ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 4/2020

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Mensch + Maschine

im Fundraising

Neu im Fundraising-Shop:

Marktübersicht Fundraising Software 2020

Online-Magazin
Best-Practice, Termine, Ideen und Inspiration ... hilfreiches Wissen, das alle weiterbringt:
web.fundraiser-magazin.de

Fundraising-Shop
Fachbücher, Magazine und Nützliches aus unserem Verlag finden Sie unter
shop.fundraiser-magazin.de

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

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,

dicker als das Fundraiser-Magazin ist sie geworden: die 2020er Ausgabe unserer Marktübersicht zu Software für Vereine, Verbände und Stiftungen. Mehr als 50 verschiedene Anbieter und Systemhäuser präsentieren im Vergleich die Programme zur Spender- und Mitgliederverwaltung. Denn immer wieder steht die Frage nach Tipps für eine gute Fundraising-Datenbank im Raum. Aktuelle Antworten finden Sie in diesem Extra-Heft.

Als Abonnentin oder Abonnent des Fundraiser-Magazins haben Sie die Marktübersicht gratis zusammen mit Ihrem aktuellen Magazin bekommen. Damit haben Sie einen Informationsvorsprung, denn in unserem Online-Shop wird sie kostenpflichtig erhältlich sein. Exklusive Aktualität – das ist uns Ihre Treue wert!

Wer kein Abo hat, kann die aktuelle Marktübersicht direkt in unserem Fundraising-Shop bestellen. Dann kommt sie zum Preis von 15 Euro zu Ihnen auf den Schreibtisch.

Wie können Menschen und Maschinen im Fundraising gut zusammenarbeiten? Dieser Frage geht unser Themenschwerpunkt der vorliegenden Ausgabe nach. Spannend und faszinierend, was mit guten Daten alles möglich ist! Aber werden Roboter den Menschen ersetzen? Die Redaktion des Microsoft-Portals MSN.com erlebte kürzlich im Angesicht der eigenen Kündigung Folgendes: Die Künstliche Intelligenz, welche die Reporter selbst angelernt hatten, zeigte erhebliche Schwierigkeiten, Gesichter von nichtweißen Menschen zu unterscheiden. Falschmeldungen waren die Folge.

Aber so durchdigitalisiert sind wir ja beim Fundraiser-Magazin noch lange nicht …

Genießen Sie die Lektüre und den Sommer!
Es grüßt Sie im Namen des gesamten Kollegiums

Ihr freundlicher Redaktions-Bot ;)

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

Menschen + Maschinen im Fundraising

Digitale Propheten: Machine Learning 18
Wie Daten helfen, das Verhalten der Spenderinnen und Spender vorauszusagen

Die Empathie-Maschine 22
Storytelling mit Virtual Reality: der Moment des Eintauchens

Mit dem Computer im Gespräch 24
Wie NGOs heute Chatbots für Dialog und Fundraising nutzen

Digitales Mitgefühl 26
Wie funktioniert lieben, hassen und bewundern mit Nullen und Einsen?

Menschen

Nora Szech 14
... forscht zum Thema Markt und Moral und spricht im Interview über Solidarität, Empathie und Verantwortung

Helene Wolf 66
... kämpft für mehr Frauen in Führungspositionen und prophezeit: „Männer werden Macht abgeben müssen“

Moritz Meier 86
... hat unseren Fundraiser-Fragebogen ausgefüllt und verrät Persönliches

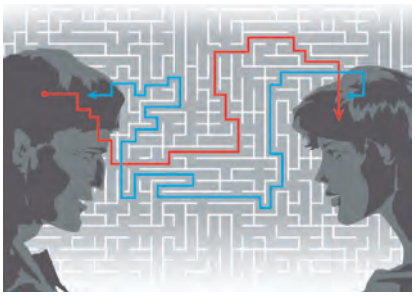
Projekte

Spielend Gutes tun 38
„Social Impact Gaming“ kann NGOs bei der Finanzierung unterstützen

Flauschig und nützlich 40
Auf einer Schweizer Farm helfen Alpakas sozial Benachteiligten

Glück hinterlassen 42
UNICEF Österreich klärt in Sachen Erbrecht auf

Stiftungen



Miteinander statt gegeneinander 46
Warum bei Fördergesuchen ein Perspektivwechsel hilfreich sein kann

Bach auf Balkonien 48
Mit Orgel und Lkw quer durch Berlin

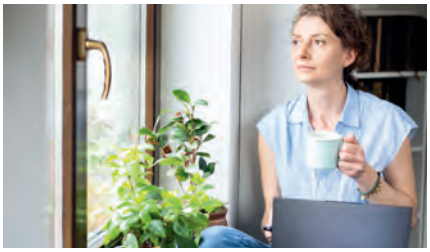
Sind Sie schon grün? 50
Digitalreport zu Stiftungen und Nachhaltigkeit erschienen

Meinung

Persönliche Gedanken 12
Barbara Crole: Alte Spender – was wollen sie wirklich?

Kommentare aus der Redaktion
von Matthias Daberstiel (Seite 6), Rico Stehfest (Seite 36) und Ute Nitzsche (Seite 44)

Aktuell



Gelernt in der Corona-Zeit 28
Leserinnen und Leser des Fundraiser-Magazins berichten über ihre neuen Erfahrungen währen des Lockdowns

Praxis & Erfahrung

Ungenutztes Potenzial? 68
Wie Fundraising mit Facebook besser genutzt werden kann

Notstand Fremdadressen 70
Weihnachten 2020 droht eine Überbuchung der Neuspenderadressen

Fundraising ohne persönlichen Kontakt 72
Atmosphäre, Stimmung und Resonanz im digitalen Zeitalter

Digitalisierung als Game Changer für NPOs 74
Warum der gemeinnützige Sektor dringend digitaler werden muss

Non-Profit wird agil 76
Neue Arbeitsweisen für den gemeinnützigen Sektor

Rubriken

Schöner scheitern 11
Köpfe & Karrieren 52
Branche 56
Dienstleisterverzeichnis 58
Abo-Coupon 65
Fundraising-Kalender 78
Bildung 80
Fach- und Sachbücher 82
Das Letzte 90
Vorschau & Impressum 90

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

Verlosung

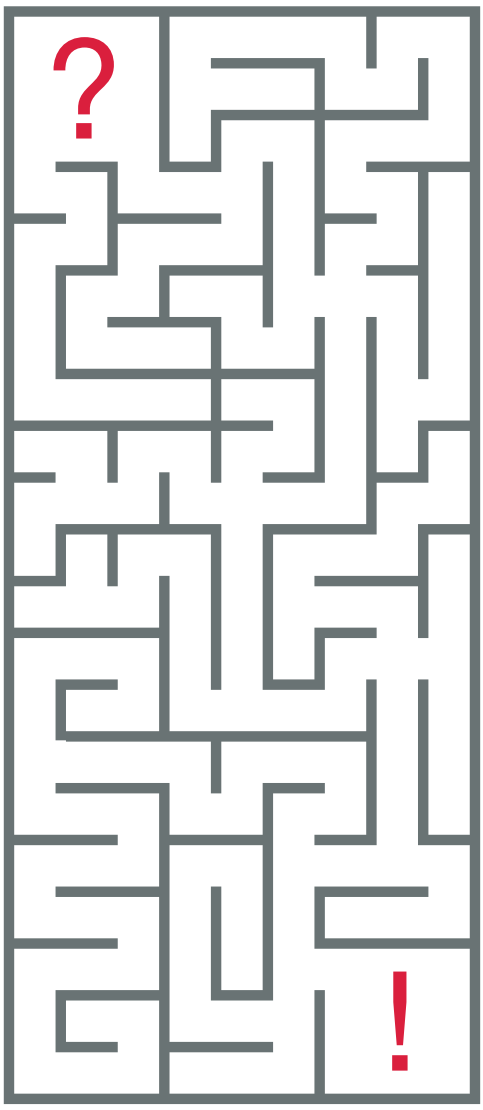
Testen Sie Ihr Wissen
... und gewinnen Sie das Buch „Es gibt keinen Planet B“ 88

Autoren

... dieser Ausgabe:
Daniel Barco, Marcus Becker, Barbara Crole, Matthias Daberstiel, Nadine Dlouhy, Dr. Frank Frieß, Michael Golze, Eva Hieninger, Marco Kuntze, Daniela Münster, Ute Nitzsche, Dr. Lukas von Orelli, Dr. Marc-André Pradervand, Jan Rößner, Rico Stehfest, Jan Uekermann

vanacken
Druckerei & Verlag

Drucksachen sind für Sie ein Rätsel?

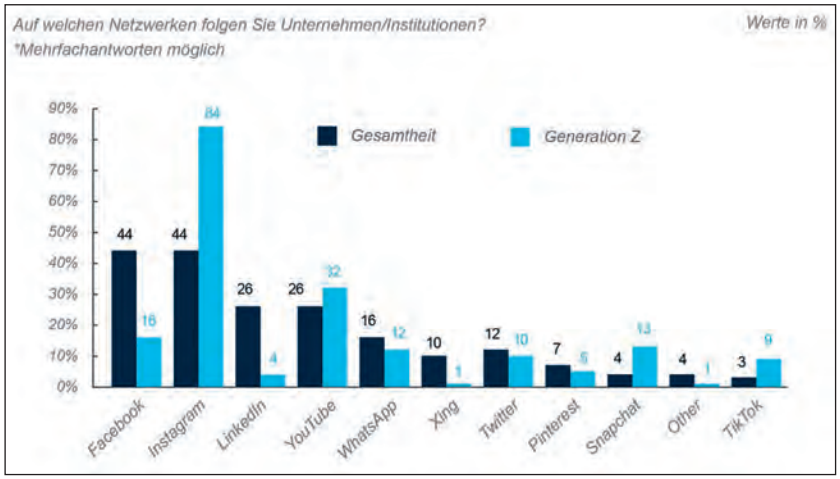


Wir haben die Lösung!

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

Generation Z nutzt bevorzugt Instagram



Zum elften Mal hat die Schweizer Online-Marketing- und Social-Media-Agentur Xeit die Nutzer-Umfrage „Social Media in der Schweiz 2020“ lanciert. Die Umfrage hat Konsumenten zu den Themen Social Networking, Social Business, Live-Kommunikation, Blogs, Vlogs und Influencer sowie Online vs. Offline befragt.

Erstmals wurde eine Spezialauswertung zur Generation Z gemacht, die teils überraschende Ergebnisse offenlegte. Fakt ist: Wer die Generation Z erreichen will, kommt an Instagram nicht vorbei; 84 Prozent der unter 20-Jährigen folgen dort einem Unternehmen. Für die Nutzer-Umfrage wurden zwischen Anfang März und Anfang April 2020 über 1100 Konsumenten in der Schweiz befragt. Die komplette Studie gibt es hier:

▶ **www.xeit.ch/wissen/studien/social-media-studie-2020**

Und sonst noch …

Jeans mit Biss helfen japanischem Zoo

„North Safari Sapporo“ ist ein Erlebnis-Tierpark in Hokkaido, in Japans nördlichster Provinz. Wie viele andere Einrichtungen weltweit hat auch dieser Tierpark in den letzten Monaten mit dem Wegfall von Einnahmen zu kämpfen. Durch eine pfiffige Aktion über Crowdfunding auf der Plattform Campfire konnte der Tierpark umgerechnet gute 250 000 Euro sammeln. Zu den Goodies gehörten Jeans im „Destroyed-Look“: Diese waren von Tigern, Löwen und Bären „eigenhändig“ bearbeitet worden. Zu haben für umgerechnet nur schlappe 573 Euro pro Stück. Wer es kostengünstiger mag, konnte für 56 Euro ein von einer Ziege gemaltes Bild erstehen.

▶ **www.north-safari.com**

MEINE MEINUNG

„Der schlimmste Fehler von Frauen ist ihr Mangel an Größenwahn“

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

Wohlwollend. So würde ich meine bisherige Haltung zu mehr Frauen in Führungspositionen von NGOs bezeichnen. Doch das Interview mit Helene Wolf zum Fair Share von Frauen in Führungspositionen hat mir klargemacht, dass das nicht reicht. Das Thema braucht viel mehr Bewegung. Nein, die vielen Frauen, die in NGOs arbeiten, sind nicht zu inkompetent für Führungspositionen! Deshalb ärgert es mich durchaus, dass eine lobenswerte Initiative wie „Fair Share of Women Leaders“, die sich für einen fairen Anteil von Frauen in Führungspositionen bis 2030 einsetzt, von vielen Organisationen so einfach abgebügelt wird. Man würde ja schon genug tun, da brauche es keine Verpflichtung, das zu schaffen. Das klingt mehr nach „auf die lange Bank schieben“ als nach Zielvorgabe.

Männer denken in ihren Positionen hier zu kurz. Wir haben uns ja schön eingerichtet. Sind bequem in unsere Positionen gelangt. Haben keine Erfahrung, wie es ist, die eigene Karriere zu unterbrechen, vielleicht auch etwas unsicher zu sein, ob man danach für den Job noch geeignet ist. In dem Zusammenhang zitierte Monika Glöcklhofer, Leiterin Fundraising bei Kolping International, bei einem Interview die Schriftstellerin Irmtraud Morgner: „Der schlimmste Fehler von Frauen ist ihr Mangel an Größenwahn.“

Ich finde, es ist ein Anfang, sich ein klares zeitliches Ziel zu setzen, dem hohen Frauenanteil in NGOs auch in der Führung gerecht zu werden. Bis 2030 klingt machbar. Dafür muss man nicht größenwahnsinnig sein. Männer: Bewegt euch! Frauen: Traut euch!

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

Sie wollen die **Armut** besiegen?

Wir bringen Wirkung auf den Punkt:

Von der Datenanalyse bis zur Strategie.
Von der Idee bis zur Kampagne.
Vom Konzept bis zum fertigen Werbemittel.

www.fundango.de · kontakt@fundango.de
Telefon 0221 / 677 845 - 90

fundango
Fundraising ist mehr

Drei Fragen an … Andreas Rickert

Das Analyse- und Beratungshaus Phineo legt einen Corona-Hilfsfond für NPOs auf

? Wie entstand die Hilfsfond-Idee?

Im ersten Rettungspaket der Bundesregierung wurde ein großer Teil der Zivilgesellschaft schlicht vergessen. Auf unseren Aufruf zur Unterstützung hat die Politik zwar reagiert, die beschlossenen Sonderkredite werden aber wenig helfen. Viele Organisationen leben von Projektförderungen, finanzielle Rücklagen gibt es kaum. Kredite können deshalb nicht zurückgezahlt werden, da muss man mal ehrlich sein. Was gebraucht wird, sind Zuschüsse, nur so können gefährdete Organisationen die Krise überstehen.

? Wie ist die Aktion strukturell gestaltet?

Wichtig ist die Bündelung aller Kräfte, denen eine starke Zivilgesellschaft am Herzen liegt. Sie wird gebraucht zur Bewältigung der Krise. Deshalb legen wir einen zivilgesellschaftlich organisierten Hilfsfonds auf und werben Unternehmen, Stiftungen, Privatpersonen und staatliche Institutionen, als Förderpartner dabei zu sein. Ab August sollen dann die ersten Zuwendungen verteilt werden.

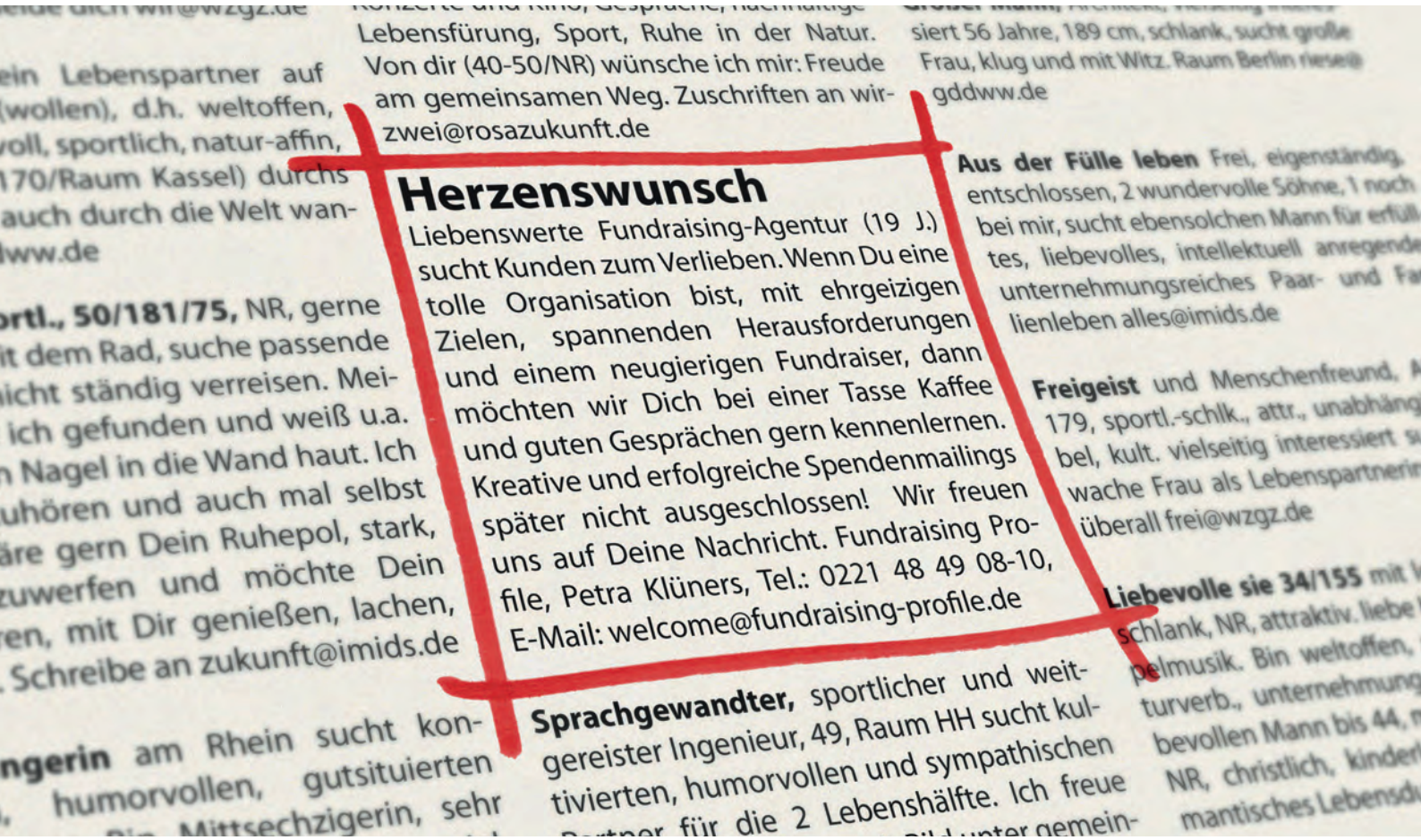
Dr. Andreas Rickert …

… ist Vorstandsvorsitzender der Phineo gAG. Bevor er 2007 in den gemeinnützigen Sektor wechselte, war er für die Unternehmensberatung McKinsey tätig.

? Wie können gemeinnützige Organisationen konkret von diesen Geldern profitieren?

Bewerben können sich mehrheitlich privat finanzierte gemeinnützige Organisationen, die nachweislich durch Corona in Not geraten sind, zum Beispiel wegen ausgebliebener Einnahmen. Vorgesehen sind einmalige, frei verwendbare Zuschüsse, durch die der Erhalt der Organisation nachhaltig möglich ist. Wichtig sind uns die wirkungsorientierte Arbeit der Organisation und transparente Berichterstattung.

▶ www.phineo.org



Kurzgefasst …

Dritter Engagementbericht der Bundesregierung

„Zukunft Zivilgesellschaft: Junges Engagement im digitalen Zeitalter" lautet der Titel des dritten Engagementberichts der Bundesregierung. Er behandelt die Frage, wie sich gesellschaftliche Teilhabe und freiwilliges Engagement durch die Digitalisierung verändern und welche Folgerungen sich daraus für die Engagementpolitik ergeben.

▶ www.bmfsfj.de

Initiative Transparente Zivilgesellschaft öffnet sich

Der Initiative Transparente Zivilgesellschaft (ITZ) können sich ab sofort auch zivilgesellschaftliche Organisationen anschließen, die nicht vom Finanzamt als gemeinnützig anerkannt sind. Der aus elf Organisationen bestehende Trägerkreis der ITZ reagiert mit dieser Öffnung auf die schleppenden Reformbemühungen der Bundesregierung in puncto Gemeinnützigkeitsrecht.

▶ www.transparency.de

Corona-Hilfe: vereinfachter Zuwendungsnachweis

Für Spendensonderkonten zur Hilfe von Corona-Betroffenen reicht der vereinfachte Zuwendungsnachweis – und zwar ohne betragsmäßige Begrenzung. Diese Sonderregelung gilt zumindest für Spenden, die ab dem 1. März 2020 bis zum 31. Dezember 2020 geleistet wurden beziehungsweise werden.

▶ www.bvl-verband.de

Hilfswerk Niederösterreich: Sachspende von Ikea

Im Rahmen der Initiative „Gemeinsam schaffen wir das" hat das Einrichtungshaus Ikea Austria dem Hilfswerk Niederösterreich zahlreiche Plüschtiere, Spiel-, Mal- und Bastelmaterialien sowie diverses Zubehör für Kinderbetreuung gespendet. Die Sachspenden kommen im Rahmen der Hilfswerk-Kinderbetreuung an Standorten in ganz Niederösterreich zum Einsatz.

▶ www.noe.hilfswerk.at

Glückskette Schweiz hilft 100 Organisationen

Die Glückskette hat im Rahmen der Spendensammlung „Coronavirus" seit Ende März knapp 40 Millionen Franken für die Hilfe in der Schweiz gesammelt und bisher 23,3 Millionen Franken für Hilfsprojekte eingesetzt. Mit den Mitteln werden Bereiche wie Soforthilfe, Nothilfe, Nahrungsmittelhilfe und Finanzhilfe abgedeckt.

▶ www.gluecksketten.ch

#missingtype – Unter diesem Hashtag hat das Deutsche Rote Kreuz auf den aktuellen Mangel an dringend benötigten Blutspenden hingewiesen. Das Mittel ist so simpel wie auffällig: Die fehlenden Buchstaben stehen für die Blutgruppen A, B und Null. Ohne sie gibt es mehr als nur eine Fehlstelle im System. So eklatant dieser Mangel ist, so einfach lässt er sich mit einer Blutspende beheben. Für die Kampagne positionierte sich Fußballprofi Leon Goretzka gern auch mal neben dem Platz.

▶ www.drk-blutspende.de/kampagne/missingtype2020

Advertorial

Endlich aktuelle Adressen – mit diesen 5 Lösungen

Ihr Bedürfnis: Sie möchten, dass Ihr Mailing möglichst alle Schweizer Spenderinnen und Spender erreicht und keine unnötigen Retouren entstehen.
Die Lösung: Lassen Sie sich vom Onlinedienst «Adresspflege Online» der Schweizerischen Post kostenlos anzeigen, wie viele Adressen veraltet oder der Schweizerischen Post unbekannt sind, und beziehen Sie bei Bedarf kostenpflichtig aktuelle und korrekte Adressen.

Ihr Bedürfnis: Für den Dankesbrief an einen Grossspender benötigen Sie dessen aktuelle Adresse.
Die Lösung: Geben Sie bei «Adresspflege Online» die bisherige Adresse ein. Sofort sehen Sie, ob sie noch stimmt oder ob eine Umzugsinformation vorliegt.

Ihr Bedürfnis: Sie wollen die Adresspflege automatisieren.
Die Lösung: Nutzen Sie das Angebot «Adresspflege über Webservice». Dabei werden die Daten in Ihrem CRM über eine Schnittstelle mit der Datenbank der Post abgeglichen, und Sie haben jederzeit einen aktuellen Kundenstamm.

Ihr Bedürfnis: Um aktuelle Spenderadressen möchten Sie sich nicht mehr selbst kümmern.
Die Lösung: Übermitteln Sie Ihre Adressen den Experten der Post, die sie genau nach Ihrem Bedarf aktualisieren.

Ihr Bedürfnis: Das Handling von Massenversänden und die Adresspflege sollen Hand in Hand gehen.
Die Lösung: Das erreichen Sie mit «Adresspflege über DataTransfer». Dieses Angebot vereinfacht die Postaufgabe und garantiert Ihnen gleichzeitig aktuelle Adressen.

Entdecken Sie die Vorteile dieser Lösungen:
▶ www. post.ch/kunden-erreichen

Schöner scheitern … mit Spender-Daten

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

Daten sind der Schatz jeder Organisation, sofern sie gut gepflegt, aktuell und gut verwahrt sind. Adressen von Spenderinnen und Spendern zählen natürlich dazu. Eine Organisation mittlerer Größe beschloss, ihre Daten endlich in ein modernes Customer-Relationship-Management (CRM) zu überführen und wandte sich dazu an einen entsprechenden Anbieter. Aufgabe war nicht nur, ein neues System zu installieren, sondern auch die 15 000 Kontakte der Organisation in die neue Datenbank zu migrieren. Alles sollte auch sehr schnell gehen.

Doch dann stockte der Prozess. Die Monate verstrichen und irgendwann meldete sich die Organisation wieder bei der Firma, um mitzuteilen, dass sie das neue CRM nun mit einer Datenmigration von nur noch 3000 Kontakten erwerben würde. Dem Kundenberater kam das spanisch vor. Wo waren die restlichen 12 000 Adressen geblieben?

Auf seine Nachfrage hin rückte die Organisation mit der Wahrheit heraus: Diese Daten waren von einer Person, die ehrenamtlich für die Organisation tätig war, versehentlich gelöscht worden. Die Adressen der Spenderinnen und Spender waren bisher allesamt in Excel-Dateien und nur auf einem einzigen Computer ohne Backup gespeichert gewesen. Rettungsversuche scheiterten.

Nun war guter Rat teuer. Die Organisation plagten sogar extreme Existenzängste und sie wagte die Flucht nach vorn. Über ihre Website und den Newsletter-Verteiler startete sie eine Kampagne mit der Bitte, erneut über das online zu spenden. Dafür gestaltete sie extra ein eigenes Spendenformular mit einem bestimmten Projekt. Der Fehler wurde offen kommuniziert. Jeder Unterstützer wusste also, dass es bei dieser Aktion auch um die verloren gegangenen Spenderdaten ging. Diese Transparenz überzeugte offensichtlich: Die Organisation konnte nach neun Monaten etwa 85 Prozent ihres Spenderinnen- und Spender-Bestandes rekonstruieren und ist heute größer und digitaler als je zuvor.

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

ALTRUJA
Echtes Fundraising, Echte Freundschaft!

258 % mehr Online-Spenden

4 KOSTENFREIE Online-Workshops

Warum Sie in der Krise unbedingt eine erfolgreiche Digital-Strategie brauchen.

Wie Ihre Organisation jetzt neue Spender gewinnt, Ihre Dauerspender bindet und mehr Zeit für Ihre Projekte übrig bleiben.

Erfolgshebel #1

Keine Ressourcen –
oder wie wir Ihnen zu mehr Zeit verhelfen.

Erfolgshebel #2

Kein Budget –
oder wie wir Ihnen zu mehr Spenden verhelfen.

Erfolgshebel #3

Keine Expertise –
oder wie wir Ihnen unser Wissen schenken.

Jetzt kostenfrei anmelden auf: www.altruja.de/workshop

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

Alte Spender – was wollen sie wirklich?

Persönliche Gedanken einer 80-jährigen Ex-Fundraiserin

Früher habe ich selbst Direkt-Mail-Fundraising gemacht, für große und kleine Organisationen. Es hat mich fasziniert, wie Spender für verschiedene Anliegen und Probleme ticken.

Heute bleibt mir das Spenden – und mein „Spender-Parlament", mit welchem ich immer noch über Mailings lästere (und wir kriegen viele). Das sind alles Frauen im Alter von 75+, nicht vermögend, aber mit genug zum Leben und dem Wunsch, zu teilen. Wir treffen uns also alle zwei Monate und bringen mit, was wir an Spendenmailings erhalten haben – für Zahlungen im Internet sind wir zu doof, sprich technisch unterbelichtet.

