ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 6/2019

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

ARBEIT + KARRIERE

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

Digital
Hilfreiche Tools und erfolgreiche Projekte: So geht Digitalisierung in Vereinen und Stiftungen

Praxis & Erfahrung
Unverhofft kommt oft: Wie Stiftungen und NGOs mit anonymen Großspenden umgehen

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,

kennen Sie die japanische Philosophie Ikigai? Sie beschäftigt sich damit, herauszufinden, worin der individuelle Sinn des Lebens liegt. Die Bewohner Japans gelten ja als die weltweit glücklichsten Menschen und werden „steinalt". Warum sich also das Ganze nicht einmal etwas näher ansehen?

Ich wurde durch meinen Sohn darauf aufmerksam, der sich aktuell mit der Frage nach seinem Wunschberuf befasst. Was ist es, wofür es sich lohnt, jeden Tag aufzustehen? Die „Generation Fridays for Future" akzeptiert bloßen Broterwerb allein nicht mehr als Arbeitsmotivation. Gut so!

Und wir, die wir schon jahrelange Berufserfahrung haben? Sind wir glücklich mit dem, was wir tun? Ikigai basiert auf vier Säulen: Was kann ich gut? Wofür brenne ich? Was braucht die Welt? Wofür werde ich bezahlt? Über diese Fragen immer wieder einmal nachzudenken, lohnt sich auch für Menschen mit klaren beruflichen Zielen.

Unser Themenschwerpunkt in dieser Ausgabe – Arbeit und Karriere im Fundraising – zeigt verschiedene Aspekte: Warum wechselt jemand aus der Wirtschaft in die Gemeinnützigkeit? Welche Bildungswege gibt es zum Fundraiser-Beruf? Wir geben Einblick in die Arbeitsweise von Headhuntern und verraten Tricks für die erfolgreiche Stellenausschreibung. Nicht zuletzt geht es auch um Fragen der Balance im Job und den Umgang mit Problemen im Team.

Eine interessante Lektüre wünscht Ihnen
Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

PS: Nur noch wenige Tage bis Weihnachten … im Namen des gesamten Fundraiser-Magazin-Teams wünsche ich Ihnen eine schöne Adventszeit, frohe Festtage und alles Gute für das neue Jahr.

direct.
AGENTUR & LETTERSHOP

erfolgreiche
SPENDEN MAILINGS
Sprechen Sie mit den Spezialisten:

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

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

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

www.directpunkt.de

Thema

ab Seite 18

Arbeit und Karriere im Fundraising

Expertise, Erfahrung, Empathie 19
Vom Wechsel aus der Wirtschaft in die Gemeinnützigkeit

Gezielt auf der Suche nach guten Köpfen 21
Wie Headhunter im Fundraising arbeiten – und Wechselwillige davon profitieren

Gesucht und gefunden 22
So finden NGOs die richtigen Talente

Fundraising-Studium – und dann? 24
Berufseinsteiger stolpern über eine Lücke im System

Master und Diplom 25
Fundraising-Ausbildung mit Uni-Abschluss

Das schaffe ich auch noch 26
Nicht nur die Work-Life-Balance muss stimmen, auch im Job selbst braucht es Balance

Wie ich zur Co-Abhängigen wurde 28

Menschen

Manuela Rousseau 14
... will anderen Frauen Mut machen – indem Sie über ihren eigenen Werdegang spricht

Dr. Anna-Maija Mertens 68
... ist Geschäftsführerin von Transparency International Deutschland. Ein Interview über Transparenz und Zivilgesellschaft

Norbert Janssen 94
... hat unseren Fundraiser-Fragebogen ausgefüllt und verrät Persönliches

Projekte

Kreative Zukunft 42
Auch im Bereich der kulturellen Bildung ist ein Projekt ein Finanzierungsakt

Gegenpol zur Rabatt-Schlacht 44
Der GivingTuesday wird im Raum D-A-CH unterschiedlich promotet

Stiftungen

Fakten-Check für Meinungsbildung 48
Die Nemetschek-Stiftung will auf lockere Weise demokratische Werte vermitteln

Querdenken erwünscht 50
Die Deutsche Bundesstiftung Umwelt gibt Starthilfe für grüne Projekte

Unverhofft kommt oft 52
Wie Stiftungen und NGOs mit anonymen Großspenden umgehen

Meinung

Persönliche Gedanken 12
Bianka Kurz: Ohne Silo-Denken ...

Kommentare aus der Redaktion
von Matthias Daberstiel (S.6),
Rico Stehfest (S. 40) und
Ute Nitzsche (S. 46)

Digital

Willst du mit mir online gehen? 32
Wie viel Digitalisierung brauchen Vereine und NGOs?

Cross-Channel-Fundraising 34
Wie die Caritas Schweiz Erfolgsfaktoren der Online-Offline-Verknüpfung zusammenbringt

Brand-Bidding? 36
Markenführung und Spenden-akquisition in der Suchmaschine

Infografiken und Erklärvideos selbst gemacht 38
So erstellen Sie mit „Adobe Spark“ kostenlos Social Media Content

Praxis & Erfahrung

Förderbitte oder Kultivierung? 72
Der entscheidende Schritt zu einer Großspende ist nur einer von vielen

Stay with me! 74
Wer würde nicht gern seine Spender ein Leben lang an sich binden?

Next Level: Fundraising 76
Charity-Streams verwandeln soziales Engagement in soziale Events

Mit Optimismus und Smartphone 78
Wie Organisationen jugendliches Engagement fördern und nutzen können

Rubriken

Schöner scheitern 28
Köpfe & Karrieren 54
Branche 58
Nachhaltige Werbemittel 59
Dienstleisterverzeichnis 60
Fundraising-Kalender 80
Bildung 84
Fach- und Sachbücher 90
Das Letzte 98
Vorschau & Impressum 98

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

Verlosung

Testen Sie Ihr Wissen
Machen Sie mit und gewinnen Sie Kalender für 2020 96

Autoren

... dieser Ausgabe:
Matthias Daberstiel, Alisa Ehlert, Olaf Höwner, Dr. Erwin Lammenett, Carola Laun, Anja Lothschütz, Kurt Manus, Daniela Münster, Ute Nitzsche, Katja Prescher, Anja Raubinger, Ulrike Reiche, Wolfgang Schlicht, Joachim Sina, Rico Stehfest, Jan Uekermann, Regine Wagenblast

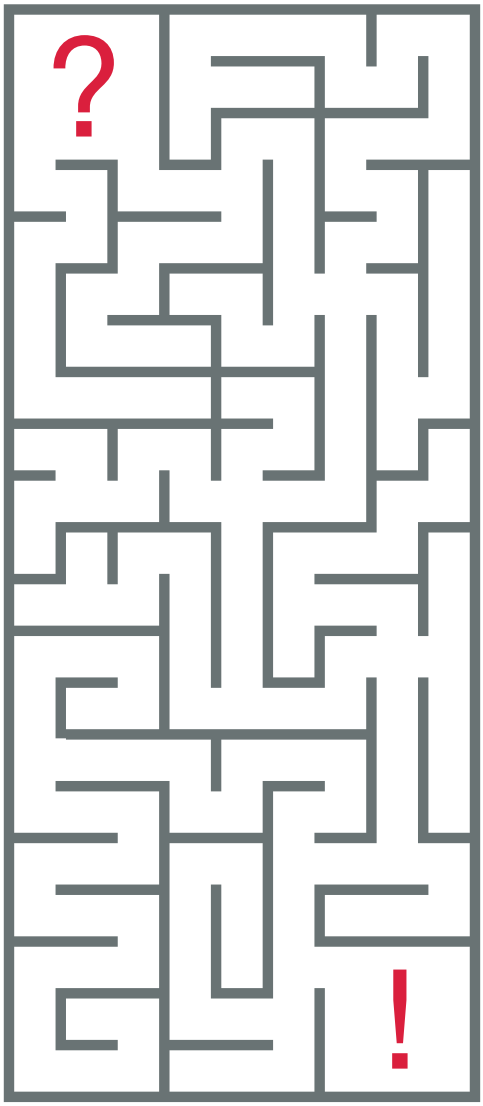
Weiterhin

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

· Socialminds

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

Dauerspenden bleiben Dauerrenner

Der Fundraising-Blog „Nonprofit Tech for Good" hat die vierte Ausgabe seines „Global NGO Technology Report 2019" veröffentlicht. Die Ergebnisse sind in sechs Regionen weltweit aufgeteilt. Der Blick auf die Werte für Europa zeigt, dass gerade mal 56 Prozent der befragten Organisationen Online-Spenden über ihre Homepage akzeptieren. Das E-Mail-Marketing hat dabei seit dem Vorjahr extrem zugenommen: Von 58 Prozent auf 80 Prozent stieg hier die Quote. Diese Art der Spenderkommunikation geht damit einher, dass Dauerspenden nach wie vor Platz 1 der Fundraising-Tools ausmachen. Das Spendensammeln per SMS („Text-to-give") ist laut dem Report eine europäische Eigenheit und mit 23 Prozent so hoch wie in keiner anderen Region weltweit. Ebenso auffällig ist der Einsatz von Google Ads, der bei 42 Prozent liegt und Europa auch hier zum Spitzenreiter macht. Der gesamte Report steht zum kostenfreien Download bereit.

▶ www.nptechforgood.com

Und sonst noch …

Lecker Baby-Delfin!

Da hat er sich ein ganz schönes Ei gelegt, der Nicolas Lazaridis, besser bekannt als „inscope21", seines Zeichens Fitness-Influencer, oder sowas Ähnliches. Er hat über diverse Social-Media-Kanäle geteilt, wie er sich einen lecker Baby-Delfin hat schmecken lassen. Böse, ganz böse, gell?! Was gab es da für ein Fäkalien-Ungewitter und reihenweise „Entfreundungen"! Bis schließlich rauskam, dass der niedliche Meeresbewohner aus dem 3D-Drucker stammte. Hinter der Aktion steckte das Friedrichshafener Unternehmen „followfood", das für den Vertrieb von nachhaltig produzierten Lebensmitteln steht. Natürlich sollte damit auf die Überfischung der Ozeane und die Gefährdung von vielen Fischarten durch Beifang und illegalen Fischfang aufmerksam gemacht werden.

▶ www.followfood.de

MEINE MEINUNG

„Befreit von den Fesseln der Zuwendungsbestätigung"

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

Campact e.V. ist in Deutschland nicht mehr gemeinnützig. Ein Verein, der sich für mehr Demokratie und Engagement in der Gesellschaft einsetzt. Es ist schon bemerkenswert, dass eine Petitionsplattform, die gerade noch für das Verbot des Bienenkillerpestizids Thiacloprid des Bayer-Konzerns über 400 000 Stimmen sammelte und sich so für unsere Umwelt einsetzte, Deutschland angeblich nichts nützt. Doch hat wirklich ein Beamter des lokalen Finanzamts, die vorhandene Rechtsprechung zuungunsten von Campact ausgelegt, weil er Insekten hasst? Wohl kaum. Aber da liegt das Problem: In Deutschland entscheidet das Finanzamt über die Gemeinnützigkeit. Dem Staat entgehen nach seiner Lesart so Steuern. Einer Reform der gemeinnützigen Zwecke verweigert man sich deshalb beharrlich, will lieber weniger denn mehr. So bleibt Schach gemeinnützig, aber Klimapolitik und Menschenrechte nicht. Dass gemeinnützige Organisationen Spenden höchst verantwortlich einsetzen, Millionen von Arbeitsplätzen schaffen und volkswirtschaftlich alternativlos sind, ist dem Finanzministerium nicht beizubiegen. Was bleibt also Campact? Eine Erkenntnis: Man muss nicht gemeinnützig sein, um für Deutschland Gutes zu tun. Eine Graswurzelbewegung, die laut und basisdemokratisch ist, kann, befreit von den Fesseln der Zuwendungsbestätigung, wahrscheinlich unabhängiger und glaubwürdiger denn je sein. Die Spende an Campact und Attac braucht vorerst keinen Steuervorteil.

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

Fundraising-Wahrheit Nr. 8

Spende gut, alles gut?

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

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

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

fundango®
Fundraising ist mehr

Drei Fragen an … Helene Wolf

Der „Fair Share of Womens Leaders“ e.V. fragt nach der Rolle von Frauen an der Spitze

Helene Wolf …

… ist Mitbegründerin und Vorstandsvorsitzende des Fair Share of Women Leaders e.V. Sie hat viele Jahre in Führungspositionen im internationalen Non-Profit-Sektor gearbeitet und möchte nun eine neue Generation Frauen in der Branche unterstützen und zusammenbringen.

? Warum führen Sie Ihre Initiative gerade im Non-Profit-Sektor durch?

Unser Sektor setzt sich weltweit für mehr Gerechtigkeit, Frauen- und Mädchenrechte ein, unter anderem im Rahmen der UN-Nachhaltigkeitsziele. In unseren eigenen Organisationen spiegeln sich diese Ziele und Werte jedoch oftmals nicht wider, wenn Frauen in Führungspositionen unterrepräsentiert sind. Damit riskieren wir unsere Glaubwürdigkeit und auch langfristig unser Wirkungspotenzial. Das muss sich ändern. Dafür messen wir systematisch den Anteil von Frauen in Führung im Sektor und fordern verbindliche Ziele, um möglichst schnell Geschlechtergerechtigkeit in den Organisationen zu erreichen.

? Welche Informationen benötigen Sie von den Organisationen für den Fair-Share-Monitor?

Wir fragen nach der Anzahl von Frauen in der Belegschaft, dem Leitungsteam und höchsten Kontrollgremium. Außerdem rufen wir alle Organisationen auf, unsere Selbstverpflichtung zu einem fairen Anteil von Frauen in Führung bis 2030 zu unterzeichnen. Im März 2020 werden wir die Daten aus dem deutschsprachigen Raum erstmals veröffentlichen und ab dann jährlich aktualisieren, um hoffentlich Fortschritte zu messen.

? Wie wollen Sie weiter an Ihren Zielen arbeiten?

Neben dem Fair-Share-Monitor setzen wir uns für eine neue Organisations- und Führungskultur im Sektor ein, die auf feministischen Prinzipien und Werten beruht. Nur mit mehr Partizipation, Diversität und Kollaboration können wir die großen Herausforderungen wie Armutsbekämpfung, Klimaschutz oder soziale Gerechtigkeit langfristig wirksam angehen. Daher wollen wir gemeinsam mit engagierten Organisationen an neuen Konzepten und Ideen für mehr Geschlechtergerechtigkeit arbeiten.

▶ www.fairsharewl.org/deutsch

Eher für Frauen geeignet?

Was Briten über Fundraising denken

Das Institute of Fundraising, der britische Fundraising-Verband, hat die Bevölkerung der Insel befragen lassen, was sie eigentlich von Fundraising hält. Demzufolge denkt die Mehrheit, dass das Sammeln von Spenden für einen guten Zweck wichtig ist (78 %), aber fast jeder zweite Mann meint, für ihn selbst wäre es nichts. Frauen stehen dem insgesamt positiver gegenüber.

Das sind die Kernaussagen der Erhebung. Deren Ziel war auch, herauszufinden, inwiefern eventuell Alter, Ethnie, Religion, Behinderung oder Geschlecht eine Rolle spielen. Frauen und Menschen mit Behinderung erachten gemäß den Ergebnissen Fundraising für besonders wichtig. Allerdings zeigten sich Befragte europäischer Herkunft negativer eingestellt als afrika- oder asienstämmige. Insgesamt ordneten jedoch 41 Prozent Fundraising als sehr positiv oder eher positiv ein. Generell gilt Fundraising bei etwa zwei Dritteln der Briten als grundlegend für die Arbeit einer gemeinnützigen Organisation und wird als positiver Impuls für soziale Veränderungen gewertet.

Nur 50 Prozent widersprachen der Aussage „Fundraising ist eine Tätigkeit, die eher für Frauen als für Männer geeignet ist“. Immerhin bestätigten zehn Prozent diesen Satz. Nach den notwendigen Eigenschaften eines guten Fundraisers befragt, gaben 88 Prozent an, dass der Aufbau von Beziehungen wichtig sei, genau wie Engagement und Einflussnahme.

▶ www.institute-of-fundraising.org.uk

Kurzgefasst …

Studenten und Ehrenamt

36 Prozent der Studenten engagieren sich ehrenamtlich. 65 Prozent derjenigen, die sich nicht ehrenamtlich engagieren, geben Zeitmangel wegen des Studiums als Grund dafür an, weitere 43 Prozent sehen einen Zeitkonflikt mit ihrem studentischen Nebenjob und engagieren sich deshalb nicht. Das sind die Ergebnisse des „CampusBarometer 2018“ des Studienfonds Deutsche Bildung, für das mehr als 6900 Studenten befragt wurden.

▶ www.deutsche-bildung.de

Eine Million für Krebsforschung

Die Johannes-Kepler-Universität-Linz und ihre Medizinische Fakultät erhalten eine Spende in Höhe von einer Million Euro. Großzügiger Spender ist Dr. Dionys Lehner, ehemaliger Vorstandsvorsitzender des Unternehmens Linz Textil. Die Spende wird für Grundlagenforschung im Bereich der Krebstherapie eingesetzt und bringt dort eine Aufstockung des Forschungsbudgets.

▶www.jku.at

Zwei Milliarden US-Dollar Facebook-Spenden

Seit der Einführung der Facebook-Spenden vor knapp vier Jahren wurden damit weltweit zwei Milliarden US-Dollar gesammelt, davon allein eine Milliarde über Geburtstags-Spenden. Daran waren mehr als 45 Millionen Menschen beteiligt. Allein die Ice-Bucket-Challenge brachte über Facebook für die ALS Association fünf Millionen US-Dollar.

Beratungs- und Vermittlungsportal

Die Johanniter haben die Online-Plattform „mitpflegeleben.de“ an den Start gebracht, ein kostenfreies Informations-, Beratungs- und Vermittlungsportal rund um das Thema Pflege. Das Angebot richtet sich an alle, die sich online über den Umgang mit Pflegebedürftigkeit informieren und dort auch gleich die für ihren Bedarf passenden Unterstützungsangebote finden wollen.

▶ www.mitpflegeleben.de

CO_2-Tracking-App

Das Start-up-Unternehmen Worldwatchers hat die erste Umwelt-App zum CO_2-Tracking für die Erreichung des 1,5-Grad-Klimaziels entwickelt. Die sogenannte Wow-App ermöglicht es dem Verbraucher erstmals, den CO_2-Verbrauch im täglichen Leben auf sämtliche Lebensbereiche und auf Einzelproduktbasis zu überprüfen. Das Crowdfunding zur Realisierung lief noch zu Redaktionsschluss.

▶ www.worldwatchers.org

Fundraising,

das wirkt.

ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG
12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION
13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ
17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE

SAZ – gemeinsam Ziele erreichen

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

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

Die gemeinnützige internationale Organisation Sea Shepherd Conservation Society (SSCS) hat in Zusammenarbeit mit der Züricher Kommunikationsagentur „Serviceplan Suisse“ eine Plakatkampagne lanciert, die zum Spenden auffordert und für bedrohte Tierarten sensibilisieren will. Auf zwei nebeneinander hängenden Plakaten sollte eigentlich eine maritime Idylle abgebildet sein – wäre da nicht der Leerraum zwischen den beiden Bildern, in dem ein bedrohtes Meerestier „verschwunden“ ist. Die Botschaft dahinter: „Retten Sie bedrohte Tierarten vor dem Verschwinden.“

▶ www.sea-shepherd.ch

Klimaschutz ist gemeinnützig

Die Finanzminister der 16 deutschen Bundesländer haben sich Ende September darauf geeinigt, dass Klimaschutz ein neuer gemeinnütziger Zweck werden soll. Sie fordern das Bundesfinanzministerium auf, diesen und weitere Vorschläge in einen Gesetzesentwurf zu übernehmen, der noch bis Jahresende vom Bundestag beschlossen werden soll. Weitere neue gemeinnützige Zwecke sollen auch „Förderung der Hilfe für Menschen, die aufgrund ihrer geschlechtlichen Identität oder Orientierung diskriminiert werden“ und die Förderung der Ortsverschönerung sein.

▶ www.zivilgesellschaft-ist-gemeinnuetzig.de

Eine Million Franken für Frauen

Für die Jubiläumssammlung der „Glückskette“ zugunsten von Frauen in vergessenen Krisen sind im September innerhalb einer Woche Spenden in Höhe von 1 022 214 Franken eingegangen. Ziel ist es nun, rund zehn Hilfsprojekte von Partnerorganisationen im Ausland und in der Schweiz mit einem Beitrag von 100 000 bis 200 000 Franken zu unterstützen. Die Aktion zeigte auf, dass die Spender in der Schweiz auf digitalen Kanälen aktiv sind und mit Beiträgen humanitären Inhaltes interagieren, dass diese Interaktionen jedoch nur begrenzt in Spenden umgemünzt werden können.

▶ www.glueckskette.ch

Preis für Kinder- und Jugendbeteiligung

Noch bis 31. Januar 2020 sind Bewerbungen um den Deutschen Kinder- und Jugendpreis des Deutschen Kinderhilfswerkes möglich. Mit dieser Auszeichnung werden Projekte gewürdigt, bei denen Kinder und Jugendliche beispielhaft an der Gestaltung ihrer Lebenswelt mitwirken. Der Deutsche Kinder- und Jugendpreis ist mit insgesamt 30 000 Euro ausgelobt und damit der höchstdotierte bundesweite Preis für Kinder- und Jugendbeteiligung in Deutschland. Partner sind die Deutsche Fernsehlotterie und der Europa-Park in Rust.

▶ www.dkhw.de/bewerbung_2020

Arbeitslust vs. Arbeitsfrust

Die Ziele ihrer Arbeit sind ehrbar, doch knappe Ressourcen, schlechte Karriereperspektiven und schlechte Führung beeinträchtigen das Arbeitsklima in Nichtregierungsorganisationen und Stiftungen erheblich. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie „Arbeitslust vs. Arbeitsfrust" des Unternehmensberaters und Buchautors Dr. Nico Rose. Die Non-Profit-Branche schnitt in der Befragung im Vergleich mit anderen Branchen auch schlecht ab, wenn es um die Wahrnehmung der Wirkung des eigenen Tuns und die Entfaltung der eigenen Stärken ging. Die Zahlen beruhen auf den Angaben von 903 online Befragten im August 2019, sie sind jedoch nicht repräsentativ und gut Qualifizierte sind überdurchschnittlich oft vertreten.

▶ www.nicorose.de

Halbzeit bei der SKala-Initiative

Die SKala-Initiative hat seit Projektstart vor drei Jahren Fördermittel in Höhe von rund 88 Millionen Euro vergeben. Mit dem Geld unterstützt die Initiative 95 Projekte mit großer sozialer Wirkung. Die Fördersummen bewegen sich zwischen 200 000 Euro und 2,2 Millionen Euro je Projekt. Insgesamt wird die Initiative rund 90 Millionen Euro für die Förderung gemeinnütziger Organisationen – einschließlich Verwaltungskosten – zur Verfügung stellen. Weitere rund 10 Millionen Euro werden in ein Empowerment-Programm für die Zivilgesellschaft fließen, das noch in diesem Jahr vorgestellt wird.

▶ www.skala-initiative.de

Upcycling verkauft sich gut

Bernadette Kamleitner, Professorin und Leiterin des Instituts für Marketing and Consumer Researcher der Wirtschaftsuniversität Wien, und ihr Team zeigen in einer Studie, wie die Geschichten, die sich hinter Produkten des Upcyclings verbergen, die Nachfrage steigern können und entdeckten dabei eine neue Facette des Marketingtools Storytelling. Gerade Produkte, die durch Wiederverwertungsprozesse wie Upcycling und Recycling entstehen, bieten sich selbst als Helden ihrer eigenen Geschichte an. Gemeinsam mit ihrem Team untersuchte Kamleitner, welchen Unterschied es macht, wenn Kunden gezielt auf die Vergangenheit wiederverwerteter Produkte hingewiesen werden. Der Effekt ist zweifelsfrei positiv.

Wie die Studie zeigt, ist dies darauf zurückzuführen, dass der simple Hinweis auf die vergangene Identität eines Produktes dessen Geschichte wachruft. „Menschen mögen Produkte mit besonderer Geschichte, weil sie sich dann auch selbst besonders fühlen können", erklärt Kamleitner, „Dabei ist es gar nicht notwendig, hier mit intensivem Marketing auf die biographische Geschichte eines Produktes hinzuweisen. Unsere Studien zeigen, dass selbst ein Bild der alten Identität, sogar ein Bild von Plastikmüll, den entscheidenden Hinweis geben kann."

▶ https://doi.org/10.1177/0022242919872156

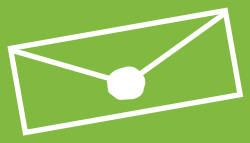
SIEVERTDRUCK&SERVICE.

Alexandra Sievert-Heidemann
Geschäftsführerin

Herzlichen Dank für Ihre Treue und die wundervollen, inspirierenden Mailings, die wir dieses Jahr für Sie realisieren durften!

SIE MÖCHTEN EIN MAILING ZUM JAHRESABSCHLUSS?

DANN FREUEN WIR UNS AUF IHRE KONTAKTAUFNAHME.



Ihr Kontakt zum professionellen Spendenmailing:
Alexandra Sievert-Heidemann
0521-557359-19
Sievert Druck und Service GmbH
Potsdamer Straße 220
D-33719 Bielefeld
www.druck-u-service.de
www.owlgoesfundraising.com

Der neue Weg zum Spender: ohne Silo-Denken

Persönliche Gedanken von Bianka Kurz

Silo-Denken und Bereichs-Egoismen stehen oft den inhaltlichen Zielen – der Vision – der Organisation im Weg. Wir sind so mit uns selbst beschäftigt, dass wir uns nicht konsequent auf die Person, auf die es ankommt, ausrichten und anpassen: den Spender. Denn es braucht alle, jeden Einzelnen in einer Organisation, um den Spender zu erreichen. Silo-Denken ist in vielen Bereichen und Organisationen zu finden. Angefangen bei Führungskräften – oft in einer Linien-Struktur – zieht es sich durch die Abteilungen und hemmt, gar vergiftet oftmals die Kommunikation zwischen den Teams. Hierarchische Silos machen Arbeitsprozesse ineffektiv, der gefühlte Wettbewerb zwischen Teams und einzelnen Kollegen steigt und Projekte erleiden Schiffbruch, weil die Ziele und Erwartungen der verschiedenen Teams nicht klar synchronisiert wurden. Die Art unserer Zusammenarbeit und der strategischen Planung muss sich ändern, um sicherzustellen, dass der Spender im Mittelpunkt unseres Handelns steht.

Gerade in Veränderungsprozessen, wie bei der Einführung neuer Systeme oder der Entwicklung einer Strategie, ist der Fokus stark auf den Output gerichtet. Dabei legen Führungskräfte oft keinen Wert auf das „Wie". Der Prozess, der Weg, ist hier aber entscheidend für den Erfolg. Es fehlt an professioneller Moderation und Prozessbegleitung, auch um Beteiligung sicherzustellen. Beteiligungsformate, die es möglich machen, systematisch die zu hören, die operativ arbeiten, die näher an den Spenderinnen und Spendern dran sind, zugunsten einer besseren Spenderbeziehung. Doch meistens entscheiden einzelne oder kleine Gruppen, schlimmstenfalls Führungskräfte, die nicht operativ arbeiten. Dies geht zu Lasten der Beziehung zwischen Organisation und Spendern.

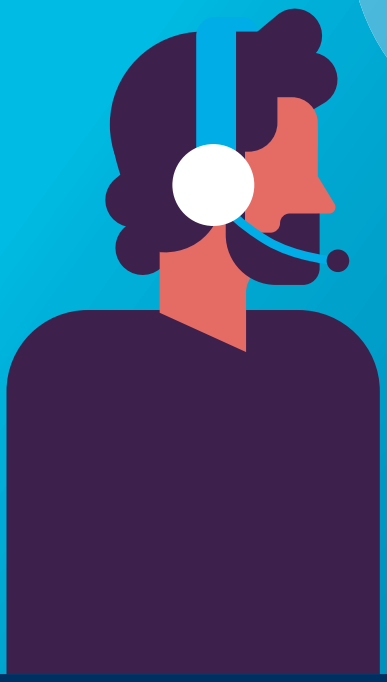
Wie wir arbeiten, verändert sich gerade (Stichwort New Work), der digitale Wandel ist nicht aufzuhalten. Start-ups, digitale Unternehmen, machen es gerade meiner Meinung nach besser: Sie konzentrieren sich auf den Menschen und seine Bedürfnisse. Mit der neuen Komplexität gibt es unter anderem auch neue Anforderungen an Führung, die Zusammenarbeit miteinander und an die individuellere Kommunikation mit den Spenderinnen und Spendern. Die agilen Methoden machen es vor: Fachlichkeit schlägt Hierarchie, Silos werden aufgebrochen. Diverse Teams, die kollaborieren und den Fokus auf den Prozess legen, kommen effektiver und zufriedener ans Ziel, schaffen es dabei, dass der Mensch im Mittelpunkt steht. Es gibt keinen klassischen Chef mehr. Ich denke, zukünftig haben die Organisationen die Nase vorn, die es schaffen, mehr zu moderieren und weniger zu dirigieren. Es geht darum, Kolleginnen und Kollegen zu vernetzen, Raum zu schaffen für Ideen und dabei Fehler zuzulassen, Diversität und Empowerment zu fördern und professionelle Begleitung für diesen Weg zuzulassen. Gemeinsam über die Strukturen nachzudenken, Teams sich selbst finden zu lassen. Anzuerkennen, dass wir alle auch mal unsicher sind und das gemeinsam aushalten können. Das kommt am Ende an, in wirksamer Programmarbeit, effektiveren Prozessen, höherer Zufriedenheit aller und im Spendenwachstum.

Bianka Kurz leitet den Online-Bereich der Deutschen Herzstiftung e.V. Zuvor war sie bei der Christoffel-Blindenmission als Teamleitung Fundraising-Innovation und bei World Vision als Fundraiserin beschäftigt. Ihre Expertise liegt auf den Themen strategischer Aufbau, Konzeption und Kampagnen.
▶ www.baerenherz.de

dialog4good

Die »Deutscher Spendenhilfsdienst Berlin GmbH« ist nun »dialog4good GmbH«

Wir verstehen Dialog



Fundraising-Kommunikation, die Bindung schafft.

UNSER ANGEBOT:

- In- & Outbound-Telefonie
- Spenderservice
- Chat-Service
- Beratung & Schulung

Illustrationen: shutterstock.com

Ihre Ansprechpartner:

Sebastian Maetzel · Manuela Ewert · Johannes Bausch

Telefon 030 232 553 000 · mail@dialog4good.de · www.dialog4good.de

MITGLIED IM: DDV Die treibende Kraft der Data Driven Economy

„Frauen haben Angst davor,

Manuela Rousseau will anderen Frauen Mut machen –

Macht zu übernehmen“

indem Sie über ihren eigenen Werdegang spricht

Sie war die erste Frau im Aufsichtsrat von Beiersdorf. Diese Wahl gewann sie aber nicht mit einem Fingerschnippen: Sie scheiterte im ersten Versuch, 1994, bevor sie fünf Jahre später beim zweiten Versuch die Wahl gewann. Da hatte Manuela Rousseau aber schon längst gelernt, wie wichtig der konstruktive Umgang mit Scheitern ist. Spricht man mit ihr am Telefon, kann man sich nur schwer vorstellen, dass diese so erfolgreiche Frau bereits seit fast 30 Jahren neben ihrer Tätigkeit im CSR für Beiersdorf auch als Dozentin an der Hochschule für Musik und Theater in Hamburg mit dem Themenschwerpunkt Fundraising-Management unterrichtet, seit 2001 mit dem Titel einer Professorin. Dabei war sie bereits zu einer Zeit im Fundraising unterwegs, als das Wort noch kaum bekannt war. Durch ihr ehrenamtliches Engagement gelang es ihr für die Rettung des Mahnmals der Hamburger Kirche St. Nikolai gemeinsam mit dem Verein 14 Millionen D-Mark an Spenden zusammenzubringen. Zeit hat sie aber darüber hinaus auch noch für viele weitere Aufgaben.

Von RICO STEHFEST

Erfolg kommt nicht von allein; man muss ihn wollen und dafür arbeiten. Das hatte Manuela Rousseau bereits sehr früh gelernt. Schon im Alter von 14 Jahren musste sie die Schule verlassen. Das Geld zuhause war knapp. Eine Lehre als Einzelhandelskauffrau ist nicht gerade das, was man als Startschuss in eine glänzende Karriere erwarten würde. Ihr Zuhause bot ihr alles andere als Rückhalt, ganz im Gegenteil. Ihre Mutter betonte immer wieder, wie enttäuscht sie doch darüber gewesen sei, dass sie „nur“ ein Mädchen statt eines Jungen geboren hatte. Und als Manuela Rousseau 1999 die Verdienstmedaille der Bundesrepublik Deutschland verliehen bekam, lies ihre Mutter sie wissen: „Ich hätte nie gedacht, dass Du mal mehr erreichst als Dein Bruder.“ Bereits zu jenem Zeitpunkt konnte Manuela Rousseau über diese Bemerkung lachen. Sie wusste, dass ihre Mutter auch stolz auf sie war, sie verweist im Gespräch darauf, dass es eben tradierte Rollenbilder sind, die ihr vorgelebt worden waren.

Damit war die Mutter nicht allein. Sichtbar wurde das auch, als Manuela Rousseau dank ihres Titels neue Visitenkarten benötigte. Was ihr die HR-Abteilung von Beiersdorf ausstellte, las sich „Manuela Professor“. Als sie die Kollegen darauf ansprach, hörte sie: „Sie haben doch geheiratet …“? Unvorstellbar, dass eine Frau solche akademischen Würden erhält, oder?

Manueal Rousseau hatte bereits früh den Mut gefunden, mit ihrem damaligen Mann und zwei Geschäftspartnern ein kleines Unternehmen zu gründen, sehr erfolgreich sogar. Trotzdem folgte mit Mitte zwanzig die unverschuldete Pleite, die Ehe ging zu Bruch. „An diesem Tiefpunkt habe ich beschlossen, dass ich keine Abhängigkeit mehr leben will. Ich will selbst bestimmen, wie ich arbeite, lebe und mich finanziell selbst versorge. Ich wollte Unabhängigkeit, und es lag an mir allein, wenn ich mit mir ins Reine kommen wollte.“

Dieser Entschluss zur selbstständigen Existenz aus der Zäsur heraus sollte sich letztendlich als der Auftakt für eine ungewöhnliche Karriere entpuppen, im Zuge derer bildete ihre Wahl in den Aufsichtsrat einen Meilenstein. Sie selbst wäre nie auf die Idee gekommen, mit ihren Errungenschaften als beispielhaft für andere Frauen wahrgenommen werden zu können. So wurde sie immer wieder darauf angesprochen, ob sie ihre Erfahrungen in einem Buch zusammenzufassen würde. Mit „Wir brauchen Frauen die sich trauen. Mein ungewöhnlicher Weg bis in den Aufsichtsrat eines Dax-Konzerns“ hat sie aber alles andere als einen Ratgeber verfasst. Sie bewegt sich in ihrem Text an ihren unterschiedlichen beruflichen Stationen entlang und lässt dabei vor allem eins nicht außen vor: Selbstzweifel und Unsicherheiten. Besonders diese so vermeintlichen Indikatoren für angebliche Schwäche machen den Text auffallend authentisch. Ob ihr diese Offenheit leichtgefallen ist? „Nein.“ Darauf folgt eine Weile erst mal nichts, bis sie schließlich davon erzählt, wie ihr Literaturagent … ▶

„Das Wir ist stärker als das Ich. Wir müssen anerkennen, dass gerade unsere unterschiedlichen Fähigkeiten es sind, die uns ausmachen."

... von den ersten Versionen ihres Exposés ganz und gar nicht begeistert war. Er wollte, dass sie viel stärker authentische Stories erzählte. „Es ging mir nicht um Selbstdarstellung. Ich wollte Frauen Mut machen. Das habe ich zuerst als Widerspruch empfunden." Sie berichtet davon, wie viel Kraft es sie gekostet habe, die Erfahrungen der Vergangenheit noch einmal zu durchleben. Das glaubt man ihr sofort.

Trotzdem scheint die Kraft immer für mehr also nur eine ehrenamtliche Aufgabe zu reichen. Bereits seit vielen Jahren ist sie auch als Mentorin für Frauen unterschiedlichen Alters und in verschiedenen Lebenssituationen tätig. Ohnehin ist die Liste ihres ehrenamtlichen Engagements geradezu unübersichtlich lang.

Als Mitglied des Zusammenschlusses „Frauen in die Aufsichtsräte" (FidAR e. V.) kämpfte sie mit ihren Mitstreiterinnen für die Frauenquote von 30 Prozent, die 2015 schließlich umgesetzt wurde. Trotzdem spricht sie mit Nachdruck von „Qualität statt Quantität" und sieht die Frauenquote als „die Krücke, das Ziel Gleichberechtigung schneller zu erreichen". Ich frage sie, ob sie folglich die Frauenquote als eine Art Zwischenlösung betrachtet. Ich habe meine Frage kaum ausformuliert, kommt es wie aus der Pistole geschossen: „Das will ich doch hoffen!" Ihr Ton ist dabei aber alles andere als der einer „Emanze". Aus ihren Worten spricht tiefe Überzeugung: „Je schneller wir sie wieder abschaffen können, desto besser. Aber im Aufsichtsrat von Beiersdorf haben wir auf der Arbeitnehmerseite inzwischen eine Verteilung von 50/50." Das habe die Quote bewirkt, da ist sie sich ganz sicher. „Da kann ich die Frauenquote also nicht einfach mal eben schlecht finden, sie wirkt." Bundesfamilienministerin Giffey will eine solche Quote auch für Vorstände durchsetzen, verbunden mit Sanktionsmechanismen. „Das hilft, etwas zu beschleunigen, was sich von allein eben nicht tut", findet Rousseau. Schaut man auf die Zahlen im Topmanagement der größten DAX-Konzerne, stehen dort 61 Frauen 640 Männern gegenüber. Das führt im Prinzip zu einer verzerrten Wahrnehmung, wenn es in diesen oberen Etagen zu personellen Veränderungen kommt und Frauen ihren Hut nehmen. Dann fragt sich manch einer, was da schon wieder los war. Manuela Rousseau betrachtet das aber geschlechtsneutral. „Das ist wie mit der Nationalmannschaft, eine Aufgabe, die man nicht ein Leben lang machen kann. Das kostet viel, sehr viel Energie. Wenn ein Mann geht, nimmt niemand Notiz. Verlässt eine Frau einen angesehenen Posten, heißt es, sie sei gescheitert." Sie verweist auf ein hohes Maß an psychischer Belastbarkeit, das nicht jedermanns Sache sei. „Wenn zehn Frauen gehen, fällt das auf. Wenn zehn Prozent der Männer gehen, kümmert sich niemand darum."

