Branchen-Magazin für Sozialmarketing | Spenden | Vereine | Stiftungen 2|2022

FUNDRAISING magazin

BEREIT?

Digitaler Wandel im Fundraising: Was heute schon erfolgreich ist

ISSN 1867-0563

Online-Magazin
Best-Practice, Termine, Ideen …
Wissen, das alle weiterbringt:
web.fundraising-magazin.de

Fundraising-Shop
Fachbücher, Magazine und
Nützliches finden Sie unter
shop.fundraising-magazin.de

Fundraising-Jobs
Kostenlose Job-Börse für
NGOs rund ums Fundraising:
fundraising-jobs.de

Fragen zum Abonnement: service@fundraising-magazin.de | Telefon +49 (0)351 8 76 27 80 | **Infos:** www.fundraising-magazin.de

Digitaler Wandel im Fundraising: Was heute schon erfolgreich ist

Thema

Digitaler Wandel: Nicht ohne uns Menschen! 20
Warum uns die Technik nicht ersetzen wird

Ein Job „mit Sinn" allein reicht nicht 22
Wie digitale Tools die Bewerbung erleichtern und attraktiv machen können

Goethe wäre begeistert 24
Cloudlösungen sind das Daten-Management von heute

360°-Sicht auf spendende Menschen 26
Weshalb die Integration von Systemen die Relevanz von Personas beeinflusst

Change or die! 28
Digitalisierung in britischen NGOs: „The Status of UK Fundraising 2021"

Projekte & Stiftungen

Selber machen! 34
Ein Münchner Verein hatte heutige Ideen schon vor Jahrzehnten

Plötzlich eine Fremde 36
Fragile Swiss machen Hirnverletzungen und deren Auswirkungen auch für Kinder verständlich

Viel zu gewinnen 44
Warum sich Stiftungen mit Fundraising immer noch (zu) schwertun

Auf einem guten Weg 46
In Quedlinburg können sich Stifter im Straßenpflaster verewigen lassen

Über Grenzen hinweg 48
Die Stiftung Berliner Mauer will einen vielfältigen Zugang zu Geschichte fördern

Praxis & Erfahrung

In Balance: Personalisierung und Kosten 68
Mailingkampagnen mit Multi-Channel-Ansatz

Vorbereitung ist alles 70
Goldene Regeln für das Haustür-Fundraising (in der Schweiz)

Wandel braucht Ehrlichkeit 72
Ein Geschäftsführerwechsel kann in NGOs eine sehr persönliche Sache sein

Direkte Verbindung 74
Lead-Telefonie im Fundraising kann vielfältig eingesetzt werden

Versuch macht klug 76
Wie die Stiftung „Menschen für Menschen" ihre junge Zielgruppe digital erreicht

Noch kein Abo?
Schnell bestellt im Internet:
abo.fundraising-magazin.de

Menschen

Manuela Roßbach
... die Geschäftsführerin des Bündnisses „Aktion Deutschland Hilft“ steht wegen schleppender Auszahlungen von Fluthilfen im Fokus der Medien. Ein offenes Gespräch über Verantwortung und Empathie. **14**

Philipp von der Wippel
... der 26-jährige Social Entrepreneur hat sich gemeinsam mit der von ihm mitgegründeten Organisation ProjectTogether den Ansatz der Open Social Innovation auf die Fahne geschrieben. **38**

Stefan Diefenbach-Trommer
... hat unseren beliebten Fundraising-Fragebogen ausgefüllt und verrät allerhand Persönliches. **86**

Meinungen

Persönliche Gedanken
Harald Meyer-Porzky: Über Frösche und über Geld, das seine Rolle wechselt **12**

Kommentare aus der Redaktion
von Matthias Daberstiel **6**
von Rico Stehfest **32**
von Ute Nitzsche **42**

Aktuell

Verdeckte Lobbyarbeit verhindern **30**
Das Lobbyregister ist ein Gewinn für die Demokratie – wenn man es richtig macht

