürdigkeit und der Respekt, der ihm überall entgegengebracht wird, sind sehr nutzbringend für die Wirkung unserer Programme."

Das Ziel Nummer 4 der Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen besagt: „Eine qualitativ hochwertige Ausbildung zu erhalten, ist die Grundlage für die Verbesserung des Lebens und der nachhaltigen Entwicklung der Menschen." Das ist genau unsere Kernkompetenz, beziehungsweise die unserer Partner, wobei wir auf die Bildung der Jüngsten fokussieren. Unser großes Ziel ist die „school readiness", auf Deutsch „Schulbereitschaft" oder „Schulfähigkeit", aller Kinder in den sechs afrikanischen Ländern, in denen wir tätig sind, wie sie auch als Unterziel der UNO-Nachhaltigkeitsziele gefordert wird.

Wann sind Kinder „school ready" oder anders gefragt: Woran liegt es, dass sie es nicht sind?

Eine allgemein gültige Definition von „Schulbereitschaft" gibt es nicht. Zu den Anforderungen, die mit „Schulbereitschaft" im Allgemeinen verknüpft werden, gehören kognitive Leistungen, soziale Kompetenzen sowie die Kompetenzen der Arbeitshaltung und Motivation, aber auch die körperliche Verfassung ist wichtig. Kinder, die eine gute Frühbildung mit kompetenten Lehrpersonen genossen haben, sind tendenziell eher für die Schule bereit. Auch muss der Übertritt in die Schule eng von den Eltern und Lehrpersonen begleitet und vorbereitet werden. Und letztlich muss auch die Schule eine altersgerechte Umgebung bieten, damit ein Kind sich dort wohlfühlen und gedeihen kann. Bei all diesen Faktoren werden wir mit der neuen Strategie ansetzen.

Wie findet die Arbeit vor Ort statt?

Wir arbeiten ausschließlich mit lokalen Partner-Organisationen zusammen – und das langfristig. Für uns ist es wichtig, dass wir zusammen mit den Partnern lernen, wachsen und uns weiterentwickeln können. Die längsten Partnerschaften bestehen seit fast zehn Jahren. Denn wenn die Zusammenarbeit gut läuft, machen wir mit einem Partner weiter, wenn dies denn auch inhaltlich möglich ist.

Es wird also hauptsächlich die Expertise vor Ort genutzt …

Ja, definitiv. Die lokalen Experten braucht es und gibt es auch. Das war mit ein Grund, warum wir ein Regionalbüro in Johannesburg eröffnet haben. Unser Team besteht aus Kollegen aus Malawi und Zimbabwe. Erst mit ihnen gelingt nun die Partnerschaft mit lokalen Partnern auf Augenhöhe. Denn vorher machten wir die Erfahrung, dass uns die Projektpartner regelmäßig erzählten, was wir hören wollten, anstatt uns mit Argumenten zu hinterfragen. Doch genau das ist wichtig.

Glauben Sie denn, Sie werden alle Kinder für die Schule bereit machen können?

Das wäre schön, aber wir sind vergleichsweise ja nur eine kleine Stiftung. Aber in einigen Ländern wie Namibia werden wir in der Tat praktisch alle 2000 Kindergärten erreichen. In anderen Ländern wie Südafrika werden wir uns auf drei Provinzen beschränken müssen. Wir hoffen aber, dass unser Ansatz weitere Akteure wie auch die Staaten überzeugen wird, sodass die Programme von Dritten skaliert werden.

▶ www.rogerfedererfoundation.org

HelpMundo

MIT HELPSHOPS JETZT ZUM EIGENEN CHARITY SHOPPING PORTAL!

VORTEILE MIT DEN HELPSHOPS

- **Ihr eigenes Portal**
  In Ihrem HelpShop wird alleine Ihr Verein dargestellt, kein anderer Ihrer Mitbewerber
- **HelpShop in Ihrem Design**
  Gestalten Sie Ihren HelpShop ganz einfach: Farben, Schriften und Motive nach Ihrer Wahl.
- **Wählen Sie die Onlineshops selber aus**
  Entscheiden Sie selbst, welche der über 1.700 Onlineshops angeboten werden.
- **Die Spenderdaten gehören Ihnen**
  Somit ist eine Direktansprache für weitere Spenderbindungen erstmals möglich.
- **Steuerabzugsfähige Spendenquittung**
  Mit HelpShops können Sie Ihren Spendern erstmals Spendenquittungen ausstellen.

Keine Grundgebühren, keine Vertragsbindung, kein Aufwand für Sie. Wir übernehmen den gesamten Support. Kosten nur bei Spendenerfolg. Lassen Sie sich unverbindlich beraten!

Erfahren Sie mehr unter www.HelpMundo.de

HelpMundo GmbH – Seit 1999 erfolgreich als Pionier im Online-Fundraising!
Maternusstr. 44, 50996 Köln, Tel.: 0221-643096-0

Leser-Post und -Postings

Wenn Glaubwürdigkeit von NGOs leidet

Zum Kommentar von Matthias Daberstiel „Ehrlichkeit biegt sich keine Fakten zurecht – auch nicht für den guten Zweck“, Fundraiser-Magazin 1/2019, Seite 6

Für Ihren Beitrag im Fundraiser danke ich Ihnen bestens. Sie sprechen mir aus dem Herzen, denn es ist mir seit jeher selber ein Anliegen, dass man bei den Fakten bleibt und diese nicht zurechtbiegt, damit sie einem in den Kram passen. Leider tun das viele – auch in unserer Branche. Ich hätte mir daher gewünscht, dass Sie dies in Ihrem Kommentar auch erwähnt hätten. Denn gerade in der Spendenwerbung gibt es oft Beispiele, wo Erfolge und Aktivitäten derart schöngeschrieben werden, dass man als Spender nur schwer daran glauben mag. Dass mit der Zeit die Glaubwürdigkeit von NGOs leidet, ist aus meiner Sicht nur logisch. Es täte deshalb auch unserer Branche gut –, sich wieder mal „Ehrlich währt am Längsten“ in Erinnerung zu rufen.

Freundliche Grüße aus der Schweiz
Josef Schmid
Kontaktperson Großgönner/-innen, Fastenopfer

Gegen eine Spende – ein Gegensatz in sich

Zu „Philanthropie und Zivilgesellschaft in Israel“, Fundraiser-Magazin 1/2019, Seite 68

Beim Lesen des Fundraiser-Magazins war ich vorhin dann gleich schnell ganz wach: „… gegen eine Spende von …“ schreibt Daniel Kraft. Ist das nur durchgerutscht? Gerade Fundraisende sollten da doch sauber formulieren. Denn „gegen eine Spende“ ist eine Formulierung, die zwar verbreitet, aber ein Gegensatz in sich ist. Eine Spende ist doch gerade von der Definition her immer ohne Gegenleistung – und wenn die Beschreibung nicht aus dem Ausland käme, wäre eine Gegenleistung in der Regel doch auch umsatzsteuerpflichtig!
Ich versuche, an vielen Stellen dazu zu ermutigen, doch positiv zu formulieren und einzuladen. Aus „Wasser gegen Spende“ wird dann: „Wasser zur freien Verfügung. Spenden willkommen, ;-)“

Herzliche Grüße
Stephan Liebner (Pastor)
Ev.-luth. Missionswerk in Niedersachsen (ELM)
Öffentlichkeitsarbeit & Fundraising, Spenden und Projekte

Sehr geehrter Herr Liebner!
Spenden sind selbstverständlich im Sinne von Ken Burnett „money for nothing“ und ich unterschreibe sofort Ihr gelungenes Beispiel. Aber gerade in dem Fall ging es ja um ein „Anreizaustauschelement“, d. h. die Spende hat einen „symbolischen Gegenwert“ erhalten, das kleine Bäumchen. Daher die Sie etwas verwirrende Formulierung, die ich an dieser Stelle „verteidigen“ möchte. Verbunden aber mit einem Dank an Sie: Ich werde versuchen, sprachlich in Zukunft auch an solchen Stellen noch präziser zu sein!

Ihr
Daniel Kraft
Bundeszentrale für politische Bildung

Wir freuen uns auf Ihre Post

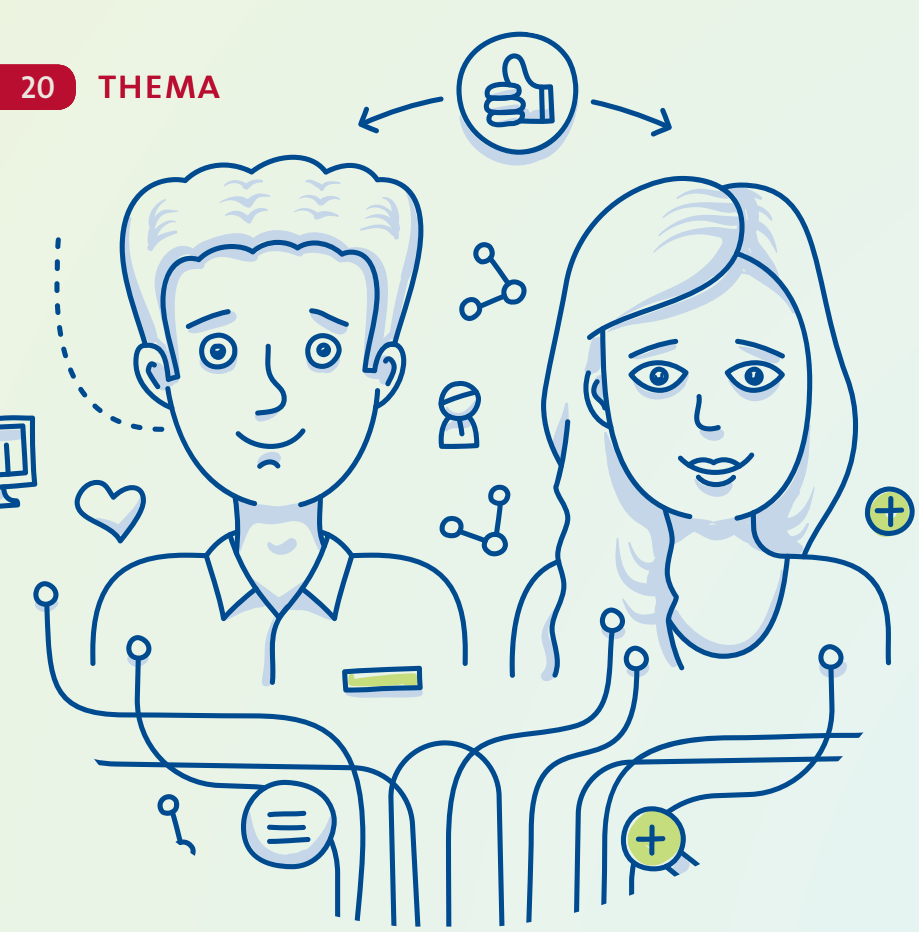
Schreiben Sie an *meinung@fundraiser-magazin.de*!
Aus Platzgründen müssen wir uns vorbehalten, Leserzuschriften gegebenenfalls zu kürzen.
Ihre Redaktion

Dialog Direct®

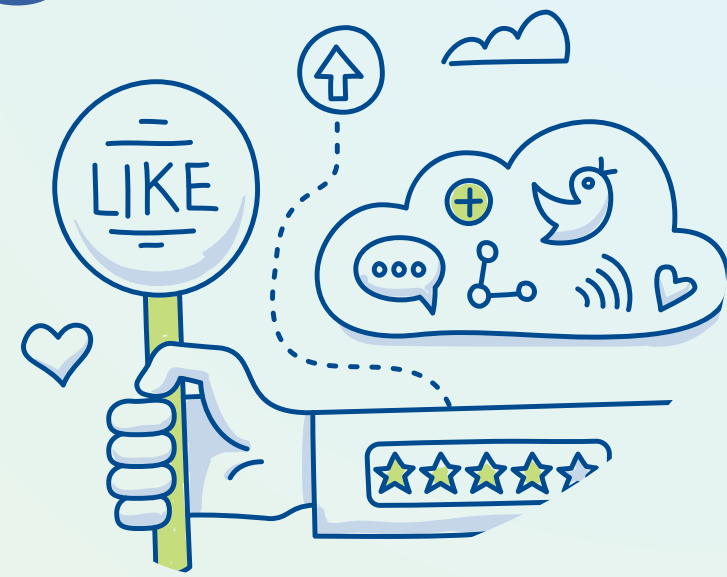
Der härteste Job der Welt?

Galileo testet den DialogerJob

Galileo



Neue Spender, neue Wege?



Wert(e)schätzende Neuspendergewinnung

Georg, Karin, Klaus und Renate sind im gleichen Alter und alle in der Kirche aktiv. Damit haben sie beste Chancen, in derselben Fremdadressenliste zu landen, wenn diese nach klassischen soziodemografischen Merkmalen wie Alter oder Religionszugehörigkeit selektiert wurde. Doch es lohnt sich, bei der Zielgruppenbestimmung alternative Kriterien anzusetzen.

Seite 22

Auch das Spenden hat ein Geschlecht

Frauen sind spendenfreudiger als Männer. Diese gängige Annahme bestätigt zunächst der Deutsche Spendenmonitor: 2017 spendeten 41 Prozent aller Frauen und 39 Prozent der Männer. Seit 1995 liegt die Spendenquote der Männer unter der von Frauen. Allerdings ist die durchschnittliche Spende der Männer immer höher: laut „sozio-oekonomischem Panel“ (SOEP) 2009 betrug diese bei Männern 245 Euro und 162 Euro bei Frauen.

Seite 24

Aktiver Dialog und Offenheit

Bunte Stände in Fußgängerzonen. Junge Menschen sprechen Passanten an. Kein ungewöhnliches Bild in mitteleuropäischen Städten. Viele Non-Profit-Organisationen setzen auf Face-to-Face-Fundraising, um Menschen zu überzeugen, sich mit einer Spende zu engagieren. Doch umstritten ist das noch immer.

Seite 28

Am inneren Schweinehund vorbei führt auch ein Weg ...

Fundraiser müssen sich mit ihren Themen gegen attraktivere Consumer-Reize durchsetzen. Ist ihnen das gelungen, müssen sie Mauern aus Vermeidungsmustern gegenüber Spendenthemen überwinden. Um kein Spendengeld zu verschwenden, müssen sie in der Praxis mehr tun, als beispielsweise dem DZI in der Theorie lieb ist. Daran ist aber nichts schlecht. Kommunikationsstrategien, die Vermeidungsmuster überwinden helfen.

Seite 26

Ein neuer Weg zur Leadgenerierung

Wie programmatische Werbekampagnen SOS-Kinderdorf zu Paten und Spenden verhelfen. In Österreich und in der Schweiz setzte das Hilfswerk erstmalig auf eine Programmatic-Advertising-Kampagne. So konnte die Leadquote der Patenschaften im Kampagnenverlauf um das Vierfache gesteigert werden.

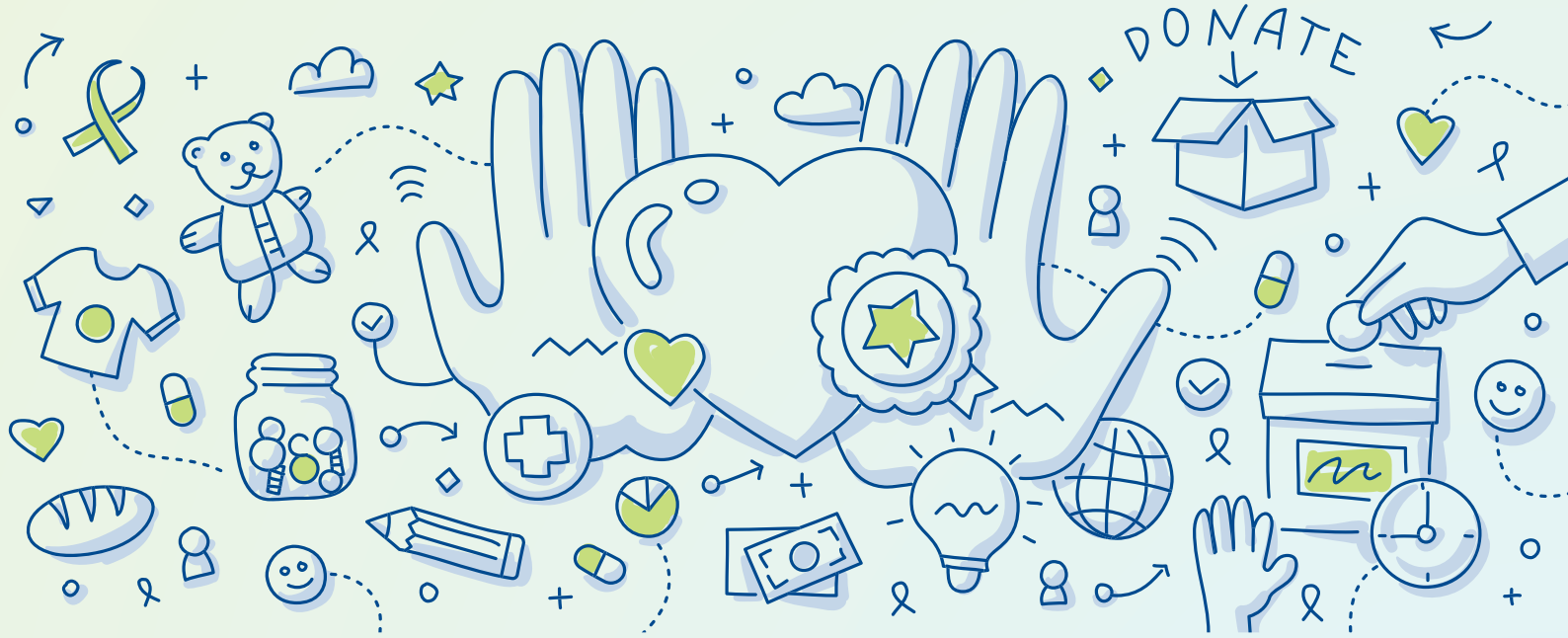
Seite 30

Ihr Partner für Neuspendergewinnung und Spenderoptimierung

panadress marketing intelligence

Adressen 3rd Party Data Generations Data Targeting Enrichment Reaktivierung Neuspender Analytics Mobile Geomarketing Target Group Micromarketing Smart Data Big Data Kaufkraft Segmentierung Data-Driven-Marketing Dialogmarketing Customer Insights Crossmediale Ansprache CRM Data Intelligence

☎ +49 89.8908335-0 ✉ info@panadress.de 🌐 panadress.de



Wert(e)schätzende Neuspendergewinnung

Die Segmentierung von Spendern kann sehr unterschiedlich angegangen werden

Georg, Karin, Klaus und Renate sind im gleichen Alter und alle in der Kirche aktiv. Damit haben sie beste Chancen, in derselben Fremdadressenliste zu landen, wenn diese nach klassischen soziodemografischen Merkmalen wie Alter oder Religionszugehörigkeit selektiert wurde. Doch es lohnt sich, bei der Zielgruppenbestimmung alternative Kriterien anzusetzen.

Von DANIELLE BÖHLE

Georg ist es wichtig, Dinge so zu tun, wie er es gelernt hat. Er möchte seinen Gewohnheiten treu bleiben. Beim Spenden vertraut er bekannten Organisationen und bringt den Überweisungsträger immer persönlich zur Bank. Karin ist Lebensfreude pur. Sie ist offen für Neues und probiert gerne Dinge aus. Gemeinsam mit ihrer Enkelin hat sie bei der „Ice Bucket Challenge" mitgemacht. Klaus war es immer wichtig, im Leben weiterzukommen. Was er sich vornimmt, verfolgt er ehrgeizig, egal ob beruflich oder privat. Die Urkunde für seine letzte Großspende hängt in seinem Arbeitszimmer. Renate erfreut sich an den schönen Dingen, die das Leben bereithält. Sie ist zufrieden mit dem, was sie hat, und wünscht sich, dass es auch anderen so geht. Jeder soll es im Leben gut haben. Dafür gibt sie gern etwas ab.

Spendenmotive basieren auf Werten

Die Wahrscheinlichkeit, dass ältere Menschen mit christlichem Hintergrund spenden, ist höher als in anderen Gruppen. Aber begeistern sich deshalb jene unterschiedlichen Menschen für dieselbe Organisation? Würden sie sich von demselben Brieftext angesprochen fühlen? Nein, denn ihre Beweggründe für eine Spende unterscheiden sich. Spendenmotive resultieren aus den Werten einer Person. Beweggründe gehören zu den psychografischen Merkmalen, wie auch Persönlichkeitsmerkmale, Meinungen oder Lebensstile und Interessen.

Spendenmotive resultieren aus den Werten, die eine Person vertritt. Es sind zielorientierte Konzepte und Überzeugungen, die über viele verschiedene Situationen hinaus Gültigkeit haben. Sie bestimmen unser Denken und Tun, ihre Anzahl ist gering und sie sind relativ stabil.

Die Sozialpsychologen Shalom Schwartz und Wolfgang Bilsky haben zehn universelle Basiswerte identifiziert, die in vielen überkulturellen Studien repliziert wurden. Diese Werte lassen sich auf zwei Achsen verorten, die zusammen einen Wertekreis ergeben. Auf der einen Achse verlaufen demzufolge universalistische Werteorientierung (Fairness, Harmonie, Chancengleichheit) und egozentrische Werteorientierung (Autorität, Leistung, Status) als Gegenwert. Die zweite Achse zeigt Selbstbestimmungswerte (Freiheit, Individualismus, abwechslungsreiches Leben) auf dem einen Ende der Skala und Traditionswerte wie Ordnung, Disziplin und Tradition an deren anderem Ende.

Spender als Wertetypen

Aus diesen Basiswerten lassen sich bestimmte Wertetypen bilden. Organisationen, die nach Wertetypen segmentieren, können neue Spender optimal ansprechen und binden. Denn je nach Wertemuster reagieren Menschen auf unterschiedliche

Schlüsselreize. „Bewahrer“ wie Georg richten ihre Aufmerksamkeit am stärksten auf traditionelle, ihnen vertraute Bilder, wie eine Person in Rotkreuz-Uniform mit Spendendose in der Hand. Jüngere „Bewahrer“ haben eigene Traditionsbilder und nutzen auch Onlinebanking. Ungern testen sie jedoch neueste Bezahlformen.

„Gönner“ wie Karin schätzen hoffnungsfrohe Bilder und Texte. Betroffenen soll es dank ihrer Spende gut gehen. „Leistungssucher“ wie Klaus wollen sehen und lesen, welche Wirkungskraft eine Organisation hat. Was kann die Spende leisten? Große Organisationen sind ihnen lieber als Ehrenamtsvereine. „Hedonisten“ wie Renate dürfen sich nicht langweilen. Sie spenden impulsiv. Wer diese Gruppe gewinnen möchte, muss Abwechslung bieten und sie mit einbeziehen. Das muss keine virale Kampagne sein, ein „Entenrennen“ gefällt Renate ebenso. Wie gewinnt man Spender über Wertetypen? Welchem Wertetyp entspricht eine Organisation?

Wie genau vorgehen?

Aktionsreiche Organisationen werden am ehesten Wertetypen gewinnen, denen Selbstbestimmung wichtig ist. „Bewahrer“ können sie außen vor lassen. Für Organisationen, die mehrere Wertetypen bedienen können, steht eine Analyse der Spenderschaft an: Welche Wertetypen herrschen vor? Unterscheiden sich einzelne Spendergruppen hinsichtlich ihrer Werteorientierung? Nach dieser Analyse ist es möglich, Kommunikation und Neuspendergewinnung auf die meistversprechenden Wertetypen zu konzentrieren. Entscheidend ist, die Kommunikation konsequent und durchgängig auf die identifizierten Typen anzupassen. Finden sich Schlüsselwörter und -bilder in der Ansprache? Werden diese auch in der jeweiligen Donor Journey fortgeführt, um die Spender zu binden?

Viele Organisationen sind stolz auf die Werte. Ein werteorientierter Ansatz ist prädestiniert, um mit Spendern auf einer Ebene und Wert-schätzend zu kommunizieren. Mit einer Neuspendergewinnung auf Basis von Wertetypen lassen sich zudem neue Gruppen erschließen – jenseits von Alter und Religion.

Danielle Böhle berät seit 2011 gemeinnützige Organisationen. Die Expertin für psychologisch wirksame Spenderkommunikation unterstützt ihre Kunden mit viel Leidenschaft bei Spenderansprache und -bindung und führt Spenderbefragungen durch. Nebenbei lehrt sie an der IST-Hochschule für Management das Fach Kommunikationspsychologie.
▶ **www.goldwind-bewirken.de**

DialogGroup
G&O CreativeAgency
#one part of it

Wir finden die passenden Spender!

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

Die Adresse für Fundraising und Dialog 4.0

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

Auch das Spenden hat ein Geschlecht

Frauen und Männer sind unterschiedlich großzügig

Frauen sind spendenfreudiger als Männer. Diese gängige Annahme bestätigt zunächst der Deutsche Spendenmonitor: 2017 spendeten 41 Prozent aller Frauen und 39 Prozent der Männer. Seit 1995 liegt die Spendenquote der Männer unter der von Frauen. Allerdings ist die durchschnittliche Spende der Männer immer höher: laut Sozio-oekonomischem Panel (SOEP) beträgt diese bei Männern 245 Euro und 162 Euro bei Frauen.

Von MAJA ADENA und KATHARINA DORN

Aus der Forschung wissen wir, dass Einkommen und Bildung einen positiven Effekt auf die Spendenhöhe haben. Doch machen die sozioökonomischen Faktoren den Unterschied oder könnten Männer und Frauen unterschiedliche Vorlieben haben?

Um diese Fragen zu beantworten, haben wir zwei Originaldatensätze analysiert: einen Paneldatensatz aus über zehn Jahren Feldexperimente mit der Bayerischen Staatsoper und Daten aus dem ökonomischen Labor. Der Operndatensatz liefert Daten aus Spendenkampagnen und beinhaltet Charakteristika der Kunden wie akademischer Titel und Ausgaben für Operntickets. Der Zweck der Spendenkampagnen war fast immer ein soziales Projekt für Kinder aus benachteiligten Familien. In unserem ökonomischen Laborexperiment erhielten alle Teilnehmer das gleiche Budget, das sie zwischen einer Spende an „Ingenieure ohne Grenzen" und sich selbst aufteilen konnten. Der Unterschied des realen Einkommens in der Gruppe der Studentinnen und Studenten sollte damit wenig ausgeprägt sein und das Spendenverhalten im Labor kaum bis gar nicht beeinflussen.

Männer spenden mehr

In unserem Opernpanel beobachten wir keinen großen Unterschied, wie häufig Frauen und Männer spenden. Aber bei der Höhe der Spende zeigt sich ein Geschlechterunterschied von 22 Prozent zugunsten der Männer. Wir beziehen den Durchschnittspreis der erworbenen Tickets stellvertretend für das Einkommen in die Analyse ein und bestätigen, dass Personen mit höheren Ticketausgaben mehr spenden. Auch Menschen mit einem Doktor- oder Professorentitel spenden hier durchschnittlich mehr. Berücksichtigt man Bildungsstand und Einkommen, verringert sich der Geschlechterunterschied in Bezug auf die Spendenhöhe. Er bleibt aber erheblich. Einkommen und Bildung können das unterschiedliche Spendenverhalten nicht vollständig erklären.

Spendenkampagne für neue Stühle

Blicken wir daher auf die Reaktionen auf Spendenanreize. Im Jahr 2011 startete die Bayerische Staatsoper eine einmalige Kampagne, um die Bestuhlung zu erneuern. Für Spenden ab 300 Euro wurden Stuhlpatenschaften angeboten, inklusive persönlicher Plakette auf dem gewählten Stuhl, der Nennung auf dem Sitzplan der Internetseite sowie einer Erwähnung in der Presse. Darüber hinaus wurde die Patenschaft damit beworben, dass das Opernhaus in den nächsten zehn Jahren viele prominente Gäste und politische Entscheidungsträger erwartet. In dieser Aktion wurden Männer und Frauen im Durchschnitt Paten einer gleichen Anzahl von Stühlen, jedoch spendeten Männer 30 Prozent mehr Geld. Die höheren Spenden der Männer resultierten aus Patenschaften von Stühlen in höheren Preiskategorien, die nicht durch Einkommen

und Bildungsunterschiede erklärt werden können. Sie bevorzugten Patenschaften, die von Opernbesuchern mit höherem Einkommen und Status gesehen werden, also den Paten mehr Prestige brachten.

In unserem Laborexperiment mit realen finanziellen Anreizen trafen die Teilnehmer jeweils zehn Entscheidungen unter verschiedenen Bedingungen: Jede Spende wurde entweder um 50, 100 oder 150 Prozent erhöht.

Frauen reagieren nicht auf Anreize

Während die Frauen auf diese Anreize nicht reagierten und im Durchschnitt jedes Mal genauso viel spendeten, erhöhten die Männer ihre Spenden deutlich, wenn die Vervielfachungsrate stieg. Männer reagierten sensibler auf Veränderung im Kosten-Nutzen-Verhältnis, obwohl sie eher zu extremen Aufteilungen tendierten. Dagegen spendeten die Frauen etwa die Hälfte ihres Budgets. Vier Prozent der Männer und keine einzige Frau behielten ihr Budget immer komplett für sich. Elf Prozent der Männer und sieben Prozent der Frauen spendeten ihr Budget immer komplett.

Fairness für Frauen, Effizienz für Männer

Obwohl Frauen und Männer gleichermaßen spendenfreudig sind, folgen sie unterschiedlichen Mustern. Die Unterschiede lassen sich teilweise durch sozioökonomische Faktoren, aber auch durch unterschiedliche Präferenzen erklären. So ist Fairness den Frauen wichtig, Effizienz und Prestige den Männern.

Maja Adena ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB). Sie promovierte über Non-Profit-Organisationen, Spenden und Fundraising in Berlin. In großen Feldexperimenten untersucht sie Spendenverhalten und Fundraisingmethoden.

Katharina Dorn ist studentische Mitarbeiterin am WZB. Zuvor hat sie die Ausbildung zur Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung am WZB abgeschlossen. Sie studiert Sozialwissenschaften an der Humboldt-Universität.

Kurzfassung aus den WZB-Mitteilungen, Heft 161, S. 37–38, https://bibliothek.wzb.eu/artikel/2018/f-21484.pdf

koopmanndruck
Mehr Wert für Kommunikation.

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

Deutscher Fundraising Kongress | 08.–10. Mai 2019 in Kassel
Wir freuen uns auf Ihren Besuch an unserem Stand
Spezialdruck mit Medienintegration
Qualitätsdruck für Direktmarketing
Endlosdruck für Massenkorrespondenz
KD Easy® Komplettlösungen
www.koopmann.de

Am inneren Schweinehund vorbei

Kommunikationsstrategien, die Vermeidungsmuster überwinden helfen

Fundraiser müssen sich mit ihren Themen gegen attraktivere Consumer-Reize durchsetzen. Ist ihnen das gelungen, müssen sie Mauern aus Vermeidungsmustern gegenüber Spendenthemen überwinden. Um kein Spendengeld zu verschwenden, müssen sie in der Praxis mehr tun, als beispielsweise dem DZI in der Theorie lieb ist. Daran ist aber nichts schlecht.

Von PROF. DR. JENS WATENPHUL

Engagierte Menschen müssen für sich eine Abgrenzung finden, da sie nicht für jedes Ziel spenden können. Aber viele Menschen sind mit unter 0,1 bis 0,5 Prozent Spenden von ihrem Netto noch nicht in Gefahr, sich wegen zu engagierter Fundraising-Appelle finanziell ins Unglück zu stürzen. Einige der hier vorgestellten Immunisierungs- und Vermeidungsmuster kommen Ihnen womöglich aus eigenem (Nicht)Spenderverhalten bekannt vor. Natürlich ist es viel schwerer, jemanden mit einem anonymen, monologischen Printmedium zu bewegen, als wenn man einen Film zeigen oder persönlich mit jemandem sprechen kann. Die Stufen der Überwindung von Vermeidungen von der Erstwahrnehmung über die Fokussierung, Nachfragegestaltung bis zu Spendenauslösung gelingen dann besser, aber sind aufwandsintensiver.