Genau das ist es, was in ihren Augen für Frauen auch sehr häufig ein Mindset ausmacht, wenn es um die eigene Karriere geht: die Herausforderung, sich sichtbar zu machen, wovor wohl offenbar viele Frauen zurückschrecken. Im Kollegenkreis kann persönliche Entwicklung nämlich auch negativ wahrgenommen werden: „Das hat damit zu tun, dass Frauen untereinander nicht immer wohlwollend reagieren, wenn sich eine Frau hervortut. Geht eine Frau im Team ‚nach vorn', fühlen sich andere Frauen oft abgehängt. Da ist dann auch manchmal ein bisschen Missgunst im Spiel. Mit einem solchen Schritt kann es vorkommen, dass man nicht mehr Teil des Teams ist." Und genau das wollen viele Frauen offenbar nicht. Hinzu kommt die wortwörtliche Sichtbarkeit, wenn Frauen eher auf ihr Äußeres reduziert werden als Männer. „Wir Frauen sollten uns stärker wertschätzend gegenseitig miterziehen, mehr Solidarität zeigen. Wir können da noch viel lernen."

Lernen kann man, ganz im Ernst, tatsächlich auch jede Menge von Helene Fischer, glaubt man Manuela Rousseau, denn wer die Klaviatur der PR zu bedienen weiß, verschafft sich einen persönlichen Markenkern und erzielt die gewünschte positive Sichtbarkeit. Das gilt für Frauen genau wie für Männer. Deshalb lohnt sich die Lektüre dieses Buches eben auch gerade für Letztere. Das bekommt sie auch zurückgespiegelt. „Das Wir ist stärker als das Ich. Wir müssen anerkennen, dass gerade unsere unterschiedlichen Fähigkeiten es sind, die uns ausmachen. Das ist eine elementare Säule, wenn wir fit sein wollen für die Zukunft, die Digitalisierung und transformative Prozesse."

Am Ende unseres Telefonats, nach ganzen eineinhalb Stunden, liest sie aus einigen Briefen und E-Mails vor, die sie als Reaktion auf ihr Buch erhalten hat. Da heißt es unter anderem: „Ich möchte mich für Ihren Mut bedanken." Manuela Rousseau kommentiert das mit den Worten, da bliebe ihr die Sprache weg. Gleichzeitig zeigt sie sich so überrascht wie begeistert vor jeder einzelnen positiven Reaktion. Das kann man gut verstehen.

▶ www.manuelarousseau.de

Wir brauchen Frauen die sich trauen. Mein ungewöhnlicher Weg bis in den Aufsichtsrat eines DAX-Konzerns
Das Buch ist im Ariston-Verlag erschienen und kostet 20 Euro (Österreich: 20,60€; Schweiz: CHF 27,95). In ihrem Text zeigt die Autorin, welche Wertschätzung auch sich selbst gegenüber entstehen kann, wenn das eigene Tun immer wieder reflektiert wird, man die Bereitschaft entwickelt, Risiken einzugehen und Fehler machen darf.

Wir verlosen ein Exemplar des Buchs. Senden Sie einfach bis 6.12.2019 eine E-Mail mit dem Kennwort „Mut" an *gewinnen@fundraiser-magazin.de*. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

TeleDIALOG hilft Ziele zu erreichen.

Foto: AdobeStock (Maygutyak)

* *Dabei können wir helfen: im telefonischen Dialog mit Ihren Interessenten. Als erfahrene Spezialisten für Telefon-Fundraising sorgen wir seit 20 Jahren für wertvolle Kontakte zu Förderern und Spendern. Eine direkte und dauerhafte (Ver-)Bindung, die sich auszahlt! Rufen Sie uns an und erfahren Sie, wie wir für unsere aktuellen Kunden erfolgreich und beschwerdefrei Spenderinnen und Spender für weitere Schritte im Nachlass-Fundraising qualifizieren.*

TeleDIALOG
Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

Arbeit und Karriere im Fundraising

+ + + Expertise, Erfahrung, Empathie: Vom Wechsel aus der Wirtschaft in die Gemeinnützigkeit + + + Wie Headhunter im Fundraising arbeiten – und Wechselwillige davon profitieren + + + So finden NGOs die richtigen Talente und machen einen guten Eindruck + + + Stellenbörsen im Internet + + + Berufspraxis: Einsteiger im Fundraising stolpern nicht selten über eine Lücke im System + + + Fundraising-Ausbildung mit Uni-Abschluss + + + Nicht nur die Work-Life-Balance muss stimmen, auch im Job selbst braucht es Balance + + + Schöner Scheitern: Wie ich zur Co-Abhängigen wurde + + +

Expertise, Erfahrung, Empathie

Vom Wechsel aus der Wirtschaft in die Gemeinnützigkeit

Guten Tag! Ich heiße Olaf Höwner und bin der Erbschaftsfundraiser des IFAW Internationalen Tierschutz-Fonds in Deutschland …" Dass ich mich einmal so bei einer Begrüßung vorstelle, hätte ich noch vor einem Jahr nicht für möglich gehalten. Und dass ich das mit solch einer Selbstverständlichkeit mache, wäre mir schon gar nicht in den Sinn gekommen.

Warum fühlt sich das gut an und warum fühle ich mich so gut dabei? Das hat auch etwas mit meiner beruflichen Vergangenheit zu tun. Als junger Wirtschaftswissenschaftler gelang mir nach der Wende in Berlin der berufliche Einstieg bei einem renommierten Finanzdienstleister. Eine spannende Zeit des Aufbaus, des Sich-Frei-Ausprobieren-Könnens, von erlebter Vielfalt. Ich konnte echt etwas bewirken und der berufliche Erfolg, der sich einstellte, nahm mir materielle Sorgen und sicherte Unbeschwertheit. Auch meiner Frau, die ich beim Studium kennengelernt hatte, gelang die Ankunft im schönen neuen Leben.

Und dennoch, trotz des großen Raumes, den die Arbeit irgendwann im Leben einnahm, blieb mein Blick offen für die Welt. Die Tagesschau schien am Abend zu zeigen, dass es uns eigentlich gut geht, verglichen mit dem Leid anderswo: Krieg, Flucht und Vertreibung, Ausbeutung, Umweltzerstörung. Ich blieb wach und kritisch und unterstützte – wegen selbst vermutetem oder tatsächlich erlebtem Zeitmangel – mit Geld Organisationen, die sich auch stellvertrend für mich an die Bearbeitung der dringendsten Probleme machen: medizinische Hilfe im Süd-Sudan, würdige Arbeit für Roma in der Slowakei, sichere Radwege in unserer autogerechten Heimat oder politische … ▶

... Aufklärung und zivilgesellschaftliches Wirken in Zeiten von Fake News. Aber meine persönliche Unzufriedenheit wuchs. Ich erkannte, dass wir nur an Symptomen arbeiteten und die wirkliche Ursache nicht im Blick hatten: unsere extensive Art der Produktion und des Konsums auf Kosten des globalen Südens und der unerschütterliche Glaube an den Markt als Resultat neoliberaler Politik.

So wurde die Kluft größer zwischen meinem bewussten Leben privat und dem im Büro. Maximale Gewinnorientierung und der fixe Blick auf den Kurszettel verleiten nicht zu langfristigem Agieren. Verantwortung spürt man vor allem gegenüber den Aktionären. „Nachhaltigkeit" und „Zukunftssicherung" werden vom Marketingsprech gekapert, so wie „Sharing Economy" zum Euphemismus mutiert. Und es passierte noch etwas: Persönliche Meinung behielt man neuerdings für sich. Mancher wurde sogar krank.

Ein gutes Gehalt, Privilegien und die Aussicht auf eine bestmögliche Altersversorgung konnten das irgendwann nicht mehr ausgleichen. Letztlich brauchte es dann nur noch eines letzten Anstoßes – die direkt an mich adressierte Aufforderung, zu gehen. Dem folgte eine faire Trennung nach dann immerhin schon fast 27 Jahren. Den Menschen, mit denen ich in dieser Zeit an allen Stellen zu tun hatte, bin ich dankbar.

So, dann konnte es losgehen: Nur eben noch kurz zur Arbeitsagentur und dann direkt zu den „Guten" und an den „Job mit Sinn". Doch die warten nicht – jedenfalls nicht auf mich. Ich bewarb mich, suchte Kontakte. Zurückhaltende Reaktionen und gefühlte Skepsis im Dritten Sektor: Was will der und warum? Passt der zu uns? Können wir den bezahlen? Dann stieß ich auf Talents4Good und deren Angebot für ein Coaching, speziell für „Talente" wie mich: berufs- und lebenserfahren in einer „alten" Industrie und echt beseelt davon, endlich abends wieder zufrieden nach Hause zu gehen. Vielmehr brauchte ich auch nicht. Naja, es sollte schon drin sein, morgens mit dem Rad ins Büro zu fahren.

Das Coaching half mir dabei, mir selbst noch mal Klarheit darüber zu verschaffen, was ich kann und wohin genau ich passen will. Die Monate der Arbeitslosigkeit vergingen, das Amt unterstützte mich nicht wirklich. Zu exotisch die Vergangenheit und vielleicht zu naiv die eigene Zukunftsplanung? Und dann bin ich ja auch schon 54 ... Zu Hause sitzen blieb ich nicht. Ehrenamtlich brachte ich mich und mein Know-how in einer noch jungen Waldgenossenschaft ein. Natur und besonders der Wald haben mich schon immer fasziniert. Und die „Waldmenschen" machen ernst mit nachhaltiger Wiederaufforstung, und das ganzheitlich mit dem Blick auf Boden, Wasser, Klima, Tier und Mensch. Die Zeit verging schnell. Auf Messen, Reisen und bei Gesprächen traf ich viele inspirierende Menschen.

Ich suchte weiter, knüpfte weiter Verbindungen und bekam irgendwann durch meine Begleiter bei Talents4Good einen Hinweis auf eine Tier- und Artenschutzorganisation, von der ich bis dahin, um ehrlich zu sein, noch nichts gehört hatte. Die stellten sich gerade neu auf und suchten zur Verstärkung einen Fundraiser für Testamentsspenden. Das klingt nicht sofort nach der ganz großen Weltrettung oder nach dem zupackenden Einsatz an der Front im Kampf gegen Ungerechtigkeit. Aber mir eröffnete sich schon im Bewerbungsprozess beim IFAW ein Einblick in die praktische Arbeit einer NGO, und bereits der erste Kontakt mit engagierten Kolleginnen und Kollegen gefiel mir. Auch wurde mir deutlich, dass ich an dieser Stelle echt einen Beitrag leisten kann mit dem, was ich mitbringe: Expertise, Erfahrung, Empathie. Das beste: Sie nahmen mich, gaben mir in der Folgezeit viel Raum, mich zu entwickeln und weiterzubilden und mein Arbeitsgebiet selbst mitzuformen, innerhalb eines internationalen Teams und versehen mit einer langfristigen Strategie. Das ist es, was sich gut anfühlt.

Und mit dem Rad sind es durch das Niendorfer Gehege und entlang der Kieler Straße bis Altona morgens etwa 35 Minuten ...

Olaf Höwner wurde 1963 in Halle (Saale) geboren. Nach mehr als zweieinhalb Jahrzehnten in leitenden Funktionen bei einem global agierenden Versicherungskonzern wechselte er 2018 in den Non-Profit-Bereich. Für die Tier- und Artenschutzorganisation International Fund for Animal Welfare (IFAW) verantwortet er das Erbschaftsfundraising im deutschsprachigen Raum. Der Diplom-Ökonom bringt neben seiner Wirtschaftsexpertise und einem gewachsenen Netzwerk vor allem auch Lebenserfahrung ein. Ehrenamtlich unterstützt Olaf Höwner eine Hamburger Waldgenossenschaft.

Gezielt auf der Suche nach guten Köpfen

Wie Headhunter im Fundraising arbeiten – und Wechselwillige davon profitieren

Die Nachfrage nach Fundraiserinnen und Fundraisern mit Erfahrung in Organisationen und Agenturen steigt. Profis sind ein gefragtes Gut. Davon können aktuell besonders die „alten Hasen", aber auch High Potentials „aus der zweiten Reihe" profitieren, die von Headhuntern angesprochen werden. Oder Sie werden selbst aktiv, um den nächsten Karriere- oder Vergütungsschritt einzuleiten.

Von KURT MANUS

Karriere in Vereinen oder Stiftungen sind nichts Außergewöhnliches mehr. Professionelle Strukturen und Arbeitgeber wie Kliniken oder Hochschulen bieten Karrieremöglichkeiten, die mit denen in der Wirtschaft durchaus mithalten können. Doch Fachkräfte werden immer rarer. Der „Kampf um die qualifiziertesten Köpfe" ist auch bei NGOs angekommen.

Agenturen für Headhunting und Personalberatung sind ein möglicher Weg, die begehrten Fach- und Führungskräfte zu finden. Cornelia Kliment führt seit vielen Jahren das Unternehmen DHV-Funds-Consult, das gemeinnützige Organisationen bei der Einstellung von Personal berät und auch die passenden Leute sucht. „Die Nachfrage steigt derzeit exponentiell, wir haben in diesem Jahr doppelt so viele Stellen besetzt wie im letzten Jahr. Das war unser bisher bestes Jahr zur Besetzung von Fundraisingstellen in Hochschulen, Stiftungen und der gesamten Philanthropie, das wir in den vergangenen zehn Jahren hatten", berichtet sie stolz. 40 Prozent waren Positionen in Hochschulen und 60 Prozent in Stiftungen und anderen NPOs.

Beim Headhunting geht es meist um Führungskräfte oder Jobs mit speziellen Fähigkeiten wie Großspenden oder IT und Online-Marketing. Doch wie trifft man eigentlich auf Headhunter?

Netzwerken und Selbstvermarktung

Eine Möglichkeit sind Fachveranstaltungen und Networking. „Beim letzten Fundraisingkongress im Mai bin ich von 27 Kollegen angesprochen worden, die mir mitteilen wollten, dass sie wechselbereit sind", berichtet Headhunterin Kliment. Recherchiert wird aber auch selbst. Ein aussagekräftiges Xing-, oder LinkedIn-Profil erleichtert Headhuntern die Arbeit enorm. Insbesondere die Qualifikationen und die Kontaktadresse sollten immer aktuell gehalten werden. Bei Xing bietet sich dafür die Kategorie „Ich biete" an. Bei LinkedIn sind es Qualifikationen, die von anderen Mitgliedern des Netzwerks bestätigt werden können. Dazu kann man auch aktiv auffordern, um seine Chancen zu verbessern.

Sichtbar werden und Kompetenz zeigen

Menschen, die an ihrer Karriere arbeiten wollen, nutzen auch Fachveranstaltungen und Fachpublikationen, um auf sich aufmerksam zu machen. Ein Fachartikel oder die Vorstellung einer Masterarbeit mit Fundraising-Bezug – im Fundraiser-Magazin gedruckt, mit einer kurzen Vita versehen, zeigt die Kompetenz fürs Thema. Auch eine Präsenz als Referentin oder Speaker auf Kongressen und Fundraisingtagen kann die Aufmerksamkeit für die eigene Person steigern. Dort kommt man außerdem persönlich ins Gespräch und wird natürlich mit seiner Vita und seinen Themen im Internet auffindbar. Das kann schon sehr wertvoll sein.

Die Aufgabe von Headhuntern ist aber nicht nur, die beste Personallösung für den Arbeitgeber zu finden, auch ... ▶

Gesucht und gefunden

So finden NGOs die richtigen Talente und machen einen guten Eindruck

Was waren das noch Zeiten, als auf eine Stellenanzeige die große Auswahl an Bewerbungen folgte. Davon können kleinere Organisationen nur noch träumen. Die Anzahl qualifizierter Bewerber geht zurück. Wir geben Tipps, wie Organisationen schon in der Stellenanzeige überzeugen.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Erfolgreich Stellen zu besetzen ist heute ein harter Job. Viele Organisationen haben dafür dennoch nicht einmal einen Personalverantwortlichen und es bleibt Chefsache. Experten rechnen mit drei bis sechs Monaten für die Neubesetzung einer Stelle. Grund genug, an den richtigen Stellschrauben zu drehen, um so viele qualifizierte Menschen wie möglich zu erreichen.

Fakten-Text schlägt Gratis-Obst

Stellenanzeigen zu schalten wird noch eine ganze Weile unverzichtbar sein. Eine Investition in die Qualität der Ausschreibungen ist also keine vertane Zeit. Schlechte Anzeigen schrecken sogar ab. Das gilt vor allem für den Text der Anzeige, den Bewerber laut verschiedener Studien höher priorisieren als beispielsweise Employer-Branding-Floskeln und Gratis-Obst. So sollten die Inserate generell als Bewerbung um Talente aufgefasst werden: Die Organisation bewirbt sich, nicht umgekehrt. Deshalb sind Übertreibungen oder ein zu großer Detailreichtum fehl am Platz. Kandidaten sollen sich mit dem Job-Angebot identifizieren können. Die Aufgabe muss also möglichst präzise und nachvollziehbar beschrieben werden, anstatt Einzeltätigkeiten ohne erkennbaren Zusammenhang aufzulisten.

Treffender Job-Titel

Ein häufiger Fehler wird beim Jobtitel gemacht. Verwirrung stiften beispielsweise Abkürzungen und interne Begrifflichkeiten wie „Referent/in Geschäftsbereichsentwicklung FB 3“. Sie führen dazu, dass die Stellenanzeige in Trefferlisten von Online-Jobbörsen oder Suchmaschinen schlecht oder gar nicht gefunden wird. Empfehlenswert ist auch „Managerin/Manager (w/m/d)“ statt nur „Manager (w/m/d)“ zu schreiben. Denn eine ambitionierte Fachfrau wird online nicht nach „Manager“ suchen. So zeigen Sie außerdem, dass Sie es ernst damit meinen, eine weibliche Führungskraft einstellen zu wollen und nicht nur das Anti-Diskriminierungs-Gesetz berücksichtigen.

Zahlen zählen

Sie können ein überzeugendes Gehalt bezahlen? Prüfen Sie, ob es irgend möglich ist, in der Stellenanzeige eine Hausnummer zu nennen, statt auf Floskeln auszuweichen. Auch der Bezug auf den TVöD mit allerlei Zusätzen ist wenig hilfreich, weil Bewerber aus der freien Wirtschaft mit dem „Tarifvertrag öffentlicher Dienst“ meist nichts anzufangen wissen. In Österreich ist die Angabe eines Mindestgehalts schon seit 2011 verpflichtend. In Deutschland fällt man so unter den Job-Annoncen auf jeden Fall auf! Sie müssen ja nicht gleich ein Kopfgeld aussetzen, wie in der Pflegebranche üblich.

Es darf menscheln

Ganz wichtig: Menschen stellen Menschen ein. Noch immer gibt es Stellenanzeigen ohne konkreten Ansprechpartner oder Telefon-Durchwahl. Mit einem Video, in dem über die Arbeit in der Organisation berichtet wird, könnte man einen schönen Aha-Effekt erzielen. Das ist auch über Karrierenetzwerke oder Social Media gut verbreitbar. Immerhin gilt – nach dem Gehalt – die Arbeitsatmosphäre als zweitwichtigstes Argument für Bewerber.

Stellenbörsen im Internet

... gibt es jede Menge. Die wohl bekanntesten sind Monster, Stepstone und indeed und seit diesem Jahr auch Google for Jobs. Doch sind die auch das richtige Umfeld für Jobs wie Kommunikation, Fundraising, PR und Marketing in einer NGO? Nicht unbedingt, denn dort findet man eventuell Quereinsteiger, aber keine Experten. Da bieten spezielle Stellenbörsen deutlich bessere Trefferquoten:

▶ fundraising-jobs.de
Die Online-Jobbörse des Fundraiser-Magazins: kostenfrei für Jobs aus dem deutschsprachigen Raum. Stellenanzeigen im Print-Magazin werden mit 30 Prozent rabattiert und erscheinen in der beliebten Rubrik „Köpfe und Karrieren".

Fundraisingverbände
Die Fundraisingverbände der Schweiz, Österreichs und auch Deutschlands haben eigene Stellenbörsen, die für Mitglieder meist kostenfrei sind.
▶ swissfundraising.org | ▶ fundraising.at | ▶ dfrv.de/stellenboerse

---

▶ sozialmarketing.de
Der gern gelesene Blog eines Autorenkollektivs bietet auch die Chance, seinen Job zu promoten. Einfach online und kostenfrei einstellen.

Fundraising-Akademie
Als Absolvent der Fundraising-Akademie besteht auch die Möglichkeit, sein Job-Angebot im Alumni-Netzwerk der Akademie zu veröffentlichen. Die Stellenangebote werden über E-Mail an die Alumni versendet. Ansprechpartnerin ist Heike Sommer.
▶ fundraisingakademie.de

Bundesverband Deutscher Stiftungen
Der Bundesverband verfügt über eine Börse für Jobs im Stiftungswesen. Nur Mitglieder des Verbandes können dort kostenlos Stellen veröffentlichen. Sonst ist eine Gebühr von 200 Euro fällig.
▶ stiftungen.org

▶ Kampajobs.ch /.de
Die Idee kam aus der Schweiz, und auch in Deutschland gibt es die Seite für Jobs in Non-Profit-Organisationen. 150 Franken bzw. 180 Euro ist der aktuelle Preis für eine Stellenanzeige.

▶ nachhaltigejobs.de
Gemeinnützige Organisationen zahlen für eine Veröffentlichung von vier Wochen 99 Euro.

▶ jobverde.de
Bewirbt das Portal mit dem Slogan „Jobs mit Sinn".
Mit 94 Euro ist das Stellenangebot einen Monat online.

▶ ngojobs.eu
Das österreichische Jobportal bietet ab 94,80 Euro eine Stellenanzeige für einen Monat.

▶ greenjobs.de /.ch / green-jobs.at
Sind spezialisiert auf Jobs im Umweltbereich.
Greenjobs.de ist für Organisationen kostenfrei.

▶ epojobs.de
Sie sind eine NGO in der Entwicklungszusammenarbeit?
Dann ist das die Börse für Sie. Ab 47,60 Euro pro Monat steht Ihr Inserat online.

▶ tbd.community
Die Plattform ist für Social Entrepreneure und Weltverbesserer geeignet.
Kosten: ab 178,50 Euro.

... wenn der zum Schluss die Zeche zahlt. „Entweder ein Drittel des ersten Jahresgehalts oder ein Festpreis zwischen 20 000 und 30 000 Euro" koste das, verrät Headhunterin Kliment. In diesem Preis ist die gesamte Stellenbesetzung, von der Ausschreibung mit Veröffentlichungen über den Such-Prozess, den Stellenbesetzungstag und die Entscheidungsberatung bis zum unterschriebenen Vertrag, enthalten.

Kandidaten coachen und vorbereiten

Aber auch die Bewerber haben etwas davon. „Natürlich ist mein Mandant die Hochschule oder die Stiftung, aber ohne exzellente Netzwerke unter den Kandidaten funktioniert kein Mandat. Ich kenne den Mandanten in der Regel sehr gut und kann Fragen beantworten, Bedenken zerstreuen und meinen Kandidaten sehr gut coachen und auf den Stellenbesetzungstag und die neue Aufgabe vorbereiten."

Abwerben und nachverhandeln

Die hohe Nachfrage stärkt auch die Verhandlungsbasis für Wechselwillige. Wie die Personalagentur Talents4Good in ihrer Studie „Arbeitsmarkt Fundraising" bestätigt, ist der Fachkräftemangel im Fundraising bereits akut. Arne Peper, Bereichsleiter Fördererservice des Malteser Hilfsdienstes, bekannte in der Studie: „Es gibt mehr Stellen als Bewerberinnen und Bewerber. Vielen NGOs ist gar nicht bewusst, dass gezielte Abwerbung durch andere Organisationen ein Damoklesschwert ist, das über vielen schwebt." Andere wiederum setzen auf Quereinsteiger, um die Lücken zu füllen. Das wiederum bedeutet für angestellte Fundraiserinnen und Fundraiser, dass sie selbstbewusst um ein Personalgespräch bitten sollten, wenn sie ihren gestiegenen „Marktwert" auch auf der Gehaltsabrechnung wiederfinden wollen.

Spezialisierte Personalagenturen
· Kampahire.ch
· talents4good.de
· Hochschulverband/DHV-Funds-Consult

Fundraising-Studium – und dann?

Berufseinsteiger im Fundraising stolpern nicht selten über eine Lücke im System

Es ist nicht gerade so, dass der Trend zu weniger Fundraising ginge. Fundraiser sind gesucht. Allerdings hat die Sache ganz offenbar einen Haken, der genau dann deutlich wird, wenn man sich eine durchschnittliche Stellenausschreibung anschaut: In der Regel werden zwei, oft sogar fünf Jahre praktischer Erfahrung im Fundraising vorausgesetzt. Nur: Wie soll man die erlangen, wenn man als Berufseinsteiger dafür keine Gelegenheit erhält?

Von RICO STEHFEST

Natürlich gibt es Wege, über einen Quereinstieg ins Fundraising zu gelangen. Oder man fängt „ganz klein" über Face-to-Face an. Diesen Weg gehen möchte aber nicht jeder. Zudem darf man sich gern fragen, wozu es Bildungsanbieter mit unterschiedlichem akademischem Niveau gibt, wenn nach dieser Theorie so gut wie keine Praxismöglichkeiten geboten werden?

Michael Urselmann, Professor für Sozialmanagement mit dem Schwerpunkt Fundraising an der Technischen Hochschule Köln, hat dieses Problem bereits vor einigen Jahren erkannt und das Modellprojekt eines studienbegleitenden Volontariats entwickelt. Die Betonung dabei liegt tatsächlich auf dem Begriff des Volontariats, denn ein Praktikum sollte es genau eben nicht sein. Wer als Student das Aufbaumodul Fundraising bei Professor Urselmann belegt und zukünftig diese Richtung einschlagen will, soll die Möglichkeit der zusätzlichen Spezialisierung haben, ohne aber noch ein ganzes weiteres Studium hinten dran zu hängen. Dank guter Beziehung Urselmanns zur Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) in Winterthur sollte es Studenten ermöglicht werden, dort innerhalb eines Jahres ein Diplom im Fundraising-Bereich zu erlangen und zeitgleich dazu auf einer Vollzeitstelle in einer NGO direkt an die Praxis herangeführt zu werden. Und das bei einem angemessenen Lohn.

Im Zeitraum 2017/2018 gab es dafür den ersten Durchlauf. Mit im Boot waren die NGO Germanwatch in Bonn und das Erzbistum Köln. Für Letzteres war dieses Experiment ein ziemlicher Kraftakt. Ganze drei Jahre hat es gebraucht, bis das Erzbistum alle arbeitsrechtlichen Regelungen bewältigen konnte und schließlich Julia Gitzler einstellte, die heute für die Alzheimer-Forschung in Düsseldorf für Zustiftungen und Erbschaften zuständig ist.

Erste Erfahrungen mit Volontariat

Für sie war das Jahr eine rundum positive Erfahrung: „Die Kollegen vom Erzbistum haben sich in der Zeit sehr offen gezeigt. Wenn ich meine Aufgaben erledigt hatte, konnte ich auch in der Arbeitszeit für meine Klausuren lernen." Die praktische Seite sah konkret ihr Engagement im lokalen Fundraising für eine Kirchgemeinde vor, die sie drei Mal pro Woche betreut hat. „Ich konnte da ein bisschen das Fundraising aufbauen. Das war dort noch gar nicht so bekannt. Deshalb wollte man dafür auch eigentlich kein Geld ausgeben. Ich hab mich da einfach durchgebissen. Am Ende habe ich im Verlauf des Jahres für eine Kita 100 000 Euro gesammelt", so Gitzler. Ganz zweifelsfrei ist das ein beachtlicher Erfolg. Gitzler betont außerdem, dass ihr das Volontariat zudem sehr viele Türen geöffnet hätte.

Ein Experiment, das geglückt ist

Genau so klingen auch die Worte von Hannah Safaei Rad-Schäfer, die ihr Volontariat bei Germanwatch erlebt hat. Sie hatte bereits im Vorfeld als Sozialarbeiterin im Drogenmilieu gearbeitet. „Aber als Sozialarbeiterin in den Managementbereich zu kommen, das ist schwer. Ich wollte auch mal eine andere, eher theoretischere Perspektive kennenlernen", so Rad-Schäfer. Germanwatch zieht nach dem ersten Versuch eine durchweg positive Bilanz: „Die Einrichtung einer Volontariats-Stelle war ein Experiment, das geglückt ist. Wir haben auf Anhieb eine passende Person gefunden, die den personellen Spielraum vergrößert und frischen Wind ins Team gebracht hat. Als lernende Organisation optimieren wir aus den Erfahrungen des ersten Durchgangs für das zweite Jahr. Zentral für uns ist eine solide theoretische Grundlage durch begleitende Fort- oder Ausbildung", so Pascal Molinario, Teamleiter Öffentlichkeitsarbeit, Mitglieder-

und Spenderservice bei Germanwatch. Im Klartext bedeutet das, dass im September bereits die nächste Volontärin eingestellt werden konnte. Im Erzbistum Köln hingegen sieht es anders aus. Aufgrund personeller Veränderungen und damit einhergehender Verschiebungen in den Prioritäten ist die Stelle nach einem Durchgang wieder gestrichen worden.

Zu aufwendig und kompliziert

Michael Urselmann wirkt diesbezüglich mittlerweile etwas hilflos. Seinen Worten zufolge will er das Projekt zunächst nicht weiter verfolgen. Zu aufwendig und kompliziert haben sich jeweils Verhandlungen mit möglichen NGOs gestaltet. Der Knackpunkt war dabei jedes Mal, dass keine der angesprochenen Organisationen bereit war, ein Gehalt zu zahlen. Als Julia Gitzler ursprünglich selbstständig auf der Suche nach einer Volontariats-Stelle war, hat sie genau diese Erfahrung ebenso machen müssen.

Flexibles Finanzierungsmodell

Wird hier ein grundsätzliches Problem der Branche deutlich? So oder so will Urselmann nicht komplett die Flinte ins Korn werfen. So könnte er sich beispielsweise ein flexibles Modell der Finanzierung vorstellen. „Eine Organisation sollte für einen Volontär 20 000 Euro Jahresgehalt in die Hand nehmen. Allerdings kostet ja auch das Diplom in Winterthur gut 10 000 Euro. Ich kann mir vorstellen, dass eine NGO beispielsweise ein niedrigeres Gehalt zahlt, dabei aber beispielsweise die Kosten für das Diplom übernimmt. Das könnte dann aus einem anderen Topf genommen werden“, so Urselmann. Grundsätzlich sieht er auch die Möglichkeit einer Zusammenarbeit mit der Fundraising Akademie. Denkbar wäre auch eine vergünstigte Teilnahme für Studenten am Fundraisingkongress, um überhaupt die Branche und deren Möglichkeiten bekannt zu machen und Türen zu öffnen. Der Fundraising Verband Austria bietet dafür bereits seit geraumer Zeit Stipendien an. In Großbritannien wird sogar regelmäßig die gesamte Fundraising-Branche dazu aufgerufen, spezielle Stipendien für die Teilnahme an einem Kongress zu finanzieren. „Mit einer solchen Teilnahme können sich potenzielle Fundraiser ‚den Virus‘ einfangen. Fundraiser fallen eben nun mal nicht fertig vom Baum“, so Urselmann.

Master und Diplom

Fundraising-Ausbildung mit Uni-Abschluss

Weiterbildung stärkt die Karrierechancen. Eine echte Fundraising-Ausbildung mit Diplom oder Master-Abschluss ist zweifelsohne wertvoll. Aktuell kann im deutschsprachigen Raum ab 2020 an vier Hochschulen solch eine Abschluss erworben werden. Aber das ist nicht billig: Für die Ausbildung sind zwischen 10 000 und 16 000 Euro zu zahlen; Reise, Verpflegung und Übernachtung noch nicht inbegriffen. Weniger etwas für Studenten, sondern eher für Menschen, die schon im Berufsleben stehen und diese Karrierechance nutzen wollen. Oft genügt Praxiserfahrung als Zugangsvoraussetzung, ein Hochschulabschluss ist nicht unbedingt erforderlich. Hier vier Angebote im Faktencheck.

Master „Fundraising-Management und Philanthropie“
Abschluss: Master of Arts (M.A.)
Start: Wintersemester 2020
Träger: Fundraising Akademie in Kooperation mit der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen
Voraussetzung: Hochschulabschluss oder Praxiserfahrung
Dauer: 1,5 Jahre berufsbegleitend
Besonderheiten: Ausgebildete Fundraising-Manager der Fundraising Akademie zahlen nur 7900 Euro.
Kosten: 16 900 Euro, Frühbucher zahlen 1000 Euro weniger

DAS Fundraising Management
Abschluss: Diploma of Advanced Studies (30 ECTS)
Start: 11.9.2020
Träger: ZHAW School of Management and Law, Winterthur
Voraussetzung: Hochschulabschluss oder Praxiserfahrung
Dauer: 1,5 bis 2 Jahre, berufsbegleitend
Besonderheiten: Mitglieder von Swissfundraising erhalten einen Rabatt von CHF 500
Kosten: CHF 13 400

Diplomlehrgang Verbands-/NPO-Management
Abschluss: Diploma of Advanced Studies
Start: Wintersemester 2020
Träger: VMI
Voraussetzung: Praxiserfahrung
Dauer: 1 Jahr, berufsbegleitend
Besonderheiten: Förderer des VMI erhalten eine Rabatt von CHF 400 bzw. 400 Euro.
Kosten: CHF 12 800 oder 11 600 Euro

Weiterbildungsstudiengang „Nonprofit-Management and Governance“
Abschluss: Master of Arts (M.A.)
Start: April 2020
Träger: WWU Weiterbildung gemeinnützige GmbH
Voraussetzung: Hochschulabschluss und 1-jährige Praxiserfahrung
Dauer: 1,5 Jahre, berufsbegleitend
Kosten: 9875 Euro

Das schaffe ich auch noch …

Nicht nur die Work-Life-Balance muss stimmen, auch im Job selbst braucht es Balance

Gerade Frauen neigen dazu, sich zu überfordern. Ein bisschen mehr geht immer: im Job, in der Familie, im Ehrenamt. „Aufgaben erledigt – aber ausgebrannt", ein Schicksal, das (gerade) Frauen teilen. Aber warum ist das so, und was lässt sich dagegen machen? Warum trifft es so häufig Frauen und wie schaltet SIE einen Gang runter, oder auch zwei?

Von ULRIKE REICHE

Wer wünscht sich nicht ein gutes Miteinander, beruflich wie privat? Frauen sind es, denen besondere Talente zugeschrieben werden, soziale Beziehungen und eine reibungslose Zusammenarbeit zu gestalten. Kommunikationsfähigkeit, Einfühlungsvermögen und Organisationstalent werden häufig genannt. Die Kehrseite davon ist, dass Frauen dazu neigen, sich an den Bedürfnissen anderer auszurichten.

Die Falle „Soziale Kompetenz“

Besonders auffällig wird das, wenn sich ein Kind eingestellt hat. Die neue Familiensituation verlangt gerade Müttern in hohem Maß eine Veränderung ihres bisherigen Arbeits- und Lebensstils und die Anpassung an die Vorstellungen anderer Menschen ab.

Medien, Politik, der eigene Bekanntenkreis, alle reden Frauen ein, Beruf und Familie ließen sich locker vereinbaren. Dieser Anspruch führt zu einem bestimmten Erwartungsdruck. Statt sich die damit einhergehende Überforderung bewusst zu machen und sich auf gesunde Art abzugrenzen, sind viele Frauen quasi in einem vorauseilenden Gehorsam versucht, den an sie gerichteten Anforderungen gerecht zu werden.

Das gilt auch dort, wo Engagement freiwillig ist: die oft ehrenamtliche Mithilfe in sozialen und gemeinnützigen Organisationen. Die vielfältigen Aufgaben im Bereich der unbezahlten Care-Arbeit verlangen nicht nur eine gute Selbststeuerung, sondern auch die Fähigkeit, sich gleichermaßen auf unterschiedliche Personen einzustellen und die Bereitschaft, eigene Bedürfnisse zumindest zeitweise hintanzustellen. Vielen Frauen fällt dies leicht, sei es aufgrund ihrer Persönlichkeit oder ihrer Erziehung.

Frauen ohne Ehrgeiz, aber mit Doppelbelastung

Es wird allgemein beklagt, dass Frauen durch Heirat oder Schwangerschaft beruflich an Ehrgeiz verlören. Es ist aber weniger ihre Rolle als Mutter und Ehefrau, die Frauen dem Beruf vorziehen würden. Ausschlaggebend für den häufigen Rückzug von Frauen ist die Vielfachbelastung im Bereich der unbezahlten Care-Arbeit, die sie entmutigt sowie eine auf männliche Karrieren ausgerichtete Firmenkultur. Die gängige Rollenverteilung spiegelt sich auch im sozialen Sektor wieder: Während Männer ehrenamtliche Aufgaben häufig im Rahmen ihres eigenen beruflichen Kontextes wahrnehmen und davon persönlich profitieren können, neigen Frauen dazu, sich unabhängig von ihrem beruflichen Hintergrund für gesellschaftliche Themen zu engagieren.