Rubriken

Schöner scheitern **11**
Köpfe & Karrieren **54**
Branche **58**
Dienstleisterverzeichnis **60**
Fundraising-Kalender **78**
Bildung **80**
Fach- und Sachbücher **84**
Wissen testen & gewinnen **88**
Das Letzte **90**
Vorschau & Impressum **90**

Autorinnen und Autoren

... dieser Ausgabe:
Matthias Daberstiel, Imke Dierßen, Eduard Goßner, Nahed Hatahet, Albert Linner, Matthias Marx, Holger Menze, Harald Meyer-Porzky, Roger Müller, Daniela Münster, Ute Nitzsche, Carola von Peinen, Manuel Prazak, Simon Scriver, Rico Stehfest, Dr. Kim Teubner, Miriam Wagner Long, Dirk Wolf, Tobias Wunden

Weiterhin

... liegt dieser Ausgabe eine Beilage der Firma **stiftungsmarktplatz.eu GbR** bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.

vanacken
Druckerei & Verlag

Es gibt viele bunte Vögel da draußen …

Welcher passt zu Ihnen?

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

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

van Acken: Profi in Sachen Druckerei und Verlag

Lernen Sie unsere „Vögel“ kennen.

Wir freuen uns auf Sie!

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

Verdeckte Lobbyarbeit verhindern

Das Lobbyregister ist ein Gewinn für die Demokratie – wenn man es richtig macht

Seit Jahresbeginn hat sich etwas Grundlegendes geändert im politischen Berlin: Wer im Kontakt mit Deutschlands Bundestag und Bundesregierung Interessen vertritt, muss sich – gesetzlich vorgeschrieben – in eine Datenbank beim Bundestag eintragen und einige Angaben machen. LobbyControl hat sich gemeinsam mit anderen lange für ein solches Lobbyregister eingesetzt, das in vielen Ländern bereits Standard ist. Zentrale Funktionen eines Lobbyregisters sind es, sichtbar zu machen, wer in wessen Auftrag und mit welchen Mitteln politische Entscheidungen beeinflussen will, und verbindliche Regeln für die Lobbyarbeit festzulegen.

Von IMKE DIERSSEN

In der letzten Ausgabe des Fundraising-Magazins wurde kritisiert, das neue Lobbyregister benachteilige gemeinnützige, spendenfinanzierte Organisationen gegenüber den Profi-Lobbyisten aus der Wirtschaft. Die Kritik ist nicht ganz unberechtigt, doch fehlt ihr eine wichtige Perspektive.

Die Beteiligung an politischer Meinungs- und Entscheidungsfindung ist ein Wesensmerkmal der Demokratie. Doch durch Intransparenz und ein großes Macht- und Ressourcengefälle bekommen Gesetze und Entscheidungen zu oft eine Schlagseite: Einzelinteressen booten Allgemeininteressen aus, kurzfristige Wirtschaftsinteressen verhindern nachhaltige Regulierung. Vor diesem Hintergrund ist Transparenz darüber, wer wie und womit Einfluss nimmt, zentral für eine faire und lebendige Demokratie. Das Lobbyregister in Kombination mit der geplanten Fußspur für Gesetze kann dazu beitragen, besonders einseitige, irreführende oder verdeckte Einflussnahme zu verhindern und der kritischen Arbeit von Medien und Zivilgesellschaft wichtige Informationen liefern.

Auch viele gemeinnützige Vereine versuchen, Einfluss auf politische Entscheidungen zu nehmen. Wenn sie nicht zum Eintrag in das Lobbyregister verpflichtet wären, wäre das kein aussagekräftiges Instrument. Viele von ihnen haben Transparenz zudem längst als gesellschaftlichen Wert und als wichtig für ihre Glaubwürdigkeit begriffen.

Entscheidend ist daher, dass spendenfinanzierte Organisationen durch das Register nicht gegenüber anderen Lobbyakteuren benachteiligt werden. Das ist im geltenden Gesetz nicht gelungen. So müssen Schenkungen über 20 000 Euro offengelegt werden. Das ist besonders streng, denn professionelle Lobbydienstleister müssen dagegen zwar Auftraggeber benennen, aber keine weiteren Angaben zum finanziellen Volumen oder Zweck des Auftrags machen – das ist eine problematische Transparenzlücke und eine deutliche Ungleichbehandlung.