Initialer Interpretationsspin

Unsere Adressaten empfangen tausende Werbereize. Darunter strahlendere Themen als unsere: Mode, Urlaubsparadiese oder was auch immer in unserer Konsumlust ankert. Uns Fundraisern muss das mit schwereren Themen gelingen – ohne aber den falschen Spin auszulösen. Das erreichen neben sorgfältigem Projektdesign und Medienwahl auch sorgsam ausgesuchte visuelle und textliche Highlights. Sie müssen auf Ihre Weise Lust machen, hinzuschauen, um Erstaufmerksamkeit zu fokussieren.

Pauschalablehnung vermeiden

Je simpler der Aufmerksamkeitseinstieg, desto leichter ist die Pauschalablehnung zu verhindern. So sind Videos passiver zu konsumieren, als wenn sie das Aufblättern einer Broschüre erreichen müssen. Dabei sind Zielgruppen ganz unterschiedlich reizbar, Appelle pauschal als „bloße" Spendenwerbung abzutun. Die einen brauchen pathetische Appelle, andere finden sie peinlich.

Wahrnehmungsferne auflösen, Lese-Energie steigern

Wir sind aus Literatur und Fernsehen daran gewöhnt, dass bewegende Geschichten fiktiv entstehen und dass irgendwie alles Schlimme von irgendwem geregelt wird. Vom Staat, vom lieben Gott oder vom Happy-End-Schreiber. „Wahrnehmungsferne" ist ein Filter, mit dem wir uns vor relevanten Appellen schützen: Klimabedrohungen erleben wir eigentlich nicht, Hungerkatastrophen auch nicht. Vielleicht ordnet unser Hirn diese Katastrophen eher der Kartei „Mediales Grundrauschen" zu, als dem Bereich „Wir könnten helfen". Welche Reize betonen Relevanz und Wahrhaftigkeit im Hier und Jetzt?

Immunisierung überwinden, Identifikationspunkte bieten

Würden wir uns gegen die vielen Dramen und Appelle nicht abgrenzen, würden wir verrückt. Aber wir müssen uns weder pauschal noch über Gebühr immunisieren. Fundraisern bleibt bei der Dringlichkeit vieler Anliegen keine Wahl. Sensibilisierung kann durch Metakommunikation passieren, durch Einblicke in die Arbeit, durch Geschichten eingeladener integrativer Persönlichkeiten, durch Identifikationspunkte aus gemeinsamen Erlebnishorizonten wie erlebter Kälte, Sorge oder Liebe.

Relativierungen kontern, Spenden-Effekt kommunizieren

Wenn Sie die Immunisierungsroutinen überwunden haben, fällt es Ihrem Adressaten dennoch leicht, Ihren Appell zu relativieren: Im inneren Dialog ist Ihr Projekt entweder nicht dramatisch genug, oder es wird als so dramatisch empfunden, dass man besser weniger aussichtslose Dinge unterstützt. Wenn Sie nicht persönlich argumentieren können, verwenden Sie für den Aufbau einer starken Basis Stepping Stones, machen Sie die Plausibilität Ihrer Lösungen mit Erfolgsbelegen klar.

Verantwortungsdelegation ausschließen

Verantwortung kann erkannt, aber einfach wegdelegiert werden. Dann ist die Sache zwar wichtig, aber Handeln muss ein anderer. Das müssen wir klären: Genau dieses Problem lösen schnell und rechtzeitig nur wir gemeinsam – oder niemand.

Irrationaldrift auffangen, falsche Demut ansprechen

Hierbei handelt es sich um abgeklärt daherkommende Dialoge: „Hier kann wirklich nur der liebe Gott helfen“, „Ja, der Mensch ist nur ein vorübergehendes Phänomen. Die Natur wird unsere Sauereien letztlich überleben“. Das kann intelligent wirken, hilft aber niemandem.

Verschieben des Abschlusses und Unrechtsvermutungen

Wenn Sie es geschafft haben, den Spender von ihrer Sache zu überzeugen, kann er die Spendenhandlung immer noch verschieben. Zum Beispiel, weil man vor den schwarzen Schafen warnt, statt die weißen Schafe unter spendensammelnden Organisation und Vereinen zu loben. Seien Sie gerade deshalb souverän: Ihre humanitären, gesellschaftlichen oder kulturellen Erfolge sind ohne Alternative. Dafür müssen konsequent beworbene Spender auf nichts verzichten, sondern gewinnen neben dem Spendenziel etwas Wertvolleres: Wertschätzung und Wir-Gefühl.

Prof. Dr. Jens Watenphul entwickelt Marketingkampagnen mit Fokus auf Handlungsauslösungen für Konzerne, Kommunen und NGOs. Als Kommunikationswissenschaftler analysierte er Vermeidungs- und Motivationsmuster und entwirft TV-Spots ebenso wie regionale und internationale Plakatkampagnen und Mailings für Umweltthemen und humanitäre Hilfe. Er bietet Workshops und Vorträge für Profit- und Non-Profit-Kunden und unterrichtet an der Fundraising Akademie und in bundesweiten Klimaschutzfortbildungen.
▶ www.corporatevalues.de

Aktiver Dialog und Offenheit

Die beste Methode zur Neuspendergewinnung wird jetzt kontrolliert

Bunte Stände in Fußgängerzonen. Junge Menschen sprechen Passanten an. Kein ungewöhnliches Bild in mitteleuropäischen Städten. Viele Non-Profit-Organisation setzen auf Face-to-Face-Fundraising, um Menschen zu überzeugen, sich mit einer Spende zu engagieren. Doch umstritten ist das noch immer.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Face-to-Face-Fundraising ist heute für große Non-Profit-Organisationen nicht mehr wegzudenken. „Für uns ist es neben dem Online-Fundraising und den Mailings das wichtigste Instrument zur Gewinnung neuer Dauerspender", bestätigt Barbara Gerold-Wolke, Leiterin der Abteilung Fundraising bei „Ärzte ohne Grenzen". Seit 2007 wird diese Methode mit eigenen Mitarbeitern umgesetzt, die eigens dafür ausgebildet werden. „Die Qualität der Ansprache von Passanten, die ja an dem Tag gar nicht auf uns eingestellt sind, ist uns sehr wichtig. Die Transparenz und die ethischen Standards, die wir in unseren Projekten verfolgen, wollen und müssen wir auch an die Stände und in die Fußgängerzonen bringen", so Gerold-Wolke. „Qualitätsmanagement liegt uns insgesamt sehr am Herzen. Als erste deutsche Hilfsorganisation tragen wir das TÜV-Zertifikat für Spenden sammelnde Organisationen."

Erst bitten, dann binden

Damit die einmal gewonnenen Spender auch gehalten werden können, greift ein vielfältiges Bindungsprogramm. „Dankanrufe haben sich bei uns sehr bewährt. Wir setzen aber auch auf unser Spendermagazin, Mailings und Dank-Postkarten, um die Bindung aufzubauen und zu stärken", berichtet die Fundraiserin. Auch beim WWF Deutschland setzt man auf Bindung, um die Absprungrate gering zu halten. Aktuell gewinnt die Umweltorganisation von ihren 70 000 Neuspendern im Jahr immerhin 40 000 im direkten Dialog auf der Straße mit drei Agenturen und eigenem Personal. Wie „Ärzte ohne Grenzen" setzt der WWF dabei auf Dauerspender, die sich per Unterschrift für eine Lastschrift entscheiden. „Momentan bleibt ein Dauerspender im Schnitt sechs Jahre bei uns. So kalkulieren wir auch die Face-to-Face-Kampagne, denn die Kosten sind nicht unerheblich", erläutert Ricarda Raths, Leiterin des Fundraisings beim WWF Deutschland. Wichtig ist ihr, dass die Freiwilligkeit der Spende gewahrt bleibt und kein Druck ausgeübt wird. Um das zu gewährleisten, ist der WWF auch in der deutschen Qualitätsinitiative Straßen- und

Haustürwerbung, kurz Q!SH, aktiv. Darin organisiert sind viele große Agenturen und einige Non-Profit-Organisationen.

Zu offensive Methode?

Dass Non-Profit-Organisationen auf der Straße so in die Offensive gehen, sorgt aber auch für Kritik. Einige Fundraiser befürchten, dass die Methode einen negativen Einfluss auf die Branche hat. Ricarda Raths kann das nicht nachvollziehen: „Gerade wir beim WWF haben große Klimaschutz- und Artenschutz-Ziele. Wenn wir die Menschen nicht mobilisieren, uns da zu helfen, werden wir das nicht schaffen. Und ja, wir gehen damit offensiv und selbstbewusst um, weil wir da ein Problem sehen, und die Lösung liegt in der Spende. Es gibt sicher auch NGOs, die der Meinung sind, dass sie diesen Druck nicht haben. Dann brauchen sie auch das Face-to-Face-Instrument nicht."

Heimliche Kontrollen, sogenannte Mystery-Checks, sollen sicherstellen, dass sich die Dialoger und Mitarbeiter der Organisationen auch an die aufgestellten Richtlinien der Qualitätsinitiative halten. Das funktioniert über die unabhängige Ombudsstelle der Q!SH, welche die Agenturen und Organisationen zwei- oder dreimal im Jahr unangekündigt prüfen soll.

Face-to-Face polarisiert

„Das heißt, dass Prüfende anonym ein Gespräch an den Ständen führen, in dem sie dann die Punkte unserer Richtlinien prüfen und dokumentieren. Denn das eine ist das Gefühl, das bei der Person nach dem Gespräch mit dem Dialoger bleibt. Das andere sind aber ganz klare Richtwerte, die geprüft werden sollen", so Raths. Für sie ist ganz klar, dass Face-to-Face immer polarisieren wird. „Auf der einen Seite ist da eine positive Sichtbarkeit in der Öffentlichkeit, aber wenn dann was schiefgeht, wird das natürlich ebenso schnell verbreitet." Für sie ist der Schlüssel nicht die Methode, sondern der Mensch. „Unsere Dialoger müssen wir gut geschult haben. Das ist unsere Verantwortung für Qualität, und deshalb passt das für uns beim WWF auch als Gesamtpaket."

„Ärzte ohne Grenzen" zögern noch, Mitglied der Q!SH zu werden. „Wir beobachten die Entwicklung der Q!SH und insbesondere, wie die geschaffenen Strukturen es ermöglichen, die Einhaltung der Qualitätskriterien zu prüfen und bei etwaigen Verstößen zu reagieren und entscheiden dann, ob wir uns anschließen", so Barbara Gerold-Wolke. Dort zeigt man sich offen für weitere Mitglieder. Denn die Initiative will zukünftig auch öffentlich mehr für den Dialog auf der Straße werben. Sogar eine Anfrage aus der Schweiz gibt es schon. ◘

- Gewinnen Sie neue Spender
- Erhöhen Sie die Spendenquote
- Erfolgreicher mit Fundraising-Analysen
- Ehemalige Spender reaktivieren
- Reaktionsschnell mit Emergency-Mailings

Treten Sie mit uns in Kontakt – es lohnt sich!

Besuchen Sie uns beim Fundraisingkongress! 8. bis 10. Mai 2019 Kongresspalais Kassel, Stand 15

www.schober-direct-media.de
A joint venture of Schober Group + *otto group*

Ein neuer Weg zur Leadgenerierung

Wie programmatische Werbekampagnen SOS-Kinderdorf zu Paten und Spenden verhelfen

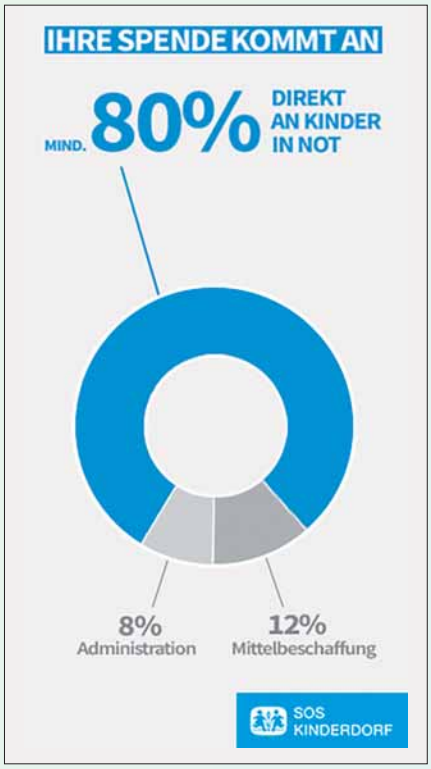
Die SOS-Kinderdörfer sind stets auf der Suche nach neuen, effektiven Lösungen für die Neugewinnung von Spendern und Paten. In Österreich und in der Schweiz setzte das Hilfswerk erstmalig auf eine Programmatic-Advertising-Kampagne. Gemeinsam mit der Hamburger Mediaagentur „adlicious" konnte die Leadquote der Patenschaften im Kampagnenverlauf deutlich gesteigert werden.

Von DANIEL SKODA

Ein Grund für den Erfolg der Kampagne war der Einsatz einer Multichannel-Strategie. Regulär setzen viele NGOs auf klassische Werbemittel, wie Print- und TV-Anzeigen. Der Nachteil ist, dass diese Form des Marketings teuer ist und die Messbarkeit der Werbewirkung begrenzt. Das bedeutet, NGOs können kaum nachvollziehen, wen sie damit erreichen und welchen Effekt dies auf die Neuspendergewinnung hat. Bei einem Marketing-Mix setzt man auf klassische Werbemittel und Online-Marketing. Für SOS-Kinderdorf Schweiz konzipierte die Agentur „adlicious" erstmalig eine kombinierte Performance- und Branding-Kampagne. Das bedeutet, dass für das Erreichen von Markenzielen zuverlässige Mess- und Steuerungsmöglichkeiten zur Verfügung stehen. Durch eine programmatisch durchgeführte Branding-Kampagne werden Zielgruppen zuverlässig mit der richtigen Kontaktfrequenz, in den gewünschten Umfeldern und mit wirkungsstarken, sichtbaren Formaten erreicht.

Ein Mix aus Kanälen

Auf der klassischen Werbeseite wurde auf TV-, Kino- und Print-Anzeigen gesetzt; beim Online-Marketing lag der Fokus auf Display-Werbung, Video-Anzeigen und Programmatic Audio (programmatische Werbeausspielung bei digitalen Audio-Angeboten). Das Ziel der Kampagne lag in der Schweiz vor allem in der Generierung von Dauer- und Einzelspendern und in Österreich auf der Unterzeichnung von Patenschaften. Besonders effektiv war der Einsatz von Infografiken, die zeigen, zu welchen Anteilen und wo Spenden eingesetzt werden.



Zuordnung der Zielgruppen

Da während einer Programmatic-Advertising-Kampagne die Interaktion der Zielgruppe mit den Werbemitteln in Echtzeit ausgewertet wird, kann das Targeting (Ansprache der Zielgruppe) im Verlauf gezielter durchgeführt werden. Die Datenauswertung gibt Aufschluss, wo sich die Zielgruppe bewegt und welchen Interessenssegmenten sie zugeordnet werden kann, um diese dann verstärkt anzusprechen. Auch der Einsatz von Similar-Audiences ist in diesem Fall sehr wirksam, da die Werbemittel auf Basis der Verhaltensmuster bisheriger Spender und Paten auf neue User mit ähnlichen Merkmalen ausgerichtet werden.

„Die Kampagne war für uns ein voller Erfolg", so Derya Kilic, Lead Digital & Campaigns bei SOS-Kinderdorf Schweiz. „Die Neugewinnung von Spendern und Paten ist eine Herausforderung. Mit diesem innovativen Marketingansatz konnten wir neue Zielgruppen erreichen und die Leadgenerierung um ein Vielfaches erhöhen."

Verzögerte Leadgenerierung

Die Zusammenarbeit von SOS-Kinderdorf Österreich mit „adlicious" begann im Frühjahr 2017. Das Tracking und die Auswertung der Kampagne laufen nach der zwischenzeitlichen Beendigung noch weiter, denn die Datenanalyse hat gezeigt, dass die Leadgenerierung in der Schweiz (gestartet Oktober 2018) bei über 60 Prozent erst nach 14 Tagen nach dem ersten Kontakt mit der Kampagne verzeichnet wird. Bei den Patenschaften findet der Abschluss größtenteils ebenso erst ab dem 15. Tag statt. Deshalb ist es wichtig, dass auch die Nachzügler bei der Kampagnenauswertung berücksichtigt werden. ◘

Daniel Skoda ist Managing-Partner bei „adlicious", einer Mediaagentur für Programmatic Advertising, die durch individuelle Beratung und besonderes Know-how die Werbewirkung maximiert und Kosten minimiert. Seine Expertise auf Seiten von Werbetreibenden, Agenturen und Vermarktern bringt er bei „adlicious" im Bereich Marketingstrategie ein.
▶ www.sos-kinderdorf.at /.ch

Muster durchbrechen.
Neuspender finden.

Probieren Sie uns aus!

Fundraising Profile GmbH & Co. KG · Alpenerstr. 16 · 50825 Köln
Tel. 0221.484908-0 · welcome@fundraising-profile.de · www.fundraising-profile.de

fundraising profile

„Das Gemeinnützigkeitsrecht

Ende 2018 hat der CDU-Parteitag auf Antrag des Landesverbands Nordwürttemberg beschlossen, die Gemeinnützigkeit der Deutschen Umwelthilfe e. V. (DUH) zu überprüfen. Anlass ist die Kampagne der DUH für Dieselfahrverbote. Seitdem wird politisch und medial über das Gemeinnützigkeitsrecht gestritten. Aber die Diskussion geht am Kern vorbei!

Von DR. RUPERT GRAF STRACHWITZ

Die Zivilgesellschaft (Verbände, Vereine, Stiftungen, Bewegungen usw.) trägt heute neben Bürgerversammlungen, Parteien, der Wirtschaft und anderen entscheidend zur Gestaltung unseres Gemeinwesens bei. Während bindende Beschlüsse den aus allgemeinen Wahlen hervorgegangenen Parlamenten vorbehalten bleiben müssen, findet der Diskurs über Herausforderungen, Bewusstmachung, Lösungsoptionen und Wege zur Lösung zu Recht in einer breiten Öffentlichkeit unter Einschluss der Zivilgesellschaft statt. Zivilgesellschaftliche Organisationen stellen ihre Expertise in Anhörungen, Konferenzen und Studien zur Verfügung, initiieren aber auch Aktionen und Kampagnen, um in der Öffentlichkeit für ihre Positionen zu werben. Dies ist vom Grundgesetz unter den Stichworten Meinungs-, Versammlungs- und Vereinigungsfreiheit in vollem Umfang gedeckt, soweit das Auftreten in der Öffentlichkeit nicht mit Gewalt gegen Personen oder Sachbeschädigung einhergeht.

Beeinträchtigungen dieses zivilgesellschaftlichen Handelns in Ländern wie Ägypten, Russland, Ungarn oder der Türkei werden politisch gerügt und ziehen sogar Sanktionen nach sich. Unter dem Stichwort „Shrinking Civic Space" wird weltweit eine Debatte darüber geführt, wie solchen Angriffen auf den öffentlichen Handlungsraum der Bürgerinnen und Bürger zu begegnen ist. Leider sind solche Angriffe aber nicht auf diese Länder beschränkt. Auch in Deutschland gibt es Versuche, zivilgesellschaftliche Beteiligung an politischen Debatten einzuschränken. Schon seit Jahren kämpft beispielsweise ATTAC Deutschland um seinen steuerlichen Status als gemeinnützige Organisation.

Der Beschluss der CDU zielt, wie man feststellen muss, in die gleiche Richtung. Zivilgesellschaftliche Akteure sollen in der Ausübung ihrer demokratischen Mitspracherechte beschränkt werden. Der Beschluss ist zugleich Ausdruck des verzweifelten Kampfes, den die politischen Parteien gegen ihren zunehmenden Machtverlust führen. Dass der Antrag von dem Landesverband der CDU eingebracht wurde, in dem die Automobilindustrie finanziell und personell einen wesentlichen Einfluss ausübt, lässt den Vorstoß besonders pikant erscheinen.

Die DUH bietet andererseits dafür erhebliche Angriffsflächen. Nicht nur erscheint ihr Vorgehen in Methodik und Stil überzogen. Auch die Finanzierung der DUH durch sehr professionell gesteuerte und zwar legale, aber im Sinne des sozialen Friedens höchst grenzwertige Abmahnverfahren ist nicht geeignet, bei der Verfolgung ihrer Umweltanliegen besonderes Vertrauen zu erwerben. Deshalb droht die Debatte um den CDU-Beschluss, der letztlich auf eine Reform des Gemeinnützigkeitsrechts hinausläuft, eine Dynamik

Dr. phil. **Rupert Graf Strachwitz** ist seit mehr als 30 Jahren ehren- und hauptamtlich, praktisch, beratend, forschend und lehrend mit dem gemeinnützigen Bereich, heute meist Zivilgesellschaft genannt, befasst. Er studierte Politikwissenschaft in den USA und München. 1989 gründete er die Maecenata Management GmbH, München, als spezialisierte Dienstleistungs- und Beratungsgesellschaft für diesen Bereich und blieb bis 2011 deren geschäftsführender Gesellschafter. 1997 wurde er auch Direktor des heutigen Maecenata Instituts für Philanthropie und Zivilgesellschaft, Berlin. Rupert Graf Strachwitz ist Mitglied von Stiftungsräten und -vorständen im In- und Ausland. Er wirkt in zwei Ausschüssen des Deutschen Kulturrates mit. Seine rund 400 Publikationen befassen sich mit dem Stiftungswesen, der Zivilgesellschaft, bürgerschaftlichem Engagement und verwandten Themen sowie Kulturpolitik.
▶ **www.strachwitz.info**

muss reformiert werden“

zu bekommen, die am Kern der Problematik vorbeigeht. Richtig ist nämlich, dass das deutsche Gemeinnützigkeitsrecht dringend reformbedürftig ist. Seit 1998 (!) steht dies in jeder Koalitionsvereinbarung; über kosmetische Korrekturen ist die Reform aber nie hinausgekommen.

Ausdrücklich ist zu betonen, dass es heute bei einer solchen Reform nicht um mehr Steuervorteile für gemeinnützige Organisationen geht! Mit diesem „Killerargument“ hat die Finanzverwaltung bisher jeden Reformversuch erfolgreich abgewehrt.

Vielmehr geht es im Kern um den Erhalt und die Förderung der zivilgesellschaftlichen Beteiligung an der Gestaltung unseres Gemeinwesens, die Einführung von Veröffentlichungspflichten für gemeinnützige Organisationen zur Verbesserung der Transparenz sowie die Modernisierung und Straffung des bis in die Formulierungen völlig überalterten Gemeinnützigkeitsrechts. Darüber hinaus betrifft dies die Sicherstellung einer einheitlichen Handhabung durch alle damit befassten Behörden und die Einführung von Kompetenzzentren für dieses Rechtsgebiet auf der Ebene der Verwaltung.

Daneben haben Experten aus Wissenschaft und Verbänden (zuletzt der Deutsche Juristentag 2018) zahlreiche Vorschläge zur Verbesserung einzelner Bestimmungen vorgelegt, die Beachtung verdienen und umgesetzt werden sollten, bisher aber von Parteien und Verwaltung nicht aufgegriffen worden sind.

Fazit: Im Sinne der Verteidigung und Entwicklung der Werte unserer Gesellschaft besteht dringender Handlungsbedarf für eine grundlegende Reform des Gemeinnützigkeitsrechts. Dieses Recht sollte aber nicht dazu missbraucht werden, unliebsame Kritiker mundtot zu machen.

+49 (0) 221 6699520 | WWW.IFUNDS-GERMANY.DE

ifunds engage 365

die Microsoft Dynamics 365 basierte Komplettlösung
für nachhaltiges Kontaktmanagement
und erfolgreiches Fundraising

gestern Kunde – heute Fan!

Fundraising Kongress 2019
Wir freuen uns auf Ihren Besuch!
8. – 10. Mai, Stand Nr. 3

NETWORK MEMBER OF QBS group
Providing Services for the Dynamics Partner Community

Gold Microsoft Partner
Microsoft

ifunds nonprofit CRM solutions

CRM- & FUNDRAISING-SOFTWARE | REPORTING & ANALYSEN | PROJEKT- & DATENMANAGEMENT | SERVICE & BERATUNG

Wo wir im Fundraising umdenken müssen

Persönliche Gedanken von Kai Fischer

Auch wenn es keiner so laut sagen möchte: Das Fundraising steckt in Deutschland in der Krise. Auch wenn es gelingt, die Summe der Spenden in etwa gleich zu halten – die Anzahl den Menschen, die jedes Jahr spenden, sinkt. Schon seit 15 Jahren geht der Anteil der Spenderinnen und Spender an der Gesamtbevölkerung zurück. Und das trotz aller Anstrengungen, Ausbildungen, Kongresse und Tagungen.

Die Krise zeigt sich nicht nur im Rückgang der Spender. Im letzten Jahr hatten wir den 25. Fundraising-Kongress in Deutschland. Jemand hat sich den Spaß erlaubt und die Agenda mit der von vor 25 Jahren verglichen: 80 Prozent der Themen waren identisch. Anscheinend hat sich das Fundraising inhaltlich bisher kaum weiterentwickelt.

Auch alle Versuche, diesem Dilemma zu entkommen, haben bisher kaum den gewünschten Erfolg gebracht. Um die fünf Prozent aller Spenden werden mittlerweile wohl online angestoßen. Da hat sich in den letzten Jahren kaum etwas bewegt – auch wenn einzelne Organisationen sehr erfolgreich im Internet Fundraising betreiben. Auch Unternehmenskooperationen und Großspenden waren insgesamt bisher nicht die Erfolgsgaranten. Es zeigt sich, dass diese Formen des Fundraisings komplexer sind, als am Anfang gedacht.

Natürlich können wir an dieser Stelle auf Vorstände und Geschäftsführungen verweisen und die These aufstellen, dass viele Organisationen, Stiftungen und Sozialunternehmen eben immer noch nicht „ready" sind. Da ist natürlich etwas dran. Aber dieser Verweis verstellt uns auch den Blick auf uns selbst – und die Frage, welchen Anteil Fundraiser an dieser Krise ihrer Profession haben.

Denn ein Teil ist hausgemacht: Wir denken Fundraising vielfach noch in den Dimensionen von „Instrumenten". Da ist dann von Mailings und Online die Rede, von Großspenden oder Events. Was wir hierbei übersehen: Es geht nicht um Instrumente, sondern um Menschen; Menschen, die wir begeistern müssen und die ein Stück Weg gemeinsam mit uns gehen sollen. Deshalb müssen wir bei den Menschen anfangen, die wir mitnehmen wollen – bei ihren Gebe-Logiken und ihren Erwartungen sowie ihrer Bereitschaft, mit uns zu kommunizieren. Wenn wir diese Punkte geklärt haben, können wir die Frage beantworten, wie wir am besten mit ihnen kommunizieren. Und dies kann dann mal per E-Mail oder über die Website sein, mal per Brief und manchmal auch persönlich am Telefon oder auf einem Event. Was eingesetzt wird, bestimmt nicht der Mailing-Plan, sondern die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Förderer. Und die sind manchmal andere, als wir annehmen.

Oder: Die meisten Fundraiser nutzen in ihrem Fundraising das Opfer-Narrativ: Es wird um eine Hilfe für einen konkreten Menschen (oder ein Tier), das sich in einer Notsituation befindet, gebeten. Mit der Spende erfüllen die Förderer die soziale Norm der Solidarität. Dagegen ist nichts zu sagen, denn diese Norm ist fundamental für unser Zusammenleben. Allerdings ergeben sich hieraus keine Beziehungen, sondern immerwährende Abfolgen von Verpflichtungen auf eine soziale Norm. Und hier stellt sich die Frage, wann Menschen dies als Zumutung empfinden und aus der Kommunikation aussteigen. Dies wäre dann einer der Gründe, warum wir immer weniger Förderer in Deutschland haben.

Schließlich haben wir uns immer noch nicht überlegt, was der Kern von Beziehungen im Fundraising ist. Wenn man sich hiermit beschäftigt, wird deutlich, dass es im Kern um Werte geht; geteilte Werte und gemeinsame Ziele bilden die Basis langfristiger Beziehungen im Fundraising. Dies bedeutet aber, dass Organisationen die Warum-Frage – ihr Mission-Statement – beantworten müssen. Denn hieraus ergeben sich Emotionen und die Motivation zum Handeln. Können Sie aus dem Stand auf emotionale Weise erklären, warum Ihre Organisation unterwegs ist – und warum ich mit Ihnen ein Stück gehen sollte?

Was deutlich wird: Fundraising ist komplexer, als wir es vielfach annehmen. Und viele unserer Bilder von uns und unserer Profession erweisen sich zunehmend als falsch oder nicht ausreichend. Wenn wir hier nicht anfangen, uns und unsere Profession zu hinterfragen, wird es kaum gelingen, die Krise zu überwinden und mit Fundraising das Potenzial zu erschließen, welches die Gesellschaft benötigt. Für die vielen Herausforderungen, vor denen wir als Gesellschaft stehen, wäre das schade und im Grunde auch unverantwortlich.

Der promovierte Soziologe und Non-Profit-Manager **Kai Fischer** gründete 2012 die Beratungsagentur Mission Based Consulting und hat in seinem 2015 erschienenen Buch verraten, „Warum Menschen spenden". Zwei seiner vielen Beratungsfelder sind Online-Fundraising und Kapitalkampagnen.
▶ www.mission-based.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

Das alles – und noch mehr – finden Sie

Neu bei uns: der Shop

Fachbücher und Co. bestellen

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

Fundraising-Kalender

Seminare + Tagungen auf einen Blick

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

Karriere im Fundraising

Dossier zum Thema Karriere

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

Fundraisingtage

Gleich direkt zur Tagung anmelden

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

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

Dienstleister-Verzeichnis

Wer kann was, wer unterstützt wo?

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

Mitschreiben

Ihr Text im Magazin: So geht's

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

Fundraising-Jobs

Kostenlose Job-Börse

für Jobs in Non-Profit-Organisationen

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

Abonnement buchen

Fachlektüre, die Spaß macht

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

So geht Online-Fundraising

Mit Technik Herzen öffnen

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

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

Lutscher rettet Leben

Pünktlich zum internationalen Kinderkrebstag am 15. Februar präsentierte die Knochenmarkspenderzentrale Düsseldorf am Universitätsklinikum Düsseldorf einen besonderen Lolli. Ist er aufgelutscht, bleibt ein Wattestäbchen übrig, mit dem man sich schnell und einfach als potenzieller Stammzellspender registrieren lassen kann und somit vielleicht zum Lebensretter für ein an Blutkrebs erkranktes Kind wird.

▶ www.lifelolli.com

Konsumspuren

Greenpeace mit neuem digitalem Bildungsangebot für Schulen

Schüler können dank Greenpeace im Unterricht einen Blick auf die eigenen Spuren werfen. Das Besondere an dem debattenorientierten Angebot: Die Schüler wählen mit ihren eigenen Geräten im Browser Unterrichtseinheiten aus und bearbeiten sie gemeinsam. Unter dem Titel „Konsumspuren – Wie verändern wir die Welt?“ kann die Klasse ihren Alltag durchleuchten: Mode, Ernährung, Mobilität, Plastik und Verpackung sowie Smartphones und Technik. Dabei geht es vor allem um die aktuellen Herausforderungen zu Konsum und Klimagerechtigkeit.

