ISSN 1867-0563

Fundraiser Ausgabe 3/2019

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Große Leser/innen-Umfrage

Sagen Sie uns, was Ihnen im Magazin gefällt und was wir besser machen sollen!

NGOs & Unternehmen

Partnerschaften für die gute Sache

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

Praxis & Erfahrung
Kann meine NGO schon Marketing-Automation? Die Grundvoraussetzungen für den nächsten Schritt.

Menschen
Botschafter der Orang-Utans: Benni Over will die Menschenaffen in Südostasien retten.

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,

der Generation Y wird ja nachgesagt, dass sie immer und überall nach Feedback fragt. Seien wir ehrlich: Jeder möchte gern die Früchte seiner Arbeit genießen – unabhängig vom Alter. Das ist bei uns in Redaktion und Verlag nicht anders. Das Fundraiser-Magazin wird mit viel Herzblut gestaltet. Es beginnt mit der redaktionellen Themenauswahl und endet beim Versand der einzelnen Magazine an unsere Abonnentinnen und Abonnenten. Dazwischen liegen unzählige Arbeitsschritte, viele Menschen bringen sich mit ihren professionellen Fähigkeiten ein.

Und so bitten wir heute Sie um Feedback: Was gefällt Ihnen am Magazin? Wo ist noch Luft nach oben? Was geht gar nicht? Was fehlt Ihrer Meinung nach? Bitte nehmen Sie sich zehn Minuten Zeit und beteiligen sich an unserer Leser/innen-Umfrage. Den Fragebogen finden Sie ab Seite 18 – noch einfacher geht das Online unter: *www.umfrage.fundraiser-magazin.de* oder scannen Sie einfach den QR-Code mit dem Smartphone.

Ihre Meinung ist uns wichtig! Denn wir wollen Ihr Magazin noch besser an Ihre Wünsche anpassen. Zum Dank verlosen wir neben zahlreichen Büchern aus unserer Edition Fundraiser auch ein Wochenende in Dresden. Meine schöne Heimatstadt, wo unser Verlag seinen Sitz hat, ist immer eine Reise wert.

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

NGOs und Unternehmen

Partnerschaften für die gute Sache

Thema

ab Seite 22

Mit enormen Wachstumspotenzialen 24
Unternehmenskooperationen bieten viele Chancen – für beide Seiten

Gut gemeint ist nicht immer gut gemacht 26
Auch Corporate Volunteering hat seine Tücken

Cause-Related Marketing – ein alter Hut? 28
Der Status quo in Deutschland aus NGO-Perspektive und die Frage der Preisbildung

Geringe Reaktionszeiten für schnelle Hilfe 30
Unternehmenspartnerschaften im digitalen Zeitalter

Wie Wirtschaft hilft 32
Besonders Kleinunternehmen sind in Österreich gemeinnützig aktiv

Menschen

Benni Over 14
Als „Botschafter der Orang-Utans“ will der junge Deutsche die Menschenaffen in Südostasien retten – im Rollstuhl.

Edilia Gänz 68
... will das Spenden über europäische Ländergrenzen hinweg vereinfachen und startet ein digitales Pilotprojekt.

Hajo Hönig 94
... hat unseren Fundraiser-Fragebogen ausgefüllt und verrät Persönliches.

Projekte

Eine blaue Brille als Eisbrecher 40
Für das Forum Wissen sammelt die Universität Göttingen eine Million Euro

Miteinander wohnen als Menschenrecht 42
Das Bündnis „Wohn:Sinn“ mausert sich zum Social Business

Dating-App fürs Ehrenamt 44
Ein Münchner Start-up erleichtert freiwilliges Engagement

Stiftungen

Mehr oder weniger Nähe zum Staat? 48
Neue Wege im Schweizer Stiftungssektor

Haftpflicht in Grün 50
Die Greensurance-Stiftung will Versicherungen nachhaltiger machen

Erfolgsmodell mit Hindernissen 52
Aktuelle Zahlen aus dem Stiftungssektor

Große Leser/innen-Umfrage

Sagen Sie uns, was Ihnen im Magazin gefällt und was wir besser machen sollen!

Seite 18

Meinung

Persönliche Gedanken **12**
Julian Rossig: Unternehmenspartnerschaften – und was ist Ihre Agenda?

Umfrage **37**
Große und kleine Fundraising-Erfolge

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

Kann meine NGO Marketing-Automation? **72**
Die Grundvoraussetzungen für den nächsten Schritt im Marketing

Mit Zielgruppendaten Leben retten **74**
Wie die Sinus-Milieus der Deutschen Luftrettung nützen

Kein Klotz am Bein **76**
Über den steuerlichen Umgang mit Sachspenden

Fahren Sie mal wieder Fahrstuhl! **78**
Mit Elevator Speech ganz nach oben kommen

Rubriken

Schöner scheitern **11**
Leser-Post & -Postings **21**
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:
Lea Bachmann, Matthias Daberstiel, Stephanie Frost, Hans Ulrich Hutten, Natalie Knopf, Daniela Münster, Ute Nitzsche, Julian J. Rossig, Ph.D, Alexander Schirm, Sylvia Schmidt, Prof. Dr. Georg von Schnurbein, Stephanie Späth, Rico Stehfest, Peter Steinmayer, Catrin Thiem, Dr. Matthias Uhl

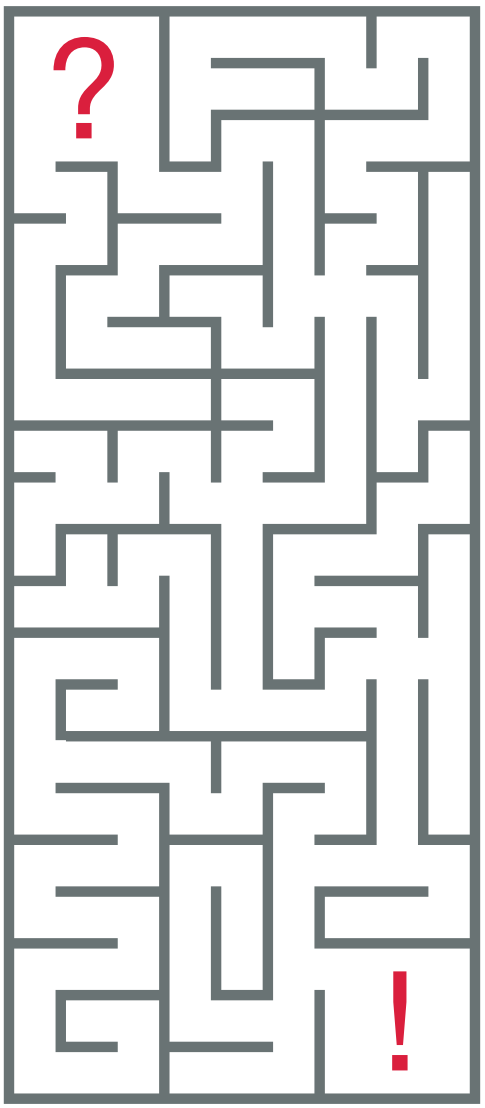
Weiterhin

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

- Leseprobe FondsFibel
- Causals – Kulturmarken

vanacken
Druckerei & Verlag

Drucksachen sind für Sie ein Rätsel?

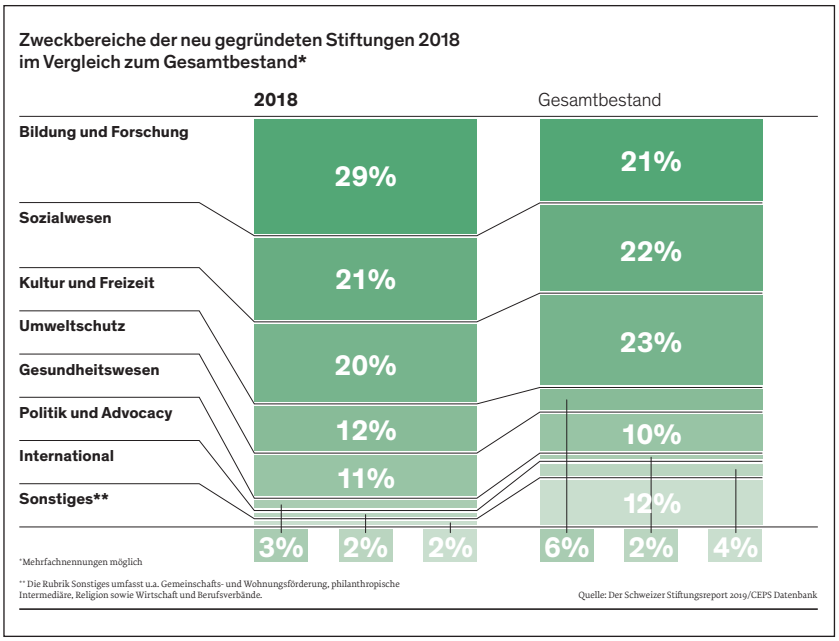


Wir haben die Lösung!

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

Schweizer Stiftungen: Bildung + Forschung vorn dran



Weniger Gründungen, mehr Liquidationen: So die zentrale Aussage des Schweizer Stiftungsreports 2019. Das Wachstum im Schweizer Stiftungssektor hat sich im vergangenen Jahr deutlich abgeschwächt. Die Anzahl der neu gegründeten Stiftungen liegt mit 301 auf dem tiefsten Stand seit 20 Jahren. Gleichzeitig wurden 2018 so viele Stiftungen liquidiert wie noch nie. Mit 13169 gemeinnützigen Stiftungen hält die Schweiz aber immer noch eine internationale Spitzenposition und weist pro Kopf sechsmal mehr Stiftungen auf als die USA oder Deutschland. Den Schweizer Stiftungsreport gibt es im kostenlosen Download unter:

▶ www.stiftungsreport.ch

Und sonst noch …

Bienen retten mit Pornos

Es verhält sich nun mal so, dass man auf Internetplattformen mit einschlägigen Filmchen für Erwachsene noch jede Menge lernen kann. Das gilt für jeden von uns. Diesen pädagogischen Auftrag nimmt die amerikanische Seite pornhub besonders ernst und hat einen eigenen Kanal namens „beesexual“ eingerichtet. Dort finden neugierige User Clips wie „Professor Buzzcock teaches naughty lesson“ oder „How to make a flower come in 3 seconds“. Synchronisiert sind die sinnlichen Beiträge von renommierten Darstellern der Freizügigkeit. Mit dieser Aktion wollen die Betreiber der Seite auf das Problem des Bienensterbens aufmerksam machen. Mit jedem Klick spendet pornhub nach eigenen Angaben auch eine nicht näher genannte Summe an Organisationen, die Bienen schützen wollen.

▶ Wir verzichten an dieser Stelle an auf den Abdruck einer URL. Sie finden das schon!

MEINE MEINUNG

Vertrauensverlust: „Sind wir selbst schuld an den sinkenden Spenderzahlen?“

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

Die Firma Edelmann Trust erstellt seit fast 20 Jahren einen Vertrauensindex. Die aktuelle Studie vermeldete gerade einen Anstieg des Vertrauens der Deutschen in gemeinnützige Institutionen um satte sieben Prozentpunkte. Doch auf welchem Niveau? 2013 waren es noch 69 Prozent der Deutschen, die NGOs vertrauten. Heute vertrauen nicht mal die Hälfte der Deutschen NGOs (44 Prozent)!

Besteht da eventuell auch ein Zusammenhang mit der von der GFK und dem deutschen Spendenrat ermittelten sinkenden Anzahl der Spenderinnen und Spender? Nachweisbar nicht, aber Fakt ist: Ohne Vertrauen keine Spende. Doch gehen wir dafür achtsam genug mit unseren Spenderinnen und Spendern um? Der niederländische Berater Reinier Spruit charakterisierte vor kurzem im EVA-Newsletter die Realität eines Spenders wie folgt: „zu oft vergessen, nicht genug geachtet, zu oft gefragt, nicht genug geliebt, zu oft angesprochen, nicht genug erkannt und oftmals nicht einmal bedankt.“ Ist das bei Ihnen auch so? Sind wir zum Schluss selbst schuld an dem Vertrauensverlust gegenüber NGOs und schaufeln uns unser eigenes Grab? Denn ohne Spenden würden viele Organisationen nicht überleben. Sind wir uns dessen in allen Teilen einer NGO, besonders aber in Vorstand, Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising bewusst? Dass Mission und Fundraising einer NGO übereinstimmen müssen, sollte eigentlich klar sein. Aber das müssen wir wohl besser organisieren und kommunizieren.

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

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

Drei Fragen an … Heinz Ratz

Der Musiker sammelt Spenden für den Erhalt soziokultureller Jugendzentren

? 100 Konzerte in 100 Städten, um 1 Million Euro zu sammeln. Wie ist der Stand der Dinge?

Wir haben aktuell ca. 65 000 Euro Spenden bekommen. Wobei wir das Projekt bis Ende Februar 2020 verlängert haben um weitere 20 bis 30 Konzerte. Ich denke mal, eine Viertelmillion schaffen wir auf jeden Fall, mit etwas Glück auch eine ganze.

? Das Geld ist für Jugendzentren gedacht. Warum gerade die?

Für Jugendzentren in Brandenburg, Thüringen und Sachsen, in den Bundesländern also, in denen dieses Jahr Landtagswahlen sind … Weil die meines Erachtens die wichtigste politische Basisarbeit gegen den wachsenden Rechtspopulismus machen. Sie sind in Regionen, in denen sich politischer Frust bildet, so etwas wie demokratische Oasen. Hier wird basisdemokratisch entschieden, hier wird eine selbstverwaltete Kultur niedrigschwellig angeboten, junge Bands und Künstler können sich ausprobieren, hier können sich geflüchtete Menschen angstfrei bewegen. Jugendliche mit einem schwierigen familiären Hintergrund können hier in einem weltoffenen Umfeld ein neues Zuhause finden. Und es wird eine bodenständige, antifaschistische Arbeit organisiert.

Heinz Ratz …

… steht seit 30 Jahren auf der Bühne und engagiert sich in unterschiedlichen Projekten. So hat er 2008 den „Moralischen Triathlon" gestartet, bei dem er tausende Kilometer für Obdachlose, Naturschutz und soziales Miteinander zurückgelegt hat.

? Wie werden Sie die gesammelten Spenden konkret einsetzen bzw. verteilen?

Wir springen überall dort ein, wo Bedarf besteht. In Greiz zum Beispiel wurden die Fenster des Hauses Siebenhitze eingeworfen. In Pößneck helfen wir, Material für die strengen Brandschutzbestimmungen zu kaufen. In Grimma helfen wir, das Gehalt von zwei Sozialarbeitern zu zahlen, welches die Stadt nicht übernehmen möchte. Es sind immer andere Nöte, auf die wir flexibel reagieren können.

▶ www.strom-wasser.de

WIR SIND **DABEI!**
www.mailingtage.de
mailingtage
2019 Dialogmarketing · Crossmedia

Portoerhöhung?

Papperlapapp!

MAILINGS – MAGAZINE – KATALOGE – **WIR BLEIBEN GÜNSTIGER!**

Besuchen Sie uns auf den mailingtagen am Donnerstag, den 05.09.2019 in Frankfurt am Main!

Kontakt mail alliance: Berner Str. 2 · 97084 Würzburg · 0931/ 66 05 74 – 224 · **www.mailalliance.net**

mailalliance
Briefdienstleistung bundesweit vernetzt.

Kurzgefasst …

Beratungsstipendien

Startsocial fördert ehrenamtliches Engagement durch gezielte Beratung. Bis 7. Juli können sich soziale Initiativen aus Deutschland für ein Beratungsstipendium bewerben. Mitmachen können alle, die ein soziales Problem mit Hilfe von Ehrenamtlichen anpacken. Startsocial vermittelt Fachkräfte, die den Initiativen ehrenamtlich über vier Monate zur Seite stehen.

▶ www.startsocial.de

Neues Spendenportal

Seit Mitte April ist das neue Spendenportal der Bank für Sozialwirtschaft (BFS) online. Auf *www.sozialspende.de* können Organisationen ab sofort kostenlos ihre Projekte bewerben und Spenden sammeln. Potenziellen Spendern ermöglicht die Fundraising-Plattform eine Stichwortsuche nach Themen und Organisationen. Die Spendenabwicklung erfolgt über ein Konto bei der Bank für Sozialwirtschaft.

▶ www.sozialspende.de

Mehr Senioren im Ehrenamt

Das ehrenamtliche Engagement von Menschen im Alter zwischen 40 und 85 Jahren ist von zwölf Prozent 1996 auf rund 22 Prozent 2014 gestiegen. Besonders bei über 65-Jährigen sei ein erheblicher Anstieg zu verzeichnen, heißt es in der Analyse „Frauen und Männer in der zweiten Lebenshälfte" des Deutschen Alterssurvey, den das Deutsche Zentrum für Altersfragen (DZA) im April 2019 veröffentlichte.

▶ www.dza.de/deas

Kein Geld für den Klimaschutz

Eine Umfrage des Meinungsforschungsinstituts YouGov ergab: Trotz Klimadebatte und „Fridays for Future": Mehr als die Hälfte der Deutschen (60 %) gibt zurzeit kein Geld für den Klimaschutz aus. Eine freiwillige Spende, zum Beispiel als Crowdfunding, käme aber für mehr Deutsche infrage als eine CO_2-Steuer. Ein knappes Viertel gab an, bewusst klimaschonende Produkte zu kaufen.

▶ www.yougov.de

1. Hessischer Engagementkongress

Das Hessische Ministerium für Soziales und Integration (HMSI) veranstaltet am 25. und 26. September 2019 in Kooperation mit der Hochschule Fulda erstmals den Hessischen Engagementkongress. Er versteht sich als Angebot von Engagierten für Engagierte, spricht aber auch hauptberufliche Fachkräfte sowie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler an.

▶ www.engagementkongress.hessen.de

Die Alzheimervereinigung Kanton Zürich macht anlässlich ihres 25-jährigen Bestehens mit einem Augenzwinkern auf die täglichen Herausforderungen für Menschen mit Alzheimer und Demenz aufmerksam. Auf der Rückseite der Tüte findet sich eine „Einkaufsliste", die neben Äpfeln und Brot „das Weiße von der Kuh", „Mundbesen" und „orange Dinger aus der Erde" enthält. Kreiert wurden die Papiertüten von der Zürcher Kommunikationsagentur Art.I.Schock.

▶ www.alz-zuerich.ch

Nachhaltige Start-ups

Im Jahr 2018 wirtschafteten laut „Green Start-up Monitor" 26 Prozent der jungen innovativen Wachstumsunternehmen in Deutschland mit Produkten und Dienstleistungen, die zu einer „Green Economy" beitragen – einer wettbewerbsfähigen, ökologisch und sozial verträglichen Wirtschaft, unter dem Begriff „grüne Start-ups" zusammengefasst. Die Studie wurde vom Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit in Kooperation mit dem Bundesverband Deutsche Startups (BVDS) veröffentlicht. Die DBU förderte das Projekt fachlich und finanziell mit rund 360 000 Euro.

▶ www.dbu.de

Schweiz: EU streicht Geld an NGO

Die Europäische Union zahlt kein Geld mehr aus der Katastrophenhilfe an Schweizer Nichtregierungsorganisationen (NGO). Unter anderen die Caritas, Ärzte ohne Grenzen und World Vision in der Schweiz sind von der EU-Kommission informiert worden, dass sie und sieben weitere Organisationen keine weiteren europäischen Gelder mehr erhalten werden, es fehle die rechtliche Grundlage, hieß es in einem Bericht des Schweizerischen Rundfunks.

Fundraising für Bürgerstiftungen

Das Bündnis der Bürgerstiftungen Deutschlands hat den Ratgeber „Fundraising für Bürgerstiftungen" veröffentlicht. Auf knapp 30 Seiten werden mehrere Praxisbeispiele aus einigen Bürgerstiftungen vorgestellt und der Leser bekommt eine Checkliste für die eigene Arbeit an die Hand, wissentlich, dass nicht alle Bürgerstiftungen gleich sind. Außerdem helfen nützliche Adressen bei der Weiterbildung und der weiteren Vernetzung. Der Ratgeber kann kostenlos heruntergeladen werden.

▶ www.buergerstiftungen.org

Schöner scheitern
… mit unerwarteten Reaktionen

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 MARC-ANDRÉ PRADERVAND, Fundraiser BR

Eine Schweizer Organisation plante einen Streuversand an rund 400 000 Haushalte. Um mehr Aufmerksamkeit bei den Empfängern zu generieren, sollte ein Kuvert ohne Logo und ohne Absender verwendet werden. Im Brief, welcher von einer Behindertenwerkstatt zugeklebt worden war, befand sich neben dem Spendenbrief auch ein Kugelschreiber.

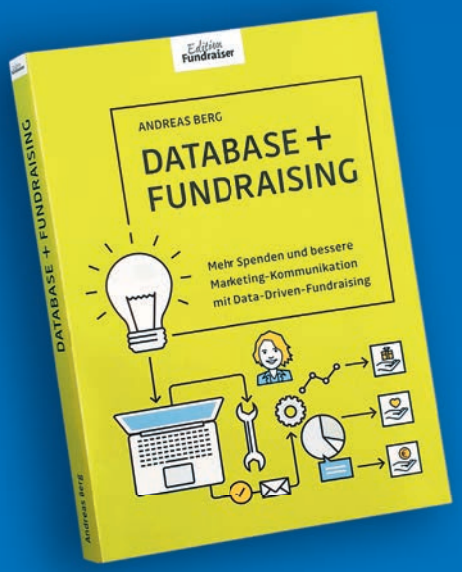
Der Streuversand erregte dann mehr Aufmerksamkeit, als es der Organisation recht war – durch die Polizei. Die rief an, weil eine Frau, die sich in einer „Kampf-Scheidung" befand, vermutete, dass es sich um eine Briefbombe ihres Noch-Ehemannes handelt. Schließlich trug der Umschlag keinen Absender und war nicht maschinell zugeklebt worden. Die Organisation konnte die Situation zum Glück rasch klären. Der Response war trotz der Polizeianfrage sehr hoch, aber als die Organisation im Folgejahr die Aktion wiederholte, verwendete sie lieber ein neutrales Kuvert auf dem zur Sicherheit etwas geschrieben stand.

Dass eine Mitteilung auf dem Kuvert nicht immer die richtige Lösung ist, zeigt der Streuversand einer anderen Organisation. Diese ließ an rund 300 000 Haushalte in der Schweiz ein neutrales Kuvert mit der Aufschrift „Vielen Dank im Voraus! Thomas" verteilen. Das Spezielle daran war, dass die Aufschrift täuschend echt einer von Hand geschriebenen Notiz glich. Dies führte dann bei vielen Empfängern zu teilweise heftigen Reaktionen, vor allem bei Personen, die Thomas hießen, da ihre Nachbarschaft den Eindruck hatte, dass sie für diese Organisation Geld sammelten. Auch zwei Dorfpfarrer mit Vornamen Thomas stellten in einem Leserbrief in ihrer jeweiligen lokalen Zeitung klar, dass sie nichts mit dieser Spendenaktion zu tun hätten. Die Reklamationen wurden auch vom nationalen Schweizer Radio aufgegriffen, wo sich die Organisation erklären musste. Aufmerksamkeit war so auf jeden Fall garantiert!

Fazit: Man sollte sich gut überlegen, was man aufs Kuvert schreibt!

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

Was Sie schon immer über
Data-Driven Fundraising
wissen wollten …



Das neue Buch von
Andreas Berg

Jetzt (vor-)bestellen:
shop.fundraiser-magazin.de
ISBN 978-3-9813794-2-6

39,90 €

ein Produkt vom
Fundraiser magazin
Fachlektüre, die Spaß macht.

Und was ist Ihre Agenda?

Persönliche Gedanken von Julian Rossig

Seien wir ehrlich: Ich schreibe diese Kolumne mit etwas Eigennutz im Hinterkopf. Und Sie lesen sie ebenfalls mit einem gewissen Eigeninteresse. Das ist gut so, denn so ticken wir Menschen: Wir verfolgen Ziele.

Deshalb finde ich es umso überraschender, welch kuriosen Umgang gemeinnützige Organisationen und Firmen miteinander pflegen, sobald es um Unternehmenskooperationen geht. Nach einem guten Jahrzehnt auf beiden Seiten bin ich regelrecht fasziniert: Allzu verbreitet ist die Erwartung ans Gegenüber, bitteschön aus reinem Altruismus tätig zu werden. Eigeninteresse? Verpönt. Mancher Firmenvertreter benimmt sich so, als wäre er persönlich der einzige hart arbeitende Mensch der Welt – während seine Gegenüber grundsätzlich inkompetente Faulpelze sind, die sich hinter starren Weltbildern verschanzen. Eine solche Arroganz ist natürlich in 90 Prozent der Fälle völlig fehl am Platz – und wo Gemeinnützige es tatsächlich einmal an „Pragmatismus" und inhaltlicher Flexibilität vermissen lassen, betrifft dies meist den fundamentalen Kern der Organisation: Da die gesamte Reputation an der Vereinsmission hängt, ist es naheliegend, damit nicht leichtfertig „flexibel" umzugehen. Unternehmen wären daher gut beraten, eine gewisse inhaltliche Widerborstigkeit – zum Beispiel von Umweltschutzorganisationen – als Stärke zu begreifen, an der sie sich wunderbar reiben können.

Fundraiser und Vorstände wiederum begegnen Unternehmensvertretern gern mit einer inneren Herablassung: „Die Spende kommt ja gar nicht von Herzen, sondern folgt bloß einem Kalkül." Denn nur wer reinen Herzens gibt, kommt ins Himmelreich … was bei juristischen Personen aber grundsätzlich schwierig ist. Welche Werte kann „die Firma" schon großartig verfolgen? Zudem darf sich jeder Fundraiser gern einmal an die eigene Nase fassen: Ist denn die trickreich aus einem gutherzigen Senior herausgelockte Mailing-Spende moralisch so viel höherwertiger?

Ich plädiere daher für eine gesunde gegenseitige Wertschätzung: NGOs wie Unternehmen sind in unserer heutigen Gesellschaft unverzichtbar – und bereichern sich gerade aufgrund ihrer gegensätzlichen Stärken. Während Firmenvertreter gut beraten sind, die Professionalität moderner NGOs anzuerkennen und ihnen auf Augenhöhe zu begegnen, sollten sich Gemeinnützige daran gewöhnen, kein Exklusivrecht auf moralisches Oberwasser zu genießen. Lassen wir dem Unternehmen doch seine „Gegenleistung", anstatt auf vermeintlich uneigennützigen Taten zu beharren.

Womit wir bei meinem Eigennutz wären: Ich freue mich immer über den Austausch mit engagierten Fundraisern, die Interesse an einer Zusammenarbeit haben. Und was die Gemeinsamkeiten dieser scheinbar komplett gegensätzlichen Organisationen angeht: In ehrenamtlichen Strukturen mögen die Entscheidungswege nicht immer mit Lichtgeschwindigkeit funktionieren – aber wer einmal versucht hat, in einem multinationalen Milliardenkonzern einen andersfarbigen Kugelschreiber zu bestellen, dürfte von der Umsetzungsgeschwindigkeit so mancher NGO durchaus positiv überrascht sein …

Julian J. Rossig, Ph.D., war Bereichsleiter Kommunikation/Fundraising bei der Johanniter-Unfall-Hilfe e.V. (Landesverband Sachsen) und arbeitet aktuell bei der strategischen Unternehmensberatung EY-Parthenon GmbH (julian.rossig@parthenon.ey.com). Dieser Beitrag spiegelt nicht zwangsläufig die Meinung seines Arbeitgebers oder der Redaktion wider.

Fundraising-Wahrheit Nr. 5

Ein Euro kommt selten allein.

Spenden sind wahre Geldmagneten. Das glauben Sie nicht? Dann legen Sie Ihrem Dankbrief doch mal einen Zahlschein bei. Oder nutzen Sie eine Spendenzusage für eine Challenge, bei der ein Projekt erst startet, wenn eine bestimmte Summe aus Kleinspenden zusammenkommt.

Ob Lead Gifts, Matching Gifts oder Contingent Matches für Ihre Neuspender-Akquise oder clevere Dank- und Upgradingstrategien für Ihre Bestandsspender*innen: Mit kreativen Ideen und smarten Konzepten sorgen wir dafür, dass Ihre mühsam eingeworbenen Euros nicht lang allein bleiben.

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

fundango®
Fundraising ist mehr

Der Botschafter der Orang-Utans

Ein junger Deutscher will die Menschenaffen in Südostasien retten

Die Orang-Utans in Indonesien sind vom Aussterben bedroht, weil ihre Lebensräume auf Borneo und Sumatra schwinden. Der Deutsche Benni Over setzt sich seit Jahren für den Schutz der gefährdeten Tiere ein. Was einst mit einem Besuch im Zoo begann, ist zu seiner Lebensaufgabe geworden. Dafür ist der schwerkranke junge Mann sogar im Rollstuhl in den Regenwald gereist. Unsere Redakteurin Ute Nitzsche sprach mit seinem Vater Klaus Over.

„Benni hat im Moment eine Therapie", sagt Klaus Over zum vereinbarten Termin am Telefon, „aber wir sind ein Team, wir sind quasi miteinander verschmolzen", erklärt er gleich im selben Satz. „Wir als Eltern tun nichts, ohne es vorher mit Benni abzusprechen, aber er sagt, wo es langgeht." Vater Klaus leiht seinem 28-jährigen Sohn, der an schleichendem Muskelschwund leidet, im Rollstuhl sitzt und seit einem Herzstillstand vor ein paar Jahren durch eine Maschine beatmet wird, sozusagen seine Stimme. Er spricht mit den Medien, berichtet von den Projekten und informiert gemeinsam mit Benni über Umweltschutz und bewusstes Konsumverhalten.

Die Familie wohnt in Rheinland-Pfalz. Als der Vater vor fünf Jahren auf Dienstreise in die deutsche Hauptstadt muss, hat er Frau und Sohn kurzerhand „im Berliner Zoo geparkt", wie er schmunzelnd erzählt. Am Abend berichten die beiden, was sie gesehen haben. Vor allem die Orang-Utans haben es Benni angetan. Stundenlang hatten Benni und seine Mutter vor dem Gehege gesessen und die verspielten Menschenaffen beobachtet. Seit diesem Tag lassen ihn die rothaarigen „Waldmenschen" nicht mehr los. Benni recherchiert im Internet, kennt bald alle Orang-Utans in deutschen Zoos beim Namen – und stellt schnell fest, dass diese äußerst intelligenten Tiere akut vom Aussterben bedroht sind.

Ihr Lebensraum verschwindet rapide. Rund 80 Prozent der Regenwälder Indonesiens sind in den letzten 30 Jahren der Abholzung und Brandrodung zum Opfer gefallen, wie der WWF auf seiner Website mitteilt.

Geschuldet der Gier der Industrienationen nach Tropenholz, Weideland, Bodenschätzen und vor allem Palmöl. Auf Borneo leben noch rund 54 000 Orang-Utans in freier Wildbahn, auf Sumatra sind es nur noch ca. 14 000, so die offiziellen Angaben des Borneo Orangutan Survival Deutschland e.V. (BOS).

Ein Affenkind für Menschenkinder

Benni muss etwas tun. Schnell hat er erste Ideen. Mit einem Buch sollen Kinder auf die dramatische Situation aufmerksam gemacht werden, so sein Wunsch. Und wie es der Zufall will, ist Kathrin, eine von Bennis Betreuerinnen, die ihn im Alltag unterstützen, eine talentierte Zeichnerin. Sie malt, Benni koloriert anschließend. Sein Engagement nimmt immer mehr an Fahrt auf. Als seine Eltern ihm dann eine Patenschaft über das Orang-Utan-Kind Henry schenken, steht auch der Titel des Buches: „Henry rettet den Regenwald". Die Geschichte erzählt von Henry, dessen Mutter getötet wird und der sich aufmacht, um Menschen zu finden, die ihm helfen, die Zerstörung seiner Heimat zu beenden. Der kleine Affe trifft im Buch den Papst, den Dalai Lama, den früheren US-Präsidenten und spricht sogar im Bundestag … „Auf einmal waren wir alle mittendrin", erzählt Klaus Over.

Vom Buch zum Film

Von der Direktorin der Landesmedienanstalt Rheinland-Pfalz kommt der Vorschlag, auch einen Trickfilm daraus zu machen. „Wir saßen dann zwei Tage in einem Workshop mit Medienpädagogen zusammen", erinnert sich der Vater. Ein Storyboard erstellen, Bilder auswählen, Dialoge schreiben, das alles lernen die Overs nun. Noch bevor das Buch erscheint, feiert der Trickfilm Premiere; zuerst in Bennis Grundschule, dann steht die Deutschlandpremiere vor 500 Kindern an. Der Film wird auch mit englischen und französischen Untertiteln versehen. Und das Ganze wird langsam zu einem Selbstläufer: „Zu diesem Zeitpunkt merkten wir, was wir angerichtet hatten. Die Kinder reagierten extrem emotional,

Bennis Buch „Henry rettet den Regenwald" (oben) richtet sich an Kinder. Über seine Reise in den Dschungel berichtet die Journalistin Christina Schott in einem weiteren Buch.

sie waren gerührt und aufgebracht, dass die Orang-Utans für Palmöl sterben müssen, das in über 50 Prozent unserer Supermarktprodukte enthalten ist, zum Beispiel auch in Überraschungseiern. Wir bekamen Anrufe von Eltern, deren Kinder sich plötzlich weigerten, Lebensmittel, in denen Palmöl steckt, zu essen", berichtet Klaus Over.

Besuch im Dschungel?

Aus Bennis Faszination für die bedrohten Tiere ist ein Projekt geworden, und irgendwann äußert er den Wunsch, sein Patenkind Henry in Indonesien besuchen zu wollen. „Da haben wir natürlich alle erst mal geschluckt." Wie sollte das funktionieren, mit einem Schwerkranken im Rollstuhl in den Dschungel zu reisen? Ganz klar, das geht nicht, sagte die Vernunft. Zudem ist es nur wenigen Personen überhaupt gestattet, die Orang-Utan-Camps zu besichtigen. Hier könnte die Geschichte zu Ende sein – aber die Overs hatten parallel auch schon Kontakte zu NGOs und Rettungsorganisationen in Indonesien und Deutschland geknüpft, sind seitdem gut befreundet mit dem Niederländer Willie Smits, Mitbegründer von BOS. Die schauten sich den Film an und sagten: „Der Benni soll kommen!"

Plötzlich wird es unruhig am Telefon. Klaus Over unterbricht sich. „Ich geh mal gerade gucken", erklärt er. „Einen Augenblick … ich bin jetzt im Büro von Benni. Mit dabei ist Kathrin, Benni sitzt gerade am Laptop und Kathrin zeichnet schon wieder die nächsten Motive für Teil 2 des Henry-Buchs", beschreibt er mir kurz die Szenerie. Aus dem Hintergrund schallt ein freundliches „Hallo". Klaus Over hat das Gespräch auf Lautsprecher gestellt und mich kurz vorgestellt. Ich darf Benni gleich duzen.