Bei der von der Regierung bereits angekündigten Nachbesserung des Gesetzes muss es daher das Ziel sein, solche Lücken zu schließen und zugleich zu einem angemessenen Maß an Spendentransparenz zu kommen. Klar ist: Alle Akteure sollten aussagekräftige Angaben zu Auftraggebenden und finanziellen Hintergründen machen, auch die Zivilgesellschaft. Nur so lässt sich verdeckte Lobbyarbeit verhindern und der politische Einfluss von Geldgebenden sichtbar machen – dann ist das Lobbyregister ein echter Gewinn für die Demokratie. ◘

Imke Dierßen ist politische Geschäftsführerin bei LobbyControl. Sie ist in dieser Rolle für die Weiterentwicklung der inhaltlichen Strategie und die Planung verantwortlich. LobbyControl ist ein gemeinnütziger Verein, der über Machtstrukturen und Einflussstrategien in Deutschland und der EU aufklärt. Der Verein hat sich im Januar 2022 im Lobbyregister eingetragen und veröffentlicht die Namen von Spendern ab einer Höhe von 10 000 Euro seit Langem im Jahresbericht und auf der Website.
▶ **www.lobbycontrol.de**

Von der Stange

Dies ist kein Ausblick auf die aktuellen Frühjahr-/Sommerkollektionen aus Paris, sondern ein Blick in die Ausstellung „Blue Elephant“. Sie setzt sich mit den Lebens- und Arbeitsrealitäten in Taiwan auseinander. Als Sinnbild steht dabei vor allem die Textilindustrie. Das „Museum moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien“ (mumok) zeigte damit Anfang des Jahres zum ersten Mal außerhalb Asiens eine Ausstellung des taiwanesischen Künstlers Huang Po-Chih.

▶ www.mumok.at

Neuer Branchenprimus

Europäische Philanthropie-Verbände tun sich zusammen

Das Donors and Foundations Networks in Europe (Dafne) und das European Foundation Center (EFC) haben sich zusammengetan zur Philanthropy Europe Association, kurz Philea. Mit dem Zusammenschluss sollen das enorme Potenzial sowie das Wissen und die jahrzehntelangen Erfahrungen beider Organisationen kombiniert und gemeinsam genutzt werden. Damit versteht sich Philea als „Stimme der europäischen Philanthropie“. Als die drei wichtigsten Hauptthemen und Schnittmenge aller Organisationen stehen der Klimawandel, die Stärkung der Demokratie und die Gleichberechtigung auf der Agenda. Unter dem Dach von Philea sind über 10 000 Non-Profit-Organisationen vereint. Die neue Plattform will Gemeinnützige und Unterstützungsnetzwerke in über 30 Ländern fördern und hat nicht nur Mitglieder in Europa, sondern weltweit. Der Hauptsitz von Philea ist im Philanthropy House in Brüssel.

▶ www.philea.eu

MEINE MEINUNG

„Hier kann jeder an Demokratie teilhaben“

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Ich gestehe, ich bin Wiederholungstäterin. Eben habe ich wieder eine Online-Petition unterschrieben. Es ging darum, die Regenwaldvernichtung für den EU-Konsum zu stoppen. Mit der E-Mail-Kampagne will das Aktionsbündnis #Together4Forests, dem sich unter anderen der WWF, die OroVerde-Tropenwaldstiftung und „Robin Wood“ angeschlossen haben, den Druck auf die Umwelt- und Agrarminister erhöhen. Es kommt häufig vor, dass ich Petitionen meine Stimme gebe. Besonders Natur- und Tierschutz liegen mir am Herzen. Wenn ich dann ein positives Update lese, habe ich das gute Gefühl, etwas zu einer Sache beigetragen zu haben, die mir persönlich wichtig ist: Das Restaurant hat die Gänsestopfleber von der Karte genommen, der Moderne Fünfkampf findet fortan ohne die Disziplin Reiten statt, und zu Silvester wurde ein Verkaufsverbot für Böller durchgesetzt. Freilich erreicht nicht jedes Anliegen sein Ziel. Dann kommt bei vielen schnell der Gedanke auf: Was kann ausgerechnet meine Unterschrift bewirken? Ich meine, sehr viel. Hier kann jeder ganz einfach an Demokratie teilhaben. Die Hürden sind denkbar niedrig, ein einziger Klick genügt. Der ist zwar eventuell nur der berühmte Tropfen auf den heißen Stein, alle Klicks zusammen können jedoch zu einer medialen Welle werden, deren bloßes Heranrollen schon mal kräftig Aufmerksamkeit generiert. Und darum geht es doch, wenn sich auf lange Sicht etwas ändern soll.