Die Quadratur des Kreises auflösen

Der damit einhergehende Fokus auf das private und gesellschaftliche Sozialleben trägt dazu bei, dass sich so manche Frau zu verausgaben droht. Häufig gelingt es, den Anforderungen eine gewisse Zeit lang gerecht zu werden. Wenn jedoch die Selbstfürsorge auf Dauer zu kurz kommt, wird das Spannungsfeld „Familie – Beruf – soziales Engagement – ich“ zu einer Quadratur des Kreises. Es stellt sich die Frage, wie Frau hier wieder herausfindet oder besser noch, gar nicht erst hineingerät.

Hierfür ist es nötig, ab und an innezuhalten, um Tempo aus dem Trott des Alltags zu nehmen. Entschleunigen Sie Ihr Leben, beruflich wie privat, und nutzen Sie bewusst die Auszeiten, um immer wieder aufs Neue über Ihre Arbeits- und Lebensweise zu entscheiden.

Erlauben Sie sich die Frage „Was will ICH? Was tut mir gut, was nutzt mir, was nutzt meiner Familie?“, bevor Sie reflexartig den Anforderungen aus Ihrem Umfeld Genüge tun. Machen Sie sich bewusst: Auch Hausarbeit, Kinderbetreuung, Pflege von Angehörigen und gesellschaftliches Engagement bedürfen ihrer Anstrengung und erfordern Zeiteinsatz. Beziehen Sie dies bei der Planung Ihres Alltages mit ein. Suchen Sie gemeinsam mit Ihrer Familie nach einer angemessenen Aufgabenverteilung.

Mit leerem Akku läuft nichts

Bleiben Sie die Herrscherin über ihre Zeit! Setzen Sie sich dafür ein, Ihre Arbeit – ob im Haushalt, im Job oder anderswo – soweit wie möglich in Übereinstimmung mit Ihren persönlichen Bedürfnissen zu bringen. Denken Sie daran: Nur wenn Ihr Akku aufgeladen ist, haben Sie anderen auch etwas zu geben! Von einem gesunden Arbeits- und Lebensstil profitieren alle. Sie, Ihre Kinder, Ihr Lebenspartner, Kollegen, die Firma … – die ganze Gesellschaft.

Ulrike Reiche ist *die* Entschleunigerin. Sie gilt als ausgewiesene Expertin für Entschleunigung im Berufs- und Privatleben und berät Unternehmen zu modernen Arbeitskonzepten und den Auswirkungen der Digitalisierung. In ihren Seminaren und Vorträgen zeigt sie, wie wir gerade durch Entschleunigung unsere Leistungsfähigkeit entfalten und Potenziale nutzen können. Zuletzt erschien von ihr das Buch „Slow Work – Slow Life. Entschleunigt und gelassener leben“.
▶ www.ulrikereiche.de

Wie ich zur Co-Abhängigen wurde

Eine anonyme Leserinnen-Einsendung in der Rubrik „Schöner scheitern

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 im Fundraising vor.

Mir war langweilig und ich wusste nicht, was ich in der Organisation sollte. Wozu brauchten sie mich? Die Aufgaben, die ich hatte, mussten aus meiner Sicht nicht unbedingt gemacht werden – sie haben nicht zum Einkommen der Organisation beigetragen. Das war für mich als Fundraiserin verheerend. Mir fehlte die Legitimation.

Heute sehe ich die Dinge anders

Von Anfang an war ich die psychische Stütze meiner Vorgesetzten. Kummerkasten, Beistand, Zuhörerin, Mutter und Freundin in einem. War sie schwach, dann fühlte ich mich stark. Ich war geschmeichelt, dass sie mir ihre beruflichen und auch ihre privaten Sorgen anvertraute. Schließlich drehte sich in meinem Arbeitsalltag alles um das Wohlergehen meiner Vorgesetzten. Ich wurde sogar befördert und hatte fortan die Funktion, eine Art Puffer zwischen ihr und ihren Mitarbeitern zu sein.

Ich bekam ein Diensthandy …

… auf dem ich ständig erreichbar war. Für mich war das eine große Anerkennung. Als ich stolz meinen Kollegen das Handy vorführte und berichtete, dass ich hier auch meine Arbeitsmails lesen könne, sagten diese: „Das wäre mir zu viel.", und: „Ich brauche Abstand zur Arbeit." Ich verachtete sie für diese Äußerungen und war davon überzeugt, dass es ihnen an Engagement für die Organisation mangelte. Mit meiner Vorgesetzten teilte ich diese Ansicht. Das und andere meiner Einschätzungen

führten dazu, dass diese Kollegen angreifbar und manche sogar gemobbt und entlassen wurden. In was war ich da hineingeraten? Ich hatte weder die Kraft noch die Zeit, mir darüber klar zu werden.

Nach und nach habe ich meiner Vorgesetzten die komplette Verantwortung für ihre Tätigkeit abgenommen. Ich habe sie in Sitzungen vertreten, ich habe mit Unterstützung des Teams Entscheidungen vorbereitet und Papiere entworfen. Dabei hatte ich von den Themen, um die es ging, sehr wenig Ahnung. Mein Ziel war, jegliche Belastung von meiner Vorgesetzten fernzuhalten.

Dafür bekam ich Anerkennung

Ich habe alles getan, um das System aufrechtzuerhalten. Ich dachte: „So ist mein Leben, und woanders kann ich eh nicht arbeiten. Ich kann ja nichts!" Nie habe ich gefragt, wohin meine Vorgesetzte plötzlich verschwand, aus welchem Grund sie in Sitzungen so unkonzentriert wirkte und sich oft von einem Tag auf den anderen nichts merken konnte. Immer habe ich Erklärungen für ihr Verhalten gefunden. Schließlich habe ich gelogen, vertuscht und verheimlicht. Bis es nicht mehr ging.

Eines Tages …

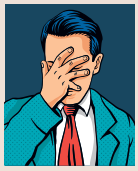
… trank ein externer Kollege während einer gemeinsamen Sitzung versehentlich aus dem Glas meiner Vorgesetzten. Danach suchte er das Gespräch mit mir. Er hatte Wodka getrunken und war sehr besorgt. Das war das Puzzleteil, das mir noch fehlte. Nun wusste ich, was es mit dem auffälligen Parfüm, dem Desinteresse an Arbeitsabläufen, der ausgeprägten Aggressivität, der geringen Belastbarkeit und der Dünnhäutigkeit bei Kritik an der eigenen Person auf sich hatte. Sie war Alkoholikerin.

Monatelang wusste ich nicht, was ich mit dieser Information machen sollte. Ich traute mich nicht, mein Wissen zu teilen oder mir Hilfe zu suchen. Schließlich ist meine Vorgesetzte zusammengebrochen, kam in eine Klinik, und damit wurde ihre Krankheit öffentlich.

Doch was ist mit mir?

In der Fachliteratur habe ich gelesen, dass Co-Abhängige sehr schwer krank werden können und oft sogar noch vor den Abhängigen sterben. Verzweifelt und in Sorge weiß ich, dass ich mir einen Therapieplatz suchen sollte. ◘

Sind auch Sie oder Ihre Organisation schon einmal mit einer Fundraising-Aktion oder im Umfeld des Fundraisings „schön gescheitert"? Schreiben Sie uns – gern auch anonym – an: *meinung@fundraiser-magazin.de* oder postalisch: *Fundraiser-Magazin, Redaktion, Altlockwitz 19, 01257 Dresden*



FOR A BETTER WORLD

Spender gewinnen. Spender binden. Spender reaktivieren.

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.

Aktuelle Berichte
über Menschen, Projekte, Aktionen, Trends, Veranstaltungen und Stiftungen.

Karriere im Fundraising

Dossier zum Thema Karriere

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

Fundraising-Kalender

Seminare + Tagungen auf einen Blick

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

Fundraisingtage

Gleich direkt zur Tagung anmelden

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

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

Dienstleister-Verzeichnis

Wer kann was, wer unterstützt wo?

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

Mitschreiben

Ihr Text im Magazin: So geht's

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

Fundraising-Jobs

Kostenlose Job-Börse

für Jobs in Non-Profit-Organisationen

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

So geht Online-Fundraising

Mit Technik Herzen öffnen

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

Abonnement buchen

Fachlektüre, die Spaß macht

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

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

Willst du mit mir online gehen?

Wie viel Digitalisierung brauchen Vereine und gemeinnützige Organisationen?

Bürgerschaftliches Engagement boomt. Laut dem ZiviZ-Survey 2017 engagieren sich 44 Prozent der Deutschen, was einer Gesamtzahl von 30,9 Millionen Menschen entspricht. Nach wie vor findet der größte Anteil dieses Engagements in Vereinen statt, wovon es zurzeit in Deutschland über 600 000 gibt, Tendenz steigend. Dennoch klagen viele Vereine über Mitgliederschwund und Nachwuchsprobleme. Ein Update der Vereinskultur und die Modernisierung von Strukturen sind demnach dringend erforderlich. Kann Digitalisierung hierbei als Vehikel dienen?

Von ANJA LOTHSCHÜTZ

Vereine sind täglich mit bürokratischen Hürden und einem hohen und komplizierten Verwaltungsaufwand vor strukturelle und organisatorische Herausforderungen gestellt. Das hat zur Folge, dass sich insbesondere kleine Vereine weniger auf die Nachwuchs- sowie Projektarbeit konzentrieren können, sondern vorhandene Ressourcen stattdessen in die Erfüllung von Auflagen oder die Umsetzung von Rechtsvorgaben investieren. Viele Vereine können durch einen Mangel an jungen Mitgliedern, aber auch durch die fehlende Bereitschaft ihrer bestehenden Mitglieder, ein Amt zu übernehmen, kaum noch ihren eigenen Fortbestand sichern. Hinzu kommen rechtliche Hürden, die oftmals so groß sind, dass sich viele Vereine nur noch selbst verwalten und somit keine Kapazitäten haben, um eigene Projekte zu initiieren. Dennoch haben Vereine nach wie vor eine klare Berechtigung. Denn ganz gleich ob in den Bereichen Sport, Kultur oder Bildung – Vereine leisten heute möglicherweise mehr denn je einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag. Was können Vereine also tun, um sich am „Markt der Möglichkeiten", insbesondere mit Fokus auf die Nachwuchsarbeit, attraktiver und moderner zu positionieren?

Wirksame Online-Maßnahmen mit Nachhaltigkeitseffekt

Crowdfunding im Netz oder Spendenaktionen auf Social-Media-Kanälen könnten neben den Vorteilen finanzieller Aspekte verstärkt von Vereinen genutzt werden, um ihre öffentliche Wahrnehmung zu steigern und ihre Zielgruppe nicht nur offline, sondern eben auch online zu erreichen. Schließlich ist es auch im gemeinnützigen Sektor oftmals das Image eines Vereins oder einer Organisation, das eine wichtige Rolle spielt, um eine funktionierende Marke aufzubauen. Dabei sind große Institutionen in ihrer Wahrnehmung sehr viel stärker

vertreten als kleine Vereine, die nicht selten von Privatpersonen, die sich in ihrer Freizeit engagieren, organisiert werden. Die kleinen Vereine werden leider immer häufiger übersehen, da ihnen ganz einfach das Know-how und die Kapazitäten fehlen, um sich öffentlichkeitswirksam zu positionieren. Hinzu kommen oftmals auch noch persönliche Vorbehalte und fehlendes Bewusstsein dafür, dass es auch auf der Vereinsebene immer wichtiger wird, den Weg in die digitale Welt zu gehen. Insbesondere um junges Engagement zu aktivieren, gilt es, weniger auf Tradition als auf Wirksamkeit und eine moderne, zukunftsorientierte Vereinskultur zu setzen.

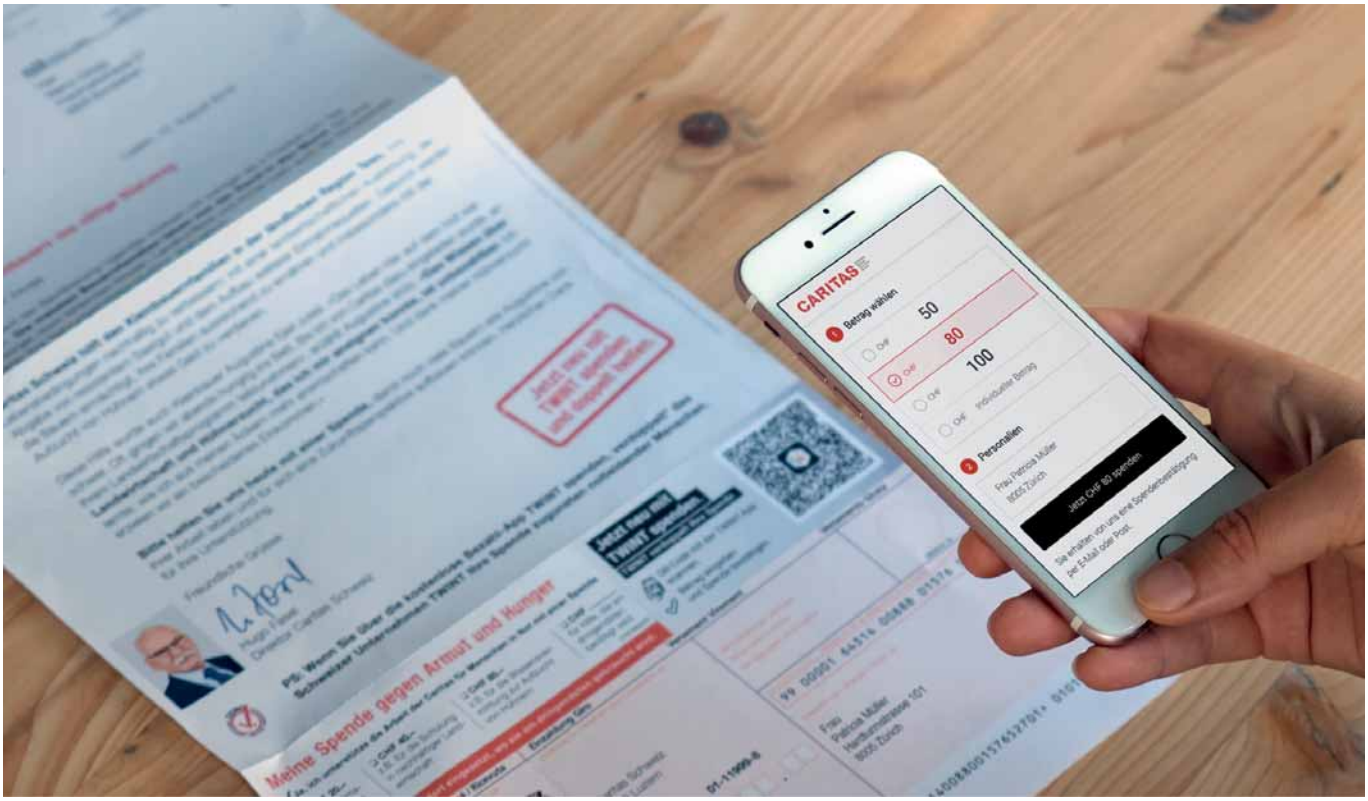
Die Politik kann hierzu mit den anvisierten Initiativen in Richtung Engagement-Stiftung und Entbürokratisierung sicherlich einen wesentlichen und längst fälligen Beitrag leisten. Dennoch gilt für Vereinsaktive: Nicht abwarten, sondern Eigeninitiative zeigen und sich im Rahmen einer „Politik der kleinen Schritte" den aktuellen Trends anpassen.

Durch digitale Lernmedien, Know-how-Transfer und niedrigschwellige Angebote, die zeit- und ortsunabhängig nutzbar sind, können Vereine vor allem institutionell gefördert und unterstützt werden. Dabei sollten Schritt-für-Schritt-Anleitungen, die den Akteuren das Überwinden der Hürde der digitalen Medien erleichtern, sowie praxisnaher Wissenstransfer im Fokus stehen.

Darüber hinaus können Stiftungen und potenzielle Geldgeber solche Initiativen fördern und folglich in Zusammenarbeit mit den Vereinen gemeinsame Hebel und wertvolle Synergien schaffen, um so die Vereinskultur in Deutschland auch im Zeitalter der Digitalisierung stark zu machen.

Es geht also vor allem darum, ein Netzwerk aufzubauen, in dem engagierte Menschen institutionsübergreifend die Möglichkeit erhalten, Fragen zu stellen, um Hilfe zu bitten, Kontakt zu Gleichgesinnten aufzunehmen und als Gemeinschaft zusammenzuwachsen. Denn schließlich ist es vor allem ebenjener Sinn für Gemeinschaft, der Vereinskultur ausmacht. Ganz gleich, ob auf digitaler oder analoger Ebene.

Anja Lothschütz ist Gründerin und Geschäftsführerin der „WerteWissenWandel Gesellschaft für Zukunftsgestaltung gGmbH" sowie Initiatorin des Projektes „Verein 3.0". Mithilfe einer Bundesförderung hat sie unter diesem Label eine digitale Plattform für Vereine und gemeinnützige Organisationen aufgebaut. Die Plattform bietet Hilfestellung und Praxiswissen für die Digitalisierung im Ehrenamt sowie Kompetenzförderung und Know-how-Transfer für gemeinnützige Organisationen.
▶ **www.vereindreinull.de**



Gelungenes Cross-Channel-Fundraising

Wie die Caritas Schweiz Erfolgsfaktoren der Online-Offline-Verknüpfung zusammenbringt

Schweizer brauchen ab sofort nur noch eine Smartphone-App fürs Spenden. Und das Direct-Mailing erlebt einen neuen Aufschwung, denn das aufwendige Spenden mit einem Einzahlungsschein wird dank der TWINT-App bald der Vergangenheit angehören.

Von KATJA PRESCHER

Laut Statistik hat jeder Nutzer durchschnittlich etwa 35 Smartphone-Apps auf seinem Handy. Über 100 Interaktionen führen sie täglich aus. Viele von uns sind sicher weitaus aktiver. In Zukunft wird das Smartphone auch fürs Spendensammeln noch wichtiger werden. Teil dessen ist TWINT, das schweizerische Zahlungssystem für bargeldloses Zahlen.

Stellen Sie sich vor, Sie sitzen am Frühstückstisch und gehen Ihre Post durch. Sie sind einer der 40 000 von 80 000 Stammspendern der Caritas Schweiz, die einen Brief zum Thema Afrika-Hilfe erhalten haben – mit TWINT-Code. Ihr Handy liegt neben Ihnen. Sie nehmen es, öffnen die TWINT-App, scannen den QR-Code und spenden. Motiviert wird Ihr Handeln auch durch das Matching-Gift, das die Spende via TWINT bis maximal 10 000 Franken verdoppelt.

Sie staunen über die für Sie genau passenden Beitragsvorschläge im Spendenformular, die ihrer bisherigen Spendengewohnheit entsprechen. Sie wissen nicht, dass diese aus einem sogenannten String auf Ihr Smartphone gelangen. Nicht nur personalisierte Spendenbeträge, auch Name, Adresse und Spender-ID überträgt der String – eine URL, angereichert mit Parametern. Sie schließen die Spende ab und kommen zurück zur TWINT-App. Ihre Spendeninformationen gelangen in die Datenbank (CRM) der Organisation und werden direkt zugewiesen. Eine Schnittstelle zwischen RaiseNow, einer Agentur für Online-Fundraising, und dem CRM löst den entsprechenden Dank aus.

Höhere Response-Rate

Caritas Schweiz sendete für diese Aktion im August 2019 an 40 000 Stammspender ein Mailing mit TWINT-Code und an weitere 40 000 ein Mailing ohne. Die Organisation setzte sich vor dem Briefversand zwei Ziele: 1. Das Spenden-Mailing mit TWINT-Code wird eine höhere Response-Rate aufweisen als das ohne. 2. Der TWINT-Anteil bei Spendentransaktionen wird drei Prozent betragen. Im Ergebnis konnte Caritas Schweiz keinen signifikanten Unterschied zwischen

den beiden Mailings feststellen. Der TWINT-Anteil bei Spendentransaktionen hingegen konnte mehr als verdoppelt werden. Und: Mit einer sehr viel höheren Durchschnittsspende von über 100 Franken über TWINT betrug der TWINT-Anteil beim Spendenvolumen etwa elf Prozent.

Ältere Spender nutzen digitale Spendenkanäle

Dieses Szenario stellte Christoph Keiser, Verantwortlicher Online-Fundraising bei der Caritas Schweiz, auf der „RaiseNow Inspire“ Ende September vor. Über das Ergebnis freut er sich. „Wir dachten, unsere Spendergruppe bei Caritas Schweiz mit etwa durchschnittlich 60 Jahren spendet nicht mit TWINT. Intern war eine gewisse Skepsis vorhanden. Doch die jüngsten TWINT-Spender waren 22 und die ältesten 75 Jahre alt. Der Durchschnitt: 53 Jahre.“

Wie ticken TWINT-Spender? Christoph Keiser gibt Details preis: „95 Prozent der Caritas-Spender aus dem Mailing spendeten noch nie online. TWINT ist demnach ein hilfreiches Zahlungsmittel, um Offline- in Online-Spender umzuwandeln. Über 50 Prozent spendeten dank TWINT ein zweites Mal. Über 60 Prozent der Spender nahmen die Betragsvorschläge an, die wir personalisiert übermittelten. Die restlichen 40 Prozent spendeten meistens einen höheren Betrag.“

Erfolgreicher Test

Jährlich spenden Schweizer etwa 1,6 Milliarden Franken, davon rund drei Prozent über digitale Kanäle. TWINT ist mit 1,7 Millionen Nutzern und mittlerweile weit mehr als 3,8 Millionen Transaktionen ein schweizerisches Zahlungsmittel, das von Schweizer Banken etabliert wurde.

Könnte der QR-Code einfach bei TWINT bestellt werden? „Ja, das ginge auch. Aber dann bekommt die Organisation einfach das Geld via TWINT, ohne Angaben zum Spender. Mit RaiseNow hätten sie zudem Zugang zu weiteren Spenderdaten über das eingebundene und konfigurierbare Spendenformular direkt im RaiseNow-Manager“, betont Jürg Unterweger, Head of Sales & Partnermanagement bei der RaiseNow AG.

Die Einführung des TWINT-QR-Codes ist für die Caritas Schweiz eine Premiere. Als eine der größten Spendenorganisationen der Schweiz setzte sie das Pilotprojekt gemeinsam mit TWINT und RaiseNow um. Künftig wird Caritas Schweiz das Zahlungsmittel TWINT weiterhin im Spenden-Mailing per Brief mit personalisiertem QR-Code nutzen, aber auch im Streuwurf mit nicht personalisiertem Code, in Inseraten und in anderen Offline-Kanälen.

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

Brand-Bidding?

Markenführung und Spendenakquisition in der Suchmaschine

Im Rahmen einer Studie wurde kürzlich untersucht, wie Hilfsorganisationen mit dem Thema „Brand-Bidding" umgehen, ob, und wenn ja wie stark, sie auch Markennamen der Konkurrenz buchen, welche Rolle das Thema „Brand Protection" spielt und wie der Einsatz von Google Ads sich generell entwickelt hat. Die Ergebnisse sind für jeden kostenfrei zugänglich.

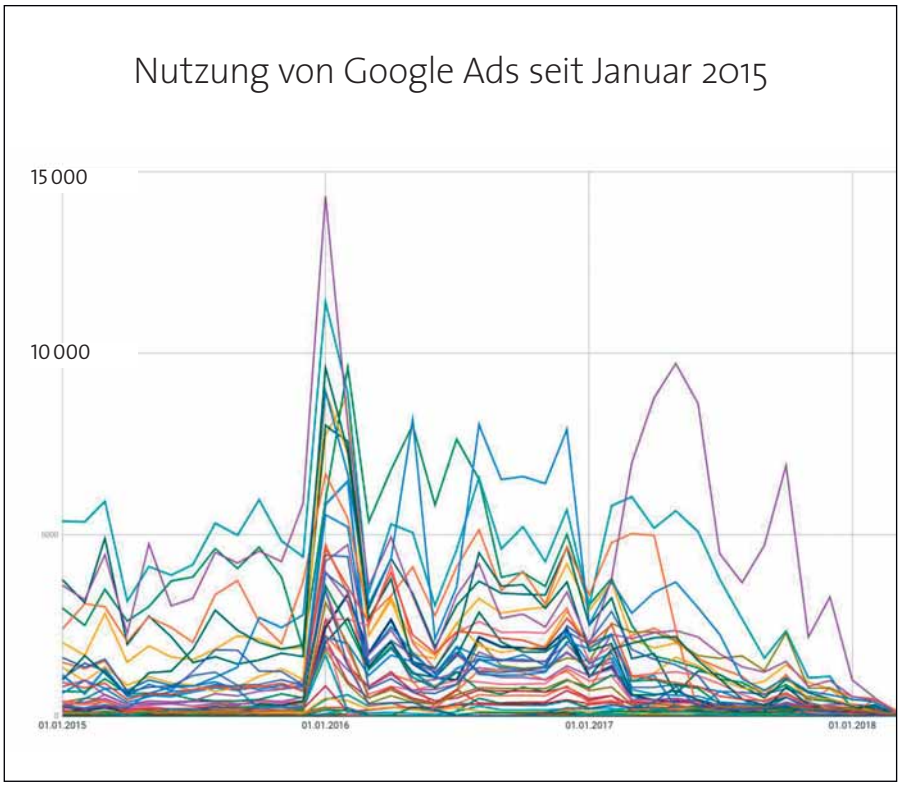
Von DR. ERWIN LAMMENETT und JOACHIM SINA

Eins vorweg: Die Studie „Markenführung von Hilfsorganisationen in der Suchmaschine – Wie Hilfsorganisationen in Deutschland Google Ads einsetzen" gibt keinen Aufschluss über mögliche Learnings. Generell stehen Learnings natürlich in einem engen Zusammenhang mit der jeweils individuellen Situation einer Hilfsorganisation. Eine Verallgemeinerung ist jedoch schwierig. Dennoch wollen wir in diesem Artikel einen Versuch unternehmen, drei wesentliche Aspekte im Sinne von Learnings herauszuarbeiten.

Erkenntnis 1 – keine Angst vor hohen Qualitätsansprüchen bei Google Grants

Fast ein Fünftel der untersuchten Hilfsorganisationen verzichtete im Untersuchungszeitraum auf den Einsatz von Keyword-Advertising. Nach den aktualisierten Bedingungen für die Nutzung von Google Grants mit Wirkung zum Januar 2018 stürzte die Nutzung von Keyword-Advertising regelrecht auf ein vergleichsweise geringes Niveau ab (siehe Grafik).

Offenbar sind viele Hilfsorganisationen mit dem Qualitätsanspruch von Google überfordert. Dem gegenüber stehen immer noch bis zu 10 000 US-Dollar kostenfreies monatliches Werbebudget für eine Organisation, sofern sie in der Lage ist, dieses Budget auch abzurufen und die Qualitätsansprüche von Google zu erfüllen. Die wohl größte Hürde bei der Erfüllung der Qualitätsansprüche ist die Erreichung einer kontoweiten Klickrate (CTR) von fünf Prozent. Hilfsorganisationen mit einem klingenden Markennamen sind im Vorteil, da die Fünfprozenthürde für das gesamte Konto gilt und Marken-Keywords den Schnitt meist deutlich nach oben treiben. Angesichts der möglichen Zuwendung von 10 000 US-Dollar pro Monat lautet Erkenntnis Nr. 1: Beschäftigen Sie sich entweder selbst intensiv mit Google Grants oder arbeiten Sie an dieser Stelle mit externen Profis. Denn langfristig kann ein Engagement sehr lohnend sein, selbst wenn anfänglich externes Know-how zugekauft werden muss.



Erkenntnis 2 – den Mitbewerber im Auge behalten

Jede dritte Hilfsorganisation, die Keyword-Advertising nutzt, buchte im Untersuchungszeitraum auch mindestens einen Markennamen einer Mitbewerber-Organisation. Im Profit-Bereich ist dieses Buchungsverhalten üblich. Offenbar haben nun auch einige Hilfsorganisationen entdeckt, dass sie mit klingenden Markennamen des Mitbewerbers Spenden für sich selbst generieren können. Erkenntnis Nr. 2: Behalten Sie die Konkurrenz im Auge! Durch den Einsatz entsprechender Tools können Sie feststellen, welcher Mitbewerber auf die geschilderte Weise aktiv ist. Juristische Gegenmaßnahmen dürften zwecklos sein, da die Buchung fremder Markennamen als Keyword juristisch nicht zu beanstanden ist. Jedoch reicht es häufig schon aus, den Mitbewerber anzuschreiben und darum zu bitten, die Buchung des fremden Markennamens zu unterlassen.

Falls nötig, kann man der ganzen Sache ein wenig Nachdruck verleihen, indem man vorübergehend selbst den Markennamen des Mitbewerbers bucht. Das A und O ist aber ein professionelles Monitoring, ohne das Sie schlicht nichts mitbekommen.

Erkenntnis 3 – Controlling ist alles in der digitalen Welt

Nur drei der 24 Hilfsorganisationen setzen ihren Markennamen bei gleichzeitig intensiver Nutzung von Keyword-Advertising auch intensiv ein und liegen damit deutlich über dem Durchschnitt. Fünf Organisationen buchen praktisch ausschließlich ihren eigenen Markennamen, also ansonsten keine Keywords. Wir vermuten, dass hinter dieser Vorgehensweise keine ausgeklügelte strategische Planung mit definierten Zielen und klaren Messgrößen steckt. Erkenntnis Nr. 3: Etablieren Sie ein ausgefeiltes Controlling, das klare Informationen darüber liefert, über welche Kanäle, über welche Kampagnen und über welche Anzeigengruppen tatsächlich Spenden akquiriert werden. Technisch ist es heute möglich, sogar bis auf die Keyword-Ebene die Kosten und den Spenden-Ertrag in Euro gegenüberzustellen. Nur durch ein professionelles Controlling und Reporting kann eine Budgetzuordnung effizient und gewinnbringend gestaltet werden. So beantwortet sich die Frage, ob es kosteneffizient ist, die eigene Marke zu buchen (Brand-Bidding), dann von selbst.

Die Studie steht zum Download unter
▶ ***https://gruenalpha.net/studie***

Dr. Erwin Lammenett ist E-Business- und Online-Marketing-Experte der ersten Stunde. Er war lange Geschäftsführer einer Internetagentur und arbeitet heute als unabhängiger Berater, Redner und Fachbuchautor. 2006 veröffentlichte Lammenett die Erstauflage seines Buches „Praxiswissen Online-Marketing", das heute ein Standardwerk ist und im März 2019 in der 7. Auflage erschien.
▶ **www.lammenett.de**

Joachim Sina ist Head of Fundraising der GRÜN-Gruppe und Geschäftsführer der GRÜN alpha GmbH, einer Full-Service-Agentur für Fundraising und Kommunikation mit Sitz in Aachen. Das Unternehmen ist Teil des GRÜN-Fundraising-Netzwerks und Mitglied im Deutschen Fundraising Verband. Die Agentur betreut gemeinnützige Organisationen bundesweit.
▶ **www.gruenalpha.net**

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

ifundsengage365

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

Infografiken und Erklärvideos selbst gemacht

So erstellen Sie mit „Adobe Spark“ kostenlos Social Media Content

Die Anforderungen an aufmerksamkeitsstarke Social-Media-Inhalte wachsen: Videos, Slideshows und Infografiken werdenmehr beachtet als einfache Textzeilen. Aber auch ohne eigenes (Bewegt-) Bild-Material lässt sich, je nach Thema, akzeptabler Content produzieren – sogar kostenfrei. Das geht im Web und auf Mobilgeräten.

Von WOLFGANG SCHLICHT

Will man für aktuelle Projekte oder bevorstehende Veranstaltungen Aufmerksamkeit erzeugen, dann sind soziale digitale Verbreitungsmedien wie Facebook, Instagram oder Twitter unumgänglich. Hierbei lassen sich Interessengruppen gezielt ansprechen und aktivieren. Informationen werden direkt und zeitnah an die Zielgruppen gesendet, und meist erfolgt dies auch noch kostenlos.

Doch wer erstellt die Inhalte für diese Informationskampagnen? Werbeagenturen, Social-Media-Experten? Viel zu teuer für viele Organisationen!

Einfach selbst gestalten

Heutzutage ist jeder in der Lage, mit kostenlosen Anwendungen im Handumdrehen ansprechende Inhalte zu erstellen. Es wird keine teure Spezialsoftware mehr benötigt, die immense Einarbeitungszeit verlangt.

Neue Technologien wie Cloud Computing erlauben es, die Inhalte in einem Browser wie Firefox oder Chrome zu erstellen und sofort online zu veröffentlichen. Es ist somit keine lokale Software-Installation mehr auf einem Computer nötig. Im Gegenteil, die Projekte werden bei der Erstellung im Hintergrund in der Cloud gespeichert und können von jedem anderen internetfähigen Gerät weiterbearbeitet werden.

„Adobe Spark“ ist so ein kostenloses Web-Angebot. Es besteht aus den drei kleinen Teilprogrammen „Video“, „Page“ und „Post“. „Adobe Spark Video“ dient der Erstellung von Storytelling-Videos, die sich perfekt eignen, um ein Projekt in einem kurzen Trailer vorzustellen. Als weitere Anwendung gibt es „Adobe Spark Page“. Hier lassen sich einfache Webpages erstellen, die beispielsweise eine Veranstaltung bewerben und weiter zusätzliche Informationen bereitstellen. Nach der Erstellung kann man diese Seite direkt online stellen und braucht keinen kostenpflichtigen Webspace. Mit der dritten Anwendung „Adobe Spark Post“ kann man sehr schnell Infografiken, wie man sie von Twitter und Co. kennt, erstellen und diese ebenfalls auf den unterschiedlichsten Plattformen veröffentlichen.

Um diese Angebote nutzen zu können, braucht man lediglich einen kostenlosen Zugang zur Webseite *http://spark.adobe.com*. Dazu kann man seine bestehende Facebook- beziehungsweise Google-Adresse verwenden oder man richtet sich eine eigene Adobe-ID ein. Und dann kann es auch schon losgehen. Nach dem Anmelden stehen jedem Benutzer Beispiele und Hilfen zur Verfügung, die die Einarbeitungszeit auf ein Minimum reduzieren sollen.

Schulen machen’s vor

Wie einfach die Benutzung ist, zeigt sich auch in der Tatsache, dass immer mehr Schulen „Adobe Spark“ für projektorientierten Unterricht verwenden. Referate werden heutzutage durch selbstproduzierte Storytelling-Videos ersetzt oder handgeschriebene Projekttagebücher durch eine multimediale Spark-Webpage abgelöst. Die Schüler in ihrer Welt abholen und sie aus der Konsumenten- in eine Produzentenrolle zu bringen, ist ein wichtiger Aspekt zeitgemäßen Unterrichtens und fördert nebenbei die Medienkompetenz bei allen Beteiligten.

Zur Erstellung von Medieninhalten braucht man immer wieder Bilder oder Grafiken. Aus urheberrechtlicher Sicht ist dies immer schwierig, wenn man nicht mit selbsterstellten Materialien arbeitet. „Adobe Spark“ hilft hier ungemein, denn die integrierte Suchfunktion findet nur auf urheberrechtlich unbedenklichen Plattformen (z.B. Pixabay, AdobeStock) statt. Und sollte ein Urheber eine Namensnennung ausdrücklich wünschen, fügt „Adobe Spark“ diese automatisch hinzu. Eine unbeschreibliche Erleichterung bei der Erstellung und ein Stück Sicherheit speziell beim Veröffentlichen der angefertigten Inhalte.

Schnell posten oder speichern

„Adobe Spark“ bietet in allen Anwendungen die Möglichkeit, die fertigen Projekte sofort online zu verbreiten. Dies erfolgt durch wenige Klicks und ist (in der Basisversion mit integriertem „Adobe-Spark“-Logo, d.R.) ebenfalls kostenlos. Natürlich lassen sich aber auch alle Medien lokal herunterladen und können beispielsweise in andere Programme, wie Power-Point oder Word, integriert oder dort direkt abgespielt und gezeigt werden. Für „Adobe Spark Video“ erhält man eine mp4-Datei, die Webpage von „Spark Page“ wird als PDF-Datei exportiert und die Infografiken von „Adobe Post“ werden in eine jpg-Datei umgewandelt. Alles Formate, die problemlos weiterverarbeitet und archiviert werden können.

Wolfgang Schlicht ist Realschullehrer und Berater im Projekt „Digitale Schule 2020“ der Stiftung Bildungspakt Bayern. Zudem lehrt er als Referent an der Lehrerakademie Dillingen, Bayern, und als Adobe Education Leader. Die wichtigsten der oben erwähnten Funktionen verdeutlicht er anschaulich unter
▶ **https://fobizz.com/fortbildung/digitales-storytelling-im-unterricht-adobe-spark**

6. Online Fundraising Forum 2020

SEA, SEO, SOCIAL MEDIA UND WEBTRACKING:
PERFEKTES TOUCHPOINT MANAGEMENT FÜR NON-PROFITS

SAVE THE DATE

Zum sechsten Mal in Folge findet in 2020 das Online-Event des Jahres für Organisationen und Stiftungen in Köln und Berlin statt.

Im Vordergrund steht in 2020 das Thema perfektes Touchpoint Management für Non-Profits. Online Expert*innen vermitteln u.a.

- Wie digitale Touchpoints über alle Kanäle optimal analysiert und Learnings eingesetzt werden können
- Wie mit Hilfe von Daten Ihre Maßnahmen optimiert werden können
- Welche Tools Sie heute nutzen müssen, um alles aus Ihrem Online Marketing herauszuholen

Die Plätze sind in beiden Städten limitiert, also am besten schnell anmelden.