Problem Palmöl

Welche Erinnerungen sind von der Reise geblieben, was war besonders beeindruckend? Papa Klaus nimmt den Faden wieder auf. Insgesamt drei Camps haben die Overs besucht, erzählt er. Zwei Tage waren sie tief im Dschungel unterwegs, fernab von jeglicher Zivilisation. Begleitet wurden sie von Helfern, die vor Ort tätig sind und sich für die Belange der Menschen dort einsetzen, mit dabei war auch Orang-Utan-Botschafter Willie Smits. Und Benni ist den Orang-Utans endlich ganz nah gekommen, Affenkind Mona setzt sich sogar auf seinen Schoß.

Mit nach Deutschland bringt Benni Eindrücke fürs ganze Leben. Besonders berührend waren die Begegnungen mit den Einheimischen. Benni und sein Team essen mit einer Familie zu Abend, besuchen eine Grundschule, pflanzen Bäume, treffen ▶

... einen Priester, der böse Geister von den Besuchern abwenden will, und eine Schamanin, die der festen Überzeugung ist: „Gott hat uns Benni geschickt." Sie ernennen ihn offiziell zum „Botschafter für Orang-Utans". Die Affen-Pflegerin Jessy übergibt sogar einen Umschlag mit umgerechnet 40 Euro – ihr komplettes Monatsgehalt. Benni soll es für sein Projekt in Deutschland einsetzen, „damit die Menschen in Europa erfahren, wie schlimm die Regenwaldzerstörung ist".

Und die Overs lernen auch: Es gibt Alternativen zur Palmöl-Gewinnung. Die Einheimischen werden in entsprechende kleinere Projekte vor Ort eingebunden, was ihnen ein eigenes Einkommen ermöglicht. Kaum einer von ihnen kennt die Zusammenhänge, die zur Vernichtung ihres Lebensraums führen. „Sie werden von der Palmölindustrie dazu gedrängt, ihr Land zu verkaufen. Wenn sie nicht nachgeben, rücken die Bulldozer an und machen alles platt. Wer sein Land für wenig Geld verkauft hat, arbeitet anschließend meist als Tagelöhner in den Palmölplantagen und versprüht Pestizide", schildert Klaus Over die katastrophale Lage der Einwohner. „Es ist ein großer Unterschied, ob man das alles nur in der Zeitung liest oder mittendrin ist und sich mit den Menschen unterhält. Wir sind dadurch in Themen hineingerutscht, die weit über den Schutz der Orang-Utans hinausgehen. Inzwischen sind wir in Indonesien sehr gut vernetzt."

Artenschutz in Vollzeit

Diese Zusammenhänge zwischen Arten- und Klimaschutz, Schutz der Menschenrechte und dem Konsumverhalten der westlichen Welt versuchen die Overs zu vermitteln, wo und so oft sie nur können. Auf 30 bis 40 Veranstaltungen pro Jahr sind sie deutschlandweit präsent, um vor allem Kinder und Jugendliche für den Umweltschutz zu sensibilisieren. Dafür wird auch mal eine Skype-Session direkt nach Indonesien organisiert. Über allem steht dabei die Frage, wie wir von Europa aus überhaupt noch helfen können. „Bennis Projekt spielt bei uns mittlerweile mindestens acht Stunden

pro Tag eine Rolle", verdeutlicht Klaus Over die Dimensionen, die Bennis Engagement inzwischen einnimmt.

Kinder als Multiplikatoren

Aber warum richtet es sich größtenteils an Kinder? Haben sie nicht den geringsten Einfluss? Klaus Over sieht das anders: „Kinder sagen unverblümt die Wahrheit. Sie fragen zum Beispiel direkt: ‚Warum macht Frau Merkel nichts?'" Bennis Ziel ist es, Kinder über die Umweltprobleme zu informieren, damit die dann ihr Wissen an Eltern und Lehrer weitergeben können. Nach einer Veranstaltung sei es oft so, dass Kinder mehr über die ganzen Zusammenhänge wissen als ihre Eltern, und zwar nicht nur in Bezug auf die Orang-Utans, sondern über Umweltzerstörung und bewussten Konsum im Allgemeinen. Älteren Klassenstufen rät er auch, dafür einfach mal demonstrieren zu gehen. „Dieses Projekt von Benni öffnet sich nach vielen Seiten und fällt auf sehr fruchtbaren Boden", resümiert Klaus Over.

Möchte Benni Erwachsenen, zum Beispiel Politikern, auch etwas mit auf den Weg geben? Ich frage ihn ganz direkt, er bittet seinen Vater, zu antworten. Klaus Over erklärt: „Wir haben uns bisher nicht an Politiker gewendet. Vielleicht kommt das noch. Momentan haben wir den Eindruck, dass Politiker nicht den Mut zu spürbaren und nachhaltig wirkenden Entscheidungen pro Klimaschutz haben. Wohl oder übel müssten sie den Menschen drastische sowie schmerzhafte, wenngleich dingend erforderliche Veränderungen vermitteln. Wir wenden uns stattdessen lieber an Kinder und Jugendliche sowie an Eltern und Lehrkräfte, um sie zu einem Bewusstseinswandel in ihrem eigenen Konsumverhalten zu bewegen." Einen ganz konkreten Vorschlag an die Politiker haben die Overs dann doch: Politiker sollten sich regelmäßig den Fragen von Kindern stellen, sie durchdenken und beim nächsten Treffen beantworten.

Ein Euro – ein Baum

Ich will wissen, wie es in den nächsten Monaten weitergeht mit dem Projekt. Benni hat zusammen mit der niederländischen Masarang-Stiftung und dem „Lebensraum Regenwald" e. V. eine Wiederaufforstungskampagne ins Leben gerufen. 1,2 Millionen Euro sollen zusammenkommen, um auf einem maroden Grasland neue Bäume zu pflanzen. Bennis Ziel ist es, davon 100 000 Euro in Deutschland durch Spenden aufzubringen. Für jeden Euro wird ein Baum gepflanzt.

So ist das Projekt nicht nur Bennis Lebensaufgabe, sondern auch ein Beispiel für gelebte Inklusion. „Benni ist gerade dabei, neue Mails an Medien zu schreiben", berichtet sein Vater gegen Ende unseres Gesprächs, „wenn alle Adressen zusammen sind, haut der 500 bis 600 Mails raus, das geht dann ruckizucki. Das ist zwar viel Arbeit, aber irgendwie ergibt das ganz schön viel Sinn, was wir hier so alles tun." Im Moment habe Benni aber gerade eine kleine Pause eingelegt und esse etwas Obst. Über eine Stunde haben wir gesprochen, während Benni schon wieder für die Rettung des Regenwaldes im Einsatz war. Als ich mich verabschiede, höre ich ein gut gelauntes „Tschüss!" aus dem Hintergrund. Und ich bin mir sicher: Die rothaarigen Menschenaffen könnten keinen besseren Botschafter haben.

▶ www.henry-rettet-den-regenwald.de

© fotolia.de/Lightfield Studios

„Sie sind einfach großartig!“

Nein, dies ist kein Druckfehler. Sondern vielmehr eine Einladung, die „Perspektive zu ändern ☺“. Ein Anruf bei einem Förderer und ein persönliches Dankeschön intensivieren nicht nur die Beziehung: Sie geben ihm die Chance, Fragen und Wünsche loszuwerden.

Im Gegenzug schlagen unsere erfahrenen Experten am Telefon Ihren Spendern in Ihrem Namen zum Beispiel effektivere, regelmäßige Fördermöglichkeiten vor. Die Kosten hierfür refinanzieren sich innerhalb weniger Monate. Wie das funktioniert? Wir verraten es Ihnen. Rufen Sie uns an: 05131/4522-538

marketwing®

Fundraiser-Magazin Leser-Umfrage

Liebe Leserin, lieber Leser,

wir arbeiten mit viel Herzblut daran und hoffen, dass Ihnen das Fundraiser-Magazin gefällt. Aber nun wollen wir es genau wissen! Dafür brauchen wir Sie: Bitte nehmen Sie sich zehn Minuten Zeit und sagen Sie uns ehrlich Ihre Meinung, damit wir Ihr Fundraiser-Magazin zukünftig noch besser machen können.

Als Dankeschön verlosen wir unter allen Teilnehmenden ein **Wochenende für zwei** Personen in **Dresden** mit Übernachtung im Vier-Sterne-Hotel, Kulturprogramm und persönlicher Stadtführung; weiterhin **Fachbücher** aus unserer „Edition Fundraiser" sowie Gutscheine für einen **Fundraisingtag**. Machen Sie mit, es lohnt sich.

Fundraisingtage-Gutschein

Und so geht's:

Bitte füllen Sie den Fragebogen aus, trennen ihn ab und senden ihn
per Fax an: + 49 **(0)351 8 76 27-79** oder
per E-Mail an: **service@fundraiser-magazin.de**
oder mit der Post an:
Fundraiser-Magazin, Leser-Umfrage,
Altlockwitz 19, 01257 Dresden, Deutschland.

Oder ganz einfach online mitmachen: www.umfrage.fundraiser-magazin.de

Der Inhalt Ihrer Aussagen beeinflusst Ihre Gewinnchancen nicht! Die Daten werden selbstverständlich anonym ausgewertet. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Wir versichern, Ihre Daten vertraulich zu behandeln und nicht an Dritte weiterzugegeben.

Für Ihre Mühe bedanken wir uns schon heute.

Teilnahme- und Einsendeschluss ist der 26. Juli 2019.

Fragebogen Leser-Umfrage

1 Woher haben Sie das Fundraiser-Magazin, welches Sie gerade lesen?

❒ Abonnement
❒ über meinen Verband/Arbeitgeber erhalten
❒ auf einer Veranstaltung mitgenommen
❒ von einer Person geschenkt bekommen
❒ anders, und zwar

.....

2 Wie gefällt Ihnen das Fundraiser-Magazin ganz allgemein?

Bitte vergeben Sie eine Schulnote
(von 1 = „sehr gut“ bis 6 = „überhaupt nicht“). ☐

3 Wie viele Personen lesen „Ihr“ Exemplar mit?

❒ keine weitere Person ❒ 1 weitere Person
❒ 2 weitere Personen ❒ mehr als 2, nämlich ☐

4 Was lesen Sie im Fundraiser-Magazin zuerst?

.....

5 Welche der folgenden Inhalte des Fundraiser-Magazins lesen / nutzen Sie?

	(fast) immer	häufig	manchmal	nie	kenne ich nicht
Titelthema	❒	❒	❒	❒	❒
Schöner scheitern	❒	❒	❒	❒	❒
Interviews	❒	❒	❒	❒	❒
Meinungen / Persönliche Gedanken	❒	❒	❒	❒	❒
Berichte über Projekte & Stiftungen	❒	❒	❒	❒	❒
Köpfe & Karrieren	❒	❒	❒	❒	❒
Praxis- & Erfahrungs-Berichte	❒	❒	❒	❒	❒
Dienstleisterverzeichnis	❒	❒	❒	❒	❒
Fundraising-Kalender	❒	❒	❒	❒	❒
Fachbuchvorstellungen	❒	❒	❒	❒	❒
Fragebogen-Rubrik	❒	❒	❒	❒	❒
Zu guter Letzt (Fabian F. Fröhlich)	❒	❒	❒	❒	❒

6 Wie oft nehmen Sie das Fundraiser-Magazin zur Hand, bevor Sie es nicht mehr anschauen?

❒ 1 Mal
❒ 2–3 Mal
❒ 4–5 Mal
❒ häufiger als 5 Mal

7 Würden Sie das Fundraiser-Magazin weiterempfehlen / weitergeben?

❒ auf jeden Fall
❒ wahrscheinlich
❒ eher nicht
❒ auf gar keinen Fall

Bitte hier falten
(passt in einen Fensterumschlag)

8 Was fehlt Ihrer Meinung nach im Fundraiser-Magazin?

.....

9 Was ist Ihrer Meinung nach völlig überflüssig?

.....

10 Aus welchen Quellen beziehen Sie sonst regelmäßig Informationen zum Thema Fundraising?

.....

Bitte blättern Sie um!

So können Sie mitmachen

Bitte senden Sie beide Seiten per Fax an:
+49 (0)351 8 76 27-79
per Mail an: service@fundraiser-magazin.de

oder per Post an nebenstehende Adresse
(bitte Briefmarke nicht vergessen!)

Lieber online teilnehmen? Das geht hier:

www.umfrage.fundraiser-magazin.de

Fundraiser-Magazin
– Leser-Umfrage –
Altlockwitz 19
01257 Dresden

DEUTSCHLAND

11 **Bitte bewerten Sie nun folgende Aussagen. Inwieweit treffen diese auf Ihre persönliche Einschätzung über das Fundraiser-Magazin zu?**
(1 = trifft genau zu, 2 = trifft meistens zu, 3 = trifft weniger zu, 4 = trifft nicht zu)

1	2	3	4	Das Fundraiser-Magazin …
❒	❒	❒	❒	ist kompetent.
❒	❒	❒	❒	ist verständlich geschrieben.
❒	❒	❒	❒	informiert zuverlässig.
❒	❒	❒	❒	ist klar und übersichtlich gegliedert.
❒	❒	❒	❒	hat eine ansprechende Gestaltung und ein gutes Layout.
❒	❒	❒	❒	ist abwechslungsreich gemacht
❒	❒	❒	❒	vermittelt Wissen.
❒	❒	❒	❒	greift interessante Entwicklungen aktuell auf.
❒	❒	❒	❒	stellt spannende Menschen vor.
❒	❒	❒	❒	macht Spaß zu lesen.
❒	❒	❒	❒	ist nützlich für meine Arbeit.
❒	❒	❒	❒	ist mit keiner anderen Zeitschrift vergleichbar.

12 **Wenn es das Fundraiser-Magazin plötzlich nicht mehr gäbe, …**
❒ würde ich es vermissen.
❒ würde mir nichts fehlen.
❒ .....

13 **Das Fundraiser-Magazin enthält vielfältige Anzeigen von Firmen und Dienstleistern, die nützlich für den sogenannten Dritten Sektor sind. Inwieweit treffen folgende Aussagen auf Ihre persönliche Einschätzung über diese Werbung im Fundraiser-Magazin zu?**
(1 = trifft genau zu, 2 = trifft meistens zu, 3 = trifft weniger zu, 4 = trifft nicht zu)

1	2	3	4	Anzeigenwerbung im Fundraiser-Magazin …
❒	❒	❒	❒	ist ein Hingucker.
❒	❒	❒	❒	ist informativ und interessant.
❒	❒	❒	❒	ist professionell gemacht.
❒	❒	❒	❒	ist ansprechend gestaltet.
❒	❒	❒	❒	ist nützlich für meine Arbeit.

Bitte hier falten (passt in einen Fensterumschlag)

14 **Welchen Service wünschen Sie sich auf der Internetseite fundraiser-magazin.de?**
.....

Nun noch kurz zu Ihrer Person. Diese Angeben sind notwendig, um das Fundraiser-Magazin noch besser auf seine Leserschaft abstimmen zu können. Selbstverständlich werden diese Daten vertraulich behandelt.

15 **Sie sind** ❒ männlich ❒ weiblich ❒ divers?

16 **Wie alt sind Sie?** ☐

17 **Haben Sie beruflich oder ehrenamtlich mit /in einer Non-Profit-Organisation zu tun?**
❒ ja, hauptberuflich
❒ ja, ehrenamtlich
❒ nein

18 **In welchem Bereich /welcher Branche liegt Ihr Arbeitsschwerpunkt? Bitte kreuzen Sie alles an, was zutrifft.**
❒ Bildung / Wissenschaft/Forschung
❒ Sofort- /Nothilfe/Katastrophen
❒ Entwicklungszusammenarbeit
❒ Wohlfahrtspflege /Soziale Hilfe
❒ Kinder- und Jugendhilfe
❒ Kirche /Glaubensgemeinschaften
❒ Umwelt- und Naturschutz
❒ Tierschutz
❒ Politische Arbeit
❒ Kultur und Denkmalschutz
❒ Behinderten- /Krankenhilfe
❒ Agentur /Dienstleister
❒ anderes, nämlich .....

20 **In welcher Region leben Sie? Bitte geben Sie Ihre Postleitzahl an.**
D _ _ _ _ _ A _ _ _ _ CH _ _ _ _
anderes Land, nämlich .....

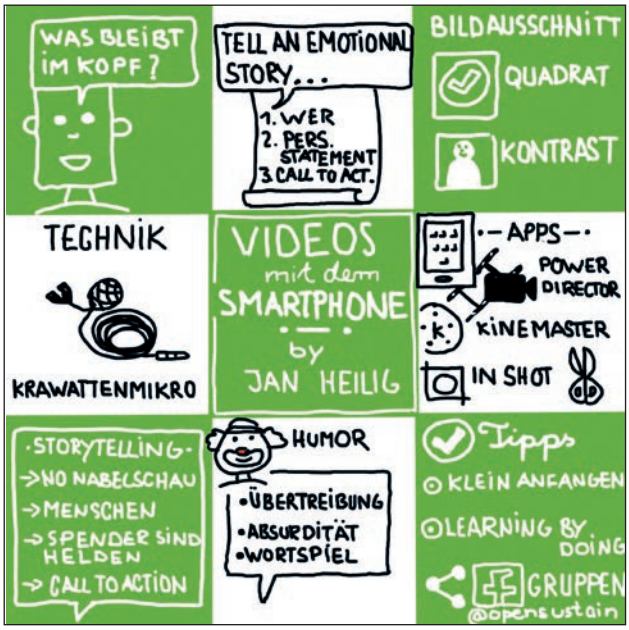
19 **Welche Position /Funktion innerhalb Ihrer Organisation /Firma haben Sie? Bitte kreuzen Sie alles an, was zutrifft.**
❒ Vorstand ❒ Geschäftsführung ❒ Fundraising ❒ Finanzen
❒ Presse /Öffentlichkeitsarbeit ❒ Marketing ❒ Personal
❒ Projektverantwortung
❒ anderes, nämlich .....

21 **Ich möchte der Redaktion noch etwas mitteilen, nämlich:**
.....

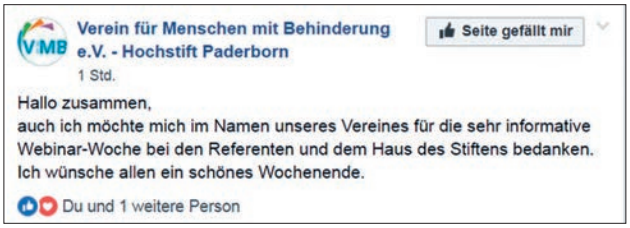
Vielen Dank für Ihre Angaben. Diese helfen uns, das Fundraiser-Magazin noch besser zu machen! Wenn Sie an der Verlosung teilnehmen möchten, dann tragen Sie bitte hier Ihre Anschrift ein. Diese Daten werden separat erfasst und nicht mit den Angaben aus den Fragen in Verbindung gebracht. Wir danken Ihnen fürs Mitmachen und wünschen viel Glück bei der Verlosung! Einsendeschluss ist der 26. Juli 2019. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Vorname Name .....
Straße Hausnummer .....
PLZ, Ort .....
E-Mail .....

Leser-Post und -Postings



Habe sehr viele gute Ideen und Tipps mitgenommen bei dem Webinar „Videos mit dem Smartphone" von Jan Heilig. Großes Dankeschön für die Initiative fundraising.digital! Graphic Recording: Susanne Kitlinski, www.opensustain.com



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

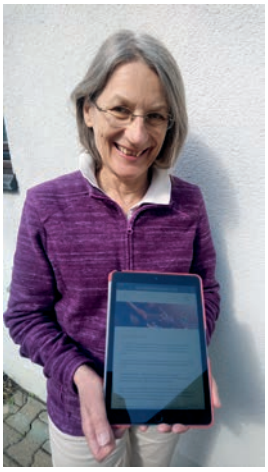
Fotos von Spendenboxen

Liebe Leserinnen und Leser, senden Sie uns gern Ihre Fotos von (außergewöhnlichen) Spenden-Sammeldosen. Wir möchten diese gern in loser Folge veröffentlichen. Dieses Schätzchen hier ist eine alte Truhe aus dem 17. Jahrhundert auf der Burg Kriebstein. Danke für die Einsendung!

Fundraisingtage machen Freude

Herzlichen Dank auch für den Fundraisingtag in Stuttgart – die Organisation war spitze und die Referent*innen- und Themenauswahl wirklich gelungen. Bis zum nächsten Mal, viele Grüße

Anne Eichmann
Fundraising und Sponsoring Landesmuseum Württemberg



Herzlichen Dank für das beim Fundraisingtag gewonnene iPad … Ich bin zwar noch dabei, mich in die Funktionen des iPads einzuarbeiten, allerdings habe ich alle für die Fundraising-Arbeit für unseren Verein relevanten Seiten gespeichert. Ich bin sehr glücklich mit dem iPad, denn unser Verein hätte sich so eine Ausgabe nicht leisten können. Nun kann ich bei potenziellen Spendern sofort auf Infos und Fotos zurückgreifen. Noch einmal vielen Dank für das Gewinnspiel.

Regine Räder, Kultur-Tafel-Würzburg e. V.

NGOs und Unternehmen

Partnerschaften für die gute Sache

Mit enormen Wachstumspotenzialen

Weltweit gewinnen Kooperationen zwischen Non-Profit-Organisationen und Unternehmen stark an Bedeutung. Unternehmenskooperationen bieten viele Chancen – für beide Seiten.

Seite 24

Gut gemeint ist nicht immer gut gemacht

Auch Corporate Volunteering hat seine Tücken. Sei es ein Renovierungsprojekt oder der Ausflug mit Kindern in den Zoo – die Kosten-Nutzen-Rechnung geht für viele Non-Profit-Organisationen häufig nicht auf.

Seite 26

Cause Related Marketing – ein alter Hut?

Babys wickeln für Tetanus-Impfungen oder Kondome benutzen für Aufklärungsunterricht in Afrika – so kann Konsum etwas Gutes bewirken. Der Status quo in Deutschland aus NGO-Perspektive und die Frage der Preisbildung.

Seite 28

Geringe Reaktionszeiten für schnelle Hilfe

Die Kinderrechtsorganisation Save the Children Schweiz verfügt nicht nur über langjährige Partnerschaften mit Unternehmen, sondern geht in diesem Bereich auch innovative Wege und versucht, die Digitalisierung zu nutzen, um gemeinsam Kinderleben zu verbessern.

Seite 30

Wie Wirtschaft hilft

Besonders Kleinunternehmen sind in Österreich gemeinnützig aktiv. 83 Prozent der österreichischen Unternehmen engagieren sich in Form von Geld-, Sach- oder Personalspenden und wenden rund 100 Millionen Euro im Jahr für gemeinnützige Zwecke auf.

Seite 32

Mit enormen Wachstumspotenzialen

Unternehmenskooperationen bieten viele Chancen – für beide Seiten

Weltweit gewinnen Kooperationen zwischen Non-Profit-Organisationen und Unternehmen stark an Bedeutung. Die Gründe sind vielschichtig. So nimmt die Konkurrenz in den allgemeinen Fundraisingkanälen weiter zu und die Finanzkraft der öffentlichen Hand weiter ab. Es gilt mittlerweile daher als erwiesen, dass zusätzliche finanzielle Ressourcen nicht mehr primär von der Vielzahl der klassischen Spender kommen werden, sondern im Wesentlichen von erfolgreichen Unternehmen und vermögenden Privatpersonen.

Von HANS ULRICH HUTTEN

Viele Organisationen scheuen sich davor, eine Kooperation mit Unternehmen einzugehen, weil die Wirtschaft an sich in ihren Augen nicht kompatibel mit den eigenen Idealen und Wertvorstellungen sein kann. Dabei wird oft verkannt, dass der ökonomische Erfolg von Unternehmen ganz wesentlich auch von Aspekten wie Reputation, Sinnstiftung, Mitarbeiterloyalität und Mitarbeiteridentifikation abhängt und das gesellschaftliche Engagement der Unternehmen kein „Feigenblatt" ist, sondern zentrales Element der Wachstumsstrategie und der vom Markt zugesprochenen Zukunftsfähigkeit (im Sinne der „Licence-to-operate"). Unternehmen agieren außerdem nicht im luftleeren Raum, sondern sehen sich als wichtigen Netzwerk-Partner für gesellschaftliche Verantwortung. Das Ideal der Verantwortung ist also bei NPOs und Unternehmen vergleichbar.

Kooperationsfähige Strukturen

Auf dem Weg zur Unternehmenskooperation sind jedoch einige Voraussetzungen notwendig. Kooperationen müssen zuerst einmal von „oben", sprich von der Leitungsebene gewollt und aktiv vorangetrieben werden. Wenn das nicht der Fall ist, hat das ganze Thema keinen Sinn. Und die Strukturen der Organisation müssen „kooperationsfähig" sein, sprich das Projekt muss in die Organisation strukturell und personell integrierbar sein. Wichtig sind auch eine tief gehende Potenzial-Analyse und ein klares Anforderungsprofil, um unter anderem zu herauszufinden, welche Unternehmen man ansprechen will und welche nicht (weil sie nicht kompatibel mit der Satzung oder dem Leitbild sind).

Grundsätzlich bedeuten die ersten Kooperationen für beide Seiten immer auch Orientierungs- und Suchbegegnungen in einem bisher eher unbekannten Terrain, aber auf gleicher Augenhöhe. Für die Organisationen heißt das, sich auf den privatwirtschaftlichen Sektor einzustellen; dazu gehören unter anderen folgende Aspekte: mögliche Erwartungen und Zielvorstellungen

antizipieren, eine klare Strategie für die Kooperation (Ziele, Handlungskonzept, Kennzahlen, Zeitplan, Verantwortlichkeiten, vertragliche Aspekte), die Organisations-Positionierung, eindeutige Nutzenaussagen zur Zusammenarbeit (Case for Support), Wissen um innerbetriebliche Abläufe und Prozesse, Wissen um die „Sprache" der Unternehmen sowie Kenntnis der relevanten Fachabteilungen, Ansprechpartner und Entscheider in den Unternehmen.

Gemeinsame Ziele

Eine gute Kooperation liegt dann vor, wenn sie weit über den Imperativ „Tu Gutes!" hinausgeht und die strategischen Ziele der Organisation und des Unternehmens direkt positiv im Sinn von Mehrwert für beide beeinflusst. Dabei stehen neben den monetären Leistungen auch Fragen der gemeinsamen Zielerreichung im Fokus.

Beide, Organisationen und Unternehmen, müssen sich daher einige Fragen stellen: Sind unsere grundsätzlichen Ziele und unsere Projekt-Ziele im Besonderen identisch? Sprechen wir gemeinsame Zielgruppen an? Gibt es eine gegenseitige Steigerung des Bekanntheitsgrades und einen wertsteigernden Imagetransfer? Passt die „Chemie", vertrauen wir uns gegenseitig?

Wägt man das Soll und das Haben einer Unternehmenskooperation ab, überwiegt für die NPOs eindeutig das Haben. Die Potenziale sind enorm, und die Chancen und Vorteile auch: Neue Projekte können realisiert werden, die ohne Kooperationspartner nicht umsetzbar wären. Unternehmenskooperationen bauen Barrieren ab und stärken das gegenseitige Verständnis zwischen Wirtschaft und sozialem Sektor. Kooperationen fördern die Wertschätzung und Anerkennung der Arbeit der NPOs in der Öffentlichkeit. Außerdem können neue Zielgruppen angesprochen werden. Unternehmenskooperationen eröffnen über Corporate-Volunteering Chancen für die Gewinnung von Ehrenamtlichen über den Projektzeitraum hinaus. Ebenfalls nicht zu unterschätzen ist der Wissenstransfer in den sozialen Sektor.

Hans Ulrich Hutten ist seit 28 Jahren in unterschiedlichen Verantwortungs- und Beratungsfunktionen in den Bereichen Marke, Kommunikation, CR, CC und Unternehmenskooperationen tätig. Mit seiner Essential-Projects GmbH vernetzt er Non-Profit-Organisationen und Unternehmen. Ziel ist eine projekt- und bedarfsspezifische Partnerschaft bzw. Kooperation, die NPOs und Unternehmen gleichermaßen als Win-Win-Strategie zugutekommt.
▶ **www.essentialprojects.net**

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 - 124, oder
senden Sie eine Mail an: sommer@fundraisingakademie.de

www.fundraisingakademie.de

In Kooperation mit FundConsult

Gut gemeint ist nicht immer gut gemacht

Auch Corporate Volunteering hat seine Tücken

„Wir würden uns gern mit 40 Mitarbeitern bei Ihnen engagieren." Eine solche Anfrage hat vermutlich fast jede soziale Einrichtung bereits einmal bekommt. Oft ist die Reaktion darauf aber kein freudiger Aufschrei, sondern eher Missmut und das Bewusstsein, dass Firmenengagement nicht nur Unterstützung, sondern auch viel Arbeit bedeutet. Sei es ein Renovierungsprojekt oder der Ausflug mit Kindern in den Zoo – die Kosten-Nutzen-Rechnung geht für viele Non-Profit-Organisationen häufig nicht auf.

Von STEPHANIE FROST

Angebote von Mitarbeiter-Engagements häufen sich. Immer mehr Unternehmen bieten ihren Mitarbeitern ein Engagement im Rahmen firmeneigener Corporate Volunteering-Aktivitäten an. Hierbei stellen sie allen Mitarbeitern ein Zeitkontingent zur Verfügung, in welchem diese sich in ihrer Arbeitszeit in sozialen Projekten engagieren können. Firmen möchten mit dieser Maßnahme ihrer unternehmerischen Verantwortung gerecht werden, aber auch neue Formate von Team-Events etablieren.

Im Rahmen unserer langjährigen Arbeit mit über 350 sozialen Partnerorganisationen und mehr als 2000 Corporate Volunteers haben wir einige Faktoren identifiziert, die darüber entscheiden, ob Corporate-Volunteering-Aktivitäten für Non-Profit-Organisationen sinnstiftend sind – oder auch nicht. Werfen wir einen Blick auf die häufigsten Fallstricke:

Die eigenen Bedarfe sind nicht bekannt

Viele NPOs sind zunächst einmal ratlos, wenn eine Firmenanfrage im Postfach landet. Welche Art von Projekt ist sinnvoll? Benötigen wir überhaupt Unterstützung und wenn ja, wie viele Firmenmitarbeiter können mithelfen? Ob Einsätze von Einzelpersonen, Gruppenengagement (sogenannte „Social Days") oder fähigkeitsbasiertes Pro-bono-Engagement – es gibt zahlreiche Möglichkeiten für Unternehmen, in sozialen Projekten aktiv zu werden. Es ist also durchaus sinnvoll, sich in regelmäßigen Abständen über die eigenen Bedarfe klar zu werden, diese mit konkreten Projektvorschlägen zu versehen und gegebenenfalls sogar auf der eigenen Homepage zu kommunizieren. So werden unpassende Firmenanfragen direkt herausgefiltert und man kann die wertvolle Ressource „Corporate Volunteer" bedarfsorientiert einsetzen.

Es wird kein Budget einkalkuliert

Es gibt Unternehmen, die Corporate Volunteering noch nicht gänzlich oder vielleicht sogar falsch verstanden haben. Einige sehen in Social Days kostengünstige oder gar kostenlose Team-Events und haben noch kein Verständnis dafür, welch großer Planungs- und Organisationsaufwand für die NPO hinter einem solchen Tag steht. Im Rahmen unserer Vermittlungsarbeit stoßen wir immer wieder auf Unverständnis, wenn wir eine Budget-Kalkulation für Materialkosten, Verpflegung und unsere Organisationskosten vorlegen. Leider trifft das selbst auf große bekannte Unternehmen zu. Anfragen nach einem kostenlosen Social-Team-Event lehnen wir grundsätzlich ab und raten jeder NPO dazu, Firmeneinsätze nicht kostenlos anzubieten.

Firmen ziehen eine Menge aus Corporate-Volunteering-Einsätzen: Teambuilding, Mitarbeitermotivation, Personalentwicklung, Image und vieles mehr – Aspekte, für die normalerweise viel Geld ausgegeben wird!

In der Zusammenarbeit mit Unternehmen und sozialen Organisationen beobach-

ten wir oft das vorherrschende Narrativ der „bedürftigen Organisation“, die vom „großzügigen Unternehmen“ unterstützt wird.

Es findet keine Kommunikation auf Augenhöhe statt

Hier entsteht direkt ein Machtgefälle und die Kooperation hat kaum eine Chance, auf Augenhöhe stattzufinden. Bedenkt man wieder, wie stark Firmen von den Corporate-Volunteering-Aktivitäten profitieren, ist dieses Ungleichgewicht nicht gerechtfertigt. Ganz im Gegenteil: Für Firmen ist es sehr schwierig, geeignete Einsatzmöglichkeiten für ihre Mitarbeiter zu finden und diese zu koordinieren. Sie sind daher auf professionelle Partner angewiesen – NPOs bieten also einen großen Mehrwert (nämlich soziale Projekte) und sollen sich dessen unbedingt bewusst sein.

Organisation und Planung werden unterschätzt

Der hohe Aufwand, den die Organisation, Planung und Durchführung von wirkungsvollen Freiwilligen-Einsätzen mit sich bringt, wird oft unterschätzt – seitens der Unternehmen, aber auch seitens der NPO. Wir erleben auf der einen Seite oft enttäuschte NPOs, die mit all den Vorbereitungen für den Firmeneinsatz allein gelassen wurden. Auf der anderen Seite ist das Erlebnis für die Unternehmensmitarbeiter manchmal anders als erwartet. So kann es beispielsweise zu wenige oder zu viele Aufgaben geben, es sind nicht alle benötigten Materialien vor Ort, die Kommunikation läuft schleppend, die Betreuung ist nicht ausreichend und so weiter. Hier ist es ratsam, Erwartungen direkt am Anfang der Kooperation zu klären. Ein Social Day ist eben kein klassisches Firmen-Event, und eine NPO ist keine Eventagentur – und sollte es auch nicht sein.

Die Anfertigung von detaillierten Zeitplänen ist ebenso essenziell wie eine gut durchdachte Planung des Social Days. Hier können Vermittler, wie die örtlichen Freiwilligenagenturen oder auch UPJ, unterstützen.