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

Kurzgefasst …

Frühling im Sommer

Wo Frühling draufsteht, ist nicht immer Frühling drin, dafür aber jede Menge nützliche Infos rund um das Thema Stiftungen. Beim sechsten Münchner Stiftungsfrühling vom 5. bis 10. Juli 2022 können sich wieder Stiftungen und andere Akteure der Zivilgesellschaft austauschen und vernetzen. Der neue Termin ist der Corona-Pandemie geschuldet. Save the Date!

▶ www.muenchnerstiftungsfruehling.de

Stärken im Mittelpunkt

Die Schweizer Stiftung MyHandicap hat unter dem Namen „EnableMe" ein neues Portal eröffnet. Es soll weltweit Menschen mit Behinderungen und chronischen Krankheiten bei ihren Herausforderungen unterstützen und Austauschmöglichkeiten bieten. Dabei geht es vor allem darum, die Stärken und Fähigkeiten von Personen mit Handicap in den Mittelpunkt zu rücken.

▶ www.enable.ch

Wissenschaftsstiftung des Jahres

Die Deutsche Universitätsstiftung und der Stifterverband haben die Daniel-Barenboim-Stiftung zur Wissenschaftsstiftung des Jahres gekürt. Sie wurde 2008 als Dachstiftung für die musikalischen Bildungsprojekte gegründet, die der Pianist und Dirigent Daniel Barenboim zusammen mit dem palästinensischen Literaturwissenschaftler Edward Said initiiert hat.

▶ www.daniel-barenboim-stiftung.org

Seelisch gesund auch im Alter

In einer neuen Schulung der Stiftung Deutsche Depressionshilfe sollen Pflegekräfte und Angehörige von Senioren lernen, wie sie mit Altersdepressionen und Suizidgefährdung bei älteren Menschen umgehen können. Die kostenlose Online-Schulung dauert 90 Minuten und kann mittels Audioguide auch unterwegs genutzt werden. Eine Anmeldung ist nicht erforderlich.

▶ www.deutsche-depressionshilfe.de/online-schulung-altersdepression

Neues Filmmuseum in Bielefeld

In Bielefeld hat die Stiftung „Tri-Ergon Filmwerk" ein neues Filmmuseum eröffnet, das den beiden Söhnen der Stadt, dem Regisseur Friedrich Wilhelm Murnau und dem Tonfilmerfinder Josef Massolle, gewidmet ist. Neben der Dauerausstellung zu Leben und Werk der beiden Persönlichkeiten gibt es auch eine Sonderausstellung zur Bielefelder Kinogeschichte.

▶ www.muma-forum.de ▶ www.tri-ergon-filmwerk.de

Guckst du!