Anmeldung ab sofort unter www.online-fundraising-forum.de

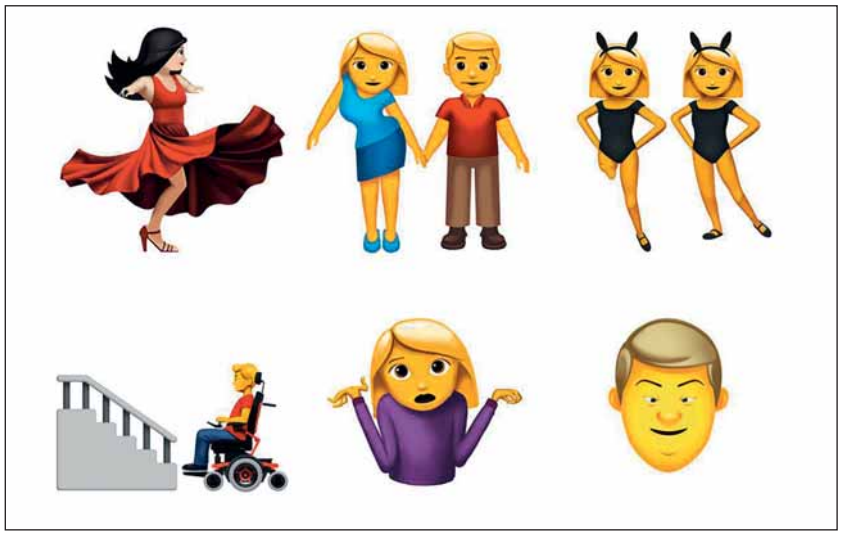
11.02.2020
Design Offices Köln Dominium | Köln

13.02.2020
Neue Mälzerei | Berlin

Das Forum ist kostenlos für Teilnehmer*innen aus Organisationen und Stiftungen.

AZ fundraising

Anders gut



Menschen mit Behinderungen sollen als selbstverständlicher Teil der Gesellschaft dargestellt werden. Die Schweizer Behindertenhilfe Pro Infirmis hat deshalb gemeinsam mit der Agentur CRK eine eigene Emoji-Edition lanciert. Die Nutzer können bei den einzelnen Bildern nicht nur die Hautfarbe bestimmen, sondern auch, ob das Emoji mit oder ohne Behinderung dargestellt werden soll.

▶ www.proinfirmis.ch

Lückenlose Erinnerungen?

Die schweizerische Stiftung Synapsis macht mit einem besonderen Mailing Demenz anschaulich

Die Zahl an Demenz erkrankter Personen steigt rasant und die Forschung dazu verläuft schleppend. Die Agentur für Dialogmarketing „Agentur am Flughafen" hat zusammen mit der Stiftung Synapsis eine Direct-Mail-Kampagne gestartet, um genau das zu ändern. Gemäß dem „Alzheimer Schweiz 2019"-Factsheet rechnen Forscher in der Schweiz mit bis zu 300 000 Patienten bis 2040. Die „Stiftung Synapsis – Alzheimer Forschung Schweiz AFS" unterstützt deshalb nicht-kommerzielle, junge, talentierte Forscher an Universitäten und anderen Institutionen in der Schweiz. Um dies zu finanzieren, ist die Stiftung Synapsis auf Spenden angewiesen. Im Mailing zeigt die Stiftung ganz lebensnah durch Lücken im Text, die das Lesen des Briefs massiv erschweren, wie dramatisch der Verlauf der Krankheit ist. Um dem Ganzen einen Sinn zu geben, wurde ein Bleistift zum Vervollständigen des Lückentextes sowie ein Einzahlungsschein zum sofortigen Spenden in das Direct Mail integriert. Das Mailing forderte rund eine Million Schweizer Haushalte zum Spenden auf, damit wirkungsvolle Therapien gegen die Krankheit entwickelt werden können.

▶ www.alzheimer-synapsis.ch

MEINE MEINUNG

„Blinder Aktionismus fährt gegen den Baum"

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Um ganz ehrlich zu sein: Ich kann es nicht mehr hören. Plötzlich wollen alle die Welt retten, indem sie angeblich irgendwohin irgendwelche Bäume pflanzen. In Dresden will eine Initiative Geld für 550 000 Bäume sammeln, verfügt aber über nicht mal ansatzweise ausreichend Flächen. Und kommt es dann tatsächlich zu einer Baumpflanzung, werden irgendwelche Flächen gewählt, die sonstwo liegen und nicht entwickelt sind, als langfristiger Standort also unsicher sind. Aber niemand bohrt die städtischen Betonwüsten wieder auf. Wer kümmert sich in den immer heißer und trockener werdenden Sommern um die Bäume? Die Speicherleistung von Holz in Sachen CO_2 wird zudem völlig überschätzt und überbewertet. Sicher, grüner ist besser. Schon allein die Lebensqualität steigt in einem grünen Umfeld enorm. So gesehen ist jeder Baum zu begrüßen.

Es bringt aber nichts, wenn sogar ein italienischer Strumpfhosenhersteller damit wirbt, für jede zehnte verkaufte Strumpfhose einen Baum pflanzen zu wollen. Vom dazu gehörigen Pressefoto lächelt ein Modell debil, umgeben von Topfpflanzen. Für einen Baum hat's noch nicht gereicht.

Das ist nichts anderes als Trittbrettfahrerei in blindem Aktionismus. Engagement für Umwelt und Klima sind gut und wichtig – aber wenn solche Aktionen ohne Zusammenarbeit mit Stadtplanern erfolgen, dann ist das Ganze sinnlos. Desto peinlicher, dass bei der Dresdner Initiative sogar Forstwissenschaftler mit dabei sind!

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

Kurzgefasst …

Schweiz: „engagement-lokal“

Lokale zivilgesellschaftliche Organisationen, Gemeinden, Quartiere, Städte und Unternehmen der Schweiz können sich bis 31. Januar 2020 für eine Förderung freiwilligen Engagements bewerben. „engagement-lokal“ bietet eine Anschubfinanzierung und Begleitung für lokale Kooperationen an, die gemeinsam Konzepte, Strategien und Projekte vor Ort kreieren.

▶ www.engagement-lokal.ch

Netz ohne Hass

Zivilcourage kann man lernen. Und die digitalen Kanäle spielen, wie wir alle erkannt haben, eine bedeutende Rolle beim Entstehen von Hass und einem graduellen Zerbröseln unseres sozialen Miteinanders. Wie man Hass im Netz begegnen kann, will eine neue Kampagnenseite mit Tipps und Trainings vermitteln. Außerdem kann man unangemessene Tweets und andere Verstöße melden.

▶ www.netzohnehass.de

Malteser Nachbarschaft

In Berlin unterstützen die Malteser mit einem neuen Projekt nachbarschaftliche Pflegehilfe: Wer einem Nachbarn ab Pflegestufe 1 hilft, bekommt monatlich 125 Euro. Die Malteser beraten das „Nachbarschafts-Tandem“, koordinieren die Nachbarschaftshilfe, versichern und schulen die helfenden Nachbarn. Das Projekt wird durch die Berliner Senatsverwaltung und die Pflegekassen gefördert.

▶ www.malteser-berlin.de/nachbarschaft

Plattform für nachhaltige Entwicklung

Das Schweizer Programm für die Forschung zu globalen Fragen der Entwicklung (r4d-Programm) hat eine neue Web-Plattform lanciert. Damit schafft sie Zugang zu evidenzbasierten Forschungsinformationen für Fachleute der Entwicklungszusammenarbeit sowie eine interessierte Öffentlichkeit. Regelmäßig wird es Beiträge in Form von Bildergalerien, Kurzfilmen, Berichten und mehr geben.

▶ www.k4d.ch

Echt gute Fotos

Fairpicture ist eine nicht gewinnorientierte Plattform der „Innovation Lab Foundation for Global Change“ mit Sitz in Luzern. Sie vermittelt professionelle lokale Fotografen im Globalen Süden an NGOs, staatliche Entwicklungsagenturen und Stiftungen. Die Fotos sprechen die lokale Sprache und vermeiden somit Klischees und Stereotype. Gleichzeitig sind sie kostengünstig.

▶ www.fairpicture.org

ÖRK-Crowdfunding

Das Österreichische Rote Kreuz setzt jetzt auch auf Online-Spenden

Bislang stand das Online-Fundraising für das Rote Kreuz Österreich (ÖRK) nicht direkt im Mittelpunkt. Der durchschnittliche Spender der Organisation ist etwa 75 Jahre alt. Was bedingt dabei welchen Effekt? Liegt das hohe Spendenalter an der für Jüngere nicht zeitgemäßen Ansprache? Oder lag diese Spendergruppe bislang gar nicht im Fokus? So oder so, seit September verfügt das Rote Kreuz über eine eigene Crowdfunding-Plattform, auf der ganz konkret unterschiedliche Projekte unterstützt werden können. Das Besondere daran ist, dass auf der Internetseite zentral die einzelnen Landesverbände versammelt sind. So kann jeder auf einer Seite das für sich passende Projekt finden. Bislang sind das noch recht wenige, aber die Zahlen zeigen, das die Sache als Instrument durchaus zu funktionieren scheint. Kleine Updates informieren über Zwischenstände und motivieren, die einzelnen Projekte auch weiterhin zu unterstützen. Das ist bereits ab zehn Euro möglich.

▶ www.jetzt-helfen.at

Kreative Zukunft

Auch im Bereich der kulturellen Bildung ist ein Projekt ein Finanzierungsakt

Kulturelle Bildung ist Allgemeingut. Kulturelle Bildung hat Hochkonjunktur. Sie schafft neue Lernkulturen und beeinflusst nachhaltig unser Leben innerhalb und außerhalb der Schulen. Kulturelle Bildung bietet Kindern und Jugendlichen vor allem Chancen für gelingende Integration und ermuntert zu kreativer Tätigkeit. Diesem Motto gemäß arbeitet die LichtwarkSchule in Hamburg.

Von REGINE WAGENBLAST

Kulturelle Bildung hat sich die gemeinnützige LichtwarkSchule vor bereits zehn Jahren auf ihre Fahnen geschrieben und bietet in Hamburger Problemstadtteilen Kunstkurse für Kinder an. Angedockt an feste Strukturen der Vor- und Grundschulen gehen die Hauptakteure der LichtwarkSchule, die Künstler, in die Schulen und Kitas. „Starke Kinder durch Kunst" ist der Leitgedanke, er basiert auf den Ideen von Alfred Lichtwark, dem ersten Direktor der Hamburger Kunsthalle. Kinder zwischen fünf und zehn Jahren, die sonst wenig Förderung erhalten, viele mit Migrationshintergrund und aus sozial benachteiligten Familien, arbeiten ein Jahr lang einmal in der Woche für zwei Stunden mit akademisch ausgebildeten Künstlern. Beim künstlerischen Schaffen handeln die Kinder disruptiv, indem sie, kaum ist ein Motiv gemalt, es wieder zerstören, übermalen, verändern, um etwas Neues, noch Besseres zu erschaffen. Die Kinder erfahren so Selbstwirksamkeit und die Erkenntnis, dass diese für andere Bereiche des Lebens überaus sinnvoll ist.

Neben dem künstlerischen und kreativen Schaffen stellen die Kinder ihre Werke aus, feiern gemeinsam ein Museumsfest und besuchen mit den Eltern die Hamburger Ausstellungen. Das Angebot ist wissenschaftlich evaluiert und die Wirksamkeit nachgewiesen. Etwa 400 bis 500 Kinder pro Jahr erleben die Kraft der Kunst und entwickeln ihre Potenziale.

Die spannenden Fragen sind: Wie ist die LichtwarkSchule entstanden und wie wird sie finanziert? Wie so viele innovative Ideen entstand auch die LichtwarkSchule

außerhalb der Institutionen – quasi auf der grünen Wiese. Initiatorin Franziska Neubecker, überzeugt von der Wirkungskraft der Kunst, startete das Projekt ehrenamtlich, baute es auf, entwickelte es weiter und ließ es evaluieren. Wirksam, nachgefragt, vernetzt, effizient, gesellschaftlich relevant – Haken dran.

Leider kann die LichtwarkSchule noch keinen Haken an die Finanzierung machen. Die Kurse werden vor allem durch das Ehrenamt Neubeckers, die Hamburgische Kulturstiftung, kleinere Stiftungen, eine Handvoll privater Spender, Mittel aus Bundesprogrammen und ähnliche Quellen finanziert. Diese Spenden machen etwa 30 Prozent aus. Ein weiteres Drittel der Einnahmen wird über die freien Mittel der Schulen generiert. Diese Einnahmen sichern die Honorarmittel für die Künstler, die freiberuflich arbeiten, und die Sachmittel. Das letzte Drittel fehlt in der Kasse und wird durch viel ehrenamtliches Engagement aufgefangen. Mehrfache Versuche, die Kosten vor allem für Projektkoordination, Qualitätssicherung und Weiterentwicklung über institutionelle Förderung abzusichern, scheiterten bislang. Wir wissen, dass institutionelle Förderung für neue Projekte und Player in Deutschland schwer zu bekommen ist, da die Etats verteilt sind und es scheinbar wenig Spielraum gibt.

Um nachhaltig und fit für die Zukunft zu sein, braucht es aber eben mehr finanzielle Spielräume. Diese gilt es einzuwerben. Ein professionelles Fundraising muss etabliert werden, das zunächst sicher kein Geld in die Kasse spült, sondern eine Investition ist, eine Investition in die Zukunft unserer Kinder. Lohnt es sich, dafür Geld auszugeben, Kinder zu fördern, damit sie sich ihre Kreativität erhalten und gestärkt in eine Zukunft gehen, die vor allem Menschen braucht, die frei, quer und kreativ denken und handeln können? Wir finden, es lohnt sich! Wer sich angesprochen fühlt, dieses Projekt weiter auszubauen, sei herzlich eingeladen, sich zu engagieren. Wenn es politisch so schwer ist, etwas zu verändern und zu bewegen, müssen wir die Ärmel selbst aufkrempeln, aber dennoch nicht nachlassen, die Politik in die Verantwortung zu nehmen.

Im September hat **Regine Wagenblast** die Geschäftsführung der LichtwarkSchule in Hamburg übernommen. Sie löst die Gründerin Franziska Neubecker ab, die sich zum Ende des Jahres in den „Unruhestand" verabschiedet. Wagenblast war Geschäftsführerin des Sozialunternehmens wellcome, arbeitet als Lehrkraft im Bildungssektor und hat mehr als 20 Jahre Unternehmenskommunikation, Marketing und Fundraising in unterschiedlichen Branchen verantwortet.

▶ **www.lichtwarkschule.de**

- 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.

wir sprechen Fundraising

frc spenden manufaktur
Telefon-Fundraising

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

Mitglied im Deutschen Fundraising Verband – Ethisch & Transparent

DDV Mitglied im Deutschen Dialogmarketing Verband e.V.

Gegenpol zur Rabatt-Schlacht

Der GivingTuesday wird im Raum D-A-CH unterschiedlich promotet

Seit 2012 gibt es die weltweite Bewegung des GivingTuesday, der immer fünf Tage nach Thanksgiving zelebriert wird und der als der Tag des Gebens schlechthin etabliert werden soll. An diesem Aktionstag beteiligen sich weltweit mehr als 70 Länder. In diesem Jahr liegt der Tag auf dem 3. Dezember.

Von KATJA PRESCHER und RICO STEHFEST

Das vielleicht Auffälligste am Aktionstag GivingTuesday ist die Tatsache, dass es im Prinzip keine Regeln geht. Es geht mehr um das Schaffen von Bewusstsein, welchen Mehrwert gute Taten und das Spenden an sich bieten. Deshalb kann jeder, NGOs genauso wie Unternehmen und Privatpersonen, ein Projekt starten. NGOs können so beispielsweise eine Jahresend-Kampagne einläuten und idealerweise neue Spender gewinnen. Aber auch ein Kuchenbasar tut es, mit dem eine Schulklasse ein soziales Projekt unterstützt.

Um diesem Tag und den dann geplanten Aktionen möglichst viel Aufmerksamkeit zu verschaffen, machen sich in der Schweiz Swissfundraising und in Österreich der Fundraising Verband Austria dafür stark und bieten jeweils eine Kampagnenseite, auf der man eine Aktion oder ein Projekt ganz einfach einstellen kann. Diese potenzielle Reichweite kann für mehr Unterstützer sorgen.

Die Schweiz ist seit 2016 dabei, und die Sache hat so schnell an Schwung gewonnen, dass mittlerweile mehr als 120 Partner dabei sind. Eine Swissfundraising-Arbeitsgruppe unterstützt Personen, Firmen und Organisationen, die eine Aktion durchführen möchten. Der Swissfundraising-Vorstand beschloss kürzlich, die Entwicklung des GivingTuesday verstärkt zu unterstützen. „Geplant ist eine auch finanziell unterstützte Social-Media-Kampagne. Bisher hatten wir kein Budget dafür“, bedauert Roger Tinner, Geschäftsführer bei Swissfundraising. In den USA, wo der GivingTuesday herkommt, gibt es für den Tag auch eine zentrale Spendenplattform.

Der Österreichische Fundraisingverband ist seit diesem Jahr offizieller Partner. „Wir stehen aktuell bei mehr als 35 teilnehmenden Organisationen und Unternehmen, darunter auch die großen Organisationen in Österreich“, verrät die beim Verband Verantwortliche Astrid Picello. Zusätzlich wird auch eine Studie unter 1000 Personen zum GivingTuesday durchgeführt. „Abgefragt wird die Bekanntheit aber auch wie einem die Idee gefällt, welche Assoziationen verbunden werden und ob man mitmachen würde“, so Picello. Testimonials, Medienpartner und Unternehmen für den Aktionstag zu gewinnen ist ein weiteres Ziel des Verbandes.

In Deutschland bemüht sich der Deutsche Fundraising Verband seit geraumer Zeit um das Projekt, nachdem betterplace sein Engagement wegen zu hohen Aufwands abgegeben hat. Bislang blieb das allerdings ohne Ergebnisse. In München betreibt der Thrive International e. V. eine eigene Kampagnenseite konkret für den Raum München, promotet den Tag aber nicht bundesweit.

So bleiben es eben auch knappe Ressourcen, egal, ob personell oder finanziell gesehen, die nicht selten die Umsetzung von Ideen verhindern. So hofft Roger Tinner „auf gute Best Practice-Beispiele. Es braucht weiterhin Zeit, damit sich das ‚Gärtli-Denken‘ auflöst und sich alle Organisationen gemeinsam für den Sektor einsetzen respektive Philanthropie fördern. Es ist eben keine Organisationskampagne, die gepusht werden soll, sondern die GivingTuesday-Bewegung, die auch der eigenen Organisation zugutekommt.“

- www.giving-tuesday.ch
- www.giving-tuesday.at
- www.givingtuesday-munich.com

CBM bindet konfessionelle Leser in Kampagnen ein

Fester Bestandteil im Marketing-Mix der CBM: Die Zeitungen der KONPRESS-Medien eG

Uganda: Klinik-Mitarbeiter James Murambwe (r.) kontrolliert den Behandlungserfolg bei Babiwemba Lwiza (70). Eine Augenoperation bewahrte sie davor, durch Trachom zu erblinden.

Das Einwerben von Spenden wird immer schwieriger und gute zielgruppengerechte Plattformen sind rar. Entgegen dem Markttrend konnte die Christoffel-Blindenmission (CBM) im vergangenen Jahr dennoch erneut ein Wachstum von rund fünf Prozent erzielen und somit das eigentliche Organisationsziel erfüllen, noch mehr Projekte für Menschen mit Behinderung in den ärmsten Ländern dieser Erde zu finanzieren. Hierfür möchte die CBM – neben der Erweiterung und Diversifizierung von Fundraising Maßnahmen zur Verbreiterung der Unterstützerbasis und Neuspendergewinnung – dringend mit ihren bestehenden, treuen Spenderzielgruppen im Dialog bleiben. Das klassische Direktmarketing bleibt dabei der wichtigste Fundraising Kanal.

Die Einnahmen im Stiftungsbereich und im Bereich Großspender- und Legate-Fundraising wuchsen aber ebenfalls, da die CBM ihre Zielgruppen verstärkt auf speziellen Veranstaltungen und über Fachmedien anspricht. Zunehmend nutzt die CBM auch die Möglichkeiten im Bereich digitale Kommunikation für Spendenaufrufe an ihre Unterstützer/innen. Als christliche Organisation steht die CBM traditionell im engen Dialog mit konfessionellen Lesern. Schon seit Jahren kooperiert die CBM daher erfolgreich mit der KONPRESS Medien eG.

In den kirchlichen Zeitungen, die über die KONPRESS angeboten werden, schaltet die CBM regelmäßig Beilagen und erreicht zielgenau die für die Organisation so wichtige Zielgruppe der konfessionellen Leserinnen und Leser. Die CBM-Spendenaufrufe in den verschiedenen Kirchenzeitungen erfolgen allerdings nicht nur zu den christlichen Feiertagen wie Ostern und Weihnachten sondern auch unterjährig. Auch für die kommenden Jahre wird die Kooperation mit den Medien der KONPRESS Medien eG ein fester Bestandteil der Marketing- und Fundraising-Aktivitäten der CBM darstellen, da die CBM hier zielgenaue und gut messbare Erfolge verzeichnet.

CBM e. V., M. Ankerstein, S. Wohmann

So erreichen Sie werteorientierte Spender!

Als Service-Agentur für 40 Titel der evangelischen und katholischen Publizistik bietet die KONPRESS-Medien eG maßgeschneiderte Beratung und Vermittlung von Anzeigen und Beilagen an. Wöchentlich erzielen diese Publikationen eine Reichweite von rund 1,32 Millionen Leserkontakte in Deutschland. 85 Prozent der KONPRESS-Titel werden im Abonnement bezogen. Der USP der werteorientierten Leser liegt in einer überdurchschnittlich hohen Spendenbereitschaft. Weitere Details zu der interessanten Zielgruppe finden Sie in der Leserstudie unter: https://konpress.de/studien/konpress-va

Sprechen Sie Andreas Bauer an. Er ist Marketingleiter der KONPRESS-Medien eG und verfügt über 25 Jahre Vertriebs- und Marketing-Know-how in der Verlagsbranche.

Telefon: 0 69/2 56 29 66-13
E-Mail: andreas.bauer@konpress.de

konpress
Konfessionelle Medien

Riesen-Zwerg zu versteigern

Zwerg Karl misst stolze 2,50 Meter und war der offizielle Repräsentant der Bundesgartenschau (BUGA) 2019 in Heilbronn. Inzwischen ist die BUGA zu Ende und Karl sucht einen neuen Job. Die Betreiber des Erlebnisparks Tripsdrill, in dem ein Exemplar von Karl zu bewundern war, hat dieses jetzt zugunsten des guten Zwecks versteigert. Der komplette Erlös kommt der Deutschen Muskelstiftung zugute, die sich für Menschen mit Muskelerkrankungen einsetzt.

▶ www.muskelstiftung.de

Jetzt wird's mal Zeit!

Kampagne zur Umsetzung der Stiftungsrechtsreform

Erinnert sich noch jemand? Im Koalitionsvertrag hatte die deutsche Bundesregierung eine umfassende Reform des Stiftungsrechts angekündigt. An dieses Versprechen will der Bundesverband Deutscher Stiftungen die Regierung mit der Kampagne „Stiftungsreform jetzt" nun erinnern. Dazu wurden die über 22 000 deutschen Stiftungen aufgefordert, sich an die Bundesjustizministerin und die Bundestagsabgeordneten in ihrem Wahlkreis zu wenden. Auf der Website des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen steht dafür ein Musterschreiben bereit. Mit der Reform sollen Stiftungen mehr Rechtssicherheit erhalten, indem bundeseinheitliche Vorschriften geschaffen werden. Weitere Forderungen sind Erleichterungen bei der Zusammenlegung und Zulegung mit anderen Stiftungen und bei der Zweck- und Satzungsänderung durch den Stifter. Außerdem sollen Vorstände durch angemessene Haftungsregelungen besser geschützt werden, und notleidende Stiftungen sollen in Verbrauchsstiftungen umgewandelt werden können.

▶ www.stiftungen.org

MEINE MEINUNG

„Man könnte meinen, dass die ‚Privatisierung' von Schulen gewollt ist"

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

„Die folgende Chemiestunde wird präsentiert von Nivea" – Können Sie sich vorstellen, dass das an der Tafel oder am Smartboard in einer Schulklasse steht? Der Witz entstammt einer Karikatur auf dem Titelblatt einer neuen Studie der Otto-Brenner-Stiftung, die das Thema Lobbyismus an Schulen unter die Lupe nimmt. Ein Ergebnis, das aufhorchen lässt: Laut Stiftung produzieren zwei Drittel der DAX-Unternehmen Lehr- und Lernmaterialien. Zudem sollen Firmen sogar eigene Mitarbeiter als Lehrpersonal an Schulen schicken. Markenbindung kann schließlich nicht früh genug stattfinden. Offenbar haben die Unternehmen hier eine Marktlücke erkannt. In Schulen, in denen Lehrer streng begrenzte Kopierkontingente haben und das Geld für Schulbücher immer weiter gekürzt wird, muss den Lehrkräften diese kostenlose Unterstützung wie gerufen kommen. Und solange dem Staat Großkonzerne mehr wert sind als die Bildung seiner jungen Generation, wird sich daran auch nichts ändern. Man könnte sogar meinen, dass diese „Privatisierung der Schulen" gewollt ist, spart die öffentliche Hand doch eine Menge Geld, wenn das Thema Bildung systematisch von der Privatwirtschaft übernommen wird und stattdessen mehr Mittel für betrügerische Automobilkonzerne und die Rettung notleidender Banken frei werden. Diese Mathematikaufgabe wurde übrigens entwickelt mit freundlicher Unterstützung von Casio Computer.

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

Kurzgefasst …

Millionenspende für Wikipedia

Die Stiftung des Medienunternehmers Craig Newmark hat dem Online-Lexikon Wikipedia eine Spende von 2,5 Millionen Dollar zukommen lassen, damit dieses seine Sicherheit im Netz verbessern kann. Kurz zuvor wurde Wikipedia durch einen Online-Angriff gestört und für mehrere Stunden lahmgelegt. Mäzen Newmark spendete nicht zum ersten Mal an Wikipedia.
▶ www.craignewmarkphilanthropies.org

Anlaufstelle für Berliner Straßenkids

Die Berliner „Off Road Kids Stiftung" hat seit Kurzem eine neue Streetwork-Station am S-Bahnhof „Bellevue". Die Stiftung ist bereits seit 25 Jahren in der deutschen Hauptstadt aktiv und hat in dieser Zeit über 1300 jungen Leuten, die auf der Straße lebten, Hilfe und eine Perspektive geboten. Bei der Eröffnung war auch Deutschlands „First Lady" Elke Büdenbender dabei.
▶ www.offroadkids.de

Weltstar gegen HIV und Aids

Um HIV-Neuinfektionen und Krankheiten, die im Zusammenhang mit Aids auftreten, einzudämmen, hat die „Elton John AIDS Foundation" gemeinsam mit dem Pharma-Unternehmen Gilead Sciences die „RADIAN"-Initiative gegründet. Deren Engagement bezieht sich auf Osteuropa und Zentralasien, da sich in dieser Region täglich rund 400 Menschen neu mit HIV infizieren, so Stiftungsgründer Elton John.
▶ www.radianhiv.org ▶ www.ejaf.org

Hier röhrt der Hirsch

Derzeit läuft die weltweit erste geröhrte Online-Petition. Die Deutsche Wildtierstiftung hat dazu aufgerufen, seine Stimme für den Rothirsch abzugeben. Sind 3600 Unterschriften beisammen, folgt eine Stunde Hirschröhren – und zwar im Landtag von Baden-Württemberg. Dort dürfen die stolzen Tiere nämlich nur auf vier Prozent der Landesfläche in fünf sogenannten Rotwildbezirken leben. Sonst droht der Abschuss.
▶ www.deutschewildtierstiftung.de ▶ www.HilfdemHirsch.org

Die Jugend im Netz

Die Vodafone-Stiftung hat zusammen mit dem Deutschen Jugendinstitut untersucht, wie kompetent sich Jugendliche online verhalten und welche Faktoren ihr Verhalten beeinflussen. Demnach spielt zum einen das Medienverhalten der Eltern als auch Gruppendruck eine entscheidende Rolle. Ein weiteres Ergebnis ist, dass es Jugendlichen schwerfällt, über Erlebnisse im Netz zu sprechen.
▶ www.vodafone-stiftung.de

Vor der Haustür

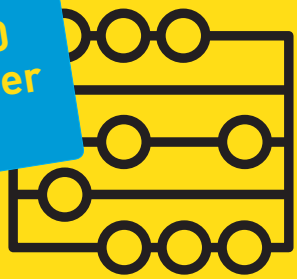
Mitmach-Stiftungen werden immer attraktiver

Bürgerstiftungen sind ein Erfolgsmodell, wie der aktuelle „Report Bürgerstiftungen. Fakten und Trends 2019" der Stiftung Aktive Bürgerschaft zeigt. So hat sich die Zahl der Bürgerstifterinnen und Bürgerstifter seit dem Jahr 2008 auf 30 000 mehr als verdreifacht. Hinzu kommen weitere 27 000 Menschen, die sich ehrenamtlich für die Bürgerstiftungen engagieren. Das gleiche gilt auch für das Stiftungskapital, das im selben Zeitraum auf 423 Millionen Euro gestiegen ist. „Das Modell Bürgerstiftung hat sich auch in andauernden Niedrigzinszeiten bewährt. Die Kombination aus Stiften, Spenden und ehrenamtlichem Engagement für gemeinnützige Anliegen vor der eigenen Haustür macht die Bürgerstiftung zur attraktiven Mitmach-Stiftung und zum verlässlichen Partner", sagt Dr. Stefan Nährlich, Geschäftsführer der Stiftung Aktive Bürgerschaft. Für den diesjährigen Report wurden 410 Bürgerstiftungen in ganz Deutschland angeschrieben, 77 Prozent antworteten.
▶ www.aktive-buergerschaft.de/reportbuergerstiftungen

Mit uns rechnen,
auf uns zählen.

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

Über 3.000 Anwender in D, A, CH



OPTIGEM
SOFTWARELÖSUNGEN FÜR GEMEINDEN
UND GEMEINNÜTZIGE WERKE

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

Fakten-Check für Meinungsbildung

Die Nemetschek-Stiftung will auf lockere Weise demokratische Werte vermitteln

Medienkompetenz, Fake News, Demokratieverständnis – drei Schlagworte, die den politischen und gesellschaftlichen Diskurs widerspiegeln. Die Auseinandersetzung damit will die Nemetschek-Stiftung mit verschiedenen Ansätzen fördern, und das ganz ohne „klare Kante" oder erhobenen Zeigefinger.

Von UTE NITZSCHE

In der Ausstellung „Geheimnis. Ein gesellschaftliches Phänomen"

Wie hoch ist der Anteil der Ostdeutschen unter deutschen Führungskräften? In welchem Bundesland machen Deutsche am liebsten Urlaub? Und wie stark erwärmt sich die Erde, wenn wir nicht den CO2-Ausstoß verringern? Diese und viele weitere Fragen stellt die Nemetschek-Stiftung in ihrem Fakten-Test und Blog zum Thema Fake News. Auf der Website *www.whatthefact.info* können die User ihre Kenntnisse zu verschiedenen aktuellen Gesellschaftsthemen testen. „Die grundlegende Idee war, wichtige Fakten aus gesellschaftlich relevanten Bereichen spielerisch zu vermitteln und aufzubereiten", so Dr. Ralf Nemetschek, Vorstandsvorsitzender der Stiftung und Sohn des Stifters Professor Georg Nemetschek. „In der Regel wählen sie dabei nicht die richtige Lösung aus vorgegebenen Antworten aus, sondern müssen selbst schätzen. Liegt man zum Beispiel weit daneben, so stellt man sich automatisch die Frage, welche Annahmen einen auf die falsche Fährte geführt haben. Der Weg zum Ergebnis ist damit genauso wichtig wie das Resultat."

Unabhängig und überparteilich

„Whatthefact" ging erstmals 2017 im Vorfeld der Bundestagswahlen online. Mittlerweile zählt die Facebook-Community rund 30 000 Abonnenten. Im Zusammenhang mit den Landtagswahlen in Sachsen und Brandenburg Anfang September wurde das Portal um die neuen Themenfelder „Geschlechtergerechtigkeit", „Gesundheit" und „Deutsche Einheit" erweitert. Insgesamt gibt es damit neun Kategorien, die kontinuierlich mit neuen Fakten gefüttert werden. Die Daten dazu liefert laut Ralf Nemetschek ein eigens von der Stiftung beauftragtes Team aus erfahrenen Journalisten. Die Stiftung arbeitet unabhängig und überparteilich und will demokratische Werte in Deutschland festigen. „Wir wollen die Menschen wieder für die Möglichkeiten unserer Demokratie begeistern. Sie motivieren, sich ihre eigene Haltung zu wichtigen gesellschaftlichen Fragen zu bilden und diese auch aktiv zu vertreten. Wir möchten einen Beitrag zur demokratischen Kultur leisten und den Spaß an der Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Themen zurückbringen."

Demokratie ist Herzensangelegenheit

Errichtet wurde die Stiftung 2007 von Georg Nemetschek, Bauingenieur und Gründer des Bausoftware-Unternehmens Nemetschek AG. „Mein Vater wurde 1934 geboren und gehört damit zu der Generation, die den Nationalsozialismus und den von Deutschland begonnenen Zweiten Weltkrieg noch selbst erlebt haben. Dass er nach Ende des Krieges in einer der freiesten Demokratien der Welt leben und sein Unternehmen aufbauen konnte, emp-

findet er noch heute als einen der größten Glücksfälle seines Lebens. Diese Demokratie zu fördern und zu schützen ist uns als Familie daher eine echte Herzensangelegenheit", erklärt Ralf Nemetschek die Intention des Stifters.

Bezug zum Alltag

Diese setzt die Stiftung mit eigenen Projektideen, die sie anschließend auch selbst oder zusammen mit Partnern verwirklicht, um. Eine davon ist eben „Whatthefact", eine weitere das mobile Computerspiel „Utopolis – Aufbruch der Tiere", das demokratische Handlungsweisen vermitteln will. Das Spiel richtet sich vor allem an Jugendliche und ihre hohe Affinität zu digitalen Medien. Die Spieler begeben sich darin als Tiere, zum Beispiel als Wolf, Spinne oder Eichhörnchen, nach Utopolis, um mithilfe ihrer unterschiedlichen Fähigkeiten gemeinsam das bedrohliche „Rote Leuchten" zu bezwingen. Ein weiteres Projekt ist die Ausstellung „Geheimnis – ein gesellschaftliches Phänomen", die in öffentlichen Räumen und Museen in München, Hannover, Berlin und ab Dezember auch im Museum für Kommunikation in Frankfurt zu sehen ist. Die Besucher sollen sich anhand verschiedener Installationen der Frage nähern, was Geheimhaltung für die Gesellschaft und für das einzelne Individuum bedeuten. Ralf Nemetschek erläutert: „Bei allen unseren Projekten steht der Bezug zum Alltag der Menschen im Vordergrund, um emotionale Zugänge zu ermöglichen. Zudem haben wir einen hohen ästhetischen oder künstlerischen Anspruch bei allem, was wir tun." Derzeit arbeitet die Stiftung an einem neuen großen Ausstellungsprojekt zum Thema Digitalisierung, wie Ralf Nemetschek verrät. „#neuland", so der Titel, wird voraussichtlich ab Frühjahr 2020 in Frankfurt zu sehen sein.

Bis es so weit ist, bietet weiterhin „Whatthefact" ein gutes Portal, um eigene Anschauungen in Bezug auf Politik und Gesellschaft auf den Prüfstand zu stellen.

Wenige ostdeutsche Führungskräfte

Apropos: Da wären ja noch die Antworten auf die Fragen vom Textanfang: Unter den Führungskräften in der deutschen Wirtschaft kommen nur 1,7 Prozent aus Ostdeutschland. Das liebste Urlaubsbundesland der Deutschen ist Mecklenburg-Vorpommern, und wenn wir die Treibhausgasemissionen nicht verringern, wird es im Jahr 2050 auf der Erde im Schnitt 1,9 Grad Celsius und im Jahr 2100 ganze 4,5 Grad Celsius wärmer sein als heute. Hätten Sie's gewusst?

▶ www.whatthefact.info
▶ www.nemetschek-stiftung.de

GRÜN

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

Querdenken erwünscht

Die Deutsche Bundesstiftung Umwelt gibt Starthilfe für grüne Projekte

Womit die Politik noch schwer zu kämpfen hat, setzen viele kleine Unternehmen schon erfolgreich um – smarte Ideen und Lösungen für den Umwelt- und Klimaschutz zu entwickeln. Diese will die Deutsche Bundesstiftung Umwelt nun mit einem Stiftungs-Sonderprogramm fördern.

Von UTE NITZSCHE

Die Motivation ist groß, das zur Verfügung stehende Budget eher klein. Gerade Gründer von Start-ups, die auf Umweltthemen setzen, treiben meist vor allem idealistische Ziele an. Das Wissen um betriebswirtschaftliche Abläufe ist hingegen oft weniger ausgeprägt, der Return on Investment auf kurze Zeiträume hin betrachtet in der Regel geringer. Das macht es für die Unternehmen schwieriger, finanzielle Mittel für ihre Ideen aufzutreiben und Investoren zu finden. Zudem unterlägen Nachhaltigkeitsthemen häufig einer starken politischen ordnungsrechtlichen Situation, wie Felix Gruber, Abteilungsleiter Umwelttechnik bei der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU), erklärt. Er nennt in diesem Zusammenhang das Beispiel der Energiewende, wo viele Geschäftsmodelle damit stehen oder fallen, ob die Einspeisevergütung steigt oder sinkt.

Junge Unternehmen als First Mover

Diese Lücke will die Stiftung, die sich seit ihrer Gründung als Partner des Mittelstands bei allen umweltrelevanten Fragen sieht, mit ihrem Sonderprogramm nun schließen. 1,5 Millionen Euro stehen für das Pilotprojekt zur Verfügung, um Start-ups unter die Arme zu greifen, die innovative Ansätze zum Umwelt- und Klimaschutz mit digitalen Lösungen kombinieren. Finanziert wird es aus den üblichen Fördermitteln der DBU. „Wir als Stiftung wollen Unterstützer sein und die jungen Unternehmen im Idealfall zu First Movern machen", erklärt Felix Gruber. Und DBU-Generalsekretär Alexander Bonde ergänzt: „Für die komplexen Herausforderungen unserer Zeit wie Agrar-, Energie- und Verkehrswende brauchen wir junge Querdenker, die die Zukunft nachhaltig gestalten wollen und dabei auch die digitalen Chancen für den Schutz der Umwelt nutzen." Das können zum Beispiel Softwarelösungen zu Nachhaltigkeit und Ökologie sein oder auch andere digitale Geschäftsmodelle, die auf Umweltthemen setzen.