Als Mitgründerin von vostel.de arbeitet **Stephanie Frost** täglich daran, Corporate Volunteering auf ein neues, wirkungsvolleres Level zu heben und einen Mehrwert für beide Seiten – Unternehmen und soziale Organisationen – zu schaffen. So stellt sie mit ihrem Team unter anderem eine Online-Plattform zur einfachen Vermittlung von Mitarbeitenden in Engagements zur Verfügung.
▶ www.vostel.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

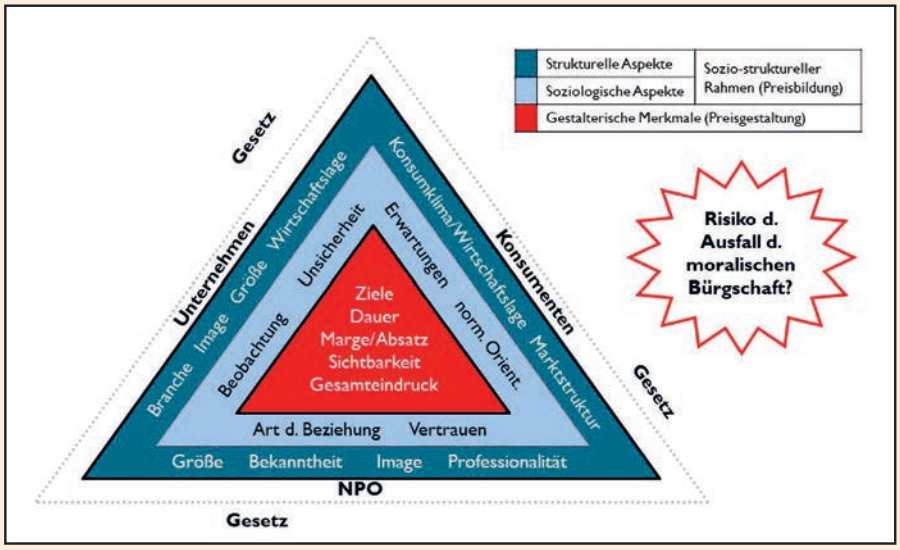
Deutscher Spendenhilfsdienst

Cause-Related Marketing – ein alter Hut?

Der Status quo in Deutschland aus NGO-Perspektive und die Frage der Preisbildung

Babys wickeln für Tetanus-Impfungen (Pampers/UNICEF) oder Kondome benutzen für Aufklärungsunterricht in Afrika (Durex/Global Fund) – so kann Konsum etwas Gutes bewirken. Cause-Related Marketing ist das Instrument hinter solchen Aktionen und wird seit etwa 2001 in Deutschland genutzt.

Von CATRIN THIEM und ALEXANDER SCHIRM



Cause-Related Marketing (CrM) bietet für Unternehmen (Profit-Organisationen, kurz: PO) die Möglichkeit der Imageförderung und Absatzsteigerung sowie für NPOs eine Bekanntheitssteigerung und Erschließung von finanziellen Ressourcen. Konsumenten vermittelt diese Technik den Eindruck, „richtig" gehandelt zu haben. Dieses gute Gefühl trägt dazu bei, das Produkt, die Marke oder das Unternehmen positiver wahrzunehmen. Das verdeutlicht, dass NPOs im Rahmen ihrer Leistungen genau diesen Effekt, der von POs nachgefragt wird, bieten können und POs als gleichwertigem Geschäftspartner begegnen sollten.

Die erste ausführliche Studie zu CrM in Deutschland wurde 2008 von Shamsey Oloko durchgeführt. Auf Basis dieser Studie prüfte Catrin Thiem mehr als zehn Jahre später im Rahmen einer Semesterarbeit mit einer vergleichbaren Befragung den Stellenwert und die Gründe für CRM bei NPOs. Alexander Schirm hat 2012 ebenfalls Shamsey Oloko und andere Wissenschaftler, Berater, Vertreter von POs und NPOs für seine Master Thesis interviewt, um herauszufinden, was die Höhe der im CrM von POs an die NPOs übermittelten Beträge beeinflusst.

Der durch die Konsumenten ausgelöste Beitrag von POs zugunsten des gemeinnützigen Zwecks einer NPO wird überwiegend als Spende bezeichnet. Dass es sich bei CrM aber nicht um eine Spende handelt, sondern um eine vertragliche Regelung von Leistung und Gegenleistung und diese Einnahmen in den Bereich des wirtschaftlichen Zweckbetriebs fallen, wird in der Forschungsliteratur wenig bis gar nicht behandelt und teilweise auch von NGOs irreführend kommuniziert.

In der Literatur wird eingestanden, dass die Bezeichnung „Spende" im Fall von CrM nicht den Tatsachen entspricht und eher als Gegenleistung der PO verstanden werden kann. Wie genau jedoch die Leistungsverflechtung im CrM gestaltet ist, bleibt in den meisten Fällen ungeklärt. Hier setzt die Forschung von Alexander Schirm an, während Catrin Thiem mit der diesjährigen Umfrage bei NPOs Entwicklungen der letzten zehn Jahre aufzeigen will.

Ergebnisse 2019: Status Quo von CrM bei NPO

In der neuen Studie befragte Catrin Thiem 89 NPOs, 52 nahmen teil, von denen 16 angaben, CrM zu nutzen. Das Interesse und die Nachfragen von POs werden 2019 weiterhin ansteigen (von 56 % der befragten NPOs), aber nicht mehr so deutlich wie 2008 (87,5 %) wahrgenommen. Etwas verhaltener, aber weiterhin generell optimistisch wird das Wachstum von CrM-Einnahmen eingeschätzt.

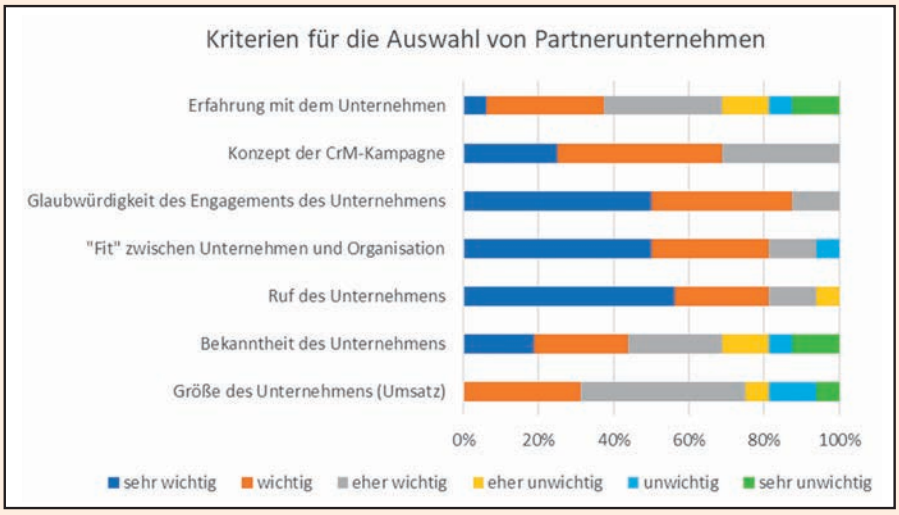
Für die konkreten Einnahmen pro CrM-Maßnahme gibt es nur beschränkt Angaben, die sich von 1000 bis 50 000 Euro erstrecken und im Durchschnitt über 19 000 Euro betragen.

Mit 75 Prozent ist der Anteil der Organisationen, die mit CrM weniger als 5 Prozent ihrer Gesamteinnahmen generieren, gestiegen. Der Bereich mit 5 bis 15 Prozent Anteil ist geschrumpft, und nur 6,23 Prozent erreichen mit CrM 21 bis 25 Prozent Einnahmeanteil.

Teilnehmer der Studie von 2008 prognostizierten einen Anstieg der Einnahmen durch CrM an den Gesamteinnahmen. Eingetreten ist dieser jedoch nicht.

Gründe für CrM

Bei den Gründen für die Durchführung von CrM-Maßnahmen liegt die Generierung von finanziellen Mitteln (93,75 %) an der Spitze, dicht gefolgt von dem Wunsch nach Bekanntheitssteigerung (84,25 %) und knapp dahinter die Verbreitung der Mission (75 %).



Glaubwürdigkeit ist mit 87,5 Prozent nach dem Ruf des Unternehmens und dem Zusammenpassen zwischen NPO und PO (beide 81,25 %) nach wie vor das wichtigste Kriterium für die Auswahl eines Unternehmenspartners für CrM.

Viele Ergebnisse zeichnen ein ähnliches Bild wie die Studie 2008. Eine Erkenntnis ist, dass die Erwartung einer Steigerung des CrM-Anteils an Einnahmen bei gemeinnützigen Organisationen bisher nicht sichtbar wird, aber auch 2019 erwartet wird. Das beinhaltet auch, dass NPOs lernen und üben, sich auf Märkten zu bewegen, den guten Zweck oder die originäre Leistungserfüllung gleichzeitig als marktadäquate Dienstleistung zu betrachten und deren Wert abzuschätzen.

Bis heute wissen viele Organisationen nicht, wie sie die Preise im CrM herleiten sollen. Alexander Schirm entwickelte die These, dass der Wert von CrMs zumindest teilweise sozial konstruiert ist. Das ist für Organisationen ein Problem, weil die Gefahr besteht, den Preis zu gering anzusetzen, aber auch von anderen NPOs unterboten zu werden. Wenn die aufgerufenen Preise fallen, können die gewünschten sozialen Wirkungen durch CrM überhaupt nicht oder nur ansatzweise erreicht werden. Die Sichtbarkeit, die CrMs auslösen, bringen dann vor allem Unternehmen etwas, nicht aber der Organisation.

Letztlich ist CRM ein Lizenzgeschäft, das steuerlich als Vermögensverwaltung oder als wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb behandelt wird.

Woran sich Preise im CRM orientieren, kann laut Schirms Erkenntnissen in einem Spektrum preisbeeinflussender Aspekte dargestellt werden. Es sollte dafür zwischen Preisbildung und -gestaltung unterschieden werden, auch wenn dies nicht überschneidungsfrei möglich ist.

So findet die Preisbildung innerhalb eines dreiseitigen Rahmens zwischen Konsumenten, Unternehmen und der Organisation statt, der sowohl strukturelle als auch soziologische Elemente hat. Strukturell sind bei Unternehmen die Größe, Branche und Wirtschaftslage. Dies ist bei NPOs ähnlich, hier spielen vor allem das Image und der Grad der Professionalität eine Rolle. Daneben sind das Nachfrageverhalten von Unternehmen und NPOs nach CrM ebenso relevant wie das Konsumklima, herrschende normative Orientierungen oder die Beziehung sowie das Vertrauen zwischen Unternehmen und NPO. Wichtig waren vor allem in der Vergangenheit auch die Medien, durch die NPOs und Unternehmen Preise von Konkurrenten erfuhren. Im Kern des Modells findet die Preisgestaltung auf Basis strukturell und soziologisch bedingter Preisspielräume statt. Hier sind auch das Geschick und die Erfahrung der Verhandlungsführer aus NPO und Unternehmen entscheidend. Wichtig sind daneben die Dauer, die Ziele und die Sichtbarkeit der Kampagne selbst. Tendenziell präge vor allem die Sichtbarkeit und die Dauer den Preis: Je mehr Menschen die Kampagne wahrnehmen, desto teurer sollte es für das Unternehmen werden. Unter Gesamteindruck wurden alle Erfolgsfaktoren von CrM wie Image/Produktfit, Höhe der Spende sowie die Einbettung in einen größeren Wirkungskontext gefasst. Ist die Kampagne also Bestandteil eines glaubwürdigen Engagements des Unternehmens, zum Beispiel in der Höhe der geleisteten Zahlungen, vor allem aber auch in dem, was für den sozialen Zweck erreicht wird? Fraglich ist, wie hoch das Risiko der NPO zu bewerten ist, die mit ihrem Namen und Image eine Art moralische Bürgschaft für das Handeln des Unternehmens wenigstens in bestimmten Teilbereichen übernimmt.

Nicht nur NPOs, sondern auch POs müssen sich weiterhin mit der Optimierung in der Anwendung von CrM als Instrument bei Kooperationen befassen.

Catrin Thiem ist Marketingkauffrau und arbeitete viele Jahre für verschiedene Organisationen bei der Agentur „direct.“, war Referentin Fundraising beim „Deutschen Kinderhilfswerk“ e.V. und ist aktuell für das Fundraising bei „Wertewandel“ e.V. verantwortlich. Ihre Untersuchung erfolgte im Rahmen einer Semesterarbeit für ihr Studium der Wirtschaftskommunikation im Master an der HTW Berlin.
▶ **www.wertewandel-verein.de**

Alexander Schirm ist Referent für Großspenden und Legatsmarketing bei ProVeg Deutschland e.V. (ehemaliger Vegetarierbund). Zuvor betreute er im Corporate Fundraising von „Save the Children“ eine globale Unternehmenspartnerschaft und arbeitete im Großspenderbereich von „Ärzte ohne Grenzen“. Nach einem BWL Bachelor hat er sich in seiner Masterarbeit zum Non-Profit-Manager mit der Preisbildung im CrM auseinandergesetzt.
▶ **www.proveg.com**

Geringe Reaktionszeiten für schnelle Hilfe

Unternehmenspartnerschaften im digitalen Zeitalter

Für Non-Profit-Organisationen sind Unternehmenspartnerschaften ein wichtiger Bestandteil, um ihre Anliegen erfolgreich umsetzen zu können. Die Kinderrechtsorganisation Save the Children Schweiz verfügt nicht nur über langjährige Partnerschaften mit Unternehmen, sondern geht in diesem Bereich auch innovative Wege und versucht, die Digitalisierung zu nutzen, um gemeinsam Kinderleben zu verbessern.

Von LEA BACHMANN

Die Wirkung und der Erfolg von Unternehmenspartnerschaften sind für Non-Profit-Organisationen ein essenzieller Bestandteil, um Spenden für ihre Projekte sammeln zu können. Die Kinderrechtsorganisation Save the Children erhielt in den USA für die Zusammenarbeit mit Unternehmen den „Golden Halo Award", der ihren innovativen Ansatz hervorhebt. Ein innovativer Ansatz, der auch die digitalen Kanäle einbezieht.

Bei Unternehmenspartnerschaften lohnt es sich, den Aspekt der Digitalisierung und die Nutzung der entsprechenden Kanäle zu berücksichtigen.

Digitale Kanäle für Unternehmenspartnerschaften essenziell

Ein Beispiel liefert Save the Children, das im letzten Jahr aus diesem Grund eine Online-Spendenplattform für Unternehmen entwickelt hat, die bei Bedarf an Partner zur Verfügung gestellt werden kann. Mit besagter Spendenplattform erhält ein Unternehmen die Möglichkeit, bei seinen Mitarbeitenden schnell, ortsunabhängig und unkompliziert zu Spenden aufzurufen. Dies hat für das Unternehmen den Vorteil, dass die Mitarbeiter direkt in das soziale Engagement eingebunden werden und so die Möglichkeit erhalten, die während Notfällen so wichtige erste Hilfe zu unterstützen. Zum Spenden wurde kürzlich so zum Beispiel nach dem verheerenden Zyklon Idai in Mosambik oder nach Überflutungen in Bangladesch aufgerufen. Durch Schnelligkeit und sorgfältige Vorbereitung war es in beiden Fällen möglich, innert weniger Stunden in verschiedenen Ländern einen Nothilfeaufruf zu lancieren, Mitarbeiter zu involvieren und mit der Verdoppelung der Spende durch das Unternehmen zum Mitmachen zu animieren. Reaktionszeit und Vorbereitung sind wichtig, um auch die Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter aufzunehmen.

Kinderschutz im Internet: Herausforderungen der Digitalisierung

Kinder zu schützen ist Kernaufgabe der Kinderrechtsorganisation Save the Children. Um dieser Aufgabe auch im digitalen

Raum gerecht zu werden, schloss sie sich mit einem Unternehmen aus dem Softwarebereich zusammen. Das gemeinsame Ziel ist dabei, Missbrauch von Kindern im Internet zu verhindern. Die App, die derzeit in der Beta-Phase ist, dient als Coach für Kinder im Umgang mit digitalen Medien. Sie sollen durch eine Kombination aus Selbsthilfetipps und Lernprogrammen auf Gefahren im Internet aufmerksam gemacht werden. Dabei werden Gefahren erkannt, Kinder geschützt und über die Art der Gefahren sowie die Konsequenzen unterrichtet, sodass sie für die Zukunft lernen.

Ein weiterer Partner von Save the Children Schweiz ist ein Schweizer Onlinehändler für Kinder- und Familienartikel, der durch seine „Online-only-Strategie" dem Zeitgeist des Onlineshoppings entspricht. Von der Partnerschaft profitiert nicht nur das Unternehmen, das nebst der sozialen Komponente der Partnerschaft auch individuell auf die Zielgruppe abgestimmten Blog- und Newslettercontent aus erster Hand erhält, sondern auch Save the Children, wobei die Organisation von der technischen Fachexpertise lernen und gleichzeitig Spenden zugunsten benachteiligter Kinder sammeln kann.

Spenden findet zunehmend online statt

Seit der Gründung von Save the Children im Jahr 1919 sind hundert Jahre vergangen. hundert Jahre, die die Art und Weise, wie Non-Profit-Organisationen Spenden sammeln, grundlegend verändert hat. Während im Jahr 1919 zu Fuß für leidende Kinder im Nachkriegseuropa gesammelt wurde, so hat sich das Spendensammeln speziell in den letzten Jahren merklich von Offline- zu Onlinespenden verschoben. Zur Konsequenz hat dies, dass Non-Profit-Organisationen digitale Kanäle nicht nur im Bereich der Unternehmenspartnerschaften berücksichtigen, sondern in der grundsätzlichen Art und Weise der Spendensammlung. Die Wichtigkeit von digitalen Kampagnen mit speziell kreierten Landingpages und abgestimmten flankierenden Onlinemaßnahmen ist unbestritten und wird in Zukunft noch stärker werden, sowohl für die Zusammenarbeit mit Unternehmen als auch für Privatpersonen.

Als Direktorin der Abteilung Partnerschaften, Stiftungen und Unternehmen ist **Lea Bachmann** für die Neugewinnung und Betreuung von Partnern für Save the Children verantwortlich. Sie hat einen Master in Marketing und Kommunikation von der Universität St. Gallen und absolvierte den CAS in Development & Cooperation an der ETH Zürich.

▶ **www.savethechildren.ch**

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

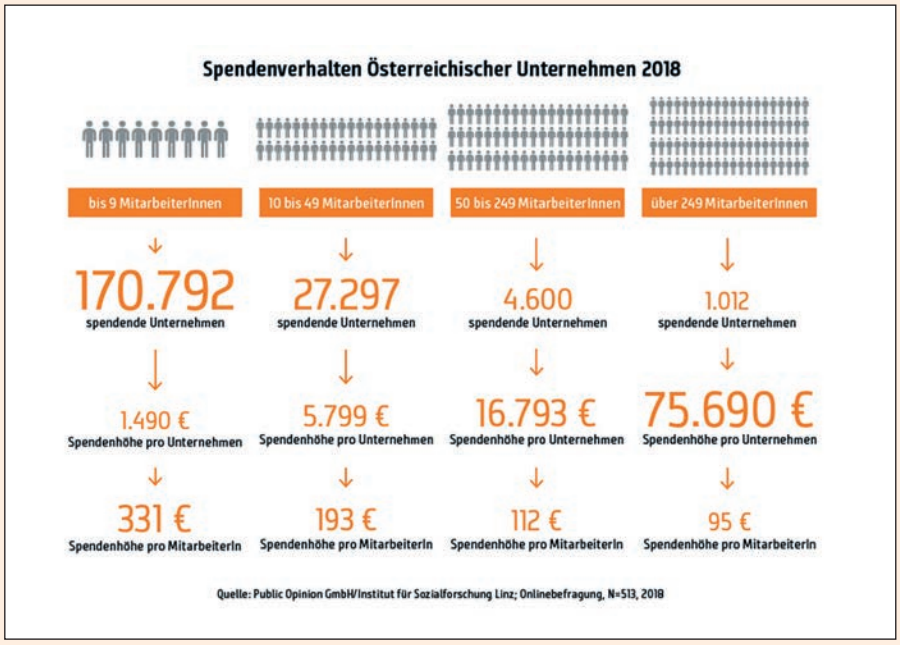
Gregor Gauder +49 7156. 425 84 - 29 g.gauder@as-dialoggroup.de
G&O CreativeAgency GmbH · Stuttgarter Straße 41 · 71254 Ditzingen www.as-dialoggroup.de

Wie Wirtschaft hilft

Besonders Kleinunternehmen sind in Österreich gemeinnützig aktiv

Die größte in Österreich je durchgeführte Umfrage zum Spendenverhalten von Unternehmen zeigt: 83 Prozent der österreichischen Unternehmen engagieren sich in Form von Geld-, Sach- oder Personalspenden und wenden rund 100 Millionen Euro im Jahr für gemeinnützige Zwecke auf.

Von PETER STEINMAYER



Das gemeinnützige Engagement von Österreichs Unternehmen teilt sich zur Hälfte jeweils auf Spenden und Sozialsponsoring (ohne Sport) auf und entspricht rund 15 Prozent des Aufkommens der Privatspender. Europaweit sind es im Vergleich dazu 25 Prozent und in der Schweiz 50 Prozent. In Deutschland ist das Engagement der Unternehmen sogar größer als das der Privaten. Die durchschnittliche Spende pro Unternehmen beträgt hier 6360 Euro und das Sponsoring knapp über 3000 Euro.

Um die Zahlen vergleichbarer zu machen, wurde errechnet, wie viel jedes Unternehmen pro Mitarbeiter für den gemeinnützigen Zweck aufwendet. Hier zeigt sich, dass sich Kleinstunternehmen proportional stärker engagieren als Großunternehmen. So beträgt die Spende hier 331 Euro, während Großunternehmen zwar im Gesamtbetrag mehr, aber pro Mitarbeiter lediglich 95 Euro geben. Im Schnitt spenden österreichische Unternehmen pro Arbeitnehmer 135 Euro (zum Vergleich Niederlande: 341 €, Deutschland: 269 € und Schweiz: 177 €).

Insgesamt engagieren sich rund 83 Prozent der Unternehmen in Form von Geld-, Sach- oder Personalspenden. 77 Prozent bevorzugen Geld-, 48 Prozent Sach- und 36 Prozent Zeitspenden. 17 Prozent der Unternehmen unterstützen gemeinnützige Einrichtungen mit Pro-bono-Leistungen.

Immer mehr österreichische Unternehmen (36 %) unterstützen ihre Mitarbeiter bei Corporate-Volunteering-Partnerschaften, im Rahmen derer sie sich für gemeinnützige Organisationen engagieren. Nicht nur die NPOs, auch die Unternehmen profitieren von diesem Konzept. Dies wirkt positiv auf die Personalentwicklung, die Mitarbeiterzufriedenheit und die Identifikation mit dem Unternehmen.

Aktion Wirtschaft hilft!

Wie aber kann man sich als Unternehmen am besten gesellschaftlich engagieren? Wie spendet man am besten und an welche Einrichtung? Die vom Fundraising Verband Austria ins Leben gerufene „Aktion Wirtschaft hilft!“ beantwortet seit mittlerweile vier Jahren Fragen wie diese. Die Initiative hat das Ziel, eine Brücke zwischen Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen zu bauen und Unternehmen so zu mehr gesellschaftlichem Engagement zu motivieren. Dazu wird ein breites Informationspaket angeboten, vom Magazin „Spendenguide für Unternehmen“ über Online-Angebote bis hin zu Zeitungsbeilagen. Jährlich nehmen an der Initiative rund 50 gemeinnützige Einrichtungen teil und präsentieren ihre Anliegen der Zielgruppe Unternehmen. Welche Unternehmen spenden und wie vielfältig sie das machen, ist aber oft nicht bekannt. Aus diesem Grund wurden die „Aktion Wirtschaft hilft! Awards“ ins Leben gerufen. Diese holen jährlich besonders engagierte Unternehmen vor den Vorhang. Mit der 2018 erstmals vergebenen Award-Kategorie für Corporate Volunteering wird die Förderung des Mitarbeiterengagements in Unternehmen prämiert. ◘

Peter Steinmayer leitet den Bereich Pressearbeit, Partner- und Member-Relations 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.fundraising.at
▶ www.wirtschaft-hilft.at

Lieblingsblume.

Wie Sie Ihre Spenderinnen und Spender erfolgreich binden.

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 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

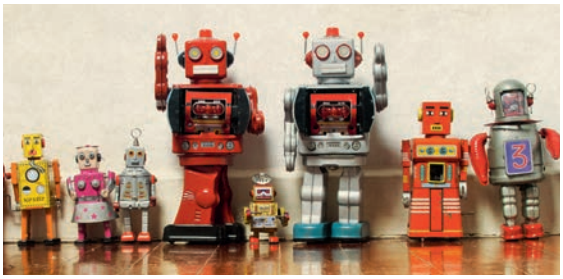
In unserer Online-Stellenbörse finden Sie Ihren neuen Traumjob oder können selbst solche Jobs anbieten. Tragen Sie offene Stellen in Non-Profit-Organisationen hier ein oder stöbern Sie in den Inseraten! Dieser Service ist bei uns kostenlos.

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

Geschlechter-Fragen im Fundraising

Rogare widmet sich in einem langfristigen Projekt unangemessenem Verhalten

Der an der University of Plymouth angesiedelte Fundraising-Think-Tank Rogare unter der Leitung von Ian MacQuillin blickt seit kurzem umfassend auf den Bereich Geschlecht und Gender. Dazu werden regelmäßig Posts auf dem „Critical Fundraising Blog" veröffentlicht. Die ersten Beiträge definieren Begriffe und befassen sich mit sexueller Belästigung und Gewalt. Geleitet wird das Projekt von Caoileann Appleby, Strategy Director bei „Irish Creative Agency". Sie sagt: „Geschlecht im Fundraising ist ein Punkt, der schon seit Jahren unter der Oberfläche geköchelt hat, lange bevor es #MeToo gab und irgendwelche Skandale die Sache zum Überkochen gebracht haben. Jetzt gibt es Belege aus den USA, dass um die 25 Prozent aller weiblichen Fundraiser bereits sexuell unangemessenem Verhalten ausgesetzt gewesen sind. Somit ist klar, dass wir das Thema unbedingt angehen und daran arbeiten müssen, wie wir alle Fundraiser schützen und weiterentwickeln können. Nicht nur zu unserem eigenen Nutzen, sondern auch zum Vorteil unserer Organisationen und von Spendenempfängern."

Das Projekt umfasst fünf Kernpunkte: Das Identifizieren von Fragen und Problemen, die weiterer Klärung bedürfen, um Verständnis- und Wissenslücken zu schließen. Besonderes Augenmerk gilt dabei der Frage, ob es Aspekte gibt, die im Fundraising einzigartig sind (wie „Spender-Dominanz"). Ein weiterer Punkt ist die Klärung und Definition von Begriffen wie „Gender Pay Gap". Als Drittes gilt es, existierende Untersuchungen und Theorien miteinander zu verbinden, zumindest die relevantesten unter ihnen. Das gilt ebenso für die Analyse aktueller praktischer Beiträge zur Debatte (Blogs, etc.). Schlussendlich sollen Diskussionen angestoßen werden, die zur Erläuterung der identifizierten Grundprobleme beitragen.

Da das Projekt längerfristig angesetzt ist, werden keine final ausgearbeiteten Ergebnisse veröffentlicht, sondern dem Blog immer wieder häppchenweise neue Aspekte hinzugefügt. Zukünftige Posts werden Karrierewege beleuchten und hinterfragen, wie feministische Ansätze für das Fundraising angewendet werden können. Des Weiteren ist ein Beitrag über den Prozess der sogenannten „Feminisierung" der Branche geplant.

Ian MacQuillin fast die Situation wie folgt zusammen: „Diese Herausforderungen gehören zu den wichtigsten, mit denen sich der Fundraising-Sektor konfrontiert sieht, und Praktiker und führende Köpfe wollen hier zu Recht einen Wandel einläuten. Wir arbeiten mit diesem Projekt ganz klar darauf hin, dass jede Form des Wandels auf existierenden Theorien und Belegen fußt."

▶ http://blogs.plymouth.ac.uk/criticalfundraising

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!

Jede Spende ein Fundraising-Erfolg

Groß oder klein, das ist bekanntlich immer relativ. Auch im Fundraising ist alles eine Frage der Perspektive. Wir wollten wissen, wie unterschiedlich Erfolge aussehen können und haben uns im Rahmen unseres Fundraisingtags NRW im März in Gelsenkirchen unter den Besuchern umgehört. Was uns überrascht hat: Wir sind zunächst nur auf Einsteiger gestoßen, die noch keine Erfolge verzeichnen konnten, eben weil sie ganz neu im Metier sind. Natürlich haben wir nicht lockergelassen und schließlich doch noch Teilnehmer gefunden, die uns von ihren spannenden Projekten erzählt haben. Und was sagen Sie? Schreiben Sie uns an *meinung@fundariser-magazin.de*

Katja Roters
Bollwerk 107/VFJK e.V.

„Wir veranstalten jährlich das Internationale ComedyArts Festival in Moers. Im Rahmen dessen gibt es seit letztem Jahr auch einen Straßentheatertag direkt in der City, denn das eigentliche Festivalgelände liegt etwas außerhalb. Für diesen Tag fehlte uns bislang das Geld. Wir haben dann beschlossen, einfach die verschiedenen Geschäfte direkt vor Ort anzusprechen und um Hilfe zu bitten. Und das hat tatsächlich geklappt. Die Händler haben uns zwischen 30 und 250 Euro gespendet. Die Sparkasse gab auch noch mal einen Betrag dazu. Das hat so gut geklappt, dass wir das in diesem Jahr wieder machen werden."

Klaus Köster
Tierfreunde Münster Tierschutzverein e.V.

„Wir sind ein kleiner Verein und noch ganz neu im Fundraising. Wir fangen gerade erst damit an. Wir haben aber bereits unseren ersten Förderspender gewinnen können, wie wir das nennen. Eine Fördermitgliedschaft gibt es ab 60 Euro pro Jahr. Nach Absprache sind bei uns aber auch Sachleistungen wie Reparaturen möglich. Auf diesen ersten Erfolg sind wir stolz und hoffen, dass es so weitergeht."

Miriam Krückel
Tierschutz-Shop TSS GmbH & Co. KG

„Für uns ist jede Spende ein Erfolg. Wir sammeln über unsere Online-Plattform in ganz Europa. Insgesamt sind bei uns mehr als 500 Vereine mit dabei. Bei uns spenden die Leute kein Geld, sondern kaufen Futter für Tiere. Die Vereine benennen ganz konkret, welches Futter sie brauchen, das wir dann direkt an die Organisationen weiterleiten. Wir haben so in den letzten vier Jahren 6,5 Millionen Kilogramm Futter verkauft. Pro Spende legen wir jedes Mal noch 10 Prozent des Warenwertes an Euro für die jeweilige Organisation drauf. Letzten Dezember haben wir damit die Marke von einer Million Euro geknackt."

Stoppt Mobbing!

Der TV-Sender RTL II unterstützt die Kampagne des Schauspielers und Gewalt-Präventions-Trainers Carsten Stahl mit einem Trailer, der seit Kurzem pro bono ausgestrahlt wird und der auf das Thema Mobbing aufmerksam macht. Mit den Kernbotschaften „Worte sind wie Waffen“ und „Schau nicht weg! Setze jetzt ein Zeichen!“ ist Carsten Stahl in dem Spot mit verletztem Gesicht aufmerksamkeitsstark in Szene gesetzt.

▶ www.camp-stahl.de

#kaufnix

Die Deutsche Umweltstiftung sagt unbedachtem Konsum den Kampf an

Noch bis zum 16. Juni läuft eine Kampagne der Deutschen Umweltstiftung, die sich gegen grenzenloses Wachstum und unbedachten Konsum ausspricht. „Weiteres Wachstum wird unsere sozialen, ökonomischen und ökologischen Probleme verschärfen und uns immer tiefer in gefährliche Abhängigkeiten treiben“, so Jörg Sommer, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Umweltstiftung.

Dagegen will die Stiftung mit ihrer #kaufnix-Kampagne vorgehen. Denn um Klimaschutz zu erreichen, muss laut der Kampagne Suffizienz statt Wachstum zur persönlichen, politischen und ökonomischen Prämisse werden. Ein Ziel ist es dabei, aktuell vorherrschende Konsummuster zur Diskussion zu stellen, die ein maßloses Wirtschaftswachstum beflügeln. Dazu stellt die Stiftung in Zusammenarbeit mit zahlreichen Gastautoren und Interviewpartnern das Konzept der Suffizienz als Lösungsansatz für eine nachhaltige Zukunft vor. Alle Beiträge sind auf der Kampagnen-Website und unter dem Hashtag #kaufnix in den sozialen Medien abrufbar. Dort vermittelt unter anderem eine Anti-Verbraucher-Pyramide mögliche Stufen bei der Beeinflussung des eigenen Konsumverhaltens hin zu mehr Nachhaltigkeit.

▶ www.kaufnix.net

MEINE MEINUNG

„Fundraising darf auch einfach mal schön sein“

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

„The New Arc – The North East Wildlife & Animal Rescue Centre“ ist wohl ein etwas sperriger Name für ein Tierheim. Die Einrichtung in Schottland selbst ist aber gar kein bisschen sperrig. Und ihre Fundraising-Ideen ebenso wenig. Die Mitarbeiter hatten nämlich über Instagram zu einer ungewöhnlichen Spendenaktion aufgerufen. Sie baten um die Zusendung alter Mascara-Bürsten, die nicht länger gebraucht werden. Nach offiziellen Angaben erreichten das Tierheim tatsächlich Hunderte von kleinen Bürsten aus aller Welt. Von den Spenden profitieren Vögel und vor allem Jungtiere, zum Beispiel Kaninchen. Mit den Bürsten lässt sich nicht nur ein Wohlfühlfaktor schaffen, die „Behandlung“ damit ist auch eine gute Pflege. Auf diese Weise können Staub und Milben aus Fell und Federn entfernt werden. Letztendlich ist das ein kleiner Ersatz für die Zuwendung, die die Tiere eigentlich durch ihre Eltern erfahren würden. Kuschelalarm, sozusagen.

Nun ist es wohl nicht direkt eine sinnvolle Art des Recyclings, wenn eine Mascara-Bürste zu diesem Zweck extra von Australien aus um die halbe Welt geschickt wird. Aber da wollen wir mal ein Auge zudrücken. Hauptsache, die Tiere werden sauber, glücklich und gesund.

Und sonst? Was lernen wir aus dieser Aktion? Nichts. Sie ist einfach nur schön, witzig und drollig. Das darf auch mal sein. Und bei YouTube kann man sich sogar an den Ergebnissen freuen. Das ist eine ganz eigene Art von ASMR-Video.

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

Kurzgefasst …

11. Sozialer Marktplatz

Am 9. Juli treffen im Rathaus Stuttgart Vertreter gemeinnütziger Organisationen auf Unternehmen, die gesellschaftlichen Mehrwert erbringen wollen. Ziel ist der Austausch von Dienstleistungen auf Augenhöhe; streng verboten ist dabei Geld. Dabei unterstützen und vermitteln „Makler" bei den Gesprächen, „Notare" bestätigen die Vereinbarungen.

▶ www.agentur-mehrwert.de

„Deckel gegen Polio" geht zu Ende

Das Projekt, im Rahmen dessen Plastikdeckel von Flaschen gesammelt werden und der Erlös für Impfungen gegen Polio eingesetzt wird, wird Ende Juni eingestellt. Die Gründe sind zum einen das starke Sinken der Preise für Sekundärrohstoffe weltweit. Zum anderen ist der Erfolg der Aktion derart hoch, dass das Team der Organisatoren den ehrenamtlichen Aufwand nicht länger bewältigen kann.