Das interaktive Bildungsmaterial ist kostenfrei zugänglich und mit jedem Browser aufrufbar. Greenpeace hat das Angebot auf Bildungspläne und den Unterrichtsalltag der Klassen 7 bis 11 ausgerichtet. Die Klassen können die Module für Unterrichtseinheiten von 45 bis 180 Minuten selbst zusammenstellen. Sie regen zu vertiefenden Diskussionen und zur Meinungsbildung an, sie informieren über internationale Zusammenhänge und zeigen Wege, sich zu beteiligen und zu handeln. Das Bildungsmaterial ist an den Nationalen Aktionsplan „Bildung für Nachhaltige Entwicklung“ angelehnt.

▶ www.greenpeace.de/konsumspuren

MEINE MEINUNG

„Toleranz und moralischer Zeigefinger vertragen sich nicht miteinander“

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Kürzlich öffnete ein Busfahrer einem Fahrgast nicht schnell genug die Tür. Das genügte dem Fahrgast, den Fahrer eine „blöde Fotze“ zu nennen. Nun verbalisiert nicht jeder seinen Unmut auf derart wenig differenzierte Weise, aber genau das ist ja der Punkt: Es kommt schon mal vor, dass wir uns gar nicht so direkt bewusst sind, was wir da gerade gesagt haben. Natürlich haben wir das nicht so gemeint.

Um da etwas mehr Bewusstsein zu schaffen und etwas mehr Sensibilität an den Tag zu legen, hat die Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit die Initiative „Clap for Crap“ (www.clapforcrap.org) gestartet. Gemeint ist damit zunächst die ironische Geste des verzögerten „Beklatschens“ verbaler Ausrutscher. Angeknüpft ist ein Hashtag, über den auf Instagram Alltagserfahrungen mit Homophobie, Sexismus und ähnlichen Entgleisungen geteilt werden können. Zielgruppe sind junge Menschen zwischen 15 und 30 Jahren.

Sabine Leutheusser-Schnarrenberger, stellvertretende Vorsitzende der Stiftung, betont als positiven Aspekt der Kampagne, dass Toleranz eben nicht mit dem moralischen Zeigefinger entstünde. Nun ist das mit der Moral ja so eine Sache: Moralisieren ist derzeit groß in Mode. Jeder scheint alles besser zu wissen. Wo aber liegen die Grenzen? Liege ich daneben, wenn ich sage, etwas sähe schwul aus (wie in einem der Kampagnen-Clips)? Sicher, der Ton macht die Musik. Aber durch abfälliges „Beklatschen“ zeige ich auch nur mit dem Zeigefinger auf den vermeintlichen Bösewicht.

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

Kurzgefasst …

Preiselandschaft

Die Datenbank „Preiselandschaft" des Deutschen Engagementpreises umfasst erstmals mehr als 700 Auszeichnungen für engagierte Menschen. Sie dient als Serviceangebot für Engagierte, die sich zu freiwilligem Engagement in Deutschland informieren wollen. Außerdem sind Preisausrichter ab sofort aufgerufen, ihre Preisträger ins Rennen um den Deutschen Engagementpreis 2019 zu schicken.

▶ www.engagementpreis.de

Kinder und Jugendliche in der Kommune

Die Stiftung Mitarbeit veranstaltet vom 17. bis 18. Mai in Chemnitz das Seminar „Kinder und Jugendliche in der Kommune wirkungsvoll beteiligen". Das Seminar setzt sich mit Grundlagen der Kinder- und Jugendbeteiligung auseinander und stellt erfolgreiche Praxisbeispiele und Formate vor. Zielgruppe sind Verantwortliche und Interessierte aus Kommunen sowie offener Jugendarbeit.

▶ www.mitarbeit.de/kijubet_2019.html

Pfandspendenaktion bei Netto

Über fünf Wochen lang konnten Kunden der Discounter-Kette Netto Ende letzten Jahres bundesweit zum wiederholten Mal ihr Flaschenpfand spenden und damit die Tafeln Deutschland unterstützen. Die Spendensumme der Kunden hat Netto am Ende der Aktion durch eine Unternehmensspende zu einem Gesamtbetrag von 45 000 Euro aufgerundet.

▶ www.tafel.de

Bayrische Ehrenamtskarte

Engagierte Münchner, die sich mindestens 250 Stunden im Jahr für gemeinnützige Zwecke engagieren, können voraussichtlich ab Sommer bei der Stadt eine Ehrenamtskarte beantragen, die viele Vergünstigungen und teilweise freien Eintritt in kommunale, staatliche und privatwirtschaftliche Einrichtungen in ganz Bayern ermöglicht. Bislang stand die Auswahl der Einrichtungen nicht fest.

▶ www.muenchen.de/rathaus/Stadtverwaltung/Direktorium/Engagiert-Leben.html

Mehr Projektförderung

Die DFL Stiftung hat ihr gesellschaftliches Engagement für junge Menschen weiter ausgebaut. Durch 85 Projekte unterstützte sie in der Saison 2017/18 Kinder und Jugendliche sowie Talente aus über 50 Sportarten. Ihren jährlichen Fördereinsatz verdoppelte die DFL Stiftung seit der Saison 2015/16 binnen nur zwei Jahren von 2,4 Millionen Euro auf 4,8 Millionen Euro.

▶ www.dfl-stiftung.de

Das richtige Ehrenamt

Neue Online-Plattform will junge Menschen für Ehrenamt begeistern

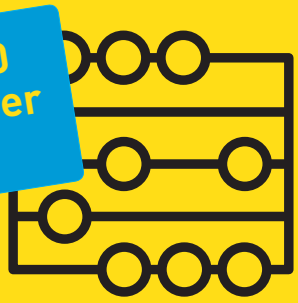
Vereine und Organisationen, die sich für das Gemeinwohl einsetzen, sind auf die Unterstützung Freiwilliger angewiesen. Doch es wird immer schwieriger, gerade junge Menschen für ein Ehrenamt zu begeistern. Deshalb gibt es jetzt in Nordrhein-Westfalen eine Online-Plattform, auf der Interessierte mit wenigen Klicks herausfinden, welcher Ehrenamtstyp sie sind und welches Engagement zu ihnen passt. Sie bekommen aber nicht nur passende Ehrenämter angezeigt, sondern auch mögliche Organisationen und Kontakte zu den richtigen Ansprechpartnern. Design und Mechanik sind auf die jüngere Zielgruppe ausgerichtet. Die Ehrenamtstypen sind optisch als Alltagshelden gestaltet. Durch die klare Fragemechanik gibt der „Ehrenamt-Check" Orientierung in der Vielfalt der Einsatzfelder. Die individuellen Wünsche der User spielen daher beim Typencheck eine große Rolle. So können sie zum Beispiel angeben, wie viel Zeit sie investieren oder mit welchen Menschen sie gerne arbeiten möchten.

▶ www.ehrenamtcheck.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

Einmal spenden, doppelt helfen

Verdopplungsaktionen als aktivierendes Element im Fundraising

100 000 Euro für den Einsatz eines privaten Schiffes im Mittelmeer. 100 000 Euro, die unzählige Menschenleben retten können. 100 000 Euro, die etwas unterstützen, das mir wichtig ist, aber auch 100 000 Euro, die meine kleine Spende verschwinden lassen. Denn was bringen bei dieser Summe schon meine fünf Euro?

Von ALISA EHLERT

Die Größe der Aufgabe und die damit verbundenen Herausforderungen waren den Fundraisern der privaten Seenotrettungs-Organisation Sea-Eye e.V. bewusst, als sie im Mai 2018 ihren Spendenaufruf starteten. 100 000 Euro waren das ambitionierte Ziel. Die Situation im Mittelmeer war und ist auch weiterhin dramatisch, während die finanzielle Lage der spendenbasierten Organisation gleichzeitig mehr als angespannt war. Das Team wollte helfen, aber ohne weitere 100 000 Euro wäre es nicht möglich gewesen, ihre Rettungsmissionen im Mittelmeer fortzusetzen. Ein Großspender war nicht in Sicht, also sollten viele kleine Spenden helfen. Was aber tun, um potenzielle Unterstützer angesichts dieses hochgesteckten Ziels nicht abzuschrecken, sondern sie im Gegenteil zu motivieren, ihren Teil zur Bewältigung dieser großen Aufgabe beizutragen?

Große Summen teilweise innerhalb von Minuten gespendet

Einen wirkungsvollen Anreiz bieten dafür Verdopplungsaktionen. Hierbei wird eine bestimmte Summe zur Verfügung gestellt, mit der private Spenden auf ein oder mehrere Projekte verdoppelt werden, bis der Topf in Höhe der bereitgestellten Gelder aufgebraucht ist. Meist stehen dahinter private Großspender oder Unternehmenspartner. Die gemeinnützige Spendenplattform „betterplace.org“ bietet seit mehreren Jahren die Technik, Abbildung und Abwicklung solcher Aktionen. Die Volumen sind dabei genauso individuell wie die Projekte, denen sie zugutekommen. Sie reichten bereits von wenigen Tausend bis zu 100 000 Euro, die oftmals innerhalb von wenigen Minuten gespendet wurden.

So waren es im Fall von Sea-Eye die Vereinsgründer und der Vorstand der Organisation selbst, die privat 50 000 Euro für die Verdopplung aufbrachten. Sie wollten mit der „Initiative Zusammen für Sea-Eye e. V.“ ein starkes Zeichen setzen: „Es ging uns darum, nicht nur zu sagen ‚Hey Leute, gebt uns mal euer Geld, damit wir retten können‘, sondern wir wollten zeigen, dass wir das immer noch absolut ernst meinen und

auch bedeutende Teile unseres Vermögens in die Hand nehmen, um mit gutem Beispiel voranzugehen und die Handlungsfähigkeit der Rettungsschiffe zu gewährleisten", so Gorden Isler, Vorstandsmitglied und Fundraiser des Vereins.

Handeln statt zuschauen

Die private Investition der Vereinsmitglieder ist Ausdruck des großen persönlichen Engagements, aus dem Sea-Eye e. V. entstanden ist. Ins Leben gerufen wurde die Organisation im Herbst 2015 von Michael Buschheuer und seiner Frau Hannelore. Der Regensburger Unternehmer wollte nicht länger zuschauen, wie an den Grenzen der „Festung Europa" Menschen sterben. Wegschauen war keine Option: „Menschen ertrinken zu lassen, bedeutet moralisches Versagen und ist durch nichts zu rechtfertigen." Also handelte Buschheuer, gründete Sea-Eye e. V. und erwarb die Schiffe „Sea-Eye" und „Seefuchs" (Foto), deren Rettungseinsätze ohne private Unterstützung nicht möglich und auf effektive Fundraisingstrategien angewiesen sind.

Verdopplungsaktionen wie die der „Sea Eye" haben sich auf „betterplace.org" als Fundraisingtool bewährt. Sie geben jeder Einzelspende doppeltes Gewicht und den beteiligten Organisationen einen Kommunikationsanlass: Denn wann sonst sind 50 Euro 100 Euro wert? Darüber hinaus aktivieren sie durch ihre zeitlich begrenzte Verfügbarkeit – wer seine Spende verdoppeln möchte, muss schnell handeln, bevor der Topf leer ist. Sind Unternehmen im Rahmen ihrer CSR-Aktivitäten die Initiatoren der Verdopplungsaktion, eignet sich diese auch, um Mitarbeiter oder Kunden in die Aktion einzubinden.

Für Sea-Eye e. V. war die Aktion ein großer Erfolg – es wurden tatsächlich 50 000 Euro gespendet. In den mittlerweile dreieinhalb Jahren seines Bestehens konnte Sea-Eye e. V. über 13 000 Menschen vor dem Ertrinken retten. Dazu hat jede einzelne Spende beigetragen.

Alisa Ehlert betreut die Social-Media-Kanäle der gemeinnützigen Spendenplattform „betterplace.org". Nach Jahren in der Kunst- und Medienszene hat sie sich bewusst für den NGO-Sektor entschieden und Europas größtes Tierheim in Berlin in der Öffentlichkeitsarbeit unterstützt. Mit dem Wechsel zu „betterplace.org" kennt sie nun beide Seiten des Online-Fundraisings – die praktischen Bedürfnisse der Organisationen ebenso wie die organisatorischen Abläufe einer Spendenplattform.
▶ **www.betterplace.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

Ein Juwel für fünf Euro

Die Lebenshilfe Gießen verlost Oldtimer für einen guten Zweck

Bereits seit 60 Jahren engagiert sich die Lebenshilfe Gießen für ein gutes Miteinander von Menschen mit und ohne Behinderung im Landkreis, aber auch international. Seit 25 Jahren führt der Verein jedes Jahr eine Spendenaktion durch, bei der die Spender Oldtimer vom Feinsten gewinnen können.

Von RICO STEHFEST

„Es ist ein Auto wie ein Wohnzimmer – gediegen, gemütlich, konservativ und über jede Sportlichkeit und Rasanz erhaben." So preist der Verein den diesjährigen Hauptpreis an, einen Mercedes Benz 180 Ponton. Das Schmuckstück mit 68 PS hat das Bau-

frc spenden manufaktur
Telefon-Fundraising

Mit Strategie und Erfahrung zum Erfolg

Gute Spendenkampagnen sollen sich finanziell lohnen und gleichzeitig die Spenderbindung stärken. Wir alle wissen: Das kann eine Gratwanderung sein. Telefonkampagnen gehören durch den sehr persönlichen Kontakt zu den erfolgreichsten Spendenkampagnen, finanziell und ideel. Wir beraten Sie gerne zu den vielfältigen Einsatzmöglichkeiten. Profitieren Sie von unserer langjährigen europaweiten Erfahrung und reden Sie mit uns.
Wir reden mit Ihren Spendern.

FRC Spenden Manufaktur GmbH
Alt-Moabit 89, 10559 Berlin
+49 30 2700083 00
info@spenden-manufaktur.de
www.spenden-manufaktur.de

jahr 1961 und wurde tatsächlich von Fernsehmoderator Günther Jauch gespendet. Wer diesen Klassiker sein eigen nennen will, muss nichts weiter tun, als bis zum 20. Januar 2020 mindestens fünf Euro an den Verein zu spenden. Jeder Spender nimmt automatisch an der Verlosung teil. Für den diesjährigen Hauptgewinn muss man für gewöhnlich eigentlich gute 50 000 Euro auf den Tisch legen. Da kann man schon mal fünf Euro investieren. Der Clou dabei: Wer mehr überweist, erhöht seine Gewinnchance, denn mit jedem Fünf-Euro-Schritt erhält der Spender ein Los mehr. Insgesamt werden neun Fahrzeuge verlost, darunter auch Mopeds.

1,25 Millionen Euro in einem Jahr

Jedes Jahr wird die Aktion einem anderen konkreten Spendenziel gewidmet. Dieses Mal ist es der Ausbau und die Modernisierung der Werkstatt für Menschen mit Behinderung. Die Lebenshilfe Gießen betreibt insgesamt 40 Einrichtungen im Landkreis. Da wird es an sinnvollen Spendenzwecken nie mangeln. Und dass diese Form des Spendensammelns äußerst verlockend ist, zeigen die Ergebnisse. So wurden nach Angaben des Vereins mit der Aktion im vergangenen Jahr 1,25 Millionen Euro gesammelt.

Besonders interessant ist die Tatsache, dass die Pkws und Mopeds nicht die einzigen Fahrzeuge sind, die verlost werden. Es gibt einen Oldtimer-Traktor oder Schlepper zu gewinnen, wie der Verein es nennt. Zum anderen kann sich ein glücklicher Gewinner über ein herausgeputztes altes Wohnmobil freuen.

Limousinen und Traktoren

Geschickterweise werden diese drei Aktionen allerdings getrennt voneinander auf eigenen Homepages kommuniziert, da laut Reinhard Schade, der die Spendenaktionen bei der Lebenshilfe Gießen betreut, die Interessentengruppen so gut wie keine Schnittmengen aufweisen. So geht Marketing.

Fragt man Reinhard Schade, woher er denn all die Fahrzeuge bekommt, lacht er zunächst. Dieser Reaktion kann man problemlos ablesen, dass der Aufwand alles andere als gering ist: „Das ist sehr, sehr viel Arbeit“, bestätigt er dann auch. „Man muss Menschen begeistern können. Es gibt viele Veranstaltungen, Messen und Rallyes. Da muss man ständig dabei sein und auf die Leute zugehen.“ Das klingt, als spräche aus ihm ein idealer Fundraiser. Schade nennt es auch selbst eine Lebensaufgabe. Sein Engagement zahlt sich aber schlussendlich aus.

Günther Jauch kam von selbst auf die Lebenshilfe zu. Den Mercedes hat ihm der Verein natürlich nicht abgekauft. Ein Geschenk ist er auch nicht. Alle Fahrzeuge sind Spenden. Das ist entscheidend. Trotzdem, oder vielleicht genau deswegen, achtet Schade auch ganz genau darauf, was für Fahrzeuge ihm gespendet werden. „Wir haben einen Namen zu verlieren. Wir können den Leuten keinen Schrott andrehen. Die Fahrzeuge müssen TÜV haben und angemeldet sein“, erläutert er die Bedingungen. Der Gewinner wird also tatsächlich sofort nach der Übergabe des Oldtimers die Straßen entlangrollen und die Nachbarn neidisch machen können.

▶ www.oldtimerspendenaktion.de

Kein X für ein U

Die „Lie Detectors“ vermitteln Medienkompetenz und stärken so die Demokratie

Es wird immer wieder jemanden geben, der uns hinters Licht führen will. So stark der Begriff der „Fake News“ aber auch aufgeladen ist, gibt es trotzdem Mittel und Wege, Falschinformationen nicht auf den Leim zu gehen. Für ihre Anleitungen zum kritischen Denken haben die „Lie Detectors“ im vergangenen Jahr den EU Digital Skills Award im Bereich Bildung erhalten.

Von RICO STEHFEST

Wenn der Dreijährige in der Straßenbahn fröhlich auf dem Smartphone seiner Mutter rumtippt, wird man ihn wohl ohne große Zweifel zu den „Digital Natives“ zählen können. Der Begriff trifft allerdings nur eine Aussage über einen in jungen Jahren erworbenen Umgang eines Benutzers mit digitalen Medien. Was der Begriff aber eben gerade nicht impliziert, ist die jeweilige Kompetenz in der Informationsverarbeitung des einzelnen Medienkonsumenten.

Medienkompetenz scheint allerdings nicht ausreichender Bestandteil allgemeiner schulischer Bildung zu sein. Deshalb haben sich einige Journalisten und Medienexperten zusammengetan, die gemeinsam mit Schülern im Alter von 10 bis 15 Jahren Unterrichtsstunden gestalten, in denen die Jugendlichen nicht nur aufgezeigt bekommen, dass beispielsweise zwischen einer Meinung und Tatsachen nicht nur differenziert werden kann, sondern differenziert werden muss. Auch Redakteure der ARD sind dafür mit im Boot. Diese „Lie Detectors“ vermitteln grundlegende Einblicke in die Arbeitsweisen von Journalisten und deren beruflichen Alltag. Sie zeigen, wie Nachrichten entstehen. Diese Art der Aufklärung ermöglicht den Jugendlichen, ihre Kritikfähigkeit zu entwickeln. Schlussendlich prägt der eigene Medienkonsum einen entscheidenden Teil der eigenen Wahrnehmung der Welt. Ein Grundmaß an Kritikfähigkeit, genährt von einer gesunden Skepsis, gewinnt an Bedeutung für die Absicherung demokratischer Prozesse. Deshalb gehört es auch dazu, zu verdeutlichen, dass auch im Journalismus Fehler passieren können. Diese von gezielten Falschinformationen zu unterscheiden, ist keine einfache Aufgabe, wird aber trotz der Herausforderung den Schülern genauso vermittelt.

Finanziert wird die Arbeit des Vereins von der Wyss Foundation, einer amerikanischen Stiftung, deren Förderaktivitäten breit gefächert sind und die sich auch für den Umwelt- und Naturschutz einsetzt. Wichtig ist allen Beteiligten, dass darüber hinaus eine unbedingte finanzielle Unabhängigkeit von staatlichen Fördermitteln bewahrt wird, um strikte Objektivität zu gewährleisten.

„Uns ist vor allem wichtig, bei Schülern – und auch bei Lehrern – Interesse und Neugier zu wecken; ihnen zu vermitteln, wieso Fake News in ihrem Leben eine Rolle spielen, und dass es ganz einfache Werkzeuge gibt, damit umzugehen“, so Juliane von Reppert-Bismarck, die das Projekt vom Hauptsitz in Brüssel aus leitet. „Die große Mehrzahl dieser Altersgruppe reist bereits sehr weit im Netz und auf sozialen Medien und nimmt vieles auf, was als Information kursiert. Wir erinnern sie daran, was die meisten als Kleinkinder lernen: dass es unklug ist, Süßigkeiten von Fremden anzunehmen. In Zeiten der Informationsflut benötigen sie die entsprechende Nachrichtenkompetenz, damit sie nicht alles schlucken, was man ihnen vorsetzt. Und wir wollen ihnen auch davon erzählen, wie der richtige Journalismus, die Sammlung und Darstellung von Tatsachen, funktioniert“, so Reppert-Bismarck weiter. Als beratendes Mitglied europäischer Expertengremien setzt sich die Organisation auch für die systematische Aufnahme und Einbeziehung von Nachrichtenkompetenz in die Lehrpläne an Schulen und pädagogischen Hochschulen ein.

Nachdem das Konzept bereits in Deutschland und Belgien sehr gut angenommen wird, sind die „Lie Detectors“ seit Februar auch in Österreich unterwegs. Dort begann die Arbeit zunächst mit einem Train-the-Trainer-Seminar in Wien.

▶ www.lie-detectors.org

© Shutterstock.com

© fotolia.de

Vive la France!

Baguette statt Brexit: Grenzenloses Fundraising und französisches Lebensgefühl auf dem Deutschen Fundraising-Kongress 2019 in Kassel. Faites nous une visite!

LE BAR DE MARKETWING
ma vie!

marketwing®

Verkohlt

Die Mitglieder des Jugendrats der Generationen Stiftung sind sich einig: „Wir lassen uns nicht verheizen!“ forderten sie am 24. Januar in einem offenen Brief an die Kohlekommission. Die traf sich an diesem Tag, um über den Ausstieg aus der Kohleverstromung zu debattieren. Der Jugendrat der Generationen Stiftung spricht sich dafür aus, die Kohle-Ära so schnell wie möglich zu beenden und stattdessen auf eine nachhaltige Klimapolitik zu setzen.

▶ www.generationenstiftung.com

Ein Preis für alle

Bundesverband vergibt jährliche Auszeichnung

Den Deutschen Stifterpreis erhält in diesem Jahr nicht eine einzelne Person, sondern gleich 30 000. Der Bundesverband Deutscher Stiftungen zeichnet alle Bürgerstifterinnen und Bürgerstifter bundesweit aus. Sie engagieren sich in mehr als 400 Bürgerstiftungen, und das zusammen rund 1,85 Millionen Stunden pro Jahr. Prof. Dr. Joachim Rogall, Vorstandsvorsitzender des Bundesverbands, nennt sie ein „Paradebeispiel für gemeinschaftliches, stifterisches Engagement und für demokratische Mitbestimmung“. Alle Bürgerstiftungen Deutschlands verfügen zusammen über ein Gesamtvermögen von etwas mehr als 360 Millionen Euro (Stand 2017). Mit 135 ist Nordrhein-Westfalen das Bundesland mit den meisten Bürgerstiftungen.

Übergeben wird der Preis im Rahmen des Deutschen Stiftungstags am 5. Juni in Mannheim. Er ist undotiert und wurde 1994 zum ersten Mal verliehen. In den letzten Jahren wurden damit Persönlichkeiten wie Ise Bosch, Gabriele Quandt und Florian Langenscheidt geehrt.

▶ www.stiftungen.org

MEINE MEINUNG

„Hält sich die Stiftung nicht an die Pressefreiheit?“

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Die Bundesstiftung zur Aufarbeitung der SED-Diktatur hat eine Dokumentation von MDR und NDR über Kirche und Glaube in Ostdeutschland mit 26 000 Euro gefördert. In dem Film sollte es darum gehen, wie die DDR-Religionspolitik die Gesellschaft prägte und noch heute prägt. Nun will die Stiftung das Geld zurück. Begründung: Der Film wäre in der Endfassung so nicht unterstützt worden, Änderungen seien mit der Stiftung nicht abgesprochen gewesen, so Christine Lieberknecht, ehemalige Ministerpräsidentin Thüringens und nun im Stiftungsvorstand. Das meldete am 18. Februar das Internetportal *www.evangelisch.de*. Ich habe diesen Film nicht gesehen, was mich als Journalistin aber sofort aufhorchen ließ, war die Meldung als solche. Eine Bundesstiftung – ausgerechnet – will bestimmen, was ein öffentlich-rechtlicher Sender zeigen darf?! Betreibt die Stiftung Aufarbeitung etwa Pressezensur? Denn um etwas anderes handelt es sich in meinen Augen nicht. In Zeiten, in denen sich gerade die Öffentlich-Rechtlichen immer wieder dem „Lügenpresse“-Vorwurf stellen müssen, gießt die Stiftung Aufarbeitung damit ordentlich Öl ins Feuer. Hat sie aus ihrer eigenen Arbeit, in der sie die Machenschaften einer Diktatur und eben einer alles andere als freien Presse untersuchen soll, denn nichts gelernt? Entweder hält sich die Stiftung bewusst nicht an die Pressefreiheit oder sie hat einfach nur extrem ungeschickte Öffentlichkeitsarbeit betrieben. Ich hoffe Letzteres.

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

Kurzgefasst …

Schweiz lädt zum Stiftungssymposium

Save the Date: Das Schweizer Stiftungssymposium findet in diesem Jahr am 21. und 22. Mai in Thun statt. Organisiert wird es von SwissFoundations, dem Dachverband der Schweizer Förderstiftungen. Wie auch im letzten Jahr haben Teilnehmer die Gelegenheit, zwei Tage lang Workshops und Vorträge zu aktuellen Stiftungsthemen zu besuchen und neue Kontakte zu knüpfen.

▶ www.swissfoundations.ch

Familienministerium gründet Stiftung

Um Stiftungen, Vereine und Initiativen beim Datenschutz und dem digitalen Datenmanagement zu helfen und die Zivilgesellschaft unbürokratisch zu unterstützen, will das Bundesfamilienministerium in diesem Jahr die Deutsche Engagementstiftung gründen. Ein Schwerpunkt liegt dabei vor allem auf ländlichen Regionen und Ostdeutschland.

▶ www.bmfsfj.de

Programm für mehr Geschichtsbewusstsein

Die Stiftung „Erinnerung, Verantwortung und Zukunft" (EVZ) hat auf Initiative der Bundesregierung Anfang des Jahres das neue Programm „Jugend erinnert" gestartet. Mithilfe von Bildungsprojekten und internationalen Begegnungen sollen Jugendliche ein kritisches historisches Bewusstsein entwickeln und Zugang zur NS-Geschichte bekommen.

▶ www.stiftung-evz.de

Broschüre zu Ehrenamt und Digitalisierung

Um „Freiwilliges Engagement in einer digitalisierten Welt" geht es in der neuen Publikation der Stiftung Mercator Schweiz. Diese hat 2018 die Jahrestagung des Netzwerks „freiwillig. engagiert" organisiert und will nun dazu anregen, sich mit dem Thema weiter auseinanderzusetzen. Die Broschüre kann als PDF-Datei heruntergeladen werden auf:

▶ www.stiftung-mercator.ch

Verlängerte Anmeldefrist für Missbrauchsopfer

Personen, die zwischen 1949 und 1975 in der Bundesrepublik beziehungsweise 1949 und 1990 in der ehemaligen DDR in stationären Einrichtungen der Behindertenhilfe oder Psychiatrie Unrecht erfahren haben, haben nun bis 31. Dezember 2020 Zeit, Leistungen der Stiftung zu beantragen. Ursprünglich sollte die Frist schon Ende 2019 ablaufen.

▶ www.stiftung-anerkennung-und-hilfe.de

Unsaubere Arbeit

Braunschweiger Stiftung macht Negativschlagzeilen

Schon seit zwei Jahren wird die Stiftung Braunschweigischer Kulturbesitz, die das historische und kulturelle Erbe des ehemaligen Landes Braunschweig fördern und bewahren will, wegen Mittelverschwendung, fehlender Verwendungsnachweise und Förderbescheide kritisiert und geriet damit auch in den Blick des niedersächsischen Landesrechnungshofs. Konkret geht es um einen Schaden von rund 1,7 Millionen Euro.

Nun sollen noch einmal 200 000 Euro hinzugekommen sein, das meldete im Januar NDR 1 Niedersachsen. Dem Sender liegt der Bericht der Rechnungsprüfer vor. Darin steht, dass besonders das Festival „Soli Deo Gloria Braunschweig" mehr als 500 000 Euro unrechtmäßig erhalten habe. Auch bei der Sanierung des Schlosses Fürstenberg habe die Stiftung nicht auf Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit geachtet. Aufsichtsbehörde ist das niedersächsische Wissenschaftsministerium, das den Vorwurf aber mit der Begründung, es sei kein Schaden erkennbar, zurückweist.

▶ www.sbk-bs.de

Gegenseitige Bereicherung

Partnerschaft zwischen Stiftung und Unternehmen

Gemeinnützige Stiftungen benötigen engagierte Partner, um mit innovativen Projekten gesellschaftliche Veränderungen bewirken zu können. Wunsch vieler Unternehmer ist es, etwas über ihr wirtschaftliches Handeln hinaus zu bewegen und sich sozial zu engagieren. Von einer guten Zusammenarbeit profitieren nicht nur Stiftung und Unternehmen, sondern vor allem die Gesellschaft. Das beweisen die antonius-Stiftung und der Berufsbekleidungshersteller Engelbert Strauss mit ihrem „antonius Partner-Programm".

Von ANNIKA VOGEL

Als im Jahr 1904 die Fuldaer Bürgerin Maria Rang eine Stiftung gründete, um Menschen mit geistigen Behinderungen zu unterstützen, war an den Begriff Inklusion noch nicht zu denken. Maria Rang vertrat für die damalige Zeit eine visionäre Ansicht über den Umgang mit Menschen mit Behinderungen: Jeder Mensch ist gleich viel wert, ist lernfähig und hat Stärken und Talente. Er braucht Hilfe, um diese nutzen und sich weiterentwickeln zu können. Ihre Überzeugung mündete in den Entschluss, eine Einrichtung aufzubauen, die Menschen mit Behinderungen die Möglichkeit gibt, am gesellschaftlichen Leben teilzuhaben.

Seit bereits mehr als 100 Jahren haben sich Privatpersonen und Unternehmer die ideelle und finanzielle Förderung des antonius netzwerks zur Herzensangelegenheit gemacht. So konnten die Lebensbedingungen von Menschen mit Behinderungen maßgeblich verbessert werden. „Bis zu einer inklusiven Zukunft, in der jeder Mensch die Möglichkeit hat, umfassend an der Gesellschaft teilzunehmen, ist jedoch noch ein weiter Weg zu gehen", sagt Geschäftsführer Rainer Sippel. „Um diesen als gemeinnützige Stiftung beschreiten zu können und unsere Stiftung zukunftsfähig zu halten, bedarf es engagierter Partner."

Für Engelbert Strauss ist soziales Engagement Teil der Unternehmenstradition: „Wir finden es wertvoll, wenn sich Unternehmen auch über ihr wirtschaftliches Handeln hinaus in die Gesellschaft einbringen. Mit dem Engagement bei antonius wird eine Werteorientierung ausgedrückt und der Zusammenhalt in der Gesellschaft gefördert", so Henning Strauss, der gemeinsam mit seinem Bruder Steffen das Familienunternehmen leitet.