Neben finanzieller Hilfe auch Know-how

Das Programm, das zunächst als Pilotprojekt angelegt ist, läuft seit April 2019. Die Unterstützung sieht nicht nur Geldmittel vor – maximal 125 000 Euro kann jedes Projekt für Personal und Sachkosten erhalten –, sondern den Unternehmen stehen auch das Know-how und das Netzwerk der DBU zur Verfügung. Sie können sich mit ehrenamtlichen Mentorinnen und Mentoren austauschen und Coaching-Seminare absolvieren, um ihre unternehmerischen

Tüfteln an digitalen Lösungen für den Umweltschutz: Das Projekt PYDRO" kümmert sich um Wasserverluste an Trinkwasserleitungen, „Fine|analyze" liefert Daten über Industrieanlagen und „Smart Cloud Farming" (großes Foto links) hat eine Software für den ökologischen Landbau entwickelt.

Fähigkeiten zu verbessern. Und die Nachfrage ist groß. „Das Thema ist hochaktuell. Wir sind da offenbar in eine Lücke gestoßen", sagt Felix Gruber. Weit über 100 Bewerbungen seien bereits eingegangen. Eine solche einreichen können Start-ups, die noch nicht älter als fünf Jahre sind, aber auch Gründungsvorhaben sowie innovative Ausgründungen bekommen eine Chance. In einem vierstufigen Auswahlverfahren, an dem sowohl interne als auch externe Partner beteiligt sind, wird anschließend entschieden, ob das Projekt ins Förderprogramm aufgenommen wird. Dabei spielen Kriterien wie die Innovationshöhe, das Marktpotenzial, die Umsetzbarkeit sowie Nachhaltigkeitsherausforderungen eine Rolle.

Energiesparen und Schadensbegrenzung

Mittlerweile haben die ersten vier Start-ups das Prüfverfahren erfolgreich durchlaufen. „PYDRO" aus Hamburg will zum Beispiel mittels digital gesteuerter Instrumente Wasserverluste an Trinkwasserleitungen und den hohen Energieeinsatz beim Transport von Wasser minimieren. Das Hannoveraner Unternehmen „Fine|alyze" setzt auf flexible Software-Module, um komplexe Industrieanlagen genauer zu überwachen und in Echtzeit Daten bereitzustellen, die Auskunft über bevorstehende Schäden und Risiken geben können.

Start-ups als Risikofinanzierung

In Stuttgart angesiedelt ist „Farmee". Die Köpfe hinter dem Projekt haben eine App für Hobbygärtner entwickelt, mit deren Hilfe das Urban Gardening erleichtert wird. Sie gibt beispielsweise Auskunft über Pflanzzeiten und den richtigen Einsatz von Düngemitteln. Und „SmartCloudFarming" aus Berlin fördert den ökologischen Landbau mittels einer Software, die alle verfügbaren Infos über ein bebautes Feld sammelt, analysiert und in einen Zusammenhang bringt, sodass Landwirte daraus individuelle Handlungsempfehlungen für ihre Ernte ableiten können.

Wie sich die Projekte weiterentwickeln, kann zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht gesagt werden, wie Felix Gruber zu bedenken gibt. Man müsse ihnen Zeit geben, um vor allem die größte Herausforderung, den Prozess des Implementierens, anzugehen und schließlich einen Markt zu finden. „Wir sind uns dessen bewusst, dass es sich bei Start-ups immer um eine Risikofinanzierung handelt." Das Programm ist zunächst auf drei Jahre angelegt. Geplant ist, insgesamt zwischen 12 und 15 Unternehmen zu fördern. Ob es noch eine zweite Auflage des Programms gibt, wird gerade intern beraten. Spruchreif sei dies aber noch nicht, erklärt Felix Gruber. Der Politik um Längen voraus sind Stiftung und Start-ups aber bereits mit dem Pilotprojekt allemal.

▶ www.dbu.de/startup

KomServ
Verwaltungsgesellschaft
... Ihre Verbindung zum Mitglied

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

Moderne Mitgliederverwaltung- und Pflege
Modern membership management services and solutions

www.komserv-gmbh.de

Unverhofft kommt oft

Wie Stiftungen und NGOs mit anonymen Großspenden umgehen

Man darf ja noch träumen, von den großen, den ganz großen Spenden. Treffen sie dann aber tatsächlich ein, ist man meist damit überfordert. Spielen wir das Szenario durch: Eine anonyme Großspende erreicht die Organisation. Man ist freut sich, ist glücklich und möchte sich gern bedanken. Doch das ist gar nicht so einfach.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Im August 2019 passierte es erneut. Die „Braunschweiger Zeitung" erhielt eine anonyme Spende in Höhe von 100 000 Euro in einem Briefumschlag, versehen mit dem Spendenzweck: Hospiz Am Hohen Tore in Braunschweig. Warum der Spender oder die Spenderin anonym bleiben will, bleibt im Dunkeln. Auch ob es dieselbe Person ist, die schon zwischen 2014 und 2016 mit einer richtigen Spendenserie auf sich aufmerksam machte und dabei die Berichterstattung der Zeitung bei der Projektauswahl berücksichtigte. „Wir kriegen alle das breite Lächeln nicht mehr aus dem Gesicht", sagt die Leiterin des Hospizes, Petra Gottsand, der Zeitung. Eine so hohe Spende hatte die Einrichtung, die Menschen auf ihrem letzten Lebensweg begleitet, noch nie erhalten. „Das ist schon Wahnsinn." Doch geht da alles mit rechten Dingen zu? Woher stammt das Geld?

Nicht verboten!

Auch Reinhard Greulich, Fundraiser bei der Stiftung zur Bewahrung kirchlicher Baudenkmäler, kennt das. Er wagte seinen Augen kaum zu trauen, als er vor einigen Jahren einen Brief mit aufgeklebten Zeitungsbuchstaben öffnete. Nein, keine Lösegeldforderung, sondern eine anonyme Spende von über 10 000 Euro. Aber es gibt

keinen Grund, eine solche Spende nicht anzunehmen. Das ist erlaubt. Nur politische Parteien dürfen nach dem Parteiengesetz keine anonymen Spenden über 500 Euro annehmen.

Spenderwille unbekannt

Für Organisationen bedeuten diese Spenden trotzdem Stress. „Spenden in der Größenordnung kommen normalerweise als Folge eines intensiven Kontaktes mit dem Fundraiser zustande", so Greulich. Dann ist auch die Person bekannt, der Spenderwille klar und die Organisation weiß, wofür das Geld einzusetzen ist und wem zu danken ist. Eine Entscheidung ohne Spenderwille ist dagegen schwierig. Theoretisch könnte das Geld auch die Fundraiser-Stelle finanzieren helfen. Doch ob das wirklich gewollt ist? Greulich akzeptiert aber die Spendenentscheidung: „Ich werde da gar nicht weiter nachforschen, sondern die gewählte Anonymität respektieren."

Spenden öffentlich bedanken

Den Dank an den anonymen Gönner ging er pragmatisch an. Er bedankte sich öffentlich, ohne Nennung des Betrages, auf der Website und in einer Publikation der Organisation. Andere Organisationen gehen sogar noch weiter und schalten in der Regionalpresse eine Dankes-Anzeige. Gerade für Menschen, die ihren Reichtum nicht an die große Glocke hängen, ist das

Thema Spenden auch mit Problemen behaftet. Denn wie kommt das im Freundeskreis an, wenn plötzlich bekannt wird, dass man große Summen spenden kann? Die Angst, das persönliche Umfeld durch eine öffentliche Spende zu überfordern, ist hier nicht unerheblich, wie ein Stifter im Vertrauen berichtet. Dies bestätigt auch eine Studie aus dem Jahr 2014 von Nichola Raihani, Evolutionsbiologin am University College London. Diese bezieht sich zwar auf Online-Spenden, macht aber deutlich, dass besonders die großen Spender nicht von der gesellschaftlichen Norm abweichen und deshalb lieber anonym bleiben wollen.

Mehr Spendenanfragen vermeiden

Dieser Wunsch nach Anonymität ist aus Sicht von Großspendern nichts Ungewöhnliches. Häufigster Grund ist, dass Spender bei hohen Summen mit sehr vielen neuen Spendenwünschen konfrontiert werden. Die Anonymität bietet da einen Schutz. Außerdem recherchieren diese Spender offenbar genau, wohin sie ihr Geld geben. Eine gute Marke, Pressearbeit und natürlich eine aussagefähige Website auch mit Projekten für Großspender könnten dem Wunsch dieser Menschen entgegenkommen. Das Deutsche Rote Kreuz hat für das Thema anonymes Spenden sogar bereits ein Spendenformular auf der Website eingerichtet, das aber auf 200 Euro begrenzt ist, weil so auch eine Spendenbescheinigung ohne Zuwendungsbescheinigung nach deutschem Recht möglich ist. So wird das Thema aber zumindest auffindbar.

Vertrauensvolle Beziehung

Sollten also Vereine und Stiftungen das anonyme Spenden erleichtern? Das ist praktisch eigentlich unmöglich, denn auf allen Überweisungswegen, außer bei der anonymen Barspende, werden Daten des Absenders mitgeliefert. Ein vertrauensvolles Verhältnis zwischen Fundraisern und den Spendern kann hier eher zum Erfolg führen, wenn die Anonymität vonseiten des Spenders gewünscht und gewahrt wird. So erhielt das Berner Kunstmuseum, nachdem bekannt wurde, dass es das Gurlitt-Bilder-Erbe antritt, eine anonyme Spende von mindestens einer Million Franken für eine eigene Forschungsstelle zur Aufarbeitung der teilweise geraubten Kunst. Die Spenderin sei eine Freundin des Hauses, die das Museum schon bei anderen Gelegenheiten unterstützt habe, sagte Christoph Schäublin, Stiftungsratspräsident des Kunstmuseums Bern im Interview mit dem „Schweizer Tages-Anzeiger" damals. Eindeutig eine vertrauensvolle und tragfähige Beziehung zur Spenderin.

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

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

BRAKELEY
FUNDRAISING CONSULTANTS
1919 – 2019

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

Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Botschafterin für World Vision

Model und Schauspielerin **Tiana Pongs** ist neue deutsche Botschafterin des Kinderhilfswerks World Vision. In dieser Funktion übernimmt sie in Zukunft Patenschaften, besucht Projekte in verschiedenen Ländern und macht sich bei Events und in den Medien weltweit stark für die Kinderhilfe. „Jeder Mensch auf dieser Erde hat das gleiche Recht auf Wasser, Nahrung, ärztliche Versorgung, Bildung und Menschenrechte und dafür möchte ich mich mit vollem Herzen und aus Überzeugung einsetzen. Es ist mir eine besondere Ehre, dass ich mich gemeinsam mit World Vision dafür engagieren kann", so Pongs. Ihre erste Reise als Botschafterin wird sie Ende November nach Tansania führen. Auf Instagram wird sie von ihren Erlebnissen und Eindrücken berichten.

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

Wechsel in der Geschäftsführung beim Deutschen Marketing-Verband

Im Oktober hat **Ariane Derks** die Geschäftsführung des Deutschen Marketing Verbandes e.V. (DMV) und der DMV Service GmbH übernommen. Die erfahrene Betriebswirtin wird den Berufsverband für Marketing-Management und Dachorganisation der mehr als 60 Marketing-Clubs in Düsseldorf leiten. Derks war langjährige Geschäftsführerin der Standortmarketinginitiative „Deutschland – Land der Ideen", Head of CSR bei thyssenkrupp und zuletzt bei Accenture als Principal Director tätig.

Fundraising für Ruhr-Universität

Die Ruhr-Universität Bochum (RUB) stellt ihr Fundraising neu auf. Künftig sind die Aufgaben in der Stabsstelle Fundraising zusammengefasst. Die Leitung hat der Bochumer **Oliver Basu Mallick** übernommen. An der RUB wird er das strategische Fundraising weiterentwickeln und neu ausrichten. In den letzten Jahren hat er bei Plan International Deutschland (Hamburg), Ärzte ohne Grenzen (Berlin), der UNO-Flüchtlingshilfe (Bonn) und der GLS Treuhand (Bochum) gearbeitet.

Verstärkung für „Stiftung Kunstforum"

Sebastian Pflum verstärkt seit Oktober das Team der Geschäftsführung bei der „Stiftung Kunstforum" der Berliner Volksbank. Nach dem Studium der Rechtswissenschaften sowie der Kunst- und Bildgeschichte begann er seine Karriere 2011 im Berliner Büro des Auktionshauses Phillips de Pury & Company. 2014 wechselte er als Referent des Generaldirektors zur „Stiftung Oper in Berlin", bevor er ab 2017 in führender Position für die „Stiftung Brandenburger Tor" tätig war.

Rücktritt bei der Hanns-Seidel-Stiftung

Ursula Männle, Vorsitzende der Hanns-Seidel-Stiftung, hat ihren Rücktritt zum Ende des Jahres bekanntgegeben. Obwohl sie im vergangenen Jahr für vier weitere Jahre im Amt bestätigt worden war, geht sie diesen Schritt aus freien Stücken. Männle hat die Stiftung in allen ihren Organen jünger und weiblicher gemacht, die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit durch gemeinsame Projekte gestärkt und damit die Wirkung der Stiftung erhöht. Unter ihrer Führung hat die Stiftung aktuelle gesellschaftspolitische Herausforderungen direkt aufgegriffen und in praktische Projekte umgesetzt, wie die Migrationsthematik, die Gefährdung der Demokratie und die Rolle der Frau in Gesellschaft und Politik. Männle ist darüber hinaus nach wie vor in zahlreichen Frauenorganisationen engagiert.

Geschäftsführerin von SwissFoundations verabschiedet sich

Beate Eckhardt, Geschäftsführerin von SwissFoundations, verlässt den Verband per Ende Juni 2020. Sie hat SwissFoundations strategisch und operativ entscheidend geprägt und zu einer wichtigen Stimme im Schweizer Stiftungssektor geformt. Die Professionalität und Innovationsfähigkeit, die breite Vernetzung und das Renommee des Verbandes sind in hohem Maß ihrer Schaffenskraft und ihrer visionären Denkweise zuzuschreiben. Mit Gespür für unternehmerische Lösungen hat Beate Eckhardt neue Formate wie Arbeitskreise, das Senior-Beratungsnetzwerk oder den „SwissFoundations Legal Council" ins Leben gerufen. Unter ihrer Leitung konnte in Genf eine Geschäftsstelle für die Romandie etabliert und die regionale Präsenz von SwissFoundations in den anderen Landesteilen gestärkt werden.

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

Geschichten aus dem Fundraising-Alltag ...

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

Katja Deckert
Leiterin Fundraising NABU, Berlin

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

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

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

Fundraiser magazin
Fachlektüre, die Spaß macht

Österreichischer Fundraiser des Jahres

Der Generalsekretär des Österreichischen Roten Kreuzes, **Werner Kerschbaum**, ist für seine Verdienste um das Spendenwesen vom Fundraising Verband Austria als „Fundraiser des Jahres" ausgezeichnet worden. Seit 1999 hat der gebürtige Steirer beim Österreichischen Roten Kreuz den gesellschaftlichen Blick für soziale Fragen geschärft. Als Generalsekretär von 2012 bis 2019 hat er die Geschicke dieser wichtigen Institution für humanitäre Hilfe entscheidend gelenkt und damit das österreichische Spendenwesen nachhaltig mitgeprägt. Mit großem Mut, Idealismus und Menschlichkeit ging er stets als Botschafter voran, wenn es darum ging, das gesellschaftliche Miteinander und Solidarität mit den schwächeren Mitgliedern unserer Gesellschaft einzumahnen.

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

Diakonie-Präsident für zweite Amtszeit berufen

Pfarrer **Ulrich Lilie** ist für eine zweite Amtszeit als Präsident der Diakonie Deutschland berufen worden, deren Präsident er seit 2014 ist. Zuvor war er seit 2011 theologischer Vorstand der Graf-Recke-Stiftung in Düsseldorf, einem großen diakonischen Unternehmen in Nordrhein-Westfalen. Lilie studierte Theologie in Bonn, Göttingen und Hamburg, war Pfarrer der Evangelischen Friedens-Kirchengemeinde Düsseldorf und Stadtsuperintendent des Kirchenkreises Düsseldorf.

Staffelübergabe am Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung

Das gemeinnützige, unabhängige Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung erhält eine neue Leitung: Die Bevölkerungsexpertin **Catherina Hinz** übernimmt als Direktorin das Amt von Reiner Klingholz, der das Institut seit seiner Anfangsphase über 16 Jahre lang geleitet und entwickelt hat. Hinz kommt von der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, wo sie ein globales Programm zum Nachfolgeprozess der Kairoer Weltbevölkerungskonferenz verantwortet hat.

Neuer Geschäftsführer für „Fair unterwegs"

Nach über 30 Jahren bei „Fair unterwegs – Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung" geht Christine Plüss im November in Pension. Der Vorstand hat **Jon Andrea Florin** zu ihrem Nachfolger bestimmt, wie der Verein mitteilt. Mit Jon Andrea Florin habe man einen Kandidaten gefunden, der vielseitige Erfahrung aus Entwicklungszusammenarbeit, Fairtrade und Marketing mitbringt und als Mitglied der Geschäftsleitung von Swissaid Führungserfahrung vorweist.

NGO-Expertin für Falling Walls Foundation

Sweelin Heuss übernimmt die Geschäftsführung der Falling Walls Foundation gGmbH. Sie wird für die gemeinnützige Wissenschaftsorganisation zukünftig den internationalen Dialog zwischen Wissenschaft, Gesellschaft, Wirtschaft und Politik weiterentwickeln und vorantreiben. Sie folgte Mitte Oktober auf Tatjana König, die nach sieben Jahren bei Falling Walls in den Vorstand der Körber-Stiftung berufen wurde. Heuss besitzt Erfahrungen in den Bereichen Kommunikation, Fundraising und Digitales.

artegic AG hat Vorstand erweitert

Der Digital-CRM-Beratungs- und Technologieanbieter artegic AG hat im August **Bernd G. Weber** als CFO/COO in den Vorstand berufen. Er verfügt über langjährige Finance-, Operations- und Sales-Erfahrungen in der IT- und Digitalwirtschaft. Nach Stationen bei unter anderem T-Systems, Deutsche Telekom, Roland Berger und Unilever war er zuletzt als Head of Business & Sales Operations bei Fujitsu Central Europe tätig. Er hat die Nachfolge von Frank Michael angetreten, der sein Mandat niedergelegt hat.

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

Smartphone-Spenden

Die Kleiderstiftung sammelt jetzt auch gebrauchte Smartphones. Auf der Website können Spendenwillige ein Etikett für ein Paket erstellen, bei dem man kein Porto bezahlen muss. Dann wird einfach ein Karton mit den ausgemusterten Kleidungsstücken und Handys befüllt, zugeklebt und mit dem Adressschein versehen. Um gesichert eine Rückmeldung zur korrekten Weiterverarbeitung der Smartphones, z.B. vollständige Datenlöschung, zu erhalten, müssen diese innerhalb des Pakets in einem gesonderten Briefumschlag (maximal zwei Handys pro Paket) sein, der mit dem Namen des Spenders versehen ist.

▶ www.kleiderstiftung.de

Mobiles Bezahlen nach europäischen Regeln

Mobile-Payment-Anbieter kooperieren

Es wird Realität: ein eigenes, nach europäischen Standards entwickeltes und europaweit gültiges System für mobiles Bezahlen – durch die Bündelung der Kräfte von sieben führenden Mobile-Payment-Anbietern in der neuen Vereinigung „European Mobile Payment Systems Association" (EMPSA) mit Sitz in Zürich. Durch EMPSA wird zu Beginn ein Netzwerk aus neun Ländern mit insgesamt rund 25 Millionen Mobile-Payment-Nutzern, rund einer Million Akzeptanzstellen in Handel, Gastronomie und Hotellerie sowie mehr als 350 angeschlossenen Banken entstehen. EMPSA deckt zum Start die gesamte DACH-Region (Bluecode, Twint), den nordeuropäisch-skandinavischen Raum (Swish, Vipps, MobilePay) sowie Belgien (Bancontact Payconiq) und Portugal (Sibs/MB Way) ab. Es wird erwartet, dass in den nächsten Monaten weitere Länder und mobile Zahlungssysteme der Vereinigung beitreten werden und das Netzwerk laufend wächst. Die sieben EMPSA-Gründungsmitglieder verwenden allesamt optische Bezahlverfahren, die mittels Scan eines Barcodes oder QR-Codes am Smartphone (iOS und Android) funktionieren.

▶ www.empsa.org

Kurzgefasst …

Dialog4good mit erweitertem Portfolio

Aus der „Deutscher Spendenhilfsdienst Berlin GmbH" wird die „dialog4good GmbH". Anlass er Umgestaltung ist die Entwicklung zu mehr Digitalisierung, sodass neben den gewohnten Produkten die digitalen Kommunikationskanäle als fester Bestandteil ins Angebots-Portfolio aufgenommen wurden. Die gewohnten Ansprechpersonen bleiben bestehen.

▶ www.dialog4good.de

Deutsche Post erhöht Preise für Dialogpost

Zum 1. Januar 2020 nimmt die Deutsche Post weitere Preisanpassungen für Mailings vor: Der Listenpreis im Bereich Standard erhöht sich von 28 auf 30 Cent pro Stück – offene Postkarten können weiterhin für 0,28 Euro verschickt werden. Die Mindesteinlieferungsmenge wird von 4000 auf 5000 erhöht, und der Preis für „Dialogpost Easy" bis 20 Gramm (bei Auflagen ab 500 bis 5000) wird auf 0,45 Euro angehoben. Weiterhin erhöhen sich die Preise für „Postwurf Spezial".

▶ www.deutschepost.de/de/d/dialogpost.html

Leitfaden zu Fundraising für Bauprojekte

Unter dem Titel „Bauprojekte finanzieren" hat die Darmstädter Agentur Zielgenau einen Fundraising-Leitfaden herausgegeben, der Non-Profit-Organisationen Impulse für die Entwicklung und Umsetzung entsprechender Strategien gibt. Die 16-seitige Broschüre kann unter *info@agentur-zielgenau.de* angefragt werden.

▶ www.agentur-zielgenau.de

Munich Fundraising School mit frischem Wind

Die Munich Fundraising School, ein Bildungsinstitut und Beratungsunternehmen vor allem für Stiftungen, NGOs und Verbände, macht sich fit für die Zukunft. Unter neuer Leitung und mit einer geänderten Gesellschafter-Struktur wird der Fokus der Inhouse-Seminare und Beratungsformate ab sofort auf die Themenfelder Fundraising, Kommunikation, Stiftungsmanagement und Nachhaltigkeit konzentriert.

▶ www.munichfundraising.school

Kirchliche Plattform kooperiert mit SAVISCON

Die Wirtschaftsgesellschaft der Kirchen in Deutschland WGKD verstärkt ihre Maßnahmen in den Bereichen Governance, Risk und Compliance. Deshalb hat die ökumenische Einkaufsplattform nun einen Rahmenvertrag mit der SAVISCON GmbH geschlossen. Das IT-Dienstleistungsunternehmen bietet für die Einrichtungen der Katholischen und Evangelischen Kirchen ein entsprechendes Beratungsangebot, z.B. auch zur IT-Sicherheit.

▶ www.saviscon.de

Nachhaltige Werbemittel mit gutem Gewissen

Pfandchips und Werbeartikel aus recyceltem Altholz

NILA Rhein-Neckar e. V. steht für nachhaltige und inklusiv hergestellte Werbeartikel. Aus recyceltem, unbehandeltem Altholz produzieren wir – mit und durch Menschen mit Handicap – Pfandchips, Einkaufswagenchips, Schlüsselanhänger, Visitenkarten, Response-Elemente u. v. m. Individuell nach Euren Anforderungen und Ideen. Wir möchten Euch für unsere sozial & fair hergestellten, nachhaltigen Holz-Pfandchips/-Werbemittel begeistern. Gerne senden wir Euch kostenlose Muster oder ein individuelles Angebot zu.

Dies und noch viel mehr ist erhältlich bei:
NILA Rhein-Neckar e. V.
info@nachhaltige-pfandmarken.de
▶ www.nachhaltige-pfandmarken.de

Einfach, praktisch und kein Plastik

Klimafreundliche und nützliche Produkte zeugen von gelebter Nachhaltigkeit im Alltag. Dieser Schlüsselanhänger aus Bambus – natürlich mit Ihrem Logoaufdruck – ist nicht nur ein solches Statement, sondern darüber hinaus auch ein praktisches Accessoire für moderne Technik. Mit diesem alltagstauglichen Give-away werden Ihre Kampagnenvideos zum Highlight vor Ort. Ideenreich praktizierte Nachhaltigkeit.

Erhältlich bei:
Cool Concept –
marketing & services
Telefon: +49 (0)2 21/5 02 80 80
▶ www.coco-marketing.de

Parkscheiben, Drehscheiben, Kofferanhänger und mehr

Wir sind ein Familienunternehmen aus Baden-Württemberg und haben uns auf ökologische Werbemittel spezialisiert. Unsere Produkte sind aus zertifiziertem Papier, und der Strom wird mit hauseigener PV-Anlage erzeugt. Darüber hinaus hat unser Firmengebäude keinen Schornstein – weil unser Gebäude keine Heizung benötigt –, und wir emittieren dadurch null Schadstoffe. Praktischer Umweltschutz kann so einfach sein! Egal, ob Parkscheiben, individuelle Drehscheiben, Kofferanhänger oder andere Produkte. Unsere Produkte sind immer werbewirksam, ökologisch und günstig zugleich.

Dies und noch viel mehr ist erhältlich bei:
fides Druck & Medien GmbH
Telefon +49 (0) 7807 957 999 22
▶ www.fides-druck.de

Wir vergrößern Ihren Erfolg … mit Lesezeichen-Lupen

Unsere Lesezeichen mit einer integrierten Lupe sind nicht nur schön anzusehen, sondern auch wirklich sehr praktisch mit mehreren Funktionen. Natürlich machen sie vor allem zu klein gedruckte Texte und Zahlen gut lesbar. Mit einer aufgedruckten Skala wird daraus zugleich auch noch ein praktisches Lineal. Die Lesezeichen-Lupen gibt es in verschiedenen Formaten, mit oder ohne Band, mit großem oder kleinem Lupenfeld, rund oder eckig … alles kann nach Kundenwunsch individuell gefertigt werden. Zwei große Werbeflächen auf der Vorder- und Rückseite, sehr dünn und super leicht – wir kennen kein besseres GiveAway oder eine erfolgreichere Mailingbeilage.

Dies und noch viel mehr ist erhältlich bei:
Lupenmaxx GmbH
Telefon: +49 (0) 76 61-90 99 88-0
▶ www.lupenmaxx.de

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

dialog4good GmbH
„Wir verstehen Dialog"
Aus der Deutscher Spendenhilfsdienst Berlin GmbH wird dialog4good GmbH. Als dialog4good GmbH erweitern wir unser bewährtes Angebotsportfolio um die digitalen Kommunikationskanäle. Künftig bieten wir Ihnen:
- Durchführung von Inbound- und Outboundtelefonkampagnen
- Beratung und Telefonschulungen
- Chat-Service
- E-Mail-Service
- Kommunikation über Messengerdienste
- Co-Browsing

Boxhagener Straße 119 · 10245 Berlin
Telefon: +49 (0)30 232553000
Telefax: +49 (0)30 232553020
mail@dialog4good.de | www.dialog4good.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 Potenziale 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

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

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

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 · 22767 Hamburg
Telefon/Fax: +49 (0)40 41306156
hello@hellohello.de | www.helloprobono.de

stehli software dataworks GmbH

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

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

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

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

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
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!

Hohenbuschei-Allee 1 · 44309 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

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

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-Baerl
Telefax: +49 (0)3222 9823430
kunstdorff@fundraising-und-system.de
www.fundraising-und-system.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

HP-FundConsult – Brücke zwischen Profit und Non-Profit

Partner und Bindeglied zwischen gemeinnützigen Organisationen, Wirtschaftsunternehmen und Privatpersonen

Kompetenter Partner bei Fundraising- und CSR-Prozessen für Non-Profit- und Profit-Kunden. Beratung bei Entwicklung, Aufbau und Umsetzung von nachhaltigem Fundraising und gesellschaftlichem Engagement. Integration in unternehmerisches Kerngeschäft. Verbindung von Wert und Werten. Lösung von Zielkonflikten zwischen Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft.

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

GOB Software & Systeme

GOB ist weltweit einer der größten Microsoft Partner im Non-Profit-Sektor und Marktführer von Fundraising-Software in Deutschland. Mit über 300 Mitarbeitern unterstützen wir Sie mit ausgezeichnetem Beratungs-Know-how und Support bei der erfolgreichen Implementierung Ihres Software-Projektes.

Europark Fichtenhain A 5 · 47807 Krefeld
Telefon: +49 (0)2151 349-3000
Telefax: +49 (0)2151 349-1120
info@gob.de | www.gob.de

PLZ-BEREICH 5

fundango GmbH

Preisgekrönte Fundraising aus Köln (Mailingwettbewerb 2012, ddp award 2014, Deutscher Fundraising Preis 2016).
*fundango unterstützt Ihr Fundraising nach allen Regeln der Kunst – online wie offline. Wir konzipieren und realisieren Kampagnen und Aktionen, die Spender*innen nachhaltig überzeugen – kreativ und 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

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

FOR A BETTER WORLD

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

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)

Wacholderschleife 6 · 51597 Morsbach
Telefon: +49 (0)221 7158959
anfrage@goldwind-bewirken.de
www.goldwind-bewirken.de

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

Standard-Eintrag **149 €**

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

direct. Gesellschaft für Dialogmarketing mbH

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

Sie finden uns außerdem in Berlin und Hamburg.

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

GRÜN Software AG

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

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

GRÜN alpha GmbH

Fundraising / Kommunikation

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

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

Tagungsschmiede

c/o Stiftung Deutsche Leukämie- & Lymphom-Hilfe

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

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

SYSTOPIA Organisationsberatung

Peth, Endres, Schuttenberg GbR

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

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

BuschConsult

Fundraising | Projektmanagement | Antragsprüfung

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

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

GFS Fundraising Solutions GmbH

Data-Driven Fundraising

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

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

Kensik.com Datenanalysen.

Dipl.-Psych. Andreas Kensik

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

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

Andreas Berg

Analyse · Beratung · Strategie

Als unabhängiger Berater mit 16 Jahren Fundraising-Erfahrung stehe ich NPOs zur Seite mit
- Spenderanalysen,
- Fundraising-Audits,
- Marktforschung,
- Strategieberatung und
- Database-Fundraising

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

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

GECKO international GmbH

Ihr Ansprechpartner für Adressen zur Neuspendergewinnung!

Wir bieten Ihnen:
- starkes Portfolio in den Bereichen Spenden- und Seniorenmarketing
- Adressenberatung / Listbroking
- Scoring / Optimierung
- Emergency-Mailings
- E-Mail-Kampagnen

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

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

PLZ-BEREICH 6

DIALOG FRANKFURT

... the communication company

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

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

faktor

Die Social Profit Agentur GmbH

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

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

Fundraising Akademie gGmbH

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

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

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

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

ENTERBRAIN Software AG

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 Spezialllösung 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

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.

Rheinstraße 40–42 · 64283 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

BluFoxx
Advising Organisations
Mit langjähriger Erfahrung und Innovationskraft begleiten wir Sie zu nachhaltigem Wachstum über Analyse, Strategie, Konzeption, Umsetzung, Controlling und Optimierung. Leistungen: Markenpositionierung, Produktentwicklung, Doner Experience, Direktmarketing, Programme für Dauerspender, Mittel- und Großspender, Legate, Online, Akquise, Emergency.

Berliner Ring 89 · 64625 Bensheim
Telefon: +49 (0)1511 5676400
kontakt@blufoxx.org | www.blufoxx.org

DTV-Germany GmbH
Wir bieten Ihnen alles für ein erfolgreiches DRTV-Programm: Konzeption, Kreation, Media, Response-Management, Controlling, Nachbetreuung. TV, Online oder Social Media - Bewegtbild über alle Kanäle für kleine, mittlere und große Organisationen. Erfahrung im Bewegtbild aus über 35 Ländern. Sprechen Sie uns an.

Berliner Ring 89 · 64625 Bensheim
Telefon: +49 (0)1511 5676400
kontakt@dtv-germany.de
www.dtv-germany.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
Über 30 Jahre Fundraising-Erfahrung für Ihren Erfolg. Wir unterstützen Sie u.a. in folgenden Bereichen:
- Neuspendergewinnung (Mailings, Beilagen, Media, Online)
- Optimierte Reaktivierung inaktiver Spender
- Bestands-/Mail-Response-/LTV-Analysen
- Scorings / List-Optimierungen
- EDV-Services (u.a. Abgleiche, Adressaktualisierungen/Bestandsbereinigungen)

Sie finden uns auch in München.

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

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

Mailingverstärker von fides!
Emotional, ökologisch & günstig
Formfrei gestaltbar (z.B. Ihr Logo)
Emotion by fides
Kofferanhänger by fides

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

„1% Response reicht einfach nicht!"
Neuspendermailings, die sich für Sie rechnen.
Pdirekt GmbH & Co. KG

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

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

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

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

PLZ-BEREICH 8

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

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

Arnold, Demmerer & Partner
Über 30 Jahre Fundraising-Erfahrung für Ihren Erfolg. Wir unterstützen Sie u.a. in folgenden Bereichen:
- Neuspendergewinnung (Mailings, Beilagen, Media, Online)
- Optimierte Reaktivierung inaktiver Spender
- Bestands-/Mail-Response-/LTV-Analysen
- Scorings / List-Optimierungen
- EDV-Services (u.a. Abgleiche, Adressaktualisierungen/Bestandsbereinigungen)

Sie finden uns auch in Stuttgart.

Bayerstraße 24 · 80335 München
Telefon: +49 (0)89 666091-0
Telefax: +49 (0)89 666091-20
post@arnold-demmerer.de
www.zielgruppenmarketing.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

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

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

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

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

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

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

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

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

FundraisingBox
Powered by Wikando GmbH
Ihr verlässlicher Partner für Online-Fundraising-Lösungen. Wir bieten vier Dimensionen: Digital Fundraising, Payment Cloud, Relationship Management und Non-Profit-Consulting. Damit können Sie erfolgreich Online-Spenden sammeln, schnell und einfach Zahlungen abwickeln sowie Spenden und Spender effizient verwalten. Kontaktieren Sie uns heute!

Schießgrabenstraße 32 · 86150 Augsburg
Telefon: +49 (0)821 907862-50
info@fundraisingbox.com
www.fundraisingbox.com

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

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

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

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

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

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

Pock Bouman Zidek
Advising Organisations
Holen Sie sich jetzt das Wissen erfolgreicher Fundraising- und Finanz-Leiter großer NGOs zu sich ins Haus. Wir haben schon viele Organisationen groß gemacht. Ihnen helfen wir mit:
- Beratung
- Strategie-Entwicklung
- Evaluierung
- Interims-Management
- Personalsuche
- Coaching

Bringen Sie Ihre Organisation den entscheidenden Schritt weiter.

Nachreihengasse 10/5 · 1170 Wien
gerhard.pock@pbz.co.at | www.pbz.eu

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 beim HB Zürich ist eine von Bernhard Bircher-Suits geführte Agentur. Wir machen Marketingkommunikation, Medienarbeit und Fundraising mit Herzblut, off- und online.
Unsere Services:
- Beratung
- Blogs
- Crowdfunding-Kampagnen
- E-Mail-Marketing
- Fundraising-Konzepte
- Mailings
- Medienarbeit
- Off- und Online-Werbung
- Social Media
- Text mit Nutzwert
- Websites

Wir liefern Ihnen kreative Ideen und Inhalte mit Nutzwert. Buchen Sie jetzt ein erstes, kostenloses Beratungsgespräch.

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

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

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

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

DEUTSCHER
FUNDRAISING
KONGRESS

2020

MITEINANDER WACHSEN: DREI TAGE FUNDRAISING IN THEORIE UND PRAXIS

FÜR ANFÄNGER*INNEN UND PROFIS

70 SEMINARE

800 TEILNEHMER*INNEN

MITTWOCH: FACHTAG DIGITALES

JETZT TICKET SICHERN!

22. – 24. APRIL 2020 IN KASSEL

www.fundraising-kongress.de

„Wir sind die freien Radikale

Sind Skandale gut für die Zivilgesellschaft? Auch Vereine und Stiftungen sind nicht gefeit vor Korruption. Deren Bekämpfung ist die Domäne der Organisation Transparency International (TI). Matthias Daberstiel sprach mit Dr. Anna-Maija Mertens, Geschäftsführerin der deutschen TI-Sektion. Die gebürtige Helsinkierin erklärt außerdem, was wir in Sachen Transparenz noch von Finnland lernen können.

? Wie wird man denn als Finnin Geschäftsführerin von Transparency International Deutschland?

Also wahrscheinlich nicht, weil man eine Finnin ist, aber geschadet hat es auch nicht! Von Haus aus bin ich Politikwissenschaftlerin und Institutionalistin und interessiere mich leidenschaftlich für Strukturen. Mich interessiert immer, wie gute Politik entsteht. Dazu kommt noch die Frage der Legitimität von Politik. Ich hatte ja schon etwas Geschäftsführungserfahrung beim Finnland-Institut, aber mit dem politischen Thema fühle ich mich jetzt bei Transparency sehr zu Hause.

? Wie nah sind sich denn die Deutschen und die Finnen?

Nun, einerseits sind sich Deutschland und Finnland sehr nah, wir ticken häufig ähnlich. Es ist einfach, Kooperationen anzubahnen, wir sind vertragstreu, gehen also davon aus, dass das, was verabredet wurde, auch eingehalten werden muss. Auch die Lust an der Pünktlichkeit ist ähnlich. Aber es gibt auch Unterschiede. Finnland ist eine Konsensgesellschaft. Es gibt das Sprichwort, dass man, wenn man ein Feuer haben will, gemeinsam in eine Kohle pusten muss. Das heißt, alle müssen mitziehen. Das birgt natürlich die Gefahr, dass man kaum über Alternativen nachdenkt und deshalb auch wenig kritikfähig ist. Das ist der Nachteil.