Daher ergibt sich schon die erste, fundamentalste Kritik: Wir wollen keine Zahlungen im Internet! Wir haben noch Freude am direkten Transfer von unserem Cash, und alle Versuche, uns dieser Freude zu berauben, werden als störend empfunden und sind der erste Spendenhemmer.

Wir wollen kein Upgrading! Wir alle beginnen mit verhältnismäßig geringen Beträgen, so zum Testen, dann erfolgt sofort der Versuch, uns zu höheren Beträgen zu animieren.

Wir wollen keinen Dauerauftrag! Das beraubt uns unserer Freude und einer unserer letzten Aufgaben, jeden Monat Zahlungen zu machen. Wir haben ja Zeit, und es ist eines der wenigen Dinge, die unsere grauen Zellen noch in Bewegung setzen. Wir wollen es gar nicht einfacher haben, sondern etwas zu tun.

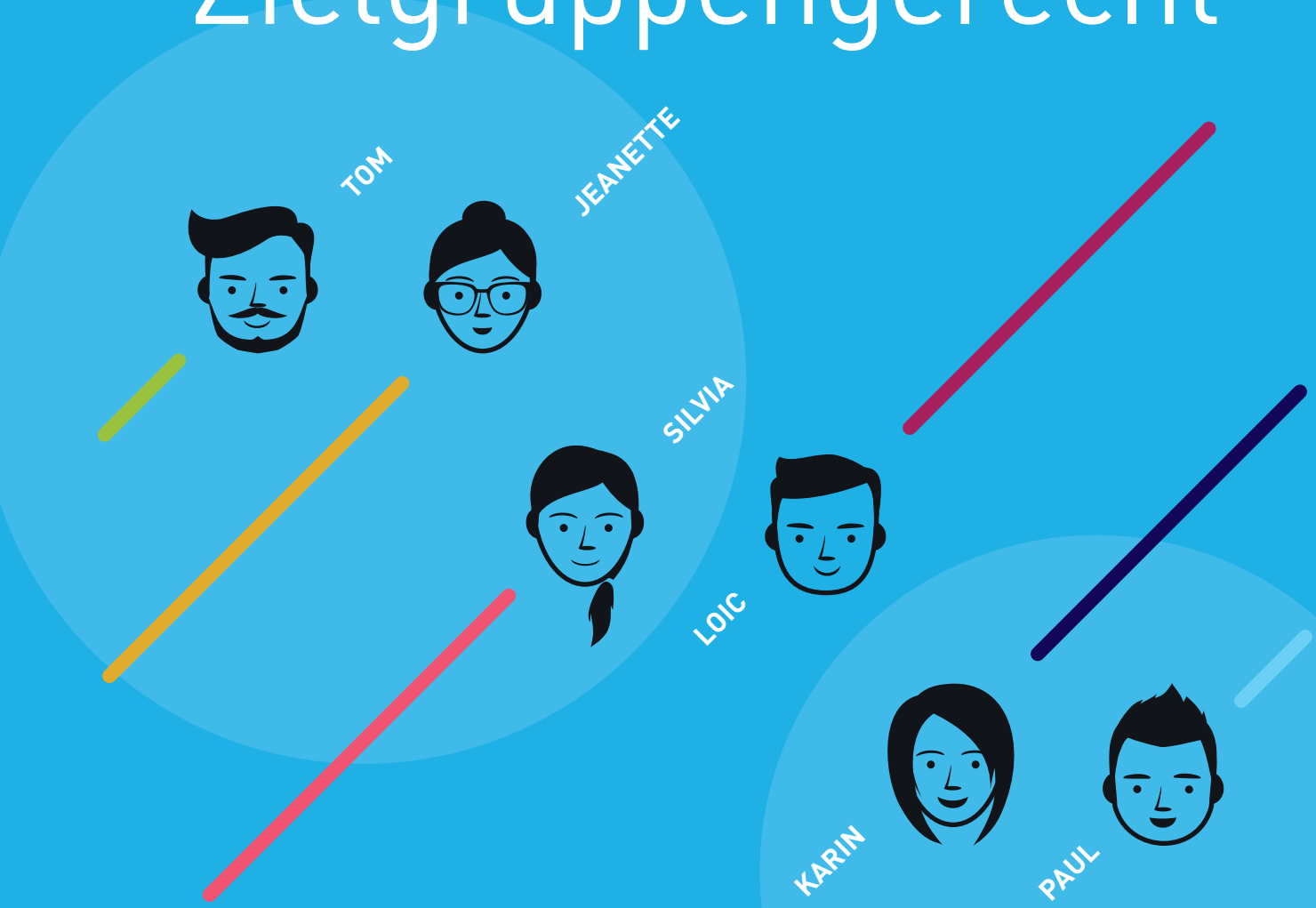
Dauernd sehr penetrante Versuche, uns für ein Legat zu begeistern. Da sollten Sie ihre Hausaufgaben machen: Wer keine direkten Nachkommen hat, mag eher bereit sein, große Legate zu hinterlassen – aber für die breite Mehrheit gilt: Erst die Familie, dann die Wohltätigkeit.

Anrufe – absoluter Horror! Sie werden von uns allen als Störung empfunden – auch als Dankesanrufe getarnte Versuche, uns upzugraden.

Beilagen – hier gibt es ganz deutlich zwei Gruppen: Die Puristinnen unter uns, die sie als Geldverschwendung und Nötigung empfinden, und die Pragmatikerinnen, die das eigentlich auch denken, dann aber die Namensetiketten, Weihnachts- und Geburtstagskarten und so weiter doch ganz nützlich finden, mit Betonung auf nützlich.

Barbara Crole war erste Vizepräsidentin von Swissfundraising. Darüber hinaus kennt man sie als Dozentin für Fundraising mit langjähriger Erfahrung in der Beratung gemeinnütziger Organisationen, als gefragte Referentin auf nationalen und internationalen Tagungen und als Fachbuch-Autorin.

Zielgruppengerecht



... durch Marketing Automation.

Damit Sie individuell und zielgruppengerecht kommunizieren können,
haben wir weitreichende Automations-Prozesse entwickelt.
Nutzen Sie die Best-Practices von OM zur Optimierung Ihrer Ressourcen
im Donor Relationship Management.

creati</> SOFTWARE

WIR MACHEN KOMPLEXES EINFACH

„Wir haben einen moralischen Kompass,

Von RICO STEHFEST

Als ich mich Mitte Juni mit Nora Szech zu einem Telefoninterview verabrede, habe ich mich natürlich im Vorfeld gründlich vorbereitet. Viele Aspekte ihrer Forschungsarbeit möchte ich mit ihr diskutieren. Besonders interessiert mich ihre Sichtweise auf die aktuelle gesellschaftliche Situation. Trotzdem bin ich offen, weiß nicht ganz genau, in welche Richtung sich unser Gespräch entwickeln wird. Schlussendlich ist es auch so gekommen: Wir kommen schnell ins Plaudern, streifen immer wieder allgemeine Erkenntnisse ihrer Arbeiten und versuchen, diese zeitgemäß einzuordnen. Immer mehr Aspekte scheinen hinzuzukommen.

Als ich sie danach frage, ob die Kernpunkte, die in ihrem akademischen Alltag immer wieder relevant sind – Moral, Solidarität und Empathie – in der letzten Zeit nicht arg strapaziert worden seien in unserer Gesellschaft, lacht sie zunächst. „Ja, es ist bestimmt so, dass in der letzten Zeit den Leuten viel abverlangt worden ist." Wir denken beide an den Lockdown, die Kontaktbeschränkungen, die generellen Einschränkungen des täglichen Lebens. „Aber ich finde es großartig, wie es an vielen Stellen in Deutschland klappt. Wenn man gegenseitig Rücksicht nimmt und einen Mundschutz trägt, funktioniert das. Viele Menschen haben da sofort mitgemacht." Nora Szech ist ganz klar eine Optimistin. Sie ist Jahrgang 1980; sie lebt im Hier und Jetzt. Ihr Zugriff auf die Welt ist ein aufgeklärter. „Moralisch aufgeladen war die Debatte in Deutschland schon ganz früh. Es ging an erster Stelle darum, Leben zu retten. Da ging es nicht um Kostenargumente. Dann

nach dem wir handeln wollen“

Nora Szech ist Inhaberin des Lehrstuhls für Politische Ökonomie am Karlsruher Institut für Technologie. Sie forscht zu dem Thema Markt und Moral. Vor einigen Jahren hat sie mit einem Experiment für Furore gesorgt, in dem Teilnehmende entschieden, ob sie lieber zehn Euro Profit machten oder einer Maus das Leben retteten. Die Mäuse kamen aus einem Tierlabor und wären ohne das Experiment alle gestorben. Individuell entschied sich die Mehrheit der Teilnehmenden gegen das Geld und für die Maus. Im Markt, als Käufer oder Verkäufer, achteten aber die meisten eher auf den Profit und stimmten dem Tod der Maus zu. Mit unserem Redakteur Rico Stehfest unterhielt sich Nora Szech über Solidarität, Empathie, Verantwortung und den individuellen moralischen Kompass. Das Thema Corona und deren Auswirkungen auf unsere Gesellschaft konnten dabei nicht außen vor bleiben.

kamen Fragen wie die nach dem Datenschutz, ob man Menschen nachverfolgen sollte. Im Internet hat damit erstaunlicherweise niemand Probleme, obwohl allen bekannt und bewusst ist, wie Konzerne wie beispielsweise Facebook mit den Daten der Nutzer umgehen. Dort, im Internet, ist das vielen erstaunlich egal. Aber für das Retten von Menschenleben gab es dann sehr viele Diskussionen, ob ein kontrollierter Zugriff auf persönliche Daten okay ist. Der Kreis ‚Leben, Geld, Datenschutz‘ schließt sich also nicht.“ Sie räumt ein, dass sie manche Bedenken gegen Tracking-Apps versteht. Aber jetzt, nach vielen Lockerungen im Alltag, sieht sie die aktuellen Methoden der Nachverfolgung, wie sie meint, „wie im Mittelalter“, wenn beim Friseur oder im Restaurant die Listen der Kunden offenliegen, in denen sich jeder mit Name und Telefonnummer eintragen muss.

Wir kommen zurück zur Empathie. Sie ist der Meinung, man könne Empathie offensichtlich lernen. Also frage ich sie, ob man Empathie auch verlernen könne. Ich denke dabei an ungeduldige, teils ausfällig werdende Demonstranten auf der Straße, die sich gegen die Corona-Maßnahmen zur Wehr setzen wollen. Sie erzählt davon, dass es einige sehr aufschlussreiche Studien gibt, die das Phänomen der Solidarität über einen langfristigen Zeitraum beleuchtet haben. „Dort lässt sich am Anfang eine sehr stabile Phase guter Kooperation beobachten. Dann kommt ein Punkt, an dem Einzelne einfach nicht mehr mitmachen wollen. Vielleicht befinden wir uns gerade in einer solchen Phase. Danach finden die Gruppen aber wieder in die Solidarität zurück.“

„Wichtig ist, dass die soziale Ordnung stabil bleibt“

Wir streifen das Stichwort Verschwörungstheorien. „Es gibt immer Gründe, warum Einzelne ausscheren“, so die Ökonomin. „Ich denke aber, dass die Studien da viel Hoffnung machen. Wichtig ist allerdings, dass die soziale Ordnung stabil bleibt.“ Es überrascht nicht, dass sie die USA und die dortige momentane Situation anspricht. Der Afroamerikaner George Floyd wurde einen Tag zuvor beerdigt. Die USA scheinen Kopf zu stehen. „Dort kommen gerade viele Faktoren zusammen. Und irgendwann reicht’s eben.“ Trotzdem zeigt sie sich nicht verwundert über die Ereignisse. „Es musste zum Knall kommen. Jetzt macht sich vieles gleichzeitig bemerkbar. Die Regierung Trumps hat viele seit Langem bekannte Probleme weiter verstärkt. Jetzt kulminiert es scheinbar.“

Was sagt das über den Zusammenhalt einer Gesellschaft aus? Nora Szech betont, es sei für das persönliche Wohlbefinden sehr wichtig, sich auch für andere einzusetzen. „Das steckt tief im Menschen. Wir wollen helfen. Das geht aber nur, wenn wir uns abgesichert und geborgen fühlen. Deshalb müssen wir darauf achten, dass unsere Gesellschaft nicht zu instabil wird.“ Pandemien träfen die ärmeren Leute immer am stärksten. In Deutschland lebt jedes fünfte Kind in Armut. „Den Familien an dieser Stelle mit etwas Geld zu helfen, wird nicht genügen. Da muss mehr passieren!“ Sie erzählt davon, wie sie mit vielen Familien gesprochen hat. Und sie sieht Unterschiede. „In manchen klappt es noch irgendwie, in anderen gar nicht. Wenn beide Eltern arbeiten, ist es besonders schwierig. Und auch auf das Alter der Kinder kommt es an. Es ist nötig, auf die einzelnen Bedürfnisse einzugehen.“ Zwei Stunden Unterricht in der Grundschule alle zwei Wochen helfen wenig als Betreuungsangebot, so ihre Worte. Gerade deshalb bedürfte es mehr Unterstützung seitens des Staates.

Wir wechseln erneut das Thema. Mich interessiert der Zusammenhang zwischen Markt und Moral. Ihre eigenen Studien haben bestätigt, was andere Wissenschaftler in der Vergangenheit bereits angedeutet hatten: Es gibt offenbar eine große Diskrepanz zwischen Wunsch und Wirklichkeit, typischerweise zehn zu eins, was nachhaltigen Konsum betrifft. Will heißen: Viele sind mit ihrem eigenen Einkaufsverhalten unzufrieden. In den Einkaufstüten landet noch immer sehr oft Ware, die die Konsumenten selbst nicht gut finden, zum Beispiel Fleisch aus Massentierhaltung oder die x-te Jeans, die eigentlich gar keiner … ▶

... kaufen wollte. „Etliche Studien haben seitdem belegt, dass etwas Gutes fürs Gewissen dann und wann als Rechtfertigung für Rücksichtslosigkeit an anderer Stelle genügt."

Nora Szech belegt das mit dem Begriff des Ablasseffekts und sieht im Menschen sowohl eine gute als auch eine schlechte Seite: „Den meisten Menschen ist es wichtig, immer mal wieder etwas Gutes zu tun. Die Menschen wollen gut sein. Es zeigt sich aber eben auch, dass gute Taten kurzfristig als billige Entschuldigungen herhalten. Da kauft man bewusst im Bio-Supermarkt ein und steigt danach in den SUV, um nach Hause zu fahren." Die eine „gute" Handlung reicht als Rechtfertigung für „weniger gute". Trägt ein Produkt ein Bio-Siegel, genügt das Nora Szech zufolge den meisten Verbrauchern, wenn sie im Laden stehen. „Dabei werden aber gleichzeitig beispielsweise die Produktionsbedingungen ausgeblendet. Das nutzen Produzenten aus. Fast Fashion wirbt zum Beispiel mit Bio-Baumwolle. Aber die Bedingungen der Näherinnen und Näher bleiben oft katastrophal."

„Es ist wichtig, dass wir als Verbraucher kritisch bleiben"

Auf die Dauer steigt bei den Konsumenten aber die Unzufriedenheit. In der Folge schlägt Nora Szech ein Transparenz förderndes, allgemeingültiges Siegel vor, das auf der Basis konkreter Produktionsstandards verliehen wird, idealerweise auf EU-Ebene. Wir diskutieren die Frage, wie weit der Verbraucher in die Verantwortung genommen werden kann, wie weit der Produzent in die Verantwortung genommen werden muss. Wir finden keine Lösung. „Es ist wichtig, dass wir als Verbraucher kritisch bleiben." Ich hake nach, frage, ob die Masse denn tatsächlich kritisch sei, wie viel Bequemlichkeit da mit hinein spielt.

„Wir überlegen uns Regeln, damit unsere Märkte in sozialen Bahnen laufen"

Ich verweise auf den Sozialpsychologen Florian Kutzner, der erst kürzlich in der Süddeutschen Zeitung angemerkt hatte: „Wenn ich mein Verhalten ändere, muss mir das möglichst viel bringen." Nora Szech bleibt optimistisch: „Wir haben im Alltag alle unsere Gewohnheiten. In 90 Prozent der Fälle greift man im Supermarkt immer zu den gleichen Produkten. Da muss man bewussten, verantwortungsvollen Konsum schon attraktiv gestalten. Deswegen ist es hilfreich, wenn die Fair-Trade-Schokolade direkt neben den anderen Schokoladen steht. Bei Kleidung müssen wir auch dahin kommen. Wir Menschen sind darauf konditioniert, darauf zu achten, dass es uns gut geht. Aber wir haben auch einen moralischen Kompass, nach dem wir handeln wollen.

Es wird kein in Stein gemeißeltes Gesetz geben, dass verantwortungsvollen Konsum steuern wird. Wir müssen uns darauf einigen. Wir sind eine Demokratie. Wir überlegen uns Regeln, damit unsere Märkte in sozialen Bahnen laufen. Deshalb haben wir in Deutschland eine soziale Marktwirtschaft." Trotzdem ist sie kritisch: „Die einzelnen Lobbygruppen reden da schon ganz schön viel mit. Wir müssen aufpassen, dass wir uns da nicht einzelnen Interessengruppen unterwerfen."

Das bringt uns auf den Aspekt des Fällens von Entscheidungen. Nora Szechs Forschungen haben gezeigt: In Entscheidungsgremien folgen viele Menschen deutlich geringeren moralischen Standards als, wenn sie allein für eine Entscheidung verantwortlich sind. Geteilte Verantwortung wird so zu geteilter Schuld. Der VW-Dieselskandal dient ihr dafür als deutliches Beispiel, wo die Schuld ständig von A nach B geschoben wurde. Schaut man aber weiter ins Detail, fällt ein Aspekt ins Auge: „Studien legen nahe, dass Diversität in Entscheidungsgremien hilfreich sein kann. Frauen werden zum Beispiel oft zu moralischerem Verhalten erzogen als Männer." Ganz offenbar herrscht in von diverseren Managergremien geleiteten Unternehmen auch eine angenehmere Arbeitsatmosphäre; Mitarbeiter fühlten sich mehr wertgeschätzt. „Generell sollte man darauf achten, dass Verantwortung am besten in den Händen von wenigen liegt, die dann auch wissen, dass sie im Fall der Fälle tatsächlich zur Verantwortung gezogen werden. Und dass die Entscheidungsträger verschiedene Perspektiven einbringen können. Diversität hilft."

„Wenn der Einzelne meint, die eigene Stimme wäre nicht so wichtig, dann fallen am Ende andere Entscheidungen"

Das hat die Bedeutung der Entscheidung eines Einzelnen innerhalb einer Gruppe zum Kern. Werden Entscheidungen im größeren Kreis getroffen, verändert sich die Entscheidung des Einzelnen. Auch das haben ihre Studien belegt: „Wenn der Einzelne meint, die eigene Stimme wäre nicht so wichtig, dann fallen am Ende andere Entscheidungen. Dann gehen die Leute zum Beispiel auch nicht wählen, als wäre es egal, was man macht."

Zum Schluss erzählt mir Nora Szech noch, womit sie sich aktuell befasst. Gemeinsam mit Wissenschaftlern aus der ganzen Welt setzt sie sich für mehr Zugang zu Tests auf Corona ein. Erste Ergebnisse ihrer Studien zeigen, dass die Bereitschaft, einen Corona-Test durchführen zu lassen, rapide sinkt, sobald er nicht kostenfrei wäre. „In Deutschland ist ein Antikörper-Test für 68 Euro erhältlich. Gerade viele Menschen aus Risikogruppen, Alte und Kranke, können sich das nicht leisten. Da bräuchten wir eine sozialere Lösung." ◘

Test the World

In der Initiative „Test the World" haben sich weltweit Wissenschaftler und Unternehmer zusammengeschlossen, um ein Frühwarnsystem für Corona zu entwickeln. Sie sehen eine Chance in umfangreichen Tests (repräsentativ, zufällig) von erkrankten, gesunden und immunen Menschen sowie „Superverbreitern" und Menschen in Hotspots.

▶ https://testtheworld.org/supporters

IN 10 TAGEN IHR EIGENES FUNDRAISING CRM-SYSTEM

Engage 365 Fundraising - unsere Lösung basierend auf MS Dynamics 365 mit voller Integration in die MS Office 365 Welt. Dazu die Anbindung an Marketing Automation und Power BI als Analysetool. Alles zusammen zum günstigen Non-Profit Preis.

Starten Sie mit uns den digitalen Wandel Ihrer Organisation!

www.ifunds-germany.de **049 221 669952-0** **kontakt@ifunds-germany.de**

ifunds

Mensch und Maschine

im Fundraising

Digitale Propheten: Machine Learning

Wie Daten helfen, das Verhalten der Spenderinnen und Spender vorauszusagen

Was treibt gemeinnützige Organisationen an? Neben der Motivation, neue Wege zu finden, unsere Welt in einen besseren Ort zu verwandeln, müssen sie auch dafür sorgen, dass sie ihre Aktivitäten finanzieren können. Sie sind ständig auf der Suche nach neuen Spendern und müssen gleichzeitig dafür sorgen, dass bereits existierende ebenfalls angemessen betreut werden. Viele Organisationen übersehen dabei ein wichtiges Gut, das sich bereits in ihrem Besitz befindet: Daten.

Von EVA HIENINGER und DANIEL BARCO

Vorhandene Spenderdaten können im Zusammenhang mit Machine Learning dazu beitragen, dass Organisationen ihre existierenden Spender besser betreuen können. Dies ist dank datengetriebener Prognose möglich, denn sie erleichtert den Organisationen ihre Zukunftsplanung.

Johanna, die perfekte Spenderin

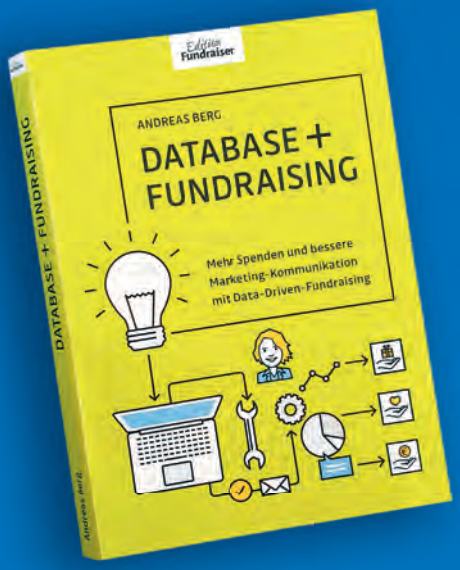
Johanna ist jung, smart und interessiert an der Welt. Eine Sache bereitet ihr Sorgen: Umweltverschmutzung, besonders die Verschmutzung der weltweiten Wasservorräte. Sie entscheidet, dass sie dagegen angehen will. Während ihrer Recherchen findet sie eine Organisation, die sich mit der Bekämpfung der Verschmutzung der Ozeane befasst. Beeindruckt vom Profil und der Online-Präsenz der Organisation, meldet sie sich für den Newsletter an. Über Wochen hinweg erhält sie via E-Mail mehr Einsicht in die Arbeit der Organisation. Auch die Organisation lernt Johanna besser kennen. Aus diesem Grund erhält Johanna E-Mails, die besser an ihre individuellen Interessen angepasst sind. Da die Kommunikation der Organisation sie überzeugt, entscheidet sie sich, die Organisation finanziell zu unterstützen. Da Dauerspender ein planbares und zuverlässiges Einkommen garantieren, fordert die Organisation sie nach der dritten Einzelspende auf, auch regelmäßig zu spenden. Johanna wird Dauerspenderin.

Bis hierher hört sich der ganze Prozess einfach an. Die Kommunikationsstrategie der Organisation hat es ermöglicht, eine neue Dauerspenderin zu akquirieren. Doch was geschieht, sobald Johanna einem … ▶

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.

... langfristigen Engagement zustimmt? Wie kann sie davon überzeugt werden, ihr Engagement aufrechtzuerhalten, und noch wichtiger, wie erkennt man, dass sie sich in Zukunft vielleicht nicht mehr engagieren möchte?

Engagement errechnen

Auf diese Fragen bietet Machine Learning Antworten. Durch die Sammlung und Kategorisierung von Spenderdaten ist es möglich, das Verhalten von Spendern vorauszusagen. Machine Learning kann für Organisationen errechnen, mit welcher Wahrscheinlichkeit sich ein Spender entscheidet, weiterhin zu spenden oder seine Unterstützung zu beenden. Anders gesagt: Machine Learning kann die mögliche Abwanderungsrate von Spendern voraussagen.

Random-Forest-Modell

Eines der am weitesten verbreiteten Modelle für Machine Learning ist das sogenannte Random-Forest-Modell, das auf Entscheidungsbäumen basiert.

Stellen wir uns vor, Johanna stünde vor einem besonderen, prophetischen Baum. Dieser kann vorhersagen, ob Johanna der Organisation als Spenderin erhalten bleiben wird oder nicht. Um seine Prophezeiung machen zu können, graben sich seine Wurzeln tief in Johannas Datensammlung und nähren sich davon. Sobald die Nahrung aufgenommen ist, wandert sie durch den ganzen Baum und seine einzelnen Äste, wobei diese einzelne Informationsblöcke aus dem Datensatz analysieren. So untersucht zum Beispiel ein Ast, wie oft Johanna in den letzten drei Monaten die gesendeten E-Mails der Organisation geöffnet hat. Ein anderer Ast checkt, ob ihre Kreditkarte in den kommenden sechs Monaten ablaufen wird. Je mehr Daten der Baum als Nahrung erhält, desto präziser ist die Analyse. Schließlich sprießen auch Blätter aus den Ästen des Baums. Da der Baum prophetische Kräfte besitzt, wachsen an diesem Baum (zu jeder Jahreszeit) verschiedenfarbige Blätter. Ein grünes Blatt symbolisiert eine positive Antwort, in unserem Fall, dass Johanna als Spenderin der Organisation erhalten bleibt. Ein rotes Blatt hingegen steht für eine negative Antwort, also dafür, dass Johanna aufhören wird, die Organisation finanziell zu unterstützen. Als Antwort auf unsere Spender-Abwanderungsfrage lässt der prophetische Baum ein einzelnes Blatt fallen, grün oder rot.

Blättersammlung

Nun sind prophetische Bäume in der Welt der Daten keine Ausnahme. Eine Vielzahl von ihnen kann zu jedem Zeitpunkt aus dem Boden sprießen, um einen Wald zu bilden. Ein Phänomen, das wir „random forest" nennen. Tatsächlich können sich mehrere Bäume von der Menge an Johannas Daten ernähren und demnach auch gleichzeitig die verschiedensten Informationsblöcke zu ihrer Person analysieren. Um eine möglichst exakte Prophezeiung zu Johannas zukünftigem Verhalten zu bekommen, müssen alle einzelnen abgefallenen Blätter der Bäume im Wald eingesammelt werden. Sobald alle Blätter von allen Bäumen gesammelt wurden, können diese zu einer endgültigen prophetischen Entscheidung aggregiert werden. Diese ist besonders exakt, da sie eine Vielzahl von möglichen Alternativen gegeneinander aufwiegt.

Automatisierung der Kommunikation

Dieses Konzept der prophetischen Bäume kann in eine prozentuale Darstellung umgeschrieben werden. Tatsächlich definiert Machine Learning anhand der gesammelten Daten über Johanna, welche und wie viele Bäume nötig sind, um Johannas spezifischen „random forest" abzubilden. Die gesammelten Blätter transformiert Machine Learning dann in eine finale Wahrscheinlichkeitsrechnung. Wichtig ist, dass Machine Learning Daten kontinuierlich und in Echtzeit sammelt, analysiert und evaluiert.

Das Ergebnis des Machine Learnings kann eingesetzt werden, um die Spender-Kommunikation so zu verändern, dass jeder Spender die richtige Botschaft zum richtigen Zeitpunkt und über den am ehesten erfolgversprechenden Kanal erhält. Die besten Ergebnisse erzielt man, wenn Machine Learning mit Marketing-Automation kombiniert wird. So lassen sich die Ergebnisse des Machine-Learning-Prozesses in ein Marketing Automation Tool einspeisen, das automatisiert die Kommunikation triggert, die den Spender vor dem Absprung bewahrt.