Die „TV-Show" rund ums Stiftungsvermögen

Bereits zum dritten Mal findet am 27. April „Der virtuelle Tag für das Stiftungsvermögen" statt. Was sich im November 2019 noch niemand vorstellen konnte, hat sich zur ersten „TV-Show" zum Thema entwickelt. Der Livestream startet um 9.30 Uhr und wird von Katrin Tönshoff, der früheren Geschäftsführerin der Dietmar-Hopp-Stiftung, moderiert. In diesem Jahr soll es um Stiftungsvermögen 2030, die Stiftungsrechtsreform sowie um resilienteres Stiftungsvermögen gehen. Der #vtfds will Stiftungen Impulse und Denkanstöße geben, wie sie ihr Vermögen verwalten können. „Das Umfeld an den Kapitalmärkten ist zu komplex, als dass Stiftungen hierauf im Stiftungsvermögen statisch reagieren sollten", sagt Initiator Tobias Karow. Mit dabei sind unter anderen Hannes Banzhaf von der Carl-Zeiss-Stiftung, Dr. Katja Bär von der „Hans und Ilse Breuer Stiftung" und Dr. Stefan Nährlich von der Stiftung Aktive Bürgerschaft. Das Fundraising-Magazin ist Medienpartner der Veranstaltung.

▶ www.vtfds.de ▶ www.stiftungenstärken.de

Auf einem guten Weg

In Quedlinburg können sich Stifter im Straßenpflaster verewigen lassen

Es ist mittlerweile unnötig zu erwähnen, dass die anhaltenden Niedrigzinsen Stiftungen zu neuen Wegen zwingen, um Gelder zu akquirieren. Die Bürgerstiftung für Quedlinburg hat das wörtlich genommen und den „Stifterweg" entwickelt.

Von UTE NITZSCHE

Zwei Kilometer ist der Stifterweg lang und führt durch das historische Zentrum der 1100 Jahre alten Stadt in Sachsen-Anhalt. Das Prinzip ist einfach: Wer sich mit Quedlinburg verbunden fühlt, egal ob Einzelperson, Personengruppe oder Institution, kann eine Stiftermedaille aus Bronze erwerben, die 15 mal 15 Zentimeter groß ist und mit einem persönlichen Schriftzug und einem Bild versehen wird. Zur Auswahl stehen drei Quedlinburg-Motive, die durch einen Gestaltungswettbewerb an den Grundschulen der Stadt entstanden sind. Mitglieder der Bürgerstiftung, Vertreter der Stadt und Kunsterzieher der Schulen haben anschließend drei Vorschläge ausgewählt; zum einen ein stilisiertes Motiv mit einer kleinen Krone, weiterhin eine Krone mit dem Schriftzug „Heinrich", angelehnt an Herzog Heinrich I., und schließlich die Stadtsilhouette. Gefertigt werden die Medaillen von einem Quedlinburger Handwerksbetrieb, der die Zeichnung und den jeweiligen Wunschtext der Stifter in eine Gravur für die Medaillen umsetzt. Dann werden sie entlang des Stifterweges ins Natursteinpflaster eingepasst.

Einjähriger Entwicklungsprozess

Bevor die erste Medaille verlegt wurde, gab es einen Entwicklungsprozess von über einem Jahr, wie Jörg Finck, Vorstandsmitglied der Bürgerstiftung, berichtet: „In mehreren Treffen von Vorstand und Kuratorium wurden Ideen entwickelt und verworfen, bis am 14. September 2015 erstmals in einem echten ‚Brainstorming' die Idee eines Stifterweges als gemeinsames Projekt der Bürgerstiftung und der Welterbestadt Quedlinburg aufkam und letztendlich mit sehr viel Enthusiasmus weiterentwickelt und verwirklicht wurde." Im Oktober 2016 war es dann so weit, und neben der Roland-Statue am Rathaus wurde die erste Medaille eingesetzt, gestiftet durch alle Mitglieder des Vorstandes und des Kuratoriums.

Q wie Quedlinburg

Inzwischen sind weitere 73 Exemplare hinzugekommen, die letzten fünf erst im Februar 2022. Nun führt der Stifterweg entlang des Rundgangs „Einkaufserlebnis historische Innenstadt" als Ringweg über historisch gepflasterte Gassen und kann nur zu Fuß beschritten werden. „Ergänzt durch den Weg vom Marktplatz zum Schlossberg hat der Weg die Form eines Q wie Quedlinburg", erklärt Jörg Finck. An der vorgegebenen Route sind in festen Abständen mehrere

Unklarheiten aufgrund des Rollenwechsels schnell zu adressieren. Denn vermeiden kann man sie nicht.