? In Deutschland wird aktuell ja viel mehr gestritten. Ist das besser?

Ich glaube, dass es wichtig ist, dass es in einer Gesellschaft Raum für andere Meinungen gibt, damit Menschen ihre politische Heimat finden können. Gerade für die Zivilgesellschaft ist es wichtig, dass wir frei agieren können, um mit unserer Verantwortung auch als Watchdog zu agieren. Das heißt aber auch, dass wir unabhängig sein müssen und dürfen. Wir sind die freien Radikale der Gesellschaft. Das funktioniert gut in Deutschland, aber auch hier gibt es gerade die Diskussion, was Zivilgesellschaft darf. Wir müssen unserer Verantwortung gerecht werden und Missstände deutlich benennen. Aber wir dürfen auch nicht gegen alles sein! Nur laut zu sein, weil NGOs das sein müssen, reicht mir nicht. Ziel muss sein, die Gesellschaft zu verbessern.

? Würde denn da dem Dritten Sektor mehr Transparenz guttun?

Wir beschäftigen uns bei TI in erster Linie mit einem Dunkeldelikt – der Korruption. Die soll

der Gesellschaft“

aus Sicht der handelnden Täter möglichst nicht ans Licht kommen. Opfer ist meist die Gemeinschaft, welche dann die Kosten trägt. Deshalb hilft Transparenz der Gesellschaft. Aber was wir von anderen fordern, müssen wir auch selbst einhalten. Wir sind selbst nicht gefeit vor Risiken. Überall sind gute und weniger gute Menschen – auch unter den gemeinnützigen Organisationen. Das ist normal. Transparenz stärkt und schützt uns letztendlich. Wir zeigen so, was wir wollen und wie wir das erreichen wollen. Unsere Ziele, aber auch unsere Finanzen sollten daher transparent sein, um Legitimität zu erlangen. Auch die Frage der Macht stellt sich bei uns: Wie wird diese ausgeübt, wer ist an Entscheidungen beteiligt? Der Sinn dieser Transparenz wird aber noch nicht überall in der Zivilgesellschaft verstanden und angewandt. Da lebt oft noch der Mythos: Wir sind ja eh die Guten, und die anderen sind die Bösen und die müssen unter die Lupe genommen werden.

? Und, wie transparent ist Transparency International selbst?

Wir versuchen schon, sogar noch ein wenig transparenter zu sein, als wir von anderen fordern. Wir veröffentlichen natürlich Finanzdaten und was wir tun, mit welchen Mitteln und wozu. Das erhöht auch unsere Zugänglichkeit, denn wir sind auch auf neue Mitglieder und Spenden angewiesen. Das bedeutet aber auch, dass ich meine Interessen und Mitgliedschaften in einem Interessenregister veröffentliche, damit man von außen sieht, dass bei mir keine Interessenkonflikte vorliegen. Denn Interessenkonflikte sind oft Einfallstore für Korruption.

? Man hat in Deutschland manchmal den Eindruck, es tut sich erst etwas, wenn ein Skandal öffentlich wird. Braucht es das wirklich für Veränderungen?

Ich fürchte: ja. Ein Skandal erhöht natürlich den Handlungsdruck, denn solange keiner Probleme sieht, kümmert man sich nicht darum. Für uns von Transparency sind Skandale deshalb nützlich, weil dadurch klar wird, warum Transparenz präventiv notwendig ist. Wir brauchen gute Regelungen, deren Umsetzung und Kontrolle. Skandale decken oft Unzulänglichkeiten auf. Dort können wir mit unseren Forderungen anknüpfen und eventuell auch etwas ändern. Die Forderung nach Transparenz allein bewegt leider noch nichts.

„Gerade für die Zivilgesellschaft ist es wichtig, dass wir mit unserer Verantwortung auch als Watchdog agieren.“

? Was kann man als Verein tun, um transparenter zu werden?

Unser Projekt „Initiative Transparente Zivilgesellschaft“ zeigt, dass auch die kleinsten der kleinen Vereine transparent sein können, indem sie zehn Fragen zu ihrer Organisation beantworten und auf ihrer Webseite veröffentlichen. Es ist einfach gut, zu erklären, warum und wie man etwas tut, weil man dadurch in der Regel mehr Mitstreiter findet. Die Frage der Finanzierung ist dabei natürlich sehr wichtig, denn gerade dort entstehen häufig Interessenkonflikte. Etwa wenn ein Verein sehr stark von einem Geber, der auch staatlich sein kann, abhängig ist und sich dann nicht mehr kritisch äußert oder seine Ziele verändert, weil er sonst Gefahr läuft, diese Finanzierung zu verlieren.

„Nur laut zu sein, weil NGOs das sein müssen, reicht mir nicht.“

? Wie sehen Sie das beim Thema Spenden?

Nicht anders. Transparenz erhöht den gesellschaftlichen Dialog. Wenn ich spenden möchte, dann schaue ich immer erst mal im Internet nach, was das für eine Organisation ist. Und wenn dann viel nach außen berichtet wird, habe ich ein gutes Gefühl, dann spende ich gerne, denn dann habe ich Vertrauen.

? Sind Sie denn zufrieden mit der Anzahl der Organisationen, die sich zur transparenten Zivilgesellschaft bekennen und mitmachen?

Nein, das kann ich eigentlich noch nicht sein. Wir haben jetzt 1300 Unterzeichner. Als Transparency Deutschland können wir nur der Impulsgeber sein, dieses Projekt lebt vom Ehrenamt. Da könnte man noch viel mehr machen. Ich würde mir wünschen, dass nicht nur der Trägerkreis, sondern auch die Unterzeichner selbst die Botschaft verbreiten, wie nützlich Transparenz ist. Wir wollen die Transparenzkultur in Deutschland ändern. In Finnland erlebe ich zum Beispiel, dass Transparenz viel selbstverständlicher ist. Das hätte ich auch hier gerne, damit die guten Inhalte der Zivilgesellschaft mehr Legitimität bekommen. Wir Finnen fragen uns eher, warum etwas nicht im Netz steht, wenn es doch veröffentlicht werden kann, nicht, warum etwas veröffentlicht werden muss. Als Verein kann man doch nur gewinnen, wenn man sein, Finanz- und Machtstrukturen veröffentlicht.

? Sie leben und arbeiten im hektischen Berlin. Vermissen Sie nicht manchmal die finnische Ruhe und Gelassenheit?

Ja, ich vermisse die finnische Weite und Natur. Doch ich habe eine kleine Datsche in Brandenburg im Naturschutzgebiet, das ist nicht so weit weg von Berlin. Aber ja, ich staune immer wieder, wie viele Menschen es in Berlin gibt, und dann muss ich auch mal wieder nach Finnland und etwas die Einsamkeit spüren.

▶ www.transparency.de

«Gewinnen wird, wer glaubwürdig inspirierende Ziele und weitreichende Wirkung aufzeigen kann»

Legate sind bei vielen NPO ein wichtiger Teil des Finanzierungsmix – bei einem geschätzten Legatevolumen von 270 bis 300 Millionen Franken auch nicht verwunderlich. Allerdings entspricht dies weniger als einem Prozent des gesamten Nachlassvermögens in der Schweiz. Hier ist also noch viel Luft nach oben offen. Aber wie können Organisationen dieses Potenzial nutzen?

Von **MARIO TINNER**

«Es muss in Zukunft noch besser gelingen, in der Legatekommunikation das Absicherungsbedürfnis der Familie aktiv einzubeziehen und Möglichkeiten aufzuzeigen, damit keine «entweder/oder»-Entscheidung mehr nötig ist», meint Ruth Wagner, Autorin der Broschüre zum Spendenmarkt Schweiz. Diese Studie von Swissfundraising zeigt nämlich: Gerade einmal 15 Prozent haben bereits Regelungen für ein Testament oder einen Erbvertrag getroffen. Und von diesen haben lediglich 5 Prozent auch eine Spendenorganisation berücksichtigt. Aber weshalb sind diese Werte so tief?

Die Befragten, die ein Testament erstellt haben, machten dies vor allem darum, um Ordnung zu schaffen und weil sie ihre Familie absichern wollen. Und ebendiese Absicherung von PartnerIn bzw. Kinder ist auch der deutlichste Grund, keine NPO im Testament zu berücksichtigen. Diejenigen, die (noch) keine Regelungen getroffen haben, fühlen sich entweder «zu jung» oder sie befinden sich gerade in den gut

Nachgefragt bei …

Rosanna Clarelli,
Legacy Fundraising Manager bei Greenpeace Schweiz

? Welchen Stellenwert haben Legate in eurem Fundraising-Mix?
Da Greenpeace seine Arbeit ausschliesslich mit Spenden von Privatpersonen und Stiftungen finanziert, spielen Einnahmen aus Erbschaften eine immer wichtigere Rolle. Deshalb hat Greenpeace entschieden, ins Erbschaftsmarketing zu investieren und hat dieses in den letzten Jahren weiter ausgebaut. Auch global hat Greenpeace in seiner internationalen Wachstumsstrategie den Erbschaftsbereich als Wachstumsmarkt identifiziert.

? Wie wollt ihr mehr Menschen dazu bringen, erstens überhaupt ein Testament zu machen und zweitens eure NPO darin zu berücksichtigen?
In erster Linie geht es darum, das Thema Erbschaften als langfristige Unterstützungsmöglichkeit bei unseren SpenderInnen bekannter zu machen. Deshalb kommunizieren wir diese Unterstützungsmöglichkeit in allen unseren Kommunikationskanälen, wie Magazin, Website, Jahresbericht, E-Newsletter, usw.

Wir haben gar eine Legacy-Donor-Journey kreiert, die festhält, wo UnterstützerInnen in Bezug auf ihre Bereitschaft stehen, Greenpeace in ihrem Testament zu bedenken. Dazu entwickeln wir dann einen entsprechenden Mix an Marketing-Massnahmen, wie Events, persönliche Mailings, Telefonmarketing, Direct-Marketing, E-Mail-Kommunikation, Web- und Social-Media-Inhalte, etc.

abgesicherten Lebensphasen (35 bis 69) und sehen «keine Dringlichkeit». Immerhin: 31 Prozent der Befragten, die kein Testament haben, können sich vorstellen, zukünftig eine NPO zu berücksichtigen.

Schweizer Haushalte erbten 2018 mehr, als sie an Vermögenszuwachs selber erarbeiteten: Das Erbvolumen liegt ungefähr zwischen (eher konservativ geschätzten) 65 Mrd. Franken bis zu 90 Mrd. Und dieses Vermögen vererben sehr alte an ältere Menschen in abgesicherten und oft bereits vermögenden Lebenssituationen. Das häufigste Alter für eine Erbschaft liegt zwischen 55 und 64. Damit ist die relevante Generation jene der Babyboomer – und diese verfügt also über viel Kapital, das sie im Gegensatz zur Kriegsgeneration auch eher ausgibt. Deshalb spielen Legate auch bei vielen NPO eine wichtige Rolle im Fundraising-Mix – so auch bei Greenpeace Schweiz und dem Schweizerischen Roten Kreuz Kanton Zürich, wie Rosanna Clarelli und Lea Moliterni (vgl. unten) auf Nachfrage bestätigen. Personen aus diesem Alterssegment gehören erfreulicherweise zu den aktivsten (92 %) und grosszügigsten (Medianspende > 400.-) SpenderInnen. Sie tun dies meist aus Motiven im Bereich Selbstverwirklichung und sie spenden mit breiter(er) Streuung. Für Ruth Wagner ist somit klar: «Gewinnen wird, wer glaubwürdig inspirierende Ziele («it's all about the dream») und weiterreichende Wirkung aufzeigen kann – und damit diesem Leben weiterreichenden Sinn schenkt».

Spendenmarkt Schweiz 2018

Swissfundraising führt seit 2015 – zusammen mit über 40 NPO – die Bevölkerungsumfragen «Swissfundraising-Image-Barometer» und «Swissfundraising-Spenden-Barometer» durch. Bereits zum vierten Mal ist nun die Studie «Spendenmarkt Schweiz» erschienen, in der die Ergebnisse der Befragung von Ruth Wagner analysiert und im Kontext mit Entwicklungen in Gesellschaft und Umwelt kommentiert werden. Die Broschüre Spendenmarkt 2018 steht unseren Mitgliedern im Member-Bereich zum Download zur Verfügung.

Nachgefragt bei …

Lea Moliterni, Verantwortliche Grossgönner, Legate und Stiftungen beim Schweizerischen Roten Kreuz Kanton Zürich

? Wo seht ihr für das Thema Legate am meisten Potenzial?

Ohne hier zu sehr aus dem Nähkästchen zu plaudern, geht es dem Zürcher Roten Kreuz um eine ganz grundsätzliche Sensibilisierung der Thematik: Selbstbestimmung im Leben wie auch über den Tod hinaus. Das Testament ist ein wichtiges Mittel dazu. Dieser Appell richtet sich an die gesamte Bevölkerung.

? Wie wollt ihr mehr Menschen dazu bringen, erstens überhaupt ein Testament zu machen und zweitens eure NPO darin zu berücksichtigen?

Unsere Erfahrung zeigt, dass die meisten Menschen ein Testament machen wollen, aber mit der Materie emotional und fachlich überfordert sind. Hier ist es wichtig, eine einfühlsame und vertrauliche Beratung anzubieten, die auch schwierige Themen «zulässt». Unsere Erstberatung geschieht nicht durch eine Juristin, sondern durch eine erbrechtlich erfahrene Person, die sich Zeit für die Anliegen, Sorgen und Fragen nimmt. In einem zweiten Schritt folgt dann die konkrete Umsetzung einer letztwilligen Verfügung. Für einen leichteren Zugang zum Thema Erbrecht haben wir u.a. eine Mini-Video-Serie auf YouTube veröffentlicht, in der wir kurz und knapp Fragen beantworten.

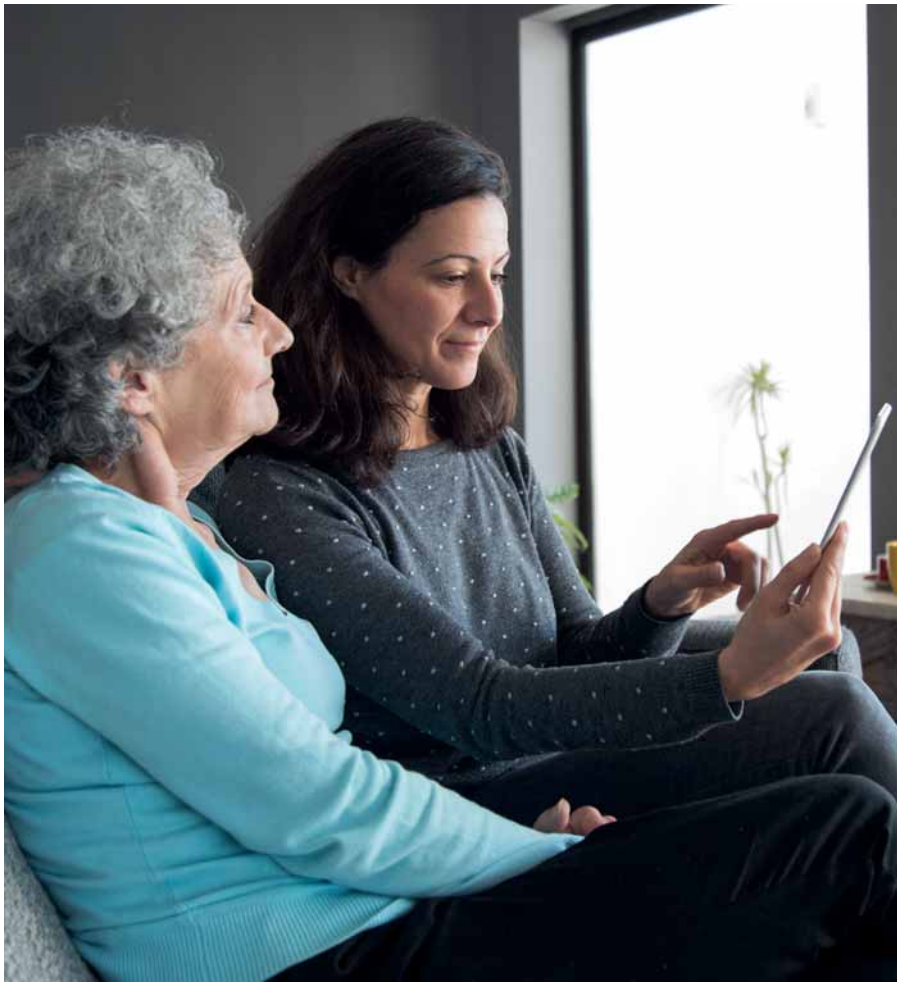
Wir fragen in den Beratungen nicht aktiv nach Legaten, zeigen aber auf, wie man ein solches ausrichten kann und welches die erbrechtlichen Bestimmungen dazu sind. Oft wissen die Leute z.B. nicht Bescheid über frei verfügbare Anteile. Obwohl oder vermutlich gerade weil wir im persönlichen Gespräch nicht aktiv danach fragen, erhalten wir Legate.

Förderbitte oder Kultivierung?

Der entscheidende Schritt zu einer Großspende ist nur einer von vielen

Die Einladung an eine potenzielle Förderin, das Projekt mit einer großen Spende zu unterstützen, fällt vielen Fundraisern schwer. Denn, so denken viele: Mit dieser Förderbitte wird sich erst- und letztmalig entscheiden, ob die potenzielle Förderin etwas geben wird oder nicht. Stimmt auch. Einerseits. Doch andererseits kann es lediglich ein Schritt in der gesamten Beziehungsgestaltung sein. Beides – Förderbitte und Beziehungsgestaltung – sollte mehr trainiert werden, damit Menschen öfter an große Spenden herangeführt werden.

Von JAN UEKERMANN



„Könnten Sie mit einer außergewöhnlichen Spende dieses Projekt unterstützen?" – So oder ähnlich klingt vielleicht auch Ihre Einladung an eine Spenderin, die sich eine 5, 6 oder gar 7-stellige Spende leisten kann. Viel zu oft noch drücken wir uns vor dieser Frage oder haben wenigstens ordentlich Schweißperlen auf der Stirn, wenn der Zeitpunkt gekommen ist. Wir sind aufgeregt, denn wir wissen nicht, was kommt. Welche Antwort wird sie geben? Ein Ja? Ein Nein? Ein Vielleicht? Zumindest wissen wir, dass dies die einzigen drei Optionen für eine Antwort sind, die eine Frage um Unterstützung nach sich ziehen kann. Es gilt also: Eins dieser drei Worte nach der gestellten Frage abwarten – und erst dann wieder ins Gespräch einsteigen. Klingt hart. Kann es auch sein, wird Ihren Erfolg allerdings steigern.

Der entscheidende Moment

Die Aufregung bei der Förderbitte ist verständlich: Es fühlt sich an wie der Moment, an dem sich entscheidet, ob sich die bisherige Arbeit gelohnt hat. Seien dies all die maßgeschneiderten Materialien und Unterlagen gewesen, die unzähligen Überlegungen und Entscheidungen für nächste Schritte in der Beziehungsgestaltung oder die vielen Sitzungen mit der potenziellen Geberin. Großspenden-Fundraising macht viel Arbeit – doch sie soll sich ja lohnen! Jetzt ist also der Moment gekommen, in dem es sich entscheidet.

Was bei diesem Gedankenspiel in Vergessenheit gerät: Egal wie die Spenderin antworten wird, die bisherige Arbeit war wichtig und beinhaltete viele Schritte der Beziehungsgestaltung mit der potenziellen Geberin. Informationen wurden ausgetauscht, Gefühle und Gedanken geteilt, Verbindungen gestärkt. Sie hat ihre Zustimmung zu diversen wichtigen Faktoren gegeben: Ja zur Mission/Vision, ja zum Projekt, ja zur Fundraiserin, ja zum Leadership. Nur so wurde es letztendlich möglich, dass der richtige Zeitpunkt für die Förderbitte kommen konnte. Wenn jetzt also ein Nein auf die Förderbitte folgt, wurde vorher schon etwas falsch gemacht – oder aber an genau diesem Tag ist etwas Unvorhergesehenes passiert, das wir als Fundraiser nicht mehr beeinflussen konnten.

Nicht auf halbem Weg steckenbleiben

Es zeigt sich: Die Arbeit auf dem Weg zur Förderbitte erfordert viel mehr Zeit und Kreativität als die Frage an sich. Es ist

eben genau die Phase der Kultivierung, oder Beziehungsgestaltung, die viele Herausforderungen mit sich bringt, teils lange andauern kann und daher unbedingt strategisch aktiv angegangen werden sollte. Viel mehr benötigt die Kultivierung von Major Donors allerdings auch Aufmerksamkeit, wenn es darum geht, die dafür wichtigen Skills zu trainieren und zu entwickeln. Seien es Fundraiser, Vorstände oder Stiftungsräte: Viele denken, dass sie ganz genau wussten, wie eine Beziehung zu führen und zu pflegen sei. Doch dann werden eklatante Dinge vergessen, die Beziehung bleibt in der Kultivierung stecken, der Blick nach vorne fehlt oder das Ziel wird sogar ganz aus den Augen verloren.

Um diese Herausforderungen zu meistern, bedarf es Übungen, die bekanntlich Meister machen. Das Trainieren von Spendergesprächen hilft dabei, genau solche zu suchen und anzugehen. Es hilft dabei, selbstbewusst und aktiv in den Gesprächen aufzutreten, das Ziel im Fokus zu behalten, die nächsten Schritte im Kopf zu haben.

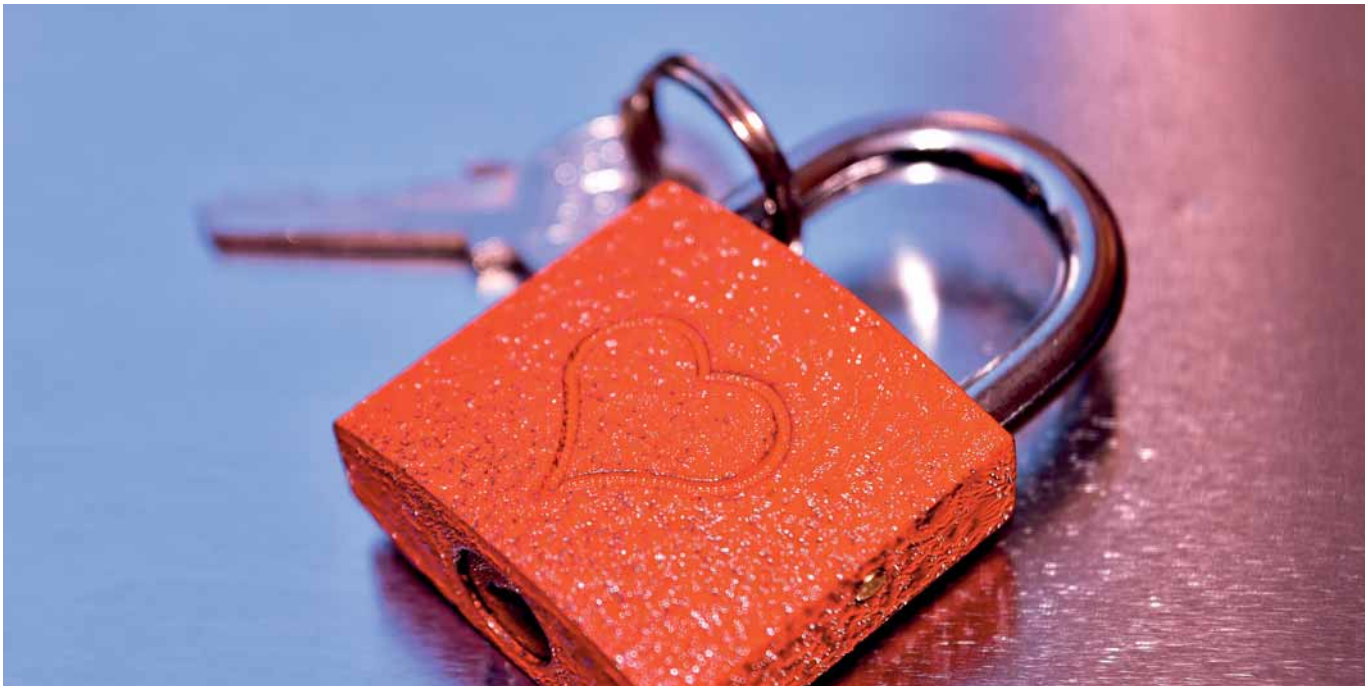
Geduld!

Der Weg zu einer großen Spende kann teilweise Monate oder gar Jahre dauern. Denken Sie nur mal an die Mega-Spenden von Uni-Alumnae, die Jahrzehnte später ihrer Alma Mater riesige Summen spenden. Das waren und sind Jahrzehnte der Beziehungsgestaltung. Umso wichtiger ist es, dass die Kultivierung strategisch angegangen, umgesetzt und stetig optimiert wird. Weil es hier allerdings sehr persönlich und individuell wird, lohnen sich in erster Linie persönliche 1:1-Coachings oder Trainings in Kleingruppen. Doch das eine oder andere können Sie jetzt und sofort üben – sei es zur Förderbitte oder der Beziehungsgestaltung. Dabei viel Vergnügen!

Zwei kleine Übungen, die Sie heute umsetzen können:

1) Formulieren Sie Ihre Förderbitte!
Welche Worte nutzen Sie dafür? Überlegen Sie kurz, stellen Sie sich vor einen Spiegel und laden Sie Ihr Spiegelbild zu einer großen Spende an Ihre Organisation ein. Es dauert nur wenige Sekunden!

2) Führen Sie ein Kennenlerngespräch!
Bitten Sie eine Kollegin, die vermögende Person zu spielen. Sie möchten von ihr nun so viele Informationen wie möglich erhalten. Welche Fragen stellen Sie? Und wie knüpfen Sie mit kurzen Infos an Ihre Arbeit an?



Stay with me!

Wer würde nicht gern seine Spender ein Leben lang an sich binden?

Nicht viele Branchen könnten überleben, wenn sie jährlich ein Drittel ihrer Kunden verlieren würden. Und auch im Bereich der Hilfsorganisationen ist das eigentlich nicht möglich. Dennoch büßen viele jedes Jahr genau diese Anzahl an Mehrfachspendern ein. Bei Neuspendern ist die Spenderbindung noch schlechter. Weniger als die Hälfte, oft nur ein Drittel spenden ein zweites Mal.

Von ANJA RAUBINGER

Neuspender zu gewinnen ist notwendig, die Erhöhung der Spenderbindung ist jedoch überlebenswichtig. Ersteres wird in Organisationen ausführlich diskutiert und in Strategieplänen erarbeitet. Letzteres wird häufig nebenher mitgemacht.

Doch gerade in der neuen Generation der Spender gilt immer mehr, dass Loyalität nicht selbstverständlich ist. Die Konkurrenz an Themen und Organisationen nimmt stetig zu – vom Farbeimer für den Kindergarten bis zum Hospiz in der Region. Die Loyalität muss ständig neu verdient werden. Es zeigt sich einmal mehr: Fundraising geht nicht ohne Beziehung und Bindung.

Förderer bleiben einer Organisation nur treu, wenn sie eine emotionale Bindung zu dieser aufbauen. Fundraising ist Beziehungsarbeit: Es gilt, die Förderer zu hegen und zu pflegen. Spenderbindung beinhaltet alle Strategien und Maßnahmen, die kurz- bis langfristig darauf abzielen, Spendern Dank und Wertschätzung entgegenzubringen und deren Motive, Meinungen, Wünsche und Kritik zu beachten. Vor allem sollen Spender als langjährige Förderer einer Organisation gewonnen werden. Dafür muss großes, nachhaltiges Interesse an der Arbeit geweckt werden. Interesse an einem bestimmten Thema oder einem Event (z.B. Ice-Bucket-Challenge, Fernsehgalas) reichen nicht aus.

Die gute Nachricht: Schon kleine Verbesserungen bei der Spenderbindung können große Auswirkungen haben. Wird Spenderbindung vernachlässigt, wird ein großes Potenzial verschwendet. Und das gilt nicht nur für den finanziellen Bereich, das gilt auch für das Ehrenamt, für positives Viral-Fundraising, für Weiterempfehlungen im Online-Bereich. Wenn Spender länger an eine Organisation gebunden werden, spenden sie häufig höhere Summen, engagieren sich ehrenamtlich, empfehlen die Organisation

Spender-Entwicklung aktuell

- Verlust in den Bestandslisten von Spendern bis zu 10 bis 12 Prozent pro Jahr
- bundesweiter Rückgang an Spendern
- 2006: 22 Mio. Deutsche spenden
- 2018: 16,5 Mio. Deutsche spenden noch (Deutscher Spendenrat)
- 2025: 10 bis 12 Mio. Spender?

Tipps für gute Spenderbindung

- Spender als potenziellen Großspender betrachten
- Jede Spende bedanken
- Spenderbindung verdient ein eigenes Budget (Zeit und Sachmittel!)
- Teamarbeit! Nicht nur Fundraiser sind für die Spenderbindung zuständig.
- Dialog statt Monolog! Anrufen, einladen, besuchen.
- Spenderbefragungen durchführen!
- Krisenkommunikation: Bei Pannen schnell und direkt mit Spendern kommunizieren!

weiter oder bedenken sie sogar im Testament. O-Ton einer Fundraiserin: „Deshalb setze ich auf persönlichere Ansprache am Telefon." Da sie diese Ansprache aufgrund der zeitlichen Ressourcen nicht leisten kann, arbeitet sie mit einem Dienstleister zusammen. „Viele Spender waren positiv überrascht vom Dankanruf und bedankten sich für die Aufmerksamkeit. Außerdem erfuhren wir viel über die Spender und natürlich über uns selbst. 20 Prozent wurden Dauerspender. Die Aktion erbrachte 200 000 Euro Spenden. Das eigentlich Schwierige war aber die mühsame interne Überzeugungsarbeit für die Durchführung der Aktion." Das Telefon ist sicherlich mittlerweile ein zentrales Instrument der Spenderbindung. Aber bei Weitem nicht das Einzige. Weitere Instrumente sind unter anderem Begrüßung (postalisch oder digital), Informationen und Jahresberichte, Geburtstagsgrüße oder Spenderbefragungen.

Der enorme positive Effekt guter Spenderloyalität muss jedem in der Organisation bewusst sein – von der Telefonzentrale oder dem Empfang bis zu Geschäftsführung und Vorstand.

Wer sich als Organisation nicht von seinen Spendern verabschieden will, sollte spätestens für das kommende Jahr eine professionelle Spenderbindungs-Strategie implementieren. Spender wollen einfach hören und erfahren, dass es wunderbar ist, wenn zusammen Gutes getan wird.

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

Next Level: Fundraising

Charity-Streams verwandeln soziales Engagement in soziale Events

20k Hype, OBS-Widgets, Subs, lfdw5, ff4 – Schlagwörter, mit denen die meisten NGOs ebenso wenig anfangen können wie die meisten Streamer mit Begriffen wie Steuerfreistellungsbescheid, Veranlasserhaftung oder unentgeltliche Zuwendung. Was diese beiden so unterschiedlichen Welten verbindet? Es ist der Wunsch, aktiv etwas zur Lösung sozialer und ökologischer Probleme beizutragen. Und in dieser Gemeinsamkeit steckt eine Menge Potenzial.

Von ALISA EHLERT

Im Jahr 2018 haben die beiden größten deutschen Charity-Streams „Loot für die Welt" (Foto) und „Friendly Fire" Unglaubliches geschafft: Beide haben zusammen innerhalb weniger Stunden über eine Million Euro für gemeinnützige Projekte gesammelt. Dass Charity-Streams eine Menge bewegen und das Internet mehr kann als Selfies und Katzenvideos, haben diese Aktionen deutlich gezeigt. Aber was genau ist ein Charity-Stream?

Instagram erlebt durch seine Stories ein neues Hoch und die Streaming-Plattform Twitch fängt an, YouTube Konkurrenz zu machen – Live-Formate werden immer wichtiger. Hier geht es nicht mehr um perfekt produziert und raffiniert geschnittene Videos: Oft schaut man einfach Leuten beim Computerspielen, Zeichnen oder Abhängen zu. Es geht vielmehr um authentische Einblicke, unmittelbare Teilhabe und persönliche Interaktion mit den Streamern und anderen Fans. Die jeweilige Community ist über den begleitenden Chat im ständigen Austausch, schätzt und kennt sich. Die Mitglieder sind keine passiven Zuschauer, sondern eine eingespielte Gemeinschaft, die ein gemeinsames Interesse zusammenschweißt.

Charity-Streams schaffen das, woran viele Organisationen scheitern

In dieser Gemeinschaft gemeinsam soziale Projekte zu unterstützen, macht nicht nur Sinn, sondern auch Spaß. Immer mehr Streamer nutzen ihre Reichweite, um ihre Follower für einen guten Zweck zu mobilisieren. Sie machen ihren Livestream beispielsweise mit den „#betterplay Tools" zum Charity-Stream, bei dem in Echtzeit verfolgt wird, wie viel die Community schon gesammelt hat. Jede Spende wird live eingeblendet, das gemeinsame Ziel rückt immer näher. Die Spender werden so sichtbar und können aktiv angesprochen und eingebunden werden. Milestones werden gemeinsam gefeiert, der Deadline und dem endgültigen Spendenstand gemeinsam entgegengefiebert – Spenden wird zum sozialen Event. Die Streamer schaffen damit das, womit soziale Organisationen mitunter Probleme haben: eine junge Zielgruppe für den guten Zweck zu begeistern. Auch wenn

Charity-Stream-Tipps

- Verdopplungsaktionen sind ein effektives Fundraising- und Marketingtool, um eine junge und neue Zielgruppe mit der Arbeit der eigenen Organisation in Kontakt zu bringen.
- Über Widgets, die in die Streaming-Software eingebunden werden, können unter anderem der Spendenstand, neue Spenden und Spenderkommentare in Echtzeit im Stream angezeigt werden und ermöglichen eine unmittelbare Interaktion mit den Unterstützern.
- Informationen zum Einrichten eines Charity-Streams gibt es u. a. auf *www.charitystream.betterplace.org*

man selbst in der Welt von Twitch & Co. nicht zuhause ist, sind Berührungsängste fehl am Platz – solange beide Seiten sicherstellen, dass der Spendenfluss transparent dargestellt und steuerrechtliche Vorgaben beachtet werden, steht einer erfolgreichen Livestream-Spendenaktion nichts im Weg.

Keine Angst vor unbekanntem Terrain!

Doch das ist manchmal komplizierter als erwartet, wenn mit engagierten Streamern und gemeinnützigen Vereinen so unterschiedliche Welten aufeinandertreffen. Kaum eine NGO kennt sich mit Livestream-Finanzdienstleistern aus, kaum ein Creator mit Spendenrecht. Hier ist ein Wissenstransfair von der einen zur anderen Seite im Vorfeld sehr wichtig, auch um die Organisatoren der Charity-Streams für die Rückfragen ihrer Community zu wappnen. Die gemeinsame Vorbereitung einer proaktiven und transparenten Kommunikation auf den Social-Media-Kanälen der Streamer hilft, Unklarheiten und daraus entstehende Zweifel an der Seriosität des Spendenaufrufs zu vermeiden.

Auch gilt: Transparenz!

Schafft man es nicht, die wesentlichen Punkte der Aktion (z.B. Spendenfluss, Plattformkosten) für jeden verständlich zu machen, ist es ein kurzer Weg von einzelnen kritischen Rückfragen bis hin zum ausgewachsenen Shitstorm. Und das wäre mehr als ärgerlich – jeder unprofessionell aufgesetzte Charity-Stream ist die vertane Chance, eine junge Zielgruppe für gemeinnützige Projekte zu begeistern, und nicht zuletzt bares Geld, das der begünstigten Organisation verloren geht. Also lieber einmal mehr nachhaken, welche Plattformen und Zahlungsanbieter die Streamer für die Spendenabwicklung nutzen wollen, den Zahlungsweg mit einem Profi durchgehen und die Kommunikation gemeinsam vorbereiten. Diesen Mehraufwand in eine gute Vorbereitung zu investieren, lohnt sich.

Am 7. und 8. Dezember 2019 findet „Friendly F ire 5" statt, „Loot für die Welt 6" lief bereits am 8. November.

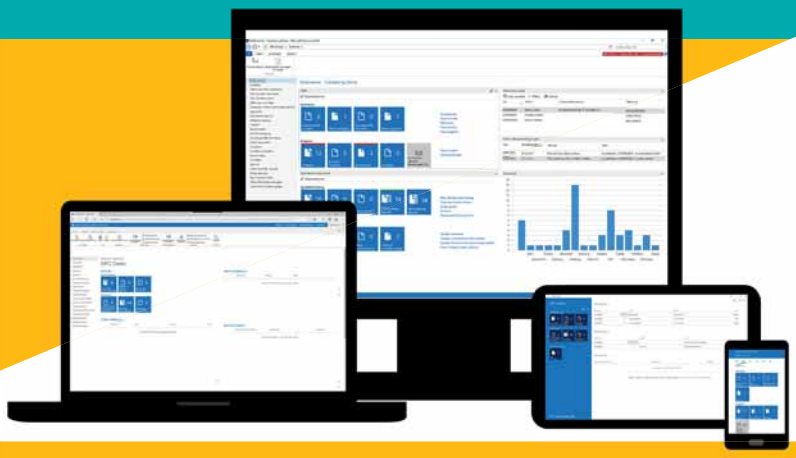
Alisa Ehlert betreut die Social-Media-Kanäle der gemeinnützigen Spendenplattform betterplace.org. Nach Jahren in der Kunst- und Medienszene hat sie sich bewusst für den NGO-Sektor entschieden und Europas größtes Tierheim in Berlin in der Öffentlichkeitsarbeit unterstützt. Mit dem Wechsel zu betterplace.org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

GOB SOFTWARE & SYSTEME

UNITOP – DIE MARKTFÜHRENDE SOFTWARE FÜR SPENDENORGANISATIONEN.