Zurück zu Johanna: Es wurden alle Blätter aufgesammelt, die Auskunft darüber geben, ob sie der Organisation als Spenderin erhalten bleiben wird. Es stellt sich heraus, dass der Haufen an roten Blättern größer ist als der Haufen an grünen. Das Risiko für ihren Absprung ist also relativ hoch. In diesem Fall würde Machine Learning diese Wahrscheinlichkeit an das Marketing-Automation-Tool weitergeben, das daraufhin eine automatisierte E-Mail mit einer Danksagung zum Engagement verschickt.

Lernfähigkeit des Systems

Dieses Konzept der automatisierten Kommunikation, basierend auf Wahrscheinlichkeitsrechnung, kann vielfältig eingesetzt werden. Anders als bei Menschen erreicht Machine Learning nie das Niveau, bei dem es vor lauter Bäumen den Wald nicht mehr sieht. Im Gegenteil, einmal eingesetzt, wächst es mit seinen Aufgaben. So kann man neben dem Spendenverhalten auch errechnen, wie hoch die wahrscheinlichen Spendeneinnahmen sein werden oder wer ein hohes Potenzial bietet, Großspender zu werden. Die Anwendungsmöglichkeiten sind nahezu unendlich. ◘

Eva Hieninger ist Partnerin und Managing Director der getunik GmbH und berät NGOs, Non-Profit-Organisationen, Verbände, Parteien und Stiftungen zu den Themen Online-Marketing, Fundraising und Campaigning.
▶ www.getunik.com

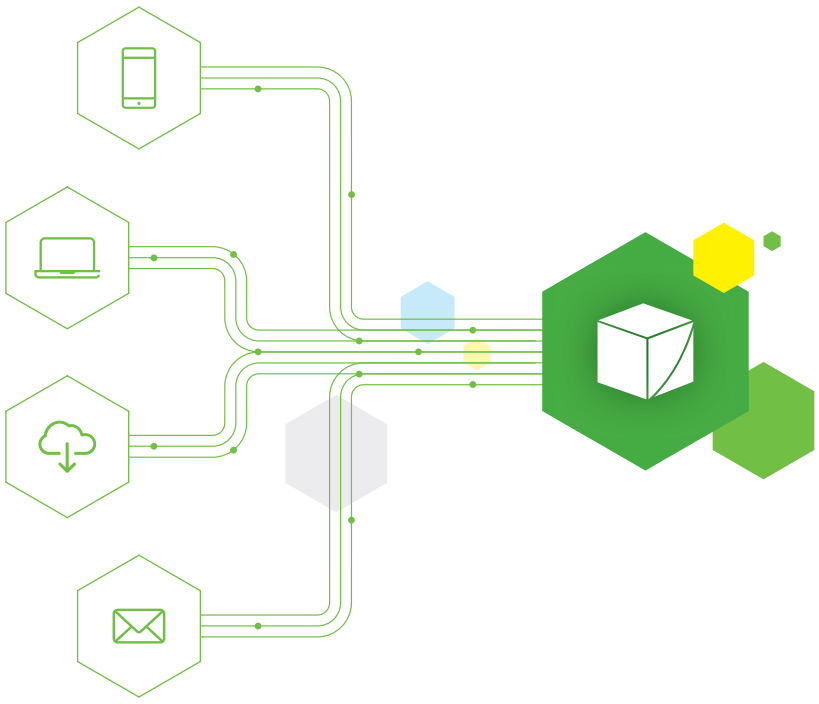
Daniel Barco arbeitet daran, die Effizienz von Spenden und Geldbeschaffung zu verbessern. In den letzten Jahren konnte er bei getunik verschiedenen NGOs dabei helfen, ihr Fundraising durch Data Science zu verbessern. Sein Wissen zu diesem Thema erwarb er durch seinen MSc in Applied Information and Data Science.
▶ www.getunik.com

DIGITAL FUNDRAISING TECHNOLOGIE FÜR NON-PROFITS

Moderne Zahlungsabwicklung in all Ihren Spenden-Kanälen. Online wie offline.

Jetzt kostenlos beraten lassen. Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!

0821-90786252



FUNDRAISINGBOX
Powered by Wikando GmbH

We ♥ Fundraising!

Die Empathie-Maschine

Storytelling mit Virtual Reality: der Moment des Eintauchens

Potenzielle Spender mittels digitaler Technik zu erreichen war noch nie so einfach wie heute. Virtual Reality stellt dabei eine ganz besondere Möglichkeit dar. Trotzdem wird die Technik bis heute im deutschsprachigen Raum nur von wenigen NGOs genutzt. Ein Hindernis haben bislang mit Sicherheit der hohe Aufwand und die immensen Kosten dargestellt, die kleinere Organisationen nicht stemmen können. Das ändert sich aber zusehends.

Von RICO STEHFEST

Wenn es darum geht, Spender für die Projekt-Arbeit einer Organisation zu begeistern, kommt es vor allem darauf an, Inhalte so direkt und unvermittelt zu transportieren, damit jeder so gut wie nur irgend möglich erreicht werden kann. Aktuell ist wohl keine andere Technik denkbar, die das so beeindruckend schafft wie Virtual Reality. Anders als bei Augmented Reality, bei der es zu einer Überblendung der Realität mit digitalen Inhalten kommt und damit eine zusätzliche „Realitäts-Ebene" geschaffen wird, lebt Virtual Reality von einer gänzlich eigenen und nicht zu übertreffenden Unmittelbarkeit. Zwar ist es nach wie vor so, dass zur Wahrnehmung der Informationen, die in der Regel aus Filmen bestehen, ein „Ziegelstein" vor die Augen des Betrachters geschnallt werden muss, allerdings lässt sich das schon seit Längerem mit weniger Aufwand realisieren, indem als Datenträger ein Smartphone eingesetzt werden kann. Das erhöht die technische Flexibilität.

Diese Firmen bieten Unterstützung bei der Virtual-Reality-Umsetzung

www.dmodern.de
www.a4vr.com
www.intovr.de (mit Seminarangeboten)
www.bandara.ch
www.bitforge.ch
www.jungeroemer.net
www.vrei.at

Den Moment selbst erleben

Ein solches Projekt hatten beispielsweise Andreas Türk von „Brot für die Welt" gemeinsam mit Susanne Höb von der Firma intovr im Rahmen des letzten Fundraising-Kongresses in Kassel vorgestellt. Deren 360°-Video, und um solche Filme handelt es sich in der Regel, zeigt das Leben eines äthiopischen Hirtenvolkes. Ein entscheidender Entwicklungsfortschritt zeigt sich bei diesem Beispiel darin, dass hier nicht nur eine Kamera aufgestellt worden ist, sondern dem Ganzen ein ausgeklügeltes Storyboard unterliegt, das gutes Storytelling gewährleistet. Und was damit erreicht werden kann, geht über die bloße Wirkung von Fotos weit hinaus.

Das zentrale Stichwort hinsichtlich der Wirkung von Virtual Reality ist ihre Un-

mittelbarkeit. Die Wirkung auf den Betrachter ist immersiv, man taucht ganz direkt in eine „andere“ Welt ein, wird selbst zum Bestandteil eines Moments, als würde man ihn tatsächlich selbst erleben.

Nichtexistierendes Wirklichkeit werden lassen

Was darin für Potenzial für NGOs liegt, erscheint geradezu unbegrenzt. So können Organisationen beispielsweise einen Projekt-Stand visualisieren, der zukünftig erreicht werden soll und für dessen Ziel eben Spenden benötigt werden. Das können (wieder) aufgeforstete Flächen sein oder Gebäude, die so noch gar nicht existieren und trotzdem bereits erfahrbar gemacht werden können.

Das verweist auf einen weiteren technischen Aspekt: Mit Virtual Reality lassen sich nicht nur räumliche Distanzen überwinden, indem der Betrachter wie im Fall von „Brot für die Welt“ binnen Sekunden direkt nach Äthiopien reist. Digitale Visualisierungen wie eben zu errichtende Gebäude ermöglichen dreidimensionale Darstellungen auch nicht realer Dinge.

Besonders beeindruckend hat das beispielsweise die Tierschutzorganisation Peta mit ihrem Projekt „Eye to Eye“ geschafft, bei dem sich der Betrachter dank äußerst ausgefeilter Programmierung mit einem animierten Hasen unterhalten kann. Ein so aufwendiges Projekt ist durch kleinere Organisationen nicht zu stemmen, aber ein 360°-Video lässt sich auch über ein Tablet anschauen. Der Einsatz im Face-to-Face-Fundraising liegt somit auf der Hand.

Vorteile sind ersichtlich

Die finanzielle Seite eines solchen Projekts ist schwierig einzuordnen. Fest steht allerdings, dass mit Fortschritt der Technik nicht nur das Handling immer einfacher wird. Insgesamt sinken damit auch die Kosten. Im Zusammenhang mit einem konkreten Nutzen gibt es tatsächlich bereits klare Erkenntnisse.

So zeigt eine Studie der International School of Management aus dem letzten Jahr, dass dank Virtual Reality eine Organisation stärker und damit positiver wahrgenommen wird, was gleichzeitig die Spendenbereitschaft erhöht.

Die UN sind in Zusammenarbeit mit UNICEF und deren Projekt „Clouds Over Sidra“ zu den gleichen Ergebnissen gekommen. Hier wurde zusätzlich ein höherer Spendendurchschnitt deutlich. Dabei ist nicht auszuschließen, dass der positive Effekt auch in der bislang geringen Verbreitung von Virtual Reality liegt, was einen gewissen Neuheitswert mit sich bringt, den ein entsprechendes Video auf einem Tablet so nicht leisten kann.

dialog4good

UNSER ANGEBOT: Telefon-Fundraising Die sichere Art zu spenden!

Wir verstehen Dialog

Fundraising-Kommunikation, die Bindung schafft.

Mitglied im Deutschen Fundraising Verband – Ethisch & Transparent – DFRV.DE

Telefon 030 / 232 553 000 • mail@dialog4good.de • www.dialog4good.de

dialog4good GmbH • Boxhagener Straße 119 • 10245 Berlin

DDV Mitglied im: Die treibende Kraft der Data Driven Economy

Illustrationen: Shutterstock

Mit dem Computer im Gespräch

Wie NGOs heute Chatbots für Dialog und Fundraising nutzen

Dass Chatbots einmal die menschliche Kommunikation ersetzen könnten, glaubten vor dem Jahr 2010 maximal Wissenschaftler. Doch mit Siri von Apple brach ein neues Zeitalter der aktiven Nutzung von Sprachassistenzsystemen an. Auch NGOs setzen mittlerweile auf Computer und optimieren so ihre Dialogfähigkeit.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Siri und Alexa kennt heute jeder. Als Sprachassistenzsysteme haben sie in viele Haushalte Einzug gehalten. Erst jüngst wurde diskutiert, ob ein Sprachbefehl Alexa zu einer Spende veranlassen kann. Siri von Apple war 2010 der erste multifunktionale Bot mit Sprachbefehl. Doch diese Chatbots sind in Wahrheit viel älter. Erfunden hat sie der Deutsch-Amerikaner Joseph Weizenbaum. Eigentlich wollte er beweisen, dass Maschinen menschliche Gespräche nicht ersetzen können. Doch mit seinem Bot „Eliza" schuf er 1966 selbst den erfolgreichen Präzedenzfall.

Der Bot als Gesprächspartner

Chatbots sind Online-Dialogsysteme. Der Nutzer richtet seine Frage per Text oder Spracheingabe an den Bot, und dieser sucht aus seiner Datenbank die passendste Antwort automatisiert heraus. Dabei lernt der Bot mit jeder Anfrage, was aber noch keine künstliche Intelligenz ist, sondern eher Statistik. Verständnisprobleme können durch das ständige Training und die Analyse des User-Feedbacks verbessert werden. Auch fehlende Themen können so ergänzt werden. Der Bot wird so immer relevantere Antworten für die Anfragenden ausspielen. Eigentlich ist der Bot auch nur ein Übersetzer zwischen Mensch und Maschine, denn ein Computer versteht keine Befehle in natürlicher Sprache. Mittlerweile begegnen uns Bots in vielen Zusammenhängen, und auch einige NGOs setzen sie bereits erfolgreich ein.

Callcenter-Protokolle als Grundlage

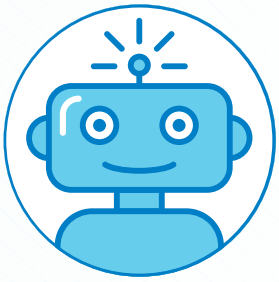
Ein gutes Beispiel für einen funktionierenden Chatbot im Umfeld einer indischen NGO ist „FarmChat". Hier stellen indische Landwirte Fragen zu Pflanzenschutz, Wetter, Schädlingen und Best Practice im Kartoffelanbau. Grundlage des Bots waren Telefonprotokolle eines Callcenters zum Thema sowie Expertenbefragungen. So konnte ein Bot geschaffen werden, dem die Landwirte mittlerweile sehr vertrauen. So sehr, dass sie ihn sogar als Gesprächspartner akzeptieren. So reden sie ihn höflich an und bestätigen seine Aussagen mit „OK", „gut" oder „ja" nach jedem Satz. Dabei hat „FarmChat" keinen Namen, aber eine weibliche Stimme. Da es ein sprachbasiertes System in Hindi, Bengali und Englisch ist, können auch Analphabeten es einfach nutzen.

24/7 antwortfähig

Eine deutliche Verbreitung erfahren Chatbots durch Messenger. Das Deutsche Rote Kreuz (DRK) startete gerade seinen Chatbot auf WhatsApp. Nutzer können dort Fragen

zum Thema Corona-Virus stellen. „Angesichts der Fülle und Schnelllebigkeit der Meldungen in einer extrem dynamischen Lage ist es umso wichtiger, verlässliche Informationen zum Coronavirus über vertrauenswürdige und seriöse Quellen zu beziehen. Mit dem Chatbot liefern wir rund um die Uhr und innerhalb weniger Sekunden Antworten auf die wichtigsten Fragen zum Virus, Zahlen und Fakten, zentrale Kontakte, Tipps für freiwilliges Engagement oder gegen Stress und natürlich auch alles Wissenswerte zum Corona-Nothilfefonds des DRK“, erklärt DRK-Generalsekretär Christian Reuter. Einfach bei WhatsApp ein „Hallo“ an die Nummer +49 30 85404106 senden und schon kommuniziert man mit einer Maschine.

Bereits bewährt haben sich auch Chatbots im Katastrophenfall. Hier werden innerhalb kürzester Zeit von Usern Unmengen an Fragen gestellt, die aber meist ähnliche Fragestellungen haben. Wollte man diese Fragen alle durch Menschen beantworten lassen, wäre das zeitlich kaum möglich. Für einen Chatbot kein Problem. So verhält es sich auch mit dem Facebook-Chatbot von Direct Relief, einer amerikanischen Katastrophenschutzorganisation. Der Bot hat in den sechs Monaten nach seinem Start in der Hurrikan-Saison 2017 fast 800 Gespräche geführt. Im Laufe dieses Zeitraums wurde der Live-Chat nur 30 Mal aktiviert, was darauf hindeutet, dass die meisten Benutzer die benötigten Informationen ohne menschliche Hilfe fanden.



Einsatz im Fundraising

Überlassen Fundraiserinnen und Fundraiser demnächst die Kommunikation also Maschinen? UNICEF USA bietet aktuell einen Chatbot an, der erläutert wie man Facebook-Anlassspendenaktionen für die Organisation starten kann. „Ärzte ohne Grenzen“ Spanien etablierte ebenfalls einen Bot, der Geburtstagsspenden initiiert. Sie nutzen dafür das Tool „Landbot.io“, das über Zapier in BetterNow, einem Online-Spendenformular-Anbieter, integriert ist. Nic Scott von „Ärzte ohne Grenzen“ Spanien berichtet gegenüber dem BetterNow-Blog von 150 Spendenaktionen in nur einem Monat, die von neuen aber auch bekannten Unterstützern gestartet wurden. Die Organisation setzt für die Verbreitung des Bots auf Facebook-Werbung.

All diese Beispiele zeigen, dass ein Bot menschliche Kommunikation nicht ersetzen wird, aber die Dialogfähigkeit rund um die Uhr und den Service der Organisation verbessern kann. ◘

UNITOP®
NPO FUNDRAISING
DIE GANZHEITLICHE LÖSUNG

Ihr Ansprechpartner:
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 A 5
47807 Krefeld

Digitales Mitgefühl

Wie funktioniert lieben, hassen und bewundern mit Nullen und Einsen?

Nach Industrie 4.0 und Digitalisierung 4.0 kommt jetzt auch der Mensch 4.0? Braucht der Mensch ein Update? Der Mensch hat die Digitalisierung erschaffen. Schafft die Digitalisierung und die damit verbundene künstliche Intelligenz nun den Menschen als Arbeitskraft ab oder muss im Zeitalter der Maschinen und der Digitalisierung das Konstrukt Mensch neu gedacht werden?

Von NADINE DLOUHY

In Zeiten der Digitalisierung muss sich der Mensch dringender denn je auf seine Stärken besinnen. Ich wage eine revolutionäre Aussage: In einer Zeit, in der wir durch Emojis fühlen, „Danke, Alexa!" sagen und nicht „Danke, Schatz!", muss es wieder mehr „menscheln".

Digitale Empathie ist eine neue Kernkompetenz, die wir lernen müssen. Digitalisierung ohne den Menschen geht nicht, das wissen wir. Aber wie soll fühlen, lieben, hassen, bewundern mit Nullen und Einsen funktionieren? Ein Mensch kann sympathisch wirken und wir fühlen uns zu ihm hingezogen oder entscheiden uns für einen Kauf. Aber wie funktioniert das nun digital?

Digitale Empathie als neue Kompetenz

Empathie befähigt uns, die Motivation und das Verhalten der Menschen nicht nur zu verstehen, sondern auch zu steuern und damit vorhersagbar zu machen. Empathie bezeichnet die Fähigkeit und Bereitschaft, Empfindungen, Emotionen, Gedanken, Motive und Persönlichkeitsmerkmale einer anderen Person oder einer Marke zu erkennen, zu verstehen und nachzuempfinden. Ein damit korrespondierender allgemeinsprachlicher Begriff ist Einfühlungsvermögen. Dabei ist Empathie eine natürliche Sozialkompetenz.

Empathie macht die Marke erlebbar und stärkt Verbindung

In Zeiten von Radikalisierung und Rationalisierung bekommt die digitale Empathie immer mehr Bedeutung. Empathie ist hinsichtlich digitaler Kundenbindung und Aufbau einer Kunden-Bindungsstrategie sehr effizient und wird in Zukunft essenziell sein. Die Mehrheit der Menschen ist auf digitalen Datenautobahnen unterwegs, auch hier auf der Suche nach Orientierung, Struktur und Vertrauen. Es gelten hier die gleichen Gesetze und Werteparameter wie im „echten" Leben. Empathie ist ein sehr starkes und Orientierung spendendes Gefühl. Es gibt Zugehörigkeit und Identifikation. Dabei sein reicht nicht mehr aus. Wer will nebenbei fühlen? Erfolgreiche Marketer verstehen digitale Empathie als Mehrwert. Quasi – „To give a hand to the customer".

Wir werden in Zukunft Aufträge und Budgets nicht an preiswertere oder bessere Produkte verlieren, sondern an Unternehmen, die mit digitaler Kommunikation intelligenter und emotionaler verkaufen.

So geht digitale Empathie

Kommunizieren Sie als Mensch, nicht als Bots / Roboter: personalisierte Benutzeroberflächen / Verhalten

Lösen Sie Empathie durch Ihr User Interface aus: User Experience

Intuitive Kommunikation: automatische Vervollständigung, Synonyme, visuelle Anleitung

Erfahrungserwartung: kognitive Empathie, Erwartungen im Voraus sehen und optimieren

Transparente Kommunikation: Vertrauensbildung durch Klarheit, Offenheit und Ehrlichkeit

Digitale Benutzersicherheit und -schutz erschaffen: Vertrauensbeweis wie Siegel und Zertifikate = Vertrauensbildung

Real-Time / Live-Interaktion mit Kunden: Live-Videos, Live-Chat, Live-Kommentare

Social Listening erfassen und zeitnah reagieren. Im digitalen Raum heißt es nicht umsonst: 24 / 7.

Nadine Dlouhy ist mehrfach ausgezeichnete Top-Expertin für strategische Markenentwicklung und Positionierung, führt seit 20 Jahren die BrandLite GmbH und begleitet 46 Unternehmen in 35 Ländern. Sie ist Mit-Autorin von „Erfolg geht anders" sowie Dozentin an der Hochschule Fresenius (University of Applied Sciences) für „Digitale Innovation", „Strategisches Management" und „Media-Management".

▶ www.nadinedlouhy.com
▶ www.brandlite.de

TeleDIALOG hat für Sie

89 neue Standorte

eröffnet*

Bilder: AdobeStock (auergraphics, rocketclips, Julien Eichinger)

* Ungewöhnliche Zeiten erfordern innovatives Handeln: So haben wir innerhalb weniger Tage 89 neue Tele-Arbeitsplätze geschaffen. Unser geschultes Personal bleibt damit jederzeit für unsere Kundinnen und Kunden im telefonischen Einsatz. Als erfahrene Spezialisten für Telefon-Fundraising sorgen wir seit fast 25 Jahren für wertvolle Kontakte zu Förderer*innen und Spender*innen. Eine direkte und dauerhafte (Ver-)Bindung, die sich auszahlt! Rufen Sie uns an und erfahren Sie mehr.

TeleDIALOG
Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

Das habe ich gelernt in der Corona-Zeit

Seit dem Lockdown im März sind viele Wochen vergangen, die wir alle ganz unterschiedlich genutzt haben. Einige hatten zu viel Arbeit, andere auf einmal viel Zeit. Manche lernten kochen, andere skypten erstmals, wieder andere lernten etwas über ihre Mitmenschen … und natürlich fürs Fundraising. Wir haben die Leserinnen und Leser des Fundraiser-Magazins gefragt: Was haben Sie in der „Corona-Zeit" Neues gelernt?

Fundraising als Team-Leistung

Die Coronakrise als Chance. Als Fundraiserin auf der neu geschaffenen Stelle erreichen mich immer mehr Hinweise von Kolleginnen und Kollegen, die mich auf Hilfs- und Förderangebote aufmerksam machen. „Ich hab da gelesen …", „Können wir da nicht auch was bekommen …?", „Kannst du mal nachfragen …?" Dafür hatte ich intern immer geworben: Fundraising als Team-Leistung zu verstehen. Jetzt ist es da und alle freuen sich.

Gabriele Koy

Unser Wohlstand ist fragil

Krisen bringen Menschen auf unterschiedliche Weise zusammen: Corona hat uns gelehrt, dass auch unser Wohlstand fragil ist. Die plötzlichen Einschränkungen und die Unsicherheit über die eigene Zukunft haben das Verständnis für Menschen erweitert, für die solche Sorgen Alltag sind. Zusammenhalt ist gerade jetzt gefragt, wo die Auswirkungen des Lockdowns wieder die Ärmsten am härtesten treffen und noch viele weitere Todesopfer aus Hunger und Not fordern wird. Der Schutz unserer Gesundheit muss die Auswirkungen auf die Bedürftigen weltweit mit einschließen, sodass unsere Spenden nun wichtiger sind als je zuvor.

Sevgi Kulanoglu

Meine fünf persönlichen Learnings aus der Corona-Zeit:

1. Wir müssen nicht für jede Besprechung durch die ganze Republik gurken.
2. Die deutsche Zivilgesellschaft funktioniert. Wenn es hart auf hart kommt, halten wir zusammen. Das konnten wir an der erhöhten Spendenbereitschaft ablesen, die sich in den Projekten unserer Kunden bemerkbar machte – aber auch an diszipliniert wartenden Kunden vor den Supermärkten und an Millionen Menschen, die ohne viel Aufhebens ins Homeoffice gewechselt sind und sich konsequent an alle möglichen Vorsichtsmaßnahmen gehalten haben.
3. Je herausfordernder die Situation, desto mehr Kommunikation ist gefragt. Wer mutig vorangeht und mit seinen Spendern spricht, gewinnt. Wer aus Sorge wegen der unwägbaren Situation lieber nichts unternimmt, gewinnt nicht.
4. Mein Team ist wie eine Familie, die in schweren Zeiten erst recht eisenhart zusammenhält und auf die man sich blind verlassen kann.
5. Meine Familie ist ein richtig gutes Team, das in schweren Zeiten erst recht eisenhart zusammenhält und auf das man sich blind verlassen kann.

Friederike Hofmann

Der Kitt unseres Soziallebens

In den Wochen des Lockdowns habe ich einmal mehr wahrgenommen, wie wichtig Kommunikation ist. Miteinander sprechen, sich austauschen, gemeinsam lachen oder auch die Sorgen teilen – das ist der Kitt unseres Soziallebens.

Sabine Volkert

Mit Kindern im Homeoffice

Das geht gar nicht: Wenn mich meine drei Kinder im Corona-Homeoffice während eines ausführlichen Spendertelefonats mit Klebeband am Bürostuhl fesseln wollen. Oder die Bürotüre von außen mit Duplo-Steinen zumauern.

Wolfgang J. Schreiter

In der Krisenzeit ein wenig „geradegerückt" worden

Zu Beginn der Krise nahm ich eine befremdliche, gespenstische Stille in der ganzen Stadt wahr. Fast fühlte ich mich wie ein Statist in einem Sciencefiction-Film, als sei die ganze Stadt in einem Schockzustand erstarrt. Zugleich hat mich diese neue Situation sehr nachdenklich gestimmt. Was zählt jetzt wirklich, was ist wichtiger denn je? Essen gehen, spontan zu verreisen und nach Lust und Laune zu shoppen? Ganz bestimmt nicht. Dazu bin ich viel zu lange in einer Non-Profit-Organisation tätig, wissend, dass ganz andere Werte für mich privat und im Job wichtig bleiben: Aufmerksam, neugierig, wissbegierig und ehrlich zu sein, Empathie zu zeigen, echte Freundschaften zu pflegen und partnerschaftlich auf Augenhöhe mit Unterstützern zusammenzuarbeiten. Und noch mehr zuzuhören, statt zu beschallen.

Ich bin dankbar, in der Krisenzeit auch ein wenig „geradegerückt" worden zu sein und dass ich mich in dieser schnelllebigen, etwas „verrückten" VUCA-Welt stärker auf meine persönlichen Werte fokussieren kann. Dankbar bin ich vor allem, dass unsere langjährigen Kooperationspartner, die ähnlich „ticken", auch jetzt an unserer Seite stehen und wir gemeinsam große und kleine „Horizont"-Projekte für wohnungslose Kinder und Mütter in München realisieren können.

Christine Lindemann, M.A.

Homeoffice und Homeschooling

In Zeiten von Corona haben viele von uns gelernt den Beruf „Lehrer" nicht zu unterschätzen. Homeoffice und Homeschooling zeigten vielen von uns ihre Grenzen auf und halfen zu realisieren, dass der Lehrer in der Vergangenheit vielleicht doch nicht das alleinige Problem war …

Klas Brokmann

Barrieren im Kopf machen Platz

Es ist auf einmal viel mehr möglich. Barrieren im Kopf machen Platz für neue (oder eher alte) Möglichkeiten: Homeoffice, Videokonferenzen und sogar virtuelle Weinabende … Abwechselnd mit „persönlichen" Einheiten könnte das auch nach Corona gerne so bleiben …

Tamara Portero

Spontane Fundraising-Aktion

Fundraising-Ideen ohne langes Überlegen und Planen einfach mal umsetzen: Als ich morgens frustriert vor dem Spiegel stand und versuchte, die mittlerweile gewachsene Wolle auf meinem Kopf zu bändigen, kam mir die Idee, eine Spendenaktion für den Friseur meines Vertrauens zu starten. Zwei Stunden später stand die Aktion „Spende einen virtuellen Haarschnitt" auf betterplace.me. Beim ersten Friseurbesuch nach dem Lockdown konnten wir uns zusammen über 1500 Euro Spenden freuen. Fundraising kann manchmal so einfach sein.