▶ www.deckel-drauf-ev.de

Engagementkalender freigeschaltet

Die 15. Woche des bürgerlichen Engagements findet wieder Ende September statt. Alle Interessenten, die für diesen Zeitraum eine Veranstaltung planen, können sich wieder in den Engagementkalender eintragen. Das Themenfeld spielt dabei keine Rolle. Aktion Mensch tritt als Kooperationspartner auf und bietet für inklusive Aktionen bis zu 5000 Euro Förderung.

▶ www.engagement-macht-stark.de

Dormagen: Stadtwette erfolgreich

Die Bürgerstiftung Dormagen hat eine Stadtwette anlässlich ihres zehnjährigen Jubiläums gewonnen. Ziel war es, ebenso viele Euro an Zustiftungen zu gewinnen wie Dormagen Einwohner hat, nämlich 65 000. Die Wettschulden, 20 Stunden Einsatz für gemeinnützige Organisationen, löst der Bürgermeister von Dormagen gemeinsam mit dem Vorstandsvorsitzenden der Bürgerstiftung ein.

▶ www.buergerstiftung-dormagen.de

Strom für die gute Sache

Mit „HERZENSGUT Strom", einem Spendentarif, haben Mieterinnen und Mieter der CG Gruppe AG ab sofort die Möglichkeit, Kinder und Jugendliche in sozialen Einrichtungen zu fördern. Für jeden abgeschlossenen Vertrag spendet die CG Gruppe einmalig 50 Euro an den Verein „Laughing Hearts". Die GASAG ist Energiepartner und liefert den CO_2-neutralen Ökostrom innerhalb Deutschlands.

▶ www.herzensgut-strom.de

Sie haben Post!

Die irische Post vergibt Adressen an Obdachlose

Wer es nicht selbst erlebt hat, kann es sich mitunter kaum vorstellen: Es gehört wohl nicht viel dazu, auf der Straße zu landen. Kein Job, kein Konto, keine Wohnung. Und nicht selten bedingt das eine das andere: ohne Adresse kein Konto, ohne Konto kein Job. Das ist es wohl, was man den klassischen Teufelskreis nennt. „An Post", das staatliche Postunternehmen Irlands, will den geschätzt 10 000 Obdachlosen des Landes nachhaltig helfen und bietet einen kostenlosen Service an, bei dem jeder Obdachlose eine eigene Postanschrift erhält. Alles, was man tun muss, ist auf einer Internetseite seinen Vor- und Nachnamen einzugeben und eine Grafschaft auszuwählen. Die Seite generiert automatisch eine Anschrift, die einem Postamt zugeordnet ist. Dort wird die Post für den jeweiligen Empfänger gesammelt und kann zu den Öffnungszeiten abgeholt werden. Langfristig können so die wichtigsten Services in Anspruch genommen werden, verbunden mit der Aussicht auf ein besseres Leben.

▶ www.anpost.com/AddressPoint

Eine blaue Brille als Eisbrecher

Für das Forum Wissen sammelt die Universität Göttingen eine Million Euro

Nachdem die Universität Göttingen mittlerweile die Hälfte der Strecke in ihrer Fundraising-Kampagne zurückgelegt hat, kann bilanziert werden: Die Sache hat Hand und Fuß. Fünfzig Prozent der angestrebten eine Million Euro sind bereits sicher. Für die Besonderheit ihrer Kampagne war die Hochschule deshalb auch für den diesjährigen Deutschen Hochschul-Fundraisingpreis nominiert.

Von RICO STEHFEST

Wer eine umfangreiche Fundraisingkampagne erfolgreich betreiben möchte, sollte nicht nur die finanziellen Spenden in den Blick nehmen. Genau das tut die Universität Göttingen, die seit Herbst 2017 mit „wir wollen's wissen" eine Million Euro sammeln will, um damit die Einrichtung des Forum Wissen zu unterstützen, einem Museum als Ort, an dem Wissen entsteht. Nach seiner Eröffnung in einem denkmalgeschützten Gebäude soll es Objekte aus mehr als 70 universitären Sammlungen vereinen. Der Kampagnentitel lehnt sich dabei an den Slogan der Stadt an: „Göttingen: Stadt, die Wissen schafft."

Visueller Anker der Kampagne ist eine blaue, quadratische Brille, die in ihrer Form das Logo des Forum Wissen aufgreift. Dank Plakataktionen und Ansteckern ist sie ständiger Begleiter der Kampagne und überall präsent. Sie ist auch in einen Informationsflyer integriert, aus dem sie sich dank Vorstanzung herauslösen und aufsetzen lässt.

Nun lässt sich mit einem Gimmick allein kein Fundraising betreiben. Und bescheidene 1,5 Personalstellen sind auch nicht dafür gemacht, im Fundraising große Sprünge zu schaffen. Nicht zuletzt deshalb wurden die Fundraising- und Friendraising-Aktivitäten auf so viele Schultern wie nur möglich verteilt. Neben dem Förderkreis Forum Wissen e. V. (154 Mitglieder) ist ein in primär beratender Funktion tätiges Fundraising-Komitee tätig, dessen zehn Mitglieder unter anderem potenzielle Spender aus dem eigenen Netzwerk vermitteln.

Je nach Projektlage mag Fundraising für eine Hochschule auf einen akademischen Interessenkreis beschränkt sein. Die Eigenheit des Forum Wissen besteht aber eben gerade darin, Wissbegierige jeden Alters und jeden Bildungsgrades anzusprechen. Das neue Haus wird nicht nur Forschern und Studenten zur Verfügung stehen, sondern auch Schülern, Familien, Senioren und allen anderen. Neben der Ausstellungsfläche wird es unter seinem Dach einen Veranstaltungsraum, ein Café, einen Museumsshop und natürlich Depots und Werkstätten

beherbergen. Damit bietet sich eine Basis für eine sehr breite Öffentlichkeitsarbeit, was für das Fundraising von unschätzbarem Wert ist. Gleichzeitig stellt sich natürlich auch die Frage, wie ein solches Großprojekt es schaffen kann, „jeden" zu erreichen. Grundlegende Stichworte sind dabei: Mobilisierung, Dialogizität, Schaffen einer positiven Atmosphäre und eines Wir-Gefühls. Seit Beginn der Kampagne werden eine Vielzahl an Aktionen und Veranstaltungen angeboten, die in erster Linie die Menschen ansprechen, einbinden, informieren und damit interessieren wollen. Im Idealfall verknüpft sich das dann auch mit einer Spende. Den Auftakt hat ein Baustellenfest gemacht, mit dessen Geste von Anfang an Transparenz als Basis für Vertrauen in der Öffentlichkeit geschaffen werden konnte. Durch dieses Einbinden vom ersten Moment an ist den zukünftigen Besuchern die Möglichkeit gegeben, die Entwicklung des Projektes in allen Schritten zu verfolgen. Das erhöht den Grad der möglichen Identifikation mit dem Vorhaben.

Angesichts der Breite der Zielgruppe überrascht es nicht, dass auch der Akt des Spendens so einfach wie möglich gestaltet wird: Bereits ab einem Euro kann jeder dabei sein. Die Spenden-Angebote reichen von der Erwähnung des Spendernamens auf einer Spendentafel (100 Euro) über einen Stifterbrief ab 250 Euro bis zu einem von 100 exklusiven Plätzen auf der Förderwand (5000 Euro). Eine besonders ausgeklügelte Kombination aus Friend- und Fundraising zeigt sich in den Raumpatenschaften. Zum einen bemüht sich der Förderkreis selbst, die Summe von 250 000 Euro für eine Raumpatenschaft zu sammeln. Der Raum „Köpfe, Blicke, Perspektiven" ist für die Alumni der Universität „reserviert". Auch dafür kann bereits ab einem Euro gespendet werden. Damit wird nicht nur die Wertschätzung jeder Art der finanziellen Hilfe verdeutlicht. Gleichzeitig erhalten die Alumni im Haus symbolisch einen festen Platz. Der Mensch ist also mindestens so wichtig wie seine Gabe.

Gelegentliche Rückschläge verzeichnet das Kampagnen-Team aber ebenso, wenngleich auch verkraftbare. So hat sich beispielsweise ein portables EC-Karten-Lesegerät auf einer Veranstaltung als zu aufdringlich erwiesen und ein Gewinnspiel für Studenten in den sozialen Medien blieb ohne jegliche Resonanz.

In der Bewerbung der Universität für den Deutschen Hochschul-Fundraisingpreis heißt es: „Ausschlaggebend für den Erfolg der Kampagne ist unsere eigene Begeisterung." Diese Binsenweisheit mag wohl kaum mehr jemand hören. Bislang wurde dieses Mantra aber durch kein anderes ersetzt. Da muss also was dran sein.

▶ www.forum-wissen.de

Bank für Sozialwirtschaft

Fundraising professionalisieren.

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

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

Die Bank für Wesentliches

Miteinander wohnen als Menschenrecht

Das Bündnis „Wohn:Sinn“ mausert sich zum Social Business

Gemeinsam kochen, sich streiten, wer dran ist, den Müll runterzubringen und faule Pizza-Abende vor dem Fernseher: Das Leben in einer WG ist selten langweilig. Sich eine Wohnung mit anderen zu teilen, ist nicht nur aus finanziellen Gründen reizvoll. Es geht auch darum, neue Leute kennenzulernen. In einer inklusiven WG ist das sogar noch mal eine ganz besondere Sache.

Von RICO STEHFEST

Als Tobias Polsfuß vor einigen Jahren zum Studium nach München zog, landete er wie so viele andere Studenten in einer WG. So weit, so unauffällig. Auch die Tatsache, dass es sich dabei um eine WG handelte, in der Menschen mit und Menschen ohne Behinderungen gleichberechtigt den Alltag gemeinsam bestreiten, erschien ihm zunächst als nicht sonderlich ungewöhnlich. Es dauerte einige Zeit, bis ihm bewusst wurde, dass diese Wohnform allerdings alles andere als verbreitet ist. Angesichts des erfolgreichen Miteinanders in seiner WG wunderte ihn irgendwann genau diese Tatsache.

Von der WG zum Bündnis

Um das inklusive Wohnkonzept weiter ins Bewusstsein der Öffentlichkeit zu bringen und dessen Vorteile aufzeigen zu können, gründete Tobias Polsfuß 2016 schließlich die digitale Plattform „Wohn:Sinn“. Die Idee machte innerhalb kurzer Zeit die Runde. Und schon 2017 gab es dafür den Smart Hero Award, einen Preis, der Projekte auszeichnet, die über das Internet soziale Ideen verbreiten. Der Interessentenkreis wurde schließlich so groß, dass Tobias Polsfuß letztes Jahr mit anderen Aktivisten einen Verein gründete, das Bündnis für inklusives Wohnen, das schließlich alle Potenziale und Ideen bündeln will. Unter den Gründungsmitgliedern ist nicht nur Raúl Krauthausen, der für sein soziales Engagement bereits mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet wurde. Weitere Gründungsmitglieder vertreten zum Teil selbst eigene Initiativen aus dem Bereich der Inklusion, wie beispielsweise die Lebenshilfe Dresden oder der „inklusiv wohnen Köln“ e. V. Daran wird deutlich, dass das Bündnis auch der Vernetzung von Trägerorganisationen dient, da derartige WGs sowohl über jene Organisationen als auch über private Initiativen gegründet werden können.

Da aber eine solche WG-Gründung nicht einfach so von heute auf morgen zu bewerkstelligen ist, bietet die Plattform jedem, nicht nur den Mitgliedern des Bündnisses, einen kostenlosen Gründungsleitfaden, der zeigt, welche Hürden es generell zu nehmen gilt und welche häufig, aber unerwartet auftreten. Entscheidend ist dabei nicht zuletzt die Wahl für das jeweils passende Organisations- wie auch Finanzierungsmodell.

Das Leben in einer WG kann nach Angaben von Wohn:Sinn je nach Fall kostengünstiger sein als eine Unterbringung in einer stationären Einrichtung.

Dieser Aspekt zeigt wieder, dass finanzielle Erwägungen nur einen Teil darstellen. Bisherige Modelle behindertengerechter Wohnformen sind für gewöhnlich nämlich gerade nicht inklusiv gestaltet, sondern schotten Menschen mit Einschränkungen, egal, ob körperlicher oder geistiger Art, als Gruppe vom Rest der Bevölkerung ab. Da hakt auch Tobias Polsfuß ein: „Das Wohnen ist einfach ein guter Hebel, um Gesellschaft inklusiv zu gestalten, auch weil es ein Bereich ist, in dem es nicht um Leistung geht." Es ist die Herausforderung für beide Seiten, den gemeinsamen Wohnalltag erfolgreich zu gestalten, die den Begriff der Inklusion wörtlich nimmt. Nicht zuletzt deshalb sprechen die Bündnispartner auch immer wieder vom Konzept der Augenhöhe.

Da es natürlich auch in solchen WGs beständig Fluktuation gibt und neue Mitbewohner gesucht werden, verfügt die Plattform auch über eine Wohn-Börse, in der WG-Zimmer inseriert werden. Seit letztem Jahr läuft das als Kooperation mit *www.wg-suche.de*, um einen noch größeren Interessentenkreis zu erschließen. Dazu wurde dort eigens die Rubrik „WGs für Menschen mit Behinderung" eingerichtet. So lassen sich auch einfacher Wohnungen finden, die behindertengerecht ausgestattet sind.

Die Idee wächst und verbreitet sich

Inzwischen hat Tobias Polsfuß seine Master-Arbeit abgeschlossen, die sich, wie könnte es auch anders sein, mit dem Thema inklusives Wohnen für Menschen mit Behinderung beschäftigt. Zukünftig möchte er seine Lobbyarbeit auch beruflich weiter voranbringen. Neben den bisherigen Beratungen, Vorträgen und Seminaren, für die er nach wie vor buchbar ist, arbeitet das Bündnis auch an Ideen, wie das Bundesteilhabegesetz zugunsten inklusiver Wohnformen verändert werden könnte.

Mittlerweile wächst die Anzahl der inklusiven WGs beständig, wie auch auf der interaktiven Karte auf der Plattform verfolgt werden kann. Allerdings stehen Berlin und Dresden bislang wie zwei einsame Leuchttürme als die einzigen Projekte auf dem Gebiet der neuen Bundesländer da. Dafür ist die Idee auch schon nach Österreich getragen worden. Dort sind nach Graz inzwischen die WGs Nummer zwei (Wien) und drei (Salzburg) im Aufbau.

Die Bewohner der Münchner WG von Tobias Polsfuß waren sogar schon gemeinsam in Kroatien im Urlaub. Mehr Beweise für den Erfolg einer solchen Wohnform braucht es wohl kaum.

▶ www.wohnsinn.org

frc spenden manufaktur
Telefon-Fundraising

Wir sprechen Fundraising

- Dankes- und Begrüßungsanrufe
- Lead-Telefonie
- Dauerspendergewinnung
- Upgrading
- Reaktivierung
- Nachlass-Telefonie
- Chat (Service und Spendengenerierung)
- Info- und Servicehotline

Sprechen Sie uns an.
Wir sind für Sie da.

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

Dating-App fürs Ehrenamt

Ein Münchner Start-up erleichtert freiwilliges Engagement

Ein Wisch und weg: Das Smartphone kann symbolisch für grundsätzliche gesellschaftliche Veränderungen durchaus negativ gelesen werden, wie beispielsweise in der erfolgreichen dystopischen Serie „Black Mirror". Positiv gesehen stehen dank der modernen Technik aber viele Wege offen, auch um das Ehrenamt zu fördern.

Von RICO STEHFEST

Wenn es heißt, mittlerweile gäbe es für alles eine App, bedeutet das in der Regel, Prozesse werden zusehends vereinfacht und immer mehr Zugangsmöglichkeiten zur gesellschaftlichen Teilhabe entstehen. Faktisch betrachtet gibt es natürlich nicht für alles eine App. Es ist beispielsweise nicht so ohne Weiteres für Engagementwillige möglich, schnell und unkompliziert ein passendes Angebot zu finden. Zumindest war das noch vor Kurzem so. Mittlerweile gibt es die App „Let's act". Entwickelt haben sie Ludwig Petersen (19) und Paul Bäumler (20) aus München. Ein Semester Mathematik hat Ersterer studiert, drei Semester Betriebswirtschaftslehre in St. Gallen der andere. Für beide war es offensichtlich nicht das Wahre.

Stattdessen war beiden aufgefallen, dass sich einige in ihrem Freundeskreis im Ausland engagieren wollten und dafür an Agenturen sehr viel Geld gezahlt haben. Auch sie selbst haben Erfahrungen im Volunteering-Bereich gesammelt, Petersen beispielsweise bei der interkulturellen Münchner Straßenfußballliga „bunt kickt gut". Und das Fazit? Kommunikation zwischen Freiwilligen und Organisation: mangelhaft. Insgesamt erschienen beiden generell die Wege zu lang. Eine E-Mail verfassen zu müssen gilt als zu hohe Hemmschwelle. Freiwilligendatenbanken entpuppen sich für sie mitunter als dröge Sammlungen mit veralteten Inhalten. So oder so nutzen den Worten der beiden Start-up-Gründer nach das Gros der Organisationen heutige Möglichkeiten digitaler Kommunikation nur unzureichend und keineswegs zeitgemäß.

Also haben sie im Herbst 2017 die Ärmel hochgekrempelt und sich an die Konzeption einer App gesetzt, die Freiwillige und Organisationen leichter zusammenbringen soll. Dass der Bedarf dafür besteht, zeigt sogar der Freiwilligensurvey auf, dessen aktuelle

Version von 2014 festhält, dass sich knapp 44 Prozent der Bevölkerung ehrenamtlich engagierten. Dieser durchaus gesunden Zahl stehen aber ganze 33 Prozent gegenüber, die angegeben haben, bislang nicht das für sie passende Angebot gefunden zu haben. Daraus lässt sich ein enormes Potenzial ablesen.

Die tatsächlichen Erfahrungen bestätigen diese Grundlage: Nach einer Beta-Version-Phase ihrer App, die ab August 2018 mit 500 Freiwilligen gestartet wurde, ist die App seit Anfang des Jahres offiziell erhältlich. Nach offiziellen Angaben wurden damit bislang 3000 Freiwillige vermittelt. Und das Prinzip könnte simpler nicht sein: Organisationen legen ein Profil mit entsprechenden Volunteering-Angeboten an, wie bei Tinder wischt man sich durch die Angebote. Hat man das passende gefunden, genügt ein Klick, um sich dafür anzumelden. Die Zahl der vertretenen Organisationen ist bereits dreistellig. Für alle ist das Angebot kostenlos. Für ihre Angebote können die Organisationen aber einen freiwilligen Betrag zahlen. Die Höhe bestimmt jeder für sich.

Für ein grundlegendes Maß an Sicherheit gibt es viele Details in der App. So können Freiwillige ein Profil von sich anlegen; Gruppenchats sind ebenso möglich. Organisationen können je nach Art des Angebots auch eine Bewerbung verlangen, polizeiliches Führungszeugnis inklusive. In der Pipeline steckt auch die Idee, die App so auszubauen, dass Freiwillige eigene Projekte starten und Ideen umsetzen können.

Gewinn wirft das Start-up bislang nicht ab. Finanzielle Stütze erhalten sie aus einem Start-up-Fond von Purple Orange Ventures aus Berlin. Und die Sache wächst rasant. Die Angebote sind bereits auf weitere Städte erweitert worden. So stehen jetzt auch Angebote für Berlin, Hamburg, Köln, Stuttgart, Düsseldorf und Frankfurt bereit. Trotzdem besteht das Team gerade mal aus sechs Vollzeitkräften, plus zwei Werkstudenten und einer Handvoll internationaler Freiwilliger. Für die beiden Gründer bedeutet das in der Regel eine 80-Stunden-Woche.

An Ideen, die App weiterzuentwickeln, mangelt es auf jeden Fall nicht. Denkbar wäre, später mal Geld im Bereich Corporate Volunteering zu verdienen. Dazu könnten Unternehmen die App für ihre eigenen Engagement-Programme nutzen. Oder es ließen sich separate Bereiche für einzelne Organisationen ausbauen, in denen sie jeweils ihre eigenen Freiwilligen betreuen könnten. Denkbar wären auch Kooperationen mit Bürgerstiftungen und Landkreisen. Oder eine Integration von Bundesfreiwilligendienst und FSJ. Auch ein Spenden-Netzwerk schließen die beiden nicht aus.

▶ www.letsact.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

Flottes Fahrgestell

Sie ist nicht gerade die klassische Familienkutsche, dafür ist die „Benz Victoria Motorkutsche Nr. 99“ aus dem Jahr 1894 das älteste fahrbereite und im Originalzustand erhaltene Automobil der Welt. Es ist das wertvollste Exponat im „PS.Speicher“ der Kulturstiftung Kornhaus und wurde am 11. April von Stifter Karl-Heinz Rehkopf und seiner Frau Gabriele persönlich zur Zulassungsstelle gefahren. Mit Polizeibegleitung, sechs PS und einer Höchstgeschwindigkeit von 29 km/h ging es durch die Straßen.

▶ www.kulturstiftung-kornhaus.de

▶ www.ps-speicher.de

Digitaler Umweltschutz

Förderprogramm für grüne Start-ups

Die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) geht in die Offensive und will Start-up-Unternehmen fördern, die sich für den Umweltschutz starkmachen. Dafür stellt die Stiftung 1,5 Millionen Euro zur Verfügung. Der Schwerpunkt soll auf der Unterstützung von jungen Unternehmen liegen, die mithilfe der Digitalisierung noch ungelöste Umweltprobleme angehen. Sie sollen von intensiver Beratung und einem schnellen Zugang zu Fördertöpfen profitieren. Die Stiftung richtet sich mit diesem Sonderprogramm in erster Linie an Hochschulabsolventen, in Einzelfällen kommen auch Studierende und andere Gründungswillige sowie Beschäftigte infrage. Wie viel Geld ein Start-up jeweils bekommt, richtet sich nach seinen individuellen Bedürfnissen. Es sollen allerdings höchstens 125 000 Euro pro Unternehmen über eine Laufzeit von zwei Jahren sein.

▶ www.dbu.de/startup

MEINE MEINUNG

„Wer Religion konsequent ablehnt, muss am 25. Dezember arbeiten“

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Wie viel Einfluss darf die Religion in einem Land wie Deutschland noch haben? Diese Frage beantwortet die Giordano-Bruno-Stiftung derzeit mit ihrer „Säkularen Buskampagne“: keinen! Die Stiftung kritisiert zum Beispiel, dass Bischofsgehälter aus Steuergeldern bezahlt werden, Schwangerschaftsabbrüche nur nach „Zwangsberatungen“ möglich seien und Schwerstkranken das Recht auf selbstbestimmtes Sterben verwehrt werde. Sie fühlt sich dadurch bestärkt, dass in deutschen Großstädten heute schon die Mehrheit der Menschen konfessionsfrei lebe. Der Staat befinde sich in einer „weltanschaulichen Schieflage“. Ganz klar, wer konfessionslos ist oder zumindest nicht nach religiösen Regeln lebt, der sollte hierzulande auf die strikte Trennung von Staat und Kirche vertrauen können. Deshalb ist diese Kampagne meiner Meinung nach richtig und wichtig. Ganz aus der Gesellschaft verbannen möchte ich Religion aber nicht, schließlich hat sie unsere Kultur und damit unser Miteinander entscheidend geprägt. Ich möchte Weihnachten und Ostern feiern. Denn wer religiöse Vorstellungen konsequent ablehnt, müsste streng genommen am 25. Dezember arbeiten gehen, und zwar ohne Feiertagszuschlag. Vielleicht können wir uns ja auf den Mittelweg einigen: In der Politik hat Religion nichts mehr zu suchen, in der Gesellschaft aber sollten wir uns den religiösen Grundlagen unserer Kultur bewusst sein. Und das sage ich als Konfessionslose.

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

Kurzgefasst …

Vormerken: Schweizer Stiftungstag 2019

Der Schweizer Stiftungstag findet in diesem Jahr im „Verkehrshaus der Schweiz" in Luzern statt. Am 14. November treffen sich dort Akteure aus dem Stiftungswesen, um sich auszutauschen und zu vernetzen. In Referaten und Podiumsdiskussionen werden aktuelle Themen aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet. Wer in oder für Stiftungen tätig ist, sollte sich diesen Termin unbedingt vormerken.

▶ www.profonds.org

Auszeichnung für Bremer Bildungsprojekt

Der mit 3000 Euro dotierte Primus-Preis des Jahres 2018 geht an das Sexualpädagogische Bildungsprojekt für junge Geflüchtete aus Bremen. Die Workshop-Reihe richtet sich an Geflüchtete zwischen 15 und 19 Jahren und will sie in der Entwicklung ihrer Sexualität unterstützen. Dabei geht es nicht nur um Aufklärung, sondern vor allem auch um Verantwortung, Geschlechterrollen und kulturelle Normen.

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

Viel Kultur im Pott

Der Stiftung Zollverein ist es gelungen, den 11. „KulturInvest!-Kongress" nach Essen zu holen. Am 7. und 8. November werden bei Europas größtem Kulturkongress rund 750 Teilnehmer erwartet, die sich über die neuesten Trends im Kulturbereich informieren. Unterstützung erhielt die Stiftung Zollverein vom Land Nordrhein-Westfalen.

▶ www.zollverein.de ▶ www.kulturmarken.de

Millionen für moderne Medizin

Die TU Dresden kann 40 Millionen Euro Förderung von der Else Kröner-Fresenius-Stiftung auf ihrem Konto verbuchen. Mit dem Geld soll in den nächsten zehn Jahren ein Zentrum für digitale Gesundheit entstehen, das als Schnittstelle zwischen Technologie und Medizin fungiert. Beworben hatten sich 27 medizinische Fakultäten.

▶ www.ekfs.de

Ausstellung über „Papa Mozart"

Seit April widmet die Stiftung Mozarteum Salzburg dem Vater des berühmten Komponisten, Leopold Mozart, anlässlich seines 300. Geburtstages eine umfangreiche Ausstellung. Unter dem Titel „Leopold Mozart. Musiker – Manager – Mensch" können Besucher diese bekannte und vielseitige Persönlichkeit näher kennenlernen. Zu sehen sind rund 80 Exponate.

▶ www.mozarteum.at

Gut eingestellt

Aktuelles Vielfaltsbarometer der Robert-Bosch-Stiftung

Menschen mit Behinderungen werden in der Gesellschaft besonders akzeptiert, gegenüber Religionen herrscht hingegen eher Skepsis. Das ist das Ergebnis des Vielfaltsbarometers 2019 der Robert-Bosch-Stiftung. Damit soll die Einstellung der Bevölkerung zu sieben gesellschaftlichen Gruppen ermittelt werden. Befragt wurden über 3000 Personen aus ganz Deutschland. Ebenfalls gut akzeptiert werden demnach Personen mit nicht-heterosexueller Orientierung und mit anderer ethnischer Herkunft. Auch gegenüber Menschen eines anderen Lebensalters und eines anderen Geschlechts ist die Akzeptanz hoch.

Ein deutlicher Unterschied in den Antworten zeigt sich bei der Herkunft der Umfrageteilnehmer. Es gibt ein Nord-Süd- und ein Ost-West-Gefälle. So sind die Menschen in Ostdeutschland Vielfalt gegenüber etwas skeptischer als in Hamburg, Berlin oder Schleswig-Holstein. Entscheidend dafür seien Mentalität und persönliche Einstellung, so ein Fazit der Studie.

▶ www.vielfaltsbarometer.de ▶ www.bosch-stiftung.de

SEIEN SIE DABEI!

MITGLIEDERRABATT FÜR ALLE DFRV-VERANSTALTUNGEN

UNSERE NÄCHSTEN FACHTAGE

- Fachtag **Kultur-Fundraising** am **24. Juni** in Hannover
- **faith+funds** am **24. und 25. September** in Bremen
- Fachtag **Fundraising für Stiftungen** am **6. und 7. November** in Berlin

Mehr Infos gibt es auf unserer Webseite unter **www.dfrv.de/dfrv-fachtage-2019**

Informieren Sie sich jetzt über die **Vorteile** einer DFRV-Mitgliedschaft unter **www.dfrv.de** oder telefonisch unter **030 3088 31800**.

Mehr oder weniger Nähe zum Staat?

Neue Wege im Schweizer Stiftungssektor

Als Vorteil der gemeinnützigen Stiftungen wird oftmals ihre Unabhängigkeit betont, da sie keine Eigentümer haben und nur dem Stiftungszweck verpflichtet sind. Gleichzeitig agieren Stiftungen meist in Gesellschaftsbereichen, in denen auch der Staat aktiv ist. Haben die Schweizer Stiftungen traditionell eher auf ihre Unabhängigkeit gepocht, so sieht man heute durchaus auch die Vorteile einer engeren Kooperation.

Von GEORG VON SCHNURBEIN

In einer aktuellen Vergleichsstudie wurden die Stiftungssektoren verschiedener Länder mit jenen der USA und Deutschland verglichen. Die beiden Länder wurden aufgrund der Größe der Stiftungssektoren als Fixpunkte gewählt. Zudem unterscheiden sich die Stiftungssektoren beider Länder hinsichtlich ihres Verhältnisses zum Staat deutlich. Während in den USA eine liberale Einstellung vorherrscht und Stiftungen sich komplementär zum Staat positionieren, dominiert in Deutschland eher ein korporatistisches Verständnis, aus dem heraus mehr Abstimmung und Kooperation zwischen Stiftungen und staatlichen Institutionen entstehen.

Beim Selbstverständnis ist eine eigene Schweizer Position zu erkennen. Zunächst entspricht die Verteilung von Zielsetzungen (Bewahrung, Entlastung und Wandel) sowie der Funktionsansätze fördernd, operativ oder gemischt den Verhältnissen in Deutschland, jedoch verstehen sich Schweizer Stiftungen eher wie amerikanische Stiftungen als komplementär und innovationsorientiert.

Ein Blick in die Praxis zeigt, dass diese Differenzierung im Schweizer Stiftungssektor auch deutlich wird. Einerseits gibt es vor allem Stiftungen, die im Bereich von Bewahrung und Entlastung direkt staatliche Institutionen unterstützen oder mit diesen zusammenarbeiten, andererseits legen gerade viele der großen Förderstiftungen Wert darauf, eigene Ziele zu formulieren und der Grundsatz „Was der Staat zahlen kann (oder sollte), das finanzieren wir nicht!“ ist weit verbreitet.

Jedoch findet in den letzten Jahren ein Umdenken statt. Ein Beispiel für ein verändertes Verhältnis zu den staatlichen Behörden ist in Genf zu finden. Hier lud die Staatskanzlei Stiftungen und andere zivilgesellschaftliche Akteure zu mehreren runden Tischen ein. Thema war jeweils ein spezifischer Förderbereich wie Kunst oder Umwelt. Ohne konkrete Projekte zu planen, tauschte man sich über Erfahrungen, Missstände und Verbesserungsmöglichkeiten aus. Dadurch entstand ein gegenseitiges

Vertrauen, und inzwischen sind bereits mehrere Projekte gemeinsam unterstützt worden.

Auch im Hochschulbereich nähern sich Stiftungen und Staat einander an. Früher war es üblich, an Hochschulen vor allem Professuren durch Stiftungen zu finanzieren, und gleichzeitig wurde erwartet, dass der Staat die weiteren Kosten für die Infrastruktur trägt. Alternativ wurden ganze Institute wie etwa das Schweizer Tropeninstitut gleich als eigene Stiftung gegründet und dann an eine Universität assoziiert. In den letzten Jahren gibt es vermehrt Beispiele wie zuletzt das Botnar Research Centre for Child Health (BRCCH), dass eine Kooperation der Universität Basel, der ETH Zürich und der Fondation Botnar ist, die das Projekt mit 100 Millionen Schweizer Franken für zehn Jahre finanziert.

Gerade die großen Förderstiftungen versuchen heute, ihren Stiftungszweck auch durch Kooperation mit staatlichen Akteuren zu erreichen. Das bedeutet jedoch nicht, dass der Schweizer Stiftungssektor seinen liberalen Anstrich verliert. Dies beweisen nicht zuletzt die knapp 60 Kryptostiftungen, die in den letzten vier Jahren entstanden sind und die die Blockchain-Technologie fördern. Neben erfolgreichen Beispielen wie der Stiftung Ethereum sind dabei auch viele weniger nachhaltige Projekte dabei, die dem Staat einiges Kopfzerbrechen hinsichtlich Regulierung, Aufsicht und Zulässigkeit bereiten. Insbesondere sogenannte Initial Coin Offerings (ICOs), bei denen Kryptowährungen oder andere Nutzungsrechte (Tokens) erworben werden können, werden stärker reguliert. So hat die Finanzmarktaufsicht FINMA eine Wegleitung publiziert, in der festgelegt wird, welche Formen von ICOs der Finanzmarktkontrolle unterliegen. Ebenso prüft die Eidgenössische Stiftungsaufsicht die strukturellen und zweckbezogenen Aspekte der Kryptostiftungen. Aufgrund der vielfältigen Nutzung der neuen Technologie betonen beide Behörden, dass immer eine Einzelfallprüfung vorgenommen wird und bisher keine grundsätzlichen Regeln bestehen. Auch wenn der große Hype wohl vorerst vorbei ist, wächst die Branche weiterhin, und auch 2018 wurden etliche Kryptostiftungen gegründet.

Prof. Dr. **Georg von Schnurbein** ist Associate Professor für Stiftungsmanagement an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät und Gründungsdirektor des Center for Philanthropy Studies (CEPS) der Universität Basel, das von SwissFoundations, dem Verband der Schweizer Förderstiftungen, initiiert wurde. Seine Forschungsschwerpunkte sind Governance, Finanzmanagement und Wirkungsmanagement.
▶ **https://ceps.unibas.ch**

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

Haftpflicht in Grün

Die Greensurance-Stiftung will Versicherungen nachhaltiger machen

Umweltschutz ist vielfältig. Dass ein Produkt Auswirkungen auf Natur und Klima hat, wird manchmal erst auf den zweiten Blick klar. So machen sich wahrscheinlich die wenigsten darüber Gedanken, ob ihre Versicherung „grün" ist.

Von UTE NITZSCHE

Wer die Website *www.klimauhr.info* aufruft, wird nachdenklich. Unablässig rattern die Zahlen herunter, die zeigen sollen, wie viel Zeit noch bleibt, um den Temperaturanstieg auf der Erde auf zwei Grad Celsius zu begrenzen. Demnach sind es noch knapp 16 Jahre – eine beängstigende Vorstellung. Die Uhr wurde zur Klimakonferenz in Paris 2015 veröffentlicht. Initiiert hat sie die Greensurance-Stiftung. Das Wort setzt sich zusammen aus dem englischen Insurance (dt. Versicherung) und dem Wort „green".