Mit über 300 Installationen und 30 Millionen Spendern.

- Adress- und Spendenverwaltung
- Microsoft Outlook Integration
- FundraisingBox-Schnittstelle
- Patenschaftsverwaltung
- Kampagnenmanagement
- Projektverwaltung
- Erbschafts- und Bußgeldverwaltung
- Finanzbuchhaltung
- Warenwirtschaft
- etc.



UNITOP® NPO FUNDRAISING
DIE GANZHEITLICHE LÖSUNG

Ihr Ansprechpartner ist:
Tim Wagemans
+49 2151 349-1130
+49 1511 46 55 141
tim.wagemans@gob.de
www.gob.de/fundraising_uebersicht

GOB Software & Systeme GmbH Co. KG
Europark Fichtenhain A5
47807 Krefeld

Mit Optimismus und Smartphone

Wie Organisationen jugendliches Engagement fördern und nutzen können

Wie viele andere NPOs steht auch der WWF vor der Herausforderung, dass einerseits die Spender älter werden, andererseits junge Menschen nicht automatisch als Unterstützer nachkommen. Darum werden Kinder und Jugendliche schon lange als wichtige Zielgruppen gesehen. Auch wenn Jugendliche freitags die Schule schwänzen, um für ihre Zukunft zu demonstrieren und ein engagierter YouTuber die Parteienlandschaft durcheinanderbringt, ist die Ansprache von Teenagern eine der größten Herausforderungen für Marketingtreibende.

Von CAROLA LAUN

Einerseits ist die Phase der Jugend und Pubertät im Leben der Menschen wichtig, da sich hier Werte, Einstellungen und Markenbindungen ausprägen, andererseits lässt die Konzentration auf das eigene Ich wenig Raum für Themen, die weiter weg sind. Das typische Ausprobieren vieler Möglichkeiten und plötzliche Sinneswandel erschweren Kontinuität. Immer wieder stellen Unternehmen und NPOs fest, dass gut gemachte Inhalte, Webseiten und Social-Media-Auftritte einfach nicht bei der breiten Masse ankommen. Darum geht der WWF bei Jugendlichen einen anderen Weg: Die WWF-Jugend hat ein kleines, aber sehr engagiertes Team aus Redakteuren und Aktions-Teamern, die sich regelmäßig austauschen, weitergebildet werden und intensiv mit den Hauptamtlichen zusammenarbeiten. Dieser Kern der WWF-Jugend trägt die Themen und Inhalte dann auf vielfältige Art und Weise weiter, zum Beispiel im Rahmen der Online-Community des WWF, aber auch in ihre persönlichen Netzwerke.

Kurzfristiges Engagement

Darüber hinaus gibt es niedrigschwellige Angebote. So können Jugendliche in Camps, bei Aktionen oder bei den „Change Days" auch ohne langfristiges Engagement dabei sein, und ein großer Teil gehört eher zu den stillen Zuhörern in den Online-Kanälen. Aber auch diese jungen Menschen bewirken

Das Kinder- und Jugendprogramm des World Wide Fund For Nature (WWF) feiert in diesem Jahr sein 20-jähriges Bestehen. Nach einem großen Relaunch 2018 gibt es „WWF Junior" für Kinder bis 13 Jahre und die „WWF Jugend" für Jugendliche und junge Erwachsene. Der Mitgliedsbeitrag von drei Euro monatlich ist eine Spende. Während bei Kindern der Schwerpunkt auf den Magazinen liegt, die getrennt für zwei Altersgruppen acht Mal jährlich erscheinen, steht bei der „WWF Jugend" der Austausch in der Online-Community im Vordergrund. Das „Kinder & Jugend Marketing Kontor", eine Beratungsagentur für die gezielte Ansprache von Jugendlichen, begleitet den WWF seit vielen Jahren bei der Weiterentwicklung der Programme.

in ihrem persönlichen Umfeld viel und es entsteht eine hohe Vertrautheit und langfristige Verbundenheit mit dem WWF.

Nahezu alle Organisationen wenden sich schon mit der ein oder anderen Maßnahme im Marketing- oder Bildungsbereich an Mädchen und Jungen – die Wirkung bleibt dann allerdings oft gering und der Weg zu einem fundierten Konzept ist steinig.

Auch das Programm des WWF hat sich nach und nach von Wissensvermittlung und Unterhaltung zu einer Gemeinschaft von engagierten Kindern und Jugendlichen entwickelt, die viele unterschiedliche Angebote zum Erleben der Natur und zum Aktivwerden für Naturschutz macht. Dabei werden Jugendliche in ihrer Persönlichkeitsentwicklung und ihrem Engagement unterstützt, und mit dem Relaunch treten WWF Junior und WWF Jugend als starke Marke auf.

Gestaltung eines Wertekanons

Entscheidend ist dabei zunächst die nicht ganz einfache Definition klarer Ziele. Wer Jugendliche und junge Erwachsene nur in ihrer Funktion als Spender sieht, verschenkt Potenzial. Vielmehr liegen die großen Chancen darin, in den lebenslangen Wertekanon der jungen Menschen zu gelangen, die Auseinandersetzung mit den Themen der NPO zu fördern, von ihnen zu lernen und gemeinsam am Puls der Zeit zu bleiben. Darüber hinaus können sie sich zu Multiplikatoren und langfristigen Unterstützern entwickeln, und schon jetzt wirkt Kinder- und Jugendmarketing positiv und unmittelbar auf Eltern, Großeltern und Gesellschaft.

Dabei geht es immer um eine Investition in die Zukunft, und es gibt keine Garantie, wann und wie sie sich auszahlt. Aber wer die Chance verpasst, seine Marke und seine Themen in dieser prägenden Lebensphase zu verankern, tut sich später schwer.

Viele NPOs haben eine Menge zu bieten, und das sollten sie ohne falsche Bescheidenheit zeigen. Auch kleinere Organisationen können Marketinginstrumente professionell nutzen: Allen voran natürlich in den sozialen Netzwerken über gut gepflegte Profile und zielgruppengerechte Ads, über die Zusammenarbeit mit bekannten YouTubern oder Instagrammern, über Schulangebote und Präsenz in den Lebensräumen der Jugendlichen. Wenn das Angebot stimmt, Botschaften und Design klar und jugendgerecht sind, können Kreativität und ein klarer Fokus auch mit kleinen Budgets viel erreichen.

Carola Laun studierte an der Hochschule Pforzheim Marketing-Kommunikation und leitet das „Kinder & Jugend Marketing Kontor". Sie berät seit vielen Jahren den WWF in der Weiterentwicklung des Programms und andere Organisationen bei der verantwortungsvollen Ansprache junger Zielgruppen. Sie bietet außerdem Seminare für Marketingverantwortliche an.
▶ www.kjmk.de

Fundraising TAGE

TAGUNGEN 2020
ZUR FINANZIERUNG GEMEINNÜTZIGER ARBEIT

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

FACHWISSEN AUS DER AKTUELLEN PRAXIS
Referenten aus Non-Profit-Organisationen oder der Fundraising-Branche vermitteln praktisches, anwendungsorientiertes Wissen aus erster Hand.

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

MÜNCHEN · DONNERSTAG, 5. MÄRZ 2020
GELSENKIRCHEN · DONNERSTAG, 26. MÄRZ 2020
STUTTGART · DONNERSTAG, 28. MAI 2020
DRESDEN · DONNERSTAG, 10. SEPTEMBER 2020
POTSDAM · DONNERSTAG, 24. SEPTEMBER 2020

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

EINE VERANSTALTUNGSREIHE DES
Fundraiser magazin

Seminare und Tagungen im Überblick

NOVEMBER

Austausch: Justizforum für Vereine
18.11., Schwerin
www.ehrenamtsstiftung-mv.de

Seminar: Online-Campaigning – Wie Sie erfolgreiche Online-Kampagnen konzipieren und umsetzen können
19.11., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Wirkungsvolle Unternehmenskooperationen
19.11., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Nachlass Fundraising
19.11., München
www.ibpro.de

Seminar: Gestaltung und Analyse von Jahresabschlüssen
19.11., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Kompaktseminar: Fördermittel für gemeinnützige Organisationen
20.11., Köln
www.foerder-lotse.de

Seminar: Online-Fundraising
20.11., Köln
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Fundraising via Campaigning
20.11., Köln
www.npo-academy.com

13. UPJ Praxisforum gemeinnütziger Mittlerorganisationen für Corporate Citizenship
20.11., Frankfurt am Main
www.upj.de

Rechtsformen und Rechtsformwechsel gemeinnütziger Organisationen
21.11., Mainz
www.akademiesued.org

Erbschaftsakquisition und Nachlassabwicklung
21.11., Berlin
www.fundraisingakademie.de

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

Seminar: Fundraising und Spendenverwaltung mit CiviCRM
21.11., Leipzig
www.5knoten.de

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

Seminar: Wirksames Handeln als Führungskraft – mit und ohne Positionsmacht
22.11., Kassel
www.fundraisingakademie.de

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

Vernetzungstreffen für Demokratie-Initiativen
22. & 23.11., Bonn
www.mitarbeit.de

Seminar: Datenschutz in Vereinen, Verbänden, gemeinnützigen Stiftungen und gGmbHs
23.11., Berlin
www.kbw.de

Aufbaukurs: Strategisches Freiwilligenmanagement
26.11.–26.06., München
ebw-muenchen.de

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

Der Jahresabschluss gemeinnütziger Einrichtungen
27.11., Würzburg
www.solidaris.de

Seminar: Datenschutz für Vereine und soziale Unternehmen
27.11., München
www.ibpro.de

Seminar: Kommunikation, Öffentlichkeits- und Medienarbeit für Verwaltungen und Vereine
27.11., Frankfurt am Main
www.kbw.de

Seminar: Design Thinking – Neue Ideen fürs Fundraising entwickeln
27.11., Köln
www.fundraisingakademie.de

22. Bad Honnefer Fundraising Forum
28.11., Bad Godesberg
www.gfs.de

Seminar: EU-Datenschutzgrundverordnung: Auffrischung und Vertiefung
28.11., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Fundraising – Erfolgreich Spenden sammeln (Kurzlehrgang)
29.11., München
www.ebam.de

Crowdfunding (Kurzlehrgang)
29.11., Berlin
www.ebam.de

Seminar: Bürgerbeteiligung als kommunikative Herausforderung
29. & 30.11., Dortmund
www.mitarbeit.de

Seminar: Buchführung in gemeinnützigen Vereinen
30.11., Köln
www.knowhow-fuers-ehrenamt.de

5. Vereinsrechtstag

21.2.2020 / Frankfurt aM
www.vereinsrechtstag.de

DEZEMBER

Seminar: Spendenrecht und Rechnungslegung für Fundraiser/Spendensammler
02.12., Köln
www.bfs-service.de

Seminar: Fundraising-Strategie
02.12., Hamburg
www.fundraisingakademie.de

Basiskurs Freiwilligenkoordination
02.–04.12., Berlin
www.ehrenamt.de

Intensivlehrgang: Digitalisierung in NPO
02.–05.12., Zürich
www.vmi.ch

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

Steuer-Update für Non-Profit-Organisationen
03.12., Berlin
www.solidaris.de

Seminar: Foto-Praxis
03.12., Essen
www.fundraisingakademie.de

Freiwilligenkonferenz 2019
03.12., Wien
www.fundraising.at

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!

Aufbaukurs: Wirkungsorientiertes Arbeiten in Förderstiftungen
04.12., Zürich
www.swissfoundations.ch

Der Jahresabschluss gemeinnütziger Einrichtungen
05.12., Köln
www.solidaris.de

Fachtagung: Gemeinnützigkeitsrecht 2019 – Aktuelle Entwicklungen und Rechtsfragen des Gemeinnützigkeitsrechts
05. & 06.12., Berlin
www.kbw.de

Fundraising – Erfolgreich Spenden sammeln (Kurzlehrgang)
06.12., Berlin
www.ebam.de

Fundraising-Workshop: Erben und Vererben
06.12., Garbsen/Hannover
www.marketwing.de

Der Jahresabschluss gemeinnütziger Einrichtungen
09.12., Köln
www.solidaris.de

Fortbildung Stiftungsmanager/-in
09.12.–26.03., Eisenach
www.fundraisingakademie.de

So findet man Sponsoren
10.12., Wien
www.esb-online.com

Seminar: Spenderpsychologie – Zustimmung, Vertrauen, Gemeinsamkeiten & Trends
10.12., Köln
www.fundraisingakademie.de

Sponsoren und Partner gewinnen
11.12., Wien
www.esb-online.com

Workshop: Heading for Impact – What's next? Mit neuer Technologie und einer Deklaration zu mehr Wirkung
11.12., Zürich
www.swissfoundations.ch

Seminar: Öffentlichkeitsarbeit in Non-Profit-Organisationen
12. & 13.12., Berlin
www.kbw.de

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht
13.12., Stuttgart
www.winheller.com

Seminar: Struktur der öffentlichen Förderlandschaft in Deutschland
16.–18.12., Berlin
www.emcra.eu

Seminar: Öffentliche Fördermittel: Projekte professionell entwickeln
18.12., Berlin
www.emcra.eu

Fundraising TAGE
MÜNCHEN,
5. MÄRZ 2020
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

JANUAR 2020

Start Weiterbildung: CAS Global Social Entrepreneurship 2020
02.01., Basel
ceps.unibas.ch

Seminar: EU-Projekte professionell entwickeln
15. & 16.01., Berlin
www.emcra.eu

Seminar: EU-Projektentwicklung – Von der Idee zum Projekt
15.–17.01., Berlin
www.emcra.eu

Seminar: Foto-Praxis – Im alltäglichen Umgang mit der Fotokamera bessere Bilder machen
17.01., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Charmant akquirieren – erfolgreich telefonieren
17.01., München
www.ibpro.de

Seminar: EU-Projekte – Partner suchen, finden und einbinden
17.01., Berlin
www.emcra.eu

Winterlehrgang Stiftungsmanagement
20.–30.01., München
www.stiftungsakademie.de

Seminar: Spendenbrief und Co. – Erfolgreiche Fundraising-Mailings entwickeln
21.01., Köln
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Ehrenamtliche gewinnen
21.01., München
www.ibpro.de

Weiterbildung „Großspenden-Fundraiser/in"
23.01.–09.05., Würzburg, Aschaffenburg, Wiesbaden
www.major-giving-institute.org

Münchner Freiwilligen Messe 2020
26.01., München
muenchner-freiwilligen-messe.de

Internationales Verbände-Forum
26.–29.01., Engelberg
www.vmi.ch

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

Seminar: Spenderpsychologie – Zustimmung, Vertrauen, Gemeinsamkeiten & Trends
28.01., Hamburg
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Design Thinking – Neue Ideen fürs Fundraising entwickeln
29.01., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Arbeit, Beschäftigung und Bildung: Förderung im Europäischen Sozialfonds (ESF)
29. & 30.01., Berlin
www.emcra.eu

Seminar: Arbeit, Beschäftigung und Bildung: Förderung im Europäischen Sozialfonds (ESF) und in der Sozialgesetzgebung (SGB)
29.–31.01., Berlin
www.emcra.eu

Ausbildungskurs Referent/-in Online-Fundraising
29.01.–29.04., Siegburg & Schmitten
www.fundraisingakademie.de

FEBRUAR 2020

Fundraising für Umwelt und Entwicklung
03. & 04.02., Münster
www.franz-hitze-haus.de

Winterakademie Stiftungsmanagement
03.–13.02., Schwanenwerder
www.stiftungsakademie.de

Dreimoduliger Kurs: Referent/-in Database Fundraising
04.02.–30.09., Siegburg
www.fundraisingakademie.de

15. Euroforum-Jahrestagung „Die Non-Profit-Organisation 2020"
05.–07.02., Köln
www.euroforum.de

Dreimoduliger Frühjahrskurs: Fundraising-Referent/-in
10.02.–14.05., Berlin
www.fundraisingakademie.de

6. Online Fundraising Forum
11.02., Köln
www.online-fundraising-forum.de

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

Seminar: Wirkungsorientierung auch für kleinere Social Profits – eine Schritt für Schritt-Anleitung
13.02., München
www.ibpro.de

6. Online Fundraising Forum
13.02., Berlin
www.online-fundraising-forum.de

15. Norddeutscher Fundraisingtag
17. & 18.02., Hamburg
fundraising-nord.de

Jahresforum Stiftungen
18.02., Düsseldorf
www.stiftungsakademie.de

Seminar: Die neue EU-Förderperiode ab 2021
20.02., Berlin
www.emcra.eu

Fundraising Symposium 2020
20. & 21.02., Frankfurt am Main
www.fundraising-symposium.de

5. Vereinsrechtstag 2020
21.02., Frankfurt am Main
www.vereinsrechtstag.de

Seminar: Kampagnen-Strategie
21. & 22.02., Berlin
www.campaigning-academy.com

Weiterbildungskurs: Professionelles Management von Ehrenamtlichen
21.02.–21.11., Nürnberg
hochschul-kooperation-ehrenamt.de

Auf den gelb hervorgehobenen Veranstaltungen liegt das Fundraiser-Magazin für Sie aus oder ist Medienpartner. 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**

Intensivlehrgang:
Mitarbeitendenführung in NPO
23.–28.02., Säntis
www.vmi.ch

Basiskurs Freiwilligenkoordination
24.–26.02., Berlin
ehrenamt.de

Fundraising TAGE

GELSENKIRCHEN,
26. MÄRZ 2020

INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

MÄRZ 2020

Seminar: Erfolgreich Sponsoren und Spender gewinnen und binden
02. & 03.03., Berlin
www.kbw.de

Ausbildungsgang: Engagementberatung – Organisationen bei der Förderung von Engagement begleiten
02.03.–15.09., Berlin
ehrenamt.de

25. Sozialwirtschaftliche Managementtagung 2020
04.03., Mainz
www.swmt.org

Fundraisingtag München
05.03., München
www.fundraisingtage.de

Seminar: Erfolgreiche Korrespondenz mit Spenderinnen und Spendern
09.03., Wien
www.npo-academy.com

Seminar: Netzwerkmanagement und Netzwerkkoordination professionalisieren
09. & 10.03., Berlin
ehrenamt.de

Intensiv-Lehrgang Stiftungsmanagement 2020
09.–13.03., Basel
ceps.unibas.ch

17. Mitteldeutscher Fundraisingtag
10.03., Jena
www.fundraisingforum.de

Forum Aktive Bürgerschaft 2020
11.03., Berlin
www.aktive-buergerschaft.de

Seminar: Fundraising „kompakt" Modernes Fundraising in der Praxis
11. & 12.03., Wien
www.npo-academy.com

Zertifikatslehrgang:
Fundraising in Vereinen und NPOs
11.03.–02.04., Wien
www.npo-academy.com

Seminar: Kooperationen zwischen Unternehmen und NPOs gewinnbringend gestalten
13.03., Wien
www.npo-academy.com

Seminar: Schnittstelle Freiwilligenkoordination – Geklärt agieren und kommunizieren
16. & 17.03., Berlin
ehrenamt.de

Fachtag
Fundraising im Gesundheitswesen
17.03., Frankfurt am Main
www.dfrv.de

Seminar:
Online-Fundraising (in Englisch)
18.03., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: Legacy Fundraising – How to do it right and successfully
19.03., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: Major Donor Fundraising Course Specially designed training for securing major donations from a variety of sources
19.–21.03., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: Corporate Partnerships: How to build and develop long term, sustainable partnerships
20.03., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: Individual Major Gifts Strategic, sustainable, effective – the No.1 growth area for fundraising
21.03., Berlin
www.npo-academy.com

Intensivlehrgang: Rechnungswesen und Controlling in NPO
22.–27.03., Sigriswil
www.vmi.ch

Seminar: Fundraising „kompakt" – Modernes Fundraising in der Praxis
23. & 24.03., Köln
www.npo-academy.com

Digital Social Summit
23. & 24.03., Berlin
digital-social-summit.de

Zertifikatslehrgang:
Fundraising in Vereinen und NPOs
23.–28.03., Köln
www.npo-academy.com

Workshop: Professionelle Fördermittelakquise für Organisationen der Sozialwirtschaft
24.03., Berlin
www.bfs-service.de

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

Fundraisingtag NRW
26.03., Gelsenkirchen
www.fundraisingtage.de

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

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

Seminar: Digitale Freiwilligengewinnung 2.0 – Tools und Kanäle zur Gewinnung von jungen Freiwilligen kennenlernen
27.03., Berlin
ehrenamt.de

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

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

Kurs: Ich bin (bald) Vorstand – und jetzt? Ein Überblick über die wichtigsten Aufgaben, Rechte und Pflichten eines Vorstands
30.03.–29.09., Berlin
ehrenamt.de

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

WWU

Nonprofit-Management & Governance

Berufsbegleitender Masterstudiengang an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster

Nächster Start: 1. April 2020

www.wwu-weiterbildung.de/npm

wissen.leben WWU Weiterbildung

APRIL 2020

Seminar: Training für erfolgreiche(re) Spendenmailings
01.04., Wien
www.npo-academy.com

Start Berufsbegleitender Masterstudiengang: Nonprofit-Management & Governance
01.04., Münster
www.wwu-weiterbildung.de

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

Zertifizierter Fundraising Lehrgang (5 Module)
02.04.–10.09., München
www.ibpro.de

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

Seminar: Erfolgreich Mitglieder für Non-Profit-Organisationen gewinnen und binden
06. & 07.04., Berlin
www.kbw.de

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

Intensivlehrgang: Fundraising
19.–24.04., Muntelier
www.vmi.ch

Weiterbildung: CAS Nonprofit Governance & Leadership 2020
20.04.–11.06., Basel
ceps.unibas.ch

Seminar: Die neue EU-Förderperiode ab 2021
21.04., Berlin
www.emcra.eu

Deutscher Fundraisingkongress 2020
22.–24.04., Kassel
www.fundraising-kongress.de

Seminar: Struktur der öffentlichen Förderlandschaft in Deutschland
22.–24.04., Berlin
www.emcra.eu

Ausbildungsgang Strategisches Freiwilligenmanagement
22.04.–09.09., Berlin
ehrenamt.de

Seminar: Öffentliche Fördermittel: Projekte professionell entwickeln
24.04., Berlin
www.emcra.eu

Basiskurs Freiwilligenkoordination (intensiv)
24. & 25.04., Berlin
ehrenamt.de

16. Deutsches CSR-Forum
29. & 30.04., Stuttgart
www.csrforum.eu

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

Fundraising Symposium

Fachwissen, Vertiefung und Impulse zum Thema

Donor Journey – mit Werten überzeugen

Erfahrungsaustausch zwischen Fundraising-Profis
aus Deutschland, Österreich und der Schweiz

KEYNOTE-SPEAKER
ANNA HESSENBRUCH
DR. THOMAS ZACHAU

20. UND 21. FEBRUAR 2020
GOETHE-UNIVERSITÄT
FRANKFURT AM MAIN

EINE VERANSTALTUNG DES
Fundraiser magazin

Jaume Plensa: „Body of Knowledge“, 2010 gestiftet von der Johanna-Quandt-Stiftung

FREUNDLICH UNTERSTÜTZT VON

SEXTANT SUPPORTS YOU.
TeleDIALOG Telefon-Fundraising
SCHOMERUS Beratung für gesellschaftliches Engagement GmbH
microm
GOLDWIND gemeinsam wirken

Fundraisingtage 2020

Man lernt nie aus. Neue Impulse, neue Entwicklungen, neue Ideen und Trends. Genau das bieten die Fundraisingtage des Fundraiser-Magazins auch im kommenden Jahr. Von den Angeboten profitieren Einsteiger wie Profis gleichermaßen, denn auf den lokalen Veranstaltungen treffen die unterschiedlichsten Teilnehmer aufeinander. In Workshops und Impulsvorträgen gibt es jede Menge Input für die Gute Sache.

Fundraisingtag München am 5. März
Fundraisingtag NRW in Gelsenkirchen am 26. März
Fundraisingtag Stuttgart in Filderstadt am 28. Mai
Sächsischer Fundraisingtag in Dresden am 10. September
Fundraisingtag Berlin-Brandenburg in Potsdam am 24. September
▶ www.fundraisingtage.de

Fundraising-Symposium

Donor-Journey – mit Werten überzeugen!

Spenderzentrierung, aber wie? Wie können wir überzeugen, wie für unsere Werte eintreten und eine Gemeinschaft mit unseren Spendern schaffen? Im Februar widmen sich in Frankfurt wieder handverlesene Experten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz im Rahmen des Fundraising-Symposiums diesem Kern. Unter dem Motto „Donor-Journey – Mit Werten überzeugen!" bietet die zweitägige Veranstaltung Workshops, Keynotes und viel Raum zum Austausch. Den Auftakt macht die Keynote von Dr. Thomas Zachau mit dem Titel „Spender als Kunden – von der Customer-Journey zur Donor-Journey". Zachau ist als Unternehmensberater und Strategieentwickler Senior-Partner der Agentur h&z. Aus London reist am zweiten Tag Anne Hessenbruch an, die dort für die Kinderschutzorganisation NSPCC tätig ist. Sie leitet den Tag mit ihrer Keynote „The future is supporter centric" ein.

Fundraising-Symposium am 20. und 21. Februar 2020 in Frankfurt am Main
▶ www.fundraising-symposium.de

Bildung nicht mehr für alle?

Ende Juli hat das deutsche Bundeskabinett beschlossen, Weiterbildung von Ehrenamtlichen zukünftig umsatzsteuerpflichtig zu machen. Diese Mehrkosten für Bildungsangebote werden an die Ehrenamtlichen weitergereicht werden müssen. Eine gemeinsame Stellungnahme der öffentlich geförderten Weiterbildner weist auf negative Folgen des Gesetzentwurfs hin. So widerspricht das neue Umsatzsteuergesetz dem Anliegen, Bildung für alle zugänglich zu machen.

▶ www.deae.de/Stellungnahme_UStG_der_oeffentlich-verantworteten-Weiterbildung.pdf

Touchpoints

Daten sind heutzutage alles. Das gilt auch und erst recht für erfolgreiches Touchpoint-Marketing im Online-Fundraising. So verlockend das auch klingen mag, die Frage nach dem „Wie?" ist auch hier nicht ganz einfach zu beantworten. SEO und Webtracking wollen mit der nötigen Sorgfalt gestaltet werden. Welche Tools es dafür gibt und wie man alle Kanäle erfolgreich miteinander verbindet, verrät das Online-Fundraising-Forum im Februar 2020.

6. Online-Fundraising-Forum 2020
11. Februar in Köln und 13. Februar in Berlin
▶ www.online-fundraising-forum.de

Verbände-Forum

Das Internationale Verbände-Forum vermittelt aktuelles Managementwissen für Führungskräfte von Verbänden und anderen NGOs und stellt eine Plattform für die Vernetzung des Dritten Sektors im gesamten deutschsprachigen Raum dar. Themen der Ausgabe 2020 sind vom 26. bis 29. Januar unter anderen Emotional Leadership, Social Franchising und Holokratie als innovative Organisationsform.

Internationales Verbände-Forum
26. bis 29. Januar 2020 in Engelberg
▶ www.vmi.ch

Kurzgefasst …

Vereinsrechtstag

Das genaue Programm stand bei Redaktionsschluss noch nicht fest, aber der Termin kann bereits im Kalender markiert werden: Am 21. Februar 2020 findet in Frankfurt der fünfte Vereinsrechtstag statt. Unter anderen wird Prof. Dr. Meinrad Dreher (Johannes-Gutenberg-Universität Mainz) zum Thema „D & O-Versicherungen im Verein" referieren.

▶ www.vereinsrechtstag.de

Global Social Entrepreneurship

Das Center for Philanthropy Studies der Universität Basel bietet einen sehr flexibel gestalteten Weiterbildungskurs (CAS) für Management- und Leadership-Skills auf internationaler Ebene. Ab Januar kann man einsteigen und das erste Modul online bis 21. September bearbeiten. Darauf folgen bis April 2021 vier weitere Module (zwischen zwei und sieben Tage).

▶ www.ceps.unibas.ch

Förderung im Europäischen Sozialfonds (ESF)

Arbeit, Beschäftigung und Bildung sind die drei Bereiche, die am 29. und 30. Januar in Berlin im Fokus des Seminars von „emcra" stehen. Die Teilnehmer lernen das wichtige Instrument der Arbeitsmarktförderung in Deutschland kennen und erhalten einen Überblick über Förderprogramme und Ansprechpartner. Professionelle Antragstellung optimiert Förderchancen.

▶ www.emcra.eu

Münchner Freiwilligen-Messe

Zu Redaktionsschluss war noch nicht abschließend über die teilnehmenden Organisationen für die nächste Münchner Freiwilligen-Messe entschieden. Ganze 120 Bewerber gab es, aber nur 80 können eingeladen werden, um am 26. Januar im Münchner Kulturzentrum Gasteig dabei sein zu dürfen. Nur die Besucherzahl ist auch dieses Mal nicht begrenzt.

▶ www.muenchner-freiwilligen-messe.de

Kampagnen-Strategie

Die Campaigning Academy lädt für den 21. und 22. Februar nach Berlin zu einem Seminar, das alle Bausteine einer guten und erfolgreichen Kampagne beleuchtet. Was braucht es genau, um Menschen zu mobilisieren? Welche Möglichkeiten bieten dafür digitale Tools? Referenten sind die beiden Gründer der Akademie Julius van de Laar und Volker Gassner.

▶ www.campaigning-academy.com

Umfassend

IBPro München bietet ab April Fundraising-Lehrgang für Einsteiger

Die eigene Organisation dauerhaft finanziell tragfähig gestalten zu können ist das Ziel des im April 2020 beginnenden Fundraising-Lehrgangs des IBPro in München. In fünf jeweils eintägigen Modulen werden den Teilnehmern nicht nur die Grundlagen strategischen Fundraisings vermittelt. Weitere Themen der monatlich stattfindenden Seminartage sind Organisationsentwicklung, Öffentlichkeitsarbeit, die nicht selten große Schnittmengen mit Fundraising-Aufgaben aufweist, und alles Wissenswerte rund um Fördermittel.

Am 19. Februar gibt es von 17 bis 19 Uhr einen kostenlosen Informationsabend, bei dem Interessierte eventuelle Fragen stellen können. Leiterin des Lehrgangs ist die Fundraising-Beraterin Christine Gediga.

Fundraising-Lehrgang 2020 ab 2. April in München

▶ www.ibpro.de

zh aw School of Management and Law

Sinnvolles bewirken

Masterdiplom Fundraising Management
Berufsbegleitende Weiterbildung

Infoveranstaltungen:
3. Dezember 2019
14. Januar 2020

Auch für Teilnehmende aus Deutschland

www.zhaw.ch/zkm/mas-frm

Neu mit Modulwahl

Zürcher Fachhochschule

Engagement professionalisieren

Berufsbegleitendes Studium für Führungskräfte in gemeinnützigen Organisationen

Die Arbeit in gemeinnützigen Organisationen setzt persönliches Engagement voraus. In Leitungspositionen sind darüber hinaus Fachwissen und Führungskompetenz nötig. Der berufsbegleitende Masterstudiengang „Nonprofit-Management and Governance" an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster (WWU) vermittelt das erforderliche Wissen und eröffnet so den Weg zu Führungsverantwortung im Nonprofit-Sektor.

Der Studiengang bietet haupt- und ehrenamtlichen Führungskräften aus gemeinnützigen Organisationen eine zweijährige berufsbegleitende Weiterbildung auf Hochschulniveau. Die Lehrinhalte zu rechtlichen,

politischen und ökonomischen Grundlagen sowie die Vermittlung von Managementtechniken für Personal-, Freiwilligen- und Öffentlichkeitsarbeit sind auf den Berufsalltag von Führungskräften abgestimmt.

Das Studium berücksichtigt zudem besonders die speziellen Anforderungen berufstätiger Teilnehmer: Alle Termine finden an Wochenenden statt, die Studiengestaltung ist flexibel. Bewerbungsschluss für das Sommersemester 2020 ist der 20. Februar 2020.

▶ www.wwu-weiterbildung.de/nonprofit-management

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

Neue Ziele

Der Norddeutsche Fundraisingtag macht sich Gedanken über die Zukunft

Viele Organisationen stehen im Fundraising vor Herausforderungen, die in ihrer Tragweite noch lange nicht überall erkannt werden. Kommunikationsgewohnheiten und Mediennutzung spielen dabei keine untergeordnete Rolle. Auf diesen Gebieten werden immer neue Wege beschritten. Gleichzeitig wird zunehmend deutlich, dass sich auch eine grundlegende Veränderung des Engagements von Spendern zeigt. Können Spender mit den bisherigen Instrumenten des Fundraisings zu einem nachhaltigen Engagement für gemeinnützige Anliegen noch motiviert werden? Nachhaltige Entwicklung, Innovation, Transparenz, Teilhabe: Sich an Entwicklungen anzupassen, ist das eine, sie zu gestalten eine ganz andere Herausforderung. Dieser will sich der Norddeutsche Fundraisingtag im Februar stellen und bietet dazu ab Dezember genaue Programm-Details.

Norddeutscher Fundraisingtag
am 17. und 18. Februar in Hamburg
▶ www.fundraising-nord.de

Management von Ehrenamtlern

Sieben Module, die sich von Februar bis November 2020 erstrecken: In einem umfassenden Zertifikatslehrgang der Technischen Universität Nürnberg können die Teilnehmer alle Grundlagen des Managements von Ehrenamtlern lernen. Zeitgemäße Konzepte der Personal- und Organisationsentwicklung gehören im Kern dazu. Die Referenten sind Fachkräfte aus Wissenschaft und Praxis. Vorherige Erfahrungen mit Ehrenamtlern sind erwünscht. Anmeldeschluss ist der 15. Januar.

▶ www.hochschul-kooperation-ehrenamt.de

Unternehmenskooperation

Die „Akademie Franz Hitze Haus" erklärt strategische Unterstützung

Die Veranstaltung „Fundraising für Umwelt und Entwicklung" im Franz-Hitze-Haus in Münster steht im kommenden Februar ganz im Zeichen der Unternehmenskooperationen. Diese haben sich laut den Veranstaltern in den letzten Jahren von den üblichen Formen wie Sponsoring deutlich weiterentwickelt und nehmen immer mehr den Charakter langfristiger Zusammenarbeit an. Sowohl für Einsteiger als auch erfahrene Engagierte aus umwelt- und entwicklungspolitischen Organisationen bietet die Tagung viele wertvolle Impulse in Sachen Unternehmenskooperation. Weitere Themen sind zum Beispiel Gamification und Fundraising mit Social Media. Vorträge, eine Podiumsdiskussion und mehrere Workshops bieten Gelegenheiten, aktuelle Entwicklungen in den jeweiligen Bereichen kennenzulernen. Veranstaltungspartner sind unter anderen die Natur- und Umweltschutz-Akademie NRW und die Fundraising-Akademie.

Fundraising für Umwelt und Entwicklung am 3. und 4. Februar in Münster

▶ www.franz-hitze-haus.de

Akademie
Beratung
Wissen

Fundraising Akademie
WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

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

Gemeinnützigkeit

Euroforum-Jahrestagung mit neuen Entwicklungen zum Steuerrecht gemeinnütziger Organisationen

Stichworte wie Finanzverwaltung, Betriebsprüfung oder Tax Compliance Management sind möglicherweise nicht jedermanns favorisiertes Thema. Aber eben gerade für gemeinnützige Organisationen und Einrichtungen sind steuerrechtliche Belange von besonderer Bedeutung. Hier heißt es, stets auf dem aktuellen Stand zu sein. Deshalb bietet die Euroforum-Jahrestagung erneut Vorträge, Diskussionen und Workshops zu Rechtsprechung, sowie zu digitalen Lösungen für die Steuerabteilung von NGOs und zur Umsatzsteuer. Hier treffen in jedem Jahr Entscheidungsträger aus NGOs mit Anwälten und Vertretern des Finanzwesens zusammen. Wie auch im letzten Jahr beginnt die Tagung mit dem Spezialtag „Rechnungslegung in Non-Profit-Organisationen".

Euroforum-Jahrestagung „Die gemeinnützige Organisation"
5.bis 7. Februar in Köln
▶ www.euroforum.de/npo-tagung

© DFRV: Hannah Jo Wolff (Digital.Wolff GmbH) bei der Faith + Funds 2019

DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND
Wir stärken **die Kultur des Gebens**

WEITERBILDEN UND VERNETZEN
auf unseren Veranstaltungen

UNSERE FACHTAGE:
- **„Fundraising im Gesundheitswesen"** am 17. März 2020 in Frankfurt am Main
- **„Digitales Fundraising"** am 22. April 2020 in Kassel
- **„Unternehmenspartnerschaften"** am 22. April 2020 in Kassel
- **„Faith + Funds"** am 23./24. September 2020 in Erfurt

SAVE THE DATE

DEUTSCHER FUNDRAISING-KONGRESS:
- 22. bis 24. April im Kongresspalais in Kassel

Sichern Sie sich Ihr Early-Bird-Ticket bis 31.12.2019!

Werden Sie noch in diesem Jahr Mitglied: Genießen Sie bei **anteiligem Beitrag** schon jetzt die **vollen Vorteile!**

Stiftungs-management

Vorträge zu den Grundlagenthemen, Praxisübungen sowie Blended-Learning-Elemente sind die Bausteine des Winterlehrgangs „Stiftungsmanagement" der Stiftungsakademie im Januar 2020. Der Zertifizierungslehrgang zielt darauf ab, Führungskräfte und hauptamtliche sowie ehrenamtliche Mitarbeitende einer Stiftung auf die täglichen Herausforderungen vorzubereiten. Angesprochen sind Mitarbeiter von Stiftungen, aber auch (potenzielle) Stifter.

Winterlehrgang „Stiftungsmanagement"
vom 20. bis 30. Januar 2020 in München
▶ www.stiftungsakademie.de

Freiwilligen-konferenz

Wege zur Bindung von Freiwilligen – so lautet das Motto der Freiwilligenkonferenz, zu der der Fundraising Verband Austria am 3. Dezember nach Wien lädt. Statistisch zeichnet sich eine steigende Tendenz zum Kurzzeit-Engagement ab. Zusätzlich lässt sich auch feststellen, dass die Neugewinnung von Freiwilligen mit einem immer höher werdenden Aufwand verbunden ist. Dem will die Tagung begegnen.