Adventsmarkt als Beginn der Begegnung

Die Kooperation mit antonius begann vor sechs Jahren. Norbert Strauss, Vater von Steffen und Henning Strauss, folgte einer Einladung zum Adventsmarkt und lernte dort die Stiftung und deren Arbeit kennen. „Uns begeisterte der ganzheitliche Ansatz, der das Leben in allen Phasen und in seiner Gesamtheit betrachtet. Menschen fühlen sich in allen Lebenslagen aufgehoben – das ist förderungswürdig", so Norbert Strauss über das Engagement. Im Jahr 2014 unterstützte das Familienunternehmen den Bau eines neuen Schulgebäudes und machte so

den Wandel der Antonius-von-Padua-Schule von einer reinen Förderschule zur inklusiven Grundschule möglich. Das innovative Konzept der Grundschule wurde im vergangenen Jahr mit dem Jakob-Muth-Preis für Schulen, die inklusive Bildung beispielhaft umsetzen, ausgezeichnet.

Das „Haus Mittendrin" ist das zweite Projekt der antonius-Stiftung, das Engelbert Strauss finanziell unterstützt. Hier werden neben zusätzlichen Wohnangeboten in Zukunft neue Arbeits- und Teilhabeangebote sowie Begegnungsmöglichkeiten für Menschen mit komplexen Behinderungen geschaffen.

Die verschiedenen Bereiche des antonius-Netzwerks reichen von Bildung, über Arbeit, Wohnen, Frühförderung bis hin zu Freizeit – das bietet Unternehmen zahlreiche Möglichkeiten, sich zu engagieren. Die Projekte werden immer im persönlichen Austausch gefunden und gemeinsam entwickelt. „Am Anfang einer Partnerschaft von Stiftung und Unternehmen steht die Begegnung", erklärt Sippel, „Beide Seiten benötigen ausreichend Zeit und Raum, um sich kennenzulernen und sich zu öffnen. Nur so kann aus der Begegnung eine echte Partnerschaft entstehen."

Barrieren abbauen durch Begegnungen

Bei einer Partnerschaft mit antonius geht es um mehr als die finanzielle Förderung. Mit Engelbert Strauss organisiert die Stiftung zum Beispiel regelmäßig Projekttage, in denen Auszubildende einen Tag bei antonius zu Gast sind. „Durch den Austausch haben wir viele Impulse bekommen, die uns auch in unserem täglichen Miteinander voranbringen", meint Steffen Strauss dazu.

Durch Begegnungen von Menschen mit und ohne Behinderungen werden Barrieren abgebaut. Die Mitarbeiter beider Partner bekommen einen Einblick in die Lebenswelt der anderen und lernen sich gegenseitig kennen und schätzen. Erfahrungen, von denen beide Seiten profitieren und die wichtige Impulse sind, hin zu einer vielfältigen, inklusiven Gesellschaft, in die sich jeder mit seinen Stärken einbringen kann.

Annika Vogel absolvierte ihren Masterabschluss in Literatur und Medienpraxis und Germanistik an der Universität Duisburg-Essen und arbeitete als Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Deutsche Palliativ-Stiftung. Seit 2017 ist sie Pressesprecherin von antonius.
▶ **www.antonius-fulda.de**

Geschichten aus dem Fundraising-Alltag …

„Seit ich das 10er-Abo für mein Team habe, ist auch der Umlauf-Stress bei uns weg, und wir alle haben mehr Zeit zum Schmökern und zur Wissensanreicherung."
Katja Deckert
Leiterin Fundraising NABU, Berlin

* **Orga-Abo – das bekommst du:**
Mehrere Fundraiser-Magazine (als Paket oder einzeln verpackt) für deine Organisation oder dein Team, pünktlich am Erscheinungstag und garantiert ohne Umlauf-Stress. Das alles zum günstigen Kombi-Preis. Eben Fachlektüre, die Spaß macht!

Hier bestellen: www.abo.fundraiser-magazin.de

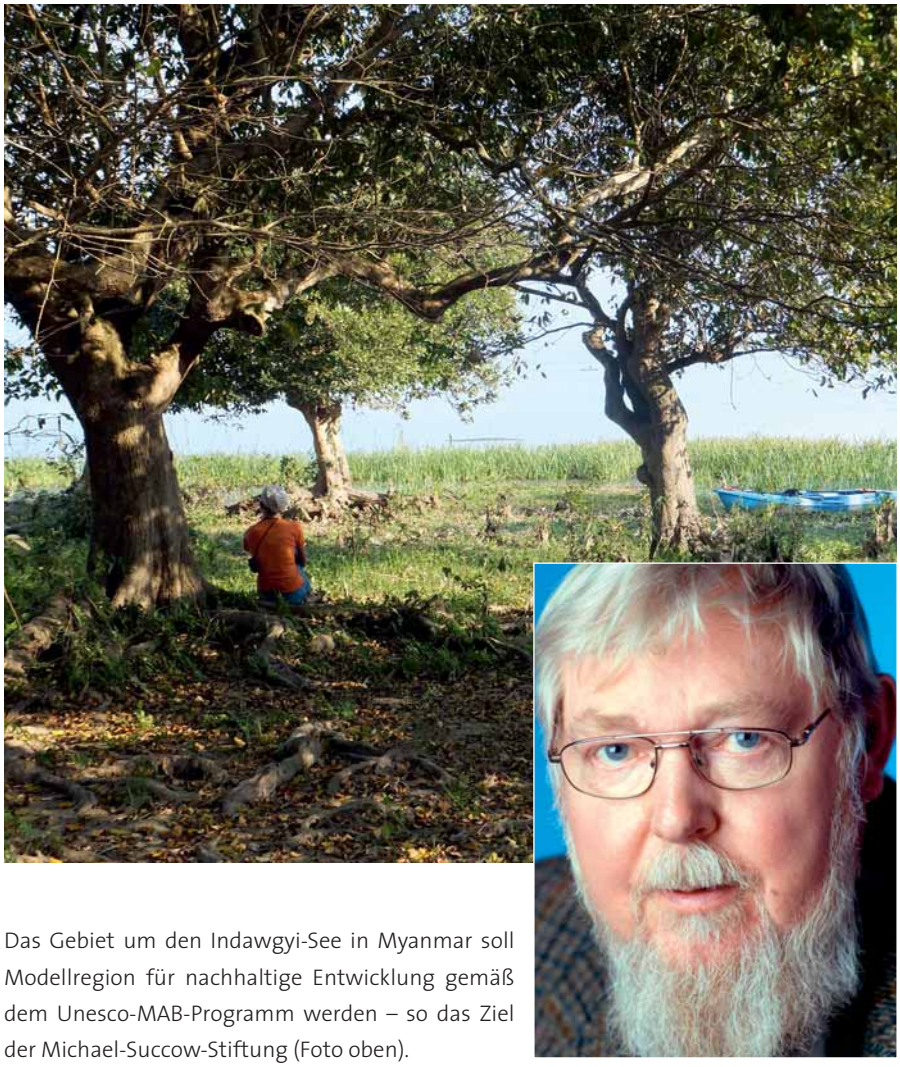
Fundraiser magazin
Fachlektüre, die Spaß macht

Arbeit für Überzeugungstäter

Warum Umweltschutz und Entwicklungszusammenarbeit nur gemeinsam funktionieren

Vor neun Jahren berichtete Michael Succow (kleines Foto) im Interview mit dem Fundraiser-Magazin über die Arbeit in der ersten gemeinnützigen Naturschutzstiftung Ostdeutschlands. In diesem Jahr wird die Michael-Succow-Stiftung 20 Jahre alt und verfolgt einen zukunftsweisenden Ansatz.

Von UTE NITZSCHE



Das Gebiet um den Indawgyi-See in Myanmar soll Modellregion für nachhaltige Entwicklung gemäß dem Unesco-MAB-Programm werden – so das Ziel der Michael-Succow-Stiftung (Foto oben).

Aserbaidschan, Turkmenistan, Iran, Äthiopien – die Liste der Länder, in denen Michael Succow mit seiner Stiftung schon aktiv war, ist lang. Die Mehrheit der Bevölkerung dort ist arm, und doch besitzen diese Länder Reichtümer von unschätzbarem Wert: unberührte Natur. Die gilt es zu bewahren. Dass das nur gemeinsam mit den Menschen vor Ort geschehen kann, davon ist der Biologe, Landschaftsökologe und Träger des Alternativen Nobelpreises überzeugt: „Es geht heute darum, in den großen Ökosystemen der Erde, wie den Mangrovenwäldern oder den Weidelandschaften im Iran, der Bevölkerung einen Raum zu geben, wo sie weiter existieren kann und nicht durch Hochzivilisation oder innere Widersprüche zerstört wird."

Aufbau von Modellregionen

Diesen Ansatz verfolgt die UNESCO mit dem „Man and Biosphere Programme" (MAB), in dem die Michael-Succow-Stiftung den Schwerpunkt ihrer Arbeit sieht und mithilft, die Modellregionen aufzubauen. In den Anfangsjahren machte sich die Stiftung für Nationalparks stark, doch in Ländern, in denen es keine funktionierende Demokratie gibt, sind diese nicht für die Öffentlichkeit zugänglich. Beim MAB ist das anders. Kleinen Volksgruppen, wie Kaffeebauern in Äthiopien, ist es damit möglich, hochwertige Produkte in ihrer Region zu produzieren und sich eine Existenzgrundlage zu schaffen. Gehen Entwicklungszusammenarbeit, die Beschäftigung der Bevölkerung, der Erhalt der Lebensräume und Umweltbildung Hand in Hand, gibt es für Menschen auch keinen Grund mehr, ihr Land zu verlassen. „Wenn wir zusammen mit der Bevölkerung arbeiten, dann sind Naturschutz und Biodiversität ein Nebenprodukt, weil die Landschaft noch gesund ist", erklärt Michael Succow. Damit das funktioniert, werden Wirtschaftsunternehmen mit einbezogen, die die Produkte der kleinen Initiativen kaufen und weiterverarbeiten. Ganz bewusst setzt die Stiftung dabei auf die Mitarbeit der Frauen vor Ort. Das Modell hat Erfolg, mittlerweile kommen einzelne Länder von selbst auf die Stiftung zu und bitten um Hilfe bei der Einrichtung eines Biosphärenreservats.

Um die zahlreichen Projekte zu koordinieren, sind im Stiftungshaus in Greifswald etwa 30 Mitarbeiter tätig, die vor allem aus Projektmitteln von Bund und Ländern sowie privaten Sponsoren finanziert werden. Die Stiftung selbst habe kaum Kapital, dafür aber hoch motivierte

Mitarbeiter und viel Zuspruch, auch aus der Politik und seit Kurzem auch von kirchlichen Hilfswerken wie „Brot für die Welt“. Hinter den vielen Aktivitäten steht ein großes weltweites Netzwerk von Multiplikatoren und Unterstützern.

Weltweites Netzwerk

So sind mit einem Stipendium der Marion-Dönhoff-Stiftung jährlich vier bis fünf junge Menschen aus den Projektländern für ein halbes Jahr oder länger in Greifswald, werden in der Stiftung geschult und weiterqualifiziert und können dann Brücken in ihre Heimatländer schlagen. „Sie sind wichtige Bausteine, um in den Ländern ein Fundament zu legen“, sagt Michael Succow. „Hilfsarbeit hat heutzutage immer eine soziale und ökologische Komponente. Umweltpolitik und Friedenspolitik gehören stets zusammen. Wir als Stiftung haben die ökologische Kompetenz, um etwas Nachhaltiges schaffen zu können.“

Starre Strukturen, zu viel Bürokratie

Allerdings sei dies in Deutschland nicht immer ganz einfach, kritisiert Succow. Im Gegensatz zu Ländern wie Norwegen, Schweden oder den Niederlanden spielen seiner Meinung nach Stiftungen und NGOs bei der Entwicklungszusammenarbeit in Deutschland nur eine untergeordnete Rolle. Starre Strukturen, wenig Flexibilität und zu viel Bürokratie verhinderten oftmals eine schnelle und unkomplizierte Hilfe. „Wir haben eine riesige Kreditanstalt für Wiederaufbau mit einem gewaltigen Management und gewaltigen Summen, die aber nur große Projekte unterstützen kann. Auch bei der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit ist es schwer, Gelder zu bekommen. Diese Institutionen geben zwar Geld für das jeweilige Projekt, zum Beispiel für Kaffeebauern in Äthiopien, aber nicht für einen Mitarbeiter unserer Stiftung, der dort vor Ort tätig sein müsste. Also kommen diese Projekte für uns nicht infrage.“ Der Stifter hat klare Vorstellungen, wie es stattdessen besser funktionieren könnte: „Unsere Bitte lautet, ‚Überzeugungstäter‘, sprich NGOs aus dem Umweltbereich mit jungen Leuten, die Wissen und Herzblut mitbringen, in der Entwicklungszusammenarbeit einzusetzen. Es könnte viel mehr einfach und preiswert geholfen werden, indem Graswurzelbewegungen einbezogen werden. So könnten junge Menschen aus Deutschland sinnvoll die Welt und damit Toleranz kennenlernen.“

▶ www.succow-stiftung.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

Crowdfunding-Challenge mit Unterstützung

Fundraisingwissen für regionale Bildungsprojekte

„Sportlichen" Ehrgeiz mussten die Teilnehmer der ersten Primus-Challenge der „Stiftung Bildung und Gesellschaft" entwickeln. Nur wenige Wochen hatten sie Zeit, sich Fundraisingkenntnisse anzueignen, eine eigene Kampagne zu entwickeln und Geld zu sammeln. An ihrer Seite: Profis mit Rat und Tat.

Von UTE NITZSCHE

Gerade bei kleinen Projekten und Initiativen steht Fundraising nicht unbedingt ganz oben auf der Agenda. Um mehr finanzielle Mittel und Unterstützung zu bekommen, fehlen oft nicht nur Zeit und Personal, sondern auch das nötige Know-how. Das stellte auch die „Stiftung Bildung und Gesellschaft" fest, die mit dem „Primus-Preis" einmal im Monat regionale zivilgesellschaftliche Initiativen auszeichnet, die sich speziell um die Bildung von Kindern und Jugendlichen kümmern. Die Preisträger werden zu Netzwerktreffen und Workshops eingeladen. Von dort erhielt die Stiftung regelmäßig Rückmeldungen, dass das Thema Fundraising von großem Interesse sei.

Daraufhin entwickelte sie gemeinsam mit der Agentur „Social Value" die Primus-Challenge. Die Herausforderung für die 17 Teilnehmer bestand darin, selbst finanzielle Mittel zu generieren. Als zusätzlichen Anreiz gab die Stiftung für jeden eingeworbenen Euro 50 Cent dazu, und das bis zu einer Summe von maximal 1500 Euro. Die fünf erfolgreichsten Projekte erhielten zudem noch einmal zwischen 500 und 1500 Euro zusätzlich. Mit ins Boot geholt wurde auch die Spendenplattform „betterplace", auf der alle Projekte einzeln vorgestellt wurden.

Los ging es aber zunächst mit einem Crowdfunding-Workshop. Dort erhielten die Teilnehmer ein Handbuch zum Thema und wurden mit Fundraising-Grundlagen vertraut gemacht. Sie lernten, was Storytelling ist und wie man es einsetzen kann, welche Zielgruppen interessant sind und über welche Online- und Offline-Kanäle man diese am besten ansprechen kann. Am Ende des Workshops sollte schon eine erste Skizze für die eigene Kampagne stehen. Und dann wurde es ernst: Vom 19. November bis 14. Dezember lief die Challenge – am Ende standen insgesamt 36 647 Euro, verteilt auf 251 Einzelspenden. Wenn während der Kampagne Fragen auftauchten, konnten sich die Projekte jederzeit an die Agentur wenden. Sie half zum Beispiel bei der Korrektur von Texten oder beim Anlegen der betterplace-Profile.

Da bekanntlich viele Wege nach Rom führen, gingen die einzelnen Projekte teilweise ganz unterschiedlich an die Herausforderung heran und zeigten sich dabei sehr kreativ. So entschloss sich zum Beispiel die Berliner Jona-Stiftung, als zusätzliche Motivation eine Wette einzugehen. Ab einer Spendensumme von 2000 Euro sollte ein Stadtrat von Berlin-Spandau als Nikolaus verkleidet eine Kinderwohngruppe besuchen. Die Wette wurde gewonnen.

Ebenso wichtig wie der erfolgreiche Abschluss der Primus-Challenge ist natürlich auch der nachhaltige Effekt. So erhielten einige Projekte durch Berichte in der Lokalpresse zusätzliche Aufmerksamkeit. Und vor allem das neu gewonnene Fundraising-Wissen wollen die Projektverantwortlichen in Zukunft bei ihrer Arbeit einsetzen.

Soll die Primus-Challenge in eine zweite Runde gehen? Dafür sucht die Stiftung derzeit noch Partner, die die Kampagne mitfinanzieren. An interessierten Teilnehmern dürfte es ja nicht mangeln.

▶ www.stiftung-bildung-und-gesellschaft.de

Spendenportal *KD-onlineSpende*

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

Mehr Informationen unter: www.*KD-onlineSpende*.de
Ein Angebot Ihrer Bank für Kirche und Diakonie eG – *KD-BANK*
0231 58444-0 ▪ www.*KD-BANK*.de ▪ Info@*KD-BANK*.de
Gemeinsam handeln – Gutes bewirken.

KD-BANK
Bank für Kirche und Diakonie

Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Staffelübergabe bei der Bürger-Stiftung Hamburg

Im Rahmen ihres Neujahrsempfangs im Januar hat die Bürger-Stiftung Hamburg einen personellen Wechsel im Vorstand bekannt gegeben. Demzufolge schied die Vorsitzende **Birgit Schäfer** (links) nach mehr als acht Jahren turnusgemäß aus dem Gremium aus und übergab den Staffelstab an Dr. **Dagmar Entholt-Laudien**. Die Rechtsanwältin freut sich auf ihre neue Aufgabe: „Das Konzept der Bürger-Stiftung Hamburg begeistert mich. Die Stiftung hat seit ihrer Gründung viele verschiedene großartige Projekte initiiert und gefördert. Sie zeigt, dass sich bürgerschaftliches Engagement lohnt." Seit mehreren Jahren engagiert sich die Mutter dreier erwachsener Töchter bereits im Zonta-Club Hamburg-Elster.

Genervt von Monstern und Co?

Fundraising-Jobs gibt es hier:

In der Online-Stellenbörse des Fundraiser-Magazins finden Sie zielgenau Ihre neuen Mitarbeiter/innen oder auch Ihren neuen Traumjob in gemeinnützigen Einrichtungen. Dieser Service ist für alle kostenlos!

www.fundraising-jobs.de

Ein Service vom Fundraiser magazin
Fachlektüre, die Spaß macht

Von der dpa zur NGO

Susanne Alm-Hanke startet ab Mai als Projektkoordinatorin für die Hamburger NGO „LichtwarkSchule" und verlässt die Konzernkommunikation der dpa Deutsche Presse-Agentur/news aktuell. Die Kulturwissenschaftlerin verstärkt die wichtige Arbeit der Organisation, die keine Schule im herkömmlichen Sinne ist, sondern in die Schulen geht und stadtteilbezogen arbeitet. Kunst ist nach Alfred Lichtwark eine Schule des Sehens und ein Weg zur Bildung für alle.

FundraisingBox mit neuem CMO

Die Wikando GmbH verstärkt sich weiter und beruft zum Jahresanfang **Dominik Johnson** als Chief Marketing Officer in die neu geschaffene Position. Auf Augenhöhe mit den Gründern und zugleich Geschäftsführern wird er die Wahrnehmung der Wikando GmbH stärken, um das Fundraising durch digitale Transformation in die Köpfe zu tragen. Das Magazin „Werben & Verkaufen" hat ihn unter die „Top 100 Manager des Jahres" gewählt.

Leitung Fundraising bei der Roland Berger Stiftung

Seit September 2018 leitet **Tina Keeling** das Fundraising der Roland Berger Stiftung. Zuvor war sie fast sechs Jahre als Fundraising-Beraterin für die gemeinnützige Dienstleistungs- und Beratungseinrichtung IBPro in München tätig. Zudem war sie in der Vergangenheit Vorstandsmitglied des Fördervereins der Stiftung „Wings of Hope" Deutschland. Tina Keeling hat in Bochum, England und Zimbabwe studiert.

Führungswechsel in der Hospizium Leipzig GmbH

Bianca Bretschneider (links) hat nach vier Jahren Geschäftsführung im Hospiz „Advena" die Verantwortung an **Beate Müller** abgegeben. Beate Müller leitet zusätzlich das Palliativzentrum „Advena": „Ich möchte unsere Hospizarbeit und neue Projekte, wie die Trauerbegleitung für Kinder und Jugendliche, stärker in der Öffentlichkeit bekannt machen", erläutert die gelernte Kinderkrankenschwester, die bereits seit zehn Jahren im ambulanten und stationären Hospizbereich tätig ist.

DAFNE ernennt neuen Vorstand

Die Mitglieder des informellen Netzwerkes von Stiftungen und Donatoren in ganz Europa (DAFNE) haben auf ihrer Mitgliederversammlung im Januar in Dublin einen neuen Vorstand gewählt. Dieser besteht nun aus **Felix Oldenburg**, Generalsekretär des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen (Foto) als Vorsitzendem, als Vizepräsidentin Magdalena Pękacka, Geschäftsführerin des Polnischen Geberforums, als Schatzmeisterin Beate Eckhardt, Geschäftsführerin von SwissFoundations, und als Vorstandsmitglied Carola Carazzone, CEO von Assifero, Italien.

Expertise aus dem Stiftungssektor

Dr. **Anna Punke-Dresen** verstärkt die Schomerus – Beratung für gesellschaftliches Engagement GmbH. Sie ist seit mehr als zehn Jahren in unterschiedlichen Funktionen im gemeinnützigen Sektor und im Stiftungsbereich tätig. „Mit Frau Dr. Anna Punke-Dresen konnten wir eine ausgewiesene und langjährige Expertin aus dem Stiftungssektor für uns gewinnen", so Andreas Schiemenz, Strategieberater und Geschäftsführer bei Schomerus.

Platzeck setzt sich für berufliche Bildung und Demokratiebildung ein

Als Ministerpräsident von Brandenburg hat **Matthias Platzeck** dem Gesellschafterkreis der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) bereits bis 2013 angehört. Nun ist er auch Vorsitzender des Stiftungsrates. Er möchte sein Wirken bei der DKJS mit zwei Themen verbinden, die ihm besonders am Herzen liegen: „Berufliche Bildung und Demokratiebildung berühren zwei Kernbereiche unserer Gesellschaft und sind auch in ihrer Kombination von großer Wichtigkeit", so seine Worte. „Unsere Gesellschaft braucht Soziologen und Juristen, aber eben auch gut ausgebildete Klempner und Mechaniker." Er selbst sei bis heute froh, als Jugendlicher parallel zum Abitur solide praktische Fertigkeiten in der Betriebsmess-, Steuerungs- und Regelungstechnik erlernt zu haben.

Mehr „Köpfe & Karrieren" lesen Sie auf den nächsten Seiten ...

Oft sind es **Großspenden**, die für herausragende Vorhaben den entscheidenden Durchbruch ermöglichen. Allein in den letzten 20 Jahren unterstützte Brakeley weltweit 1.300 Kunden im Großspenden-Fundraising.

Wir helfen auch Ihnen, dieses Potenzial zu erschließen – mit unserer jahrzehntelangen Erfahrung im deutschsprachigen Raum und der kollektiven internationalen Erfahrung der Brakeley Group, die in das Jahr 1919 zurückreicht.

BRAKELEY
FUNDRAISING CONSULTANTS
1919 – 2019

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

Vorstandwechsel bei Opportunity International Deutschland

Anfang Februar ist **Anke Luckja** durch den Stiftungsrat zum Vorstand der gemeinnützigen Stiftung Opportunity International Deutschland bestellt worden. Anke Luckja ist bereits seit über zwölf Jahren in verschiedenen Funktionen für Opportunity International Deutschland tätig und leitete bis zu ihrer Benennung zum Vorstand die internationale Programmabteilung der Stiftung. Seit drei Jahren war sie zudem Mitglied der Geschäftsleitung. Anke Luckja übernimmt die Nachfolge von Mark Ankerstein, der als Geschäftsbereichsleiter zur Christoffel Blindenmission wechselt. Opportunity International Deutschland ist eine gemeinnützige, christlich motivierte Stiftung aus Köln, die im Bereich sozialer Mikrofinanz tätig ist. Sie wurde 1996 als Teil des Netzwerkes Opportunity International gegründet.

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

Berater Fundraising & Kommunikation

Andreas W. Quiring verstärkt die Agentur Zielgenau GmbH (Darmstadt) als Berater Fundraising und Kommunikation. Der erfahrene Kommunikationsprofi ist seit über 25 Jahren in der Branche tätig. In den letzten Jahren war er Direktor Kommunikation und Marketing am Territorialen Hauptquartier der Heilsarmee in Deutschland, Litauen und Polen. In seiner neuen Funktion berät Andreas Quiring gemeinnützige Organisationen im Aufbau systematischer Fundraisingstrategien, entwickelt integrierte Kommunikationskampagnen und begleitet sie bei der Umsetzung.

Aus „Geschenke der Hoffnung“ wurde Samaritan’s Purse

Im Rahmen eines Segnungsgottesdienstes hat das christliche Werk „Geschenke der Hoffnung“ seinen bisherigen geschäftsführenden Vorstand Bernd Gülker verabschiedet. Zugleich wurde seine Nachfolgerin **Sylke Busenbender** in ihr Amt eingeführt. Seit Januar hat der Verein auch einen neuen Namen: Aus „Geschenke der Hoffnung e. V.“ wurde nun „Samaritan’s Purse e. V. – Die barmherzigen Samariter“.

Neuer Botschafter für die Tafeln

Der TV-Moderator **Jörg Pilawa** engagiert sich ab diesem Jahr ehrenamtlich für die Tafeln. Als Botschafter unterstützt er die über 940 Tafeln in Deutschland. „Es beschämt mich, dass fast die Hälfte aller produzierten Lebensmittel in Deutschland auf dem Müll landet. Aber es ermutigt mich, dass 60 000 ehrenamtliche Helfer bei den Tafeln in Deutschland täglich ihren Beitrag für mehr Solidarität und Mitmenschlichkeit leisten. Gern unterstütze ich die Tafel Deutschland, damit noch mehr geholfen werden kann“, so Jörg Pilawa.

Neu im Stiftungsrat der McDonald's Kinderhilfe Stiftung

Dr. **Christoph Gehrig**, Finanzvorstand von McDonald's Deutschland, wurde in den Stiftungsrat der McDonald's Kinderhilfe berufen und folgt damit Marcus Almeling nach. Er ist seit Mai 2008 für McDonald's Deutschland tätig und war vor seiner Tätigkeit als Finanzvorstand als Senior Director Finance zuständig für die Bereiche Accounting, Controlling, Payroll und Tax. Künftig unterstützt er als neuer Stiftungsrat ehrenamtlich die McDonald's Kinderhilfe.

Bundesverdienstkreuz für Plan-Vorstand Dr. Werner Bauch

Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier hat Dr. **Werner Bauch**, Vorstandsvorsitzender von Plan International Deutschland e. V., für sein langjähriges soziales Engagement das Verdienstkreuz Erster Klasse des Verdienstordens der Bundesrepublik Deutschland verliehen. „Seit über drei Jahrzehnten engagiert sich Dr. Werner Bauch für Kinder und ihre Familien in Asien, Afrika und Lateinamerika – ideenreich, zupackend und beharrlich", sagte Hamburgs Sozialsenatorin Dr. Melanie Leonhard. „Als Vorstandsvorsitzender von Plan International Deutschland hat er großen Anteil am Erfolg der Kinderhilfsorganisation. Er besitzt die Gabe, Menschen für die Entwicklungszusammenarbeit und humanitäre Hilfe zu begeistern."

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 bitte an *koepfe@fundraiser-magazin.de*

vanacken
Fundraising

… eine tolle Chance!

Fundraising für Kleine und Große!

- Fundraising-Analysen
- die richtigen Neuspender finden und binden
- Hauslist-Spender entwickeln
- Ehemalige Spender reaktivieren
- Großspenden, Stiftungen, Unternehmen

Vereinbaren Sie ein kostenloses Gespräch zum Kennenlernen.

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: 02151/4400-0, Fax: 02151/4400-55
info@van-acken.de, www.van-acken.de

„Stifter helfen“ mit neuen Angeboten

Ab sofort ist das US-amerikanische Unternehmen Zoom neuer Partner von Stifter-helfen, dem IT-Portal der „Haus des Stiftens gGmbH“. Insgesamt engagieren sich über 80 Partner, die sich gemeinsam mit Haus des Stiftens mit Geld, Produkten oder Know-how für mehr Gemeinwohl einbringen. Über das IT-Portal bietet Zoom förderberechtigten Non-Profit-Organisationen in Deutschland, Österreich und der Schweiz 50 Prozent Ermäßigung auf Video- und Webkonferenzlösungen sowie virtuelle Webinar- und Konferenzräume. Mit Zoom-Meetings können sich Kollegen, Spender, Freiwillige und Mitglieder unabhängig vom Aufenthaltsort miteinander verbinden. Zoom-Meetings kombinieren Video- und Audiokonferenzen, einfache Online-Meetings und Group Messaging auf einer Plattform. Ein Meeting kann einen Gastgeber und bis zu 100 Teilnehmer haben. Die Meetings laufen auf Mobil- und Desktop-Geräten sowie in hardwaregestützten Konferenzräumen. Stifter-helfen.de bietet darüber hinaus noch viele weitere hilfreiche Tools mit Ermäßigungen für NGOs.

▶ www.hausdesstiftens.org

Kurzgefasst …

Quickmail bringt bald auch Pakete

Quickpac heißt der neue Paketzusteller der Quickmail AG, dem einzigen privaten Schweizer Briefdienstleister. Quickpac bietet Abendzustellung und Same Day Delivery zu erschwinglichen Preisen an und setzt für die Zustellung ausschließlich auf Elektrofahrzeuge. Im Mai 2019 soll die Paketzustellung in der Region Zürich und im Mittelland starten.

▶ www.quickpac.ch

„FondsFibel“ für Stiftungen & NPOs

Mit der „FondsFibel für Stiftungen & NPOs“ veröffentlicht die NPO-Experten-Plattform stiftungsmarktplatz.eu eine Publikation rund um die Fondsanlage. Die „FondsFibel für Stiftungen & NPOs“ ist konzipiert als Arbeitshilfe für die tägliche Praxis von Verantwortlichen in Stiftungen und NPOs und soll diese unterstützen, Fonds sachgerecht und fundiert analysieren, bewerten und einsetzen zu können.

▶ www.fondsfibel.de

Rektor des Jahres

Professor Dr. Lambert T. Koch, Rektor der Universität Wuppertal, erhält zum vierten Mal die Auszeichnung „Rektor/Präsident des Jahres“, die der Deutsche Hochschulverband (DHV) zum elften Mal vergibt. Mit dem von Santander Universitäten im Rahmen der Kooperation mit dem DHV gestifteten Preis würdigt die Berufsvertretung der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler eine vorbildliche Amtsführung. Der Preisträger wurde in einer Online-Umfrage ermittelt.