Geld in nachhaltige Bahnen lenken

Die Stiftung wurde 2014 gegründet und will Versicherungs- und Finanzunternehmen „grün und nachhaltig" gestalten. Doch wann weißt eine Versicherung diese Kriterien auf? Geschäftsführerin Anna Schirpke (Foto) erklärt: „Das Ziel ist es, Finanzmittel in nachhaltige Bahnen zu lenken. Wir vertrauen Banken und Versicherungen unser Geld an. Die Frage, die wir uns stellen müssen: Was machen Banken und Versicherungen danach mit unserem Geld?" Zur Risikodeckung müssen sie Kapital anlegen und Geld investieren, zum Beispiel in Aktien oder Anleihen. Was nun eine nachhaltige Versicherung von einer nicht-nachhaltigen unterscheidet, ist der Fakt, wie das Geld investiert wird. Denn es spielt eine entscheidende Rolle, ob es beispielsweise in ein Unternehmen fließt, das Waffen herstellt oder auf fossile Energien setzt, oder ob es erneuerbare Energien und intelligente Infrastrukturen fördert. Es geht um die sogenannten ESG-Kriterien, also Environment (Umwelt), Social (Soziales und Gesellschaft) und Governance (gute Unternehmensführung), die als Orientierung für eine nachhaltige Geldanlage dienen sollen.

Branche noch zu zögerlich

Hier setzt die Stiftung an, indem sie Weiterbildungen für Versicherungsberater zu Nachhaltigkeit und Klimawandel anbietet. Diese können sich berufsbegleitend zum „ESGberater – Fachberater für nachhaltiges Versicherungswesen" weiterbilden lassen. Gefördert wird sie dabei vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU). Die Idee ist so erfolgreich, dass es dafür vom Rat für Nachhaltige Entwicklung den Preis „Projekt Nachhaltigkeit 2018" gab. Stiftungsgründer Marcus Reichenberg fasst zusammen: „Unsere Dienstleistungen umfassen unter anderem die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten, die Berechnung des Carbon Footprint mit anschließender Klimafreundlichstellung sowie eigene Klimaschutzprojekte in Deutschland." Darüber hinaus kann sich die Versicherungsbranche mit dem Newsletter „greenminzia", den die Stiftung herausgibt, zu aktuellen Entwicklungen beim Klimawandel und allgemein zu nachhaltigen Entwicklungen informieren.

Doch die Versicherungsbranche ist laut

Marcus Reichenberg noch viel zu zögerlich. Die Klimadebatte im Allgemeinen und die „Fridays for Future"-Bewegung zum Beispiel im Besonderen hätten noch keinen erkennbaren Einfluss auf die Branche. „Unsere Arbeit hat sich noch nicht groß verändert, weil wir in jedem Gespräch immer erst die Grundlagen des notwendigen Veränderungsprozesses erläutern müssen. Generell gibt es zu wenig Aufklärung und naturwissenschaftliche Wissensvermittlung."

Werteverlust der Kapitalanlagen

Dabei bekommen gerade Versicherungen die Auswirkungen des Klimawandels besonders zu spüren. Sie müssen sich immer häufiger mit Schäden, die durch Hochwasser, Sturm oder Hitze und Dürre entstehen, beschäftigen. Außerdem, erklärt Marcus Reichenberg weiter, müsse die Versicherungswirtschaft dadurch einen Werteverlust ihrer Kapitalanlagen hinnehmen. Er nennt dafür das Beispiel der „Carbon bubble", von der Versicherungen betroffen sein werden, die in fossile Rohstoffe investieren. Wird deren Ausbeutung gedrosselt, wird die Carbon-Blase und mit ihr das investierte Kapital platzen. Das Fatale daran: Die Branche reagiert darauf, indem sie entweder die Preise für bestimmte Versicherungsprodukte anhebt oder für gefährdete Gebiete gleich gar keinen Schutz mehr anbietet. In Zukunft also nur noch Versicherungen gegen Hochwasser auf der Zugspitze?

Moore für den Klimaschutz

Neben dem Bestreben, die Versicherungsbranche umweltbewusster zu gestalten, will die Greensurance-Stiftung den Klimaschutz vor allem auf regionaler Ebene umsetzen. Ein wichtiger Baustein ist dabei der Schutz der Moore. Für die setzt sich Marcus Reichenberg besonders ein, weil er damit einen Teil seiner Kindheit verbindet, die er oft in der Natur und eben auch in der Nähe von Mooren verbracht hat. Viele wissen wahrscheinlich nicht, dass natürliche Moore zum Hochwasser- und Klimaschutz beitragen und eine sehr große Artenvielfalt aufweisen, wie Anna Schirpke erklärt. In Deutschland seien allerdings inzwischen 90 Prozent der Moore trockengelegt. Deshalb bietet die Stiftung Moorwanderungen und Moorpatenschaften an, mit denen verschiedene Projekte zum Erhalt der sensiblen Ökosysteme gefördert werden. Umweltschutz beginnt schließlich nicht erst beim Verzicht auf Langstreckenflüge und beim Atomausstieg, sondern direkt im Alltag, immer und irgendwie überall. Nur so kann die eingangs erwähnte Klima-Uhr vielleicht irgendwann wieder ein Stück zurückgestellt werden. ◘

▶ www.greensurance-stiftung.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

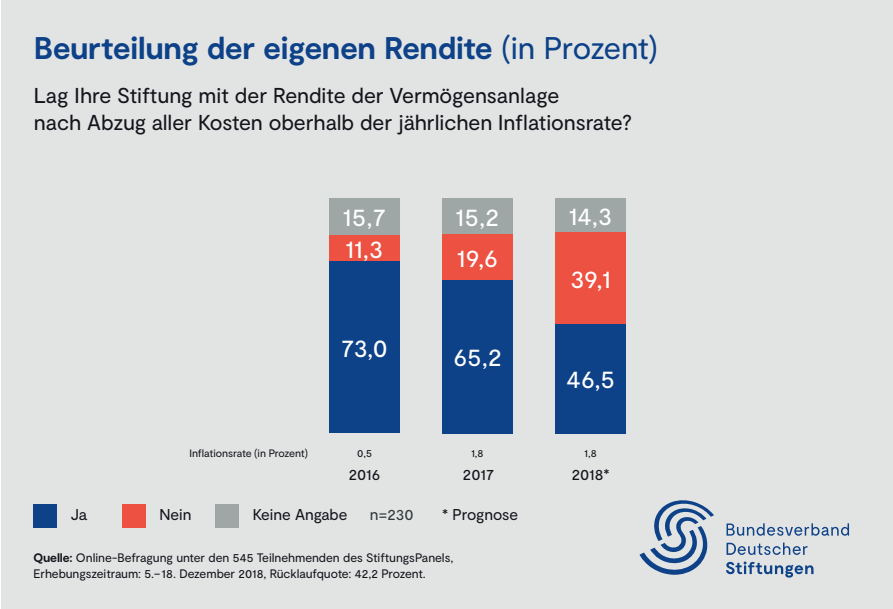
DATA-DRIVEN FUNDRAISING

Erfolgsmodell mit Hindernissen

Aktuelle Zahlen aus dem Stiftungssektor

Die Renditen der Stiftungen schrumpfen – und das mehr als je zuvor, wie die Ergebnisse des aktuellen Stiftungspanels des Bundesverbands Deutscher Stiftungen zeigen. Das bringt immer mehr von ihnen in Schwierigkeiten. Doch es gibt trotzdem Positives zu vermelden.

Von UTE NITZSCHE



Die Zahlen lassen aufhorchen. Befragt nach ihrer eigenen Renditeerwartung, gaben 39,1 Prozent der deutschen Stiftungen an, dass sie nach Abzug aller Kosten für das Jahr 2018 unterhalb der jährlichen Inflationsrate liegen. Ihnen steht also insgesamt immer weniger Geld zur Verfügung, um ihren Stiftungszweck zu erfüllen. Zum Vergleich: 2016 waren es 11,3 Prozent; 2017 ist der Wert zwar weiter gestiegen, aber „nur" auf 19,6 Prozent. Nun hat er sich innerhalb eines Jahres fast verdoppelt. Das trifft vor allem die kleineren Stiftungen, deren Kapital weniger als eine Million Euro beträgt. Von ihnen sind mehr als 45 Prozent betroffen. 2017 waren es nur etwas mehr als 30 Prozent, 2016 lag der Wert unter 20.

Kaum maßgeschneiderte Angebote

Um den Auswirkungen der anhaltend niedrigen Zinsen entgegenzuwirken, würden Stiftungen zunehmend von passiven Sparern zu aktiven Investoren werden, wie Felix Oldenburg, Generalsekretär des Bundesverbands Deutscher Stiftungen, feststellt. Jedoch gebe es dafür noch zu wenige maßgeschneiderte Angebote von Finanzdienstleistern. Immer noch planen nur wenige Stiftungen – nämlich gerade einmal 3,3 Prozent der kleinen Stiftungen und 17,9 Prozent der Stiftungen mit über einer Million Euro Kapital – für die Zukunft eine wirkungsorientierte Anlage, so das Ergebnis des Panels.

Wie gestaltet sich die Situation in anderen Ländern? Auch in der Schweiz kämpfen die Stiftungen mit den niedrigen Zinsen und entsprechend geringeren Erträgen. Konkrete aktuelle Zahlen zur Renditeentwicklung liegen laut Katharina Guggi von Swissfoundations, dem Dachverband der Schweizer Förderstiftungen, aber nicht vor. Für Österreich gäbe es ebenfalls kaum Daten, wie Ruth Williams, Generalsekretärin des Verbands für gemeinnütziges Stiften, auf Nachfrage mitteilt.

Stiftungswachstum hält an

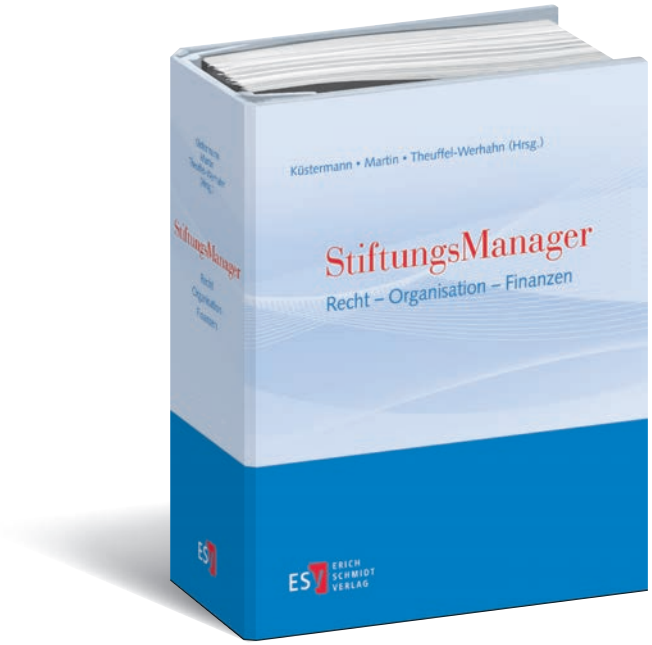
Sind Stiftungen angesichts der prekären Finanzlage also gar ein Auslaufmodell? Dem ist ganz und gar nicht so, wie das Stiftungspanel des Bundesverbands ebenfalls zeigt. Im Gegenteil, das Stiftungswachstum setzt sich deutschlandweit fort; um 2,1 Prozent ist es 2018 gestiegen. Konkret heißt das, dass im letzten Jahr 554 rechtsfähige Stiftungen bürgerlichen Rechts neu errichtet wurden. Das sind fünf mehr als im Jahr zuvor. Damit gab es 2018 insgesamt 22743 Stiftungen in Deutschland. Spitzenreiter bei den Neugründungen war Brandenburg mit 8,2 Prozent Wachstum beziehungsweise 16 neuen Stiftungen, gefolgt von Sachsen-Anhalt mit 4,7 Prozent und Sachsen mit 4 Prozent. Die größte Stiftungsdichte findet sich in den Stadtstaaten Hamburg und Bremen. Dort kommen 78 beziehungsweise 49 Stiftungen auf 100 000 Einwohner.

Umdenken erforderlich

Auf Dauer angelegt, nehmen Stiftungen eine langfristige Perspektive ein und verfolgen die Absicht, sich nachhaltig für die Gesellschaft zu engagieren, wie der Vorstandsvorsitzende des Bundesverbands Deutscher Stiftungen Prof. Dr. Joachim Rogall betont. Da die Zinsen auch in den nächsten Jahren wahrscheinlich auf einem ähnlich niedrigen Niveau bleiben werden, werden Stiftungen umdenken müssen – zunehmend auch im Bereich Fundraising.

▶ www.stiftungen.org

Gekonnt stiften



StiftungsManager

Recht, Organisation, Finanzen

Herausgegeben von
Prof. Dr. Burkhard Küstermann,
Jörg Martin und
Berthold Theuffel-Werhahn

Loseblattwerk, 2.510 Seiten in 2 Ordnern,
im Abonnement: Grundwerk € (D) 138,–
ca. 4 Ergänzungslieferungen pro Jahr,
ISBN 978-3-503-17878-0

Stiftungsrecht, Stiftungssteuerrecht, Vermögensanlage, Führung und Organisationsentwicklung: In der Stiftungsarbeit bewegen Sie sich in vielseitigen strategischen, operativen und juristischen Handlungsfeldern. Der **StiftungsManager** bietet Ihnen das Rüstzeug, um Stiftungen und Nonprofits **in organisatorischer, juristischer und finanzieller Hinsicht** erfolgreich zu gestalten.

Kontinuierlich aktualisiert

Das Handbuch ist in seiner Form **als Loseblattwerk einzigartig:**

- Erstklassige Autoren um das **Herausgeberteam Burkhard Küstermann, Jörg Martin** und **Berthold Theuffel-Werhahn** garantieren hohe Kompetenz und praktische Relevanz aller Inhalte.
- Mit **kontinuierlich qualitätsgeprüftem Fachcontent** bleiben Sie zu allen wichtigen Entscheidungsbereichen im professionellen Stiftungsmanagement auf Kurs.
- Als **Standardwerk im Erich Schmidt Verlag** erscheint das Handbuch in einem der führenden deutschen Fachverlage für Recht, Wirtschaft und Steuern.

Online informieren und bestellen:

www.ESV.info/17878

ESV ERICH SCHMIDT VERLAG

Auf Wissen vertrauen

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

Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Führungswechsel im DBU Naturerbe

Sie gilt als Expertin für den Schutz der Moore in Deutschland. Als langjährige Praktikerin vor allem im Offenlandmanagement kennt die Diplom-Biologin **Susanne Belting** auch die Naturschutzflächen der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) seit mehr als drei Jahren. Sie hat im April die fachliche Leitung im DBU Naturerbe übernommen. Damit verantwortet sie das Management von 71 Naturerbe-Flächen der gemeinnützigen DBU-Tochtergesellschaft mit rund 70 000 Hektar. „Ich halte die Umsetzung zweier Naturschutzstrategien auf den DBU-Naturerbeflächen für wichtig: Wir wollen sowohl naturnahe Wälder und Moore langfristig sich selbst überlassen als auch naturschutzfachlich wertvolles Offenland durch Pflege erhalten“, so Belting.

Genervt von Monstern und Co?

Big Pearl/AdobeStock

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

Weltmeister ist Lesebotschafter

Profi-Fußballer **Thomas Müller** setzt sich als Botschafter der Stiftung Lesen dafür ein, dass Kinder und Jugendliche lesen. Er betont: „Lesen bildet fürs Leben. Ganz klar! Aus diesem Grund freue ich mich, die Stiftung Lesen unterstützen zu dürfen! Die Kinder wachsen heutzutage mit mehr Medieneinflüssen auf als ich in meiner Kindheit, sodass das Lesen wohl manchmal etwas stiefmütterlich behandelt wird. Aber nur wer lesen kann, kann auch in allen Bereichen mitspielen.“

Neuer Vorstand von Eurodiaconia

Eurodiaconia, ein europäisches Netzwerk von Kirchen und christlichen NGOs, die Sozial- und Gesundheitsdienstleistungen anbieten und sich für soziale Gerechtigkeit einsetzen, hat einen neuen Vorstand gewählt. Dr. **Stephanie Scholz**, Europareferentin der Diakonie Deutschland, tritt die Nachfolge von Maria Loheide, Vorstand Sozialpolitik, im Vorstand an, die nach zweimaliger Amtszeit nicht wieder gewählt werden kann. Scholz wird vor allem das Büro in Brüssel unterstützen.

Wechsel bei Childaid Network

Nach fünf Jahren hat Dr. **Thomas Kreuzer**, Vorsitzender des Stiftungsrats von Childaid Network, diese Rolle turnusmäßig weitergegeben. Neu gewählt wurde **Wolfgang Kirsch** (Foto), der zum Jahreswechsel 2018/2019 als Vorsitzender des Vorstands der DZ Bank verabschiedet wurde. Dr. Martin Kasper, ehrenamtlicher Vorstand von Childaid Network, würdigte die besonderen Verdienste des vorherigen Vorsitzenden, Präsidenten und Gründers der Fundraisingakademie.

YouTuber für Unicef

Julien Bam, einer der erfolgreichsten YouTuber Deutschlands, setzt sich gemeinsam mit Unicef für die Rechte benachteiligter Kinder weltweit ein. Zusammen mit dem UN-Kinderhilfswerk ist Julien Bam nach Bangladesch gereist. Die Reise markiert den Start einer Partnerschaft, die für den Online-Influencer eine Herzensangelegenheit ist. Mit seiner persönlichen, kreativen Ansprache wird er zum Sprachrohr für Kinderrechte und bringt ihre Bedeutung jüngeren Menschen nahe.

Spenderservice und Partnerkommunikation für Samaritan's Purse

Oliver Schneider hat im April die Leitung des Bereichs „Spenderservice und Partnerkommunikation" bei Samaritan's Purse e. V. (ehemals Geschenke der Hoffnung) übernommen. Er folgt auf Tobias-Benjamin Ottmar, der die Abteilung seit Ende 2010 geleitet hatte und sich fortan ganz auf die Öffentlichkeitsarbeit der Organisation konzentriert. Schneider war bislang bei Samaritan's Purse für den Bereich Großspendenfundraising tätig.

Neues Vorstandsressort „Personal" für Malteser

Die Malteser setzen den strategischen Umbau ihrer Geschäftsführung fort, um künftige Herausforderungen zu meistern: Der für das Ehren- und Hauptamt so wichtige Bereich „Personal" wird zu einem eigenen Vorstands-/Geschäftsführungsressort. **Ulf Reermann** wird das Ressort für den gesamten Malteserverbund leiten und trat zum 1. Mai 2019 in den Vorstand bzw. die Geschäftsführung aller drei Rechtsträger (Malteser Hilfsdienst e. V., Malteser Hilfsdienst gGmbH und Malteser Deutschland gGmbH) ein.

Geschäftsführerwechsel bei „Menschen für Menschen"

18 Jahre lang hat **Josefine Kamm** die Stiftung „Menschen für Menschen" Schweiz geleitet. Zum 1. Juni 2019 übergibt sie die Verantwortung an ihren bisherigen Stellvertreter **Kelsang Kone**. „Unter der Geschäftsführung von Josefine Kamm konnte die Stiftung viele Tausend Familien aus extremer Armut befreien", so Boris Blaser, Präsident des Stiftungsrates. „Mit Kelsang Kone können wir diese Erfolgsgeschichte ganz im Sinne unseres Gründers Karlheinz Böhm fortschreiben." Kelsang Kone ist Schweizer mit kulturellen Wurzeln im Himalaya: Er ist als Sohn tibetischer Eltern in Glarus geboren und hat Betriebsökonomie und Management von Non-Profit-Organisationen studiert. Seit zwölf Jahren arbeitet er für „Menschen für Menschen".

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

EVANGELISCHE BRÜDER-UNITÄT
HERRNHUTER BRÜDERGEMEINE

Für unsere Geschäftsstelle in Bad Boll suchen wir ab sofort – unbefristet – eine

Teamleitung für die Abteilung Fundraising (100 %)

Inhaltliche Schwerpunkte der Stelle sind:

- Durchführung von Fundraising-Maßnahmen z. B. Mailings und Veranstaltungen für die Evangelische Brüder-Unität, ihre Graf-Zinzendorf-Stiftung und für die Herrnhuter Missionshilfe
- Pflege der Webseite www.herrnhuter-projekte-weltweit.de und des Online-Spendenportals www.herrnhuter-spenden.de
- Entwicklung neuer Fundraising-Strategien und -Maßnahmen
- Teamleitung für die Mitarbeiter*innen der Fundraising-Abteilung
- Ansprechpartner*in für die Fundraising-Software „OpenHearts"
- Begleitung unserer Spender*innen, Kontakt mit Losungsleser*innen
- Zusammenarbeit mit Übersetzer*innen und Herausgebern der Losungen in über 50 Sprachen

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Für Rückfragen steht Ihnen Pfarrer Hertsch (Tel. 0 71 64/94 21-30 oder 01 62/2 66 71 57) zur Verfügung.
Nähere Informationen finden Sie unter
www.ebu.de/service/stellenangebote

Verstärkung für das UPJ-Team

Kai Praum verstärkt seit April als Projektmanager das Team von des Unternehmensnetzwerks UPJ. Zu seinen Aufgabenbereichen zählen die Koordination des UPJ-Unternehmensnetzwerks sowie das Projekt UPJ Pro Bono Rechtsberatung für Non-Profits. Zuvor war der Diplom-Soziologe Chefredakteur des Fachmagazins für CSR- und Nachhaltigkeitsmanager „Verantwortung“ sowie des Magazins für Stiftungswesen und Philanthropie „Die Stiftung“ im F.A.Z.-Fachverlag. In seinen sechs Jahren in der F.A.Z-Verlagsgruppe hat er das Magazin „Verantwortung“ sowie die dazugehörige Veranstaltungsreihe mit konzipiert und aufgebaut sowie an weiteren Publikations- und Veranstaltungsprojekten im Bereich Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit mitgewirkt.

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

Personalwechsel beim Stiftungsforum Kirche im Bistum Aachen

Hans-Josef Siebertz wurde in den Ruhestand verabschiedet. Seine Position als Geschäftsführung wurde zum Jahresanfang von **Angela Mispagel** übernommen. Die Diplom-Kauffrau ist zertifizierte Stiftungsberaterin und blickt zurück auf eine langjährige Berufserfahrung als Fundraiserin. Nach ihrem Studium war sie im Bereich Sponsoring tätig. Zuletzt war sie neun Jahre Referatsleiterin im Bereich des Spendenwesens bei einem der Aachener Hilfswerke.

Geschäftsführer für den LBV

Alf Pille, bisher Leitung Kommunikation und Fundraising beim bayerischen NABU-Partner Landesbund für Vogelschutz in Bayern (LBV), hat im April die Position als Geschäftsführer Verbandsentwicklung des LBV übernommen. Der Agrarbiologe verantwortet die Bereiche Marketing, Digitalisierung und Ehrenamt. Statt die Leitung Kommunikation und Fundraising nachzubesetzen, übernehmen die verstärkten Teams im Rahmen eines Empowerment-Prozesses diese Aufgaben.

Verstärkung im Vorstand der Norbert Janssen Stiftung

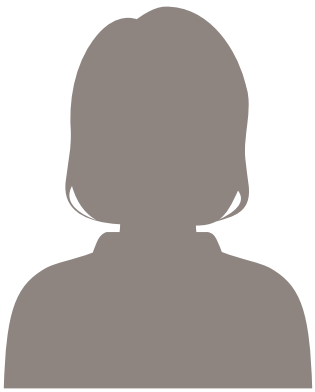
Diplom-Geografin **Andrea Lödler** wurde zum neuen Vorstandsmitglied der Norbert Janssen Stiftung (NJS) berufen. Die gebürtige Münchnerin studierte an der dortigen Technischen Universität und ist seit 1999 hauptberuflich im Bereich Fundraising für Hochschulen und Wissenschaftsorganisationen tätig. Das Thema Bildungsgerechtigkeit sowie die Unterstützung von jungen Menschen aus wirtschaftlich schwächeren Verhältnissen in ihrer Aus- und Weiterbildung sind ihr wichtige Anliegen.

Rechtlich selbstständige Stiftung der Johanniter

Die bislang unselbstständige Stiftung der Johanniter ist in die rechtlich selbstständige Johanniter-Stiftung mit Sitz in Berlin übergeleitet worden. Vorstand, Beirat und Geschäftsleitung haben sich konstituiert. Zum Geschäftsführer wurde **Stefan A. Beck** berufen, seit 2004 und weiter parallel Beauftrager für Öffentlichkeitsarbeit des Johanniterordens. Die neue Stiftung ist die zentrale Dachstiftung aller Stiftungsaktivitäten der Johanniter.

Leiter Hauptstadtbüro der Björn-Steiger-Stiftung

Nicolas Basse ist seit April Leiter des neu gegründeten Hauptstadtbüros der Björn-Steiger-Stiftung. Zuvor war er Geschäftsführer des Deutschen Evangelischen Verbands für Altenarbeit und Pflege. Die Björn-Steiger-Stiftung ist eine Stiftung des bürgerlichen Rechts mit dem Ziel, die Notfallhilfe und das Rettungswesen in Deutschland zu verbessern. Sie ist nach Björn Steiger benannt, der 1969 nach einem Verkehrsunfall wegen fehlender zeitnaher und professioneller Hilfe starb.



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: 021 51 / 44 00-0, Fax: 021 51 / 44 00-55
info@van-acken.de, www.van-acken.de

adfinitas gründet Online-Tochter

Das Unternehmen adfinitas baut sein digitales Angebot für gemeinnützige Organisationen umfassend aus: Die Fundraising-Experten aus Hannover haben die Online-Agentur „Netzhafen“ übernommen und integrieren deren langjährige Online-Expertise zukünftig als „adfinitas digital“ in ihr Portfolio. Die neue Tochter ist als digitales Flaggschiff der adfinitas-Familie in der Lage, alle sinnvollen Elemente für erfolgreiches Online-Marketing umgehend in die Tat umzusetzen. Geschäftsführender Gesellschafter von „adfinitas digital“ ist Markus Polrola, der bisherige „Netzhafen“-Geschäftsführer.

▶ www.adfinitas-digital.de

Major Giving INSTITUTE

Jetzt Ihren Platz sichern!

Berufsbegleitende Weiterbildung
Großspenden-Fundraiser/in

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

23. - 25.01.2020 | 26. - 28.03.2020 | 07. - 09.05.2020
in Tagungshäusern nahe Aschaffenburg, Würzburg und Wiesbaden

Wege zu mehr Philanthropie:
Major Donors finden gewinnen binden

www.major-giving-institute.org

Kurzgefasst …

Schweizer Alternative zu Wetransfer

SwissTransfer, die Schweizer Alternative zu WeTransfer, ist da. SwissTransfer wurde von Infomaniak entwickelt und ist ein kostenloser Service. Es erfordert keine Anmeldung und erlaubt den Versand von bis zu 25 GB Daten auf einmal. Außerdem werden die Daten ausschließlich in der Schweiz gespeichert – natürlich mit einer strikten Wahrung des Datenschutzes und der Privatsphäre.

▶ www.swisstransfer.com

Bauer Postal Network stellt Tätigkeit ein

Die Bauer Media Group plant, das Geschäft ihres Logistik-Unternehmens Bauer Postal Network (BPN) zur zweiten Jahreshälfte einzustellen. Die Abo-Zustellung eigener Titel soll über Kooperationen mit externen Dienstleistern erfolgen. Grund für die geplante Einstellung des Betriebs ist die negative wirtschaftliche Gesamtprognose in einer anhaltend schwierigen Marktlage. Diese ergibt sich unter anderem aus einem Mangel an verfügbaren Zustellkräften.

▶ www.bauermedia.com

Neue Plattform für alte Kleidung

Wohin mit aussortierten Textilien? Können sie nicht noch einem guten Zweck dienen? Was passiert mit meinen Sachen, wenn ich sie erst einmal in den Container geworfen habe? Woran erkenne ich seriöse Sammler? Auf all diese Fragen bietet nun die neue Infoplattform des Dachverbands FairWertung e. V. eine Antwort auf:

▶ www.altkleiderspenden.de

Enterbrain Software AG: Sicher ist sicher

Der Alzenauer Softwareentwickler und Dienstleister Enterbrain Software AG ist Vorreiter in Sachen Datenschutz: Die Deutsche Gesellschaft zur Zertifizierung von Managementsystemen (DQS) prüfte sämtliche Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens umfangreich und vergab erstmalig in der Branche die Zertifizierung nach ISO/IEC 27001. Damit verfügt Enterbrain über die höchste Sicherheitseinstufung für all seine Angebote.

▶ www.enterbrain.ag

Rückwärtslaufen für den guten Zweck

100 Kilometer ist Markus Jürgens bei einem Ultramarathon gelaufen – rückwärts und schnell. Mit der Aktion will der 31-Jährige auf die unheilbare Nervenkrankheit Amyotrophe Lateralsklerose (ALS) aufmerksam machen und Spenden sammeln. Mit 12:20:37 Stunden stellte er einen neuen inoffiziellen Weltrekord im Rückwärtslaufen über diese Distanz auf.

Evangelisch spenden

Die Website *fundraising-evangelisch.de* zu Fundraising-Themen innerhalb der Kirchen ging Ende Februar komplett erneuert an den Start. Das Angebot der Fundraising Akademie richtet sich an Menschen, die sich ehren- oder hauptamtlich mit Spenden und Fundraising in Kirchengemeinden oder kirchlichen Organisationen beschäftigen. Das neue Angebot wird sich intensiver als bisher digitalen Themen widmen, Kernartikel sollen darüber hinaus per Video oder Audio begleitet werden. „Fundraising evangelisch" ist somit auch ein mit Praxisbeispielen angereichertes zentrales Wissensarchiv, das gleichzeitig den Kontakt zu den Ansprechpersonen für Fundraising in den Landeskirchen ermöglichen soll. Neu ist die Community: Da gerade im kirchlichen Bereich die Skepsis gegenüber vorhandenen Netzwerken wie Facebook groß ist, gibt es die Möglichkeit einer eigenen Fundraising Community. Der Relaunch wurde von der Agentur „eulenblick" in Münster, namentlich Paul Garais und Jan Amedick sowie Maik Meid, umgesetzt. Betreut wird das System redaktionell und technisch ebenfalls von Maik Meid.

▶ www.fundraising-evangelisch.de

Online-Fundraising wächst weiter

Auch in diesem Jahr rief Altruja, der Online-Fundraisingspezialist aus München, zur Beteiligung an seiner Online-Fundraising-Studie auf. Zum Deutschen Fundraising-Kongress wurden die Ergebnisse präsentiert: Derzeit geben 68 Prozent der befragten Organisationen an, Online-Fundraising zu nutzen. Im Vergleich zur Studie 2017 stieg der Anteil der Organisationen, die Online-Fundraising betreiben, um 15,9 Prozentpunkte. Im Unterschied zu 2011 sind es sogar 18,4 Prozentpunkte. Somit ist ein deutlicher Sprung bei der Nutzung von Online-Fundraising zu erkennen. Von den Organisationen die noch nicht im Online-Fundraising aktiv sind (32 %) gaben fast 60 Prozent an, auch zukünftig nicht aktiv werden zu wollen. Zu den meistgenannten Gründen, warum Organisationen kein Online-Fundraising nutzen, zählen mangelndes Personal/Zeit (54,9 %), zu wenig Know-how (35,3 %) und inhaltliche Einschränkungen (29,4 %). Weitere Probleme stellen mangelndes Budget (15,7 %) und die zu geringe Internetaffinität der Zielgruppe (26 %) dar.

▶ www.altruja.de

Combit: 15 000 Euro für Zyklon-Opfer

Nachdem Zyklon Idai in Malawi und Mosambik hunderttausende Menschen ohne Trinkwasser, mit mangelnder medizinischer Hilfe und ohne Dach über dem Kopf zurückgelassen hat, will der Konstanzer Softwarehersteller combit helfen. „Das Maß der Not in Südostafrika sprengt unsere Vorstellungskraft", so Geschäftsführer Jochen Bartlau. „Zusammen mit unserem Team, auf das wir uns immer verlassen können, wollen wir etwas bewirken!" So initiierte die combit-Geschäftsführung eine Aktion, in der die Mitarbeiter Arbeitszeit spenden. Diese wurde umgerechnet in einen Geldbetrag und vom Unternehmen verdoppelt, so dass nun eine Gesamtsumme von 15 300 Euro für „Ärzte ohne Grenzen" zur Verfügung steht. Erneut übersteigt die Summe die Beträge vorangegangener Spendenaktionen.

Bereits mehrfach in der Vergangenheit spendeten die combit-Mitarbeiter zusammen mit ihrem Unternehmen beachtliche Summen, beispielsweise an die Opfer von Taifun Haiyan und zuletzt an die Konstanzer Gruppe save-me für Projekte in der Flüchtlings- und Integrationsarbeit. „Wir sind wahnsinnig stolz auf unsere combits!", sagen combit-Gründer und -Gesellschafter Christiane Kördel und Peter Magulski. „Das ganze Team übernimmt Verantwortung und hilft mit, humanitäre Hilfe zu leisten."

▶ www.combit.net

MEDIAMAIL
Ihr Partner für Direct Mail

Suchen Sie einen professionellen Partner für Ihre Mailingproduktion in der Schweiz?

- *Lettershop*
- *Laserprint*
- *Fulfillment*

Bei uns sind Sie an der richtigen Adresse. Mit einer Jahresproduktion von 50 Mio. Mailings, gehören wir zu den grössten Lettershops der Schweiz.

www.mediamail.ch

PLZ-BEREICH 0

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

€ SPENDENAGENTUR

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

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

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

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

Damit Ihre Spender und Sponsoren Sie richtig verstehen.

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

PLZ-BEREICH 1

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

Sie finden uns außerdem in Hamburg und Köln.

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

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

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

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

Boxhagener Straße 119 · 10245 Berlin
Telefon: +49 (0)30 232553000
Telefax: +49 (0)30 232553020
berlin@spendenhilfsdienst.de
www.spendenhilfsdienst.de

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 10010404
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

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

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

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

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

DMA consulting GmbH & Co. KG

Leistungsbereiche sind:

- Consulting
- Datenqualifizierung / -anreicherung
- Adressen- / Daten-Management
- Spenderanalysen (Neu-, Dauer-, Großspender)
- Spender-, Zielgruppenadressen (postalisch & E-Mail & Telefonnummer)
- telefonische Spenderbetreuung
- crossmediales Kampagnenmanagement on- und offline

Mehr Spender – bessere Spenderbindung!