Lars Flottmann

Mehr „Learnings" lesen Sie auf den nächsten Seiten …

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

… das habe ich gelernt in der Corona-Zeit

Auf der Suche nach alternativen Lösungen

Wir planten eine Projektwoche mit dem Forschungsschiff „Aldebaran" für die Salemer Schülerinnen und Schüler auf dem Bodensee. Durch verschiedene Fundraising-Maßnahmen waren Spenden eingegangen, um dieses Vorreiterprojekt umzusetzen. Die Freude war groß, doch dann drohte das Projekt Corona-bedingt „baden zu gehen". Als Internat und Schule lernt man kreativ zu bleiben, so wurde die Projektwoche live zu den Schülerinnen und Schülern nach Hause gestreamt und über den Chat konnten Fragen und Aufgaben bearbeitet werden. (siehe dazu auch Seite 44) Die Projektwoche war somit ein voller „digitaler Erfolg" – auch wenn wir 2021 dann doch richtige Seeluft auf der „Aldebaran" schnuppern wollen.

Britta Stocker

Fünf Learnings für unser Little-talks-Team

1. Es braucht keine volle Anwesenheit im Office, um genauso produktiv zu sein.
2. Wir haben als Face2Face-Fundraising-Agentur zwei neue digitale Produktkonzepte für NPOs entwickelt, die wir noch dieses Jahr ausrollen werden.
3. Wir denken gerade offen über eine 30 Stundenwoche bei voller Bezahlung nach.
4. In Österreich hat der Staat leider wirtschaftlich verschlafen KMUs substanziell durch die Krise zu unterstützen, deswegen Punkt 5 und am wichtigsten:
5. Wir haben ein tolles Team, das in der Krise noch mehr zusammengewachsen ist, und wissen, dass wir flexibler und stärker aus dieser Zeit herauswachsen werden!

Manes Kerschbaumer

Einfach mal anrufen

Lessons learned in der Krise: zum Telefon greifen und die Spenderinnen und Spender einfach mal fragen, wie es geht. Relationship-Fundraising at its best sozusagen. Die Angerufenen waren in der Regel ebenso erfreut wie überrascht, dass sie nicht zum Spenden aufgefordert wurden. Der Spendenbereitschaft hat es nicht geschadet.

Sabine Kaldonek

Fundraising-Vorlesungen über Zoom

Fundraising-Vorlesungen über Zoom? Dafür konnte ich mich früher ehrlich gesagt nicht erwärmen. Corona hat mich eines Besseren belehrt: Wenn man sich morgens die stickigen und überfüllten Straßenbahnen zur Hochschule sparen kann, wenn man zwischen den Vorlesungen mit Beamer-Abbau und -Wiederaufbau nicht zwischen den Hörsälen hin und her hetzen muss, wenn man sich den Pausen-Cappuccino einfach in der eigenen Küche nebenan holen kann, ohne Schlange stehen zu müssen, dann hat das was!

Die Studierenden sind auch entspannter und hören von zuhause aufmerksamer zu als im Hörsaal. Gastvortragende müssen nicht anreisen, präsentieren einfach über Zoom aus ihrem Arbeitszimmer. Wir nehmen gemeinsam an Fundraising-Webinaren des „Haus des Stiftens" und von „sozialmarketing.de" teil – kostenlos, für Studierende nicht ganz nebensächlich!

Auch privat hat Corona für Innovation gesorgt: Privatissimum-Webinar „Einführung in Outlook" für meine achtzigjährigen Eltern. Virtueller Gottesdienstbesuch am Sonntagmorgen in Sankt YouTube. Endlich Zeit für alle Romane von Martin Suter – die allerdings noch ganz 1.0 aus Büchern …

Prof. Dr. Michael Urselmann

Offline macht's viel mehr Spaß

Wir haben gelernt, dass wir im Social Innovation Lab Teil eines sehr resilienten Netzwerks aus lokalen sozialen Organisationen und Sozialunternehmerinnen sind, das sich in Krisenzeiten sehr stark, effizient und persönlich unterstützt! Wir haben gelernt, dass wir online zwar sehr gut zusammenarbeiten, aber offline alles leichter geht und viel mehr Spaß macht! Das gilt auch für die Zusammenarbeit und Workshops mit unserem starken Netzwerk aus Sozialunternehmerinnen und Sozialunternehmern, zum Beispiel im Innovationsprogramm „Sozialstarter".

Corinna Kämpfe

Noch mehr „Learnings" von Leserinnen und Lesern …

… finden Sie im Online-Magazin unter ***web.fundraiser-magazin.de*** (oder scannen Sie den QR-Code mit dem Smartphone)! Dieser Service ist kostenlos.

Datenschutz und Konzernmacht

Ich habe tatsächlich etwas über meine Mitmenschen gelernt, nämlich, dass sie immer noch viel zu unkritisch mit den neuen Medien umgehen, was den Datenschutz und Konzernmacht betrifft. Beispiel Zoom: Hier wurden die Daten ungefragt an Facebook weitergegeben, und wenn man Pech hatte, wurde man gehackt und ein Pornofilmchen eingespielt (sogenanntes Pornbombing). Die Anwendungen von Google & Co. sind hier nur bedingt empfehlenswerter, da man als User das Monopol und die Macht dieser Konzerne unterstützt. Oder WhatsApp – hier liest Facebook das gesamte Adressbuch aus, auch die Adressen derer, deren Erlaubnis zur Weitergabe man nicht hat, das kann nach DSGVO als Straftat des Users gesehen werden. Und glauben Sie nicht, dass Telegram eine Alternative ist! Da treffen sich gern Menschen mit rechtsradikaler Gesinnung.

Aber es gibt Hoffnung: Wie Sie datensparsam und individuell passend und trotzdem bequem und kostenlos die neuen Medien nutzen können, erklärt die Seite *digitalcourage.de*.

Christine Gediga

Über Kontinente hinweg zusammengewachsen

Als Entwicklungshilfeorganisation, deren Schwerpunkt auf der Durchführung von medizinischen Auslandseinsätzen liegt, haben uns die Reisebeschränkungen angesichts der Covid-19-Pandemie stark getroffen. Dafür durften wir aber erleben, wie großartig sich unsere Projektpartner angesichts der Bedrohung selbst organisiert haben. Unser Vertrauen in die Partner und unser Respekt für sie sind dadurch noch einmal stark gewachsen. Schön war auch zu sehen, dass wir es schaffen, digital in engem Austausch zu bleiben und unsere Verbindung dadurch sogar zu stärken. Wir sind dank Corona über Kontinente hinweg also enger zusammengewachsen. Trotzdem hoffen wir, dass wir bald unsere Arbeit wieder ganz aufnehmen und gemeinsam wieder medizinische Hilfe leisten können.

Dr. Veronika Hofmann

Gemeinsam dranbleiben

Krise heißt auch Zusammenhalt! Auch in ungewissen und außergewöhnlichen Zeiten, sind Spenderinnen und Spender bereit zu helfen, wo Not ist. Gemeinsam dranbleiben, das ist auch in Corona-Zeiten möglich.

Leonie Nazemi

Nachlasstelefonie seit 2012

frc spenden manufaktur

Konzeption und Telefonie.
Auch in schwierigen Zeiten.

030 2700083 00
info@spenden-manufaktur.de

Ethisch & Transparent – Mitglied im Deutschen Fundraising Verband

DDV Mitglied im Deutschen Dialogmarketing Verband e.V.

FIRST
INTERNATIONAL
FACE2FACE
FUNDRAISING
CONGRESS
17.–19. November 2020

„Let's talk Face to Face!"
Vor über 25 Jahren wurde Face2Face Fundraising in Österreich erfunden und dieses Jahr wird Wien wieder das Epizentrum von Face2Face Fundraising!

www.f2f-fundraising.com

Aktion „Wirtschaft hilft!"

... holt gesellschaftlich aktive Unternehmen vor den Vorhang

Rund 83 Prozent der österreichischen Unternehmen engagieren sich gesellschaftlich in Form von Geld-, Sach- oder Personalspenden. 77 Prozent davon bevorzugen Geld-, 48 Prozent Sach- und 36 Prozent Zeitspenden. Dies ist das Ergebnis der im Auftrag des Fundraising Verband Austria vom Institut Public Opinion durchgeführten Umfrage zum Spendenverhalten von Unternehmen. Um diese Zahlen weiter zu steigern, unterstützt die Aktion „Wirtschaft hilft!" Unternehmen dabei, für gemeinnützige Zwecke aktiv zu werden.

Foto: Christian Husar

700 Millionen Euro werden in Österreich jährlich gespendet. Davon stammen 100 Millionen von Unternehmen, das entspricht rund 15 Prozent des Aufkommens der Privatspender*innen. Europaweit liegt dieser Wert bei 25 Prozent, in der Schweiz bei 50 Prozent. Im Schnitt spenden österreichische Unternehmen pro Arbeitnehmer*in 135 Euro, in Deutschland sind es 269 Euro und in den Niederlanden sogar 341 Euro. Um das soziale Engagement der österreichischen Unternehmen weiter auszubauen und das Spendenvolumen zu steigern, hat der Fundraising Verband Austria 2014 die Aktion „Wirtschaft hilft!" ins Leben gerufen. Die Initiative hat das Ziel, eine Brücke zwischen Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen zu bauen und Unternehmen so zu mehr gesellschaftlichem Engagement zu motivieren. Dazu wird ein breites Informationspaket angeboten. Jährlich nehmen an der Initiative rund 50 gemeinnützige Einrichtungen teil und präsentieren ihre Anliegen der Zielgruppe Unternehmen.

Herzstück im Serviceangebot ist das Magazin „Spendenguide für Unternehmen". Darin werden Best Practice Beispiele engagierter Betriebe vorgestellt, wie zum Beispiel das auf Packrafting-Ausstattung spezialisierte Unternehmen „Packraft Europe". Die Firma aus Oberösterreich hat sich dem Schutz der Umwelt verschrieben und spendet im Rahmen der internationalen Initiative „1 % for the planet" jährlich ein Prozent des Umsatzes für den Umweltschutz. Einen ebenso konsequenten Ansatz verfolgt die Unternehmensgruppe Hilti, die jedes Jahr zwei Prozent der Unternehmensgewinne eine gleichnamige Stiftung in Liechtenstein in soziale Projekte investiert. Das soziale Unternehmen NOAN, das mit hochwertigen Lebensmitteln handelt, wurde vor über zehn Jahren einzig zum Zweck gegründet, sozial und wirtschaftlich benachteiligte Kinder mittels Bildung langfristig zu unterstützen.

Oft wird das soziale Engagement von Unternehmen öffentlich nur wenig wahrgenommen. Aus diesem Grund werden als

Aktion „Wirtschaft hilft!“ Award-Preisträger

Gewinner Kategorie Großunternehmen: HOFER KG

Im Zuge einer langjährig angelegten Partnerschaft unterstützt der Lebensmitteldiskonter „HOFER KG“ (Tochter von Aldi Süd), das neunerhaus Gesundheitszentrum in Wien mit großzügigen Geldspenden für die medizinische Versorgung und Sozialarbeit für obdach- und wohnungslose Erwachsene und Kinder. Darüber hinaus stellt das Unternehmen Sachspenden und Lebensmittellieferungen für die Einrichtung bereit. Die Jury der Aktion „Wirtschaft hilft!“ überzeugte dieses ganzheitliche und nachhaltige Engagement in der Kategorie Großunternehmen auf allen Ebenen.

Gewinner Kategorie Klein- und Mittelunternehmen: die Berater Unternehmensberatungs GmbH

In dieser Kategorie wurde die Firma „die Berater Unternehmensberatungs GmbH“ für ihr Spendenprojekt zugunsten krebskranker Kinder und Jugendlicher gemeinsam mit der Kinder-Krebshilfe prämiert. Seit 2002 bieten die Berater krebskranken Kindern die Möglichkeit, den Europäischen Computerführerschein ECDL zu absolvieren – ein Kompetenzerwerb, der zugleich vom Klinikalltag ablenkt und Zukunftsperspektiven schafft. Neben Geld spendet das Unternehmen insbesondere Arbeitszeit und das Know-how in der Aus- und Weiterbildung.

Gewinner Kategorie Corporate Volunteering: Generali Versicherung AG

Der Award für die Förderung des Mitarbeiterengagements in Unternehmen ging in diesem Jahr an die „Generali Versicherung AG“ gemeinsam mit der Organisation Big Brothers Big Sisters Österreich für ihre Initiative „Family Mentoring (FAME)“. FAME verbindet Eltern- und Kinderworkshops mit begleitendem Mentoring und stärkt Familien mit Kindern zwischen drei und sechs Jahren, die sich in herausfordernden Lebenssituationen befinden, hilft in Erziehungsfragen und bei der Vernetzung zur Selbsthilfe. Mitarbeiter*innen von Generali Österreich unterstützen als Co-Trainer*innen und Mentor*innen ehrenamtlich in allen Bereichen.

Gewinner Sonderpreis Corona-Engagement: Erste Group Bank AG

Unternehmerische Spendeninitiativen sind zur Bekämpfung der Auswirkungen der Virus-Krise immens wichtig. Darum vergab der Fundraising Verband in diesem Jahr den Sonderpreis für herausragendes COVID-19-Engagement an die „Erste Group Bank AG“. Mit mehreren Millionen Euro hat die Bank unter anderem den Aufbau von Notfallkrankenstationen des Österreichischen Roten Kreuz für verstärkte Corona-Testungen sowie die Schaffung eines Online-Kursangebots für Angehörige, Hilfskräfte und Zivildienstleistende finanziert.

Höhepunkt der Initiative jährlich die Aktion „Wirtschaft hilft!“-Awards in mehreren Kategorien vergeben. Neben den Awards für Klein- und Mittelunternehmen sowie Großunternehmen wird auch die Förderung des Engagements von Mitarbeiter*innen in Betrieben mit dem Corporate Volunteering Award prämiert. 2020 wurde der Award außerdem in der Sonderkategorie „COVID-19-Engagement“ vergeben, um die unternehmerischen Unterstützungsleistungen zur Eindämmung des Coronavirus und dessen Folgen in den Mittelpunkt zu rücken. Die Preisverleihung fand Ende Mai erstmals im Rahmen einer Online-Gala statt.

Alle Informationen dazu finden Sie auf:
▶ www.wirtschaft-hilft.at

QR-Code in der Schweiz: Durchbruch dank QR-Rechnung?

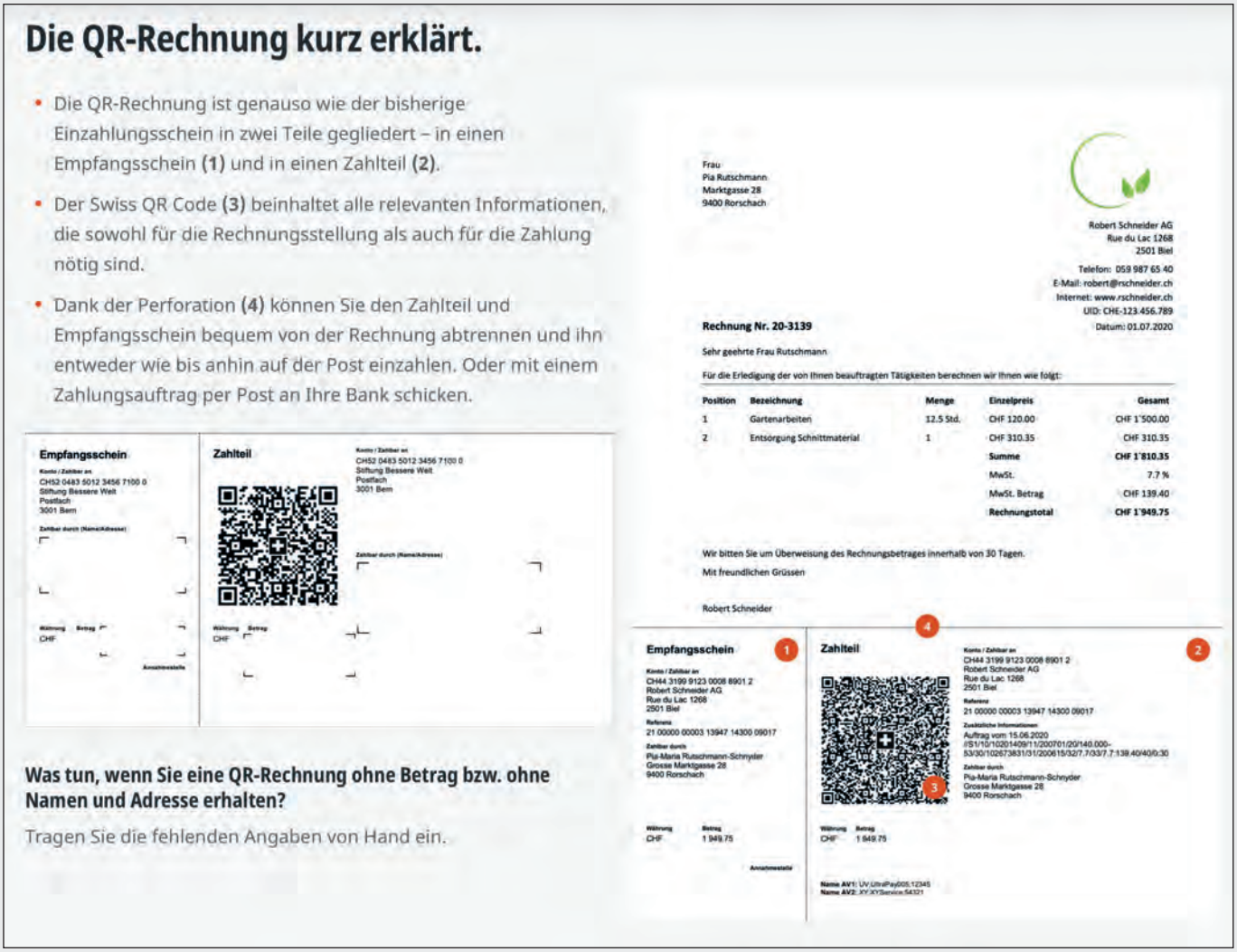
Am 30. Juni 2020 war es soweit: Die QR-Rechnung wurde in der Schweiz offiziell eingeführt, um mittelfristig den bisherigen Einzahlungsschein ganz zu ersetzen. Das stellt auch die spendensammelnden Organisationen vor Herausforderungen, z. B. bei Trauerspenden. Gleichzeitig tun sich jedoch auch neue Chancen für sie auf. Denn der QR-Code wird so an Bekannt- und wohl auch an Beliebtheit gewinnen, was (auch) für andere Handlungsfelder hilfreich sein kann.

Von **MARIO TINNER**

Ende Juni begann nun also die Übergangsfrist vom umgangssprachlich meist nur als «ESR» bezeichneten Einzahlungsschein hin zur QR-Rechnung. Damit will SIX Payment Services den gestiegenen Anforderungen im Zahlungsverkehr wörtlich «Rechnung tragen». Mit der neuen QR-Rechnung liesse sich beispielsweise eine grössere Datenmenge zwischen Zahler*in und Zahlungsempfänger*in austauschen. So weit, so gut. Aber was bedeutet dieser Übergang für Fundraiser*innen und Organisationen?

Keine Early Adopters

Die QR-Rechnung und ihre Risiken wie Chancen waren kürzlich erst Thema eines «talkingtuesday», dem neuen Online-Info- und Austauschformat von Swissfundraising. Unter anderem sprachen sich dort sowohl Léonie van de Vijfeijken vom WWF Schweiz als auch Christoph Keiser von Caritas gegen eine frühe Umsetzung aus: Man wolle zunächst die ersten Erfahrungen der «grossen Player» aus anderen Branchen abwarten, um zu sehen, ob resp. wie schnell



die Konsument*innen sich an die QR-Rechnung gewöhnen würden. So geht es vielen Organisationen. Das bestätigt auch eine Kunden-Umfrage der Creativ Software AG.

«Auch die Swissfundraising-Arbeitsgruppe zur QR-Rechnung empfiehlt den Organisationen, nicht als Early Adopters voranzugehen», sagt deren Mitglied Leo Arnold, der auch bei der SIX in einer Arbeitsgruppe mitgewirkt hat. Wichtig bleibt aber, die Entwicklung mit zu verfolgen. Denn auch wenn die Übergangsfrist momentan noch nicht fix definiert ist, wird sie nicht ewig dauern. Und auch PostFinance, deren «Produkt» der klassische Einzahlungsschein ist, wird kaum an einer längerfristig anhaltenden Übergangsphase interessiert sein. Ein Anhaltspunkt betreffend Zeithorizont könnte eine Regelung aus dem Fürstentum Liechtenstein sein. Dort dürfen nämlich ab 1. Januar 2023 keine ESR mehr verwendet werden.

QR-Code im Aufwind

2020 könnte tatsächlich das Jahr des QR-Codes werden, der schon einige Jahre existiert, aber sich noch nicht so richtig durchzusetzen vermochte. Doch nun kommt die QR-Rechnung, mit der er zumindest an Bekanntheit gewinnen wird – und vielleicht ja auch an Popularität. Denn die Leute hatten «dank» Corona wieder mehr damit zu tun: Mobiles Zahlen ist in diesem Jahr nämlich besonders trendy, da es ja kontakt- und berührungslos funktioniert. Das merkt auch TWINT, der wohl bekannteste Mobile Payment-Dienst der Schweiz. Ende Mai 2020 verzeichnete dieser über 2,5 Millionen Nutzer*innen und ca. 7,5 Millionen Transaktionen pro Monat. Und wer TWINT nutzt, weiss: Der QR-Code funktioniert einwandfrei. Die Sterne für die Einführung der QR-Rechnung stehen also gar nicht schlecht.

Eine Chance fürs Cross-Channel-Fundraising

Dass der QR-Code als Schnittstelle von der analogen in die digitale Welt auch im Fundraising gut funktionieren kann, beweist ein Beispiel der Caritas: Das Hilfswerk hatte 2019 ein Mailing an alle Stammspender*innen mit TWINT-QR-Code verschickt, die zusätzlich noch mit einem «Matching Gift» von TWINT (Verdoppelung der Spende bis max. CHF 10 000) gekoppelt war. Rund elf Prozent der Spenden erhielt Caritas dann auch via TWINT.

Ein Fundraising-Instrument, das vom QR-Code profitieren könnte, ist das Streuwurf-Mailing. Denn mit der neuen QR-Rechnung erhält ein*e Zahlungsempfänger*in (also die NPO) alle Zahler*in-Daten (also die Spender*in-Angaben), die hinterlegt werden. Das heisst, die Adresse eines Streuwurfspenders oder einer Streuwurfspenderin kommt direkt mit der Spende bei der Organisation an. Mit einem QR-Code (nicht als Rechnung, sondern z. B. mit TWINT) kann aber auch auf eine Landingpage verlinkt werden, über die jemand seine Daten (inkl. Mailadresse) angeben kann. Welche Variante man wählt, hängt vom Datenbedarf ab und davon, ob es sich um einmalige oder wiederkehrende Spenden handelt.

Ein weiterer Vorteil der QR-Codes ist, dass Spenden einfacher rückverfolgt werden können. Wenn definiert ist, welcher QR-Code zu welcher Kampagne gehört, kann rasch und automatisiert herausgefiltert werden, über welchen Kanal eine Spende reingekommen ist. Damit wird die Donor Journey immer digitaler.

Anlassspenden als Knackpunkt

Im Vorfeld der Einführung gab es Bedenken, was denn nun mit der Möglichkeit des Blanko-Einzahlungsscheins sei. Kann oder konnte ein*e Spender*in bisher dort den Verwendungszweck selbst resp. «von Hand» angeben, ist das beim QR-Code nicht mehr möglich. Dies ist allerdings nur problematisch, wenn die Zahlung analog, sprich «am Schalter» stattfindet. Denn wer den Code in seiner Banking-App scannt, kann ja selbst einen Zahlungszweck hinterlegen. Es handelt sich hier wohl um eine Generationenfrage: Wie werden ältere Personen auf diesen Wechsel reagieren? Aber wer weiss: Vielleicht sehen wir bald die ersten Traueranzeigen in Zeitungen, die statt einem PC-Konto oder einer IBAN-Nummer einen QR-Code mit hinterlegtem Zahlungszweck «Trauerfall XY» enthalten.

einfach-zahlen.ch

Unter einfach-zahlen.ch – eine Initiative der SIX – werden alle wichtigen Informationen rund um die QR-Rechnung übersichtlich zusammengefasst – inklusive Erklärvideos und Factsheets für Privatpersonen und Klein- und Mittelständische Unternehmen.

Starker Hingucker im öffentlichen Raum

Das Straßenmagazins „Surprise“, das dem „Internationalen Netzwerk der Straßenzeitungen“ (INSP) angeschlossen ist, bietet mit dem Verkauf des Heftes seit über 20 Jahren sozial benachteiligten Menschen eine Einkommensmöglichkeit. Damit die Verkäufer besser gesehen werden und mehr Magazine verkaufen können, hat die Kommunikationsagentur „Serviceplan Suisse“ ihnen zu mehr Aufmerksamkeit verholfen.

▶ www.surprise.ngo

Eine saubere Sache

Hamburgs Duschbus bietet Obdachlosen Grundhygiene

In Berlin gibt es ihn, und auch in Hamburg rollt seit Dezember letzten Jahres ein ausrangierter Linienbus der Hamburger Hochbahn nach umfangreichen Umbauten als Duschbus für Obdachlose durch die Stadt. Coronabedingt war der Bus in den letzten Monaten fast ausschließlich am Millerntor zu finden. Dort fand auch eine Zusammenarbeit mit dem Schwimmbadbetreiber „Bäderland“ statt. So konnten Obdachlose neben dem Duschbus auch mehrmals pro Woche die Duschen des Schwimmbads nutzen, beides natürlich kostenlos.

Der Bus bietet drei abschließbare Duschkabinen und eine Kleiderkammer. Die Umbauten dafür haben mit 140 000 Euro zu Buche geschlagen. Realisiert werden konnte das dank Crowdfunding. Und die Investition hat sich gelohnt, wie die sehr hohe Nachfrage zeigt. Dank zahlreicher Spenden ist der Betrieb mittelfristig gesichert. „Wir sind erstmals finanziell so gut unterwegs, dass wir bis Ende des Jahres den Betrieb aufrechterhalten und unsere Arbeit planen können“, so Dominik Bloh, Initiator des Projekts. Angesichts dieser Situation ist es geradezu konsequent, dass bereits ein zweiter Duschbus in Planung ist.

▶ www.gobanyo.org

MEINE MEINUNG

„Das Projekt Europäische Union ist nicht verschwunden“

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Ja, wir haben in den letzten Monaten bislang völlig unbekannte Lebenssituationen durchlebt. Das hat uns alle belastet, ganz unabhängig von der individuellen privaten wie beruflichen Situation. Auch jemand, der sich in einer luxuriösen Situation meinte, hat erkennen müssen, dass die Besonderheiten des gesellschaftlichen Ausnahmezustands im eigenen Kopf ihre Spuren hinterlassen haben. Das Nächstliegende ist dabei negative Kritik, schließlich sind Beschränkungen der Freiheit nichts Gutes, die Demokratie wirkt gefährdet.

Besonders gut hörbar war immer wieder der Vorwurf, die Europäische Union hätte versagt, sie wäre unsichtbar gewesen, verschwunden, geradezu aufgelöst. Zeitgleich nehme ich war, dass jetzt scheinbar immer mehr Fachbücher auf den Markt kommen, die einen Abgesang auf das Projekt Europäische Union anstimmen. Wie bitte?

Nicht mit mir. Ja, als es hart auf hart kam, war die EU nirgendwo sichtbar, sollte man meinen. Anders lässt sich das kaum formulieren. Das aber ist meines Erachtens keine Form der Untätigkeit gewesen, sondern vielmehr eine Verlagerung der Aktivitäten, also Prioritäten. Diese waren ganz klar nicht mehr europäisch, sondern national orientiert. Daraus in dieser Ausnahmesituation einen Vorwurf zu formulieren, erscheint mir zu ungerechtfertigt. Europa, auch als Einheit, besteht schließlich immer noch aus vielen Einzelteilen, deren Verbindung sich gleichzeitig nicht einfach so vom Tisch fegen lässt.

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

Kurzgefasst …

Abgelaufenes Verbandsmaterial spenden

Etwa nach fünf Jahren läuft das Haltbarkeitsdatum von Erste-Hilfe-Material ab. Die Johanniter sammeln dieses und verwenden es für die Übungen in Erste-Hilfe-Kursen. Abgelaufenes, aber noch verpacktes Verbandsmaterial kann deshalb bei den Johannitern in Wien und Innsbruck abgegeben werden, ebenso saubere und intakte Motorradhelme, die für die Übung der Helmabnahme benötigt werden.