▶ www.hochschulverband.de

Studentin des Jahres

Wiebke Gehm wird vom Deutschen Hochschulverband (DHV) und dem Deutschen Studentenwerk (DSW) als „Studentin des Jahres“ ausgezeichnet. Die 24-jährige Studentin der Humanmedizin an der Universität Rostock ist Mitbegründerin und leitendes Mitglied der studentischen Initiative „TNA – Tommy nicht allein“, die schwer erkrankte Kinder in der Rostocker Kinderklinik ehrenamtlich betreut.

▶ www. studentenwerke.de

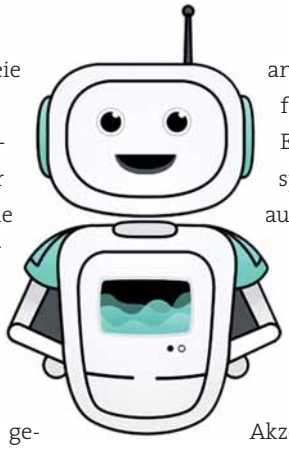
DEKRA-Geschäftsbericht ausgezeichnet

Der Geschäftsbericht 2017/18 des DEKRA e. V. mit dem Titel und Schwerpunkt „Vordenker für Vertrauen“ ist mit zwei renommierten Preisen ausgezeichnet worden: dem „iF Design Award 2019“ und dem „Gute Gestaltung Good Design 19“ des Deutschen Designer Club e. V.

▶ www.dekra.com

Spracherkennung für alle

Mozilla macht Datensatz menschlicher Stimmen unter „CCo“-Lizenz verfügbar



Mozilla, bekannt für den Firefox-Browser und das freie E-Mail-Programm Thunderbird, hat den bisher größten Datensatz menschlicher Stimmen für alle verfügbar gemacht. Mit dem Projekt „Common Voice“ entsteht der weltweit vielfältigste Sprachdatensatz, welcher für die Entwicklung von Sprachtechnologien optimiert ist. Er umfasst jetzt schon etwa 1400 Stunden Sprachdaten, die komplett von mehr als 42 000 Freiwilligen eingesprochen wurden.

Im Sommer 2017 hatte Mozilla mit dem Projekt begonnen, es basiert komplett auf Crowdsourcing. Das gemeinnützige Unternehmen Mozilla will damit vor allem Forschern, kleineren Herstellern und Crowdfunding-Projekten ohne Lizenzgebühren ermöglichen, eigene Spracherkennungssysteme zu entwickeln. Bisher war dies nur wenigen Tech-Großkonzernen wie Amazon, Apple oder Google möglich, da dafür eine große Anzahl an Daten erforderlich ist. Der Datensatz von Mozilla umfasst derzeit bereits 18 verschiedene Sprachen, darunter Englisch, Französisch, Deutsch und Mandarin, aber beispielsweise auch Walisisch. Weitere 70 Sprachen stehen auf der Common-Voice-Seite bereits in den Startlöchern.

Die von Mozilla gesammelten Daten stehen unter der „CCo“-Lizenz zur Verfügung. Das ist die freieste Variante der Creative-Commons-Lizenzen („No rights reserved“). Die Projekt-Teilnehmenden haben dabei freiwillig auch Metadaten wie Alter, Geschlecht und Akzent angegeben. „Der Common-Voice-Datensatz ist nicht nur aufgrund seiner Größe und seines Lizenzmodells einzigartig, sondern auch aufgrund der vielfältigen, globalen Gemeinschaft an Mitwirkenden, die ihre Stimme gespendet haben“, heißt es auf dem Mozilla-Blog.

▶ https://voice.mozilla.org

Bildnachweis: © sdecoret – stock.adobe.com

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

Lars Müllenhaupt
Digitales Marketing und Fundraising
Ich entwickle mit Ihnen eine digitale Marketing Strategie und unterstütze Sie bis in die operative Umsetzung.
- digital Strategie (Workshops + Beratung)
- Online-Kampagnen
- Google Ads (Grants + Paid)
- Social Media (FB + IG)
- Newsletter
- Analytics
- Webseiten
- datenbasiert

Mein Erfolg ist messbar. Vereinbaren Sie ein kostenloses Erstgespräch.

Jungstraße 4 · 10247 Berlin
Telefon: +49 (0)176 1001040
mail@lars-muellenhaupt.de
www.lars-muellenhaupt.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 270008310
Telefax: +49 (0)30 270008399
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

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

Ihr Dienstleister-Eintrag (Standard)
erscheint 1 Jahr lang im Dienstleisterverzeichnis unter
www.fundraising-dienstleister.de
und in 6 Ausgaben des gedruckten Magazins.
149, + MwSt.

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

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

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

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

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

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

Ihr Unternehmen fehlt hier noch? Gleich eintragen unter:

fundraising-dienstleister.de

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

SAZ Services GmbH
Sie suchen hier im Kleingedruckten nach einem erfahrenen Fundraising-Partner, der Ihre Anforderungen groß schreibt? Dann schonen Sie jetzt Ihre Augen und rufen Sie uns an. Wir sind Ihr Ansprechpartner wenn es um erfolgreiche Fundraising-Kampagnen geht:

- Neuspendergewinnung
- Spendenmailing
- Telefonische Spenderbetreuung (Lastschriften, Upgrades, Patenschaften, Bedankungen u. v. m.)
- Online-Fundraising
- Zielgruppen-Adressen
- Adress-Services
- Strategische Beratung, u. v. m.

SAZ, Fundraising das wirkt.

Gutenbergstraße 1 – 3 · 30823 Garbsen
Telefon: +49 (0)5137 88-1444
Telefax: +49 (0)5137 88-1110
fundraising@saz.com
www.saz.com

marketwing Gruppe
Mit fast 100 erfahrenen Fundraising-Experten für IT- und Database-Marketing, Strategie, Kreation und Realisation sind wir europaweit aktiv. Wir helfen NPOs, die Finanzierung Ihrer Projekte dauerhaft und systematisch sicherzustellen. Die Analyse der Ist-Situation, Chancen und Ziele bestimmen die Strategie. Ob Print-Kampagnen, Spenden-Mailings, Online- oder Telefon-Fundraising: Wir übernehmen Verantwortung für nachhaltigen Erfolg!

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 402-500
Telefax: +49 (0)5139 402-333
info@komserv-gmbh.de
www.komserv-gmbh.de

Sozialmarketing
Fundraising
Öffentlichkeitsarbeit

TEST DEUTSCHLANDS BESTE

Dienstleistungen im Bereich Fundraising seit 1984

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

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

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

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

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

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

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

Sie finden uns außerdem in Berlin und Hamburg.

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

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

GRÜN alpha GmbH
Fundraising / Kommunikation
GRÜN alpha ist die Fullservice-Agentur für Fundraising und Kommunikation. Wir sind Teil der GRÜN-Gruppe, bundesweit im Einsatz und arbeiten für viele NGOs, Stiftungen, Vereine und Verbände. Schwerpunkte sind strategische Beratung, Gewinnung und Bindung von Spendern, Online-Spendenverwaltung sowie alles rund ums klassische und digitale Fundraising.

Pascalstraße 6 · 52076 Aachen
Telefon: +49 (0)241 9278830
kontakt@gruenalpha.net
www.gruenalpha.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

GFS Fundraising Solutions GmbH
Data-Driven Fundraising
GFS ist die Fullservice-Agentur für Fundraising. Auf Basis Ihrer Spenderdaten entwickeln wir das perfekte Fundraising-Konzept zur Spendergewinnung und -bindung. Unser interdisziplinäres Team steht Ihnen dabei bei jeder Phase von Konzeption bis zu Umsetzung und Wirkungskontrolle zur Seite.
- Strategische Beratung
- Spenderdatenanalysen und -scorings
- Kampagnen und Direktmarketing
- Spenderdialog und -verwaltung
- Geldauflagenmarketing
- Fundraisingsoftware als SaaS: activeDONOR
- Limbic®

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

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

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

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

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

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

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

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

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

PLZ-BEREICH 6

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

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

faktor
Die Social Profit Agentur GmbH

Wir machen Ihre Marke stark und gewinnen für Ihre Organisation Spender, Besucher, Mitarbeiter, Mitglieder und Engagierte. Unser Know-how:

- Entwicklung von Kommunikations- und Fundraisingstrategien
- Re-Brandings
- Beratung & Coaching
- Online-Fundraising & Social Media
- Kunden-/Mitarbeiterzeitschriften
- Kampagnenentwicklung
- (E-)Mailings

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

Fundraising Akademie gGmbH

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

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

ENTERBRAIN Software AG

Neue Generation ENTERBRAIN 2.0

schneller · moderner · einfacher · sicher

Weitere Leistungen:
Rechenzentrum · Outsourcing
ASP-Lösungen und Consulting
www.enterbrain.ag

ENTERBRAIN Software AG
Software und Fundraising-Dienstleistungen aus einer Hand

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

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

Scharrer Social Marketing

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

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

Agentur Zielgenau GmbH

Die Agentur Zielgenau berät und begleitet Vereine, Stiftungen und gGmbHs im Nonprofit-Management, Marketing und Fundraising. Wir verbinden soziales und gesellschaftliches Handeln mit unternehmerischem Denken sowie innovativen Lösungen.

- Aufbau eines systematischen Fundraisings
- Planung und Realisierung von Capital-Campaigns
- Fundraising bei Bauprojekten
- Interims-Fundraising
- Beratung und Coaching im Fundraising

Profitieren Sie von unseren langjährigen Erfahrungen & Kenntnissen im Non-Profit-Bereich. Lassen Sie uns gemeinsam aufbrechen – für eine lebenswerte Gesellschaft.

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

GEMINI DIRECT marketing solutions GmbH

Leistungen für Ihr Fundraising:

- spendenaffine Zielgruppenadressen
- Spenderprofile zur Spendergewinnung, -rückgewinnung und -bindung
- Datenverarbeitung und -pflege
- Ermittlung passender Werbemedien
- Mailingproduktion und Fulfillment

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

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

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

panadress marketing intelligence GmbH

panadress gehört zu den führenden Dialogmarketing-Experten. Wir verfügen über ein breites Spektrum an mikrogeografischen Daten, Adressen, Channels sowie profundes analytisches Know-how. Damit optimieren wir für unsere Kunden Neuspendergewinnung, Spenderbindung und Spenderentwicklung.

Nymphenburger Straße 14 · 80335 München
Telefon: +49 (0)89 8908335-0
info@panadress.de
www.panadress.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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

mail alliance – mailworXs GmbH
Deutschlands großes alternatives Zustellnetzwerk. Versand bundesweit zu individuellen Konditionen. Alles aus einer Hand. Von der Einlieferung, Sortierung, Verteilung über die Zustellung bis zum Redressmanagement. Wir sind Ihr zuverlässiger Partner für den bundesweiten Versand Ihrer Mailings, Kataloge, Magazine und Tagespost.

Berner Straße 2 · 97084 Würzburg
Telefon: +49 (0)931 660574-224
Telefax: +49 (0)931 660574-11
info@mailalliance.net
www.mailalliance.net

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

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

Aus dem Fundraising-Alltag …

„Seit ich das 10er-Abo für mein Team habe, ist auch der Umlauf-Stress bei uns weg, und wir alle haben mehr Zeit zum Schmökern und zur Wissensanreicherung."
Katja Deckert
Leiterin Fundraising NABU, Berlin

Sei wie Katja und bestelle noch heute das praktische Orga-Abo* für dein Team!

www.abo.fundraiser-magazin.de

*Mehrere Fundraiser-Magazine (als Paket oder einzeln verpackt) für deine Organisation – pünktlich am Erscheinungstag und garantiert ohne Umlauf-Stress. Das alles zum günstigen Kombi-Preis. Eben Fachlektüre, die Spaß macht!

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

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

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

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

FundCom AG

Die FundCom AG in Zürich ist eine inhabergeführte Agentur, die sich auf die crossmediale Kommunikation und Werbung für zivilgesellschaftliche Themen und Anliegen spezialisiert hat. Wir unterstützen NPOs und Unternehmen in der (Fundraising-)Kommunikation und bei Werbekampagnen nach dem Motto: «better Com, more Funds». Wir beraten Sie gerne!

Neugasse 6 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 2710202
info@fundcom.ch
www.fundcom.ch

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

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

SoZmark Communication

Katja Prescher

Für den Erfolg Ihrer Kommunikation und Ihres Fundraisings im digitalen Zeitalter. Katja Prescher unterstützt Sie mit ganzheitlicher Beratung, Konzeption und Umsetzung. Sie verbindet intelligent die Vorteile der Online- und Offline-Welten mit Fokus auf:

- User Journeys
- Contentstrategie
- Marketing-Automation
- E-Mail-Marketing
- Social Media
- Text

Ottikerstrasse 55 · 8006 Zürich
Telefon: +41 (0)79 7848539
kontakt@sozmark.com
www.sozmark.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

ZHAW School of Management and Law

Zentrum für Kulturmanagement

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

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

BLICKLE & HÄFLIGER Directmarketing AG

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

NPOs vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen, dank unseres grossen 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

Sie suchen hier im Kleingedruckten nach einem erfahrenen Fundraising-Partner, der Ihre Anforderungen groß schreibt? Dann schonen Sie jetzt Ihre Augen und rufen Sie uns an. Wir sind Ihr Ansprechpartner wenn es um erfolgreiche Fundraising-Kampagnen geht:

- Neuspendergewinnung
- Spendenmailing
- Telefonische Spenderbetreuung (Lastschriften, Upgrades, Patenschaften, Bedankungen u. v. m.)
- Online-Fundraising
- Zielgruppen-Adressen
- Adress-Services
- Strategische Beratung, u. v. m.

SAZ, Fundraising das wirkt.

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

Selber lesen oder verschenken

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

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

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

Abonnement-Coupon: Druckfrisch im Briefkasten

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

www.abo.fundraiser-magazin.de

Hiermit bestelle ich das Fundraiser-Magazin für ein Jahr. Das Jahresabonnement mit Lieferung an eine Adresse in Deutschland kostet 40,00 € (inkl. 7 % MwSt.) im Jahr. (Ausland: 65,00 €). Ich erhalte 6 Ausgaben des Fundraiser-Magazins (erscheint 2-monatlich). Wenn ich bis spätestens 6 Wochen vor Ablauf des Bestellzeitraums nichts von mir hören lasse, verlängert sich mein Abonnement automatisch um ein weiteres Jahr.

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

.....
Organisation / Firma

.....
Abteilung / Bereich

.....
Anrede Titel

.....
Vorname Name

.....
Straße Hausnummer

.....
PLZ Ort

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

.....
Datum, Unterschrift

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

.....
Organisation / Firma

.....
Abteilung / Bereich

.....
Anrede Titel Vorname Name

.....
Straße Hausnummer

.....
PLZ Ort

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

.....
Datum, Unterschrift

„Freiwillige sagen, sie fühlen

Die Politikwissenschaftlerin Claudia Pinl beschäftigte sich lange unter anderem mit Genderthemen, bis sie sich vor gut zehn Jahren auch der Kritik ehrenamtlicher Arbeit und deren Entwicklung innerhalb des Wirtschaftssystems Deutschlands widmete. Im Gespräch mit unserem Redakteur Rico Stehfest erläutert sie, warum sich ihrer Meinung nach der Sozialstaat aus der Verantwortung zieht, welche Lücken dadurch entstehen und wie es wohl zu erklären sein mag, dass sie mit ihrer Meinung recht allein dazustehen scheint.

? Frau Pinl, bekleiden Sie ein Ehrenamt?

Oh ja. Zurzeit bin ich in der untersten Ebene der Kommunalpolitik tätig, als Mitglied einer der neun Kölner Bezirksvertretungen. Wir informieren und beraten den Stadtrat, in wenigen Fällen haben wir Entscheidungskompetenzen, zum Beispiel bei Straßennamen. Dafür erhalte ich wie die anderen 18 Mitglieder dieses Gremiums eine Aufwandsentschädigung.

? Sie haben sich bereits 2010 der Kritik des Ehrenamts zugewandt und damals das Buch „Ehrenamt: Neue Erfüllung – neue Karriere“ geschrieben, dann 2013 mit „Freiwillig zu Diensten“ diese Kritik weitergeführt, bis Sie schließlich vergangenes Jahr den nächsten Titel zu diesem Thema veröffentlicht haben. Was beschäftigt Sie so an diesem Thema?

Mit dem ersten Buch ging es mir ausschließlich um die „öffentlichen Ehrenämter“, als Schöffen, Stadträte, Feuerwehrleute oder Aufsichtsgremien der Sozialversicherungsträger. Das sind traditionelle Ehrenämter, die schon lange bestehen und gewisse Privilegien bieten: Aufwandsentschädigung, wie in meinem Fall, oder Freistellungsansprüche; Schöffen, beispielsweise, müssen vom Arbeitgeber für den Zeitraum einer Gerichtsverhandlung freigestellt werden. Ich wollte mit diesem Buch in erster Linie Frauen ermuntern, sich um solche Positionen zu bewerben. Aber auch damals schon hatte ich einen kleinen Passus eingebaut, in dem ich mich gegen die Ausnutzung der Ressource Engagement wende, die auf Bereiche ausgeweitet wird, die zur öffentlichen Daseinsvorsorge gehören. Das ist der Kern meiner Kritik.

? Sie nennen das auch „Scheinehrenamt“ und bezeichnen damit die aktuell praktizierten Formen des Ehrenamts, das Lücken füllt, die in Bereichen entstanden sind, aus denen sich der Sozialstaat offenbar zurückgezogen hat. Wie sähe Ihrer Meinung nach denn ein ideales Ehrenamt aus?

Meine Kritik ist sozusagen an zwei Achsen ausgerichtet. Zum einen inhaltlich: Ich finde es nicht legitim, dass in einem der reichsten Länder der Erde Ehrenamtliche Funktionen des Sozialstaates übernehmen.

Die zweite Achse ist die Zeitachse: Als 2015 große Mengen geflüchteter Menschen in Deutschland ankamen, waren die Behörden offenbar komplett mit der Situation überfordert, sodass damals Ehrenamtliche auf den Plan traten und die schlimmste Not gelindert haben. Eine solche Bereitschaft von Menschen, in der Not spontan zu helfen, finde ich für das Zusammenleben unerlässlich. Man darf diesen Menschen aber nicht sagen: „Ihr seid jetzt für die nächsten zehn Jahre dafür zuständig!“. Das Familienministerium hat in diesem Be-

sich ausgenutzt …“

reich große Programme gestartet, in denen sich Menschen auf Jahre verpflichten, sich zu engagieren. Dabei füllen sie Tätigkeiten aus, die beispielsweise eigentlich Aufgabe von Sozialarbeitern sind. Da setzt meine Kritik an.

? Ist es vielleicht in einem solchen Zusammenhang naiv, helfen zu wollen?

Naivität ist da ein gutes Stichwort. Ich finde es wichtig, dass sich die Menschen gut überlegen, was genau sie mit ihrem Engagement tun und wen oder was sie damit eventuell ersetzen. Es gibt viele Beispiele von Organisationen und Einrichtungen, die sich dessen bewusst sind, dass sie eine eigentlich öffentliche Aufgabe erfüllen. Viele wollen helfen, weil sie sehen, dass der Bedarf da ist. Die Frage ist doch aber: Warum ist der Bedarf da? Warum sind in unserem Land so viele Menschen arm?

? Sie streifen in Ihrem aktuellen Buch auch das Konzept des bedingungslosen Grundeinkommens, dem Sie skeptisch gegenüberstehen. In diesem Zusammenhang bemerken Sie, „der wirksamste Kitt für den gesellschaftlichen Zusammenhalt ist existenzsichernde Erwerbsarbeit“. Ist dem tatsächlich so?

In einer kapitalistischen Gesellschaft steht der Erwerb nun mal im Vordergrund. Erwerbsarbeit, so hart sie manchmal sein mag, hält auch Sinnerfüllung bereit. Arbeitslosigkeit ist für viele Menschen nicht nur materiell, sondern auch psychisch belastend. Soziologen und Politiker sind da im Prinzip einer Meinung. Ich sehe das auch in meinem persönlichen Umfeld, wenn Menschen meines Alters in Rente gehen und sich nach einem Ehrenamt umschauen, dann tun sie das auch als Ersatz für die Teilhabe am gesellschaftlichen Ganzen, die ihnen vorher die Erwerbsarbeit geboten hatte.

Das bedingungslose Grundeinkommen wäre „Hartz IV für alle“, hat es jemand, wie ich finde, mal korrekt auf den Punkt gebracht. Selbst bei den großzügigsten Berechnungen eines Grundeinkommens von 1500 Euro monatlich können Sie sich damit in einer Großstadt gerade mal eine Wohnung und das Essen leisten, sonst aber kaum etwas.

? Sie sind in Ihrem Buch mit Ihrer Kritik am Sozialstaat und der daraus entstandenen, wie Sie es nennen, „Ehrenamtsökonomie“ recht offen. Welche Reaktionen haben Sie bislang auf Ihr Buch erhalten?

Die Reaktionen sind sehr verhalten. Ich scheine da mit meiner Kritik etwas aus der Zeit gefallen. Anscheinend gehört es schon recht lange zum gesellschaftlichen Grundkonsens, dass es ohne Freiwilligenarbeit nicht geht. Neben mir gibt es nur sehr wenige Kritiker, die sich diesem Thema widmen.

Vielleicht bin ich auch zu spät dran in der Debatte. Die neoliberale Umgestaltung der Gesellschaft ging ja bereits in den achtziger Jahren des vorigen Jahrhunderts von den USA aus. Deutschland hat da vor allem um die Jahrtausendwende nachgezogen. Dank der Regierung Schröder haben wir seither einen Niedriglohnsektor, eine wachsende Zahl von Armen und Abgehängten, das Ende des sozialen Wohnungsbaus, eine unterfinanzierte Pflegeversicherung, um nur einige Bereiche zu nennen, die ständig Freiwilligenarbeit einfordern.

Die aktuellen Formen des Ehrenamts in Altenheimen, bei der Obdachlosenarbeit oder in Flüchtlingsunterkünften gelten inzwischen als selbstverständlich. Wenn ich dann mit meiner Kritik ankomme, sagt mir ein Bürgermeister einer Kleinstadt zum Beispiel: „Machen Sie mir bloß nicht die Flüchtlingshilfe kaputt!“

? Und perspektivisch? Was für eine Entwicklung sehen Sie?

Die Reichen werden reicher, die Armen ärmer. Selbst der IWF warnt schon, dass die Konsumkraft der breiten Masse abnimmt und damit das Wirtschaftswachstum schädigt. Und der Staat kann seine Umverteilungsfunktion nicht mehr einlösen. Deshalb wird ja eben individuelles Engagement so stark gefördert. Die Reichen spenden Geld. Die nicht so Reichen gehen ins Altenheim und entlasten die Fachkräfte mit deren minutengenauen Vorgaben für Pflegeaufwendungen. Die Beziehungsarbeit wird auf die Ehrenamtlichen abgeschoben. Zwar versucht da die SPD gerade, etwas gegenzusteuern, aber das scheint vielen illegitim oder einfach nicht so wichtig.

? Es scheint also kaum einen Ausweg aus dem Dilemma zu geben?

Es gibt wohl erste Widerstandsüberlegungen bei Freiwilligen. Da fragt man sich schon, ob es auf Dauer sinnvoll sei, den Ausputzer für politische Fehlsteuerungen zu machen. In Berlin gab es 2016 eine Demo, nach der es zur Gründung einer Freiwilligengewerkschaft (Gefa) kam. Allerdings habe ich von denen seither nichts mehr gehört.

Ich selbst habe es auch schon auf Veranstaltungen erlebt, dass Freiwillige sagen, dass sie sich ausgenutzt fühlen und sich fragen, was sich ändern muss, damit nicht Aufgaben auf sie abgewälzt werden, die Teil der öffentlichen Daseinsvorsorge sind. Als die Betreiber der Essener Tafel im vergangenen Jahr beschlossen, vorübergehend keine alleinstehenden männlichen Ausländer mehr als Kunden aufzunehmen, weil sich andere Kundinnen über deren Verhalten beklagt hatten, gab es heftige Kritik, auch vonseiten der Politik, die die Tafeln mit dem meines Erachtens richtigen Argument konterten, es müsse Aufgabe der Sozialpolitik sein, für die Befriedigung elementarer Bedürfnisse wie Nahrung zu sorgen, statt Freiwillige zu kritisieren, die diese Aufgabe aus einer Notsituation heraus übernommen haben. ◘

Claudia Pinls Buch „Ein Cappuccino für die Armen. Kritik der Spenden- und Ehrenamtsökonomie“ ist 2018 im PapyRossa Verlag erschienen.
ISBN: 978-3-89438-677-1.
[D] 12,90 €, [A] 13,30 €, CHF 17,95.

10 Jahre «SwissFundraisingDay»

von der Fachtagung zum Schweizer Treffpunkt der Fundraising-Szene

Vor einem Jahrzehnt fand erstmals der SwissFundraisingDay in Bern statt, der damals die Frühlings- und Herbsttagungen von Swissfundraising ablöste. Mit ihren spannenden Programmpunkten, kompetenten Referentinnen und Referenten und nicht zuletzt dank der tollen Netzwerkmöglichkeiten hat sich die grösste Fundraisingtagung in der Schweiz als wichtigstes, nationales Branchentreffen in der Fundraising-Szene etabliert.

Von MARIO TINNER (Text)
und ALEX PREOBRAJENSKI (Fotos)

«Der SwissFundraisingDay gehört in die Agenda eines jeden Fundraisers in der Schweiz», ist Marc Wilmes, Fundraiser und geschäftsführender Partner bei Erwin R. Müller und Partnerinnen AG, überzeugt. Schliesslich biete der Anlass eine komprimierte Übersicht an Trends, Innovationen und Entwicklungen im Fundraising und diene als Austauschplattform. Dem stimmt auch Christine Bill, Head of Data und Product Manager Public Fundraising bei Helvetas, zu: «Unter dem Jahr bleibt (leider) immer viel zu wenig Zeit für den Austausch». Die Swissfundraising Award-Preisträgerin von 2017 betitelt die Tagung gar als «der Netzwerkanlass für FundraiserInnen in der Schweiz». Sie begrüsse aber dennoch eine Anpassung des Tagungsformats mit noch stärker forcierter Interaktion.

Ein must-go

Die gute Mischung aus theoretisch fundierten Fachvorträgen und praxisnahen Workshops scheint zu überzeugen: Die Tagung lockt jedes Jahr zahlreiche FundraiserInnen wie DienstleisterInnen und Interessierte nach Bern, die sich hier neue

Inputs holen, Diskussionen führen und das Netzwerk pflegen. Seit der ersten Ausgabe des SwissFundraisingDay im Jahr 2009 hat sich die Zahl der Teilnehmenden von etwa 200 auf knapp 300 erhöht.

Seit 2014 wird im Anschluss an den SwissFundraisingDay der Swissfundraising Award verliehen, ein Preis für die Fundraising-Aktion sowie Fundraising-Innovation des Jahres. Regula Muralt gewann 2018 für die Multiple Sklerose (MS)-Gesellschaft in der Kategorie «Fundraising-Innovation des Jahres». Sie ist jeweils am SwissFundraisingDay mit von der Partie, «weil ich hören möchte, was sich in der Branche tut und ich mich gerne mit anderen austausche». Sie ist überzeugt, dass ein solcher Leuchtturm-Anlass für die Branche insgesamt wichtig sei. Deborah Berra, Geschäftsführerin der Kindernothilfe Schweiz, findet es spannend, mehr über Fundraising-Ideen oder -Aktionen zu hören. Wichtig sei ausserdem, «sich selbst auch einmal etwas zu feiern».

Aufgefrischtes Tagungskonzept

Genau 10 Jahre nach der ersten Durchführung stellt Swissfundraising für die elfte Ausgabe des SwissFundraisingDay ein überarbeitetes Tagungsformat vor, das auf den Stärken des bisherigen Konzepts aufbaut und neue Elemente aufnimmt: So wird es neue Diskussionsformen, ein Mentorship-Programm für erstmals Teilnehmende geben sowie eine Stipendienvergabe für Interessierte, die sich die Tagungskosten nicht leisten können. Am Vortag und am Tag nach dem SwissFundraisingDay werden je zwei Seminare resp. Masterclasses angeboten. Ausserdem findet am Vorabend der Konferenz ein Expertentalk für BR-Mitglieder (Mitglieder, die im Berufsregister eingetragen sind) statt mit anschliessendem Nachtessen. Als Expertin dafür eingeladen wurde Penelope Burk (vgl. Kasten), die am Folgetag als Key Note-Referentin auftreten wird.

Für das neue Konzept verantwortlich ist die Arbeitsgruppe «SwissFundraisingDay», der Julie Berthoud-Jury von Médecins Sans Frontières, Leticia Labaronne von der ZHAW, Marc-André Pradervand von der Stiftung Synapsis – Alzheimer Forschung Schweiz AFS, Roger Tinner als Geschäftsleiter von Swissfundraising sowie die Swissfundraising-Vorstandsmitglieder Sibylle Spengler, Felizitas Dunekamp und Susanne Rudolf angehören. Die Mission des SwissFundraisingDay ist und bleibt aber seit 10 Jahren dieselbe: Ein Horizont erweiternder und inspirierender Leuchtturm-Anlass, der FundraiserInnen zusammenbringt und das Fundraising in der Schweiz weiterbringt.

Das Programm des SwissFundraisingDay 2019 wird noch im März auf folgender Website veröffentlicht:
▶ https://swissfundraisingday.ch

Penelope Burk: Eine Koryphäe auf dem Gebiet des Donor Centered Fundraising

Penelope Burk, die sich weltweit einen Namen insbesondere im Themenfeld «Donor Centricity» gemacht hat, tritt als Key Note-Referentin am SwissFundraisingDay 2019 auf. Sie ist die Autorin des Bestsellers «Donor Centered Fundraising» und seit über 45 Jahren im Not-For-Profit-Sektor tätig. Mit ihrem Unternehmen, Cygnus Applied Research, hat sie Befragungen und Studien mit mehr als einer Viertelmillion Spendenden durchgeführt.

Am Tag nach dem SwissFundraisingDay 2019 bietet Penelope Burk auch eine Masterclass zu einem ihrer Kernthemen an. Mehr dazu im Eventprogramm auf swissfundraising.org.

Mehr Informationen zu Penelope Burk gibt es unter
▶ https://cygresearch.com.

Der passende Rahmen

Erfolgreiche Zielgruppenansprache durch Content-Strategie & Storytelling

Die Informationsflut steigt, und wir werden mit Werbebotschaften überhäuft. Vor diesem Hintergrund wird es für werbetreibende Institutionen zunehmend schwieriger, sich bei relevanten Zielgruppen Gehör zu verschaffen. Werbebotschaften sind überall, aber nur Emotionen überleben. Digitales Marketing muss in dieser Informationsflut an Relevanz gewinnen.

Von SABINE WAGNER-SCHÄFER

Eine maßgeschneiderte Content-Strategie ist der Kern, um die eigene Zielgruppe zu erreichen. Eine Content-Strategie definiert die optimalen Inhalte passend zu den Bedürfnissen der eigenen Zielgruppen. So werden vorhandene Inhalte gezielter eingesetzt, Zielgruppen passend zu Zielen (z. B. Spenden) angesprochen.

Entwicklung einer Content-Strategie

Content-Marketing ist ein strategisches Instrument, um sich mit relevanten Inhalten an den Touchpoints der Zielgruppe zu orientieren und Einfluss auf die User Journey zu nehmen. Ganz simpel formuliert: Die intensive Beschäftigung mit den eigenen Zielgruppen, ihren emotionalen und funktionalen Bedürfnissen sowie deren Verhalten und Zielen führt über verschiedene Schritte zum optimalen Content.