Bahnhofstraße 48–50 · 21614 Buxtehude
Telefon: +49 (0)4161 99380-10
Telefax: +49 (0)4161 9938019
mk@dma-consulting.de
www.dma-consulting.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

Mehr entdecken.
koopmann.de
Eine Technik, 1000 Möglichkeiten für Ihr Fundraising
koopmanndruck

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

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®

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

service94
Sozialmarketing
Fundraising
Öffentlichkeitsarbeit

TEST DEUTSCHLANDS BESTE MONEY

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

ifunds germany GmbH
Wir von ifunds sind Spezialisten für Daten im Fundraising. Wir vertreiben CRM- & Fundraisingsoftware, bieten Datenservices und Beratungsleistungen. Auch die systematische Aufbereitung und aussagekräftige Darstellung von Daten im Fundraising, gehört zu unserem Portfolio. Unsere Produkte sind ifunds engage und analyse-it.

ifunds engage
Basierend auf Microsoft Dynamics 365 bietet die moderne CRM- & Fundraising-Cloud-Applikation ifunds engage eine webbasierte, flexible und standardisierte Lösung für Non-Profit-Organisationen aller Größen.

analyse-it
Ein modernes und leistungsfähiges BI-Werkzeug, das Ihre Organisations- und Fundraisingdaten Ihren individuellen Anforderungen entsprechend übersichtlich und strukturiert darstellt.

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

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

Sie finden uns außerdem in Berlin und Hamburg.

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

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

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

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

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

fides Druck & Medien GmbH
Nachhaltige & günstige Werbemittel

Unsere Mitarbeiter von 19 bis 76 Jahren mit und ohne Handicap stellen nachhaltige, emotionale und günstige Werbemittel aus Karton her. Wir sind ein klimaneutrales Unternehmen, da wir ohne Heizung sind und den Strom selbst erzeugen. Fordern Sie unsere Mustermappe an. Oder wir entwickeln gemeinsam mit Ihnen das passende Produkt für Ihre Zielgruppe!

Nachtweide 3 · 77743 Neuried
Telefon: +49 (0)7807 957999-22
info@fides-druck.de
www.fides-druck.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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

PLZ-BEREICH 9

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

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

bussgeld-fundraising.de

Adressen Gerichte und Staatsanwaltschaften
- über 11.000 personalisierte Zuweiseradressen online verfügbar
- jederzeit aktualisierbar
- zielgruppengenaue Selektion
- „preiswert kaufen statt teuer mieten"

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

Mit **Geldauflagen** erfolgreich Projekte **finanzieren**

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

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

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

Standard-Eintrag
149 €

Premium-Eintrag
(Standard + Stopper-Anzeige)
499 €

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

„Wir wollen die Vereinfachung

Die Förderung zeitgenössischer Formen der Oper und des Balletts im europäischen Rahmen ist das eine große Ziel des Netzwerks FEDORA, das aus dem Förderverein der Pariser Oper hervorgegangen ist. Dessen Direktorin Edilia Gänz verrät im Interview mit unserem Redakteur Rico Stehfest aber auch, wie ein Umdenken bei den Finanzierungsmodellen im kulturellen Bereich die Institutionen, aber auch das Publikum voranbringen kann und wie das Netzwerk gemeinsam mit Transnational Giving und weiteren Partnern den Prozess des Spendens über europäische Ländergrenzen hinweg vereinfachen will. Das dazugehörige Pilotprojekt sollten international tätige Organisationen in den nächsten Jahren im Auge behalten.

? Ihre Plattform will das Ballett und die Oper des 21. Jahrhunderts fördern. Als NGO haben Sie dafür mit Generali und Van Cleef & Arpels große Partner. Welche Rolle spielen diese genau?

Die beiden Partner finanzieren komplett unsere beiden Ballett- und Opernpreise, die jeweils mit 100 000 Euro beziehungsweise 150 000 Euro dotiert sind. Wir sind sehr glücklich, diese Sponsoren als Partner zu haben. Die Preise selbst, die von unserem Präsidenten, Herrn Jérôme-François Zieseniss, ins Leben gerufen wurden, sind sehr andersartig, da sie nicht an bereits bestehende, sondern an künftige Projekte verliehen werden, also somit eine Anschubfinanzierung darstellen. Den Mäzenen geht es dabei in erster Linie darum, Potenziale und künstlerische Werte zu entdecken. Die Förderung neuer Ideen ist dabei mit einem kalkulierten Risiko verbunden. Zudem spiegelt das Engagement von Generali und Van Cleef & Arpels auch deren internationale Vernetzung. Außerdem ermöglichen die Sponsoren ihren Kunden und Partnern den Besuch von Vorstellungen oder das Treffen mit Künstlern.

? Und die Anzahl der Preise wächst noch.

Richtig, dieses Jahr vergeben wir erstmals einen spartenübergreifenden Preis für „Education-Projekte". Der ist mit 50 000 Euro dotiert. 2020 kommt dann der Digital Prize, mit dem innovative Konzepte im Medieneinsatz gefördert werden sollen, ob im künstlerischen Bereich auf der Bühne oder im Kontext der Zuschauerentwicklung.

? Wie setzt sich die Finanzierung Ihrer Arbeit über die beiden großen Sponsoren hinaus zusammen?

80 Prozent der FEDORA-Plattform wird vom Programm „Kreatives Europa" der Europäischen Union kofinanziert. Neben den Großspendern für die Preise erhalten wir zudem Mitgliedsbeiträge und Spenden von Privatpersonen, Firmen, Kulturinstitutionen und Stiftungen.

Außerdem sind die King Baudouin Stiftung und die Swiss Philanthropy Stiftung unsere Partner. Neben dem Interesse der Förderung internationaler Vernetzung arbeiten wir mit ihnen vor allem an der Vereinfachung des Spendenwesens in Europa.

? Sie erhalten Ihre EU-Förderung aus dem Programm „Kreatives Europa" in Höhe von zwei Millionen Euro über einen Zeitraum von vier Jahren auch aufgrund dieses Projektes, richtig?

Ja, dafür arbeiten wir auch mit Transnational Giving Europe zusammmen, einer Organisation, die sich für die Philanthropie über die europäischen Ländergrenzen hinweg ein-

des Spendenwesens in Europa“

„Wir werden die erste NGO in Europa sein, die dieses ‚Online Giving System‘ nächstes Jahr testen wird.“

setzt. Bis heute ist das Spenden ins Ausland ein ziemlicher Verwaltungsakt, wobei es ja nicht nur um die steuerliche Absetzbarkeit geht. Das wollen auch wir erleichtern und arbeiten deshalb gemeinsam mit Nachdruck an der Digitalisierung dieser Prozesse, um sie leichter zugänglich zu machen und das Spenden ins Ausland zu erleichtern. FEDORA wird dann die erste NGO in Europa sein, die dieses „Online Giving System“ nächstes Jahr testen wird. Dabei geht es aber natürlich nicht nur um unser Netzwerk. Nach der Pilottestphase zusammen mit der sozialen Fußball-Organisation „Common Goal“ soll dieses Web-System nach Möglichkeit NGOs in Europa zugänglich gemacht werden.

? Welche Voraussetzungen wird eine Organisation mitbringen müssen, um die App nutzen zu können?

Wir haben die letzten sechs Monate intensiv an einem Kriterienkatalog gearbeitet. Natürlich wird der Status der Gemeinnützigkeit entscheidend sein. Wir können zum jetzigen Zeitpunkt noch nichts sagen. Die Pilotphase soll 2021 abgeschlossen sein. Dann wissen wir mehr.

? Die nominierten Projekte der jeweiligen Preise fahren für ihre Arbeit im Frühjahr jeweils eine Crowdfunding-Kampagne. Im kulturellen Bereich scheint das noch nicht so weit verbreitet zu sein.

Die Finanzierungsmodelle der Häuser verändern sich auch im Kulturbereich. In Deutschland ist es zwar, zum Glück, noch immer so, dass die staatliche Förderung recht gut aussieht, aber die Tendenz ist ja nicht steigend. Der Trend geht immer mehr zum intermediären Finanzmodell, wie es beispielsweise schon die Mailänder Scala betreibt. Staatliche Förderung soll auf diesem Weg nicht ersetzt werden. Aber private Förderung ist als komplementär zu verstehen. Außerdem kann private Förderung eher Nischenbereiche oder riskantere Projekte fördern.

Es wird immer wichtiger, Geld zu bekommen, bevor ein Projekt startet. „Pitching“ spielt da eine sehr wichtige Rolle.

Daher unterstützen wir die nominierten Projekte finanziell bei der Erstellung von Imagefilmen über ihre Arbeit, die sie überall verwenden und einsetzen können, um Kontakte zu potenziellen Förderern aufzubauen. Das stellt insofern eine große Herausforderung dar, weil die einzelnen Projekte sich in der Regel zu dem Zeitpunkt in einer Phase des Entstehungsprozesses befinden, in der es noch kein Bühnenbild oder dergleichen gibt. Hier gibt es also Kapazitäten, die wir fördern möchten. Das ist wie Venture Capital im Wirtschaftsbereich. Genau so einen Ansatz möchten wir einführen. Das ist beim Großteil des Publikums noch nicht angekommen.

? Findet das Spendenwesen also langsam auch Eingang in den Kulturbereich?

Auf jeden Fall. Mit diesem Ansatz schafft man Transparenz, was die einzelnen Schritte im Entstehungsprozess der Projekte anbelangt. Wer heute spendet, will nicht einfach nur so Geld geben. Entscheidend ist das Interesse des Spenders an der jeweiligen Arbeit. Der Spender will eingebunden werden und will sehen, wo genau sein Geld hingeht. Ein Spender will Teil eines Prozesses sein. Und wenn man die Gelegenheit nutzt und einen Spender beispielsweise auch mal zu einer Probe einlädt, entstehen tolle Dynamiken zwischen Künstlern und dem Publikum.

? Welche Rolle spielt dabei das von Ihnen jährlich veranstaltete Fundraising-Forum?

Das findet in Zusammenarbeit mit Opera Europa statt und ist eine Form des „Capacity Buildings“ für die Mitglieder unseres Netzwerkes. Konkret geht es darum, Wissen und Expertise im Fundraising für Oper und Ballett zu diskutieren und zu vermitteln. In regem Austausch gibt es Panel-Diskussionen, wir laden Keynote-Speaker ein und erörtern auch Themen wie Legacy Giving oder Costumer/Donor Experience. Dabei erfahren die Teilnehmer, wie einzelne Häuser mit bestimmten Herausforderungen umgehen.

Das kann man natürlich nicht im Sinn von „copy and paste“ auf die eigene Arbeit umsetzen, man kann die Konzepte aber anpassen. Die Skalierung der einzelnen Aktivitäten ist entscheidend. Kleinere Häuser können mitunter Marketing-Maßnahmen umsetzen, für die ein größeres Haus viel mehr Zeit benötigen würde. Dabei geht es natürlich nicht darum, sich gegenseitig Sponsoren abzuwerben. Wir alle wollen Synergien schaffen und uns gegenseitig unterstützen, um die Kunstformen Ballett und Oper zu erhalten.

? Was für Fundraising-Aktivitäten betreibt FEDORA?

Wir sind ganzjährig im Fundraising tätig, aber kommunizieren dabei nicht nur über digitale Medien, sondern machen das hauptsächlich über persönliche Gespräche, da wir eher institutionelle Förderungen und Unternehmenskooperationen im Blick haben. Grundsätzlich sind aber auf unserer FEDORA-Plattform Spenden ab bereits fünf Euro möglich. Philanthropie ist für uns nicht nur eine Sache für Wohlhabende. Jeder kann spenden und Teil unserer europäischen Initiative werden. ◘

▶ www.fedora-platform.com
▶ www.transnationalgiving.eu

Wie setzt man Marketing Automation

Was im E-Commerce schon länger etabliert ist (Stichwort «verlorener Warenkorb»), gewinnt auch in der Fundraising-Szene immer mehr an Bedeutung: ein automatisierter Marketing-Dialog. Dieser kann Organisationen helfen, ihre UnterstützerInnen mit individuell zugeschnittenen Inhalten abzuholen. Aber dazu braucht es mehr als nur das Setup einer Software-Lösung.

Von **MARIO TINNER**

In der Schweizer Fundraising-Branche verbindet man einen Namen besonders stark mit Marketing Automation: Gregor Nilsson. Der Partner und Managing Director Schweiz bei getunik ist dank seiner erfolgreichen Arbeit in dieser Sparte als Berater und Redner gefragt und leitet auch beim kommenden SwissFundraisingDay einen Workshop zu diesem Thema (vgl. Kasten). Für ihn ist klar, dass der Schlüssel zum Erfolg im dichten und schnelllebigen Informationsdschungel darin besteht, «Relevanz zu schaffen». Aber was bedeutet das? Laut Nilsson heisst das, «die passende Botschaft zum richtigen Zeitpunkt auf dem bevorzugten Kanal ausliefern». Und damit

Damit ein verstärkter Fokus auf das Individuum gelingt, muss das klassische nahtlos ins digitale Fundraising integriert werden.

im Fundraising erfolgreich ein?

das ressourcentechnisch auch aufgeht, ist es sinnvoll, Marketing Automation einzusetzen.

Das sieht auch Sebastian Ebneter, Digital Marketing Manager bei Helvetas, so: «Marketing Automation kann der Unterstützerin und dem Unterstützer eine personalisierte Journey durch unsere Organisation anbieten, die wir manuell so nie hinbekommen würden.» Dank fortlaufend gesammelter Informationen über die Empfänger erhalte man ein kompletteres Bild und könne die SpenderInnen mit individuellen Inhalten gezielt ansprechen.

Denkarbeit und etwas Mut sind gefragt

Die Einführung von Marketing Automation wirft technische, vor allem aber auch organisations- und prozessspezifische Fragen auf: Welche Schnittstellen müssen wir beachten? Welche Strategie verfolgen wir? Wie kommunizieren wir? Haben wir genügend Ressourcen? Es braucht Zeit und systematisches Herangehen, um alle wichtigen Fragen zu klären, damit am Ende ein organisiertes und durchdachtes Konzept entsteht.

Helvetas hat sich Zeit für die Denkarbeit genommen und Szenarien durchgespielt, alle Onliner/innen aus der Abteilung eingebunden und das Zusammenspiel von Schnittstellen geklärt. Momentan befindet sich das Team zwar noch in der Testphase, konnte aber bereits Erfolge feststellen. So liegen laut Ebneter die Öffnungsraten der E-Mails aus der Marketing Automation zehn Prozentpunkte über jener des allgemeinen Newsletters.

«Automation ist im NGO-Bereich noch kein etabliertes Werkzeug, und «First Adopters» zahlen somit ein gewisses Lehrgeld», sagt David Maurer, stellvertretender Leiter Marketing bei Fairmed. Zudem sei es nicht immer einfach, dafür zu argumentieren, langfristig in den digitalen Bereich zu investieren. Aber es könne sich lohnen. Fairmed hat bereits erste Tests mit einer automatisierten Storytelling-Kampagne durchgeführt, bei der es hauptsächlich darum ging, jene Spendenden stärker zu binden, die kurze Zeit nach dem Gespräch wieder abspringen. «Erste Auswertungen zeigen, dass uns das gelungen ist. Die Realisierung der ersten Zahlung konnte um rund zehn Prozent erhöht werden. Die Öffnungsrate fiel im Vergleich zu unserer üblichen E-Mail-Kommunikation um rund einen Drittel besser aus.»

What's next?

Häufig gibt es gerade im Fundraising-Sektor eine gewisse Skepsis oder gar Abwehrhaltung gegenüber automatisierten Prozessen. Dem widerspricht das Publikumsverhalten aber offenbar. Die Beispiele von Helvetas und Fairmed verdeutlichen: Es gilt, Herausforderungen als Chance zu sehen. Davon ist auch Gregor Nilsson überzeugt, denn seiner Meinung nach lohnt es sich, den «Mut zu Kompromissen» zu haben.

Es scheint nur eine Frage der Zeit, bis Marketing Automation das Fundraising sehr stark verändert. «Nicht nur die Kommunikation mit SpenderInnen wird individueller ausfallen, auch innerhalb der Organisationen wird es zu Veränderungen kommen. Das Denken in Kanälen wird aufgebrochen und auch die benötigten Kompetenzen in den Fundraisingteams werden sich verändern respektive erweitern», meint Nilsson.

Fazit: Je fortgeschrittener die Integration von On- und Offline-Kommunikation (technologisch wie organisatorisch) ist, desto mehr Möglichkeiten werden sich eröffnen.

SwissFundraisingDay am 20. Juni: Die SpenderInnen im Zentrum – neue Wege im Fundraising

Der diesjährige SwissFundraisingDay, der am 20. Juni im Kursaal Bern stattfindet, wartet mit einigen Neuerungen auf: «Newbies» können sich von MentorInnen begleiten lassen, es gibt zehn Teilnahme-Stipendien, ein Programm mit zwei Workshop- bzw. Roundtable-Runden und Best-Practice-Präsentationen aus dem Kreis der Award-nominierten Kampagnen.

Mit Penelope Burk hält eine weltweit gefragte Expertin für «Donor Centricity» eines der Key-Note-Referate – das andere hält der Neuroökonomik-Professor Philippe Tobler. Auch Gregor Nilsson ist als Referent mit einem Workshop zum Thema «Marketing Automation: So gelingt der Einstieg» dabei.

Weitere Informationen und Anmeldung unter www.swissfundraisingday.ch

Kann meine NGO Marketing-Automation?

Die Grundvoraussetzungen für den nächsten Schritt im Marketing

Als Geschäftsführende oder Fundraising-Leitung haben Sie vom Buzzword „Marketing-Automation" bereits gehört, aber Sie sind sich nicht sicher, ob das auch für Ihre Organisation nützlich sein kann? Schließlich verursacht Marketing-Automation erst einmal Kosten. Und die Spenden, die Sie sammeln, sollen vor allem in Ihre Projekte fließen und nur für Investitionen ausgegeben werden, die wirklich sinnvoll sind. Vielleicht investiert Ihre Organisation ja sogar schon in E-Mail-Marketing. Stellt sich also die Frage: Ist Ihre NGO bereit?

Von STEPHANIE SPÄTH

Um die Frage nach der grundsätzlichen Bereitschaft zu beantworten, bezahlen Organisationen viel Geld an Agenturen, die ihnen bei der Suche nach der Antwort behilflich sind. Damit Sie vorweg eine persönliche Einschätzung vornehmen können, haben wir Ihnen die wichtigsten Punkte hier aufgeführt.

Wichtig ist, dass Ihre Interessenten über digitale Kanäle kommen. Wenn Sie die meisten Ihrer Spendeneinnahmen noch über die Print-Mailing-Spende generieren oder auf Ihrer Website keine Möglichkeit zur Online-Spende zur Verfügung steht, ist Ihre Organisation noch nicht bereit für Marketing Automation. Dasselbe gilt auch dann, wenn nicht genügend Website-Besucher vorhanden sind.

Außerdem sollte Ihre Organisation eine breite Zielgruppe ansprechen. Bei kleinen Vereinen sollte der Fokus aber zunächst darauf liegen, an Reichweite und Bekanntheit zu gewinnen, bevor der nächste Schritt – in Richtung Automation – gegangen werden kann. Wichtig ist auch, dass Sie Ihren Usern Inhalt bieten können. Und der ist bestenfalls spannend, abwechslungsreich und unterhaltsam. Sie haben nichts Spannendes zu berichten? Dann bieten Sie Ihren Usern Mehrwert! So bleibt der Leser interessiert, und Interessierte werden zu Spendern.

Zusätzlich sollte Ihre Datenbank bereits eine gewisse Größe haben und ist im besten Falle weder veraltet noch Excel-basiert. Ein Richtwert sind etwa 5 000 Kontakte mit datenschutzkonformem Double-Opt-in. (Bei einem Double-Opt-in bestätigt der User die Eintragung für einen Newsletter nochmals per Mail.)

Sie sollten ebenfalls über einen gewissen Traffic auf Ihrer Website verfügen. Auch hier

nur ein Richtwert: Sie sollten etwa 5000 Besucher monatlich auf Ihrer Seite haben.

Aber das Wichtigste ist: Sie haben Spaß daran! Denn bis Marketing-Automation vollkommen rundläuft und Ihren Mitarbeitern viel Arbeit abnimmt, ist es erstmal notwendig, Geld und Personal zu investieren. Damit sich das auch lohnt, sollten Sie und Ihre Mitarbeiter offen, wissbegierig und bereit dazu sein, sich in neue Themen einzuarbeiten.

Was ist unverzichtbar?

Wichtig ist es zu verstehen, dass es sich bei dieser Aufzählung um keine allgemeingültige Checkliste handelt. Nicht jede Organisation, die diese Kriterien erfüllt, ist bereit für Marketing-Automation. Andersrum gilt: Nicht jede Organisation, die nicht jeden Punkt erfüllt, ist ungeeignet dafür.

Leads sind Ihr Startkapital. Ist Ihre Datenbank nicht groß genug, ist es wichtig, dass Sie zunächst einmal Traffic generieren, also möglichst viele Leute dazu bringen, Ihre Seite zu besuchen. Durch spannende Inhalte und clevere Online-Vermarktung können Sie Traffic generieren und diesen zu Leads konvertieren, also zu Besuchern, die mit Ihrer Organisation interagieren. Durch Interaktionen (beispielsweise einer Anmeldung zum Newsletter oder die Unterzeichnung einer Petition) wächst Ihre Datenbank datenschutzkonform. Generieren Sie die meisten Spenden noch über Printmailings, ist es unbedingt nötig, dass Sie Ihre Website für Online-Spenden optimieren.

Bei der zielgruppengerechten Ansprache gilt prinzipiell: Potenzielle und reelle Spender müssen abgestimmte Inhalte zum richtigen Zeitpunkt über für sie geeignete Kanäle erhalten, um die individuelle Motivation anzuregen. So machen Sie Interessierte zu Spendern und Spender bleiben interessiert. Jene Organisationen, die es schaffen, an den Kosten zu sparen und die Spender mit einer optimalen Automation zielgruppenspezifisch, individuell und unmittelbar zu erreichen, werden zukünftig erfolgreich sein. So können Sie Ihre wertvollen Ressourcen dort einsetzen, wo sie am nötigsten gebraucht werden.

Stephanie Späth ist bei der getunik GmbH zuständig für Online-Fundraising und unterstützt bei der Beratung von NGOs, Non-Profit-Organisationen, Verbänden, Parteien und Stiftungen zu den Themen Online-Marketing, Fundraising und Campaigning.
▶ **www.getunik.com**

Mit Zielgruppendaten Leben retten

Wie die Sinus-Milieus der Deutschen Luftrettung nützen

Freundschaften knüpfen – vielleicht die schönste Art, den Prozess zu beschreiben, wie im Fundraising neue Spender gewonnen werden. Diese Bezeichnung lässt sich nicht auf jedes wirtschaftlich ausgerichtete Unternehmen übertragen. Dennoch wirken sehr ähnliche Mechanismen bei der Neukunden- respektive Neuspendergewinnung. So spielen Kenntnisse über die eigene Zielgruppe eine wichtige Rolle für erfolgreiches Fundraising.

Von NATALIE KNOPF

Alter, Geschlecht und das Einkommen potenzieller Spender sind wichtige Anhaltspunkte für die geeignete Ansprache. Doch über die rein soziodemografischen Merkmale hinaus sind auch individuelle Einstellungen der Zielgruppen essenziell für eine gelungene Spenderansprache – und damit auch für die Gewinnung neuer Spender und der damit verbundenen Steigerung der Spendeneinnahmen.

Für eine valide Ansprache im Spendenmarkt hat sich insbesondere die qualitativ-psychologische Zielgruppen-Typologie, die sogenannten Sinus-Milieus, als gutes Positionierungsmodell erwiesen. Die Sinus-Milieus unterteilen die Bevölkerung in zehn Gruppen, die sich hinsichtlich ihrer Lebensweisen und Grundeinstellungen, aber auch hinsichtlich der Medienwahrnehmung unterscheiden und somit eine hohe Erklärungskraft zur Beschreibung von Menschen oder Zielgruppen bieten.

Kommunikation neu gedacht

Um die Milieus beispielsweise für Dialogmarketing-Anwendungen und räumliche Planungen nutzbar zu machen, hat der Zielgruppen- und Datenspezialist microm das Modell der Sinus-Milieus in den Raum übertragen.

Wie gut die Sinus-Milieus im Spendenmarkt funktionieren, zeigen aktuelle Maßnahmen der DRF Luftrettung in Zusammenarbeit mit der microm. Die DRF Luftrettung ist im deutschsprachigen Raum an mehr als 20 Stationen in den Bereichen Notfallrettung und Intensivtransport aktiv. Für diese Aufgaben ist die Sicherung und kontinuierliche Weiterentwicklung eines hohen Qualitätsniveaus für die jederzeit optimale Patientenfürsorge enorm wichtig. Die DRF Luftrettung ist auf Spenden angewiesen, um weiterhin täglich Leben retten zu können.

Eine Befragung zur Bekanntheit der Organisation beförderte allerdings zutage: Nur wenige kennen die DRF Luftrettung und ihre Aufgaben. Auch in Gebieten, in denen sie den größten Marktanteil besitzt, ist die Bekanntheit gering. Systematische Maßnahmen zur Steigerung des Bekanntheitsgrades sind unbedingt notwendig.

„Die medizinische Hilfeleistung der DRF Luftrettung ist von unseren Förderern und Spendern ja weder in der Quantität noch in der Qualität kontrollierbar. Sie müssen darauf vertrauen, dass unsere Crews einen Tipptopp-Job machen. Dieses Vertrauen hat seinen Ursprung in den Werten, Zielen und Einstellungen, die die Spender bei ihrer ‚Kaufentscheidung' unterbewusst mit unserem Organisations-Image abgleichen. Daher erschien uns der soziokultu-

relle Ansatz der Sinus-Milieus erfolgversprechender als die Segmentierung nach soziodemografischen Merkmalen", erklärt Theresia Kneschke, Leiterin des Fördervereins. Daraufhin reicherte microm den Förderer- und Spenderbestand der DRF Luftrettung mit den Sinus-Milieus an.

„Die Milieusegmentierung hat gezeigt, dass wir in vier Milieus überproportional häufig Personen vorfinden, die die DRF Luftrettung unterstützen", erklärt Kneschke die Ergebnisse. „Wir können hier also davon ausgehen, dass Personen mit diesen Milieu-Zugehörigkeiten sich besonders für unsere Themen interessieren."

Als Grundlage für gezielte Fundraising-Maßnahmen sollte in einem ersten Schritt der Bekanntheitsgrad der DRF Luftrettung in Sachsen erhöht werden. Für eine stärkere Identifikation mit der Organisation sind ein konsequenter Informationsfluss und eine gute Marktdurchdringung unerlässlich. Die DRF-eigene Zeitung „Punktlandung" erwies sich hier als probates Mittel. Innerhalb eines Jahres wurde die Zeitung in insgesamt vier Wellen an diejenigen Haushalte verteilt, die einem für die Aufgaben der Luftrettung affinen Sinus-Milieu entsprachen.

Messbare Erfolge der Maßnahmen

Die darauffolgende erneute Messung in Form einer repräsentativen Befragung zeigte, dass die DRF Luftrettung ihren Bekanntheitsgrad innerhalb dieses Zeitraums um insgesamt zehn Prozentpunkte steigern konnte. Interessant sind diese Ergebnisse besonders vor dem Hintergrund, dass auch Personen befragt wurden, die die „Punktlandung" gar nicht erhalten hatten. Dieser Effekt wird noch verstärkt durch die Tatsache, dass zeitgleich die Werte der Mitbewerber gesunken sind, diese in der Wahrnehmung der Bevölkerung also in den Hintergrund rückten.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Differenzierung nach Sinus-Milieus nachhaltig zur kontinuierlichen Steigerung der Bekanntheit der DRF Luftrettung beigetragen hat. Der Weg zur milieuspezifischen Ansprache zur Neuspendergewinnung innerhalb eines ganzheitlichen Marketingkonzepts ist somit geebnet. ◘

Natalie Knopf studierte Internationales Informationsmanagement an der Universität Hildesheim und spezialisierte sich für alle Zielgruppenfragestellungen der Fundraisingbranche. Seit 2015 verantwortet sie beim Daten- und Zielgruppenspezialisten microm den Branchenbereich Fundraising und beschäftigt sich dort auch mit den Themen der Neuspenderfindung, -kommunikation und Spenderanalysen.
▶ www.microm.de

Bilder: AdobeStock (Aron Amat, eveleen07, bla, pencil, lklyt, tina bits)

Kein Klotz am Bein

Über den steuerlichen Umgang mit Sachspenden

Können Sachspenden und Nachlassgegenstände nicht unmittelbar gemeinnützigen Zwecken zugeführt werden, bleibt in der Regel nur deren Verkauf. Dies führt zu einer Vielzahl an steuerlichen Themen, die von Betriebsprüfern aufgegriffen werden können. Die zutreffende steuerliche Erfassung dieser Themen ist indes keineswegs einfach.

Von MATTHIAS UHL

Spenden sammelnde Organisationen erhalten häufig Sachzuwendungen größeren Umfangs – häufig in Form von Nachlässen. Auch Sachzuwendungen erhöhen die verwendungsfähigen Mittel und müssen daher in der Regel angenommen werden, soweit sie nicht mit besonderen Lasten verknüpft sind. Deren Handhabung kann sich in der Praxis als schwierig erweisen. Bei Sachspenden, die unmittelbar zu steuerbegünstigten Zwecken verwendet werden können (die gespendeten hochwertigen Plüschtiere werden in der Kita eingesetzt), stellt sich die Frage, mit welchem Wert sie in der Spendenbescheinigung angesetzt werden können.

Weitere Probleme bereitet es, wenn die freigebig überlassenen Gegenstände – zum Beispiel Münz- oder Briefmarkensammlungen, Musikinstrumente, Wertpapiere oder Immobilien – nicht unmittelbar zur Förderung satzungsmäßiger Zwecke eingesetzt werden können. Um ihren wirtschaftlichen Wert zweckentsprechend zu nutzen, müssen sie am Markt veräußert werden, zum Beispiel im Rahmen einer Auktion. Wie dies steuerlich zu würdigen ist, ist von der Finanzverwaltung bislang nicht vorgegeben worden.

Verwertung der Gegenstände steuerpflichtig?

Für den Fall einer planvollen laufenden Verwertung zugewendeter Sachen muss davon ausgegangen werden, dass die Finanzverwaltung einen steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb annimmt. Ob dies zu einer Steuerschuld führt, hängt maßgeblich davon ab, nach welchen Regeln der Gewinn des Geschäftsbetriebs ermittelt wird. Nur, wenn der Ansatz des zeitnahen Veräußerungspreises als Wert anerkannt wird, zu dem die Sache in den Geschäftsbetrieb eingelegt wird, folgt aus dem Verkauf kein steuerpflichtiger Gewinn. Selbst wenn eine Belastung mit Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer ausbleibt, können umsatzsteuerliche Auswirkungen zu beachten sein.

Spendenbescheinigung und Spendenabzug zulässig?

Besondere Fragen stellen sich auch für Spendenbescheinigungen. Die Finanzverwaltung veröffentlichte dazu im Schreiben des Bundesfinanzministeriums 7.11.2013 verbindliche Vordrucke (BStBl. I 2013, 1333), die je eigene Mustervorgaben unter anderem

für Sachzuwendungen und bestimmte Rechtsformen (Vereine, Stiftungen) vorsehen. Danach müssen neben der genauen Bezeichnung der Sache nach Alter, Zustand, Kaufpreis etc. weitere Angaben zur Wertermittlung gemacht und schließlich ein konkreter Wert angesetzt werden. Bei der Verwertung von Sachspenden ist dazu etwa fraglich, ob zur Vermeidung eines meist kostspieligen Sachverständigengutachtens einfach der zeitnahe Veräußerungspreis ohne Abschlag angesetzt werden kann. Ist die gespendete Sache aufgrund eines entsprechenden Spendenaufrufs von Anfang an zur Weiterveräußerung bestimmt, kann bereits in Abrede gestellt werden, ob überhaupt eine Spendenbescheinigung ausgestellt werden darf. Denn die Sachspende wird zumindest nicht – wie von § 10b EStG vorgesehen – unmittelbar zur Förderung steuerbegünstigter Zwecke eingesetzt, sondern zunächst in einem steuerpflichtigen Geschäftsbetrieb verwertet.

Umgang mit Sachspenden als Teil eines Tax-CMS

Um die zutreffende buchhalterische, spendenrechtliche, gemeinnützigkeitsrechtliche sowie ertrag- und umsatzsteuerliche Erfassung sicherzustellen und den Mitarbeitern einer NPO eine praktikable Handhabung von Sachzuwendungen zu erleichtern, sollten wichtige Verfahrensschritte und Dokumentationspflichten in ein Tax-Compliance-Management System (Tax-CMS) eingebunden werden. Eine solche Einbindung kann im Falle einer Betriebsprüfung sehr wertvoll sein, um den Vorwurf des Vorsatzes oder der Leichtfertigkeit zu entkräften. Bedeutung kann dies etwa für die Spendenhaftung erlangen. Wer vorsätzlich oder grob fahrlässig eine unrichtige Spendenbescheinigung ausstellt oder veranlasst, dass Zuwendungen nicht zu den angegebenen steuerbegünstigten Zwecken verwendet werden, haftet für die entgangene Steuer, die mit 30 Prozent des zugewendeten Betrags anzusetzen ist. Ein Tax-CMS kann vor einem solchen Risiko schützen und auch steuerliche Mehrbelastungen vermeiden. Auch Sachspenden sollten ausschließlich Gutes bewirken und sich nicht als Trojanische Pferde erweisen.

Dr. Matthias Uhl ist Rechtsanwalt der Münchner Kanzlei Peters, Schönberger & Partner, die u.a. auf die rechtliche und steuerliche Beratung von gemeinnützigen Vereinen, Stiftungen und anderen Non-Profit-Organisationen spezialisiert ist.
▶ www.psp.eu

+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!

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

Fahren Sie mal wieder Fahrstuhl!

Mit Elevator Speech ganz nach oben kommen

Stellen Sie sich vor, Sie sind in einem Hochhaus und müssen in die 22. Etage Sie drücken den Knopf mit der Nummer 22, die Tür schließt sich. Fast. Kurz bevor sie ganz zugeht, taucht eine Hand im Türspalt auf. Sie öffnet sich noch einmal und vor Ihnen steht ein potenzieller, Ihnen vielleicht sogar bekannter (Groß-)Spender für Ihre Organisation. Auch er möchte in den 22. Stock, die Tür schließt sich. Nun haben Sie vielleicht 38 Sekunden Zeit. Was tun Sie?

Von JAN UEKERMANN

Die Übung ist bekannt als „Elevator Pitch" – oder auch „Elevator Speech". Der Weg ist bei dieser Übung das Ziel: Wir setzen uns bewusst mit einer solchen Situation auseinander und können uns darin ausprobieren: Wie verhalten wir uns? Was sagen wir? Was kann das Ziel einer solchen Konversation sein?

Übung macht den Meister

Obwohl die Übung schon relativ bekannt und keineswegs neu ist, gibt es immer noch Fundraiser, die sie noch nie gemacht haben. Doch sie kann und sollte regelmäßig durchgeführt werden, denn jedes Mal kann Neues hinzugelernt werden. Auch für weitere, dem Fundraising nicht direkt zugehörige Kollegen in Ihrer Organisation kann diese Kommunikationsübung relevant sein. Spaß macht sie auf jeden Fall!