▶ www.johanniter.at

„Förderpott.Ruhr „2020

Die erste Runde des Fördernetzwerks Ruhr zur Unterstützung nachbarschaftlichen Engagements ist mit einer Summe von 56 000 Euro abgeschlossen worden. Mit dem Geld werden 21 Projekte aus acht Ruhrgebietsstädten ausgezeichnet, die sich für das Zusammenleben im Quartier einsetzen. Die zweite Bewerbungsphase ist im Juli gestartet und ermöglicht Förderungen zwischen 500 und 5000 Euro.

▶ www.foerderpott.ruhr

Rettungsringe für den Michel

Der Hamburger Michel bittet mit der Aktion „Rettungsringe" um Spenden. Hierbei werden echte Rettungsringe gesammelt und in der Kirche aufgehängt. Die Ringe sollten zudem eine besondere Geschichte haben. Anschließend können Firmen oder Privatpersonen für eine Patenschaft eines Rings spenden. Durch diese Aktion erhoffen sich die Verantwortlichen etwa 40 000 Euro monatlich.

▶ www.st-michaelis.de

App soll Blutspenden attraktiver machen

Das Universitätsklinikum Schleswig-Holstein bietet als erstes Krankenhaus in Deutschland eine App an, die Blutspendern nicht nur detaillierte Informationen über ihre Blutwerte gibt, sondern sie auch benachrichtigt, wenn ihre Spende für eine Bluttransfusion genutzt wurde. Studenten der Fachhochschule Kiel, die den Prototyp entwickelt hatten, wurden beim Healthcare Hackathon 2018 in Kiel dafür mit einem Förderpreis ausgezeichnet.

▶ www.uksh.de/blutspende

Die lauteste Stimme für Tiere in Österreich

Aus dem Wiener Tierschutzverein ist der Tierschutz Austria geworden, die erste Anlaufstelle für Tiere und tierliebe Menschen Österreichs. Nach 175 erfolgreichen Jahren hat sich der Traditionsverein einen zeitgemäßen und modernen Außenauftritt verpasst. Das neue Logo – ein Tiergesicht mit Herz – steht für alle Tiere in Not, die von Tierschutz Austria gerettet oder gepflegt werden.

▶ www.tierschutz-austria.at

Gieß deinen Kiez!

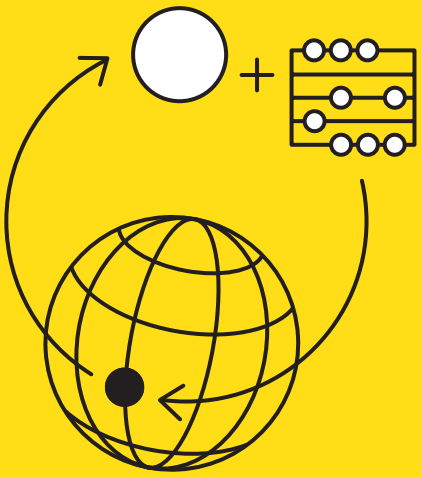
In Berlin kann sich jeder um „seinen" Baum kümmern

Die Sommer werden heißer und trockener. Desto stärker wächst die Bedeutung von Stadtgrün für das Mikroklima als auch dessen Belastung durch Trockenstress. Keine Stadt ist in der Lage, alle Gehölze regelmäßig mit ausreichend Wasser zu versorgen. Wer sich das in Berlin nicht tatenlos anschauen und selbst wässern möchte, kann die Plattform „Gieß den Kiez" nutzen und dort mit geringem Aufwand koordiniert für die Straßenbäume sorgen. In der Datenbank sind mehr als 650 000 Bäume erfasst, die sich in einer Karte erkunden lassen. Natürlich kann man auch einfach vor die Tür gehen und schauen, was da so rumsteht. Legt man sich aber auf der Plattform ein Konto an, hat man die Möglichkeit, einen oder mehrere Bäume zu „abonnieren". Damit wird vermerkt, dass jemand den oder die Bäume regelmäßig wässert.

▶ www.giessdenkiez.de

Einfach online:
OPTIGEM Web-Bundle

https://optigem.com/webbundle



OPTIGEM
SOFTWARELÖSUNGEN FÜR GEMEINDEN
UND GEMEINNÜTZIGE WERKE

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

Spielend Gutes tun

„Social Impact Gaming“ kann NGOs bei der Finanzierung unterstützen

Für viele Menschen ist das Spielen von Videospielen ein Zeitvertreib. Der weltweite Gaming-Markt ist einer der größten in der Unterhaltungsindustrie. Über 150 Milliarden Dollar wurden 2019 mit Gaming umgesetzt. Games sind als kulturelles Medium in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Es wird daher Zeit, den Gaming-Markt mit seinem Potenzial in den Blick zu nehmen.

Von JAN RÖSSNER

Warum sollten sich NGOs den Spiele-Markt genauer anschauen? Videospiele verfolgen zunächst das Ziel, Menschen zu unterhalten. Spiele können besonders intensiv Geschichten erzählen und Menschen Teil dieser Geschichten werden lassen. Daher sind Videospiele geeignet, den Spieler emotional zu involvieren. Gerade dieser Aspekt spielt für NGOs eine wichtige Rolle, da die Themen, mit denen sie sich beschäftigen, in der Regel Verständnis und Mitgefühl verlangen. Ein weiterer Aspekt liegt im Fundraising. Die traditionellen Modelle Gelder, Spenden und Mitgliedschaften einzuwerben, stoßen an ihre Grenzen.

Themen mit sozialen Inhalten

Ein konstanter Mittelzufluss, verbunden mit einer erfolgreichen Vermittlung eigener Botschaften an bisher nicht ansprechbare Zielgruppen ist das Optimum im Sozialmarketing. Beides lässt sich mit „Social Impact Gaming“ erzielen, bei dem die Erstellung der Inhalte und Dramaturgie auf Themen mit sozialer Wirkung ausgerichtet ist und wohltätige Zwecke in das Spiel mit einbezogen werden. Gleichzeitig werden Gewinne aus den Spielen mit den NGOs geteilt.

Der Entwickler „One Earth Rising“ aus New York hat sich diesem Ansatz verschrieben. Das Team hat sich zum Ziel gesetzt, ein Portfolio an Spielen aufzubauen, die einem guten Zweck dienen. Das Label „Social Impact Gaming“ soll dabei Spielern, Sponsoren und NGOs Orientierung geben, ein hohes Qualitätsniveau und verbindliche Standards garantieren.

Regelmäßige Aufmerksamkeit für NGO

Die Vorteile des Konzepts sind vielfältig: Durch das Spielgeschehen erlebt der Spieler intensiv Probleme, Missstände und deren Ursprünge. So kann eine Hilfsorganisation ihre Botschaft vermitteln. Im Spielverlauf wird auf die Organisation, ihre Arbeit sowie deren digitale Präsenz hingewiesen. Auf diese Weise wird die Wahrnehmung für die NGO und damit die Bereitschaft für Spenden oder neue Mitgliedschaften gesteigert, und das bei Menschen, die die NGO bisher vielleicht nicht erreichen konnte. Zu Guter Letzt spendet „One Earth Rising“ einen festen Prozentsatz jedes Euros, der durch das Spiel eingenommen wird, an die NGO. Dadurch entsteht für die NGO ein regelmäßiges und unbefristetes Einkommen, unabhängig davon, ob der Spieler die Organisation unterstützt.

Hierbei besteht die Wahl zwischen einem Bezahl- und einem „Free-to-Play“-Modell, die beide ihre Vor- und Nachteile haben: Beim Bezahlmodell muss das gesamte Spiel vom Spieler gekauft werden, um es zu spielen. Vorteile: Das simple Monetarisierungs-Konzept hat kaum Betreuungsaufwand, und die Konzentration liegt auf der Vermarktung des Spiels. Nachteil: Die Bezahlhürde reduziert die Zahl der Spieler.

In der „Free-to-Play-Variante“ (F2P) erhält der Spieler das Basisspiel ohne Bezahlung. Im Spiel selbst werden verschiedene Erweiterungen angeboten, die er zum Spiel hinzukaufen kann. Über regelmäßige Erweiterungen sind konstante In-Game-Käufe

erzielbar. Um jedoch das Interesse der Spieler zu erhalten, müssen F2P-Spiele als kontinuierliche Geschichte kreiert werden. Das heißt, es werden ständig weitere Updates entwickelt.

Neue Zielgruppen ansprechen

Grundsätzlich besteht für NGOs die Möglichkeit, bei der Spielentwicklung inhaltliche Akzente zu setzen. So können sie zum Beispiel einzelne Artikel ihren parallel laufenden Kampagnen zuordnen.

Um dieses System aufrechtzuerhalten, ist es unabdingbar, die Spiele aus Sicht der und für die Spieler zu entwickeln. Der Spielspaß muss an erster Stelle stehen, da ohne Spieler keine Reichweite und keine Gelder generiert werden. Dort liegt jedoch auch die Gelegenheit für die Organisation, sich selbst für diesen Kanal neu zu erfinden und ein neues Publikum anzusprechen.

Es überrascht vermutlich, dass auch schwere Themen wie Flucht oder Kriegsbelastung von Spielern angenommen werden. Organisationen wiederum sollten sich dabei aber nicht der Gelegenheit verschließen, offen für eine Neuinterpretation ihrer Inhalte zu sein.

Erfolgsbeispiel PETA

Wie eine solche Symbiose aussehen kann, zeigt das Beispiel des ersten vom Team von „One Earth Rising“ entwickelten Spiels für die Tierrechtsorganisation PETA. In dem Spiel „Kitten Squad“ hat jedes Level eine Offline-Kampagne von PETA dargestellt. Bevor das jeweilige Level startete, wurde dem Spieler ein kurzer Videoclip gezeigt, der über das Schicksal der Tiere aus den aktuellen Kampagnen aufklärte. Obwohl die Videos oft sehr harte Inhalte zeigten, war das Spiel trotzdem auf die Unterhaltung der Gamer ausgelegt. Das Spiel zählte über 2,2 Millionen Downloads im ersten Jahr ohne zusätzliche Werbung.

Die Mehrheit der Millennials ist bereit, mehr Geld auszugeben und ihre Zeit mit Marken zu verbringen, die positive soziale Auswirkungen und Veränderungen herbeiführen wollen. NGOs sollten dies nutzen und eine Erweiterung ihrer Kommunikationskanäle in Erwägung ziehen, wenn sie langfristig neue Unterstützer an sich binden wollen und zusätzliche Kanäle beim Fundraising nutzen möchten.

Jan Rößner ist Chief Executive Officer und Mitbegründer der Firma „One Earth Rising“. Seine Management- und Marketingerfahrung hat er auf Agenturseite und bei Start-ups gesammelt. Die Förderung des sozialen Engagements mittels Computerspielen ist seine Leidenschaft und die Vision von „One Earth Rising“.
▶ **www.oneearthrising.com**

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

Ihr Ansprechpartner:
Olivier Chatain
T: 0241 18900
E: kontakt@gruen.net

→ www.gruen.net/vewa7

Flauschig und nützlich

Auf einer Schweizer Farm helfen Alpakas sozial Benachteiligten

Sie sind possierlich und liefern Wolle mit besonderen Eigenschaften. Alpakas sind aber nicht nur Nutztiere. Ihr friedliches Wesen macht sie auch für die tiergestützte Arbeit interessant. Diese Aspekte hat Monika Büchel verbinden wollen und vor zwei Jahren im Zürcher Oberland eine Alpaka-Farm gegründet, die auch sozial Benachteiligten eine Stütze ist.

Von RICO STEHFEST

Willi sei der Boss, heißt es. Und Alpy eine Frohnatur. Jedes der vier Alpakas, die auf einem ehemaligen Bauernhof im schweizerischen Mönchaltdorf leben, hat seinen ganz eigenen Charakter, will man den Worten Monika Büchels glauben. Die ausgebildete Landwirtin und Sozialbegleiterin stammt ursprünglich aus Österreich. Im Kanton Zürich hat sie in der Vergangenheit als Tierpflegerin gearbeitet. Es ist noch nicht lange her, dass sie und ihr Partner Alpakas für sich entdeckt haben. Ihr Projekt einer Alpaka-Farm haben sie im Mai 2018 gestartet. Seit November 2019 ist der Träger der Farm ein gemeinnütziger Verein.

Ganzheitliches Erlebnis

Besucher können hier die Tiere kennenlernen und alles Wissenswerte in Sachen Wollverarbeitung erfahren. Die Pflege traditionellen Handwerks ist dabei ein Aspekt, grundsätzliche Entschleunigung und entspannende Erfahrungen ein weiterer. Fern ab vom Trubel einer Großstadt lässt sich hier Ressourcenschonung vermitteln. Neben einmaligen Besuchen ist auch eine dauerhafte Unterstützung des Vereins durch eine Mitgliedschaft möglich. Auch einjährige Patenschaften werden angeboten. Bei aber gerade mal vier Tieren überrascht es nicht, dass diese bis Mitte nächsten Jahres vergeben sind.

Mehr als nur ein Streichelzoo

Wer den Verein als Mitglied unterstützt, hat neben dem Erleben der Tiere monatlich die Möglichkeit, die Werkstatt der Farm zu nutzen und unter Anleitung die Rohwolle zu verarbeiten, zu verspinnen und beispielsweise Kissen daraus herzustellen. Solche Aktivitäten sind auch für Besucher buchbar.

Da es sich bei dem Projekt aber eben um mehr als nur einen Streichelzoo handelt,

hat Monika Büchel auch eine zusätzliche Weiterbildung in tiergestützter Arbeit absolviert. Durch ihr entspanntes Wesen sind Alpakas nicht nur für Kinder spannend. Ihre beruhigende Wirkung nutzen die Betreiber des Vereins auch dafür, alle Aspekte ihres Projektes miteinander zu verbinden.

Auf der Farm können Menschen mitarbeiten, die beispielsweise aus gesundheitlichen Gründen keiner geregelten beruflichen Tätigkeit nachgehen können oder sich zeitweise in einer schwierigen persönlichen Lebenssituation befinden. Jene sozial benachteiligten Menschen finden auf der Farm Zuspruch und eine zeitweise sinnstiftende Tätigkeit in der Herstellung von Produkten aus der Alpaka-Wolle. Da bei vier Tieren die Wollproduktion überschaubar ist – ein Tier „produziert" pro Jahr bis zu sechs Kilogramm – kaufen die Betreiber weitere Wolle von einem Züchter zu. Die Zusammenarbeit mit den Hilfsbedürftigen gestaltet sich dabei locker. Die einen schauen nur einmal vorbei, andere kommen immer wieder. Sie werden am Verkauf der Produkte beteiligt. Dabei geht es allerdings nicht darum, ein geregeltes Einkommen für sie zu generieren. Dafür wirft der Shop einfach zu wenig ab. Im Vordergrund steht vielmehr der Gedanke der Community, des Miteinanders und der gegenseitigen Wertschätzung. Damit können Menschen kurzfristig unkompliziert aufgefangen werden.

Erfolgreiches Crowdfunding

Wem der Weg bis zur Farm zu weit ist, kann die Produkte auch im Online-Shop bestellen. Den betreut die Marketing- und Fundraising-Agentur FundCom von Bernhard Bircher-Suits mit einer Google-Ads-Kampagne. Zusätzliche Unterstützung hat der Verein auch in der ersten Hälfte des vergangenen Jahres erhalten. Dank einer Crowdfunding-Aktion auf funder.ch konnten 4900 Franken gesammelt werden. Das Geld wurde in einen Kleintransporter investiert, mit dem Besucher von der nächsten Bushaltestelle abgeholt werden können.

Und die Fahrt dahin lohnt sich wirklich. So können die Besucher beispielsweise auch gemeinsam mit den Alpakas einen Hindernis-Parcour und einen Barfuß-Weg durchlaufen. Vorausgesetzt eins der Tiere hat es sich nicht gerade darauf gemütlich gemacht. Dann sollte man es lieber in Ruhe lassen. Denn auch Alpakas spucken. Bislang kamen aber weder Beschwerden von den Hühnern noch von den Katzen, die mit ihnen auf der Farm leben.

▶ www.alpakable.ch

WSAG Walter Schmid AG
DIE BESTE ADRESSE FÜR ADRESSEN

MailTec AG

Zwei Unternehmen, eine Leidenschaft:
Vom Datenmanagement bis zum fertigen Mailing alles aus einer Hand.

DATENMANAGEMENT

SPENDERADRESSEN
DIE AUSWAHL MACHT DEN UNTERSCHIED

GÖNNERSTAMM ANALYSE
FÜR MEHR TRANSPARENZ

NPO DATENBANK
FÜR EIN EFFIZIENTES DATENMANAGEMENT

ADRESSEN-SERVICE
NUR KORREKTE ADRESSEN ERREICHEN IHR ZIEL

Walter Schmid AG
Auenstrasse 10
8600 Dübendorf
wsag.ch

PRODUKTIONSMANAGEMENT

BERATUNG
PERSÖNLICH. INDIVIDUELL. LÖSUNGSORIENTIERT

PRODUKTIONSLEITUNG
MIT UNS SPAREN SIE RESSOURCEN

DIRECT MAILING
25 JAHRE ERFAHRUNG INBEGRIFFEN

GIVEAWAY
KLEINE GESCHENKE MIT GROSSER WIRKUNG

MailTec AG
Auenstrasse 10
8600 Dübendorf
mailtec.ch

Glück hinterlassen

UNICEF Österreich klärt in Sachen Erbrecht auf

Vor einer Entscheidung, wer nach dem eigenen Ableben als Erbe eingesetzt werden soll, stehen gesetzliche Regeln: Wer hat ein juristisches Anrecht auf einen Pflichtteil des Erbes? Um hier mehr Klarheit zu schaffen und damit Unsicherheiten zu nehmen, hat UNICEF Österreich einen einfach zu bedienenden Erbrechner online gestellt.

Von RICO STEHFEST

Es ist einfach Teil unserer Kultur: Niemand setzt sich gern mit dem Gedanken des eigenen Ablebens auseinander. Gleichzeitig möchten viele sichergehen, dass nach dem Tod alles geregelt ist und die Hinterbliebenen nach Möglichkeit in keinen Streit geraten, was das Erbe anbelangt. Das ist völlig unabhängig von der Höhe eines möglichen Erbes der Fall.

Für alle, die sich schwer damit tun, sich professioneller Rechtsberatung zuzuwenden, will UNICEF Österreich mit einem simplen, kostenlosen Erbrechner beim ersten Schritt helfen. In Österreich ist es wie in vielen anderen Ländern: Für den Laien ist das Erbrecht kaum zu überblicken. So liegt es nahe, das Thema vor sich her zu schieben. Mit dem neuen Erbrechner will und kann UNICEF Österreich allerdings explizit keine Rechtsberatung ersetzen. Vielmehr geht es hier um einen ersten, simplen und gut nachvollziehbaren Schritt hin zum Thema Erbschaftsangelegenheiten. In einer einfachen Maske kann man die eigenen Familienkonstellationen angeben und einen Betrag auswählen, der potenziell vererbt werden soll. Das ganze verläuft komplett anonym. Am Ende wird ersichtlich, welchem Verwandten nach dem Gesetz welcher Anteil zusteht. Natürlich ist das nur eine allgemein gehaltene Übersicht, die nicht alle Details berücksichtigen kann.

Exakter Geldbetrag nicht nötig

Ein interessantes Feature stellt bei diesem Rechner die Tatsache dar, dass zur Berechnung nicht unbedingt ein zu vererbender Geldbetrag eingetragen werden muss. Lässt man jenes Feld unausgefüllt, werden nur die verwandtschaftlichen Konstellationen in Betracht gezogen, auf deren Basis die gesetzliche Grundlage mit den jeweiligen Pflichtteilen dargestellt wird. Mit einem Testament lässt sich hier zwar individuell eingreifen, aber natürlich auch nur begrenzt.

Damit verschafft der Erbrechner einen ersten groben Überblick. Gleichzeitig lässt sich die Berechnung beliebig in veränderten Grundkonstellationen durchführen, für den Fall, dass zukünftig beispielsweise ein Familienmitglied hinzukommen könnte.

Zusätzlich bietet die Seite übersichtlich aufbereitet viele verständlich gehaltene Informationen über das österreichische Erbrecht und Tipps für das korrekte Verfassen eines Testaments. Dass UNICEF dabei gleichzeitig auf das eigene Programm der Testamentsspenden verweist, versteht sich von selbst. Diese Option steht allerdings unaufdringlich und diskret als Zusatz neben allen anderen Informationen, sodass eine entscheidende Neutralität gewahrt bleibt, die niemanden zu beeinflussen versucht. ◘

▶ **www.erbrechner.at**

Spenden für den Weg aus den Slums

Wer jemals in den Slums von Manila, Mexiko-City oder Sao Paulo unterwegs war, wird dies wohl kaum vergessen können. Die Perspektivlosigkeit ist allgegenwärtig, das Elend der Armut ist fast mit Händen zu greifen.

Genau dort suchen die „Sisters of Mary" nach neuen Schützlingen für ihre Schulen und Lehrwerkstätten. „preparing the youth for a brighter tomorrow" haben sie es sich auf die Fahnen geschrieben. Und genau das tun sie auch. Rund 20 000 Mädchen und Jungen leben und lernen in den Einrichtungen der Schwesternschaft in Asien, Lateinamerika und Afrika. Dort sind die zwölf- bis 18-Jährigen sicher, besuchen die weiterführenden Schulen und werden in den Lehrwerkstätten auf das Berufsleben vorbereitet. Es ist ein kleines Wunder, wie sich die Jugendlichen zum Positiven entwickeln, wie sie Talente an sich entdecken und eine neue Perspektive für ihr Leben bekommen. Sie schöpfen Hoffnung auf eine Zukunft außerhalb der Armutsviertel der Metropolen. Die Schwestern sind dabei lebende Vorbilder, stammen sie doch selbst meist aus ärmsten Verhältnissen.

Die Schützlinge bezahlen kein Schulgeld, weil Spender für den Dienst der Schwestern aufkommen. Mit dem Abschlusszeugnis der Schule und der Ausbildung gelingt der Schritt in ein selbst bestimmtes Leben. Die Ehemaligen organisieren sich im eigenen Land in Alumni-Gruppen, sammeln Spenden für die Schulen der Schwestern. Sie haben den Weg aus den Slums geschafft.

Der Armenpfarrer Aloysius Schwartz (†) gründete nach den Wirren des Koreakriegs die Schwesternschaft in Asien. Gleichzeitig entstanden Förderkreise in wohlhabenden Ländern, um seine Arbeit mit Spenden zu finanzieren. So begann 1974 der Förderkreis in Ettlingen seine Arbeit damals noch mit dem Namen „Korean Relief." Etwa 50 Prozent des Spendenhaushaltes der „Sisters of Mary" werden durch Freunde und Förderer aus Deutschland zusammengetragen. Die Werbung um Spender und Spenden wird unter anderem im klassischen Direktmarketing und in der Schaltung von Beilagen in Titeln der KONPRESS-Medien eG erfolgreich durchgeführt. Der Verein führt seit 1996 das DZI-Spendensiegel und ist in Ettlingen, nahe Karlsruhe, zuhause.

Fotos: Wolfram Drexhage

So erreichen Sie werteorientierte Spender!

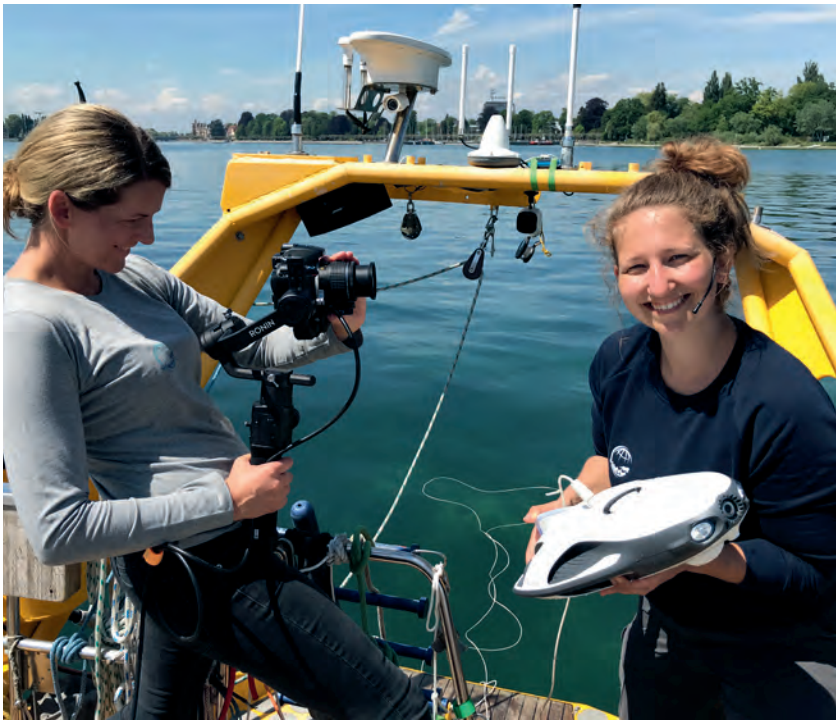
Als Service-Agentur für 40 Titel der evangelischen und katholischen Publizistik bietet die KONPRESS-Medien eG maßgeschneiderte Beratung und Vermittlung von Anzeigen und Beilagen an. Wöchentlich erzielen diese Publikationen eine Reichweite von rund 1,32 Millionen Leserkontakte in Deutschland. 85 Prozent 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

Per Livestream übern See



Da die Schüler nicht an Bord sein durften, hat das Forschungsschiff „Aldebaran“ seine Gewässer-Exkursionen auf und im Bodensee direkt in baden-württembergische Klassenzimmer und zu den Jugendlichen nach Hause gestreamt. Zum Einsatz kommt dabei modernste Technik wie die Unterwasserdrohne, die Biologin Valeska Diemel (Foto rechts) zeigt. Die Expeditionen sind Teil des Nachwuchsförderprogramms „mikro makro mint“ der Baden-Württemberg-Stiftung.

▶ www.bwstiftung.de ▶ www.aldebaran.org

Anlagekonzept: Fehlanzeige

Kleines Stiftungsvermögen, große Anlageprobleme?

Stiftungen, die ein kleineres Vermögen anlegen wollen, haben es schwerer, geeignete Angebote zu finden. Banken und Vermögensverwalter scheuten den Aufwand, für Stiftungen mit weniger als einer Million Euro Anlagekapital ein tragfähiges Konzept zu entwickeln. Das ist das Ergebnis des aktuellen Markttests der „Fuchs Richter Prüfinstanz“, die Qualität im Private Banking untersuchen und transparent machen will. Sie hatte 56 Banken und Vermögensverwalter von Banken – darunter zwölf aus Liechtenstein, Österreich und der Schweiz – gebeten, ein Vermögenskonzept auf Grundlage einer Anlagesumme von 350 000 Euro zu erstellen. Sie sollten dabei nachhaltige Investments berücksichtigen und eine transparente Nachhaltigkeitsstrategie entwickeln. Daraufhin reichte nur die Hälfte der angefragten Dienstleister einen Anlagevorschlag ein. Vermutlich war die Anlagesumme für einige Anbieter einfach zu gering. Den gesamten Report gibt es für 74 Euro unter

▶ www.fuchsbriefe.de/shop/ratings/stiftungsvermoegen-2020

MEINE MEINUNG

„Hauptsache PR, egal welche, passt eben nicht immer“

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Der (gute) Zweck heiligt die Mittel? Nicht unbedingt! Die amerikanische Stiftung „No Kid hungry“ hat eine Spende von 200 000 US-Dollar des Rappers 6ix9ine abgelehnt. Die Organisation, die sich für eine gesunde Ernährung für jedes Kind einsetzt, erklärte, dass sie keine Gelder von Spendern annehme, deren Aktivitäten ihrer Mission und ihren Werten nicht entsprechen. Und unter diese Kategorie fällt Daniel Hernandez, so sein bürgerlicher Name, offensichtlich. Der Rapper aus Brooklyn saß unter anderem wegen Waffenbesitzes, Schutzgelderpressung und Drogenhandels im Gefängnis. Sein Geld hätte die Organisation sicher gut gebrauchen können, zur eigenen Glaubwürdigkeit hätte die Annahme der Spende aber wohl eher nicht beigetragen. Hauptsache PR, egal welche, passt eben nicht zwangsläufig immer. Aber wahrscheinlich hat die Ablehnung der Spende im Endeffekt viel mehr zur Bekanntheit von „No Kids hungry“ beigetragen, als es die 200 000 Dollar je gekonnt hätten. So ist die Botschaft der Organisation klar: Wir verbiegen uns nicht. Wer uns helfen will, muss auch hinter unseren Werten stehen. Diese Haltung trägt letztendlich nicht nur zum guten Ruf bei, sondern bringt auch jede Menge Aufmerksamkeit und damit bestimmt auch mehr Spenden ein. Und der Rapper? Hat wahrscheinlich in Haft ausgewogenere Mahlzeiten bekommen als so manches US-amerikanische Kind, das in Armut lebt. Also 6ix9ine, hör auf zu schmollen!