Über den jetzigen Job hinaus denken

Was letztendlich sehr hilfreich für uns war: Dass wir schon vom ersten Tag an darüber gesprochen haben, was uns wichtig ist im Leben und was wir uns in Zukunft außerhalb von Talents4Good vorstellen können. Wir waren uns also immer bewusst, dass die gemeinsame Reise auch wieder enden kann. Ich glaube, dass das in vielen Startups nicht so ehrlich besprochen wird und entsprechend viele Verletzungen verursacht – obwohl es eigentlich in der DNA vieler Gründer verankert ist, nach einiger Zeit weiterzuziehen und etwas Neues zu beginnen.

In manchen Organisationen ist es nach dem Ausstieg einer Mit-Geschäftsführerin oder eines Mit-Geschäftsführers gang und gäbe, die Geschäftsführung alleine weiterzuführen und gar keine Nachfolge zu bestimmen. Doch ich wusste schon immer, dass Teamwork für mich der Schlüssel zum Erfolg ist und mir die Arbeit dann auch am meisten Spaß macht.

Teamwork federt Risiken ab

Wenn Verantwortung auf mehreren Schultern liegt, kommen viele Perspektiven zusammen, die wiederum Risiken abfedern und Chancen sichtbar machen. Außerdem muss niemand immer da sein und Leistung bringen – Elternzeiten, Sabbaticals, aber auch schwierige persönliche Zeiten führen nicht zum Kollaps des Systems. Hinzu kommt, dass wir sehr stärkenorientiert arbeiten. Wenn ich aber nur das tue, was ich am besten kann, dann fehlen noch ein paar Komponenten für eine gute Unternehmensführung. Und all das ist bereits im Unternehmen vorhanden oder kann sich entwickeln. Dass Annika und Judith jetzt bereit sind, in die Verantwortung zu gehen, ist für mich das größte Geschenk. Wenn Sie sich gerade mit dem Thema beschäftigen, so beachten Sie, dass ein solcher Prozess nicht nur eine transparente Kommunikation erfordert, sondern auch Zeit. Binden Sie die Person peu à peu ein und lassen Sie sie erst einmal ankommen in der neuen Rolle.

Carola von Peinen ist studierte Betriebswirtin. 2012 gründete sie Talents4Good, die Personalvermittlung- und beratung für gemeinnützige Organisationen und gemeinwohlorientierte Unternehmen in Deutschland. Talents4Good findet die richtigen Menschen für die wichtigsten Jobs und berät Organisationen, sich zukunftsfähig aufzustellen.
▶ www.talents4good.org

Versuch macht klug

Wie die Stiftung „Menschen für Menschen“ ihre junge Zielgruppe digital erreicht

„Ich wette, dass nicht einmal ein Drittel von Ihnen Zuschauern eine Mark einbezahlt.“ Mit diesen Worten legte Karlheinz Böhm 1981 den Grundstein für die Stiftung „Menschen für Menschen“. Ein spontaner Aufruf, für den Böhm aber mit der Samstagabend-Show „Wetten dass ...?“ bewusst die größtmögliche mediale Bühne wählte.

Von ALBERT LINNER

40 Jahre später ist die Medienlandschaft viel diversifizierter und viele Zielgruppen sind nicht mehr am besten, geschweige denn ausschließlich über lineares Fernsehen zu erreichen. Gleichzeitig befindet sich „Menschen für Menschen“ auch knapp acht Jahre nach dem Tod des Gründers in einem Prozess der Transformation. Das auf Böhm zentrierte Fundraising, das lange Zeit sehr erfolgreich war, ist heute nicht mehr geeignet, die alternde Stammspenderschaft zu verjüngen. Neue Wege sind gefragt.

Online-Kampagne

Zum 40. Geburtstag von „Menschen für Menschen“ setzten wir uns zum Ziel, die Markenbekanntheit vor allem bei jüngeren Zielgruppen zu steigern, und setzten dabei auf eine Online-Kampagne mit 40 kreativen Aktionen und einer live gestreamten Spendengala als finalem Höhepunkt. Denn Böhms Erbe, der nachhaltige Ansatz der Hilfe zur Selbstentwicklung, ist aktueller denn je und nach wie vor dazu geeignet, auch jüngere Menschen im Alter zwischen 30 und 50 Jahren zu überzeugen, die Arbeit der Stiftung zu unterstützen.