Analyse & Auswertung

Nur durch eine genaue Analyse und Auswertung können Sie die richtige Strategie entwickeln. Dabei ist es empfehlenswert, sich mit allen beteiligten Bereichen zusammenzusetzen und relevante Themen wie die Ziele der Organisation, die eigene Positionierung, Haltung und vorhandene Analysen zu prüfen und die Erkenntnisse zusammenzutragen. Einer der wichtigsten Punkte ist dabei die Zielgruppenanalyse. Erst wenn diese erfolgt ist, kann bedarfsgerechter Content für die Zielgruppe entwickelt werden. Für die Zielgruppenanalyse dienen ausschließlich Fakten, wie Statistiken, Umfragen oder Interviews mit der jeweiligen Zielgruppe. Sie können Bestandsspender befragen oder Beiträge in Social Media und Google Analytics auswerten.

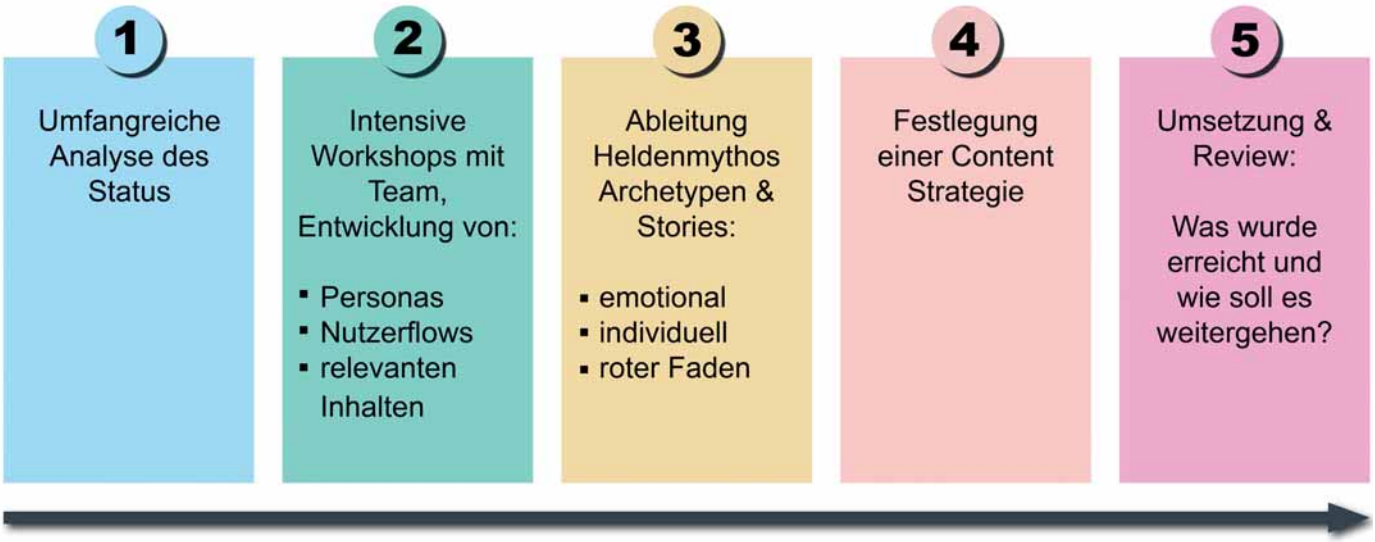
Entwicklung von Personas & Nutzerflows

Aus gesammelten Informationen werden in Workshops Personas, Nutzerflows sowie relevanter Content entwickelt. Personas sind fiktive Personen, die typische Zielgruppen einer Organisation darstellen (z.B. Einzelspender oder Journalisten). Für die Personas werden unterschiedliche Eigenschaften erarbeitet, um anhand der verschiedenen Stereotype ein detaillierteres Bild der Zielgruppen zu erlangen.

Personas helfen, sich in die Zielgruppe hineinzuversetzen und immer wieder deren Perspektive einzunehmen. In Kreativphasen ermöglicht dies, die Bedürfnisse aus Zielgruppensicht zu finden und so Inhalte und Werbebotschaften passend zu formulieren.

Ableitung von Helden & Storytelling

Personas sind die Basis für guten Content und Storytelling. Um die Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu erlangen, sind faszinieren-



de Geschichten wichtig. Gutes Storytelling ist authentisch und berührend. Jede Organisation hat ihre Helden, die durch ihre Geschichten darstellen, wofür die Organisation emotional und faktisch steht.

So hat beispielweise die DLRG eine Content-Strategie entwickelt und kann von ersten Erfolgen berichten. Imke Philipp, zuständig für das Online-Fundraising, sagt: „Die Leistung unserer ehrenamtlichen Retter ist großartig und sie sind echte Helden! Genau diese Helden und ihre Geschichten wollen wir zukünftig authentisch präsentieren. Vor Kurzem haben wir zwei Hundeführerinnen mit ihren Rettungshunden im Rahmen einer Kampagne ihre Geschichten erzählen lassen. Die Resonanz war enorm – ein voller Erfolg!“

Festlegung der Content-Strategie

Jetzt folgt die Formulierung der Content-Strategie, die alle erarbeiteten Inhalte in einem Strategy Paper zusammenfasst: die Personas und Ziele der Organisation, die Nutzerflows und die relevanten Inhalte, die Helden und Stories, die Tonalität und die Dramaturgie der Stories sowie Beispiele. Die entstandene Content-Strategie liefert auch den Rahmen, vorhandene Inhalte an der richtigen Stelle zu kürzen oder gar zu streichen und durch relevanteren Content zu ersetzen. Die Strategie sichert ab, dass die gesetzten Ziele und eine erfolgreichere Kommunikation mit dem vorhandenen Content erreicht werden.

Alles nichts ohne Review

Die Content-Strategie ist der Rahmen für nachhaltige, erfolgreiche Kommunikation. Ab jetzt steht die Persona im Mittelpunkt jeglicher Kampagnen und Botschaften. Durch fortlaufende Tests wachsen die Erkenntnisse. Dabei sind regelmäßige Analysesitzungen wichtig, für eine noch bessere und gezieltere Kommunikation.

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

Face to Face: Der Ton macht die Musik

Qualitätsinitiativen sichern Standards bei Fördererwerbung

Spendenwerbung im öffentlichen Raum und an der Haustür hat in den vergangenen Jahren an Bedeutung gewonnen. Insbesondere in der Neuspenderansprache ist die Methode aus dem Fundraising-mix vieler Organisationen nicht mehr wegzudenken. Initiativen, wie die Qualitätsinitiative Fördererwerbung in Österreich, orientieren sich an Standards.

Von PETER STEINMAYER

Jährlich werden in Österreich über die Förderwerbung auf öffentlichen Plätzen und an der Haustür mehr als 100 000 Unterstützer für gemeinnützige Projekte gewonnen. Etwa 80 Prozent von ihnen werden in Folge langfristige Spender und bleiben den Organisationen mehrere Jahre treu. Damit zählt Face-to-Face- und Door-to-Door-Fundraising nach wie vor zu den wichtigsten Standbeinen gemeinnütziger Organisationen.

Neben der klassischen Spende über Erlagschein ist bei den 60 Prozent der Österreicher, die spenden, die direkte Unterstützung oder Unterstützungserklärung aus dem Gespräch mit einer Fundraiserin oder einem Fundraiser heraus durchaus beliebt. Während der Erlagschein in Österreich 2018 mit 21 Prozent Zustimmung weiterhin die beliebteste Spendenform war, spendeten beispielsweise 16 Prozent der Österreicher bei Haussammlungen. Insgesamt hat sich die Zahl der Spender, die regelmäßig und systematisch – etwa als Fördermitglieder – spenden, in Österreich seit 2000 von 11 auf 21 Prozent beinahe verdoppelt. Die Beliebtheit dieser Form der Unterstützung belegen auch Umfragen zur Zufriedenheit der Fördermitglieder über die Ansprache im öffentlichen Raum, ebenso wie die geringe Beschwerdequote. Viele Menschen schätzen auch die Möglichkeit, in diesem Rahmen mit NGOs und deren Vertretern persönlich ins Gespräch zu kommen, direkte Informationen über gemeinnützige Projekte zu erhalten und unmittelbar Fragen stellen zu können.

Rechtlicher Hintergrund

Aus rechtlicher Sicht besteht in Österreich ein wesentlicher Unterschied, ob Organisationen Bargeld sammeln oder für Fördermitgliedschaften werben. So wird das Sammeln von Bargeld in allen österreichischen Bundesländern gesetzlich in den Sammlungsrechten geregelt und ist bewilligungspflichtig. Bei der Mitgliederwerbung im öffentlichen Raum und an der Haustür verhält es sich anders. Diese unterliegt dem bundesweiten Vereinsrecht. Außerdem kommen die ausführlichen Widerrufsrechte der Konsumentenschutzgesetze zur Geltung.

Qualitätssicherung des F2F-Fundraisings

Um zu garantieren, dass Förderwerbung gegenüber Passanten qualitätsvoll, professionell und respektvoll durchgeführt wird, hat der Fundraising Verband Austria gemeinsam mit zahlreichen namhaften NPOs 2010 die „Qualitätsinitiative Fördererwerbung" ins Leben gerufen. Die Initiative setzt Maßstäbe für eine nachhaltig qualitätsvolle Mitgliederwerbung im Interesse der NGOs, der Bürgerinnen und Bürger und der Gesellschaft. Die NGOs, die sich dem umfangreichen Regelwerk unterwerfen, wollen sich bewusst von jeglicher

unprofessioneller Straßenwerbung durch einheitlich hohe Qualitätsstandards abgrenzen. Durch die Initiative wurden in den vergangenen Jahren Standards geschaffen, die die Fördererwerbung in einer qualitätsvollen und professionellen Weise sicherstellen. Dazu zählt auch die laufende Weiterentwicklung, Kontrolle und Evaluation. Ebenfalls sorgt die Initiative für eine Koordination der Standplätze, um Ballungen bei der Fördererwerbung im städtischen Raum vorzubeugen.

„Mystery Shopping"

Zur Qualitätssicherung führte die Initiative unter anderem „Mystery Shopping" in ganz Österreich durch. Anhand eines standardisierten Leitfadens prüften unabhängige Tester dabei, wie sehr die Organisationen die Qualitätsstandards einhielten. Die Ergebnisse belegten das hohe Niveau der Mitgliederwerbung. Zudem steht eine eigens geschaffene Ombudsstelle für mögliche Probleme oder Fragen bereit.

Das Recruiting und Gewinnen von genügend neuen Mitarbeitern ist im Bereich des Förderer-Fundraisings mittlerweile eine der wesentlichsten Herausforderungen, die oft über Erfolg und Misserfolg entscheidet. Aus diesem Grund legt die Qualitätsinitiative seit einem Jahr auch einen Schwerpunkt auf die Imageverbesserung des Berufsbildes der Fundraiser. Dazu wird in der Öffentlichkeitsarbeit nicht nur über qualitätsvolle Fördererwerbung kommuniziert, sondern auch über das Jobprofil der Mitarbeiter. Derzeit wird außerdem eine begleitende Ausbildung mit Zertifikat für Fördererwerber entwickelt.

Qualitätsinitiativen weltweit

Qualitätsinitiativen stellen weltweit das Niveau von Fördererwerbung im Austausch mit Bürgern, Behörden und anderen Stakeholdern auf der einen Seite sicher und heben dieses auf der anderen Seite. Neben Österreich und Deutschland gibt es unter anderem Initiativen in Frankreich, Großbritannien, Australien und Hongkong. Derzeit wird im Austausch ein internationaler Qualitätsstandard entwickelt.

Peter Steinmayer leitet den Bereich Pressearbeit, Partner- und Memberrelations beim Fundraising Verband Austria. Seit fast zwei Jahrzehnten ist er in der Kommunikationsbranche unter anderem als Journalist, selbstständiger PR-Berater und Kommunikationsleiter diverser NGOs tätig.

▶ **www.qualitaetsinitiative.at** ▶ **www.qish.de**

Nutzen Sie die Macht Ihrer Daten

Daten helfen dabei, Ihre Zielgruppe zu verstehen. Und nur so werden Sie und Ihre Themen relevant!

Data-Driven Fundraising ermöglicht es, mit den Spendern an der richtigen Stelle der Donor-Journey zu interagieren.

- Spenderdatenanalysen geben Ihnen einen genauen Überblick über Ihre Spender und deren Spenderverhalten.
- Entdecken Sie mit dem GFS-exklusiven Wertescoring die wahren Potenziale Ihrer Spender.
- Mithilfe von Limbic® analysieren wir die Motive und Werte Ihrer Spender.

Die GFS hilft Ihnen dabei, die richtige Botschaft auf dem richtigen Kanal zu senden. Hochindividualisiert online und Print

GFS ist der kompetente Partner für Ihre Fundraisingfragen – von der Strategie-Entwicklung bis zur Umsetzung bekommen Sie alles aus einer Hand.

GFS DATA-DRIVEN FUNDRAISING

GFS Fundraising Solutions GmbH
Linzer Straße 21
53604 Bad Honnef
Tel. +49 2224 918 250

www.gfs.de

GFS ist offizieller Limbic® Partner der Nymphenburg Consult AG.

Foto: © g-stockstudio / shutterstock

DATA-DRIVEN FUNDRAISING

Das boomende Spendenprodukt?

Ergebnisse einer Studie zu digitalen Anlass-Spenden

Digitale Anlass-Spenden, Online-Spendenaktionen, spielen in den USA und in Großbritannien bereits eine weitaus größere Rolle als in Deutschland. Ziel der im Sommer 2018 durchgeführten Studie war es, eine Bestandsaufnahme bezüglich der Verbreitung und Nutzung von digitalen Anlass-Spenden im deutschsprachigen Raum zu generieren. Hierzu wurden 173 Fundraiser aus Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt, die für unterschiedlich große gemeinwohlorientiere Organisationen tätig sind.

Von SONJA HARKEN

Wie wir es von anderen Entwicklungen im Online-Fundraising schon kennen, kommen die digitalen Anlassspenden erst langsam bei uns an. Die Hälfte der befragten Organisationen nutzt sie – und obwohl es diese Aktionen schon deutlich länger gibt, haben die meisten sie erst 2015 oder später eingeführt. Viele der befragten Organisationen behandeln das Spendenprodukt zudem eher stiefmütterlich. Lediglich 37 Prozent von ihnen haben ein Konzept für die Umsetzung erarbeitet, und bei über der Hälfte gibt es keine zuständige Person für die Bearbeitung. Doch eine systematische Herangehensweise steigert die Erfolgsaussichten: Die Ergebnisse zeigen, dass für die Organisationen, die ein Umsetzungs-Konzept haben, mehr Aktionen gestartet werden.

Es scheint, als seien viele Fundraiser skeptisch, was das Verhältnis von Aufwand und Ertrag in Bezug auf Online-Spendenaktionen betrifft. Wo liegen also die Potenziale des Spendenprodukts? Tatsächlich ist der monetäre Ertrag von Online-Spendenaktionen oftmals vergleichsweise gering. Gerade bei größeren Organisationen ist der Anteil des Spendenvolumens aus Online-Spendenaktionen am Gesamtspendenvolumen recht klein. Doch insbesondere für kleinere Organisationen kann das Spendenprodukt eine durchaus lukrative Einnahmequelle darstellen.

Kostenlose Generierung von Erstspendern

Eines der größten Potenziale (für Organisationen jeglicher Größe) liegt in der Bindung der Aktionsspender, also derjenigen, die für eine Spendenaktion spenden. Jede gestartete Aktion generiert quasi kostenlos Erstspender, schließlich wird die Akquise vom Initiator der Aktion übernommen. Hier liegt eine große Chance, denn mit der Bitte um Unterstützung einer bestimmten Organisation spricht der Initiator eine Empfehlung an Freunde und Bekannte aus.

Somit handelt es sich um die wohl authentischste und vertrauenswürdigste Werbung. In der Tat sind Menschen, die eine Online-Spendenaktion unterstützen, eher bereit, erneut für eine Organisation zu geben als andere Erstspender. Ein Kaltadress-Mailing erreicht in Deutschland eine Responsequote von circa einem Prozent; bei Offline-Anlassspenden liegt die Zweitspenderquote bei schätzungsweise drei bis fünf Prozent. Die befragten Organisationen erreichen eine Zweitspenderquote der Aktionsspender von durchschnittlich 13,8 Prozent. Es liegt an den Organisationen, dieses Potenzial zu nutzen und Aktionsspender systematisch zu binden – aktuell tun dies zu wenige. Dabei ist ein eigenes Bindungskonzept für Aktionsspender schnell erstellt und zudem einfach umsetzbar.

Doch wer sind die bindungsbereiten Aktionsspender und die Initiatoren, die uns weiterempfehlen? Die befragten Fundraiser sehen vor allem Babyboomer und Generation X als relevante Zielgruppe. Doch gerade die jüngeren Millennials sind eine bedeutsame Target Group. Sie sind Digital Natives und somit offen für digitale Spendenprodukte. Die Millennials sind meist (noch) nicht so finanzstark und geben als Einzelne keine großen Summen, aber sie sind digital vernetzt und können sich zusammenschließen, um gemeinsam etwas für eine gute Sache zu tun – zum Beispiel mit Online-Spendenaktionen.

Insgesamt ist der angloamerikanische Boom von Online-Spendenaktionen noch nicht bei uns angekommen. Doch die digitalen Anlassspenden sind Teil des wachsenden Online-Spendenmarktes, welcher in ein paar Jahren richtig an Fahrt gewinnen wird und an den wir den Anschluss nicht verpassen sollten. Insbesondere die Kraft von Social Media sollten wir dabei nicht unterschätzen. Facebook ermöglicht in einigen europäischen Ländern seit Herbst 2017 Spendenaktionen. Noch setzen die meisten Organisationen auf ihre eigene Website, um Online-Spendenaktionen anzubieten, doch erste Erkenntnisse zu Spendenaktionen auf Facebook legen nahe, dass sich das soziale Netzwerk zu einem der wichtigsten Vertriebskanäle für digitale Anlassspenden entwickeln wird.

Sonja Harken hat Pädagogik und Management an der Technischen Hochschule Köln studiert. Seit 2018 ist sie als Fundraiserin für die Diakonie Michaelshoven tätig. Dort betreut sie Privat- und Unternehmensspenden. Im Rahmen ihrer Masterthesis, die sie bei Prof. Dr. Michael Urselmann geschrieben hat, hat sie Online-Spendenaktionen im DACH-Raum erforscht.
▶ **www.diakonie-michaelshoven.de**

Die kreativen Denker von morgen

Wie werden wir in Zukunft arbeiten – und sind wir dafür überhaupt schon bereit?

„Angestellte heißen so, weil man sie morgens anstellt und abends wieder abstellt und dazwischen aufpasst, dass sie nichts anstellen." Das ist ein Zitat aus dem Film „Die stille Revolution". Die Menschen der Zukunft werden freier, kreativer – anders – arbeiten als wir heute. Doch neues Arbeiten erfordert neues Lernen! Ein Plädoyer für die Förderung von Kreativität und Technologie im Bildungssystem.

Von MARTIN MEUSBURGER

Um die kreativen Denker von morgen auszubilden, sind bereits viele Initiativen in der Entstehung. Beispielsweise hat die Europäische Kommission kürzlich ein neues Instrument namens SELFIE für die Selbstreflexion über effektives Lernen durch die Förderung innovativer Bildungstechnologien eingeführt. Ein guter Start ist also gemacht, aber wir alle sollten weiter aktiv einfordern, dass die Vision von kreativen Denkern der Zukunft unbedingt Realität wird, denn Technologie ist bei Weitem keine Bedrohung, sondern eine enorme Ressource.

Genervt von Monstern und Co?

Fundraising-Jobs gibt es hier:

In der Online-Stellenbörse des Fundraiser-Magazins finden Sie zielgenau Ihre neuen Mitarbeiter/innen oder auch Ihren neuen Traumjob in gemeinnützigen Einrichtungen. Dieser Service ist für alle kostenlos!

www.fundraising-jobs.de

Ein Service vom Fundraiser magazin
Fachlektüre, die Spaß macht

Aus meiner Sicht sind die heutigen Bildungsprogramme in erster Linie noch darauf ausgerichtet, den Anforderungen einer teilweise bereits vergangenen Gesellschaft gerecht werden zu können. Ich wage die These, dass das auf lange Sicht in eine Sackgasse führt, denn mit der Automatisierung von Aufgaben durch Technologien und künstliche Intelligenz werden – so prognostizieren renommierte Beratungsunternehmen – 15 bis 47 Prozent der heutigen Arbeitsplätze bis zum Jahr 2030 wegfallen. Umso dringender braucht es Menschen, die sich diesen komplexen Problemstellungen widmen und neue Lösungen finden können.

Aufgrund dieser Tatsache ist es dringend notwendig, die jetzige Grundlage für den Aufbau des nötigen Wissens für die Zukunft in Frage zu stellen. Wir müssen angesichts der großen technologischen Umbrüche unser Verhältnis zum Lernen und zur Arbeit neu erfinden. 84 Prozent der deutschen Bundesbürger ab 16 Jahren geben an, dass digitale Kompetenzen im Schulunterricht einen höheren Stellenwert einnehmen sollten. Dies geht aus einer Umfrage des deutschen Digitalverbandes bitkom von Februar 2018 hervor.

Die Arbeitswelt ändert sich mit dem technologischen Wandel rasant, völlig neue Vereinbarkeiten von Arbeits- und Privatleben sind möglich, das traditionelle Mitarbeitermodell wird durch die Verbreitung digitaler Kollaborationsplattformen nachhaltig verändert. Die Mitarbeiter der Zukunft sind freier in der Gestaltung ihrer Arbeitszeiten und -räume und ich bin überzeugt, dass beide Seiten durch Technologie gewinnen. Mitarbeiter können sich ihre Zeit so einteilen, dass sie Kreativität und Produktivität in Einklang bringen, während Organisationen und Unternehmen die kreative Lösungsfähigkeit in ihren Teams wecken. In zunehmendem Maße werden zukünftig Menschen gebraucht, die nicht nur auswendig lernen und Regeln befolgen können, sondern Querdenker und innovative Köpfe sind, die aktiv unsere Zukunft mit Hilfe von Technologie mitgestalten. Führungskräfte geben dann eher Orientierung, helfen mit Struktur und beim Lösen von Blockaden.

Martin Meusburger leitet seit über zwei Jahren als Head of Sales die Bereiche Bildung und Forschung für die Kollaborationsplattform Dropbox Business in Zentral- und Nordeuropa. Dabei unterstützt er zahlreiche Bildungseinrichtungen, insbesondere Hochschulen, bei der Digitalisierung ihrer Prozesse. Der gebürtige Österreicher hat einen Master in Business Administration und E-Business Management, war intensiv in der Start-up-Community in Österreich engagiert und lebt seit drei Jahren in Dublin.

▶ www.linkedin.com/in/martinmeusburger

TeleDIALOG verwandelt Ihre Leads in wertvolle Dauer-Spender.

Bilder: AdobeStock (Aron Amat, eveleenooz, blackpencil, lklyt, tina bits)

Als erfahrene Spezialisten für Telefon-Fundraising sorgen wir seit 20 Jahren für wertvolle Kontakte zu Förderern und Spendern. Eine direkte und dauerhafte (Ver-)Bindung, die sich auszahlt!
Rufen Sie uns an und erfahren Sie, wie wir Kontakte aus F2F, Facebook und Co. für Sie verwandeln.

TeleDIALOG
Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

Seminare und Tagungen im Überblick

MÄRZ

Seminar:
Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)
25.03., Köln
www.endriss.de

Fachtag
„Fundraising im Gesundheitswesen"
25.03., Frankfurt am Main
www.dfrv.de

Seminar:
Warum Menschen spenden – Motive von Förderern berücksichtigen und strategisch Beziehungen aufbauen
25.03., Erfurt
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Fundraising „kompakt"
Modernes Fundraising in der Praxis
25. & 26.03., Köln
www.npo-academy.com

Zertifikatslehrgang:
Fundraising in Vereinen und NPOs
25.–30.03., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Ohne gute Netzwerke geht gar nichts im Fundraising – Beziehungen schaden nur dem, der sie nicht hat
26.03., München
www.munichfundraising.school

5. Online Fundraising Forum
26.03., Köln
www.az-fundraising.com

DFRV-Fachgruppentreffen
„Fundraising für Stiftungen"
26.03., Berlin
www.dfrv.de

Seminar: Corporate Fundraising und Sponsoring – Ihr Weg zum erfolgreichen Firmen-Fundraising
26.03., Wien
fundraising.at

Seminar: Großspenden-Fundraising
27.03., Köln
www.npo-academy.com

Start Ausbildungsgang Strategisches Freiwilligenmanagement (3 Module)
27.03., Berlin
www.ehrenamt.de

Seminar:
Stiftungen in der Kommune: Stiftungsaufgaben, -formen und -recht
27.03., Berlin
www.kbw.de

Seminar: Online-Fundraising
28.03., Köln
www.npo-academy.com

UPJ-Jahrestagung 2019
28.03., Berlin
www.upj.de

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

Seminar: ABC des Umsatzsteuer- und Gemeinnützigkeitsrechts
28.03., München
www.solidaris.de

5. Online Fundraising Forum
28.03., Berlin
www.az-fundraising.com

Seminar:
Gemeinnützigkeit und Steuerrecht – Vereine, gGmbH, gemeinnützige Stiftungen und gemeinnützige Körperschaften in öffentlicher Trägerschaft
28. & 29.03., Berlin
www.kbw.de

Seminar: Unternehmenskooperationen für Vereine und NPOs Wie Sie diese gewinnbringend gestalten
29.03., Köln
www.npo-academy.com

Seminar:
Fundraising für Vorstände und Geschäftsführer von NPOs – Was kann ich davon erwarten?
29.03., München
www.munichfundraising.school

Kurzlehrgang:
Sponsoringwissen kompakt: Erfolgreich Sponsoren gewinnen
29.03., Hamburg
www.ebam.de

6. Basler Stiftungsrechtstag
29.03., Basel
ius.unibas.ch

Seminar für leitende Ehrenamtliche zu Populismus und Antisemitismus
29.03., Hannover
www.kirchliche-dienste.de

Seminar: Alle im Boot?! Schwer erreichbare Zielgruppen in Beteiligungsprozesse einbinden
29. & 30.03., Kassel
www.mitarbeit.de

Training für erfolgreiche(re) Spendenmailings
30.03., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Marketing in NPO
31.03.–05.04., Sigriswil
www.vmi.ch

APRIL

Seminar: Online-Fundraising
01.04., Wien
www.npo-academy.com

Start Lehrgang:
Fördermittelmanager/-in für gemeinnützige Organisationen (FLA)
01.04., Montabaur, Fulda, Berlin
foerder-lotse.de

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

Seminar: Medium- und Großspenden-Fundraising
02.04., Wien
www.npo-academy.com

10. Berliner Stiftungswoche
02.–12.04., Berlin
www.berlinerstiftungswoche.eu

Fundraising TAGE

STUTTGART (FILDERSTADT), 9. APRIL 2019

INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Training für erfolgreiche(re) Spendenmailings
03.04., Wien
www.npo-academy.com

15. Deutsches CSR-Forum:
Ökonomie des Klimawandels. Nachhaltiges Finanzsystem
03.04., Stuttgart
www.csrforum.eu

Seminar: Erbschaftsfundraising für Vereine und NPOs
04.04., Wien
www.npo-academy.com

Ihr Termin fällt hier nicht auf?

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

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

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

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

* zuzüglich Mehrwertsteuer, gilt ausschließlich für Kalender-Anzeigen!

Seminar:
Verkauf im Fundraising II – Gesprächsführung im Fundraising-Prozess
04.04., München
www.munichfundraising.school

Seminar: Interne Revision bei gemeinnützigen Trägern
04.04., München
www.solidaris.de

4. April 2019,
17-19 Uhr, Berlin
ESV-Akademie
Kostenfreie Teilnahme!
12. StiftungsIMPACT:
Berlin – PLACE TO BE für internationale Stiftungen?
Weitere Info und Anmeldung:
www.ESV-Akademie.de/Berlin
Sponsor:
ESV AKADEMIE BPM

12. StiftungsImpact: Berlin – Place to be für internationale Stiftungen?
04.04., Berlin
www.esv-akademie.de

Seminar: Rund ums Testament – Rechtliche Grundlagen für NPO
04.04., Bern
swissfundraising.org

Professional „Sales" Training für Unternehmenskooperationen und Großspenden: Wie Sie Entscheidungen Ihrer Partner steuern
05.04., Wien
www.npo-academy.com

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
05.04., Berlin
www.endriss.de

Campaigning Summit Switzerland
05.04., Zürich
www.campaigning.swiss

Konflikte angehen und Veränderungen ermöglichen: Praxisworkshop für Engagierte in Initiativen und Vereinen
05. & 06.04., Würzburg
www.mitarbeit.de

Weiterbildungstag: #Vereinsgipfel 2019
06.04., Löbau
www.vhs-dreilaendereck.de

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
08.04., München
www.endriss.de

DHV-HRK-Fundraisingsymposium 2019: Gut gestartet – Was jetzt?
08.04., Berlin
www.hochschulverband.de

Seminar:
Aktuelle Rechtsentwicklungen für steuerbegünstigte Organisationen
08.04., München
www.akademiesued.org

Seminar:
Warum Menschen spenden – Motive von Förderern berücksichtigen und strategisch Beziehungen aufbauen
08.04., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Basiskurs Freiwilligenkoordination
08.–10.04., Berlin
www.ehrenamt.de

Zertifikatslehrgang: Nonprofit Governance & Leadership
08.04.–06.06., Sigriswil/Basel
www.ceps.unibas.ch

Seminar: Förderermagazine als Spenderbindungsmittel
09.04., Berlin
www.npo-academy.com

Fundraisingtag Stuttgart
09.04., Filderstadt
www.fundraisingtage.de

Seminar: Kapital-Kampagne: Fundraising für größere Investitionen
09.04., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Seminar: EU-Förderungen – Licht im Dschungel
09.04., Wien
fundraising.at

Seminar: Storytelling: Wie aus Fakten erlebbare Geschichten werden, die begeistern und unterhalten
10.04., Berlin
www.npo-academy.com

Start: Fundraising Lehrgang 2019 (sechs Module)
10.04., München
www.ibpro.de

Seminar:
Gemeinnützigkeitsrecht aktuell
11.04., Frankfurt am Main
www.endriss.de

Seminar: Großspender-Fundraising – Immer auf der Suche nach den reichen Förderern
11. & 12.04., München
www.munichfundraising.school

Kursstart EU-Fundraiser
23.04., Berlin
www.euroconsults.eu

Seminar: Bilder & Datenschutz – rechtliche Guidelines für die Verwendung von Bildmaterial
24.04., Wien
fundraising.at

Fundraising – Erfolgreich Spenden sammeln (Kurzlehrgang)
26.04., Hamburg
www.ebam.de

Seminar: Supervision und Coaching für leitende Ehrenamtliche
26.04., Hannover
www.kirchliche-dienste.de

Fachtag Ehrenamtskoordination – Gemeinde gewinnt, Ehrenamt fördern und stärken
27.04., Rehberg-Loccum
www.kirchliche-dienste.de

MAI

Souveränität im Fundraising – Intensivseminar nur für Frauen
02. & 03.05., München
www.munichfundraising.school

Kurzlehrgang: Crowdfunding
03.05., Berlin
www.ebam.de

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
06.05., Köln
www.endriss.de

Kursstart EU-Fundraiser
06.05., Berlin
www.euroconsults.eu

Seminar: ABC des Umsatzsteuer- und Gemeinnützigkeitsrechts
06.05., Berlin
www.solidaris.de

Seminar: Printmedien effektiv für Fundraising-Kampagnen nutzen
06.05., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

re:publica 2019
06.–08.05., Berlin
www.re-publica.com

Lehrgang: CAS Change und Innovation in Non-Profit-Organisationen
06.05.–27.01., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Professional „Sales" Training für Unternehmenskooperationen und Großspenden: Wie Sie Entscheidungen Ihrer Partner steuern
07.05., Berlin
www.npo-academy.com

10. Spendentag 2019: Werte im Wandel
07.05., Wien
www.fundraising.at

Stiftungstagung „Wie können sich Stiftungen messen, vergleichen und verbessern?"
07.05., Zürich
www.ppcmetrics.ch

Deutscher Fundraisingkongress 2019
08.–10.05., Kassel
www.fundraising-kongress.de

24. acn Konferenz
08.–10.05., Würzburg
www.alumni-clubs.net

Seminar:
Gemeinnützigkeitsrecht aktuell
09.05., Hamburg
www.endriss.de

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

Auf den gelb hervorgehobenen Veranstaltungen liegt das Fundraiser-Magazin für Sie aus. Möchten auch Sie mit uns kooperieren? Schreiben Sie an **verlag@fundraiser-magazin.de**.