Eine unrealistische Situation?

Eines müssen wir vorwegnehmen: In genau so eine Situation geraten nur die wenigsten Fundraiser. Wer fährt schon oft

mit Fahrstühlen in die obersten Stockwerke und trifft dabei auf den deutschsprachigen Bill Gates? Mir ist bisher nur ein Fall bekannt. Und doch: Tagtäglich begegnen wir hunderten Menschen: in Bus und Bahn, im Wartezimmer beim Arzt, in der Warteschlange an der Kasse. Die meisten lassen wir an uns vorbeiziehen, obwohl wir wissen, dass jeder eine wichtige Person sein könnte. Es gibt viele Situationen, in denen wir einzelnen Menschen begegnen und die Möglichkeit haben, die ersten Sekunden oder Minuten des Kennenlernens mitzugestalten. Eine bewusste Auseinandersetzung damit kann Wirkung zeigen – darum geht es beim Elevator Speech.

Speech statt Pitch

Es sollte bei der Übung, wie auch im realen Leben, ein Speech – also ein Gespräch – stattfinden anstatt ein Pitch. Bei diesem haben wir eine begrenzte Redezeit, um unsere Informationen und Botschaften an die Frau oder den Mann zu bringen. Dieser Strategie im Fall einer ersten Konversation zu folgen – sei sie im Fahrstuhl oder im Wartezimmer beim Arzt –, könnte allerdings fatale Folgen haben. Unser Gegenüber ist gelangweilt, fühlt sich überrannt, kommt nicht zu Wort und findet uns – als Vertreter der Organisation – wenig sympathisch. Genau das Gegenteil sollte allerdings unsere Absicht sein, und das kann eher durch eine Konversation entstehen. Darum bietet sich der Begriff Speech für diese Übung besser an.

Ziele für den Elevator Speech

Was können wir in 38 Sekunden schaffen? Eine Spendeneinladung auszusprechen, wäre zu viel verlangt. Informationen erhalten, ob die Person Bezug zu unserem Thema

So funktioniert der Elevator Speech

1. Bilden von Zweiergruppen
2. Beschreiben der Situation durch den Moderator
3. Festlegen der „Rollen“
4. Vermittlung von Hintergrundinformationen über den potenziellen Spender für den Fundraiser
5. Startsignal, 38 Sekunden Zeit
6. Variante: Eröffnung des Gesprächs durch den potenziellen Spender
7. Austausch und Feedback direkt im Anschluss
8. Wiederholung in gleichen und/oder getauschten Rollen

hat oder eine sonstige Verbindung? Schon eher möglich. Das wichtigste Ziel für den Elevator Speech ist ein nächster Schritt. Sei es zunächst die Verlängerung des Gesprächs nach dem Ende der Fahrt mit dem Fahrstuhl, das Zusenden von Infomaterial oder einer Einladung zu einer Veranstaltung oder die Verabredung für ein weiteres Treffen. Das ist es, was wir in diesen ersten Sekunden schaffen sollten: einen weiteren, nächsten Schritt gemeinsam mit dem potenziellen (Groß-) Spender gehen. Wichtig dabei: Versuchen Sie das Heft des Handelns nicht aus der Hand zu geben. Wenn Sie Ihrem Gegenüber nur Ihre Visitenkarte geben, kann es vorbei sein. Ob die Person sich wirklich jemals melden wird? Versuchen Sie immer, die Kontaktdaten von Ihrem Gegenüber zu erhalten, um einen weiteren Schritt aktiv gehen zu können.

Learnings aus der Übung

Zu den wichtigsten Erkenntnissen aus der Übung, die ich schon mit hunderten Fundraising-Kollegen durchgeführt habe, gehören: 38 Sekunden sind wenig Zeit, einen nächsten Schritt zu machen, ist aber möglich, oftmals würden sich die potenziellen (Groß-)Spender noch ein wenig Zeit nehmen, um das Gespräch fortzuführen. Fragen sind wichtig und das Training bringt etwas – eine Feedback-Schleife stellt sicher, dass Gelerntes gleich noch mal ausprobiert werden kann.

Freuen Sie sich auf viele gute Gespräche und vielleicht fahren Sie ja doch mal wieder bewusst Fahrstuhl!

Seminare und Tagungen im Überblick

MAI

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: Fördermittel für Schulen und Bildungsträger
28.05., Köln
www.knowhow-fuers-ehrenamt.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

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: 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

Seminar: Budgetierung und Abrechnung gemeinnütziger Fördergelder
04.06., Köln
www.knowhow-fuers-ehrenamt.de

Forum Freiwilliges Engagement: Themen wählen, Geschichten erzählen – Storytelling zur Gewinnung von Freiwilligen
04.06., Wien
www.fundraising.at

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

Seminar: Entwicklung gemeinnütziger Förderprojekte
05.06., Köln
www.knowhow-fuers-ehrenamt.de

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

DFRV-Regionalgruppentreffen Dresden/Leipzig:
Spenden mit Facebook?
06.06., Leipzig
www.fundraisingverband.de

Seminar: Instagram für Non-Profits
11.06., Berlin
www.okayfactor.com

5. Fachtagung Kulturfundraising und -sponsoring
12.06., Wien
www.fundraising.at

Austausch: Justizforum für Vereine
13.06., Neubrandenburg
www.ehrenamtsstiftung-mv.de

Seminar: Wirkungsorientierte Stiftungsarbeit – Methoden und Instrumente für die Projektarbeit
13.06., Berlin
www.stiftungsakademie.de

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

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

Tag der offenen Gesellschaft 2019
15.06., Berlin
www.upj.de

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

Seminar: Steuercheck für gemeinnützige Organisationen
15.06., Frankfurt am Main
www.knowhow-fuers-ehrenamt.de

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

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

Seminar: Urheberrecht, Datenschutz, Bildrechte – Grundlagen
18.06., Rostock
www.ehrenamtsstiftung-mv.de

SwissFundraisingDay 2019
20.06., Bern
www.swissfundraisingday.ch

Seminar: Förderung durch die Ehrenamtsstiftung
20.06., Güstrow
www.ehrenamtsstiftung-mv.de

Seminar: Wordpress für Non-Profits
20.06., Berlin
www.okayfactor.com

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

Einführungskurs: Fundraising und Fördermittelakquise
24.–28.06., Berlin
www.vhsit.berlin.de

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

Seminar: Fördermittel
für Kommunen und öffentliche Träger
25.06., Köln
www.knowhow-fuers-ehrenamt.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: Fördergelder für Vereine und gemeinnützige Organisationen
26.06., Köln
www.knowhow-fuers-ehrenamt.de

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

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

Seminar: Engagierte finden – Mein Verein im Online-Portal „Gutes tun in MV"
27.06., Güstrow
www.ehrenamtsstiftung-mv.de

Seminar: Schreiben eines gemeinnützigen Förderantrags
27.06., Köln
www.knowhow-fuers-ehrenamt.de

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:
Digital Recruiting im Sozialen Sektor
03.07., Berlin
www.okayfactor.com

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

Compliance bei Stiftungen und Vereinen – Massnahmen für die Praxis
04.07., Wintherthur
www.zhaw.ch

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: Buchführung in gemeinnützigen Vereinen
06.07., München
www.knowhow-fuers-ehrenamt.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

Fortbildung „CSR-Manager/-in"
22.7.–13.12., Herborn, Ludwigshafen
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Facebook for Non-Profits
23.07., Berlin
www.okayfactor.com

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

Seminar: Fundraising – Einstieg
12. & 13.08., Köln
www.vsb-bildungswerk.de

Seminar: Storytelling für Fundraiser
13.08., Berlin
www.okayfactor.com

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

Basler Stiftungstag 2019
27.08., Basel
www.stiftungsstadt-basel.ch

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

SEPTEMBER

Grundlagenseminar:
Gemeinnützigkeitsrecht
02.09., Dortmund
www.winheller.com

Basiskurs Freiwilligenkoordination
02.–04.09., Berlin
www.ehrenamt.de

Fundraising TAGE
DRESDEN,
5. SEPTEMBER 2019
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Fortbildung: Fundraising und Öffentlichkeitsarbeit – DER Schlüssel zum Erfolg
02.–04.09., Köln
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Datenschutz in Vereinen, Verbänden, gemeinnützigen Stiftungen und gGmbH – unter Berücksichtigung der neuen EU-DSGVO
03.09., Berlin
www.kbw.de

NPO Finanzkonferenz 2019
04.09., Zug
www.npofinanzforum.ch

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**

Grundlagenseminar:
Gemeinnützigkeitsrecht
04.09., Frankfurt am Main
www.winheller.com

OWL goes Fundraising
05.09., Bielefeld
www.owlgoesfundraising.com

Sächsischer Fundraisingtag
05.09., Dresden
www.fundraisingtage.de

mailingtage 2019
05.09., Frankfurt am Main
www.mailingtage.de

Fair Friends 2019
05.–08.09., Dortmund
www.fair-friends.de

Seminar:
Gemeinnützigkeitsrecht aktuell
06.09., München
www.endriss.de

Grundlagenseminar:
Gemeinnützigkeitsrecht
06.09., Hamburg
www.winheller.com

Seminar: Ehrenamtskoordination
in der Kirchengemeinde
06.–08.09., Herrmannsburg
www.kirchliche-dienste.de

Modularer Lehrgang Herbst:
57. Stiftungsmanager
06.09.–30.11., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Seminar: So findet man Sponsoren
09.09., St. Gallen
www.esb-online.com

Seminar: Personalentwicklung für
Non-Profit-Organisationen –
Ressourcen, Methoden und Instrumente
09.09., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Seminar: Fundraising lernen
nach der LUDOKI-Methode
09. & 10.09., Berlin
www.kbw.de

Seminar:
Sponsoren und Partner gewinnen
10.09., St. Gallen
www.esb-online.com

Seminar: Geldauflagenmarketing:
Wie Sie systematisch neue Zuweiser
gewinnen
10.09., Essen
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Tax Compliance für
Non-Profit-Organisationen
10.09., Berlin
www.bfs-service.de

Seminar:
Das effektive Großspendergespräch:
quick and friendly zum Erfolg
11.09., Düsseldorf
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Online-Fundraising:
Was Fundraiser über
Online-Marketing wissen müssen
12.09., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Stiftungsmanagement –
Die Grundlagen
12.09., Hamburg
www.stiftungsakademie.de

Seminar: Buchführung
in gemeinnützigen Vereinen
14.09., Hannover
www.knowhow-fuers-ehrenamt.de

Fundraising TAGE
BERLIN,
19. SEPTEMBER 2019
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Seminar: Organisation in NPO
15.–20.09., Sigriswil
www.vmi.ch

Fundraising-Werkstatt
16.09., Hamburg
www.fundraising-nord.de

Intensiv-Seminar:
Großspender-Fundraising
16.09.–05.11., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Kurs: Fundraising-Referent/-in (FA)
16.09.–05.12., Hofgeismar und Eisenach
www.fundraisingakademie.de

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

Seminar: Sind Online-Spenden
der neue Kirchgeldbrief?
17.09., Hannover
www.kirchliche-dienste.de

Seminar: Lösungen finden
„Six thinking Hat"
17.09., Hannover
www.kirchliche-dienste.de

Seminar: Ehrenamtsmanagement –
Ehrenamtliche fördern und integrieren
17.–20.09., Herrmannsburg
www.kirchliche-dienste.de

Seminar: Fundraising
für Kirchbau und Renovierung
18.09., Hannover
www.kirchliche-dienste.de

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

Seminar: Steuer-Update für
Non-Profit-Organisationen
19.09., München
www.solidaris.de

Zewo-Tagung 2019
19.09., Zürich
www.zewo.ch

Master Class: Major Giving
19.–21.09., Zürich
www.major-giving-institute.org

Zertifikatslehrgang
Wirkungsmanagement in NPO
19.09.–17.10., Sigriswil/Basel
www.ceps.unibas.ch

Seminar: Marken-Check: Wirkungs-
starke Markenführung im Fundraising
20.09., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Forum für Demokratie und
Bürgerbeteiligung 2019
20.–22.09., Loccum
www.mitarbeit.de

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

faith+funds 2019
24. & 25.09., Bremen
www.fundraisingverband.de

Seminar:
Fundraising für Orgel und Glocken
25.09., Hannover
www.kirchliche-dienste.de

Innerschweizer Stiftungstag 2019
25.09., Goldau
www.innerschweizer-stiftungstag.ch

1. Hessischer Engagementkongress
25. & 26.09., Fulda
www.engagementkongress.hessen.de

Austausch: Justizforum für Vereine
26.09., Stralsund
www.ehrenamtsstiftung-mv.de

Kurzlehrgang: Fundraising –
Erfolgreich Spenden sammeln
27.09., Hamburg
www.ebam.de

Seminar: Buchführung
in gemeinnützigen Vereinen
28.09., Berlin
www.knowhow-fuers-ehrenamt.de

Seminar: Spenderbindung –
Konzepte, Methoden und Instrumente:
Wie Sie die verschiedenen
Spendergruppen intensiver
an Ihre Organisation binden
30.09., Köln
www.npo-academy.com

OKTOBER

Spenderbindung durch proaktive
Kommunikation: Wie Sie Telefonge-
spräche mit Unterstützerinnen und
Unterstützern als Spenderbindungs-
Instrument nutzen können.
01.10., Köln
www.npo-academy.com

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

Start Lehrgang:
Fördermittelmanager/-in für
gemeinnützige Organisationen (FLA)
01.10., Frankfurt am Main, Fulda, Siegburg/Bonn, Berlin
www.foerder-lotse.de

Kompakttraining:
Kommunikation mit Spenderinnen
und Spendern professionell führen
01.–10.10., Köln
www.npo-academy.com

Kurzlehrgang:
Erfolgreich Sponsoren gewinnen
04.10., Berlin
www.ebam.de

Strategisches Fundraising: Von der
Fundraising-Strategie zum -Konzept
07.10., München
www.npo-academy.com

Österreichischer
Fundraising Kongress
07.–09.10., Wien
www.fundraisingkongress.at

Zertifikatslehrgang:
Fundraising in Vereinen und NPOs
07.–12.10., München
www.npo-academy.com

Fortbildung Stiftungsmanager/-in (FA)
07.10.–30.01., Eisenach
www.fundraisingakademie.de

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

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

Erfolgreiche Korrespondenz mit
Spenderinnen und Spendern:
Mit gelungenen Texten ansprechen
und binden
09.10., Köln
www.npo-academy.com

Telefontraining: Schwierige
Gespräche mit verärgerten
Spenderinnen und Spendern führen
10.10., Köln
www.npo-academy.com

Online-Fundraising
10.10., München
www.npo-academy.com

Seminar: Digitalisierung – Online- und Mobile Fundraising
10.10., München
www.ibpro.de

Unternehmenskooperationen für Vereine und NPOs
11.10., München
www.npo-academy.com

32. Stiftungsberater – Zusatzmodul Präsenz
11. & 12.10., Berlin
www.stiftungsakademie.de

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

Strategie und Leadership in NPO
13.–18.10., Saanenmöser
www.vmi.ch

Strategie in NPO
13.–18.10., Saanenmöser
www.vmi.ch

Seminar
22. Oktober 2019, Berlin
Frühbucherpreis bis 24.9.2019
Relationship Sells
Weitere Info und Anmeldung:
www.ESV-Akademie.de/Relationship
ESV AKADEMIE

Fördermittel für Vereine und gemeinnützige Organisationen
14.10., Stuttgart
www.akademiesued.org

So findet man Sponsoren
14.10., Frankfurt am Main
www.esb-online.com

Haftungsrecht und Gemeinnützigkeit
14. & 15.10., Frankfurt am Main
www.akademiesued.org

Sponsoren und Partner gewinnen
15.10., Frankfurt am Main
www.esb-online.com

Förderermagazine als Spenderbindungsmittel
15.10., Wien
www.npo-academy.com

International Fundraising Congress 2019
15.–18.10., Noordwijkerhout
www.resource-alliance.org

Storytelling – Wie aus Fakten erlebbare Geschichten werden, die begeistern und unterhalten
16.10., Wien
www.npo-academy.com

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

Seminar: Erfolg dank Marke
18.10., München
www.ibpro.de

Seminar: Buchführung in gemeinnützigen Vereinen
19.10., Frankfurt am Main
www.knowhow-fuers-ehrenamt.de

Aktuelle Rechtsentwicklungen für steuerbegünstigte Organisationen
21.10., Stuttgart
www.akademiesued.org

Telefongespräche mit Spenderinnen und Spendern professionell und spendenwirksam
22.10., Wien
www.npo-academy.com

Warum Menschen spenden – Motive von Förderern berücksichtigen und strategisch Beziehungen aufbauen
23.10., München
www.fundraisingakademie.de

26. NPO-Kongress
23. & 24.10., Wien
www.controller-institut.at

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

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

Seminar: Website-Relaunch
24.10., Kiel
www.fundraisingakademie.de

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
25.10., Berlin
www.winheller.com

Vereinstag der Evangelisch-Lutherischen Landeskirche Hannovers
26.10., Hannover
www.landeskirche-hannovers.de

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!

DRESDEN · DONNERSTAG, 5. SEPTEMBER 2019
POTSDAM · DONNERSTAG, 19. SEPTEMBER 2019
MÜNCHEN · DONNERSTAG, 5. MÄRZ 2020
GELSENKIRCHEN · DONNERSTAG, 26. MÄRZ 2020
STUTTGART · DONNERSTAG, 28. MAI 2020

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

EINE VERANSTALTUNGSREIHE DES Fundraiser magazin

Schätze in OWL

Vier Themenschwerpunkte bietet der diesjährige Fundraising-Seminartag von „OWL goes Fundraising“: Erbschaften, Bußgeldmarketing, Krisenkommunikation und Motivation lauten die vier Schlagwörter. Und alles entpuppt sich schlussendlich als Schatzkiste für die Region Ostwestfalen-Lippe (OWL). Außerdem verrät ein Vertreter des Instituts für Meinungsforschung Kantar TNS, welche Möglichkeiten es bei der Spenderbefragung gibt. Auch dieses Mal gibt es am Vorabend ein entspanntes Get-together, bei dem sich die Teilnehmer kennenlernen können.

„OWL goes Fundraising“ am 5. September in Bielefeld

▶ www.owlgoesfundraising.com

Engagement-förderung digital

Online-Lernangebote für Engagierte im ländlichen Raum

Wie können auch in von Abwanderung betroffenen Regionen neue Engagierte gefunden werden? Was können Organisationen tun, um lange Anfahrtswege zum Engagement zu vermeiden? Die Akademie für Ehrenamtlichkeit Deutschland hat vergangenen Oktober erfolgreich das Projekt „Volisco – Engagementförderung online lernen“ gestartet. In Zusammenarbeit mit neun Organisationen aus dem ländlichen Raum aus ganz Deutschland wird eine App entwickelt, die die Spezifika des dieser Gebietes in der Engagementförderung aufgreift und eigenständiges Lernen durch ein digitales Handbuch mit Arbeitsmaterialien, Tutorien und Lernvideos ermöglicht.

Nach dem ersten Treffen der Begleitgruppe im Februar wird ein Fragebogen für die App entwickelt und mit Hilfe des Feedbacks der Organisationen an ihre spezifischen Bedürfnisse angepasst. Über den Projekthintergrund sowie den weiteren Verlauf bis September 2021 können sich Interesssenten auf der Projekt-Website informieren.

▶ www.volisco.de

Donnerstag, 20. Juni 2019, Kursaal Bern

swissfundraising

11. SwissFundraisingDay

SpenderInnen im Zentrum – neue Wege im Fundraising

Roundtables/ Workshops

- **Direktmarketing: Fit für die QR-Rechnung (Roundtable)**
- **Donor-Centered Fundraising (Referat)**
- **Digital Fundraising: Marketing Automation – so gelingt der Einstieg (Workshop)**
- **#GivingTuesday: A Global Day of Giving (Roundtable)**
- **Corporate Philanthropy: Gute Unternehmen finden und binden (Workshop)**
- **Das ABC des Crowdfundings (Referat)**
- **Legatemarketing: Donor Journey (Workshop)**

Key Note-Referate

- **Being Donor-Centered in Changing Times… how to use donor trends and changing technoligies to make more profit**
  Penelope Burk, Author, Researcher, Speaker, Fundraising Expert and President of Cygnus Applied Research, Inc.
- **Warum spenden glücklich macht und was FundraiserInnen daraus lernnen können**
  Philippe Tobler, Professor für Neuroökonomik und soziale Neurowissenschaften an der Universität Zürich

Programm und Anmeldung unter www.swissfundraisingday.ch

Haupt-Sponsoren: künzlerbachmann directmarketing, DIE POST

Co-Sponsoren: corris, creati</> SOFTWARE, alnovis creating response, WSAG Walter Schmid AG, brain'print

Medienpartner: Fundraiser magazin, persönlich

Kurzgefasst …

Fördermittelgewinnung bei Stiftungen

Anzahl der Stiftungen, ihre regionale Ausrichtung, Förderschwerpunkte und Fördervolumen: Das Seminar der BFS Service GmbH am 4. Juni in Berlin weist den Weg durch den Förderdschungel. Die Teilnehmer lernen die zehn größten Förderstiftungen Deutschlands und die wichtigsten Datenbanken kennen. Referent ist Torsten Schmotz (Agentur Förderlotse).

▶ www.bfs-service.de

Fundraising und Fördermittelakquise

Einsteigern in das Thema Fundraising bietet sich in einem fünftägigen Kurs der VHS in Berlin die Möglichkeit, das grundlegende Rüstzeug zu erlernen. Vom 24. bis 28. Juni gibt es die geballte Ladung Wissen sowohl über die Fördermittellandschaft Deutschlands wie auch den deutschen Spendenmarkt. Antragstellung, Kostenkalkulation, Fundraising-Strategie und Spendergespräch: alles dabei.

▶ www.vhsit.berlin.de

Printmedien effektiv für Fundraising-Kampagnen

Für die Öffentlichkeitsarbeit zuständige kleinere und mittlere soziale Organisationen, besonders auch Kirchengemeinden, Dienste und Werke bilden die Zielgruppe des Seminars der Fundraising-Akademie am 28. Juni in Berlin. Wirksam und zielgruppengerecht lernen die Teilnehmer das Verfassen von PR-Texten. Entscheidend ist die eigene spannende Geschichte.

▶ www.fundraisingakademie.de

Jahresberichterstattung in NPOs

Der Deutsche Spendenrat bietet am 2. Juli in seiner Reihe „Fit in 10 Schritten" ein Webinar zur Jahresberichterstattung in NPOs an. In Kooperation mit dem Haus des Stiftens erfahren die Teilnehmer kostenlos alles rund um Ziele, Instrumente, Umfang und Gliederung eines Jahresberichts. Und Best-Practice-Beispiele gibt es noch obendrauf.

▶ www.transparenz-leicht-gemacht.de

Suchmaschinenmarketing

Die Akademie Süd veranstaltet am 5. Juli in Frankfurt das Seminar „Google Suchmaschinenmarketing für gemeinnützige Organisationen erfolgreich und kostenfrei einsetzen". Den Teilnehmern wird dabei vermittelt, wie sie auf die eigenen Angebote aufmerksam machen und gleichzeitig Google adressaten- und bedürfnisorientiert für sich nutzen können.

▶ www.akademiesued.org

Fassbare Botschaft

Crossmedia und Dialogmarketing kommen zu den „mailingtagen" zusammen

Die „mailingtage" wurden im vergangenen Jahr erfolgreich wiederbelebt. Die diesjährige Ausgabe verspricht, noch größer zu werden. Dabei soll die „anfassbare Botschaft" nicht mit „unfassbarem Response" einhergehen. Um das Marketing optimal zu gestalten, gilt es, unserem immer fragmentierteren Kommunikationsverhalten Rechnung zu tragen. Im Mittelpunkt steht der persönliche Erfahrungsaustausch, wie die Vorstellung erfolgreicher Best-Practice Beispiele. Zur Diskussion stehen Themen wie Umsatzbringer, intelligente Touchpoints, neue Wege für Onliner oder mehr Budget für Kreativität. Zwei „Trend-Bühnen" mit „Top-Speakern" werden ebenso versprochen. Freuen dürfen sich die Besucher auch auf Best-Practice-Beispiele in der Verbindung von Online mit Offline.

„mailingtage 2019" am 5. September in Frankfurt am Main

▶ www.mailingtage.de

Fair Friends

Ganze zehn Jahre gibt es sie jetzt schon, die Messe für Nachhaltigkeit. Und Mode oder Accessoires sind natürlich nicht das Einzige, das die Besucher in diesem Jahr erwartet. Nach einem Fachtag für Experten am Donnerstag ist die Messe Freitag bis Sonntag für alle geöffnet und bietet Produkte und Dienstleistungen rund um faire Konzepte. Im vergangenen Jahr zählte die Messe mit 6000 Besuchern einen neuen Rekord.

Fair Friends, 5. bis 8. September in Dortmund
▶ **www.fair-friends.de**

Impulse aus der Praxis

Der „SwissFundraisingDay“ 2019 bleibt Leuchtturm der Schweizer Branche

Für die Kollegen der Schweizer Fundraising-Branche gibt es im Jahr kaum einen wichtigeren Termin. Seit Jahren zieht der „SwissFundraisingDay“ aber auch Fundraiser aus Österreich und Deutschland an. Sechs Workshops, drei Fallbeispiele und drei Plenumsreferate bilden in diesem Jahr den Kern der Veranstaltung. Eins der Workshop-Themen ist der in Deutschland (noch) nicht ganz so bekannte „GivingTuesday“. Die weiteren Themen sind mit „Digital Fundraising“ oder „Das ABC des Fundraisings“ eher allgemein gehalten. Erbschaftsmarketing und „Donor-Centered Fundraising“ sind weitere Themen. Mit Penelope Burk hält eine weltweit gefragte Expertin für „Donor Centricity“ eines der Key Note-Referate.

Vergleichbar mit dem Deutschen Fundraising-Kongress gibt es auch im Rahmen des „SwissFundraisingDay“ in diesem Jahr erstmalig ein Newbie-Programm, für das man sich gleich bei der Anmeldung entweder als Mentor für einen der „Neulinge“ zur Verfügung stellen oder eben als Einsteiger um einen Mentor bitten kann.

„SwissFundraisingDay“ 2019, 20. Juni in Bern
▶ **www.swissfundraisingday.ch**

Stiftungsarbeit

Wie gelingt es, Wirkungsziele festzulegen und zu messen, um aus den gewonnenen Erkenntnissen das eigene Handeln zu verbessern? Das Praxisseminar der Stiftungsakademie in Zusammenarbeit mit dem Analyse- und Beratungshaus Phineo bietet eine Einführung in das Thema Wirkungsorientierung und zeigt den Mehrwert solcher Prozesse. Dabei wird es auch um die Vereinbarung, Messung und Kommunikation von Wirkungszielen im Kontext von Förderpartnerschaften gehen.

„Wirkungsorientierte Stiftungsarbeit – Methoden und Instrumente für die Projektarbeit“ am 13. Juni in Berlin
▶ **www.stiftugsakademie.de**

Corporate Volunteering

Der nächste Corporate Volunteering Roundtable setzt sich im Juni anhand praktischer Beispiele und Erfahrungen mit neuen Formen und Formaten des Mitarbeiterengagements auseinander und zeigt, welche digitalen Tools es gibt, die Corporate Volunteering-Aktivitäten unterstützen können. Ein weiteres Beispiel zeigt, wie digitale Bildung und digitale Kompetenzen unter Einbezug von Mitarbeiter-Skills befördert werden können.

„Corporate Volunteering digital: Erfolgreiche Instrumente, Formate, Konzepte“ am 13. Juni in Berlin
▶ **www.upj.de**

Digital Recruiting

Wer heute eine neue Stelle sucht, tut das online. Das gilt auch für den sozialen Sektor. Der Workshop zeigt Arbeitgebern, wie man im weltweiten Netz gefunden wird, welche Barrieren es bei der Personalsuche nicht geben sollte und wie man Online und Offline miteinander verknüpfen kann. Die Instrumente sind nicht nur Xing oder Facebook, sondern auch Content Enrichment: gefunden werden und auffallen.

„Digital Recruiting im sozialen Sektor“ am 3. Juli in Berlin
▶ **www.okayfactor.com**

Major Gifts

Die European Fundraising School bleibt bei ihrem Leisten

Alles wie gehabt: Nach einem kleinen zusätzlichen Ausflug nach Berlin im vergangenen Jahr bleibt die European Fundraising School Ende Juni wieder wie gewohnt in Wien. Auch inhaltlich setzen die Organisatoren auf Bewährtes. Alex Buchinger macht wieder den Anfang mit seinem dreitägigen Intensivkurs „Fundraising Intensive – improve your fundraising impact!“, zu dem er dieses Mal ins Palais & Hotel Strudlhof lädt. Die Teilnehmer seines Kurses erfahren nicht nur, wie man einen fundierten Fundraising-Plan erstellt. Sie lernen auch die Motivationen und das Verhalten von Spendern kennen, erhalten Einblicke in alle Details der wichtigsten Fundraising-Methoden und bekommen das Handwerkszeug für erfolgreiche Priorisierung im Selbstmanagement vermittelt, um die eigene Zeit effektiv für das Fundraising einsetzen zu können.

An gleicher Adresse bietet im Anschluss Eva Aldrich erneut ihren zweitägigen Spezial-Workshop „Raising more money with Major Gifts“ an. Sie verrät nicht nur, wie man überhaupt erst mal an Großspender gelangt, sondern zeigt auch, wie jeder Fundraiser eben solche Großspender erfolgreich binden kann, damit diese wiederholt spenden. Denn im Idealfall ist eine Beziehung zu einem Großspender eine sehr langfristige Sache.

Rabatte auf beide Kurse gibt es nicht nur für die Mitglieder des Fundraising Verbands Austria, sondern auch für die Mitglieder des Deutschen Fundraising Verbandes und von Swissfundraising.

„Fundraising Intensive – improve your fundraising impact!“ vom 24. bis 26. Juni und „Raising more money with Major Gifts“ am 27. und 28. Juni in Wien

▶ **www.fundraising.at**

ANFASSBARE BOTSCHAFT – UNFASSBARE RESPONSE!

NACH DEM STARKEN COMEBACK IM LETZTEN JAHR: JETZT DIE MAILINGTAGE 2019!

- DAS EVENT für die Dialog-Marketing-Branche in Deutschland!
- DER TREFFPUNKT für Online- wie Offline-Experten, Entscheider und Newcomer!
- DAS FORUM für inspirierende, datengetriebene, crossmediale Dialogmarketing-Ansätze!
- DER BEWEIS für die Dynamik von Papier, Print und Produkt als **Response- und Umsatzbringer!**
- DIE BÜHNE für best-practice-Verbindungen von Onlinetools mit Offline-USPs (wie Wertigkeit und Nachhaltigkeit)!
- DIE KONGRESS-MESSE mitten im grünen Herzen der Wirtschaftsmetropole Frankfurt am Main!

Sichern Sie sich Ihr Ticket unter **www.mailingtage.de**

mailingtage
2019 Dialogmarketing · Crossmedia

Do., 05.09.2019 · Frankfurt am Main
Gesellschaftshaus Palmengarten

Compliance bei Stiftungen

Stiftungen und Vereine sind im In- und Ausland Compliance-Risiken ausgesetzt. Das gilt nicht nur für Organisationen in der Schweiz. Professionelle Compliance-Management-Systeme schützen das aufgebaute Vertrauen und erlauben, den Stiftungs- oder Vereinszweck weiter zu fördern. Die ZHAW School of Management and Law lädt deshalb am 4. Juli zu einer Tagesveranstaltung mit mehreren Themenblöcken nach Winterthur. Mehrere Fälle aus der Praxis werden die Problematik des Reputationsverlusts beleuchten.

„Compliance bei Stiftungen und Vereinen – Maßnahmen für die Praxis“ am 4. Juli 2019 in Winterthur
▶ **www.zhaw.ch/zwh/eic**

Stiftungen als Medizin?

Der Basler Stiftungstag 2019 fragt, was gesund ist

Die REHAB-Klinik für Neurorehabilitation und Paraplegiologie ist diesjähriger Veranstaltungsort des Basler Stiftungstages. Dem trägt das zentrale Thema Rechnung: Chancen, Risiken und Nebenwirkungen für operative und fördernde Stiftungen werden in ihrem „medikamentösen“ Kontext betrachtet. Sind Förderbeiträge das geeignete Heilmittel, wenn die Grundfinanzierung nicht gesichert ist? Im Rahmen von geführten Rundgängen durch die Klinik stellt sich die Einrichtung ebenso vor wie einzelne Stiftungen, Letztere in Form von Tischpräsentationen. Gegen Ende der Veranstaltung finden sich alle Referentinnen und Referenten zu einer Podiumsdiskussion zusammen.

Auch im Rahmen dieser Veranstaltung suchen die Teilnehmer vermehrt nach Möglichkeiten der Vernetzung. Die Veranstalter kommen diesem Wunsch nach und bieten in diesem Jahr erstmalig den Programmpunkt „Forum Netzwerk“. Details dazu sind ab Ende Juni zu erfahren.

Basler Stiftungstag 2019 am 27. August in Basel
▶ **www.stiftungsstadt-basel.ch**

Kunst und Kultur

Zwei Fachtagungen für Kultur-Fundraising im Juni

Alternative Finanzierungsmodelle sind im Bereich Kunst und Kultur noch nicht ganz so etabliert, wie es beispielsweise schon länger im sozialen Bereich der Fall ist. Genau deshalb gibt es viele Engagierte, die sich bemühen, auch hier die notwendigen Entwicklungen für zeitgemäße Konzepte voranzubringen. Ein Umdenken ist dabei aber eben nicht nur für die Kulturschaffenden nötig, sondern auch auf Seiten des Publikums und der Kulturrezipienten. Das hat die Fachgruppe Kultur des Deutschen Fundraisings Verbands erkannt und sich für ihre diesjährige Fachtagung im Landesmuseum Hannover (Foto) das Thema „Einbindung von Ehrenamtlichen“ als Fokus hergenommen. Ehrenamtliche halten nämlich nicht nur manchen Kulturbetrieb am Laufen, sie sind auch (potenzielle) Spender und Netzwerker. Fördervereine bilden da

meist eine personelle Schnittstelle. Davon berichtet auch Jana Wiemer (ZiviZ gGmbH).

Auch in Wien steht das Publikum im Zentrum, wenn der Fundraising Verband Austria im Rahmen seiner Fachtagung Fundraising und Marketing für Kunst und Kultur unbedingt in einer Einheit betrachten will. Auch hier gilt das Stichwort digital als ein wichtiger Schlüssel. Dabei wird nicht nur ein Blick auf den Status quo in Österreich geworfen. Die Perspektive wird an diesem Tag erweitert, indem gleich mehrere Referenten aus Großbritannien mit ihrer Expertise aufwarten. Den Anfang macht Andrew McIntyre (Morris Hargreaves McIntyre), der verdeutlicht: Wenn kulturelle Institutionen ihre Relevanz für ein breites Publikum haben und halten wollen, müssen sie ihren eigenen gesellschaftlichen Impact neu definieren. Weitere Themen sind Gamification, Unternehmenspartnerschaften und Marketing-Automation. Zusätzlich werden mehrere Fundraising-Kampagnen im Detail vorgestellt.