Bandbreite der Aktionen

Der Fokus auf diese Altersgruppe gab ebenso wie pandemiebedingte Einschränkungen den Charakter der Kampagne vor: Die Aktionen fanden vor allem online, in den sozialen Medien, statt – einerseits mit „klassischen“ Prominenten, vor allem aber auch mit der Unterstützung von Influencern auf Plattformen wie Instagram und Youtube.

Das Ziel: die Spender von morgen in ihrer digitalen Lebensrealität abholen. Um möglichst viele dieser Lebensrealitäten zu erreichen, hatten die 40 Aktionen eine große Bandbreite, die wir als kleines Team nur mit der Produktionsfirma Riverside Entertainment als engagiertem Partner realisieren konnten. Gemeinsam entwickelten wir einen Mix aus Influencer Marketing, Content Marketing und klassischen Fundraising-Aktionen – eben digital.

GIF-Challenge auf Instagram

Zu letzteren gehörten Online-Auktionen, in denen das Fußballtrikot von Manuel Neuer einen Rekorderlös erzielte. Der Torwart verschaffte uns zudem mit einer „GIF-Challenge“ auf Instagram hohe Engagement-Raten. Auf User-Engagement zielten auch andere Social-Media-Aktionen wie eine Fußballtrick-Challenge mit Nationalspielerin Dzsenifer Marozsán oder Charity-Yogastunden von Fitness-Influencern via Instagram live.

Verlosungen, an denen man mit oder ohne Spende teilnehmen konnte, lockten viele neue Webseitenbesucher an. Dabei waren nicht-käufliche Gewinne die beliebtesten, etwa eine Mailbox-Ansage von Oliver Rohrbeck, der Stimme von Justus Jonas von den „Drei Fragezeichen“.

Nicht alle Aktionen führten zum gewünschten Erfolg: Mit bekannten Techno-DJs wollten wir Spenden für unsere Wasser-Projekte sammeln. Trotz einer Followerschaft von zusammen über vier Millionen stieß diese Aktion auf wenig Resonanz. Eine Erkenntnis daraus: Quantität führt beim Influencer Marketing nicht zwangsläufig zum Erfolg für NGOs. Vielmehr braucht es eine gute inhaltliche Anbindung an die eigenen Themen und eine spürbare Identifikation der Protagonisten mit der Sache. Ist das gegeben, sind passende Midi- oder Micro-Influencer mit weniger Fans, die aber hohes Engagement zeigen, die bessere Wahl. So waren die Aktionen am wertvollsten, die auch inhaltlich den konkretesten Bezug zu unserer Arbeit hatten. In Zusammenarbeit mit Medizin-Influencern entstand ein Instagram-Video zum Thema Frauengesundheit in Äthiopien, das breite Resonanz fand und nicht zuletzt ein gutes Spendenergebnis einbrachte.

Fast Verdoppelung der Online-Spenden

Allein über unsere eigenen Social-Media-Kanäle erreichten wir im Kampagnenzeitraum über eine Million Menschen. Ein Vielfaches dieser Reichweite erzielten die Aktions-Posts von Prominenten und Influencern. Und auch wenn sich bestätigte, dass der digitale Spendenmarkt in Deutschland nach wie vor verhalten ist, konnten wir die Anzahl der Online-Spenden im Vergleich zum Vorjahr fast verdoppeln. Nicht nur die gestiegene Markenbekanntheit und die Neuspender bieten die Chance nachzuhalten, sondern auch Inhaltliches: Ein Video von Youtuber Joseph DeChangeman über die Notwendigkeit von Bildung wird künftig fester Bestandteil unserer Schulvorträge sein.