Ihre Veranstaltung fehlt hier? Schreiben Sie an **termin@fundraiser-magazin.de**.

Für Werbung im Fundraising-Kalender wenden sie sich bitte an **verlag@fundraiser-magazin.de**.

Mehr Termine lesen Sie **auf der nächsten Seite!**

Schneller, aktueller und noch mehr finden Sie auf **www.fundraising-kalender.de**

Seminar: Stiftungsmanagement – Die Grundlagen
09.05., München
www.stiftungsakademie.de

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

Seminar:
Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)
10.05., Berlin
www.endriss.de

3. Fundraising-Tag MV
10.–11.5., Neubrandenburg
www.fundraisingtag-mv.de

Fundraising Lehrgang 2019
10.05.–11.10., München
ebw-muenchen.de

Fachtag Ehrenamtskoordination – Gemeinde gewinnt, Ehrenamt fördern und stärken
11.05., Osnabrück
www.kirchliche-dienste.de

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
13.05., Hannover
www.endriss.de

Kompaktseminar: Fördermittel für gemeinnützige Organisationen
13.05., Nürnberg
foerder-lotse.de

Basiskurs Freiwilligenkoordination
13.–15.05., Berlin
www.ehrenamt.de

Seminar: Testamente und Vermächtnisse: Was Vereine, Stiftungen und NPOs für eine rechtssichere Zuwendung beachten müssen
14.05., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Erfolgreiche Korrespondenz mit Spenderinnen und Spendern: Mit gelungenen Texten ansprechen und binden
14.05., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: Trend Wirkungsorientierung – Wirkungsorientiertes Investieren – bye bye Fundraising?
14.05., München
www.munichfundraising.school

Seminar: Nachlass-Marketing für Fortgeschrittene
14.05., Zürich
swissfundraising.org

Seminar: Erbschaftsfundraising für Vereine und NPOs
15.05., Köln
www.npo-academy.com

Fundraising Forum Frankfurt
15.05., Frankfurt am Main
fundraising.ekhn.de

Seminar: Mit Fundraising und Mittelakquise neue Wege gehen
15.05.–23.10., Hannover
www.vnb.de

11. Kongress der Sozialwirtschaft
16. & 17.05., Magdeburg
www.sozkon.de

Seminar: Agiles Fundraising für Organisationen im Wandel
17.05., Essen
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Die gemeinnützige GmbH
20.05., Frankfurt am Main
www.endriss.de

Seminar:
Bildungsfundraising: Vorgehen, Besonderheiten und Erfolgsfaktoren
21.05., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: „Aktuelles Steuerrecht" – aktuelle Änderungen im Steuerrecht für steuerbegünstigte Organisationen
21.05., Kassel
www.akademiesued.org

Basiskurs Öffentlichkeitsarbeit
21.05., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Seminar: Fundraising für Kindertagesstätten
21.05., Hannover
www.kirchliche-dienste.de

Schweizer Stiftungssymposium 2019
21. & 22.05., Thun
www.swissfoundations.ch

Seminar: Verkauf im Fundraising III – Verhandlungssicher im Fundraising
23.05., München
www.munichfundraising.school

Seminar:
Wirkungsvolle Kommunikation
23. & 24.05., Bern
www.kampagnenforum.ch

Seminar: Fundraising für die Zukunft – Erfolgreiche Strategien für Stiftungen & NPOs in schwierigen Zeiten
24.05., München
www.munichfundraising.school

Seminar: Fundraising in der Praxis – Wie Sie Spender und Sponsoren gewinnen
24.05., Erfurt
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Marken-Check: Wirkungsstarke Markenführung im Fundraising
24.05., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Das Geld liegt auf der Straße. Einführung ins Fundraising
24.–26.05., Zülpich
frauenbildungshaus-zuelpich.de

Seminar: Kapital-Kampagne: Fundraising für größere Investitionen
27.05., München
www.fundraisingakademie.de

Seminar:
Netzwerkmanagement und Netzwerkkoordination professionalisieren
27. & 28.05., Berlin
ehrenamt.de

Seminar: 12. DIGEV-Praxisseminar Fundraising und Erbrecht
28.05., Würzburg
www.digev-ev.de

Seminar: Datenschutz in Vereinen, Verbänden, gemeinnützigen Stiftungen und gGmbH – unter Berücksichtigung der neuen EU-Datenschutzgrundverordnung
29.05., Düsseldorf
www.kbw.de

Seminar: ABC des Umsatzsteuer- und Gemeinnützigkeitsrechts
29.05., Mainz
www.solidaris.de

Kurzlehrgang: Fundraising – Erfolgreich Spenden sammeln
31.05., München
www.ebam.de

Kurzlehrgang:
Sponsoringwissen kompakt: Erfolgreich Sponsoren gewinnen
31.05., Berlin
www.ebam.de

JUNI

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
03.06., Stuttgart
www.endriss.de

Start Ausbildungsgang: NPO-Management in der Praxis: Gemeinnützige Organisationen führen (3 Module)
03.06., Berlin
www.ehrenamt.de

Seminar: So findet man Sponsoren
03.06., Stuttgart
www.esb-online.com

Seminar:
Begeistern und gewinnen: Wie Sie durch Charisma und Persönlichkeit überzeugen
03.06., Nürnberg
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Fördermittelgewinnung bei Stiftungen
04.06., Berlin
www.bfs-service.de

Seminar:
Sponsoren und Partner gewinnen
04.06., Stuttgart
www.esb-online.com

Schreibwerkstatt – Treffsichere Texte bewegen mehr
04.06., München
www.ibpro.de

Nah dran:
Fachtagung des Bundesprogramms „Zusammenhalt durch Teilhabe"
04. & 05.06., Hannover
www.zusammenhalt-durch-teilhabe.de

Seminar: Haftungsfragen im Verein – Basiswissen für NichtjuristInnen
05.06., Wien
fundraising.at

Deutscher StiftungsTag 2019
05.–07.06., Mannheim
www.stiftungen.org

Seminar: Wirkungsvolle Unternehmenskooperationen: Vom Bitten zum Bieten! Corporate Social Responsibility als Chance für NGOs gewinnen
14.06., München
www.fundraisingakademie.de

20. Juni 2019
Kursaal, Bern
Swiss-Fundraising-Day
swissfundraisingday.ch

Netzwerk Bürgerbeteiligung – Netzwerktreffen 2019
14.06., Bonn
www.mitarbeit.de

Grundlagenseminar:
Fundraising für Hochschulen
17.06., Bonn
www.dhvseminare.de

Seminar: Website Relaunch
17.06., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

SwissFundraisingDay 2019
20.06., Bern
www.swissfundraisingday.ch

Kurzlehrgang:
Sponsoringwissen kompakt:
Erfolgreich Sponsoren gewinnen
21.06., München
www.ebam.de

Seminar:
Herausforderung Generationenwechsel – wie das Fundraising mit neuen Spendergenerationen umgehen kann
21.06., Bern
swissfundraising.org

Fachtag Kultur-Fundraising
24.06., Hannover
www.dfrv.de

Dreitägiger Intensivkurs:
European Fundraising School
24.–26.06., Wien
www.fundraising.at

Seminar:
Gemeinnützigkeitsrecht aktuell
25.06., Köln
www.endriss.de

Seminar: Einführung
in das professionelle Fundraising:
Wie Sie Spender und Sponsoren für Ihre gute Sache gewinnen
25.06., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Einführungskurs: Fundraising
für gemeinnützige Projekte
26.06., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Seminar: Steuer-Update für
Non-Profit-Organisationen
27.06., Freiburg
www.solidaris.de

24. Sozialwirtschaftliche Managementtagung 2019
27.06., Villingen-Schwenningen
www.swmt.org

Workshop:
European Fundraising School:
Raising more money with major gifts
27. & 28.06., Wien
www.fundraising.at

Seminar: Printmedien effektiv für Fundraising-Kampagnen nutzen
28.06., Berlin
www.fundraisingakademie.de

JULI

Seminar:
Marken-Check: Wirkungsstarke Markenführung im Fundraising
02.07., Hannover
www.fundraisingakademie.de

Kompaktseminar: Fördermittel für gemeinnützige Organisationen
03.07., Frankfurt am Main
foerder-lotse.de

Seminar:
Das effektive Großspendergespräch:
quick and friendly zum Erfolg
04.07., München
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Google Suchmaschinenmarketing für gemeinnützige Organisationen erfolgreich und kostenfrei einsetzen
05.07., Frankfurt am Main
www.akademiesued.org

Seminar: Interkulturelle Kompetenz im Engagement
05. & 06.07., Halle
www.mitarbeit.de

Seminar: Geldauflagenmarketing:
Wie Sie systematisch neue Zuweiser gewinnen
08.07., Stuttgart
www.fundraisingakademie.de

Seminar:
Wirkungsvolle Unternehmenskooperationen: Vom Bitten zum Bieten!
Corporate Social Responsibility als Chance für NGOs gewinnen
11.07., Würzburg
www.fundraisingakademie.de

Seminar:
Erfolgreiche Lobby-Arbeit für Social-Profits und Social-Business
12.07., München
www.ibpro.de

Kurzlehrgang: Fundraising –
Erfolgreich Spenden sammeln
26.07., Berlin
www.ebam.de

Kurzlehrgang:
Sponsoringwissen kompakt:
Erfolgreich Sponsoren gewinnen
26.07., Hamburg
www.ebam.de

AUGUST

Blocklehrgang Sommerakademie:
56. Stiftungsmanager
05.–15.08., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Zertifikatslehrgang: Kommunikation & Wirkungsmessung in NPO
19.08.–17.10., Basel
ceps.unibas.ch

Lehrgang: CAS Betriebswirtschaft und finanzielle Führung
in Non-Profit-Organisationen
20.08.–16.05., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Seminar: Crowd Campaigning
30.08., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Schneller, aktueller und noch mehr finden Sie auf
www.fundraising-kalender.de

Fundraising TAGE

TAGUNGEN
ZUR FINANZIERUNG GEMEINNÜTZIGER ARBEIT

WISSEN, INSPIRATION, SPANNENDE GESPRÄCHE

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

FACHWISSEN AUS DER AKTUELLEN PRAXIS

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

KONTAKTE KNÜPFEN UND VERTIEFEN

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

STUTTGART · DIENSTAG, 9. APRIL 2019
DRESDEN · DONNERSTAG, 5. SEPTEMBER 2019
POTSDAM · DONNERSTAG, 19. SEPTEMBER 2019
MÜNCHEN · 5. MÄRZ 2020
GELSENKIRCHEN · 20. MÄRZ 2020

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

EINE VERANSTALTUNGSREIHE DES
Fundraiser magazin

Führung gestaltet

Generationenwechsel – Digitalisierung – Kulturwandel: Unter diesen drei Schlaglichtern lädt im Mai der Kongress der Sozialwirtschaft nach Magdeburg. Die Frage nach zeitgemäßem Leadership in der modernen Arbeitswelt wird im Programm gleich zwei Mal mit dem Begriff „disruptiv" beantwortet. Sieben Workshops bieten Praxisnähe und Raum für Diskussionen. Den Höhepunkt bildet die Preisverleihung an die beste Sozialkampagne durch die Bank für Sozialwirtschaft.

11. Kongress für Sozialwirtschaft am 16. und 17. Mai in Magdeburg
▶ **www.sozkon.de**

Unsere Demokratie

Der Deutsche Stiftungstag 2019 will ein deutliches Zeichen setzen

Die Stadt Mannheim ist in diesem Jahr Austragungsort des Deutschen Stiftungstages. Das Programm verspricht mehr als 130 Veranstaltungen an drei Tagen. Unter dem Motto „Sinn stiften" wird Eckart von Hirschhausen im Rahmen der Festveranstaltung eine Rede halten. Die Liste der Gäste bringt aber tatsächlich noch einen weiteren Höhepunkt. Mit dabei ist nämlich kein Geringerer als Alexander Soros, Philanthrop, stellvertretender Vorsitzender der Open Society Foundations und Sohn des berüchtigten Investors und Philanthropen George Soros. Nicht minder vielversprechend klingt der Beitrag von Thomas Radetzki, Vorstandsvorsitzender der Aurelia Stiftung in Berlin, der erläutern wird, warum Bienen die besseren Demokraten sind. Möglicherweise liegt es an ihrem unermüdlichen Fleiß und der Selbstständigkeit einer jeden Biene. Diese Möglichkeit des eigenen Beitrags eines jeden Einzelnen wird auch Erwin Sellering, ehemaliger Ministerpräsident von Mecklenburg-Vorpommern, beleuchten. Sein Thema lautet „Demokratie selber machen – Wie Landespolitik Engagement fördern kann".

Deutscher Stiftungstag 2019 vom 5.bis 7. Juni in Mannheim
▶ **www.stiftungen.org**

Erbrecht

Im Erbschaftsfundraising sind Kenntnisse im Erbrecht unumgänglich. Sie helfen, ein konstruktives Gespräch mit dem Spender zu führen. Hat sich die Organisation für die Annahme der Erbschaft entschieden, muss der Nachlass abgewickelt werden. Welche Herausforderungen kommen auf den Erben zu, wenn sich ein Haus im Nachlass befindet? Der Fachanwalt für Erbrecht Jan Bittler und der Nachlasspfleger Thomas Lauk vermitteln fundierte Kenntnisse.

12. DIGEV-Praxisseminar Fundraising und Erbrecht am 28. Mai in Würzburg
▶ **www.digev-ev.de**

Digital

Das Akronym tl;dr steht für „too long; didn't read" und ist das Motto der re:publica 2019. Damit ist die nächste Ausgabe von Europas größter Digital- und Gesellschaftskonferenz dem Kleingedruckten gewidmet. Den Fußnoten. Der Kraft der Recherche, dem Wissen und der Kontroverse. Der Notwendigkeit und Dringlichkeit, die Themen kritisch zu hinterfragen, die polarisieren, uns spalten – oder auch vereinen.

re:publica 2019 vom 6. bis 8. Mai in Berlin
▶ **https://19.re-publica.com/de**

Beyond the Comfort Zone

Das 18. Schweizer Stiftungssymposium will über den eigenen Tellerrand hinausschauen. Zusammenhänge und Herausforderungen werden globaler, Lösungen grenzüberschreitender und komplexer. Deshalb gilt es immer wieder aufs Neue, innovative Lösungsansätze zu diskutieren. Dafür wird im Mai ausgiebig Gelegenheit sein, wenn das größte Branchentreffen des Schweizer Stiftungssektors nach Thun lädt.

18. Schweizer Stiftungssymposium am 21. und 22. Mai in Thun
▶ **www.swissfoundations.ch/de/event/stiftungssymposium2019**

#DFK19

Deutscher Fundraising-Kongress bietet einen „Fachtag Digitales“

Der Deutsche Fundraising Verband hat sich für den diesjährigen Kongress einige Neuerungen einfallen lassen und bietet gleich am ersten Tag ein sattes Programm. Die noch weiter zeitlich ausgebauten Masterclasses, die den Hauptteil des Programms am Mittwoch ausmachen, bieten von Grundlagen (Institutional Readiness, hier einfach „Haltung“ genannt, und schriftliche Kommunikation im Fundraising) über Strategien und Methoden natürlich auch Digitales. Letzterer Aspekt gewinnt im Programm des Kongresses zusehends an Relevanz. Deshalb findet am Mittwoch auch der erste „Fachtag Digitales“ statt. Unter der Moderation der Fachgruppenleiter Eva Hieninger und Jörg Reschke ist unter anderem eine Fishbowl zum Thema „CRM und Digitales Fundraising“ zu erleben.

Auch die Mitgliederversammlung des Verbandes ist wieder für den ersten Tag angesetzt, bevor der Kongress dann am Donnerstag in die Vollen geht: Eineinhalbstündige Seminare werden flankiert von einer zweiteiligen Big Session („Mehr Fundraisingerfolg durch den Faktor Mensch!“) und am Nachmittag ergänzt von vierzigminütigen Einheiten. Die „DenkFabrik“ der Profis wird auch in diesem Jahr weitergeführt. Den Tag beschließt traditionell die Gala mit der Verleihung des Fundraisingpreises und der anschließenden Disko.

Am Freitag klingt der Kongress entspannt aus mit erneut kürzer gehaltenen Themeneinheiten. Ein Thema wird dabei etwas ausführlicher behandelt werden: In Analogie zu Österreich wird auch in Deutschland die Einführung eines elektronischen Spendennachweisverfahrens diskutiert. Hier werden die Teilnehmer auf den aktuellen Stand gebracht.

26. Deutscher Fundraising-Kongress
vom 8. bis 10. Mai in Kassel
▶ www.fundraising-kongress.de

Akademie
Beratung
Wissen

Fundraising Akademie
WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

Fortbildung „CSR-Manager/-in (FA)“

Corporate Social Responsibility (CSR):
berufsbegleitend, kompakt und praxisorientiert

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

Sozial-informatik

Der digitale Wandel verändert auch soziale Organisationen nachhaltig, sodass zunehmend Experten gebraucht werden, die entsprechende Innovationsprozesse kompetent gestalten. Der deutschlandweit einzigartige Master-Studiengang Sozialinformatik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt bildet solche Fachkräfte aus. Er startet erneut zum Wintersemester 2019/2020 und wendet sich an Personen mit abgeschlossener Hochschulausbildung und mindestens einjähriger Berufspraxis. Anmeldeschluss ist der 31. Juli.

Masterstudiengang Sozialinformatik
an der Katholischen Universität
Eichstätt-Ingolstadt
▶ www.sozialinformatik.de/master

Erfolgreich + wirkungsstark

In Frankfurt findet das 17. Fundraising-Forum statt

Katrin Lindow-Schröder, Fundraising-Referentin der Evangelischen Kirche in Hessen und Nassau, kennt bereits das Programm des diesjährigen Fundraising-Forums Frankfurt: „In zehn Seminaren und einem zweiteiligen Workshop können die Teilnehmer eine erste Grundlage in Sachen Fundraising legen – oder ihr Wissen beispielsweise in Sachen Fördermittel, Datenschutz, Spendenmailings oder Bußgeld-Fundraising vertiefen, um nur einige Beispiele zu nennen."

Hauptredner ist in diesem Jahr Prof. Dr. Michael Vilain von der Evangelischen Hochschule Darmstadt. Er wird einen Blick auf die Rahmenbedingungen des Fundraisings werfen, die sich in den letzten zehn Jahren international und national fundamental verändert haben. Nach einem Tag voller Input und Austausch wird die Theologin und Schriftstellerin Christina Brudereck zum Abschluss mit ihren Slam-Beiträgen zu einer heiter-besinnlichen Gedankenreise einladen.

17. Fundraising-Forum Frankfurt am 15. Mai
▶ www.fundraising.ekhn.de/fundraising-forum.html

NPO academy
Berlin • Köln • München • Wien • Zürich

Sehr geehrte Fundraiserin,
sehr geehrter Fundraiser,

Sie sind an hochwertiger und kompakter Fortbildung im Fundraising interessiert? Sie möchten Ihr Wissen zu ganz spezifischen Fundraising-Themen vertiefen?

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

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

Dann besuchen Sie uns auf:

www.npo-academy.com

Wir bringen Sie weiter!

Ihre NPO-Academy

CEPS-Online-Kurs

Social Entrepreneurship in Non-Profits

Was sind Non-Profit-Organisationen und was bedeutet Social Entrepreneurship? Wie kommt soziale Innovation zustande? Und wie erziele ich eine nachhaltige Wirkung mit meinem Projekt? Antworten auf diese und weitere Fragen bekommen die Teilnehmer des englischsprachigen Online-Kurses „Entrepreneurship in Nonprofits". Über fünf Wochen hinweg nehmen sie Prof. Dr. Georg von Schnurbein, Direktor am Center for Philanthropy Studies der Universität Basel (CEPS), und Experten aus Wissenschaft und Praxis mit auf eine Reise durch die Welt der sozialen Innovation. Der Kurs richtet sich an alle, die im Non-Profit-Bereich arbeiten wollen oder bereits auf diesem Gebiet tätig sind. Vermittelt werden Werkzeuge und Wissen, um ein soziales Unternehmen oder Projekt aufzubauen. Und der Lehrgang erlaubt den Teilnehmenden, das Erlernte direkt auf ihr bestehendes oder geplantes Sozialunternehmen anzuwenden.

Online-Kurs „Social Entrepreneurship in Nonprofits"
ab 1. April
▶ www.futurelearn.com/courses/entrepreneurship-in-nonprofits

Kurzgefasst …

Fachtag Kulturfundraising

Nachdem im vergangenen Jahr Leipzig den Gastgeber spielen durfte, kommen die Mitglieder der Fachgruppe Kulturfundraising des Deutschen Fundraising Verbandes in diesem Jahr am 24. Juni in Hannover zusammen, um sich über die aktuellsten Entwicklungen und Herausforderungen in den Bereichen Theater, Museen und Artverwandtes auszutauschen.

▶ www.dfrv.de/events/fachtag-kultur-fundraising

Intensivseminar für Frauen

Souveränität im Fundraising: Ein zweitägiges Intensivseminar widmet sich am 2. und 3. Mai in München ausschließlich den Herausforderungen, mit denen sich Frauen im Fundraising konfrontiert sehen. Dabei geht es darum, die Wirkung der eigenen Person kennenzulernen und die Wirksamkeit des eigenen verbalen und non-verbalen Kommunikationsverhaltens zu erhöhen.

▶ www.munichfundraising.school/souveraenitaet

Einführungsseminar Gemeinnützigkeitsrecht

Gleich an mehreren übers Jahr verteilten Terminen an unterschiedlichen Orten bietet die Steuerfachschule Dr. Endriss ein Grundlagenseminar rund um alle Aspekte des Gemeinnützigkeitsrechts. Die Zielgruppe umfasst all jene, die sich mit Vereinen, Verbänden, Stiftungen und gGmbHs beschäftigen. Die nächsten Termine liegen im April, Mai und Juni.

▶ www.endriss.de/seminare

Unternehmenskooperationen und Großspenden

Die NPO-Akademie lädt zu einem komplexen Seminar: „Professional ‚Sales' Training für Unternehmenskooperationen und Großspenden Wie Sie Entscheidungen Ihrer Partner steuern", so der Titel der Veranstaltung am 7. Mai in Berlin. Teil des Inhaltes sind unter anderem das Erkennen der Interessen des Partners, effektive Fragetechniken und die richtige Körperhaltung.

▶ www.npo-academy.com

Basiskurs Freiwilligenkoordination

Gute Freiwilligenarbeit bedarf umfangreicher Organisation und Koordination. Der Kurs der Akademie für Ehrenamtlichkeit vermittelt vom 13. bis 15. Mai eine Basisqualifizierung, in der neben Handwerkszeug auch theoretische Kenntnisse für den Einsatz und Ausbau von Freiwilligenarbeit vermittelt werden. Der darauffolgende Kurs findet im September statt.

▶ www.ehrenamt.de

Messbar?

Züricher Stiftungstagung wagt den Vergleich mit anderen Organisationsformen

„Wie können sich Stiftungen messen, vergleichen und verbessern?" Diese Kernfrage stellt sich die PPCmetrics Stiftungstagung im Mai in Zürich und will damit über die eigene Organisationsform hinausblicken, vor allem was Kosten und Rendite anbelangt. Und da es für jeden Vergleich solide Vergleichsgrößen gibt, werden diese direkt mitgeliefert. Sarah Stühlinger von Center for Philanthropy Studies der Universität Basel stellt die aktuelle Ausgabe des Jahrbuchs der Schweizer Hilfswerke vor. Weitere Vergleichsgrößen wird der „SwissFoundations Benchmark Report" liefern. Damit bietet die Tagung allen Beteiligten ausreichend Raum für entsprechende Diskussionen.

PPCmetrics Stiftungstagung am 7. Mai in Zürich

▶ www.ppcmetrics.ch/de/tagungen

Save the Date: Fundraising Symposium 2020

Nach der erfolgreichen vierten Ausgabe des Fundraising Symposiums, in diesem Jahr mit dem Themenschwerpunkt Unternehmenskooperation, steht der Termin für das nächste Treffen von Fundraising-Experten aus ganz Deutschland, der Schweiz und Österreich im kommenden Jahr bereits fest. Am 20. und 21. Februar lädt das Fundraiser-Magazin wieder zu einem vertiefenden Austausch. Das Thema wird in der zweiten Jahreshälfte bekannt gegeben.

Fundraising Symposium 2020 am 20. und 21. Februar 2020 an der Goethe-Universität Frankfurt
▶ **www.fundraising-symposium.de**

Regional vernetzen

Das Fundraising Forum Niedersachsen als Marktplatz der Ideen

Leiter und Mitarbeiter von Vereinen, Verbänden, gemeinnützigen Organisationen, Stiftungen, Bürgermeister und Vertreter niedersächsischer Gemeinden: Sie alle werden Anfang Mai in Hannover Gelegenheit zu regem Austausch und gewinnbringender Vernetzung haben. Dann lädt das Fundraising Forum Niedersachsen zum 13. Mal in die Akademie des Sports. Am Beispiel ihrer in Hannover gegründeten Aktion Kindertraum gGmbH zeigt Ute Friese gemeinsam mit Alexander Konrad in ihrem zentralen Vortrag, wie man 20 Jahre höchst engagierte und erfolgreiche Arbeit klug kommuniziert und für die Weiterentwicklung der NGO nutzen kann.

Neben finanziellen Möglichkeiten innerhalb der Förderlandschaft bieten die Seminare sowohl für Einsteiger als auch für Fortgeschrittene Themen wie Datenschutz, Geldauflagenmarketing oder Unternehmenskooperationen. Ebenso wichtig ist allerdings die berufliche Selbstreflexion. Deswegen widmen sich auch zwei Seminare der Rolle des Fundraisers in der eigenen Organisation beziehungsweise der Karriere von Fundraisern.

Fundraising Forum Niedersachsen am 9. Mai in Hannover
▶ **www.fundraising-forum-niedersachsen.de**

Alumni-Clubs

Die Universität Würzburg ist in diesem Jahr Austragungsort der Konferenz der Alumni-Clubs. Aufgrund ihres zehnjährigen Jubiläums steht dieses Mal die Forscher-Alumni-Arbeit an deutschen Hochschulen und Forschungseinrichtungen im Mittelpunkt. Zwei vollgepackte Veranstaltungstage bieten jede Menge Workshops mit fachlichem Input. Nach intensivem Austausch bildet am Samstag eine Stadtführung den Ausklang.

24. acn Konferenz am 9. und 10. Mai in Würzburg
▶ **www.alumni-clubs.net**

Nah dran

Einmal im Jahr sind alle Initiatoren und Akteure des Bundesprogramms „Zusammenhalt durch Teilhabe" zu einer überregionalen Fachtagung eingeladen, um sich über ihre Arbeit auszutauschen, die eigenen Erfahrungen weiterzugeben und neue Impulse für ihre Arbeit zu erhalten. Diese Veranstaltungsreihe bietet Gelegenheit, Menschen zu treffen, die in ihren Vereinen, Verbänden und Initiativen Modelle gegen Extremismus und für mehr bürgerschaftliches Engagement entwickelt haben.

Nah dran – Fachtagung am 4. und 5. Juni in Hannover
▶ **www.zusammenhalt-durch-teilhabe.de**

Bilder & Datenschutz

Bildrechte sind ein stets aktuelles Thema – spielt die Verwendung von Bildern für die Aktivitäten von NPOs doch eine wichtige Rolle. Je nach Situation können verschiedene Gesetze – das Mediengesetz, das Urheberrechtsgesetz, das Datenschutzgesetz und die Datenschutz-Grundverordnung – zur Anwendung kommen. Deshalb bietet der Fundraising Verband Austria Ende April zu diesem Thema ein Seminar.

Seminar „Bilder & Datenschutz – rechtliche Guidelines für die Verwendung von Bildmaterial" am 24. April in Wien
▶ **www.fundraising.at**

Viele Fragen bei der Evaluation einer neuen CRM-Software?

creati</> SOFTWARE

WIR MACHEN KOMPLEXES EINFACH

Online Spenden?

Telefonfundraising?

Peer-to-Peer?

Spendenbescheinigung?

Legate?

Verbuchungs-Prozess?

Erbschaften/Legate?

Berechtigungen?

Fremdadressen?

Datenanalysen?

Anlassspenden?

Firmenkooperationen?

Datenmigration?

Kampagnen?

Newsletter?

Freiwillige?

Adressverwaltung?

Mitgliederverwaltung?

Projekt-organisation?

Customer Experience?

Donor Journey?

E-Mail Kampagne?

Corporate Giving?

Dokumentenverwaltung?

Buchhaltungsexport?

Patenverwaltung?

Schnittstellen?

Postretouren-Verarbeitung?

Face-To-Face?

Datenkonsistenz?

Testverfahren?

Marketing-Automation?

Selektionen?

Ziele?

Sponsoring?

Schulung?

BI / Dashboards?

Door-to-Door?

Stiftungen?

Events?

Dubletten?

Statistiken?

Dashboard?

Merkmale?

FIBU -Report?

Viele ANTWORTEN!

www.creativ.ch/fundraisingevents

Freiwillig inklusiv

Es war ein Höhepunkt in doppelter Hinsicht, als 2015 die große Welle der Geflüchteten in Deutschland ankam. Nicht nur die Zahl jener Menschen war damals hoch, auch die Zahl derer, die sich spontan für die Hilfesuchenden engagiert haben. Nun sind derart spontane, also kurzzeitige Aktivitäten nur ein Teil erfolgreicher Engagementkultur. Dieser Sammelband wirft einen Blick auf die längerfristigen Ausprägungen der Freiwilligkeit im Kontext sozialer Inklusion und geht dabei natürlich über die Flüchtlingsproblematik hinaus. So wirft beispielsweise ein Beitrag einen Blick auf Sozialisierung in der DDR und individuelle Erfahrungen im Zusammenhang mit den geschichtlichen Umbrüchen im Zug der politischen Wende. Anhand mehrerer konkreter Projekte wie der Bahnhofsmission Essen oder einer Kinder- und Jugendorganisation in Kolumbien zeigen die Herausgeber Erfolgswege wie auch Herausforderungen auf.

Theresa Hilse-Carstensen, Sandra Meusel, Germo Zimmermann (Hrsg.). Freiwilliges Engagement und soziale Inklusion. Perspektiven zweier gesellschaftlicher Phänomene in Wissenschaft und Praxis. Springer Verlag. 2019. 244 Seiten. ISBN: 978-3-65823-671-7. [D] 49,99 €, [A] 51,39 €, CHF 69,90.