Freiwilligenkonferenz 2019 am 3. Dezember in Wien
▶ www.fundraising.at

Gute Fotos

Die Fundraising-Akademie bietet ein Tagesseminar zum alltäglichen Umgang mit dem Fotoapparat. Auf den Auslöser drücken kann jeder, aber zu einem guten Bild gehört eben mehr. Wie genau man aber beispielsweise eine Spendenübergabe möglichst erfolgreich fototechnisch dokumentiert, verrät der Fundraising-Manager Maik Meid, der sich bereits seit vielen Jahren mit Fotografie beschäftigt. Er verrät auch, wie man legal kostenfrei Fotos anderer nutzen kann.

Tagesseminar Fotopraxis am 3. Dezember 2019 in Essen
und am 17. Januar 2020 in Frankfurt
▶ www.fundraisingakademie.de

Erben und Vererben

Einladung zum Fundraising-Workshop

6. Dezember 2019, 10.00 – 16.00 Uhr, Garbsen/Hannover (Teilnahme kostenlos)

Karla Friedemann, Agentur für Erben, München

- Persönliche Haltung und ethische Aspekte
- Voraussetzungen in der NPO (Akzeptanz, Budget, Personal)
- Maßnahmen und Kommunikationsstrategien
- Erfolgreiche Beziehungspflege und Bindungsinstrumente
- Erbrechtliche Grundstrukturen
- Erbschaft oder Vermächtnis – Rechte und Pflichten
- Was tun im Erbfall?

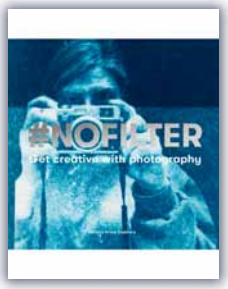
Lore Maene, DSC Direct Social Communications n.v., Anderlecht (Belgium)

- WILL‘s Legacy Journey
- How to collect legacies from your most trusted supporters and beyond
- How to give your ambassadors the opportunity to stay connected with your cause even when they are no longer here

Anmeldung: erbschaftsfundraising@marketwing.de. Die Plätze sind leider begrenzt.

marketwing®
Wir spenden Wissen!

Andere Fotos



Irgendwann kann man die Fotos aus den eigenen Projekten nicht mehr sehen. Oder es müssen aktuelle her. Oder ein Relaunch der Website ist geplant. Es gibt viele Gründe, warum man neue Foto benötigt. Wer selbst auf den Auslöser drücken will und dabei mal ganz was anderes ausprobieren möchte, erhält mit diesem Buch eine Fundgrube an kreativen Ideen. Es ist vor allem für Bastler geeignet, die immer mal wieder gern etwas Neues ausprobieren. Dabei geht es nicht um digitale Filter, sondern um ganz andere Arten, Fotos zu erstellen und kreativ zu bearbeiten.

Natalia Price-Cabrera. #nofilter. Kreative Ideen mit Fotografie. Midas Verlag. 2019. 144 Seiten. ISBN: 978-3-03876-142-6. [D] 17,90 €, [A] 18,50 €, CHF 25,00.

Jugendengagement

Wie stehen jugendliches Engagement und die Entwicklung der eigenen Biografie im Zusammenhang? Dieser Frage geht die Autorin mit erziehungswissenschaftlicher Methodik nach und beleuchtet ihr Feld nicht nur theoretisch, sondern schaut ganz konkret auf individuelle Einzelbiografien von Jugendlichen, die sich in Deutschland für UNICEF engagiert haben. Durch diese Außenperspektive gelingt ihr ein neutraler Blick, der in deutlicher, sachlicher Distanz zum Forschungsgegenstand bleibt. Damit ist dieses Buch vor allem für Wissenschaftler geeignet.

Silke Jakob. Engagierte Jugendliche bei UNICEF. Biografische Rekonstruktionen und organisationelle Ermöglichungsstrukturen. Verlag Budrich UniPress. 2019. 118 Seiten. ISBN: 978-3-86388-820-6. [D] 21,00 €, [A] 21,60 €, CHF 29,35.

Innovationsfähig

Stiftungen gelten gemeinhin, von außen betrachtet, eher als Fels in der Brandung, wenn man eine positive Position einnimmt. Auf der anderen Seite kann man Stiftungen auf der Basis ihrer generellen Organisationsform durchaus als träge und wenig agil wahrnehmen. Umso mehr erstaunt es, dass der Autor verspricht, seine Ergebnisse zeigten, „dass gerade die strukturelle Trägheit und Berechenbarkeit von Stiftungen diese zu verlässlichen Akteuren in sozialen Innovationsprozessen machen“.

Steffen Bethmann ist Mitarbeiter der Universität Basel. Er nimmt in seinen Fallstudien Schweizer Stiftungen in den Blick und befragt im Zuge seiner praktischen Analyse deren Innovationsfähigkeit im Einzelnen, vergleicht aber auch verschiedene Aspekte miteinander. Um dies tun zu können, legt er in seinem theoretischen Teil übersichtlich den Aufbau einer Stiftung dar. Zudem hinterfragt er deren Sinn und Zweck, also ihre Wirkung auf gesellschaftliche Herausforderungen. Dabei wird schnell deutlich, dass besonders Förderstiftungen über ein bemerkenswertes Potenzial für soziale Innovationen verfügen. Tendenziell fördern sie eher Neuheiten, als laufende Kosten zu übernehmen. An diesem Punkt setzt ein Wandel ein. Dazu bedarf der Begriff der Innovation in der breiten Masse noch einer Begriffserweiterung, weg von der in der Regel bisher rein technisch betrachteten. Innerhalb des Stiftungssektors sieht der Autor Deutschland in diesem Zusammenhang bereits einen Schritt weiter als das Schweizer Stiftungswesen.

Steffen Bethmann. Stiftungen und soziale Innovationen. Strategien zur Lösung gesellschaftlicher Probleme. Springer Verlag. 2019. 332 Seiten. ISBN: 978-3-65827-075-9. [D] 49,99 €, [A] 51,39 €, CHF 69,90.

Ungehorsam

Überhitzt darf man die aktuelle Klimadebatte durchaus nennen. Dazu hat nicht nur Greta beigetragen. Die Bewegung „Extinction Rebellion“ hat sich explizit zivilgesellschaftlichen Ungehorsam auf die Fahne geschrieben, nur ist das ja mit der Definition immer so eine Sache. Heiligt der Zweck die Mittel? In diesem Buch äußern sich Aktivisten der Bewegung, um die verbindenden Werte und Ziele verständlich und damit nachvollziehbar zu machen. Damit liegt also eine Innenperspektive vor und keine Analyse. Das ist entscheidend.

Extinction Rebellion Hannover. Hope dies – Action begins. Stimmen einer neuen Bewegung. transcript Verlag. 2019. 96 Seiten: ISBN: 978-3-83765-070-9. [D] 7,99 €, [A] 7,99 €, CHF 11,15.

Ideenreich

Wer stets das gleiche tut, erhält die ewig gleichen Ergebnisse. Das ist bekannt. Wie man die weniger ausgetretenen Pfade findet, zeigt dieser Ratgeber. Der Fokus liegt dabei auf der gemeinsamen Ideenfindung, also der Teamarbeit. Deshalb erfährt der Leser, wie man erfolgreich Kreativitäts-Workshops gestaltet. Arbeitet die Gruppe als Einheit, können die unterschiedlichsten Methoden und Techniken des „Querdenkens“ erprobt werden. Das führt dazu, dass jeder Einzelne sein individuelles Potenzial entfalten kann. Erst dann macht es auch wirklich Spaß.

Alexander Brem, Stefanie Brem. Die Kreativ-Toolbox für Unternehmen. Ideen generieren und innovatives Denken fördern. Verlag Schäffer Poeschel. 2019. 200 Seiten. ISBN: 978-3-79104-636-5. [D] 24,95 €, [A] 25,79 €, CHF 34,85.

In der Kirche

Die Säkularisierung schlägt sich immer deutlicher in einer hohen Anzahl jährlicher Kirchenaustritte nieder. Die Ursachen dessen sind relativ gut erforscht. Damit ist aber noch nicht automatisch beantwortet, wie diesen Kirchenaustritten entgegengewirkt werden kann. Welche Möglichkeiten der „Kundenbindung" hat die Kirche denn heute überhaupt? Braucht es vielleicht eine „Customer Journey"? Rein theoretisch gesprochen bedarf es auf jeden Fall innovativer Modelle. Nur ist Innovationsfähigkeit nicht gerade eine Eigenschaft, die man mit der evangelischen oder der katholischen Kirche verbindet.

Im Kontext der Kirche ist trotzdem der Ansatz nicht neu, der dem Motto folgt: „Kommt der Berg nicht zum Propheten …". Aktive Kirchenarbeit gibt es, seit es die Kirche selbst gibt. Deshalb greift dieses Buch auch konkrete Projekte aus der Praxis auf und beleuchtet sie auf ihre Eigenschaften als Best-Practice-Beispiele hin. Diese zeigen, dass es natürlich nicht nur um die Bindung von Gemeindemitgliedern an ihre Kirche geht. Eine Gemeinde ist bekanntlich erst dann eine Gemeinde, wenn es innerhalb ihrer Mitglieder eine gefühlte Verbindung gibt. Auch für diese sieht sich die Kirche in der Verantwortung. Basis ist und bleibt aber der Glaube als verbindendes Element.

Der Band ist das Ergebnis des ersten Treffens des ökumenischen „Netzwerkes Mitgliederorientierung" im vergangenen Jahr und fasst eine Vielzahl unterschiedlicher Perspektiven aus mehreren Bistümern Deutschlands zusammen. Damit liefert der Band kein endgültiges Fazit, sondern ein Spektrum an Möglichkeiten.

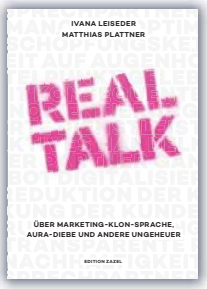
David Gutmann, Fabian Peters, André Kendel, Tobias Faix, Ulrich Riegel (Hrsg.). Kirche – ja bitte! Innovative Modelle und strategische Perspektiven von gelungener Mitgliederorientierung. Neukirchener Verlag. 2019. 225 Seiten. ISBN: 978-3-76156-667-1. [D] 24,00 €, [A] 24,70 €, CHF 33,55.

Wir-Wirtschaft

Die Anfänge sind gemacht. Es sind weltweit Projekte erkennbar, die eine neue Art von Wirtschaft ermöglichen können. Als Beispiele nennt der Autor Social Entrepreneurship, Kreislaufwirtschaft und andere. Diese erkennt er als Vertreter von Tendenzen, die Wirtschaft zukünftig nicht mehr gefühlt getrennt vom Menschen, sondern ganz klar zu seinem Wohl gestalten. Damit verbindet sich ein grundsätzliches Plädoyer für mehr Menschlichkeit. Das bedeutet Mündigkeit, aber auch Wettbewerbsneutralität. Diese Zukunft hat gemäß dem Autor schon begonnen.

Peter Spiegel. WeQ Economy. Wege zu einer Wirtschaft für den Menschen. oekom Verlag. 2019. 184 Seiten. ISBN: 978-3-96238-145-5. [D] 18,00 €, [A] 18,50 €, CHF 25,15.

Verständlich



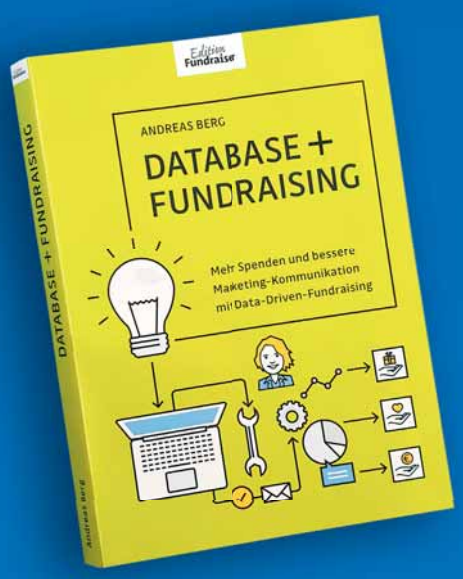
Mögen Sie eine Challenge oder lieber eine Herausforderung? Schaffen Sie Content oder Inhalte? Wenn der Marketing-Beauftragte mit Anglizismen um sich wirft, kann da schon mal heiße Luft spürbar werden. Das muss aber nicht sein. Die Autoren regen sich darüber auf und ziehen mit hübschen Gegenmaßnahmen ins Feld. Sie beschränken sich dabei nicht auf einzelne Begriffe, sondern hinterleuchten auch die dünne Fassade hässlicher Taktiken. Das hat Swag. Oder besser: Das macht Spaß. Und schafft die Gelegenheit, mit den Kollegen mal Tacheles zu reden.

Ivana Leiseder, Matthias Plattner. Real Talk. Über Marketing-Klon-Sprache, Aura-Diebe und andere Ungeheuer. Edition Zazel. 2019. 195 Seiten. ISBN: 978-3-033-07338-8. CHF 45,00.

Was Sie schon immer über

Data-Driven Fundraising

wissen wollten …



Das neue Buch von

Andreas Berg

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

39,90 €

ein Produkt vom
Fundraiser magazin
Fachlektüre, die Spaß macht.

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

Bottom up!

Angesichts beständiger Globalisierung vieler Lebensbereiche kann man sich klein fühlen. Oder man krempelt die Ärmel hoch und stößt Veränderungen für ein anderes Leben vor der eigenen Tür an. Der Autor stellt mehrere Bürgerinitiativen in Deutschland vor, die im Quartier demokratische Transformationsprozesse angestoßen haben, zeigt aber auch, dass daraus keine allgemeingültigen Patentrezepte entstehen. Nicht jeder kann es schaffen, den Bau der nächsten Shopping-Mall zu verhindern. Trotzdem macht das Buch Mut, vor Ort für mehr Selbstbestimmtheit zu sorgen.

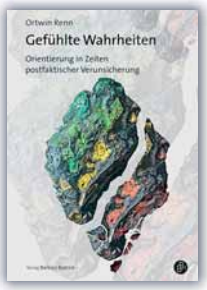
Davide Brocchi. Große Transformation im Quartier. Wie aus gelebter Demokratie Nachhaltigkeit wird. oekom Verlag. 2019. 216 Seiten. ISBN: 978-3-96238-148-6. [D] 28,00 €, [A] 28,80 €, CHF 39,15.

Zukünftig

Wollen wir unsere Zukunft erfolgreich gestalten, mit allen nötigen wie auch unvermeidlichen Transformationsprozessen, so müssen wir das Undenkbare denken, das Unmögliche. Christian Mayers Buch ist aber keine utopische Vision, sondern befragt bestehende Zusammenhänge und tradierte Muster auf deren Zwangsläufigkeit hin. Was muss sogar über Bord geworfen werden, damit eine „gute" Gesellschaft entstehen kann? Der Autor zeigt dabei vor allem auf, wie man es schaffen kann, erst mal ganz anders zu denken, als man es gewohnt ist. Das öffnet Türen im Kopf.

Christian Mayer. Die Grenzen meines Denkens sind die Grenzen meiner Welt. Wie wir vorhandene Potenziale für einen gesellschaftlichen Wandel mobilisieren können. Büchner Verlag. 2019. 234 Seiten. ISBN : 978-3-96317-171-0. [D] 18,00 €, [A] 18,00 €, CHF 25,15.

Keine Wahrheit



Es gibt eine Theorie, die besagt, dass wir desto eher etwas glauben, je unwahrscheinlicher es ist. Das erklärt aber noch lange nicht den scheinbaren Höhenflug populistischer Strömungen. Was aber genau ist denn nun los? Wieso erfindet jemand das Wort „postfaktisch" und augenblicklich verschwindet der Boden unter unseren Füßen?

Der Autor dieses Buches kennt und versteht die Ängste und Unsicherheiten des Menschen. Wir fürchten uns vor „dem" Falschen, obwohl es „die" Wahrheit gar nicht gibt. Vertrauen scheint allgemein zu sinken, wobei wir uns indirekt die eigene Kritikfähigkeit (wie auch die anderer) absprechen. Um dem zu begegnen, analysiert Ortwin Renn aktuelle Tendenzen, um in der Folge Lösungsvorschläge im Umgang damit zu erarbeiten. Er verweist darauf, dass angesichts der unüberblickbaren Masse von Informationskanälen und -quellen viele Menschen „unterinformiert" sind. Das ist nur scheinbar ein Widerspruch. Um diesen zu erklären und aufzulösen, stützt sich der Autor auf eine Vielzahl an Quellen und Erhebungen und analysiert diese mittels wissenschaftlicher Instrumente. Das tut er dank simpler Beispiele äußerst anschaulich und nachvollziehbar. Ihm gelingt es, einen Weg durch die Verunsicherung hindurch zu finden, weil das Gehirn des Menschen auch im postfaktischen Zeitalter nicht anders tickt als vorher. Deshalb ist es nämlich nach wie vor so, dass beispielsweise gleichzeitig dem einen kalt und dem anderen warm sein kann. Und der Leser erfährt, wie wir damit umgehen können.

Ortwin Renn. Gefühlte Wahrheiten. Orientierung in Zeiten postfaktischer Verunsicherung. Verlag Barbara Budrich. 2019. 206 Seiten. ISBN: 978-3-84742-271-6. [D] 19,90 €, [A] 20,50 €, CHF 27,80.

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

Fragebogen: Norbert Janssen lacht über

Aufgewachsen ist Norbert Janssen in Emden. Nach seinem Physikstudium an der Universität Göttingen zog es ihn während seiner Promotion nach München. Dort arbeitete er bei Siemens, später für Infineon Technologies im Bereich Halbleiterentwicklung. In seinem Beruf kam Janssen weltweit herum. So wohnte er beispielsweise einige Jahre in Rumänien und schätzt die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit seinen Entwicklungsteams in Indien. Vor allem seine Auslandsaufenthalte beeinflussten ihn nachhaltig und weckten sein Interesse an anderen Kulturen und der Vielfalt der Welt. Neben seinen wissenschaftlichen und technischen Publikationen hat er auch zahlreiche Patente für Erfindungen erhalten. Außerhalb seiner beruflichen Tätigkeit spielt Norbert Janssen Kirchenorgel und tanzt leidenschaftlich Ballett. 2012 hat er die Norbert Janssen Stiftung für die Förderung junger Menschen mit Talenten und Leidenschaften aus wirtschaftlich schwächeren Verhältnissen errichtet. In seinem Alltag ist Janssen bestrebt, sich auf die wesentlichen Dinge im Leben zu fokussieren und verzichtet auf Äußerlichkeiten wie Luxus und Status. Konsequenterweise hat er sein gesamtes Vermögen in seine Stiftung investiert und baut diese weiter auf.

▶ www.norbert-janssen-stiftung.de

Wollen auch Sie diesen Fragebogen ausfüllen?

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

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

… mit Sonnenschein.

2. Was wollten Sie als Kind werden?

Orgelbauer. Kirchenorgeln und Orgelmusik haben mich schon in frühester Kindheit beeindruckt und berührt. So wuchs in mir der Wunsch, selbst Orgeln bauen zu wollen – Instrumente, die „für die Ewigkeit" gemacht sind und den Menschen über Jahrhunderte hinweg Freude bereiten.

3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Inklusion. Das Wort klingt für mich so technisch, denn inkludieren bedeutet wörtlich übersetzt ja einschließen. Dabei geht es doch um ein menschliches, möglichst gleichberechtigtes Miteinander auf Augenhöhe.

4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Das Projekt Europa. Die Europäische Union hat uns – wenn man ihre Anfänge in der Gründung des Europarats 1949 sieht – nun seit 70 Jahren Frieden geschenkt und Wohlstand gebracht, wie wir es in der europäischen Geschichte zuvor nie erlebt haben. Leider sehe ich dies durch nationalistische Tendenzen in einigen Mitgliedsstaaten zunehmend gefährdet.

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

Ich würde gerne einen Abend lang mit Sir Peter Ustinov diskutieren. Er hat in den 1970er Jahren den Film „Einsteins Universum" gedreht, in dem er Laien die Relativitätstheorie von Albert Einstein erklärt. Letztlich hat dieser Film meine große Leidenschaft für die Theoretische Physik begründet.

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

Ich würde Herrn Harald Lesch einen Orden verleihen, da er mit großer Leidenschaft komplexe naturwissenschaftliche Themen interessierten Laien nahebringen kann und sich mit ebenso großer Leidenschaft für den Umweltschutz einsetzt.

Loriots Jodelschule

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

Ich würde ihm die Unterstützung meiner Stiftung ans Herz legen, denn die Förderung junger Talente aus wirtschaftlich schwächeren Verhältnissen gibt dem eigenen Leben viel Sinn.

8. Wer ist für Sie ein Held?

Mahatma Gandhi, weil er gezeigt hat, dass man auch ohne Gewalt Verbesserungen in der Gesellschaft erreichen kann.

9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Entweder in Berlin, ich finde die Stadt herrlich jung und spritzig. Oder in Dresden, die dortige Architektur fasziniert mich.

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

Das kommt eigentlich nicht vor – chillen ist nicht meine Natur. Ich suche mir immer eine Beschäftigung. In meiner knappen Freizeit halte ich mich über den aktuellen Stand physikalischer Grundlagenforschung auf dem Laufenden und berechne selbst Fragestellungen aus den Bereichen Quantenmechanik und Allgemeiner Relativitätstheorie.

11. Worüber können Sie lachen?

Über Stan Laurel und Oliver Hardy ... und Loriot ist wunderbar!

12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Sehr viele! Ich möchte jedoch lieber erklären, welche Fehler ich besonders schlimm finde. Nämlich Intoleranz und wenn Menschen versuchen, andere Menschen zu dominieren.

13. Was war früher besser?

Das Ausmaß der Umweltverschmutzung und Umweltzerstörung war noch nicht so weit vorangeschritten wie heute.

14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Gründer der Norbert Janssen Stiftung, durch die zahlreiche Talente aus allen Bereichen des menschlichen Schaffens gefördert wurden.

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

... die Möglichkeit, anderen zu helfen.

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

"ENTERweb - Datenbank to Go"
Ihr einfacher Einstieg in die Welt der Datenbanken.
Erleichterung in Ihren Abläufen.
EU DSGVO konform – ISO/IEC27001 zertifiziert.
3 Wochen kostenlos testen auf:
https://www.enterbrain.eu/registrierung/

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 einen Strahlemann-Kalender „Ethiopia 2020“. Der 60 x 45 cm große Foto-Kalender mit hochwertigen Porträt-Aufnahmen lachender Kinder ist nicht nur was fürs Auge, sondern auch für den guten Zweck: Durch den Verkauf werden Schulmaterialien, Toiletten, Solarlampen u. v. m. für Hilfsprojekte der Strahlemann-Stiftung in Äthiopien finanziert (mehr dazu unter *www.strahlemann-stiftung.de*). Weiterhin verlosen wir „Meine Reise nach Utopia. Das Journal für ein nachhaltiges Leben“ aus dem oekom-Verlag. Die Wochenstruktur begleitet Sie durch das Jahr. Sie erfahren Wichtiges zum Thema Nachhaltigkeit, Impulsseiten helfen, über den eigenen Schatten zu springen und Neues zu wagen. Die offen gestalteten Journalseiten bieten Platz für eigene Gedanken und Ideen.

Und falls das alles nichts für Sie ist, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!

1 Baby-Delfin auf Eis? Diese eher ungewöhnliche Aktion eines Fitness-Influencers machte aufmerksam auf:

A) vegane Ernährung
B) Fake News auf Instagram
C) illegalen Fischfang

2 Seit 2012 gibt es die weltweite Bewegung des Giving Tuesday, der Tag des Spendens. Wann genau ist er?

H) 5 Tage nach Thanksgiving
K) 1. Dienstag im Dezember
L) 50 Tage vor Beginn des Winter-Sale

3 Der Zwerg in der Mitte misst stolze 2,50 Meter und wird nun versteigert. Der Erlös geht zugunsten ...

Y) der Förderung Kleinwüchsiger
Z) des Gartenzwerg-Verbandes
A) der Deutschen Muskelstiftung

4 Sie ist Model und Schauspielerin und neue Botschafterin des Kinderhilfswerks World Vision. Wie heißt sie?

K) Simone Kowalski
M) Lena Gercke
N) Tiana Pongs

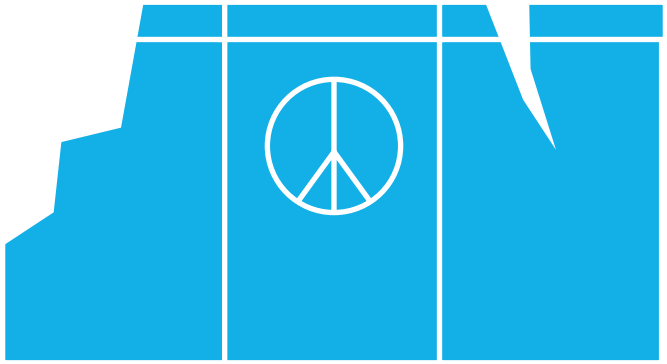
5 Wie viel Geld haben die beiden Charity-Streams „Loot für die Welt“ und „Friendly Fire“ 2018 gemeinsam gesammelt?

B) 500 000 US-Dollar
C) 1 Million Euro
D) 10 000 Bitcoin

6 Das Fundraising-Symposium lädt am 20. und 21. Februar 2020 wieder nach Frankfurt ein. Was ist diesmal das Thema?

A) Digitaler Wandel
E) Donor-Journey
O) EU-Fördermittel

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 10. Dezember 2019. Viel Glück!



1989 – Fall der Berliner Mauer
und Anfang vom Ende des Kalten Krieges

... und Gründung von Creativ Software.

Wir freuen uns auf die nächsten 30 Jahre.
creativ.ch seit 1989

creati</> SOFTWARE

Wir machen Komplexes einfach

Menschen-Freund Fabian F. Fröhlich fährt mit der Bahn

Bahnfahren macht Spaß, ich genieße die Reise in vollen Zügen. Auch menschlich. Die zu beobachtenden Dynamiksteigerungen bei angekündigten Verspätungen oder Störungen auf der Strecke haben immer Unterhaltungswert.

Die erste Durchsage „Unser Zug hat angehalten, in Kürze setzen wir unsere Fahrt fort…" führt zu ringsum vernehmbarem Seufzen. Einige verdrehen die Augen, wohl Wenigfahrer. Andere outen sich als Profis, die betont gelangweilt in der Bahn-App schon mal nach alternativen Routen suchen. Die zweite Stufe zündet mit der Durchsage der voraussichtlichen Verspätung: Zehn Minuten werden noch entspannt quittiert, ab 15 Minuten wird es lebhafter mit Kopfschütteln, Hände heben und leisen Flüchen. Mehr als 30 Minuten und man erlebt kollektive Verbrüderung. So ein gemeinsames Feindbild stärkt ja bekanntlich den Zusammenhalt. Plötzlich wird es auch kommunikativer. Der Satz „Das kann ja heiter werden", den der Mittvierziger im Sportjackett zwei Reihen vor mir lautstark unter seinem Noise-cancelling-Kopfhörer von sich gibt und dabei herausfordernd in die Runde schaut, darf durchaus wörtlich genommen werden. Nicht nur weil die Kopfhörer nur ein Fake sind und sowieso bei den beiden süßen, aber laut quasselnden Gören in der Ruheabteilung nichts nützen. Sondern auch, weil sich andere nun animiert fühlen, ihre besten Bahnerlebnisse und die skurrilsten Durchsagen lautstark Revue passieren zu lassen: „In diesem Zug ist das Rauchen verboten, das gilt auch für die Dame im gelben Pullover auf der Toilette in der ersten Wagenklasse.", oder: „In Wagen neun wurde ein Ehering gefunden. Falls Sie Ihren vermissen, können Sie diesen im Bordbistro abholen.", oder auch: „Der Fahrgast, der sein Fahrrad an der Notbremse festgemacht hat, kommt bitte sofort in Wagen fünf!".

Getoppt wird das Ganze vom Schwanzvergleich: „Wer hat die längste erlittene Verspätung?" Den Rekord mit 36,5 Stunden darf heute eine blasse Studentin geradezu triumphierend für sich verbuchen – sie wird mit respektvollen Blicken der Mitreisenden nachträglich entschädigt.

Für Freude sorgt nun endlich das kommunikativ geschulte Bahnpersonal. „Meine Damen und Herren, die Personen wurden aus dem Gleis entfernt und wir können unsere Fahrt nun fortsetzen. Ihre Anschlüsse sind vorgemerkt." Ich weiß nicht, ob es nur mir so geht: Diese Durchsage hat was von Kettensägenmassaker IV. Ich habe sofort die Assoziation von winkenden Untoten am Bahndamm. Aber es sind nur die Windräder, die sich gefühlt doppelt so schnell drehen vom Fahrtwind unseres Hochgeschwindigkeitszuges.

Mehr von Fabian F. Fröhlich?

„Das Letzte – Kolumnen aus dem Fundraiser-Magazin"

Taschenbuch, 100 Seiten, 10 €

bestellen unter:
▶ shop.fundraiser-magazin.de

Ausgabe 1/2020 erscheint am 27. Januar 2020 u. a. mit diesen Themen

- KI im Fundraising
- Was Fundraiser von Start-Ups lernen können
- Fundraising in Brasilien

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 1/2020 ist der 25.11.2019.

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)351 8762 7-70, Fax: -79

Korrespondenten:
International: Jan Uekermann, jan.uekermann@fundraiser-magazin.de
Schweiz: Katja Prescher, katja.prescher@fundraiser-magazin.ch

Anzeigen-Werbung:
matthias.daberstiel@fundraiser-magazin.de (verantwortlich), Telefon: +49 (0)351 8762 7-80, Fax: +49 (0)351 8762 7-79
Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 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 1/2020, die am 27.01.2020 erscheint, ist der 25.11.2019.

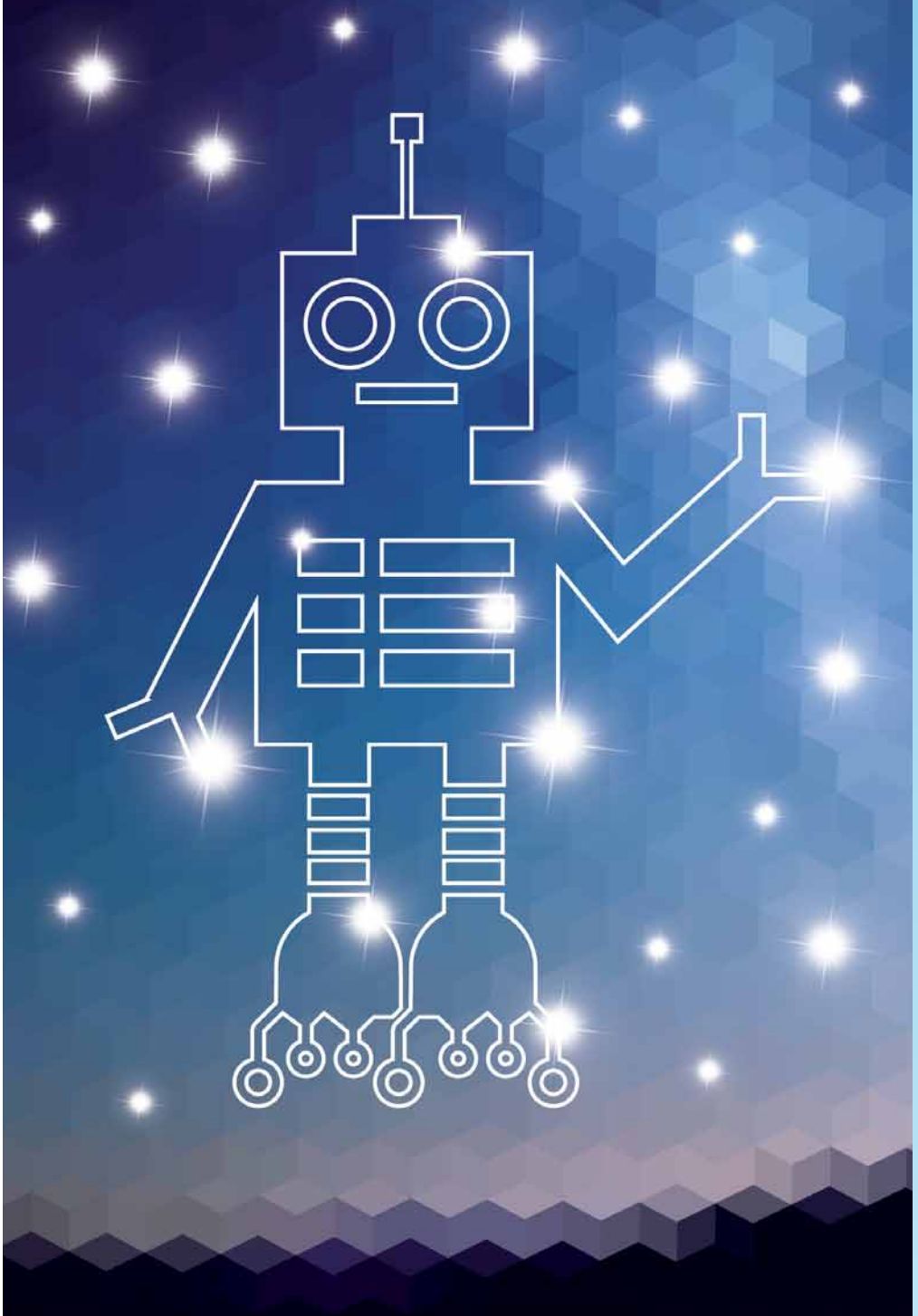
Fotonachweise:
Titelbild, lucky1984@AdobeStock; S. 3: René Grodde/atri.eu; S. 4 (Thema), S. 18, S. 19, S. 21, S. 22, S. 24, S. 26 & S. 28: Watercolor_concept@AdobeStock; S. 4 (Menschen) & S. 14: Henriette Pogoda; S. 4 (Stiftungen) & S. 48: Kay Herschelmann; S. 6: René Grodde/atri.eu; S. 8 (unten): svitlychnaja@AdobeStock; S. 20: Boris Rostami; S. 23: Mathias@AdobeStock; S. 28 (unten): PrettyVectors@AdobeStock; S. 32: Gerd Altmann@pixabay; S. 36: Erwin Lammenett; S. 37: Bernd Kratz (Lammenett); S. 38: www.alexanderheinrichs.com; S. 40: René Grodde/atri.eu (Stehfest); S. 46: René Grodde/atri.eu (Nitzsche); S. 50/51: Deutsche Bundesstiftung Umwelt; S. 52: lassedesigner@AdobeStock; S. 53: Carla Burke@pixabay; S. 54: obs/Insight Publishing GmbH/World Vision; Tiana Pongs (Pongs); Peter Adamik (Pflum); S. 55: obs/Hanns-Seidel-Stiftung/Thomas Plettenberg (Männle); S. 56: ÖRK/Anna Stöcher (Kerschbaum); Thomas Meyer/Ostkreuz (Lilie); S. 72: Mangostar@AdobeStock; S. 74: Alexas-Fotos@pixabay; S. 75: Andreas Bischof; S. 76 & 96: Space Frogs; S. 77: Sina Diehl; S. 78: Florian Niethammer; S. 79: Christian Fernandez Gamio; S. 84: Paul Glaser; S. 86: Christoph Steinweg; S. 96: obs/Followfish (6); S. Herrmann & F. Richter@pixabay (54); S. 98: oza@fotolia.com, alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der Fundraising Akademie

LÖSUNGEN MIT WEITBLICK.

Implementierungen, die zu Ihnen passen.

SEXTANT unterstützt gemeinnützige Organisationen, indem wir Ihre Bedürfnisse verstehen und die passenden technologischen Lösungen von führenden Anbietern implementieren.



SEXTANT
SUPPORTS YOU.

sextant-npo.net

UNSER PARTNER

salesforce.org

REFERENZEN

DEUTSCHE STIFTUNG DENKMALSCHUTZ — DE

kinder not hilfe — DE

MEDECINS SANS FRONTIERES ÄRZTE OHNE GRENZEN — AT

Save the Children — CH

GREENPEACE — CH

CARITAS — CH

LICHT FÜR DIE WELT — AT

AMNESTY INTERNATIONAL — CH

Menschen für Menschen — DE / AT

Hier könnte Ihr Logo stehen.

Gönnen Sie sich

EINE KLEINE AUSZEIT

mit selbstgemachten Spitzbuben!

Zutaten für ca. 40 Stück:

200 g Butter oder Margarine
125 g Puderzucker
1 Eiweiß
1 Prise Salz
1 Pck. Vanillezucker
350 g Mehl
Fuchtgelee, z. B. Aprikose
Puderzucker zum Bestäuben

1. Fett, Zucker und Eiweiß schaumig schlagen. Salz und Vanillezucker unterrühren. Mehl darüber sieben und alles zu einem glatten Teig verkneten. Zu einer Kugel formen und 30 Minuten kalt stellen.
2. Den Teig ca. 2 mm dick ausrollen und runde Kekse ausstechen. Aus der Hälfte wiederum kleine Herzen ausstechen.
3. Plätzchen auf ein mit Backpapier ausgelegtes Blech legen und im vorgeheizten Backofen bei 200° C ca. 10 Minuten backen.
4. Plätzchen auskühlen lassen. Gelee erwärmen und glatt rühren. Die Unterseiten damit bestreichen und die Oberseiten daraufsetzen. Mit Puderzucker bestäuben.

Weitere Rezepte finden Sie unter: adfinitas-fundraising.de

Legen Sie doch mal eine Plätzchenpause im Büro ein! Wir haben ein köstliches Rezept für Sie. Und nicht nur das: Wir kennen auch die richtigen Zutaten, damit Ihr Fundraising so unwiderstehlich wird wie Weihnachtskekse. Mit individuellen Strategien und kreativen Konzepten unterstützen wir Sie auf allen Kanälen. Lassen Sie es sich schmecken!

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

adfinitas