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

Kurzgefasst …

Hochdotierter Forschungspreis

Die Else Kröner-Fresenius-Stiftung vergibt ihren gleichnamigen, mit 2,5 Millionen Euro dotierten Preis für medizinische Forschung in diesem Jahr an den Mailänder Arzt Prof. Dr. Alessandro Aiuti. Er wird für seine Erfolge bei der Entwicklung von Gentherapien ausgezeichnet, die gegen die seltene Immunkrankheit ADA-SCID zum Einsatz kommen.

▶ www.ekfs.de

Bildungsnetzwerk wechselt Trägerschaft

Zum fünfjährigen Jubiläum des „Netzwerkes Stiftungen und Bildung" wurde jetzt der Verein „Stiftungen für Bildung e.V." gegründet. Er übernimmt vom Bundesverband Deutscher Stiftungen die Trägerschaft des Netzwerkes. Dieses wurde von 15 Partnerstiftungen initiiert, um zusammen mit Stiftungen und anderen zivilgesellschaftlichen Initiativen Bildungspartnerschaften zu entwickeln.

▶ www.netzwerk-stiftungen-bildung.de

Mehr Geld fürs Klima

Die internationale Klimaschutzstiftung „myclimate" hat ihren Jahresbericht für 2019 veröffentlicht. Darin teilt sie mit, dass sie den Gesamtertrag aus den Geschäftsbereichen Bildung, Beratung und Lösungen sowie bei der Kompensation von CO_2-Emissionen im Vergleich zum Vorjahr steigern konnte. Er lag demnach bei 27 Millionen Schweizer Franken. Der komplette Bericht kann abgerufen werden unter

▶ www.de.myclimate.org/de/informieren/ueber-uns/jahresberichte

Neue Stiftung gegen Parkinson

Die Deutsche Gesellschaft für Parkinson und Bewegungsstörungen (DPG) hat mit Partnern aus Medizin, Wissenschaft und Gesellschaft die Parkinson-Stiftung gegründet. Sie will vor allem die Forschung, Lehre und Fortbildung in Bezug auf Parkinson-Syndrome fördern und die medizinische Versorgung in diesem Bereich verbessern.

▶ www.parkinsonstiftung.de

Sozialer Tag erst im Herbst

Der Soziale Tag der „Stiftung Schüler Helfen Leben" wurde auf den 1. Oktober 2020 verschoben. Er findet seit 2006 einmal im Jahr in ganz Deutschland statt. Schüler tauschen einen Tag lang die Schulbank gegen einen Arbeitsplatz. Den Lohn spenden sie für Gleichaltrige in Südosteuropa, Jordanien und Deutschland. Jährlich kommen ca. 1,1 Millionen Euro zusammen.

▶ www.schueler-helfen-leben.de

Luft nach oben

Junge Menschen wollen mehr mitbestimmen

Fast drei Viertel der 14- bis 24-Jährigen in Deutschland, nämlich 73 Prozent, fühlt sich von der Politik nicht ernstgenommen, und das unabhängig von Alter, Geschlecht oder Bildungshintergrund. Das ergab eine Studie der Vodafone-Stiftung. Dabei ist es 80 Prozent der jungen Menschen wichtig, Politik beeinflussen zu können. Eine zentrale Rolle spielt das Internet. 62 Prozent äußert sich online zu politischen Themen, 42 Prozent teilt oder liked entsprechende Beiträge, 20 Prozent kommentiert politische Posts und sieben Prozent der Befragten verfasst sogar eigene Beiträge zum Thema. Außerdem wünschen sich die Jugendlichen mehr digitale Beteiligungsformate, zum Beispiel bundesweite Online-Bürgerentscheide (77 %) oder die Möglichkeit, online zu wählen (66 %). Ebenso viele würden gern an Wahl- und Parteiprogrammen mitarbeiten. Insgesamt wurden 2149 Jugendliche befragt, 1100 waren zwischen 14 und 19 Jahren, 1049 zwischen 20 und 24 Jahren.

▶ www.vodafone-stiftung.de

Spendenmailings mit Plan:
Alexandra Sievert-Heidemann
0521-557359-19

SIEVERTDRUCK&SERVICE
Sievert Druck und Service GmbH
Potsdamer Straße 220, D-33719 Bielefeld
www.druck-u-service.de

Miteinander statt gegeneinander

Warum bei Fördergesuchen ein Perspektivwechsel hilfreich sein kann

Sie haben sich für Ihr Fördergesuch an eine Stiftung richtig viel Mühe gegeben und es ordnungsgemäß eingereicht. Doch seitdem herrscht Funkstille. Bevor Sie nun wütend zum Telefon greifen, kann es helfen, einmal die Sichtweise der Stiftungsmitarbeiter einzunehmen. Und diese sollten im Gegenzug auch häufiger versuchen, sich in die Antragsteller hineinzuversetzen. Ein Förderantrag aus zwei Blickwinkeln betrachtet.

Von Dr. MARC-ANDRÉ PRADERVAND und Dr. LUKAS VON ORELLI

Der Fundraiser: Jetzt habe ich vor gut einer Woche dieser Förderstiftung eine E-Mail mit meinem zweiseitigen Fragenkatalog zum Vorgehen für Fördergesuche geschickt, aber immer noch nichts gehört. Dabei hätten wir ja so ein innovatives Projekt. Da müsste die Stiftung doch reagieren!

Schon im letzten Jahr hatten wir im Rahmen eines Massenversands ein Gesuch an diese Stiftung gestellt, aber bloß eine Standardabsage erhalten. Dabei steht im Zweck dieser Stiftung ganz klar, dass sie Projekte in unserem Wirkungsbereich unterstützen. Ich habe nach der Absage angerufen und wollte mit der Stiftung verhandeln, aber das hat die Stimmung nicht wirklich verbessert …

Neulich hat mir eine Fundraising-Kollegin erzählt, dass Förderstiftungen Wert darauf legen, dass man vor der Gesuchstellung die Vorgaben der Stiftung für Gesuche auf ihrer Website studiert und sich danach richtet. Bei offenen Fragen ruft man am besten die Stiftung vor dem Versand des Gesuches an. Dies erhöht den Erfolg eines Gesuches, wie dies auch der „Grantee Review Report 2019“ des Center for Philanthropy Studies (CEPS) der Universität Basel zeigt. Nun, in diesem Jahr habe ich beschlossen, den Rat meiner Kollegin zu befolgen …

Die Förderstiftung: Uff, jetzt ist mir die E-Mail dieses Fundraisers schon ganz tief im Posteingang hinuntergerutscht. Es war aber auch wieder viel los die letzten zwei Wochen … Stiftungsrat, Investment Committee in Dänemark, Preisverleihung in Genf, Referat in Basel … Naja, das sieht jetzt nicht gut aus, aber ich schau's mir an und entschuldige mich halt. Zwei Seiten Fragen? Das ist ziemlich viel. Ich hätte ihn gleich auf die Website verweisen können. Nochmals peinlich. Aber ok. Der nächste Eingabetermin ist sowieso erst im September. Das steht ja auch auf unserer Website …

Der Absender kommt mir bekannt vor. Da war doch letztes Jahr etwas. Ach so ja, diese Massenmail. Ja, bei uns steht halt Umwelt im Zweck, aber die Strategie ist unterdessen viel fokussierter. Wir können nicht alles fördern, was uns erlaubt ist, sonst machen wir nichts richtig. Hat er nicht noch angerufen? Ja, daran erinnere ich mich. Toll, wenn sich jemand wirklich informieren will, was uns interessiert. Aber wir geben uns ja wirklich Mühe, alles auf die Website zu schreiben, was es braucht, um bei uns ein Gesuch zu stellen. Uns etwas verkaufen zu wollen, das wir nicht suchen, ist für beide Seiten Zeitverschwendung …

Das Telefon klingelt. Meine Assistentin nimmt ab, jetzt kann ich endlich die Mail beantworten. Was, für mich? Der Fundraiser mit der Mail. Jetzt ist er mir zuvorgekommen …

Vor dem Anruf bereite ich mich wie vor einer Jobbewerbung seriös auf das Gespräch vor, indem ich die Tätigkeit der Stiftung studiere und mir Fragen im Zusammenhang mit unserem Projekt notiere. Etwas nervös bin ich schon, als ich die Stiftung anrufe. Aber als ich mit der richtigen Person verbunden werde, mich vorstelle und erwähnen kann, dass ich Verbandsmitglied von Swissfundraising bin, der die ethischen Richtlinien einhält und keine Provisionen nimmt, ist das Eis gebrochen. Ich kann unser innovatives Projekt kurz vorstellen sowie die, aus meiner Sicht, noch offenen Punkte klären. Am Schluss darf ich den Satz hören: „Senden Sie uns bitte Ihr Gesuch zu." Nachdem die letzten Fragen betreffend Umfang des Gesuches und Abgabetermin geklärt sind, beenden wir das Gespräch, und ich habe das Gefühl, diesmal kein Geschirr zerschlagen zu haben, sondern am gleichen Strick zu ziehen wie die angefragte Förderstiftung. Meine Chancen bleiben diesmal intakt.

Nun gut, rein in das Gespräch. Ein bisschen unangenehm ist mir das schon, aber vielleicht ist er ja Profi. Wenn ich ihm genau erkläre, was wir suchen, kommt er vielleicht später mit super Ideen. Und wenn er nur ein Verkäufer ist? Dann muss ich schnell einen Strich ziehen …

Ok. Er ist Profi. Gott sei Dank. Jetzt bin ich mal gespannt. Ich bin mir zwar nicht sicher, ob das Projekt 100-prozentig passt, aber anschauen können wir es uns. Das kann auch helfen, dass wir voneinander besser verstehen, wie beide Seiten funktionieren. Wenn es dieses Mal nicht fruchtet, dann vielleicht ein anderes Mal. Ich habe auch das Gefühl, dass er unser Verfahren respektiert. Wir haben unseren Fokus, und die Konkurrenz ist groß. Aber es hilft, Partner zu haben, die gute Ideen aufstöbern und die Kandidaten zu uns bringen, die am besten zu uns passen. Es ist halt wie bei der Jobsuche.

Dr. Marc-André Pradervand ist seit 20 Jahren als Fundraiser und Interim-Manager tätig und übernahm bei verschiedenen Schweizer Hilfswerken wie UNICEF, Save the Children, World Vision und Médecins Sans Frontières (MSF) leitende Positionen im Fundraising. Er sitzt im Vorstand von mehreren Organisationen und ist als Fundraising-Referent und -Berater im In- und Ausland tätig.
▶ contact@pradervand.ch

Dr. Lukas von Orelli ist Jurist und Ökonom und seit über 20 Jahren Geschäftsführer von Stiftungen, seit 16 Jahren bei der Velux-Stiftung in Zürich, die Forschung in den Bereichen gesundes Altern, Augenkrankheiten und Tageslicht fördert. Seit zehn Jahren ist er zudem im Vorstand von SwissFoundations, dem Verband Schweizer Förderstiftungen, seit 2016 als Präsident. Lukas von Orelli hat und hatte darüber hinaus verschiedene Vorstands-, Stiftungsrats- und Beiratsmandate in Vereinen und Stiftungen.
▶ www.swissfoundations.ch

Dieser Text betrifft nicht eine bestimmte Stiftung, sondern fasst Erfahrungen aus der Praxis der beiden Autoren zusammen.

oneFIT® NGO
Die Software für Vereine, Verbände und Stiftungen

Spenden kann so einfach sein!

- Spendenbuchhaltung
- Spendenaufrufe
- Veranstaltungsmanagement
- Kampagnensteuerung
- Analyse- & Auswertungstools
- Legatverwaltung

EC Consulting GmbH | Meerbuscher Straße 64-78, Alte Seilerei, Haus Nr. 6 | 40670 Meerbusch
Tel.: + 49 (0) 2159 81532 - 0 | www.business-central-akademie.de | www.ngosoftware.de

Bach auf Balkonien

Mit Orgel und Lkw quer durch Berlin

33 Konzerte in vier Tagen – vieles, was vorher unmöglich schien, wurde während der Corona-Pandemie trotz widriger Umstände auf die Beine gestellt. Die Bürgerstiftung Berlin hat innerhalb von nur zwei Wochen eine Konzerttournee der besonderen Art organisiert.

Von UTE NITZSCHE

„Die Menschen dürfen gerade nicht in die Konzertsäle, also muss die Musik irgendwie zu den Menschen kommen." Christian Reichart kommentiert die Idee, den amerikanischen Star-Organisten Cameron Carpenter vor Berliner Senioren-, Behinderten- und Obdachlosen-Heimen auftreten zu lassen, ziemlich pragmatisch. Der Kulturmanager ist Initiator des Projekts, das bereits für viel Aufsehen sorgte. Wann sieht man schließlich schon mal eine Orgel samt riesiger Lautsprechertürme auf einem Lkw quer durch die Hauptstadt fahren? An 33 Stationen machte der Tross halt, fuhr dabei durch zehn Berliner Bezirke und legte insgesamt über 200 Kilometer zurück. Carpenter spielte an jeder Station jeweils rund 25 Minuten lang Stücke von Bach, und die Zuhörer lauschten begeistert an Fenstern und Balkonen.

Gute Beziehungen

Der Musiker ließ sich recht schnell von der Idee überzeugen. Da Carpenters große USA-Tournee sowieso gerade nach nur wenigen Konzerten wegen Corona abgebrochen worden war, war die Gelegenheit günstig. Vielleicht einen Tag habe es gedauert, so Christian Reichart, den Organisten ins Boot zu holen. Aber von da an sei er Feuer und Flamme gewesen, brachte ständig neue Ideen ein, holte neue Leute hinzu und habe damit schon lange vor dem ersten Konzert einen großen Anteil zum Gelingen beigetragen. Reichart kennt Cameron Carpenter seit einigen Jahren und ahnte, dass sich der Weltstar für so ein Vorhaben begeistern ließe. Als Zustifter der Bürgerstiftung Werra-Meißner in Hessen weiß Christian Reichart zudem genau, was diese zu leisten im Stande sind. Warum also nicht beide Aspekte zusammenbringen?

Nur 14 Tage Zeit zum Planen

Konkret heißt das, dass in nur 14 Tagen die entsprechenden sozialen Einrichtungen kontaktiert wurden, politische Entscheidungsträger, Bezirksämter und die Polizei angefragt, ein Zeitplan erstellt, eine Orgel, Lautsprecher, ein Starkstromgenerator und ein Neun-Tonnen-Lkw ausgewählt sowie alle Orte mit An- und Zufahrtswegen inklusive sämtlicher Brücken und Unterführungen gecheckt werden mussten. Gestemmt wurde diese Mammut-Aufgabe im Wesentlichen von drei Personen, darunter ein ehrenamtlicher Mitarbeiter. Ein Vorläufer-Modell, an dem man sich hätte orientieren können, war nicht bekannt.

Und wie wurden die Konzerte finanziert? Das Geld komplett über Spenden

einzuwerben, stellte sich schnell als nicht sonderlich praktikabel heraus. „Wir mussten feststellen, dass dieses Projekt für eine Spendenkampagne nur bedingt geeignet ist. Durch die Kürze der Zeit bedeutete der Start der Vorbereitung gleichzeitig das Abschließen von Miet-Verträgen und Ähnlichem. Wir konnten also nicht werben: ‚Ihre Spende ermöglicht dies.' Es würde ja auf jeden Fall stattfinden, und anderes zu behaupten wäre weder glaubhaft noch seriös", berichtet Christian Reichart. Letztendlich unterstützten der Berliner Kultursenator, die Allianz-Kulturstiftung sowie einige Heime und Privatpersonen das Vorhaben.

Bei Organisation und Vorbereitung leistete die Bürgerstiftung Berlin den Löwenanteil. Christian Reichart erklärt weiter: „Ich hatte nicht mit einer so großen Tour gerechnet. Steffen Schröder, der Geschäftsführer der Bürgerstiftung Berlin, hatte vorgeschlagen, die vier Tage so voll zu packen wie möglich, und Cameron Carpenter war einverstanden. Und die Anzahl der Konzerte ändert ja nichts an den Mietkosten für den Lkw, also war der Gedanke völlig richtig." Steffen Schröder stellte die Tour dann zusammen, beratschlagte mit Politik und Verwaltung. An der eigentlichen Durchführung vom 29. April bis 2. Mai waren nur knapp 20 Personen beteiligt. Die Berliner Bürgerstiftung übernahm wichtige Aufgaben. Sie stellte zum Beispiel einen Ordnungsdienst, der Grüppchenbildung von zufälligen Passanten verhindern sollte.

Breites Medienecho

Der Aufwand hat sich gelohnt, die „Konzerte vor den Fenstern der Stadt" waren ein voller Erfolg, die Resonanz in den Medien enorm. Der RBB, der Kultursender arte, die Süddeutsche Zeitung und der Berliner Tagesspiegel berichteten ebenso wie das Nachrichtenmagazin Focus. „Allein den Beitrag im ‚ZDF heute journal' sahen 4,6 Millionen Zuschauer – und die Bürgerstiftung wurde extra erwähnt", freut sich Christian Reichart. Er schätzt, dass es das in jüngster Zeit „wahrscheinlich zahlen- und reichweitenmäßig größte Livemusik-Projekt" gewesen ist.

Und auch die Zuhörer selbst haben jede Menge positives Feedback gegeben. „Das Zeichen der Solidarität, des Nicht-Vergessen-Werdens und natürlich die Musik hat vielen Menschen viel bedeutet und viel gegeben", sagt der Initiator. Auf die Frage, ob er im Nachhinein betrachtet irgendetwas anders machen würde, erwidert er: „Das Projekt lebte davon, dass in einem kurzen Zeitraum die unterschiedlichsten Menschen intensiv daran gearbeitet haben, etwas Ungewöhnliches zu ermöglichen, und so war es perfekt."

▶ www.buergerstiftung-berlin.de

Sind Sie schon grün?

Digitalreport zu Stiftungen und Nachhaltigkeit erschienen

Welche Rolle spielen Stiftungen, wenn es um die Nachhaltigkeitsziele der UN geht? Der neue umfangreiche Digitalreport „Gemeinsam zu mehr Nachhaltigkeit" des Bundesverbands Deutscher Stiftungen gibt Antworten und nennt Kriterien, auf die Stiftungen achten sollten.

Von UTE NITZSCHE

In den 17 Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen verpflichtet sich die Menschheit bis 2030 zu mehr Nachhaltigkeit. Der Report des Bundesverbandes geht nun unter anderem der Frage nach, wie Stiftungen zur Umsetzung dieser Ziele beitragen können und nennt konkrete Möglichkeiten.

So sei es entscheidend, wie eine Stiftung ihr Kapital anlegt. Auf dem schmalen Grat zwischen Vermögenserhaltung und der Notwendigkeit, Erträge zu erbringen, neigen Stiftungen eher dazu, traditionell zu investieren. Nachhaltigkeitsprinzipien in den Anlageformen werden dabei oftmals nicht beachtet, weshalb manche Stiftungen gar nicht wüssten, dass in ihrem Anlageportfolio beispielsweise auch Kinderarbeit, Rüstungsgüter und die Kohle- oder Tabakindustrie enthalten sind. Zudem mangele es noch an entsprechenden Anlageformen und Beratungsangeboten. Der Report empfiehlt Stiftungen deshalb, anhand ihres Stiftungszwecks eine Anlagerichtlinie zu erstellen, deren Umsetzung fortwährend zu überwachen und auszuwerten und gegebenenfalls zu optimieren.

Divestment-Bewegung

In Deutschland haben sich bereits einige Stiftungen wie die Bewegungsstiftung und die Deutsche Bundesstiftung Umwelt über ein sogenanntes Pledge (auf Deutsch: Versprechen) der „Divestment-Bewegung" angeschlossen. Sie besteht seit 2012 und verfolgt das Ziel, negative Auswirkungen auf das Klima zu beseitigen, indem Investitionen in Kohle-, Öl- oder Gasunternehmen beendet und in nachhaltige Investitionsformen umgelenkt werden.

Mithilfe eines eigenen Kriterienkatalogs haben Stiftungen außerdem ganz direkt Einfluss darauf, eigene Projekte nachhaltig zu gestalten und nur solchen Organisationen Fördergelder zukommen zu lassen, die dies ebenfalls tun. Stiftungen können sich so ganz bewusst und ohne Umwege für Nachhaltigkeit entscheiden. Die Autoren des Reports schlagen zum Beispiel vor, zusammen mit allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine Zuordnung der einzelnen Arbeitsbereiche und Aufgaben entlang der Unterziele der SDGs zu erstellen, wo genau sich das Handeln jedes Einzelnen verbessern lässt. Oft finden sich bei genauerer Betrachtung schon Ansatzpunkte, wo das eigene Stiftungshandeln zur Nachhaltigkeit beiträgt.

Rolle der Bürgerstiftungen

Eine große Rolle bei der Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele spielen laut Report auch die Bürgerstiftungen. Sie können in besonderer Weise dazu beitragen, das Wissen zu den SDGs in der Bevölkerung bekanntzumachen, denn laut Report können in Deutschland immer noch zu wenige Menschen etwas mit dem Begriff SDG anfangen. Da Bürgerstiftungen direkt in den Kommunen verankert sind, können sie an diesem Punkt ansetzen, indem sie mit den Bürgerinnen und Bürgern in einen Dialog treten und Teilhabe-Möglichkeiten anbieten.

Den Report „Gemeinsam zu mehr Nachhaltigkeit" finden Sie online unter

▶ **www.stiftungen.org/sdg-report.html**

Ihr Digital- und Telefundraising:

Eine integrierte Strategie **mit Socialminds**

„Aus unserer Erfahrung wissen wir, dass es ein sehr großer Vorteil ist, wenn die Teams aus den Bereichen „Digital“ und „Telemarketing“ in einem Unternehmen zusammenarbeiten. So wird sicher gestellt, dass die Reise und die Erfahrung Ihres Spenders aufeinander abgestimmt sind. Außerdem kann überprüft werden, ob die Aktion zur Lead-Generierung und das Telefon-Skript gut zusammenpassen und ob wichtige Datenprozesse reibungslos ablaufen. ***Alles aus einer Hand!“***

SENSIBILISIERUNG - ENGAGEMENT - CONVERSION

1 Online

Community-Bildung durch sinnvolles Online-Engagement

Halten Sie das Engagement Ihrer Community aufrecht: Retargeting & E-Mail-Reise

2 Online/Telefonisch

Ihre Community generiert Telefonisch oder Online finanzielle Unterstützung

Conversion

Erstkontakt zur Umwandlung der Online generierten Kontakte in einen neuen Spender

Willkommen

Ihre Organisation ins Gedächtnis der neuen Spender bringen

Dauerspende

Regelmäßige Spenden durch eine Einzugsermächtigung generieren

Erhöhung

Spendenvolumen von bestehenden Einzugs-ermächtigungen für wichtige Projekte erhöhen

socialcall.

Unser Team ist gespannt auf Ihre Fragen: info@socialminds.de oder telefonisch: 030 30809649. Mehr Informationen über alle Leistungen finden Sie auf unserer Website: www.socialminds.de
Wir freuen uns auf Sie!

socialminds

Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Wechsel bei „Licht für die Welt“

Beim Schweizer Hilfsverein „Licht für die Welt“ gibt es einen Wechsel an der Spitze. **Christina Anderegg** wird Geschäftsführerin. Der bisherige Geschäftsführer Gabriel Müller wird sich auf den Bereich „Strategische Partnerschaften“ konzentrieren. Christina Anderegg war bislang stellvertretende Geschäftsführerin bei „Licht für die Welt“. Die gelernte Betriebsökonomin und Kommunikationsberaterin hat bereits umfassende Erfahrungen im Non-Profit-Bereich. Sie hat als Geschäftsführerin für eine Schweizer Hilfsorganisation für hirnverletzte Kinder gearbeitet. „Ich freue mich sehr, in den ärmsten Regionen der Welt Menschen mit Behinderungen dabei zu helfen, ihre Entwicklung eigenverantwortlich mitzugestalten“, sagt sie mit Blick auf ihre neue Aufgabe.

Genervt von Monstern und Co?

Fundraising-Jobs gibt es hier:

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

www.fundraising-jobs.de

Ein Service vom Fundraiser magazin
Fachlektüre, die Spaß macht

Abschied von der DFL-Stiftung

Stefan Kiefer verlässt die DFL-Stiftung nach sechs Jahren als Vorstandsvorsitzender auf eigenen Wunsch. Der 54-Jährige wird seinen zum 31. Dezember auslaufenden Vertrag nicht verlängern und scheidet zum 31. August 2020 aus. Schon als Geschäftsführer „Kirche und Sport“ für die Evangelische Kirche in Deutschland und als Verantwortlicher für die Volunteer-Organisation beim Fußballverein Hannover 96 widmete er sich haupt- und nebenamtlich sportlichen Themen.

Erfahrene Stiftungsfrau leitet die Wasser-Stiftung

Die neue Vorstandsvorsitzende der Wasser-Stiftung ist Dr. **Beate Grotehans**. Sie war bisher Stellvertreterin von Henner Lang, der aus Altersgründen Ende April 2020 seinen Vorsitz abgegeben hat. Mit Beate Grotehans tritt eine erfahrene Stiftungsfrau die Nachfolge an. Seit 2012 engagiert sie sich in der Wasser-Stiftung, anfangs noch als Projektentwicklerin. Ihre Expertise hat sie unter anderem als Senior Project Managerin bei der Siemens-Stiftung erworben.

Hessing-Stiftung mit Interims-Direktor

Zum 1. Mai 2020 hat **Michael Hofmann** übergangsweise den Posten des Direktors der Hessing-Stiftung übernommen, nachdem der bisherige Direktor, Thomas Schmidt-Tancredi, vom Verwaltungsrat der Stiftung kurzfristig abberufen wurde. Michael Hofmann ist Partner der Unternehmensberatung Vindelici Advisors AG mit Hauptsitz in Augsburg, die sich in einem Geschäftsfeld auf das interimsweise Führen von Unternehmen spezialisiert hat.

NGO-Profis für „Save the Children Schweiz“

Ab September übernimmt **Adrian Förster** die Geschäftsführung bei „Save the Children Schweiz“. Zuletzt hatte er dieses Amt bei „TearFund Switzerland“ inne. Förster verfügt über langjährige Erfahrung im NGO-Sektor, unter anderem als Projektmanager in Guinea und als Deputy Managing Director sowie Country Manager „Cameroon und Chad“ für „SAM global“ in der Schweiz. Er hat einen Master in Jura und einen Bachelor in International Studies und Theologie. Direktorin der neu geschaffenen Abteilung „Fundraising & Philanthropie“ ist seit Anfang April **Lea Bachmann**. Sie arbeitet seit 2014 bei „Save the Children Schweiz“, zuletzt war sie für die Betreuung von Stiftungen und Unternehmen verantwortlich. Bachmann absolvierte den CAS in „Development & Cooperation“.

Erste Frau an der Spitze des Bundesverbands Deutscher Stiftungen

Der Bundesverband Deutscher Stiftungen hat eine neue Generalsekretärin. **Kirsten Hommelhoff** wird ihr Amt in der Leitung von Europas größtem Stiftungsverband am 1 September 2020 antreten. Sie ist damit die erste Generalsekretärin in der 72-jährigen Geschichte des Verbandes. Kirsten Hommelhoff hat zuvor das Geschäftsführungsbüro und in den letzten fünf Jahren das „ProjektZentrum“ Berlin bei der Stiftung Mercator geleitet. Außerdem war sie dort stellvertretende Leiterin des „Kompetenzzentrums Internationale Verständigung“. Vor dieser Tätigkeit war die Volljuristin Leiterin des Büros des damaligen stellvertretenden Fraktionsvorsitzenden der FDP-Bundestagsfraktion, Dr. Werner Hoyer, sowie juristische Referentin im Konzernvorstandsbüro der Deutsche Bahn AG.