5. Fachtagung Kulturfundraising und -sponsoring am 12. Juni in Wien
▶ **www.fundraising.at**
Fachtag Kulturfundraising am 24. Juni in Hannover
▶ **www.dfrv.de**

Zollverein

Aufbruch nach Europa

Transform the Culture in Europe

Jetzt Tickets sichern!
www.kulturmarken.de

11. Kultur Invest! Kongress

7./8. November

UNESCO-Welterbe Zollverein

Europas führender Kulturkongress

100 Impulse & Trends

50 Partner & Aussteller

6 Eventlocations

Meet & Match für Kultur und Wirtschaft

Highlight

Preisverleihung der
14. Europäischen Kulturmarken-Awards

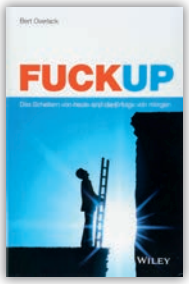
Hauptförderer: Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen

Presenting-Partner: Stiftung Zollverein

Premium-Partner: RSM, Bayer/Kultur, SAP, arte Magazin, DW

Veranstalter: causales®

Schöner scheitern



Keiner will es, niemand mag es: Scheitern passt nicht in unsere Gesellschaft. Scheitern gilt als Schwäche. Trotzdem fordern wir immer wieder eine „gesunde Fehlerkultur". Wer scheitert, versagt nicht. Darüber sollte offen gesprochen werden. Bert Overlack tut es, und er weiß, wovon er redet. Er ist selbst bereits beruflich gescheitert und versucht mit diesem Buch, das Scheitern als Prozess grundsätzlich in Denk- und Arbeitsmodelle zu integrieren. Eben weil der Autor von der Praxis spricht, liest sich das Buch so befreiend.

Bert Overlack. FuckUp. Das Scheitern von heute sind die Erfolge von morgen. Wiley Verlag. 2019. 256 Seiten. ISBN: 978-3-52750-960-7. [D] 19,99 €, [A] 20,60 €, CHF 27,95.

Klimazahlen

Fakten sind grundsätzliche Voraussetzung für rationalen Diskurs. Das postfaktische Zeitalter müssen wir nicht mitmachen. Dabei hilft dieses Buch recht gut. Es vermittelt detailreich die wichtigsten Kennzahlen zum Klimawandel. Natürlich ist das keine „entspannende" Lektüre für die Badewanne, aber Kohlenstoffkreislauf und das 2 °C-Ziel sind nun mal komplexer Natur, und die Rolle des Bevölkerungs- und des Wirtschaftswachstums spielt da bekanntlich mit hinein. Das sollte aber niemanden von dieser Fachlektüre abschrecken.

Stephan Buhofer. Der Klimawandel und die internationale Klimapolitik in Zahlen. Eine Übersicht. oekom Verlag. 2019. 154 Seiten. ISBN: 978-3-96238-097-7. [D] 25,00 €, [A] 25,70 €, CHF 34,95.

„Unser" Geld

Hand aufs Herz: Wer teilt schon gern alles? Grundsätzlich ist teilen ja gut und schön, und es braucht auch nicht viel, den sozialen Mehrwert darin zu erkennen. Es gibt aber auch Grenzen, oder? Wie sieht es denn da beispielsweise mit Geld aus? Na? Dabei ist hier nicht die Rede von einer Spende. Es gibt da tatsächlich eine „siebenköpfige Solidargemeinschaft", die inzwischen seit ganzen zwei Jahrzehnten ihr Geld in einer Finanzkooperative miteinander teilt. Über das Geld, das jeder Einzelne verdient oder erbt, kann er oder sie „nur in Absprache und bedürfnisorientiert" verfügen. Dabei leben die Mitglieder nicht etwa unter einem Dach oder gar in einer Stadt. Sie kommen nur alle sechs Wochen zusammen, um ihre weiteren Ausgaben zu planen.

Dieses Buch stellt die Mitglieder der Kooperative vor und lässt dabei vor allem die Individualität der jeweiligen Blickwinkel nicht außer Acht. Der Leser erfährt vom Ursprung der Idee, nämlich dem Wunsch nach einer Art sozialem Ausgleich innerhalb der Bewohner einer WG, und bekommt aufgezeigt, dass das Vorhaben nicht allein aufgrund eines eventuell genialen Konzeptes bis heute funktioniert. Denn es handelt sich bei Weitem um kein Wunder. Alles steht und fällt mit dem Engagement, der Offenheit und der Kritikfähigkeit eines jeden Einzelnen innerhalb der Gruppe. Ein entscheidender Punkt ist deshalb auch die bewusste Erkenntnis, dass es absolute, also langfristige Sicherheiten nicht geben kann, wenngleich der Aspekt der Absicherung tatsächlich innerhalb des Konzeptes eine Rolle spielt.

Rico Stehfest

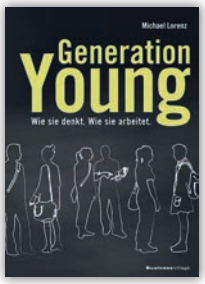
FC-Kollektiv mit Paula Bulling (Ill.) & Bini Adamczak (Nachwort). Finanzcoop oder Revolution in Zeitlupe. Von Menschen, die ihr Geld miteinander teilen. Büchner Verlag. 2019. 190 Seiten. ISBN: 978-3-96317-149-9. [D] 18,00 €, [A] 18,00 €, CHF 25,15.

Werbung

Sie ist überpräsent und nervt. Trotzdem ist Werbung notwendig. Wie sie funktioniert, wie man sie sich also zunutze machen kann, verrät dieses Buch von den Grundlagen her. Werbung ist Psychologie und Kommunikation. Werben kann man natürlich auch für die Gute Sache. Dafür gelten die gleichen Regeln. Das fängt ja schon bei der Homepage der eigenen Organisation an. Das Buch deckt derart viele Aspekte ab, dass man sich problemlos das Nötige für das eigene Vorhaben herauspicken kann. So erzeugt jeder die gewünschten Emotionen.

Peter Michael Bak. Werbe- und Konsumentenpsychologie. Eine Einführung. Verlag Schäffer-Poeschel. 2019. 212 Seiten. ISBN: 978-3-79104-211-4. [D] 19,95 €, [A] 20,60 €, CHF 27,90.

Generation anders



Versteh einer die jungen Leute! Dieses Buch schafft kein weiteres Label für eine „neue" Generationengruppe, sondern widmet sich ganz allgemein jüngeren Menschen und der Frage, wie sich die Unterschiedlichkeit im Blick auf jüngere Generationen erklärt. Es setzt den Fokus dabei klar auf die Arbeitswelt. Angesichts der Tatsache, dass viele mit Vertretern jüngerer Generationen zusammenarbeiten, will dieses Buch zeigen, dass es so schlimm gar nicht ist.

Michael Lorenz. Generation Young. Wie sie denkt. Wie sie arbeitet. Verlag Business Village. 2019. 204 Seiten. ISBN: 978-3-86980-456-9. [D] 19,95 €, [A] 20,60 €, CHF 27,90.

Selbst denken

Als Schüler empfanden viele den Kantschen Imperativ als Qual der Theorie. Heute stellt sich nicht nur heraus, warum so viele eine natürliche Abneigung dagegen leben, sich des eigenen Verstandes zu gebrauchen: Denken strengt an. Und ganz leise und unbemerkt ist die Kantsche Maxime zu einer tagesaktuellen geworden. Woran liegt das?

Der Autor sieht uns alle in einer „verrückten Welt", derer kognitiv habhaft zu werden ein grundsätzlich aussichtsloses Unterfangen zu sein scheint. Informationsflut und Verunsicherung sind dabei zwei der Kernpunkte, die seine Richtung aufzeigen. Folgt man seinem Blick, kann man sehr leicht den Eindruck gewinnen, die Menschheit hätte den Verstand verloren. Es ist Irrationalität, die Alexander Unzicker vor allem ausmacht. Postfaktizität und sinkende Toleranz gegenüber abweichenden Meinungen sieht er als Begleiterscheinungen. Und das gilt für ihn als Alarmsignal. Der Ruf nach „dem gesunden Menschenverstand" wird in einem solchen Zusammenhang immer häufiger hörbar, ohne dass klar ist, was genau das sein soll. Rationalität erscheint da als ein genauso wenig greifbarer Begriff. Trotzdem setzt der Autor genau da an, um so etwas wie Klarheit und Nüchternheit in das eigene Denken zu bringen. Das gelingt ihm auf schlüssige, ruhige und einfach nachvollziehbare Weise. Dabei gliedert er gelingende Erkenntnisprozesse in die drei Abschnitte Sehen, Denken, Handeln. Zu allem aber braucht es auch Mut. Genau diesen Mut will das Buch vermitteln.

Alexander Unzicker. Wenn man weiß, wo der Verstand ist, hat der Tag Struktur. Anleitung zum Selberdenken in verrückten Zeiten. Westend Verlag. 2019. 240 Seiten. ISBN: 978-3-86489-244-8. [D] 22,00 €, [A] 22,60 €, CHF 30,75.

Transparenz

Der Deutsche Spendenrat hat sein Arbeitsbuch für transparenten Strukturaufbau neu aufgelegt. An die Hand gegeben werden soll dieses vor allem kleinen und mittleren Organisationen, um jenen zu ermöglichen, durch Transparenz und kluge Berichterstattung über die eigene Arbeit die nötige Grundlage für Vertrauen in ihre Projekte zu erlangen. Die Vielzahl der Informationen wird durch zusammenfassende Wiederholungen aufgelockert, ein Griffregister erleichtert die Arbeit mit dem Buch im Alltag. Best-Practice-Beispiele gibt es noch obendrauf.

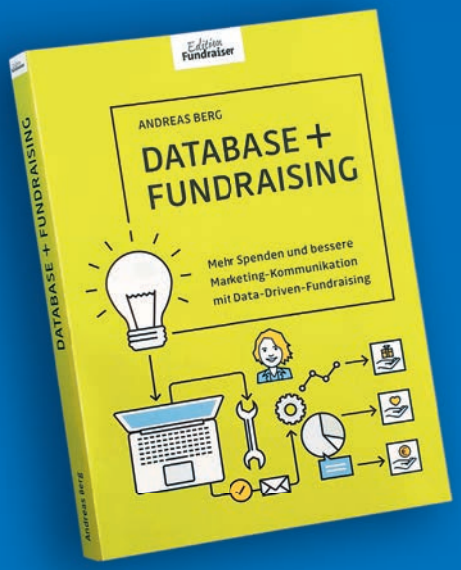
Deutscher Spendenrat. Transparenz leicht gemacht. Projektbegleitendes Arbeitsbuch. 2019. Das Arbeitsbuch kann als Printversion und E-Book kostenlos direkt bestellt werden unter www.transparenz-leicht-gemacht.de

Google Ads

Der Dritte Sektor hat die Wirksamkeit von Google Ads schon länger erkannt. In Kampagnen lässt sich exakt nachverfolgen, wie oft eine Anzeige angezeigt und angeklickt wurde. Dadurch gewinnt Google Ads immer mehr an Bedeutung im Marketing-Mix. Der praktische Ratgeber zeigt, dass das alles keine Hexerei ist. Schritt für Schritt werden die einzelnen Tools erklärt und an praktischen Beispielen erläutert. Dadurch können selbst kleinere Organisationen für sich entscheiden, ob der Einsatz solcher Werbung für sie sinnvoll ist.

Ingemar Reimer. Das Buch zu Google Ads. Strategien für kleine und mittlere Unternehmen. Verlag O'Reilly. 2019. 268 Seiten. ISBN: 978-3-96009-104-2. [D] 22,90 €, [A] 23,60 €, CHF 31,95.

Was Sie schon immer über
Data-Driven Fundraising
wissen wollten …



Das neue Buch von
Andreas Berg
Jetzt (vor-)bestellen:
shop.fundraiser-magazin.de
ISBN 978-3-9813794-2-6
39,90 €

ein Produkt vom
Fundraiser magazin
Fachlektüre, die Spaß macht.

Containern

Mülltauchen hat nichts mehr mit der Suche nach Verwendbarem durch Bedürftige zu tun, auch, wenn es diesen Bevölkerungsteil leider noch immer gibt. Containern ist zu einem Statement geworden, einer Haltung, die der allgemein hohen Lebensmittelverschwendung etwas entgegensetzen will. Diese Studie stellt Akteure vor, beleuchtet deren Motive als auch die juristische Grauzone, in der sie sich bewegen. Als Form alternativer Konsumpraktik wirft das Buch auch einen Blick auf mögliche Zukunftsmodelle wie Foodsharing. Das ermöglicht einen neuen Blick auf unser Essen.

Benedikt Jahnke. Mülltauchen für eine bessere Welt. Eine Mixed-Methods-Studie zum Containern in Deutschland. oekom Verlag. 2019. 182 Seiten.
ISBN: 978-3-96238-111-0.
[D] 29,00 €, [A] 29,90 €, CHF 39,95.

Ganz ruhig!

Die Medien sind schuld. Und die Politiker. Zumindest immer die anderen. Dann heißt es, immer mehr Menschen begegneten sich immer aggressiver. Misstrauen herrsche großenteils vor. In einer solchen vermeintlichen Aufregung fehlt Sachlichkeit. Ja, vieles um uns herum verändert sich. Das ist aber kein Grund zu Hysterie, meint der Autor und beleuchtet die Themenfelder Migration, Integration, Islam, Leitkultur, Heimat, Feminismus und Journalismus. In deren Zusammenhang zeigt er Möglichkeiten für neue, alternative Denkschemata auf, die uns durchaus weiterbringen können.

Jochen Bittner. Zur Sache, Deutschland! Was die zerstrittene Republik wieder eint. Edition Körber. 2019. 272 Seiten.
ISBN: 978-3-89684-270-1.
[D] 18,00 €, [A] 18,50 €, CHF 25,15.

Heimat

Mit übermäßiger Bedeutung aufgeladen oder demagogisch instrumentalisiert: Der Begriff „Heimat" hat seinen ehemaligen, fast romantisierenden, schönen Beiklang eingebüßt. Fast gilt es schon als sicherer, einfach einen Bogen um dieses Wort zu machen. Trotzdem oder gerade deshalb hat es „Heimat" zu einem Sehnsuchtsbegriff geschafft. Die europäischen Grenzen nach außen hin wirken nicht als solche. Innereuropäisch betrachtet lässt sich darüber streiten, wo Grenzen liegen oder es sie geben sollte. Jedes Konstrukt darf in Frage gestellt werden, erst recht ein so komplexes wie die Europäische Union. Und genau darin befinden wir uns. Politische Zusammenhänge auf dieser Ebene zu überschauen, fällt nicht gerade leicht. Das Ergebnis ist eine allgemein gefühlte Verunsicherung. Der, so das Credo Henning von Vieregges, können wir selbst entgegenwirken. Es liegt an uns, ob wir den Nächsten fürchten oder nicht. Der Autor benennt ganz klar und direkt den Ansatz bürgerschaftlichen Engagements als praktikablen Lösungsansatz. Das Buch macht auch keinen Hehl daraus, dass der Autor Botschafter der Nachbarschaftsplattform nebenan.de ist. Es geht also nicht darum, das große Ganze zu umfassen, sondern vor der eigenen Tür zu kehren. Aber das heißt nicht, dass man ein Ehrenamt innehaben muss. Nachbarschaft und das Miteinander darin gelingt durch die Bewahrung und Wertschätzung vorhandener Vielfalt. Dann wird „Heimat" wieder mit Inhalt gefüllt werden können, für jeden Einzelnen.

Rico Stehfest

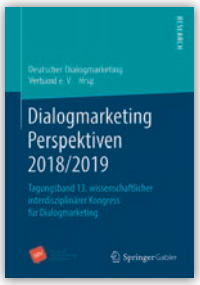
Henning von Vieregge. Wo Vertrauen ist, ist Heimat. Auf dem Weg in eine engagierte Bürgergesellschaft. oekom Verlag. 2018. 240 Seiten.
ISBN: 978-3-96238-089-2.
[D] 16,00 €, [A] 16,50 €, CHF 22,35.

Nachhaltig

Effiziente Wirkungsmessung ist im Bereich des Social Entrepreneurship genauso wichtig wie in anderen, kann im Detail aber schnell deutlich schwieriger werden. Wie misst man sozialen Impact? Anhand der Rahmenbedingungen in Deutschland zeigt die Autorin mögliche Tools der Wirkungsmessung auf und verdeutlicht die Möglichkeiten ausführlich an einem Praxisbeispiel. Es nimmt nicht wunder, dass hierbei der Bereich der Wirtschaftlichkeit stärkere Gewichtung erfährt, schließlich ist hier Wirkungsmessung bislang stärker ausgeprägt.

Julia Wetzel. Bewertungskriterien für Social Enterprises. Entscheidungsgrundlage für Investoren – Voraussetzungen für die nachhaltige Gestaltung einer sozial innovativen Wirtschaft. Verlag Tectum. 2018. 102 Seiten.
ISBN: 978-3-82884-179-6.
[D] 24,95 €, [A] 25,70 €, CHF 34,85.

Dialogmarketing



Der vorliegende Band fasst die Ergebnisse des 13. wissenschaftlichen interdisziplinären Kongress für Dialogmarketing 2018 zusammen. Auffällig ist hier, dass sich durch fast alle Beiträge der rote Faden des digitalen Ansatzes zieht: künstliche Intelligenz, Algorithmic Marketing, Connected Cars, Social Media. Auch das Thema „Fake News und Social Bots" hat Eingang in den Band gefunden, wobei hier tatsächlich die Rede von den „neuen geheimen Verführern" ist. Das vermittelt einen sehr breiten Blick über aktuelle Herausforderungen des Dialogmarketings.

Deutscher Dialogmarketing Verband e. V. (Hrsg.). Dialogmarketing Perspektiven 2018/2019. Verlag Springer Gabler. 2019. 264 Seiten.
ISBN: 978-3-65825-582-4.
[D] 69,99 €, [A] 71,95. CHF 97,85.

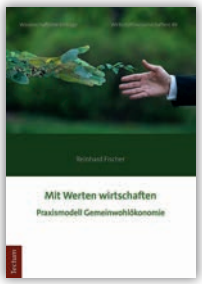
Werte

Die einen bezeichnen sich als Atheisten, die anderen meinen, sie hätten einfach mit Religion nichts am Hut. Leugnen kann aber keiner, dass wir in einer von christlichen Werten geprägten Gesellschaft aufgewachsen sind und in ihr Leben, mit diesen Werten, bewusst oder unbewusst. Der Soziologe und Theologe Reimer Gronemeyer hat dieses Buch allerdings nicht verfasst, weil er etwa der Meinung wäre, früher sei alles besser gewesen und die Jugend von heute habe keine Werte mehr. Vielmehr stellt er die grundlegende Frage danach, was unsere Gesellschaft eigentlich zusammenhält. Es überrascht nicht, dass der Autor in „den" Tugenden, deren Definition er mit offener Vielfalt gestaltet, einen sicheren Hafen für unsere Gesellschaft sieht. Gemäß seinen Worten droht uns gerade nicht der Verlust humanistischer Werte, wenn wir uns dessen bewusst werden, dass uns praktisch kein anderes Instrumentarium zur Verfügung steht, Algorithmen und künstlicher Intelligenz in einer komplett vermessenen Welt zu begegnen. Wie aber lassen sich zukünftige gesellschaftliche Entwicklungen mit tradierten Werten verbinden? Heute leben wir in einer Konkurrenz- und Leistungsgesellschaft, in der das Individuum und dessen Optimierung im Mittelpunkt zu stehen scheinen. Das reicht dem Autor aber nicht zur Verzweiflung. Er weiß, dass wir die Wahl haben zwischen Freiheit und Sicherheit. Und wir können auf der Basis der „alten" Werte gänzlich neue schaffen. Wer, wenn nicht wir?

Rico Stehfest

Reimer Gronemeyer. Tugend. Über das, was uns Halt gibt. Edition Körber. 2019. 216 Seiten. ISBN: 978-3-89684-269-5. [D] 19,00 €, [A] 19,60 €, CHF 26,55.

Gemeinwohl



Anders wirtschaften, menschlicher. Dieser Wunsch begleitet viele innovative Ansätze im noch so jungen 21. Jahrhundert. Gemeinwohlökonomie ist ein zunächst kaum greifbarer Begriff. Wie gelangen ethische Konzepte in althergebrachte wirtschaftliche Modelle, die noch immer vorherrschen? Welche gesellschaftlichen Transformationen sind möglich und welche Formen nachhaltiger Unternehmensmodelle braucht es dafür? Diese Reflexionen fallen hier recht theoretisch aus, was aber nicht bedeutet, dass sie keine realistische Basis haben.

Reinhard Fischer. Mit Werten wirtschaften. Praxismodell Gemeinwohlökonomie. Verlag Tectum. 2019. 163 Seiten. ISBN: 978-3-82884-310-3. [D] 28,00 €, [A] 28,80 €, CHF 39,15.

Sozial

Seit den ersten CSR-Bemühungen rein wirtschaftlich ausgerichteter Unternehmen hat sich viel getan. Immer mehr Unternehmen bauen diese Bereiche aus oder gehen Kooperationen mit Social Enterprises ein. Die inhaltlichen Grenzen sind dabei nicht in jedem Fall deutlich. Genau da setzt dieses Buch an. In einer sich rapid verändernden Wirtschaftswelt wird Wettbewerbsfähigkeit neu definiert und lässt den „menschlichen Faktor" zusehends in den Fokus rücken. Wie dieser Wandel gelingen kann und welche Rolle gegenseitige Beeinflussungsprozesse spielen, zeigt das Buch ausführlich.

Alexander Kraemer, Laura Marie Edinger-Schons (Hrsg.). CSR und Social Enterprise. Beeinflussungsprozesse und effektives Schnittstellenmanagement. Verlag Springer Gabler. 2019. 256 Seiten. ISBN: 978-3-66255-590-3. [D] 39,99 €, [A] 41,11 €, CHF 55,90.

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: Hajo Hönig ist Fundraiser

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

… mit einem guten Kaffee, einem kleinen Frühstück und einem Blick in die Tageszeitung.

2. Was wollten Sie als Kind werden?

Lehrer, mich hatten offenbar die langen Ferien beeindruckt.

3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

No Deal

4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Die Bewältigung von Kinderarmut. Circa 50 Prozent der Alleinerziehenden in Deutschland leben unter der Armutsgrenze.

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

Das gleiche wie vor 29 Jahren – bei der Geburt meines ersten Sohnes dabei sein.

Eigentlich verlief **Hans-Josef Hönig**s Berufsweg zu Beginn in ganz anderen Bahnen. Eine Ausbildung bei der Bank und ein anschließendes Studium der Volkswirtschaftslehre – das sollte eine solide Grundlage sein. Doch bereits das Bankwesen erwies sich nicht als seine Herzensangelegenheit. So begann sein Berufsweg nach dem Studium als Referent für Öffentlichkeitsarbeit beim Deutschen Jugendrotkreuz. Als Hans-Josef Hönig dort nach einem Jahr 1983 eine Stelle als Leiter „Mittelbeschaffung" beim DRK-Generalsekretariat angeboten bekam, sagte er zu, damals noch nicht ahnend, dass er nun bis zum Rentenalter dem Fundraising verbunden sein würde.

Nach sieben Jahren zog es ihn in den Umweltbereich, da sich dort wesentlich mehr Möglichkeiten im Fundraising boten. Erstmals in Deutschland hatten sich drei Organisationen zusammengetan, um einen Fundraisingleiter gemeinsam zu finanzieren. Bereits 1993 führte Hajo Hönig das Telefon- sowie das Erbschaftsfundraising bei der Deutschen Umwelthilfe ein. 1998 zog es ihn zurück ins Rheinland als Marketingleiter beim NABU. Hier testete Hajo Hönig bereits 2000 erstmals den Einsatz von Datamining Tools zur Selektion von Zielgruppen. Er konzipierte mit seinem Team ein Erbschaftsfundraising, das ausschließlich an der CRM-Philosophie orientiert war.

2003 wechselte er zu einer Kölner Unternehmensberatung, um dort den Bereich Non-Profit-Kunden mit aufzubauen. Neben der strategischen Beratung von gemeinnützigen Organisationen war er am Aufbau von Analysetools sowie einer Fundraisingsoftware beteiligt. Nach fünf Jahren übernahm er die Geschäftsführung der SAZ Dialog AG Europe in St. Gallen, die ausschließlich für gemeinnützige Kunden arbeitete. Von der Schweiz ging es zurück ins Rheinland nach Bad Honnef, zur GFS als Bereichsleiter „Marketing Research & Consulting". Es war wie nach Hause zu kommen, da er einigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern schon seit über 25 Jahren freundschaftlich verbunden war. Bis 2017 war Hajo Hönig als Abteilungsleiter Fundraising beim Generalsekretariat des Malteser Hilfsdienstes tätig.

Im Rahmen des diesjährigen Deutschen Fundraising-Kongresses wurde Hajo Hönig ein Preis für seine Lebensleistung verliehen.

▶ www.malteser.de

aus Leidenschaft

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

allen Menschen, die Zivilcourage zeigen

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

Ich würde ihm anbieten, mich auf einer Projektreise in den Südsudan zu begleiten.

8. Wer ist für Sie ein Held?

Jemand, der es nicht sein will (und trotzdem das tut, was nötig ist).

9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

In Überlingen am Bodensee, ich habe dort sieben Jahre gelebt.

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

Lesen, das kommt jedoch oftmals zu kurz, da ich ehrenamtlich kleine Organisationen im Fundraising berate.

11. Worüber können Sie lachen?

Situationskomik

12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Fehler, die andere machen

13. Was war früher besser?

Dass man mit der Schreibmaschine nicht 20 Personen in CC setzen konnte.

14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Hajo Hönig ist Fundraiser aus Überzeugung.

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

… ein Commitment aus ideeller Überzeugung.

Wollen auch Sie diesen Fragebogen ausfüllen?

Dann senden Sie Ihre Antworten sowie ein Foto an *redaktion@fundraiser-magazin.de*! Mit der Einsendung stimmen Sie der Veröffentlichung im Print- und Online-Magazin zu.

NÄHER AM MENSCHEN

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!
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 schickes Elektronik-Zubehör aus echtem Walnussholz. Wuchs, Farbe, Struktur und Maserung sind bei jedem Baum einzigartig. Das macht jedes „woodline"-Produkt zu einem Unikat. Mit der „Qi woodcharge" laden Sie kompatible Smartphones sowie Tablets kabellos wieder auf und setzen zugleich dekorative Akzente. Das Ladegerät ist ca. 10 cm klein, passt in jede Tasche und hat einen Schutz gegen Überladung, Überhitzung und Überspannung. Weiterhin verlosen wir aus dem Büchner-Verlag das Buch „Finanzcoop oder Revolution in Zeitlupe", das wir auf Seite 90 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 **Gelebter Naturschutz: Welche für Lernvideos bekannte Website spendet bei jedem Klick an Bienenrettungsprojekte?**

A) schuelerhilfe
B) pornhub
C) savebees

2 **Der Musiker Heinz Ratz sammelt Spenden für den Erhalt soziokultureller Jugendzentren. Aber wie?**

H) mit 100 Geigenkästen auf Bahnhöfen
E) mit 100 Musikern via Livestream
I) mit 100 Konzerten in 100 Städten

3 **Ist das der neue Influencer-Trend für den Sommer? Oder wofür wirbt diese blaue eckige Brille?**

O) „Arnis: klein, aber nicht kleinkariert"
T) „Göttingen: Stadt, die Wissen schafft"
U) „Dresden: Tal der Ahnungslosen"

4 **Traumauto: 6 PS und eine Höchstgeschwindigkeit von 29 km/h. Welches Baujahr hat diese „Familienkutsche"?**

Q) 1911
R) 1902
T) 1894

5 **Stiftungen gibt es viele verschiedene für viele verschiedene Zwecke. Wofür setzt sich die Greensurance-Stiftung ein?**

A) grüne Bundesschatzbriefe
E) nachhaltige Versicherungen
I) ökologische Ausbildung für Banker

6 **Um auf die Nervenkrankheit ALS aufmerksam zu machen und Spenden zu sammeln, lief Markus Jürgens:**

L) vom Nordpol zum Südpol zu Fuß
M) einmal um die Welt
N) 100 km rückwärts

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. Juni 2019. Viel Glück!

Neuland erobern …

Foto: Tyrosize / AdobeStock

Das Extra-Heft zum Fundraising im Web

Online-Fundraising-Basics + Suchmaschinen-Optimierung + Conversion-Rate-Optimierung + Spendenportale + Social-Media-Marketing + Campaigning + E-Mail-Newsletter & Blogs + Filme + Google Ad Grants & AdWords + Buchempfehlungen

jetzt für 8,– € bestellen auf
shop.fundraiser-magazin.de

Entscheidungs-Helfer Fabian F. Fröhlich gründet ein Start-up

Wenn Wahlen anstehen, tue ich mich immer schwer damit, mein Kreuzlein an der richtigen Stelle zu setzen. Kein Partei-Programm begeistert mich so wirklich; irgendwas ist immer, das mich stört. Und mal ganz ehrlich: Wer hat schon die Zeit, sämtliche Versprechungen wirklich gründlich durchzuackern und zu vergleichen? Also habe ich mal jüngst den Wahl-O-Mat ausprobiert: Ruck zuck spuckt der Computer eine Übersicht aus, welche Partei mit wie viel Prozent der eigenen Einstellung am nächsten kommt.

Beim Spenden ist das ja auch immer so eine Sache. Am liebsten würde man allen Organisationen etwas zukommen lassen, doch leider gibt mein Konto das nicht her. Ich muss mich entscheiden – aber für wen?

Diese Marktlücke habe ich clever erkannt und den Spend-O-Mat erfunden! Patentanmeldung läuft bereits, die Nerds aus unserer IT-Abteilung frickeln schon an der App, und die Layout-Mädels aus dem Verlag haben mir ein mega stylisches Logo kreiert. Pressekonferenz ist auch schon angesetzt – Sie sehen, die Sache wird ungeheuer grandios. Was sage ich … wir werden die Menschheit revolutionieren!

Bei „meinem" Spend-O-Maten können alle NGOs mitmachen, von ganz kleinen Vereinen, die sich lokal engagieren, bis hin zu den Global Playern, die weltweit die Welt retten. An den Thesen für die Spendenwilligen muss ich freilich noch arbeiten, damit die herausfinden können, wo das Fördererherz am höchsten schlägt.

Und da das Engagement für die gute Sache komplexer ist als das Regieren, gibt es noch einen Teil II dazu, eine Spendenhöhe-Empfehlung. In etwa so: Sind Sie Vorstand eines DAX-Konzerns? Beziehen Sie jährliche Boni in Millionenhöhe – spenden Sie einfach das, was Sie dieses Jahr an Steuern eingespart haben! Beziehen Sie eine kleine Rente oder Harz IV – dann einfach den Bescheid einreichen, wir rechnen das für Sie aus. Sind Sie Jungfunktionär einer Arbeiterpartei – dann kommt die Solidargemeinschaft für Ihre Spende auf. Und Erna Mustermann … hm, diesen Störfaktor Mensch müssen wir noch wegdigitalisieren.

Möchten Sie mein großartiges Social Start-up finanzieren? Das Crowdfunding startet jetzt!

Mehr von Fabian F. Fröhlich?

„Das Letzte –
Kolumnen aus dem Fundraiser-Magazin"

Taschenbuch, 100 Seiten, 10 €

bestellen unter:
▶ **shop.fundraiser-magazin.de**

Ausgabe 4/2019 erscheint am 15. Juli 2019 u. a. mit diesen Themen

- Daten für gute Taten
- Elektronische Zuwendungsbestätigung
- Marktübersicht Fundraising-Software

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 4/2019 ist der 20.05.2019.

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 4/2019, die am 15.07.2019 erscheint, ist der 20.05.2019.

Fotonachweise:
Titelbild, S. 4 (THEMA), S. 22/23: Doloves@AdobeStock; S. 3: René Grodde/atri.eu; S. 4 (PROJEKTE), S. 40: Christoph Mischke; S. 4 (STIFTUNG), S. 48: Jan Christopher Becke@AdobeStock; S. 11: PrettyVectors@AdobeStock; S. 18: Torsten Becker@AdobeStock; S. 24: Zsolt Nyulaszi@fotolia.com; S. 26: Lev Dolgachov@AdobeStock; S. 27: Michael Seifert; S. 29: Christina Kurby (THIEM); S. 30: Redshinestudio@AdobeStock; S. 31: Alessandra Leimer; S. 32: Ludwig Schedl; S. 36: terovesalainen@AdobeStock; S. 37: Marc Wolter, S. 38: René Grodde/atri.eu (STEHFEST); S. 42: Daniela Buchholz; S. 44: svlumagraphica@fotolia.com (HINTERGRUND); S. 46: Spieker Fotografie (LINKS); René Grodde/atri.eu (NITZSCHE); S. 54: Nadine Rupp / Ruppografie (MÜLLER); S. 55: UNICEF/DT2019-62872/Daniel Deb (BAM); Düpjohann (REERMANN); rgbphoto.ch / Stefan Baumgartner (KONE); S. 56: Fotostudio Lauer (PILLE); Bureau Zweisam Fotografie (LÖDLER); S. 57: Andreas Schoelzel (BECK); eveleen007@AdobeStock (SILHOUETTE); S. 58: Maik Blume@fotolia.com; S. 68: Julien Mouffron-Gardner; S. 72: Ihor Pukhnatyy@AdobeStock; S. 74: DRF Luftrettung; S. 76: Jan Christopher Becke@AdobeStock, S. 77: Peters, Schönberger & Partner (PSP MÜNCHEN); S. 78: kalafoto@AdobeStock; S. 86: Anja Cord; S. 96: Daniela Münster (OBEN); kazio76@fotolia.com (6); Peter Heller (40); Spieker Fotografie (46); Dmitry@fotolia.com (58); S. 98: oza@fotolia.com, alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der
Fundraising Akademie

Referenzen:

AMNESTY INTERNATIONAL
amnesty.ch

BLUTSPENDE SRK SCHWEIZ
TRANSFUSION CRS SUISSE
TRASFUSIONE CRS SVIZZERA
blutspende.ch

DEUTSCHE STIFTUNG DENKMALSCHUTZ
denkmalschutz.de

GREENPEACE
greenpeace.ch

kinder not hilfe
kindernothilfe.de

Nicht von schlechten Eltern!

Wir haben Zuwachs bekommen und präsentieren Ihnen stolz adfinitas digital! Unsere neue Tochter ist ab sofort die Ansprechpartnerin für Ihr Online-Fundraising. Gemeinsam hegen und pflegen wir auch Ihr digitales Baby. Besuchen Sie uns auf adfinitas-digital.de.

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

adfinitas