Albert Linner studierte Kommunikationswissenschaften und arbeitete als Journalist in mehreren Online-Redaktionen. Seit 2019 ist er bei „Menschen für Menschen“ für die digitale Kommunikation der Stiftung zuständig. Neben der redaktionellen Betreuung der Online-Kanäle befasst er sich schwerpunktmäßig mit einer strategischen Weiterentwicklung des Online-Fundraisings.
▶ www.menschenfuermenschen.de

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 das Buch „Großspenden-Fundraising – Wege zu mehr Philanthropie. Grundlagen, Strategien und praktische Umsetzung“ von Dr. Marita Haibach und Jan Uekermann. Ein Bestseller aus unserem Verlagsprogramm, der sich unbedingt zu lesen lohnt. Weiterhin gibt es das Buch „Wohin wollen wir? Grundriss einer guten Gesellschaft“, erschienen im oekom-Verlag. Der Autor Michael Rosenthal führt wissenschaftliche Erkenntnisse auf und führt sie zu einem Ganzen zusammen. Dabei entsteht ein Bild, was eine gute Gesellschaft in der Zukunft für uns alle ausmacht – und wie wir dahin kommen können.
Und falls das alles nichts für Sie ist, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!

Seite 8

1 Jordi Jannausch sammelt im großen Stil Werbemailings und Spendenbriefe. Was macht er damit?

KLUG) Er stellt sie im Brief-Museum aus.
SUCH) Er upcycelt die Briefe zu Taschen.
BUCH) Er analysiert die Daten.

Seite 46

2 Solche Plaketten im Straßenpflaster kann man auf dem „Stifterweg“ einer mittelalterlichen Stadt sehen. Wo ist das?

KRA) Dinkelsbühl
STA) Quedlinburg
BLA) Nördlingen

Seite 74

3 Telefon-Fundraising wird normalerweise zyklisch eingesetzt. Eine Faustregel besagt, wie oft ein Anruf erfolgen soll:

BEN) einmal im Jahr
GEN) einmal pro Quartal
SEN) nur an runden Geburtstagen

So geht's: Die Buchstaben aus den Fragen 1 bis 3 ergeben das Lösungswort. Senden Sie dieses an *gewinnen@fundraising-magazin.de*. Schreiben Sie bitte auch, welches Buch Sie haben wollen. 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 1. Mai 2022. Viel Glück!

BERUFSBEGLEITENDER LEHRGANG

Fördermittelmanager/-in für gemeinnützige Organisationen (FLA)

Direkt für die Praxis – innovatives Blended Learning – mit qualifiziertem Abschlusszertifikat

FÖRDERLOTSE AKADEMIE

Für Mitarbeitende aus gemeinnützigen Organisationen und Berater/-innen für den Non-Profit-Bereich mit Berufserfahrung, die sich für den Verantwortungsbereich Fördermittelakquise fundiert und praxisorientiert qualifizieren möchten.

· zwölf Monate berufsbegleitend
· 4 mal 3 Präsenztage
· 11 E-Learningmodule im Umfang von 900 Minuten
· maximal 18 Teilnehmende
· qualifiziertes Zertifikat der Förderlotse Akademie (FLA)
· Leitung: Torsten Schmotz & Bernd Kreh
· Dozententeam mit den führenden Fachkräften für Fördermittelgewinnung in Deutschland

In Kooperation mit bakd Bundesakademie für Kirche und Diakonie, DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND

Ein Angebot von Förderlotse Torsten Schmotz

▸ Start des fünften Jahrgangs: 4. Oktober 2022

Infotelefon: 09874 – 322 516 E-Mail: info@fl-akademie.info www.fl-akademie.info

Selber lesen oder verschenken

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

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

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

Abonnement-Coupon: Druckfrisch im Briefkasten

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

www.abo.fundraising-magazin.de

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

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

Organisation / Firma

Abteilung / Bereich

Anrede Titel

Vorname Name

Straße Hausnummer

PLZ Ort

E-Mail-Adresse für den Rechnungsversand

Datum, Unterschrift

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

Organisation / Firma

Abteilung / Bereich

Anrede Titel Vorname Name

Straße Hausnummer

PLZ Ort

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

Datum, Unterschrift