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

Akademie
Beratung
Wissen

Fundraising Akademie
WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

Fortbildung „CSR-Manager/-in (FA)“

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

Unternehmerische Verantwortung als Beruf

Wir informieren Sie gerne unter (069) 580 98 - 124, oder
senden Sie eine Mail an: sommer@fundraisingakademie.de

www.fundraisingakademie.de

In Kooperation mit FundConsult

Doppelspitze für die Deutsche Engagement-Stiftung

Katarina Peranic und **Jan Holze** sind die Gründungsvorstände der neu errichteten Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt. Katarina Peranic blickt auf eine zwölfjährige Tätigkeit bei der „Stiftung Bürgermut" zurück, davon auf acht Jahre als Vorständin. Die zertifizierte Stiftungsmanagerin (DSA) studierte Politikwissenschaft in Berlin. Seit mehr als zehn Jahren begleitet sie Projekte in Zivilgesellschaft und Politik.
Seit 2015 hat Jan Holze die Ehrenamtsstiftung Mecklenburg-Vorpommern aufgebaut. Zuvor hat er BWL und Rechtswissenschaften studiert. Nebenher ist Jan Holze ehrenamtlich im Kinder- und Jugendsport engagiert. Der Volljurist bringt Vereins-, Verbands- und Stiftungserfahrung von der lokalen bis hin zur Bundesebene mit.

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

Tierschutzfachfrau leitet Kampagnen-Abteilung

Die Leitung der Kampagnen-Abteilung bei „Vier Pfoten Schweiz" übernimmt **Karin Hawelka**. Sie löst Lucia Oeschger ab. Karin Hawelka gründete 2005 die Tierschutzorganisation „Care for Dogs Foundation" in Thailand. Mit einem internationalen Team von rund zehn Mitarbeitenden baute sie ein Tierheim mit knapp 200 Straßenhunden inklusive einer Klinik auf. Nach ihrer Rückkehr in die Schweiz bringt sie nun ihre Erfahrungen bei „Vier Pfoten" ein.

Personalwechsel bei der Deutschen Bundesstiftung Umwelt

Michael Diekamp (Foto) hat am 1. Mai die Verantwortung für das Betriebsmanagement in der gemeinnützigen Tochtergesellschaft der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU), dem DBU-Naturerbe, übernommen. Der Diplom-Forstwirt verantwortet die jährliche Wirtschafts- und Budgetplanung für den Dienstleister „Bundesforst" in zwölf Bundesforstbetrieben. Zum 15. August wird außerdem **Klaus Jongebloed** neuer Leiter der Stabsabteilung und Chef der Pressestelle der DBU.

Großspenden-Profi bei Wikimedia Deutschland

Susan Röhlig verantwortet als Managerin „Philanthropisches Engagement" das Major Donor Fundraising bei Wikimedia Deutschland. Zuvor hat sie unter anderem mehrere Jahre die Top- und Großspender sowie Testamentsspender des DRK-Generalsekretariats betreut und danach das Team Major Donor Fundraising der DKMS geleitet. „Es ist eine riesige Motivation, Teil dieses weltweit einzigartigen Projekts sein zu dürfen und die Idee freien Wissens voranzutreiben."

European Venture Philanthropy Association setzt neue CEO ein

Roberta Bosurgi wird ab 1. September neue CEO der European Venture Philanthropy Association (EVPA). Zuvor war sie Senior Executive bei Novartis, wo sie unter anderem auch in leitender Position für die Novartis Foundation tätig war. Sie bringt mehrjährige internationale Erfahrung in der Unternehmensberatung mit. Der Schwerpunkt ihrer Arbeit lag dabei auf dem Management von Veränderungsprozessen und Geschäftsumwandlungen.

Point-Alpha-Stiftung mit neuer Geschäftsführung

Sebastian Leitsch (Foto) übernimmt nimmt ab September die Geschäftsführung der Point-Alpha-Stiftung. Leitsch hat an der Universität der Bundeswehr in München Staats- und Sozialwissenschaften studiert. Nach der Offiziersausbildung bei der Marine hat er das Karriereberatungsbüro in Göttingen geleitet. Stellvertretender Geschäftsführer wird Dr. **Roman Smolorz**. Er war zuvor wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Uni Köln und in verschiedenen wissenschaftlichen Funktionen in Regensburg tätig.

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

Ihre Lösungen sind näher als Sie denken!

Professionelles Fundraising für alle!

- strategische und operative Beratung
- Gute Neuspender/innen finden und binden
- Hauslist-Spender entwickeln
- Spender-Telefonie
- personelle Unterstützung

Vereinbaren Sie noch heute Ihre kostenlose Telefonkonferenz

van Acken – mehr als nur eine Agentur

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

Anspitzen verboten!

Der pflanzbare Bleistift als Visitenkarte

Ein mit Kontaktdaten gravierter Bleistift lässt traditionelle Visitenkarten aus Papier einfach altmodisch erscheinen. Wahrscheinlich ist das ein Grund, weswegen das Unternehmen „Sprout World" eine steigende Nachfrage nach dem weltweit patentierten, nachhaltigen, personalisierten Stift verzeichnet. Das Verschenken eines Bleistifts, aus dem frisches Basilikum oder ein violettes Vergissmeinnicht wachsen kann, ist zudem eine starke Möglichkeit, sowohl die Werte der Organisation als auch die eigene, persönliche Wahrnehmung beim Empfänger des Stifts zu stärken. Der Stift selbst ist ein zu 100 Prozent natürliches und nachhaltiges Produkt. Es gibt ihn mit zehn verschiedenen Samen wie Thymian, Basilikum, Salbei, Kirschtomate, Gänseblümchen und Vergissmeinnicht. Nur immer wieder anspitzen sollte man ihn nicht.

▶ www.sproutworld.com

DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND

SEIEN SIE DABEI!

Werden Sie jetzt Mitglied im Deutschen Fundraising Verband.

Vorteile im Überblick
- aktives Branchennetzwerk
- intensiver Austausch in Fach- und Regionalgruppen
- Mitgliederpreise für:
  - alle Veranstaltungen des Verbandes
  - Erstberatung bei Rechtsfragen
  - u. v. m.

Mehr über die Vorteile einer Mitgliedschaft unter **www.dfrv.de** und telefonisch unter: **030 3088 31800**

Kurzgefasst …

Website barrierefrei machen: mit Förderung

Veruschka Bohn und Nina Neef „übersetzen" Projektbeschreibungen und Co. in von Hand illustrierte leichte Bildsprache. Neu im Angebot ist das „Übersetzen" von Websites in Barrierefreiheit. Dafür bringen die beiden Expertinnen das Budget gleich mit: Sie helfen (pro bono) beim passenden Mikro-Förderantrag bei der „Aktion Mensch".

▶ www.ninaneef.de

Hessen fördert Digitalisierung für NPOs

Das Hessische Ministerium für Digitale Strategie und Entwicklung hat ein Förderprogramm aufgelegt, das Digitalisierungsvorhaben in Non-Profit-Organisationen mit einer Summe von 5000 bis 15 000 Euro unterstützt. Das Programm „Ehrenamt digitalisiert!" fördert Digitalisierungsvorhaben innerhalb von gemeinnützigen Vereinen, deren hessischen Dachverbänden sowie gemeinnützigen juristischen Personen des Privatrechts.

▶ https://digitales.hessen.de

Sozialhelden gründen Akademie

In der „SOZIALHELD*INNEN-Akademie" bieten Medienschaffende Workshops, Vorträge und Beratungen rund um Disability-Mainstreaming – Menschen mit Behinderung überall mitdenken und einbeziehen –, moderne Medienarbeit und politische Kampagnen an. Damit helfen sie Organisationen, Verbänden und Unternehmen, deren gesetzliche und soziale Verantwortung wahrzunehmen.

▶ www.sozialhelden.de/akademie

Instagram erweitert Spendensticker

Instagram hat Funktionen erweitert und zwei neue Sticker hinzugefügt. Unternehmen stehen jetzt die Sticker „Geschenkgutschein", „Essen bestellen" und „Spenden" zur Verfügung. Diese können entweder in den Storys oder auf dem Profil des Unternehmens eingebunden werden. Klickt ein Nutzer dann auf den Sticker, wird auf die Seite eines Drittanbieters weitergeleitet, über welche die Spende getätigt oder der Gutschein erworben wird.

▶ www.instagram.com

Neue Soziale Einkaufsplattform ekoneo.de

Die neue Online-Plattform ist als als soziales Projekt, das gemeinnützigen Organisationen hilft, Kosten im Einkauf zu sparen, konzipiert. Dafür verhandeln die Betreiber mit Unternehmen Sonderkonditionen für Gemeinnützige und stellen diese kostenlos auf der Plattform bereit.

▶ www. ekoneo.de

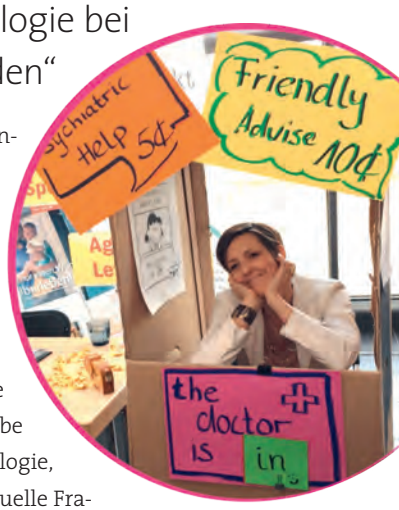
Mehrheit für die Maus

Mit 49 Prozent aller abgegebenen Stimmen hat „Die Sendung mit der Maus“ den Publikumspreis beim Deutschen Hörfilmpreis 2020 gewonnen. Das gab der Deutsche Blinden- und Sehbehindertenverband bekannt. Pate für den Publikumspreis war Jürgen Dusel, der Beauftragte der Deutschen Bundesregierung für Menschen mit Behinderung. Seit 2018 ist die beliebte TV-Kindersendung komplett barrierefrei. Die aktuellen Ausgaben sind auf *www.die-maus.de* als Stream verfügbar mit Audiodeskription, Gebärdensprache und Untertiteln. Die MausApp und die neue Smart-TV-App mit der Maus bieten Streams mit Gebärdendolmetscherinnen.

▶ www.die-maus.de

Frag Lucy

Spannendes aus der Spenderpsychologie bei wöchentlichen Online-„Sprechstunden“



Persönliche Zusammenkünfte auf Fundraising-Veranstaltungen sind weiterhin nicht oder nur eingeschränkt möglich. Regelmäßiger Austausch und neuer Experten-Input sind aber auch – und besonders – in diesen Zeiten wichtig. Eine virtuelle Möglichkeit bieten die wöchentlichen Online-Sprechstunden der Agentur Goldwind. Jeden Mittwoch kommen Fundraiserinnen und Fundraiser aus verschiedenen NGOs online für eine Stunde zu einem bestimmten Thema zusammen. „Ich gebe zu Beginn einen kurzen Einstieg aus der Spenderpsychologie, dann tauschen wir uns aus und ich beantworte individuelle Fragen. Getreu dem Motto: Miteinander voneinander lernen“, erläutert Dipl.-Psychologin Danielle Böhle das Konzept. Die Themen variieren, beispielsweise Spenderdank, Generation Babyboomer, emotionale Ansprache, geschlechtsspezifisches Fundraising, Donor Journeys oder Weihnachtsmailings in Coronazeiten.

▶ www.goldwind-bewirken.de/frag-lucy

mailingtage

EXKLUSIV.RELEVANT.FOKUSSIERT.

EFFEKTIVER DIALOG IN EINER DIGITALISIERTEN WELT!
Online-Stärken mit Offline-USP's geschickt kombiniert

POST & PORTOSPECIAL FÜR NATIONALEN WIE INTERNATIONALEN VERSAND

CROSSMEDIALE DIALOG-KONZEPTE & PROGRAMMATIC PRINTING
Zukunftsstrategien für B2B und B2C

Die neuen mailingtage – das HYBRID-EVENT 2020!

LIVE-CONNECT Kongress am 17.09.2020
Gesellschaftshaus Palmengarten, Frankfurt am Main

DIGITAL-CONNECT Verlängerung im Web
im Anschluss an den Kongress, Video on demand

JETZT TICKET SICHERN
www.mailingtage.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

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

Socialminds
Wir sind Socialminds und wir liefern Ergebnisse. Mit ansprechenden Kampagnen und fundierten Datenanalysen helfen wir Non-Profit-Organisationen, mehr und bessere Spender zu gewinnen. Wir ermuntern die Menschen aktiv zu werden. Wir sorgen für mehr Spenden und bauen wertvolle Beziehungen auf.

Rosenfelder Straße 15–16 · 10315 Berlin
Telefon: +49 (0)30 30809649
info@socialminds.de | https://socialminds.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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

PLZ-BEREICH 3

adfinitas GmbH
- Strategische Fundraisingberatung
- Internationale Fundraisingprogramme mit europaweiter Präsenz
- Kreation & Text & Grafik & Produktion
- Full Service Direct Mail Fundraising
- Online Fundraising
- Zielgruppenberatung
- Spender-Upgrading & Dauerspendergewinnung
- Großspender- & Erbschaftsmarketing

Theaterstraße 15 · 30159 Hannover
Telefon: +49 (0)511 524873-0
Telefax: +49 (0)511 524873-20
info@adfinitas.de | www.adfinitas.de

A!D MEDIA UG
Agentur für Direktmarketing
Wir begleiten Ihre NPO bei der Verwirklichung vielversprechender Projekte! Unser Team aus motivierten und erfahrenen Mitarbeitern widmet sich Konzeption und Gestaltung, über Produktion bis hin zur Fertigstellung von:
- online/offline Kampagnen
- Neuspendergewinnungen
- Spendenmailings

Striehlstraße 3 · 30159 Hannover
Telefon: +49 (0)511 35369746
Telefax: +49 (0)511 35369749
info@aidmedia.de | www.aidmedia.de

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

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

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 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

Maik Meid Fundraising Media
Digitales für Nonprofits
Kommunikationsideen für die digitale Kommunikation von Nonprofits. Aus dem Ruhrgebiet und mit über 20-jähriger Erfahrung in der Sozialwirtschaft.
- Strategien für den Einsatz digitaler Medien
- Nonprofit-Fotografie, Video- und Podcast-Produktion
- digitale Recruiting Konzepte für soziale Träger
- Kommunikationsideen fürs Fundraising

Bruchstraße 43 · 45525 Hattingen
Telefon: +49 (0)1511 9669932
info@fundraisingnetz.de
https://fundraisingnetz.de

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

eliteONE®

- Großspenderpotentialanalysen
- Projektmanagement
- Internationale Adress-Database
- Neuspender-Adressen
- Marketing & Konzeption
- Spenderreaktivierung
- Fundraising

Fuldastraße 25 · 47051 Duisburg
Karl Heinrich Hoogeveen
Telefon: +49 (0)1511 8422199
info@eliteone.de · www.eliteone.de

Ansprechpartner Österreich
Mag. Georg Duit, Wien, Telefon: +43 (0)676 7710707
georg.duit@fundoffice.at · www.fundoffice.at

Ansprechpartner Schweiz
Andreas J. Cueni, Basel, Telefon: +41 (0)79 6615794
andicueni@bluwin.ch · www.andicueni.ch

Fundraising und System

Analysen Software Beratung

„Du verstehst unsere Sprache" – Dolmetscherin zwischen NPO und Software

- Unabhängige Beratung zu Fundraising-Software
- Analyse von Spendendaten
- Seminare Database-Fundraising und Fundraising-Kennzahlen
- Unterstützung für neues SEPA-Lastschriftverfahren
- Informationen zur Potenzialberatung NRW (Fördermittel für Beratungsprozesse)

Doris Kunstdorff
Hermann-Löns-Straße 137 · 47199 Duisburg-Baerl
Telefax: +49 (0)3222 9823430
kunstdorff@fundraising-und-system.de
www.fundraising-und-system.de

Conversio Institut

Fundraising-Management + Organisationsentwicklung

Wir beraten Sie auf dem Weg, Spenderbeziehungen zu verankern und Fundraising zu einer stabilen Säule in der Finanzierung Ihrer Organisation zu machen. Außerdem bieten wir

- Coaching (Einzel + Team)
- Seminare, Trainings
- Fundraising-Forschung
- kompetente Beratung
- strategische Positionierung
- Befragungen (SpenderInnen, MitarbeiterInnen, etc.)

Tilsiter Ufer 16 · 47279 Duisburg
Telefon: +49 (0)203 485777-0
Telefax: +49 (0)203 485777-19
info@conversio-institut.de

van Acken Fundraising GmbH

Dienstleistung im Fundraising seit 1975

Wir bieten:

- Strategie (Markforschung, Konzeptentwicklung, Adressauswahl, Erfolgskontrolle)
- Projektmanagement (Beratung, Koordination, Terminplanung, Etatüberwachung)
- Produktion (Druck, Personalisierung, Lettershop, Postversand)
- Print- und Außenwerbung
- Direktkommunikation (Mailings, Beilagen, telefonische Spenderbetreuung)
- Markenbildung
- Internet (Online-Marketing, Social Media)

Magdeburger Straße 5 · 47800 Krefeld
Telefon: +49 (0)2151 4400-0
Telefax: +49 (0)2151 4400-55
info@van-acken.de | www.van-acken.de

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

Preisgekröntes 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

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

Mailings sind Herzenssache

Fundraising Profile GmbH & Co. KG

Mit Mailings Menschen berühren und zum Spenden bewegen. Das ist unsere Leidenschaft.

Ihr Fundraising profitiert von

- kreativen und glaubwürdigen Konzepten
- klugen Köpfen
- zuverlässiger Produktion
- vielen Jahren Erfahrung

Mit maßgeschneiderten Mailings gewinnen, binden und reaktivieren wir erfolgreich Ihre Spenderinnen und 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

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
steffi.sczuka@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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

PLZ-BEREICH 6

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Agentur Zielgenau GmbH
Die Agentur Zielgenau berät und begleitet Vereine, Stiftungen und gGmbHs im Nonprofit-Management, Marketing und Fundraising. Wir verbinden soziales und gesellschaftliches Handeln mit unternehmerischem Denken sowie innovativen Lösungen.
- Aufbau eines systematischen Fundraisings
- Planung und Realisierung von Capital-Campaigns
- Fundraising bei Bauprojekten
- Interims-Fundraising
- Beratung und Coaching im Fundraising

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

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

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

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

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

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

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

PLZ-BEREICH 8

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

Talents4Good GmbH
Talents4Good ist die Personalberatung spezialisiert auf kaufmännische Positionen in sozialen, nachhaltigen und ökologischen Unternehmen und Organisationen. Wir helfen Ihnen, das richtige Talent für Ihren Job mit gesellschaftlichem Mehrwert zu finden.

Baaderstraße 56b · 80469 München
Telefon: +49 (0)30 60983766
kontakt@talents4good.org | www.talents4good.org

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 Fundraising Consultants
Brakeley ist Ihr Partner im Großspenden-Fundraising. Mit Wurzeln, die in das 1919 zurückreichen, bringen wir Erfahrung aus über 50 Ländern in den deutschsprachigen Raum. Wir unterstützen gemeinnützige und öffentliche Organisationen aus allen Sektoren dabei, Großspenden-Fundraising aufzubauen oder auf die nächste Ebene zu heben. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf – wir freuen uns auf Sie!

Emil-Riedel-Straße 18 · 80538 München
Telefon: +49 (0)89 46138686
Telefax: +49 (0)89 46138687
kontakt@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

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

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

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

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

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

FundraisingBox
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

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 gemeinützige 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

mailalliance
Briefdienstleistung bundesweit vernetzt.
Versenden Sie
Zuverlässig & Preiswert
& Deutschlandweit
Mailings – Broschüren
Spendenquittungen!
www.mailalliance.net

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
www.mittel-wege.de

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

20 Jahre
Den Spender im Herzen.

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

30 Jahre
Den Spender im Herzen.

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

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

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 €

bussgeld-fundraising.de

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

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

Mit Geldauflagen erfolgreich Projekte finanzieren

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

SCHWEIZ

StiftungSchweiz.ch
Die Schweizer Stiftungsplattform

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

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

NonproCons
Management und Fundraisingberatung

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

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

amender ag
amender möchte als Beratungsagentur Non-Profit-Organisationen auf dem Weg in eine digitalisierte, agile Welt begleiten und bietet dazu u.a. folgende Dienstleistungen an:

- Standortbestimmungen zu NPO-Softwarelösungen, Prozessen, Arbeitsorganisation und Datenschutz
- Anforderungs- & Innovationsmanagement
- Projektbegleitungen
- Coaching

Zentralstrasse 22 · 5610 Wohlen
Telefon: +41 (0)79 5068380
info@amender.ch | https://www.amender.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

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

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

Selber lesen oder verschenken

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

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

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

Abonnement-Coupon: Druckfrisch im Briefkasten

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

www.abo.fundraiser-magazin.de

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

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

.....
Organisation / Firma

.....
Abteilung / Bereich

.....
Anrede Titel

.....
Vorname Name

.....
Straße Hausnummer

.....
PLZ Ort

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

.....
Datum, Unterschrift

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

.....
Organisation / Firma

.....
Abteilung / Bereich

.....
Anrede Titel Vorname Name

.....
Straße Hausnummer

.....
PLZ Ort

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

.....
Datum, Unterschrift

„Männer werden Macht

Helene Wolf ist Mitbegründerin und geschäftsführende Vorstandsvorsitzende des „Fair Share of Women Leaders e.V." Sie kämpft für mehr Frauen in Führungspositionen in NGOs und Stiftungen. Der „Fair Share Monitor" ihres Vereins hat in Deutschland aufgedeckt, dass deutlich weniger Frauen gemeinnützige Organisationen leiten, als es eigentlich der Fall sein müsste. Matthias Daberstiel sprach mit ihr über die Gründe und über die Notwendigkeit fairer Führung.

? Ihre aktuelle Datenerhebung zur Besetzung von Führungspositionen in Non-Profit-Organisationen und Stiftungen hat deutlich gemacht, dass Frauen zu wenig in Führungspositionen sind.

Ja, da haben diese Organisationen sogar ein erhebliches Defizit. Normalerweise müsste der Frauenanteil in diesen Führungspositionen viel höher sein.

? Woran bemisst sich ein fairer Frauenanteil?

Ideal wäre ja 50/50, aber da in dem Sektor überwiegend Frauen arbeiten, müsste sich ein „Fair Share" auch im Anteil in den Leitungsgremien viel deutlicher zeigen. Der Anteil von Frauen in den Belegschaften ist massiv höher als 50 Prozent. Ein „Fair Share" wäre also, wenn sich die Anzahl der Frauen in Führungspositionen am Frauenanteil in der Belegschaft bemisst. Es geht hier auch um eine Repräsentationsfrage: Wenn die Arbeit vorwiegend von Frauen gemacht wird, sollten diese auch mehr mitentscheiden.

? Das erklärt natürlich, warum Sie festgestellt haben, dass 93 Prozent der großen NGOs überwiegend von Männern geführt sind. Nur drei der untersuchten Organisationen hatten demnach einen angemessenen Frauenanteil in den Leitungsgremien.

Wir waren auch überrascht. Dass es so eklatant ist, hätte ich dann auch nicht gedacht, aber es ist so.

? Auf Ihre Aufforderung hin, sich selbst zu einem höheren Frauenanteil zu bekennen und zu verpflichten, haben Sie von den NGOs eine Menge Absagen bekommen. Warum ist das kein Thema?

Kurz gesagt ist es sogar so, dass in dem von uns untersuchten zivilgesellschaftlichen Sektor die Diskriminierung von Frauen am Arbeitsplatz weit verbreitet und das Bewusstsein für die Situation und die Bereitschaft, darauf zu reagieren, sehr gering ist. Ich denke, es ist vielen Organisationen lästig. Es geht hier um eine Umverteilung von Macht, und dafür müssen sich Organisationsstrukturen ändern. Die Frauen-Lücke ist so groß, dass man das nicht per Ausschreibung oder Schönheitsreparaturen hinbekommen kann.

? Was müsste man tun?

Es geht um strukturelle Veränderungen. Das heißt, man muss sich anschauen, wo die Stellschrauben in der Organisation sind, mit denen eine solch grundlegende Veränderung herbeigeführt werden kann. Die Motivation, das anzugehen, ist aber eher gering, weil es eine große Veränderungsbereitschaft voraussetzt.

? Bei der Ausschreibung von Jobs gilt grundsätzlich der Gleichheitsgrundsatz. Ich kann also keine Geschäftsführerin ausschreiben.

Nein, das können Sie nicht, aber Sie können den Bewerbungsprozess zum Beispiel so gestalten, dass in allen Stufen gleich viel Männer und Frauen angeschaut werden. Studien zeigen auch, dass, je nachdem, wie

abgeben müssen!“

eine Jobbeschreibung getextet ist, sich mehr Frauen bewerben. Da gibt es doch einige Ansätze, und auf unserer Veranstaltung zum ersten „Fair Share Monitor“ haben wir diesem Thema einen ganzen Workshop gewidmet. Es geht aus meiner Sicht auch darum, den Kreislauf zu unterbrechen, dass Führungspersonen sich am liebsten selbst einstellen. Männer also Männer. Hilfreich sind da zum Beispiel diverser zusammengesetzte Auswahl-Kommissionen. Das ist noch keine Garantie, die perfekte Frau für den Job zu bekommen, aber es erhöht die Chancen. Aus meiner Sicht müssen Organisationen da auch bereit sein, mal etwas Neues auszuprobieren. Sich beispielsweise auch auf einen neuen Führungsstil einlassen und das Gewohnte ablegen.

? Haben Sie ein Beispiel für uns, wie eine Ausschreibung formuliert sein muss, die Frauen zur Bewerbung anregt?

Frauen suchen Stellen, die offener und innovativer sind und wo eher nach einer Persönlichkeit als nach Qualifikationsnachweisen gesucht wird. Ein Mann wird sich auf eine Stellenanzeige, die Erfahrung und viele Qualifikationen als Voraussetzung für die Bewerbung definiert, schon bewerben, wenn er nur 80 Prozent der Kriterien erfüllt. Eine Frau, wenn sie sich zu 120 Prozent sicher ist, alles zu erfüllen. Je enger die Ausschreibung also ist und je mehr sie sich am klassischen Karriereweg eines Mannes, zum Beispiel ohne Unterbrechungen der Karriereleiter durch Eltern- oder Pflegezeiten, orientiert, umso weniger Frauen wird man ansprechen.

? Steht dieser hohe Anspruch an sich selbst den Frauen also auf der Karriereleiter im Weg?

Man kann das sicher nicht generalisieren, aber es gibt ein gesellschaftliches Grundmuster, was uns von klein auf beigebracht wird, was Geschlechtern zugeschrieben wird. Das spiegelt sich dann auch in Organisationsstrukturen wider. Vereinfacht gesagt, gebe ich Ihnen recht, aber es gehören immer mehrere Dinge dazu. Frauen müssen auch den Mut haben zu sagen: Ich probiere das jetzt! Ich selbst habe eine Führungsposition am International Civil Society Centre mit zwei Kindern gehabt. Und eine Mitarbeiterin vertraute mir mal an, dass sie erst durch mein Beispiel in Betracht gezogen hat, für eine höhere Position geeignet zu sein. Es braucht also auch mehr Rollenvorbilder.

„NGOs verspielen gerade ihre Zukunftsfähigkeit“

? Was macht Frauen dann für Führungspositionen in NGOs stark?

Starre Entscheidungswege und Hierarchien sind männlich geprägte Führungsstile. Schon immer. Frauen wollen oftmals anders arbeiten. Sie haben ihren eigenen Stil, der oft teamorientierter und gemeinschaftlicher ist. Das heißt, Frauen schrecken „männlich“ definierte Positionen teilweise sogar ab. Das wollen die gar nicht. Wir müssen uns von diesem klassischen Modell des Alleskönners, der alles entscheidet, alles kann und alles abdeckt, eindeutig trennen. Das ist doch heute auch für Männer zu viel verlangt. Auch Frauen können schlecht führen, aber dass sie gar nicht in Führungspositionen vorkommen, ist ein Problem. Es geht darum, eine Auswahl an verschiedenen Führungsstilen zu haben.