Wohlfahrt

Sozialpolitik und die Rolle des Staates bei der Gewährleistung sozialer Sicherheit: Das ist in den letzten Jahren zu einem Thema geworden, das niemanden kalt lässt und zu dem jeder eine Meinung zu haben scheint. Armut, Arbeitslosigkeit und Prekarität sind Begriffe, die nicht selten für hitzige Debatten sorgen. Desto aufschlussreicher kann es sein, ein Tableau zu entwerfen, das einen längeren Zeitraum umfasst: Der Band vereint ausgesuchte Schriften des Soziologen Claus Offe, die einen Zeitraum von fast 50 Jahren umfassen. Diese sind nicht chronologisch geordnet (jedoch mit den entsprechenden Angaben zum Publikationsjahr versehen) und teils auf Deutsch, teils auf Englisch verfasst. Das ist kein Band für den Laien, zeigt aber kongenial die Entwicklung soziologischer Betrachtungen zum Thema über die Jahre hinweg auf, wenngleich jeder Beitrag natürlich für sich steht.

Claus Offe. Der Wohlfahrtsstaat und seine Bürger. Springer Verlag. 2019. 336 Seiten. ISBN: 978-3-65822-258-1. [D] 64,99 €, [A] 66,81 €, CHF 89,95.

Aus dem Fundraising-Alltag …

„Seit ich das 10er-Abo für mein Team habe, ist auch der Umlauf-Stress bei uns weg, und wir alle haben mehr Zeit zum Schmökern und zur Wissensanreicherung."

Katja Deckert
Leiterin Fundraising NABU, Berlin

Sei wie Katja und bestelle noch heute das praktische Orga-Abo* für dein Team!

www.abo.fundraiser-magazin.de

*Mehrere Fundraiser-Magazine (als Paket oder einzeln verpackt) für deine Organisation – pünktlich am Erscheinungstag und garantiert ohne Umlauf-Stress. Das alles zum günstigen Kombi-Preis. Eben Fachlektüre, die Spaß macht!

Bestandsaufnahme

Laut diesem Band ist die Zivilgesellschaft Deutschlands umfassend in Zahlen erhoben, nur blieben die erhobenen Daten bislang weitgehend ungenutzt und unzureichend ausgewertet. An dieser Stelle setzt der Band erstmalig an, der vom Forum Zivilgesellschaftsdaten entwickelt worden ist. Mitglieder dieses Forums sind eine Vielzahl Daten erhebender Institutionen, wie die GfK (Charity Scope), der Deutsche Spendenrat (Bilanz des Helfens) und der Bundesverband Deutscher Stiftungen (StiftungsPanel). Mit dem vorliegenden Band soll die Grundlage für eine regelmäßige Publikationsreihe geschaffen werden.

Neben freiwilligem Engagement beleuchten die Themenfelder auch die Zivilgesellschaft in ihrer Entwicklung als Arbeitsmarkt. So zeigt sich hier, dass in den Jahren 2007 bis 2016 die Anzahl der Beschäftigten von 2,9 auf 3,7 Millionen gestiegen ist. Damit überstieg der gemeinnützige Sektor den allgemeinen Beschäftigungsanstieg.

Der umfassende Bereich der Finanzierung rückt, kaum überraschend, die Ressource der Spende in den Mittelpunkt. Spendenverhalten und Spendenzwecke werden dabei ebenso beleuchtet wie Volumen und Quote.

Holger Krimmer (Hrsg.). Datenreport Zivilgesellschaft. Springer Verlag. 2019. 176 Seiten. ISBN: 978-3-65822-957-3. [D] 53,49 €, [A] 54,99 €, CHF 74,80.

Gefährliche Grenzen

Richtig oder falsch ist oftmals relativ und eine Frage der Perspektive. Wer sich gegen fremde Einflüsse wehren will und die eigene Sicherheit sucht, will sich eventuell mit Mauern umgeben. Das ist eine Möglichkeit. Fest steht allerdings, dass Ausgrenzung oder Abgrenzung zweifelsfrei das Gegenteil von Miteinander bedeutet. 1945 veröffentlichte der Philosoph Karl Popper seine Schrift mit dem Titel „Die offene Gesellschaft und ihre Feinde". Der Autor dieses Bandes greift nun die Gedanken Poppers auf, weil er Anzeichen einer Wiederholung der Geschichte ausmacht. Dabei sieht er das, was er selbst als offene Gesellschaft bezeichnet, bei Weitem nicht als das Nonplusultra der Staatsformen. Zu bewusst ist ihm einfach der unauflösbare Widerspruch zwischen Freiheit und Sicherheit. Er beobachtet allerdings ein sich (erneutes) Verschließen einzelner gesellschaftlicher Bereiche, die er bis dato als offen wahrgenommen hat. Mit dieser Tendenz, so der Autor, lässt sich kein Weg ins 21. Jahrhundert erfolgreich gehen.

Stefan Brunnhuber. Die offene Gesellschaft. Ein Plädoyer für Freiheit und Ordnung im 21. Jahrhundert. oekom Verlag. 2019. 176 Seiten. ISBN: 978-3-96238-105-9. [D] 20,00 €, [A] 20,60 €, CHF 27,95.

Datenhandel

Es scheint normal, ein Recht an den eigenen Daten einzufordern. Nicht nur, dass vielen als Privatperson nicht alle Details der Verfügungsrechte bekannt sind, vielmehr verhält es sich so, dass einige Punkte bislang gesetzlich nicht klar geregelt sind. Diese Offenheit bringt nicht nur Unsicherheit mit sich. Was noch vereinbart werden muss, birgt Potenzial für innovative Konzepte. Einleuchtend erscheint dabei, dass Daten Informationen darstellen. Also ist der Zugang zu und die Nutzung von Informationen der Kern der Thematik. Grundsätzlich sollten wir sichergehen, dass ein freier Austausch dieser Informationen gewährleistet wird. Wissen ist zwar nach wie vor Macht, wenn dieses allerdings aus den Köpfen ausgelagert und digital gespeichert wird, sodass darauf jederzeit zugegriffen werden kann, gestaltet sich Macht ganz anders. Manchen wird es dabei erstaunen, dass es ein Eigentumsrecht an Daten in Deutschland gar nicht gibt. Auch das ist ein bedeutender Punkt, der hier Betrachtung findet.

Stiftung Datenschutz (Hrsg.). Dateneigentum und Datenhandel. Erich Schmidt Verlag. 2019. 325 Seiten. ISBN: 978-3-50318-224-4. [D] 58,00 €, [A] 59,70 €, CHF 79,95.

Bürgerbeteiligung

Der Tenor der Stiftung Bürgermut, die dieses Methodenhandbuch herausgegeben hat, ist schon mal gut: Sie bezeichnet Bürgerbeteiligung als ein Handwerk, das sich erlernen lässt. Folglich führt der Band zuvorderst in die Grundlagen der Bürgerbeteiligung ein und erläutert, was unter dem Konzept der „blended participation" zu verstehen ist. Besonders groß geschrieben werden Übersichtlichkeit und Praxisnähe des Ratgebers. So zeigt ein Griffregister ganze 28 methodische Ansätze auf, die sich schnell nachschlagen lassen. Wen allerdings angesichts von Begriffen wie Charette, Dragon Dreaming oder Theorie U erst mal Ratlosigkeit befällt, wird bereits an dieser Stelle abgeholt. Eine großzügige Übersicht ordnet ein, welche Potenziale welche Methode beinhaltet. Wer weiß, was er mit seinem Projekt erreichen will, hat hier also die Möglichkeit, bereits auf einen Blick die für ihn richtige Methode zu finden. Linklisten und Literaturtipps machen dieses Buch zu einer wertvollen Orientierungshilfe.

Stiftung Mitarbeit, ÖGUT (Hrsg.). Bürgerbeteiligung in der Praxis. Ein Methodenhandbuch. 2018. 320 Seiten. ISBN: 978-3-94114-336-4. Der Band kann zum Preis von 17 Euro direkt unter www.mitarbeit.de bestellt werden.

KomServ
Verwaltungsgesellschaft
... Ihre Verbindung zum Mitglied

Wir machen das für Sie:
We'll do it for you:

Moderne Mitgliederverwaltung- und Pflege
Modern membership management services and solutions

www.komserv-gmbh.de

Solidarisch

Der gemeinnützige Verein Common Future e. V. legt hier die Ergebnisse seiner letzten I. L. A. Werkstatt vor (Imperiale Lebensweise und solidarische Alternativen). Kern der Auseinandersetzungen waren Ideen möglicher Formen zukünftigen Miteinanders, das weder auf Kosten anderer fußt noch auf der Ausbeutung der Natur. Die Ergebnisse widmen sich Bereichen wie Wohnen, Energie, Mobilität und Ernährung. Aber auch politische Gedanken sind mit eingeflossen. Sinnvollerweise reflektieren die Herausgeber auch die eigenen Voraussetzungen für ihre Ansätze.

I.L.A. Kollektiv (Hrsg.). Das gute Leben für alle. Wege in die solidarische Lebensweise. oekom Verlag. 2019. 128 Seiten. ISBN: 978-3-96238-095-3. [D] 20,00 €, [A] 20,60 €, CHF 27,95.

Datenschutz

Fotos, Videos, Newsletter und Social Media: Seit vergangenem Mai bereitet die neue Datenschutzgrundverordnung nicht wenigen Kopfzerbrechen. Für den Bereich des Marketings gibt dieses Buch eine gute Orientierung. Vorkenntnisse sind nicht nötig; durch die Formulierung präziser Fragen, die die Abschnitte gliedern, lassen sich die nötigen Informationen leicht nachschlagen. Auch der textliche Stil ist frei von juristischem Fachjargon und sorgt nicht nur für Lesbarkeit, sondern auch dafür, dass komplexe Zusammenhänge gut nachvollziehbar dargestellt sind.

Stefan Schoeller, Daniel Heitzmann, Sebastian Pils. Datenschutz im Marketing. Linde Verlag. 2019. 152 Seiten. ISBN: 978-3-70733-996-3. [D] 39,00 €, [A] 39,00 €, CHF 54,55.

Vom Projekt zur Mission

Jeder kennt das: Spenderinnen und Spender möchten gern für ein Projekt spenden, beschweren sich über Verwaltungskosten und erwarten höchste Professionalität. Ein Widerspruch? Dr. Kai Fischer ging diesem Anspruch und auch der Frage nach, wieso wir immer weniger Spender haben. Schon länger ist das sein Thema, das er nun kompakt im Buch „Mission-based Fundraising" zusammenfasst.

Seine Antworten sind nicht einfach, denn sie könnten bedeuten, Spenderinnen und Spender zu verlieren, mittelfristig aber das Spendenwesen auf ganz neue Füße zu stellen. Fischer analysiert sehr treffend, dass viele Organisationen zwar die Frage nach dem „Wie" wir arbeiten und „Was" wir tun gut beantworten, was zum Schluss auch zu Projektzentrierung und Appellen an die Förderer führt. Die Warum-Frage aber wird viel zu wenig gestellt. Dabei kann die Beantwortung dieser Frage viel mehr mobilisieren und inspirieren, wie er an einigen Beispielen treffend darstellt.

Fischer ist es gelungen, die große Frage für NGOs aufzuwerfen. Sind wir getrieben von unseren Unterstützern oder reißen wir sie mit den intrinsischen Werten unserer Organisation mit? Kommen Mission und Projekt in Einklang, ist es nach seiner Ansicht viel einfacher, Menschen für eine Spende zu gewinnen und zu binden.

Insgesamt ein sehr überzeugendes Plädoyer für ein Umdenken. Gerade für jüngere Organisationen ein Gewinn für die Strategieentwicklung. Für ältere Organisationen ist das sicher nicht einfach umzusetzen, aber bei immer weniger Spenderinnen und Spendern alternativlos.

Matthias Daberstiel

Kai Fischer. Mission-based Fundraising. BOD. 2018. 244 Seiten. ISBN: 978-3-98174-572-6. [D] 39,95 €, [A] 49,99 €.

Gutes Bild

Das Visualisieren von Gedanken, Prozessen oder abstrakter Situationen wie Konflikte ist mehr als nur das Kritzeln von Strichmännchen. Trotzdem kann man es lernen. Wer sich dieses Buch zur Hand nimmt, erhält dank simpler Übungen und gut überschaubarer Vorgaben einen Grundstock für eigene Entwicklungen. Teil des Ganzen sind auch Erläuterungen über die Eigenheiten der Materialien wie Flipchart oder Whiteboards. Was auf den ersten Blick wie Spielereien wirken könnte, verfehlt seine Wirkung nicht. Das ist auch für das Marketing wichtig.

Sabine Peipe. Visualisieren in Workshops, Meetings und Präsentationen. Einfach, klar und kreativ. Haufe Verlag. 2019. 176 Seiten. ISBN: 978-3-64811-443-8. [D] 19,95 €, [A] 20,60 €, CHF 27,90.

Film ab!

Bewegtbild hat enorm an Bedeutung gewonnen. Durch die technischen Entwicklungen ist es inzwischen praktisch jedem möglich, eigene Videos zu produzieren und das auch noch kostengünstig. Gleichzeitig wird es aber immer aufwendiger, aus der Masse herauszuragen. Dieses Buch erklärt nicht nur, wie das geht. Technische Aspekte werden ebenso abgedeckt wie rechtliche Bedingungen und die zielgruppengenaue Auswahl der Kanäle zur Veröffentlichung von Videos. Eine App bietet Links zu Beispielvideos und GEMA-freien Musikangeboten.

Thomas Bitzer-Prill, Wolfram Wagner. Kamera läuft! Videomarketing und Videokampagnen erfolgreich gestalten. Haufe Verlag. 2019. 260 Seiten. ISBN: 978-3-64811-833-7. [D] 34,95 €, [A] 36,00 €, CHF 48,85.

Nachhaltig digital

Digitalisierung ist sauber, effizient, platzsparend und geräuschlos. Das ist aber eben noch nicht alles. Die zunehmenden Digitalisierungsprozesse weltweit bringen nicht nur Erleichterungen und Vereinfachungen für das tägliche Leben. Die Kehrseite wird beispielsweise bei der Herstellung digitaler Geräte deutlich. Der Rohstoffbedarf ist nicht nur besonders hoch; viele der „Zutaten" wie Edelmetalle sind kostbar. Langlebig sind Endgeräte nicht, wenn so viele Endbenutzer dem neuesten Modell des Smartphones entgegenfiebern. Das Recycling ist aufwendig. Gleichzeitig steht aber fest, dass sich diese Entwicklungen weder stoppen noch umkehren lassen. Das würde auch kaum jemand wollen.

Die Autoren zeigen die Zusammenhänge auf, vermeiden dabei aber Schwarzmalerei. Vielmehr geht es ihnen um die Möglichkeiten, Digitalisierung verantwortungsvoll zu gestalten. Das kann nur gelingen, wenn neben den ökologischen Aspekten auch die politischen und soziologischen mit einbezogen werden. Im Kleinen bedeutet das, einen Blick auf die Bedeutung des Smartphones für einen selbst und den eigenen Umgang damit zu werfen. Im Größeren greifen die Autoren die Frage nach einer möglichen Gefährdung demokratischer Errungenschaften auf. Sinnvoll sind in diesem Zusammenhang die Handlungsempfehlungen, die den Endverbraucher durchaus in einer Position mit möglicher Einflussnahme sehen. Das setzt allerdings voraus, dass wir Verantwortung übernehmen wollen. Die Sinnhaftigkeit dessen zeigt dieses Buch durchaus.

Rico Stehfest

Felix Sühlmann-Faul, Stephan Rammler. Der blinde Fleck der Digitalisierung. Wie sich Nachhaltigkeit und digitale Transformation in Einklang bringen lassen. oekom Verlag. 2018. 232 Seiten. ISBN: 978-3-96238-088-5. [D] 22,00 €, [A] 22,70 €, CHF 30,75.

Anderes Geld

Sogenanntes Regiogeld stellt nicht direkt eine Alternative, sondern eine Ergänzung zu staatlichen Währungen dar. Hintergrund ist in der Regel ein erhöhtes Bewusstsein für eben regional begrenzte Wertschöpfung: Die Förderung von Transparenz lokaler Produktions- und Konsumprozesse spielt dabei genauso eine Rolle wie die Aufwertung sozialer Prozesse und ein faires Miteinander. Der Autor hat zwei englische und eine österreichische Lokalwährung unter die Lupe genommen und auf wissenschaftliche Weise analysiert. Das Ergebnis ist keine Lektüre für Zwischendurch.

Philipp Degens. Geld als Gabe. Zur sozialen Bedeutung lokaler Geldformen. transcript Verlag. 2018. 430 Seiten. ISBN: 978-3-83763-909-4. [D] 39,99 €, [A] 39,99 €, CHF 55,90.

Online-Marketing

Es wächst immer weiter, das Buch von Erwin Lammenett. Mittlerweile liegt seine „Online Marketing Konzeption" in der vierten Auflage vor. Wie gewohnt hat er nicht nur den Inhalt aktualisiert und um Neuerungen erweitert. Die für dieses Buch so wichtigen wie nützlichen Inhalte hinter den Servicelinks überarbeitet er regelmäßig. Das erhält in gewisser Weise eine jede Auflage aktuell. Neu ist dieses Mal die Einarbeitung von QR-Codes, die die praktische Handhabung noch weiter vereinfachen. Dadurch bleibt der Leser immer auf dem Laufenden.

Erwin Lammenett. Online Marketing Konzeption. Independently published. 2019. 289 Seiten. ISBN: 978-1-79064-193-2. [D] 29,50 €, CHF 41,25.

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: Angela Zeithammer

Ihre Kindheit verbrachte **Angela Zeithammer** in Stuttgart, lebte in Hamburg und fand in Düsseldorf schließlich ihre Heimat. Ein Schlüsselerlebnis als Jugendliche war ein zweimonatiger Aufenthalt in einem israelischen Kibbuz bei Haifa. Die Freundschaften, die sie dort schloss, begleiten sie seither. 1987 begann sie ein Magister-Studium an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf in den Fächern Neuere Deutsche Literaturwissenschaft und Politikwissenschaft. Parallel dazu arbeitete sie in der japanischen Werbeagentur Dentsu. Ein super Training in Sachen hingebungsvoller Kundenbetreuung. Nach dem Uniabschluss folgte innerhalb kurzer Zeit der Wunsch, die wissenschaftliche Arbeit in Form einer Promotion zur Genieästhetik des 18. Jahrhunderts weiter fortzuführen. Nach einer beruflichen Station in einem Internet-Start-up wurde sie auf die Arbeit von action medeor aufmerksam. Ein erstes Projekt entfachte ihre Leidenschaft für den Non-Profit-Sektor und die Messung des Umsatzes in geleisteter Hilfe. Seit 16 Jahren ist sie Teil des action medeor-Teams und verantwortet den Bereich Marketing und Kommunikation. In Benin, Togo, Tansania und Malawi lernte sie die Arbeit der Partner vor Ort kennen. Angela Zeithammer ist verheiratet und hat zwei Kinder.

▶ www.medeor.de

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

… mit einem Becher Earl Grey, einem Schuss Milch und einem halben Süßstoff.

2. Was wollten Sie als Kind werden?

Softeisverkäuferin oder Kriminalkommissarin

3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Ganz klar: „Shuttle-Service". Die Arbeit der Seenotretter als „Shuttle-Service nach Italien" zu bezeichnen, ist zynisch und ein Euphemismus, der seinesgleichen sucht. (CDU-Innenexperte Stephan Mayer im ZDF)

4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Ein modernes Zuwanderungsgesetz. Und eine Vereinfachung der Steuerklärung – wer soll das verstehen?!

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

ein Konzert von David Bowies „Sound + Vision"-Tour besuchen

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

Projektpartnern in Ruanda, im Kongo und im Südsudan, die trotz größter Rückschläge und erfahrenem Leid nicht müde werden, für andere Menschen da zu sein

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.

will ans Meer

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

Geben macht glücklich – Sie könnten der glücklichste Mensch der Welt werden.

8. Wer ist für Sie ein Held?

Helden sind für mich Menschen, die Berufe ausüben, die ich niemals ausüben könnte, weil ich das Leid, das ihnen begegnet, nicht aushalten könnte .

9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Dort, wo ich mit den Füßen im Meer einen super Roman schreiben könnte.

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

meine Kinder im Mau-Mau schlagen

11. Worüber können Sie lachen?

Über mich. Und über meinen Mann.

12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Wo gehobelt wird, fallen auch Späne – wenn viel auf die Beine gestellt wird, richtig reingeklotzt wird, darf auch was schiefgehen. Da darf man sich und anderen gegenüber etwas großzügiger sein.

13. Was war früher besser?

Oh, da fällt mir jetzt gar nichts Gescheites ein.

14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Sie führte 2020 Protokoll beim internationalen Sonder-UN-Friedensgipfel. Damit war sie Augenzeugin des Friedensabkommens zwischen Saudi-Arabien und dem Iran, das seither als Grundstein einer neuen Friedens-Ära im Nahen und Mittleren Osten gilt.

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

… keine milde Gabe, sondern gelebte Solidarität in einer noch nicht gerechten Welt.

NÄHER AM MENSCHEN

Die Verwaltung Ihrer Organisation kostet Sie wertvolle Zeit und Nerven?

Nicht mit uns!

Die Nr. 1 Software von **ENTERBRAIN** ebnet Ihren Weg zum Erfolg.

Einfach.
Zuverlässig.
Individuell.
Persönlich.
Typisch **ENTERBRAIN**.

GEMEINSAM stark für Ihre gute Sache!

ENTERBRAIN
Software AG

Software, Dienstleistung und Know-How für Ihre Nonprofit Organisation

www.enterbrain.ag

„BRAIN on Tour 2019 – Näher am Menschen“
Kostenlose Infotage in ganz Deutschland!
Insider-Spendentipps der Top-Spendenorganisation!
Start: ab Mai in Frankfurt a. M.
Termine für Bayern, Berlin, NRW und Ba-Wü folgen.

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 nützliche Notizbücher in schlichtem schwarzen Einband in den Formaten DIN A4 und DIN A5. Die Notizbücher aus dem Münchner Häfft-Verlag bieten viel Platz für alles, was des Merkens wert ist. Außerdem enthalten: ein Kalendarium für das Jahr 2019 sowie die kompletten Ferientermine für Deutschland und Österreich. Gedruckt auf FSC-Papier, Kunstledereinband, zwei Lesebändchen und eine große Einstecktasche für Tickets und Co. machen das Notizbuch zu einem schönen Alltagsbegleiter.

Weiterhin verlosen wir aus dem Haufe-Verlag das Buch „Kamera läuft!“, das wir auf Seite 92 näher vorstellen. Und falls das alles nichts für Sie ist, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!

1 Max Raabe besang einst den Rinderwahn als die Rache der Kuh. Welche Organisation zeigt uns dieses „Upgrade“ hier?

D) Fleischer-Innung
E) Ministerium für Verbraucherschutz
F) Peta

2 Dr. Janine Händel leitet die Stiftung eines Weltstars. Womit ist der Stifter weltberühmt geworden?

Q) Aktionskunst
R) Tennis
S) Hollywood-Blockbuster

3 Diese Lutscher sollen Leben retten. Um welchen medizinischen Bereich handelt es sich bei der Kampagne?

A) Adipositasbehandlung
E) Stammzellspende
I) Kariesprophylaxe

4 Dieses Gebiet soll Modellregion nachhaltiger Entwicklung nach dem Unesco-MAB-Programm werden – wo ist das?

U) Indawgyi-See in Myanmar
O) ehemalige Tagebauregion Lausitz
Q) Mangroven von Abu Dhabi

5 Mozilla macht den größten Datensatz menschlicher Stimmen frei verfügbar. Wie viele Sprachen sind das aktuell?

D) 18
B) 77
T) 132

6 Eine neue Österreichische Qualitätsinitiative sichert Standards bei Fördererwerbung. Worum geht es dabei?

W) Mitgliederwerbung durch Influencer
G) Datenschutz bei Spenden-E-Mailings
E) Face-to-Face- & Door-to-Door-Fundraising

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 30. April 2019. Viel Glück!

Deutscher
StiftungsTag
5.—7. Juni 2019
Mannheim

Jetzt anmelden!

www.stiftungstag.org/anmeldung

Alle Infos zum Deutschen StiftungsTag 2019
finden Sie unter **www.stiftungstag.org**.

#UnsereDemokratie #DST19

Nachwuchs-Influencer Fabian F. Fröhlich ist offline

Ein Gespenst geht um in Europa, ein Gespenst namens Upload-Filter. Falls Ihnen, geschätzte Print-Leserin, geehrter Print-Leser, das nichts sagt, googeln Sie mal „Artikel 13 Urheberrechtsreform". Dann werden Sie schnell merken, dass es um dieses Internet geht. Und konkret geht es um Social Media, im Speziellen YouTube. Als per Gesetz erzwungene Zensur könnte man es verkürzt erklären, manche sagen gar den Tod des Internets voraus … Aber ich habe schon einen Plan B. Bevor was auch immer in Kraft tritt – und da erinnere ich nur an die ganze DSGVO-Panik –, werde ich schnell noch Maßnahmen ergreifen:

Ich werde ja in Kürze Influencer, das wollte ich eigentlich schon so lange. Und wegen des Artikels 13 und meines Plans B schreite ich noch heute zur Tat und werde: Offline-Influencer! Dann gehen mir die Upload-Filter nämlich geradewegs am Allerwertesten vorbei.

Vielleicht fange ich erstmal bescheiden an und werde Micro-Influencer mit einer Followerzahl bis 100 000. Das entspricht ungefähr der Einwohnerzahl meines Wohnortes und da kann ich mit regionaler Nähe glänzen. So wie unsere lokale Tageszeitung. Falls Ihnen, werte Personen unter 30 Jahren, das nichts sagt, das ist dieses große Papier-Dings, hinter dem sich Opa beim Frühstück immer versteckt, um Oma nicht angucken zu müssen.

Wie ich zu influencen gedenke, ohne reichweitenstarkes Medium, fragen Sie sich jetzt? Genau so, wie ich es auch auf YouTube machen würde – nur eben im Reallife. Man muss natürlich die lokalen Hotspots kennen. Mittels Marktforschung habe ich diese wichtigen Punkte hier im Ort identifiziert: Bäcker (hoch frequentiert), Sparkasse, Friseur, Rudis Eck (starke Präsenz) und sonntags der Parkplatz vor der Kirche. Mit meiner Personality kann ich an diesen Points of Interest absolute One-to-One-Kommunikation mit den Followern garantieren. Zusätzlich habe ich an der Bushaltestelle ein Foto von mir aufgehängt. Gleich neben dem Aushang „Katze vermisst". Cat-Content funktioniert immer … Wer braucht schon Internet!

Mehr von Fabian F. Fröhlich?

„Das Letzte – Kolumnen aus dem Fundraiser-Magazin"

Taschenbuch, 100 Seiten, 10 €

bestellen unter:
▶ shop.fundraiser-magazin.de

Ausgabe 3/2019 erscheint am 27. Mai 2019 u. a. mit diesen Themen

- Unternehmenskooperationen
- Sachspenden & Nachlässe
- Große Leser-Umfrage

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 3/2019 ist der 01.04.2019.

ISSN 1867-0563 – 14. Jahrgang

Fundraiser magazin
Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

erscheint 2-monatlich.
Alle vorherigen Ausgaben stehen im Internet unter *archiv.fundraiser-magazin.de* kostenlos als PDF-Dateien zur Verfügung.

Herausgeber:
Matthias Daberstiel, Udo Lehner, Daniela Münster

Verlag, Produktion, Vertrieb:
Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden
verlag@fundraiser-magazin.de, www.fundraiser-magazin.de

Redaktionsleitung:
Daniela Münster (v. i. S. d. P.), redaktion@fundraiser-magazin.de
Telefon: +49 (0)3 51 8 76 27-70, Fax: -79

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)3 51 8 76 27-80, Fax: +49 (0)3 51 8 76 27-79
Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 12 vom 1.12.2018

Druck:
Silber Druck oHG, Niestetal

Namentlich gekennzeichnete Beiträge spiegeln nicht unbedingt die Meinung der Herausgeber wider. Für unverlangt eingesandte Beiträge und Fotos wird keine Haftung übernommen. Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages. Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 3/2019, die am 27.05.2019 erscheint, ist der 01.04.2019.

Fotonachweise:
Titelbild: yahya@AdobeStock; S. 1: Michael Succow Stiftung; S. 3: René Grodde/atri.eu; S. 4 (THEMA), S. 20–28: Rassco@AdobeStock; S. 4 (MENSCHEN), S. 14, S. 96 (2): Jan Uekermann; S. 6: René Grodde/atri.eu (DABERSTIEL); S. 8: LOOP/Monika Nonnenmacher; S. 11: PrettyVectors@AdobeStock; S. 12/13: Marc Wolter; S. 15: Jens Honoré; S. 25: Udo Borchert (ADENA); Thu-Ha Nguyen (DORN); S. 27: Andre Lössel; S. 30: adlicious / Timur Oezer (SKODA); S. 34: Sebastian Engels; S. 38: René Grodde/atri.eu (STEHFEST); S. 42: MHE_2; S. 44: Monster Ztudio@AdobeStock; S. 46: Wanda von Bremen (LINKS); René Grodde/atri.eu (NITZSCHE); S. 49: Foto-Studio-Hirch Darmstadt; S. 50, S. 96 (4): Michael Succow Stiftung; S. 52: Stiftung Bildung und Gesellschaft; S. 54: Ralf Kornmann (SCHÄFER/ENTHOLT-LAUDIEN); Jörg Bucher (ALM-HANKE); photoreque GmbH (JOHNSON); Simon Wickstead (KEELING); S. 55: IFB-Stiftung (BRETSCHNEIDER/MÜLLER); Friedrun Reinhold (PUNKE-DRESEN); Monique Wüstenhagen (PLATZECK); S. 56: Opportunity International Deutschland (LUCKJA); Samaritan's Purse (BUSENBENDER); Raimond Spekking (PILAWA); S. 57: McDonald's Deutschland LLC (GEHRIG); S. 68: Inge Klein; S. 74: Fotolia RAW@AdobeStock; S. 75: Ludwig Schedl; S. 76: Vladimir Poplavskis; S. 77: Diakonie Michaelshoven; S. 84: Viktoria Kuehne; S. 88: Ute Nitzsche; S. 94: Boris Breuer; S. 96: Daniela Münster (OBEN); absolut_100@fotolia.com (5); Andrea Lehmkuhl@AdobeStock (6); S. 98: oza@fotolia.com, alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der Fundraising Akademie

Referenzen:

amnesty.ch

caritas.ch

greenpeace.ch

blutspende.ch

menschenfuermenschen.org

GÖNNEN SIE SICH

EINE KLEINE AUSZEIT

Fünf Minuten Gymnastik zum Entspannen!

SCHULTERN DEHNEN

Umfassen Sie Ihren Ellenbogen und ziehen Sie den ausgestreckten Arm zur Seite. Einige Sekunden halten und mit dem anderen Arm wiederholen.

AUSFALLSCHRITT

Machen Sie einen großen Schritt. Das vordere Knie ist um 90 Grad gebeugt, das hintere bleibt gestreckt. Nehmen Sie abwechselnd linkes und rechtes Bein nach vorn.

OBERKÖRPER NEIGEN

Strecken Sie einen Arm nach oben und neigen Sie den Oberkörper in die entgegengesetzte Richtung. Kurz halten, dann die Seite wechseln.

Wenn Sie der Bürostress zwickt, nehmen Sie sich den Druck von den Schultern: kurzfristig mit ein paar einfachen Übungen und mittelfristig mit uns als Fundraising-Experten an Ihrer Seite. Nutzen Sie unsere Erfahrung und punkten Sie mit individuellen Strategien und kreativen Konzepten auf allen Kanälen. Gemeinsam können wir die Welt ein kleines bisschen besser machen!

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

adfinitas