? Führen Frauen teamfähiger?

Nein, das ist in dieser Generalität falsch. Es gibt sehr viele Frauen, die von klassischen Führungsstilen geprägt sind und diese weiterleben. Ich glaube nicht daran, dass es einen männlichen oder weiblichen Führungsstil gibt, aber unterschiedliche Persönlichkeiten tun einer Organisation gut. Und die sind zwischen Männern und Frauen vielfach verschieden.

? Welche Auswirkungen hat das Fehlen weiblicher Führungskräfte noch?

Es gibt Studien, die sagen, dass die Generation, die jetzt ihre Karriere plant, natürlich auf die aktuellen Führungspositionen schaut. Und wenn sie da niemanden sieht, der aussieht wie sie, dann macht das den Arbeitgeber weniger attraktiv. Das heißt, die NGOs verspielen gerade ihre Zukunftsfähigkeit, und das heißt über kurz oder lang: schlechtere Ergebnisse.

? Eigentlich machen auch mehr Frauen Abitur und schließen ihr Studium ab …

Genau! Der Ausgangspunkt für die Karriere ist gleich. Deshalb wird eine komplette Männerriege in Führung auf Dauer gesellschaftlich nicht mehr akzeptiert werden. Gerade im NGO-Sektor weiß ich auch aus meinen eigenen Erfahrungen, wie kritisch das gesehen wird. Gerade weil hier so viel auf Gerechtigkeit, Partizipation und Kollaboration gesetzt wird, sich das in den eigenen Strukturen aber nicht widerspiegelt.

Mir kann ja auch keiner erzählen, dass die 70 Prozent Frauen, die in NGOs arbeiten, alle zu inkompetent sind für eine Führungsposition und man deshalb nur die drei Männer nimmt, die da auch noch sind. Das ist ein riesiges ungenutztes Potenzial. Da müssen die NGOs jetzt ran, und unsere Selbstverpflichtung, einen „Fair Share“ bis 2030 zu erreichen, wäre ein erster Schritt, dass man das ernst meint. Männer werden Macht abgeben müssen, da rede ich nicht drum herum, weil ihnen durch Frauen dann mehr Konkurrenz erwächst. Aber am Ende werden Männer und Frauen und die Organisationen, für die sie arbeiten, von diverser Führung profitieren.

Ungenutztes Potenzial?

Wie Fundraising mit Facebook besser genutzt werden kann

Organisationen in Deutschland und Österreich können seit knapp drei Jahren auf Facebook Spenden sammeln – oder vielmehr sammeln lassen. In der Schweiz sind die Facebook-Spendentools nicht freigeschaltet. Weltweit haben NPOs bis heute mehr als drei Milliarden US-Dollar über Facebook generiert. Doch im deutschsprachigen Raum wird diese Art des Fundraisings von den NPOs noch nicht fokussiert. Das liegt oft an Unwissenheit und Misstrauen.

Von MARCO KUNTZE
und JAN UEKERMANN

Die Einführung der Facebook-Spendentools in Deutschland und Österreich im September 2017 hat auch einen Paradigmenwechsel für die Fundraising-Praxis mit sich gebracht. Viele traditionelle Denk-, Handlungs- und Herangehensweisen des Fundraisings sind im Zeitalter der sozialen Netzwerke nicht mehr zutreffend oder haben sich stark weiterentwickelt. Statt dass NPOs wie bisher ihr Fundraising, die Spenderdaten, Botschaften oder ihre Marke stark kontrollieren können, wird es jetzt wichtiger, die Unterstützenden einzuladen, zu Botschaftern und Aktivisten zu werden. Organisationen sind in der Position, ihren Fans, Followern oder auch Fremden die passenden Tools und Support zum Spendensammeln zu geben.

Vor- und Nachteile von Facebook-Fundraising

Vorteile

- Facebook ist mit zwei Milliarden aktiven Nutzern das größte und einflussreichste soziale Netzwerke der Welt, davon 31 Millionen in Deutschland und 4,3 Millionen in Österreich.
- Potenzielle Spender sind mit den Initiatoren von Spendenaktionen direkt über Facebook verbunden.
- Das Spenden ist sehr einfach möglich: mit zwei Klicks und direkt innerhalb des sozialen Netzwerkes.
- NPOs können eine Spendenaktion innerhalb kürzester Zeit aufsetzen, ohne von einem digitalen oder technischen Team abhängig zu sein.
- Es entstehen keine direkten Kosten: Facebook übernimmt die Transaktionsgebühren.
- Es funktioniert immer – auch wenn eine Aktion viral geht.
- Es kann in allen gängigen Währungen gespendet werden.
- Facebook hilft dabei, beispielsweise Spendenaktionen zum Geburtstag zu bewerben. Daten zeigen: 90 Prozent der Spendensammler unterstützen die gewählte NPO zum ersten Mal.

Nachteile

- Registrierung: Einige Organisationen warten sehr lange darauf, dass Facebook ihnen die Spendentools freischaltet.
- Undurchsichtig: Wie die Auswahl der NPOs funktioniert, die früher oder später für die Spendentools freigeschaltet werden, ist ebenso unklar wie die Algorithmen, wann welche Spendenaktion bei welchem Facebook-User angezeigt wird.
- Reporting: Die Berichte der Transaktionen, also wer welche Spende getätigt hat, sind schwer zu verstehen.
- Nur etwa zwei Prozent der Spender erlauben die Weitergabe ihrer Daten an die NPO.
- Die Kommunikation mit den Spendensammlern kann schwierig sein, wenn eine Organisation viele Fundraiser hat.

Was sind die Facebook-Spendentools?

Gemeinnützige Organisationen, die eine eigene Seite auf Facebook haben, können sich registrieren, um die Spendentools freischalten zu lassen. Jede Person, die auf Facebook ist, kann dann eine Spendenaktion für die NPO erstellen und Freunde, Familie und Kollegen auf Facebook einladen, für diese

Aktion zugunsten der NPO zu spenden. Der Großteil aller Spendenaktionen auf Facebook kommt so zustande, und geschätzt 90 Prozent hiervon werden via Geburtstags-Spendenaktionen gesammelt.

NPO ruft selbst zu Spenden auf

Für die Organisationen selbst ist es ebenfalls möglich, eine Spendenaktion zu erstellen. Diese kann auch mit Anzeigen beworben und auf der eigenen Facebook-Seite „angepinnt" werden. Diese Möglichkeit funktioniert sehr gut für Fundraising im Katastrophen-Fall, da die Spendenaktion innerhalb einer Minute erstellt werden kann und die Organisation somit in Echtzeit bereit ist, ihre Unterstützer über den Notfall zu informieren und eine Möglichkeit des Handelns anzubieten.

Weitere Möglichkeit: Der Spenden-Button

Den Spenden-Button gibt es in verschiedenen Variationen, die auf der Facebook-Seite der NPO, in einen Beitrag oder während eines Live-Videos eingebunden werden können.

Mehr Informationen dazu direkt bei Facebook Social Good unter *www.socialgood.fb.com/charitable-giving/de-DE*

7 Tipps, um mit Facebook-Fundraising durchzustarten

... lesen Sie im Online-Magazin unter ***web.fundraiser-magazin.de*** (oder scannen Sie den QR-Code mit dem Smartphone)! Dieser Service ist kostenlos.

Marco Kuntze ist Digital-Fundraising-Experte, der auf Peer-to-Peer- und Facebook-Fundraising spezialisiert ist. Er hat acht Jahre bei JustGiving gearbeitet, der größten Fundraising-Plattform in UK. Er hat das Peer-to-Peer-Fundraising einiger der weltweit führenden Kampagnen mitgestaltet und dazu beigetragen, jährlich Millionen für wohltätige Zwecke zu sammeln. Marco Kuntze berät Organisationen im deutschsprachigen Raum und weltweit wie Unicef, WWF, Rote Nasen und Herz bewegt.
▶ www.relishingdigital.com

Jan Uekermann ist seit 2002 im professionellen Fundraising tätig. Nach 18 Jahren in NPO, Verband und Unternehmen hat er sich 2019 als freiberuflicher Berater, Trainer und Coach für Fundraising und Kommunikation selbständig gemacht. Er ist Co-Gründer des Major Giving Institute. Für das Fundraiser-Magazin berichtet er regelmäßig aus der Welt des Fundraisings.
▶ www.januekermann.com

Notstand Fremdadressen

Weihnachten 2020 droht eine Überbuchung der Neuspenderadressen

Adressen für Neuspenderwerbung sind seit Jahren ein kostbares Gut, nehmen doch die Spenderzahlen immer weiter ab. Zu Weihnachten 2020 werden deutlich mehr Neuspendermailings als im Vorjahr und damit auch eine erhöhte Nachfrage nach Neuspenderadressen erwartet. Das könnte zu deutlich mehr Spendenbriefen in ein und demselben Haushalt führen.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Weihnachten ist Neuspenderzeit, aber dieses Jahr wird es wohl extrem. Wie Dienstleister berichten, planen einige Organisationen ihre Budgets wegen der Corona-Krise um und wollen zu Weihnachten verstärkt in Mailings investieren. Dabei gibt es seit Jahren immer weniger Adresslisten beispielsweise von Versandhändlern oder Zeitungen am Markt, die für Spendenwerbung eingesetzt werden können. Waren es Anfang der 2000er Jahre noch 500 bis 600, sind es jetzt deutlich weniger. „Die Anzahl der geeigneten Adresslisten hängt von einigen Faktoren, wie der Zielgruppe der Organisation und dem Zweck des Spendenaufrufs, ab, sodass das Potenzial entsprechend variieren kann. Insgesamt würden wir es auf circa 100 bis 150 Adresslisten beziffern", gibt Peter Buchholtz, Mitarbeiter bei der Arnold, Demmerer & Partner GmbH, einem der ältesten Adressbroker am Markt, aus München an. Seiner Ansicht nach kommen aber auch immer wieder Listen dazu, die genutzt werden können.

Konzentration bei den Adressen

Einen Einbruch gab es aber zweifelsohne mit der Einführung der Datenschutzgrundverordnung. Sehr oft gebuchte und sehr gut gehende Listen wie die des „Dritte Welt Shop" konnten plötzlich nicht mehr gebucht werden. Dadurch kam es auch zu einer Konzentration bei den Adressen. Für Mailing-Experte Georg Brinkmann, Geschäftsführer der Agentur SAZ Services GmbH, gibt es sogar von den 120 in Frage kommenden Fremdlisten nur noch 35 bis 40, die auf reines Listbroking zurückzuführen sind: „Problematisch kann auch die Konzentration der Neuspenderwerbung auf das vierte Quartal werden. Ein Drittel der Neuspenderakquise findet im vierten Quartal statt. Dabei stellen wir seit Jahren fest, dass bestimmte Themen, wie beispielsweise Umwelt, zu anderen Zeitpunkten ähnliche oder sogar bessere Ergebnisse erzielen."

Gute Response-Quote trotzdem möglich

Adressprofi Peer Buchholtz, Geschäftsführer der Arnold, Demmerer & Partner GmbH, sieht das nicht so kritisch: „Unsere Erfahrung zeigt, dass im vierten Quartal die Spenden-

bereitschaft höher ausfällt, sodass auch bei mehrfachem Einsatz einer geeigneten Liste dennoch gute Responsewerte erzielt werden." Soziale Themen haben aus Sicht von Georg Brinkmann in der Weihnachtszeit für Neuspendergewinnung Vorteile: „Da kann es dann aber eben passieren, dass ein Spender sieben Mailings innerhalb von zwölf Tagen bekommt und davon drei zum Thema Krebs." Wie kann das gehen?

Mehrfachnutzung von Adressen

Fakt ist, dass Menschen in mehreren Adresslisten stehen. Sie haben verschiedene Abos, nahmen an Gewinnspielen teil oder sind Katalogbesteller. Onlineshops halten sich da noch zurück. Entweder wissen sie nicht, dass man mit Adressen auch Geld verdienen kann oder verzichten bewusst darauf. Doch diese bestehende Adresshäufung erklärt das Phänomen der Mehrfachnutzung von Adressen nicht ganz. „Listeigner oder Broker kennen in den meisten Fällen nur die Bestellmenge, nicht aber die tatsächlich verwendeten Adressen. Überschneidungen sind somit nur schwer vermeidbar", so Brinkmann.

Überschneidungen programmiert

Die Frage ist also auch, wie oft die Liste eingesetzt wird. Brinkmann: „Eine exklusive Nutzung von Listenadressen für zwei bis drei Wochen würde das Problem zumindest zeitlich entzerren." Seiner Meinung nach reicht ein Woche Exklusivitätsgarantie, wie sie oft angeboten wird, aber definitiv nicht aus. „Bei Postlaufzeiten von Einlieferungsdatum plus vier Tage muss nur bei der Zustellung etwas nicht klappen oder ein Drucktermin verzögert sich, und schon ist das Mailing über eine Woche unterwegs. Das reicht nicht, um Überschneidungen mit anderen NGOs und derselben Adressliste auszuschließen." Außerdem würde die Hälfte der Spenderinnen und Spender auch erst innerhalb von sieben bis neun Tagen reagieren. Da könnte der nächste Brief schon ins Haus geflattert sein. Auch Brinkmann stellt übrigens bereits ein deutliches Interesse an Mailings im vierten Quartal 2020 fest.

Eine Alternative sind sogenannte Haushaltslisten, also Listen, die auf Haushaltsdaten beruhen. „Mit generierten Listen aus Consumer-Datenbanken haben wir vergleichbare Ergebnisse zu den klassischen Kunden- oder Interessentenlistendaten erzielt. Besonders bei speziellen Zielgruppen, etwa beim Thema Denkmalschutz, werden durch Vorab-Analysen und der Auswahl durch Scoring sehr gute Ergebnisse erzielt, die noch über denen der Kunden- und Interessentenlisten liegen. Diese weisen zusätzlich auf Grund der höheren Ausgangsmenge ein größeres Potenzial auf und verringern das Risiko von Überschneidungen."

Fundraising ohne persönlichen Kontakt

Atmosphäre, Stimmung und Resonanz im digitalen Zeitalter

Wir erleben gegenwärtig einen Digitalisierungsschub, der Konsequenzen hat für die Art, wie wir arbeiten und wie wir kommunizieren. Sei es, dass wir von unserem Homeoffice aus tätig sind, an Videokonferenzen teilnehmen oder gar digitale Veranstaltungen besuchen. Dies betrifft auch das Fundraising. Seit Längerem schon werden Inhalte digital angeboten, Spenden online getätigt oder über Crowdfunding-Plattformen Spenden eingeworben. Der digitale Fortschritt eröffnet neue Möglichkeiten, die es zu entdecken und auszuprobieren gilt.

Von Dr. FRANK FRIESS

Gleichzeitig wird uns aber auch bewusst, welche Grenzen digitale Medien haben und wie wichtig persönliche Kommunikation ist. Menschen sind emotionale Wesen. Noch bevor unser Kopf zu einer wohlüberlegten Entscheidung kommt, hat sich unser Bauchgefühl ein Urteil gebildet. Jenseits aller rationalen Kalküle unterliegen wir Stimmungen und nehmen Atmosphären wahr. Gerade im Großspenden-Fundraising sind sie wichtige Faktoren, die es zu berücksichtigen gilt.

Der Philosoph Gernot Böhme charakterisiert „Atmosphäre" als eine Wechselwirkung zwischen individueller Befindlichkeit und wahrgenommener Umgebungsqualität. Die Präsenz von Menschen, Dingen oder Räumen wird körperlich erfahren und hat Einfluss auf unsere Stimmungen. „Sich leiblich spüren heißt zugleich spüren, wie ich mich in einer Umgebung befinde, wie mir hier zumute ist", so seine Worte. Die Atmosphäre eines Gesprächs oder einer Umgebung wirkt emotional auf Menschen ein. Sie kann Professionalität, Wärme oder auch Kälte ausstrahlen, sie kann inspirieren, Geborgenheit vermitteln oder auch einschüchternd wirken. Die individuelle Wahrnehmung und Stimmung sind beeinflusst von der jeweiligen Umgebung, die körperlich erfahren wird. Die Atmosphäre ist spürbare Präsenz.

Atmosphäre macht Organisation erlebbar

Atmosphären sind nicht nur einfach da, sie werden auch durch (ästhetische) Arbeit hergestellt: „Die ästhetische Arbeit besteht darin, Dingen, Umgebungen oder auch dem Menschen selbst solche Eigenschaften zu geben, die von ihnen etwas ausgehen lassen", so Böhme weiter. Atmosphären werden gestaltet und inszeniert. Dies tun Landschaftsgärtner, Innenarchitekten, Modedesigner, Bühnenbildner und eben auch Fundraiser. Sie gestalten Gesprächsatmosphären durch ihre Herzlichkeit, ihre Wertschätzung und Anerkennung, durch ihre Fähigkeit zuzuhören oder Dankbarkeit zu zeigen. Sie lassen Förderprojekte lebendig werden, inszenieren Events, machen Menschen miteinander bekannt und schaffen so idealerweise eine Atmosphäre, die inspirieren kann und eine Organisation erlebbar machen.

Sinn und Selbstwirksamkeit

Eine positive, angenehme Atmosphäre ist wichtig, damit so etwas wie Resonanz entstehen kann. Für den Soziologen Hartmut Rosa ist Resonanz die Voraussetzung gelingender Weltbeziehungen: „Gelingende Weltbeziehungen sind solche, in denen die Welt den handelnden Subjekten als ein antwortendes, atmendes, tragendes, in manchen Momenten sogar wohlwollendes, entgegenkommendes oder ‚gütiges' ‚Resonanzsystem' erscheint. […] Daraus lässt sich der Gedanke formulieren, dass menschliches Leben (zumindest momenthaft) dort gelingt, wo Subjekte konstitutive Resonanzerfahrungen machen, dass es dagegen misslingt, wo Resonanzsphären systematisch durch ‚stumme', das heißt rein kausale oder instrumentelle Beziehungsmuster verdrängt werden." In

der Philanthropie suchen Menschen solche Resonanzerfahrungen. Sie entstehen, wenn Menschen „Sinn" erleben und sich als „selbstwirksam" erfahren. Darauf sollte das Großspenden-Fundraising abzielen, dass Menschen ihr Engagement als sinnvoll erleben. Die persönliche Begegnung mit anderen Menschen, mit den geförderten Projekten und das Eintreten in einen Dialog und Mitwirkung leisten dazu einen Beitrag. Dazu gehören selbstverständlich auch Dank, Anerkennung und Wertschätzung seitens der geförderten Organisation und seitens der Fundraiser.

Auf derselben Wellenlänge

So entstehen die Erfahrungen von Selbstwirksamkeit und Sinn. Eine Resonanzbeziehung stellt sicher, dass es zu keiner Manipulation oder Überredung und zu keiner emotionalen Überwältigung kommt, da sich die beteiligten Personen auf ihr Gegenüber einlassen, sich respektieren und auf derselben „Wellenlänge schwingen".

Persönliche Kommunikation entscheidend

Digitale Formate können Atmosphäre und Resonanzerfahrungen nicht ersetzen, die auf Erfahrungen von körperlicher und dinglicher Präsenz beruhen. Digitale Formate haben jedoch dort ihre Berechtigung, wo sie eine Vielzahl von Leuten erreichen und Aufmerksamkeit erzeugen. Insofern spielen sie eine zunehmend wichtigere Rolle im Marketing-Mix, da sie die Menschen dort abholen, wo diese sich ohnehin schon aufhalten. Das individuell ausgerichtete Großspenden-Fundraising kann es dabei jedoch nicht belassen. Für die Herstellung von Verbundenheit sind Resonanzbeziehungen wichtig, sie liefern die emotionale Dimension, die erforderlich ist, um eine dauerhafte Bindung einzugehen und eine Vertrauensbasis zu begründen. Es kommt also darauf an, die unterschiedlichen Bereiche dort einzusetzen, wo sie ihre Stärken ausspielen können. Digitale Formate ersetzen nicht die persönliche Kommunikation.

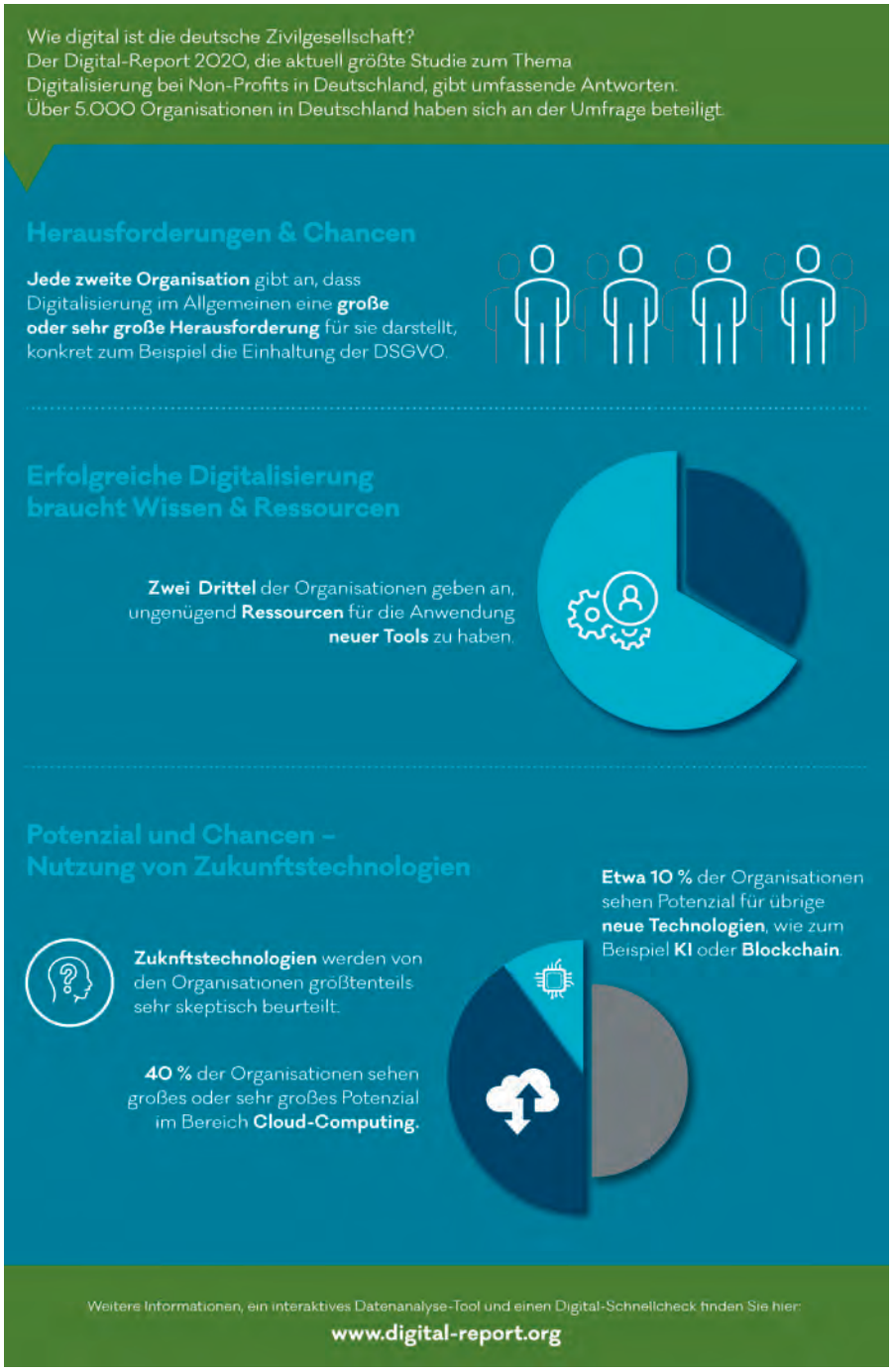
Dr. Frank Frieß ist seit mehr als zwölf Jahren Referatsleiter des Hochschulreferats Fundraising an der Technischen Universität München. Davor war er mehrere Jahre im Verlagsmanagement einer Tageszeitung in verschiedenen Führungspositionen im Bereich Kundenservice, Marketingstrategie und allgemeines Management tätig. Nach einem sozialwissenschaftlichen Studium war er wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität des Saarlandes.
▶ www.fundraising.tum.de

Digitalisierung als Game Changer für NPOs

Warum der gemeinnützige Sektor dringend digitaler werden muss

Der Schrecken sitzt vielen Vereinen, Verbänden und Stiftungen noch in den Gliedern. Mitte März kam das öffentliche Leben fast zum Stillstand und tausende NPOs wurden quasi über Nacht handlungsunfähig. Die digitale Infrastruktur, um mit Mitarbeitern oder Mitgliedern zu kommunizieren, war in vielen Fällen unzureichend ausgebaut. Angebote für die Mitglieder oder Stakeholder auf digitalem Weg fortsetzen? Fehlanzeige.

Von MARCUS BECKER



Nicht nur Sportvereine oder Jugendgruppen müssen sich auf funktionierende digitale Strukturen verlassen können, um ihren sozialen Auftrag zu erfüllen. Gerade Hilfsorganisationen und soziale Einrichtungen sind darauf angewiesen. Dabei sind diese gerade in gesellschaftlichen Ausnahmesituationen besonders gefordert. Die fehlende Digitalisierung wird hier schmerzlich bewusst.

Ungenutzte Potenziale

Der im Frühjahr vom „Haus des Stiftens" erstellte Digital-Report 2020 zeigt die gesamte Bandbreite ungenutzter Potenziale im Non-Profit-Sektor. Rund 5 000 Non-Profit-Organisationen gaben im November 2019 Auskunft zu ihrem digitalen Status quo. Er ist somit die aktuell größte Befragung zum Thema Digitalisierung im gemeinnützigen Sektor.

Die Studienergebnisse nahmen in der Theorie vorweg, was die besondere Situation der letzten Monate praktisch bestätigte. Digital gut oder sehr gut aufgestellte NPOs konnten ihr Tagesgeschäft nahezu ohne Einschränkung fortsetzen. Ein sehr positives Praxisbeispiel ist der Fußballverein TC Freisenbruch 1902 e. V. aus Essen. Er lässt seine Mitglieder virtuell über alle wichtigen Fragen mitentscheiden – von der Mannschaftsaufstellung bis zum Preis der Currywurst beim Platzverkauf. Vor Kurzem startete die erfolgreiche Fundraising-Initiative „Geisterspiel-Tickets". Dementsprechend erlebt der Verein seit seiner Digital-Initiative einen starken Mitgliederzuwachs und trotzt den Widrigkeiten.

Der Schritt zu virtuellen Dienstleistungen oder Mitgliederversammlungen per Videokonferenz ist für derart digital aufgestellte

NPOs ein Leichtes. Das Gros im Non-Profit-Sektor ist von einem TC Freisenbruch aber weit entfernt. Der Digital-Report 2020 bringt die Gründe für die mangelhafte Digitalisierung ans Licht: Für 86 Prozent der befragten NPOs ist Digitalisierung nur ein Mittel der Arbeitserleichterung. Dem gegenüber stehen lediglich 47 Prozent der Organisationen, die in der Digitalisierung auch die Möglichkeit sehen, ihre gesellschaftliche Wirkung zu steigern.

Einseitiges Digitalisierungsverständnis

Nur zwei Prozent der Organisationen geben an, ein Potenzial in digitalen Schlüssel-Technologien wie künstliche Intelligenz oder Blockchain-Technologie zu erkennen. Erfolgsbeispiele wie der Einsatz künstlicher Intelligenz zur Bekämpfung des Bienensterbens (www.apic.ai), eine Blockchain für Transparenz in der Lieferkette (www.circulartree.com) oder die Anwendung von Virtual Reality zur Übung von Rettungseinsätzen (www.day-care.tech) sind bisher leider Ausnahmeerscheinungen.

Investitionen bleiben aus

Eine erfolgreiche digitale Transformation erfordert zusätzliches Wissen, Kompetenzen und Strukturen. Laut Studie stagnieren IT-Budgets aber aktuell bei 47 Prozent der NPOs. Alarmierend dabei: Nur acht Prozent der derzeitigen IT-Investitionen fließen in das IT-Personal, wohingegen 59 Prozent für Hard- und Software eingesetzt werden. Drei Viertel der NPOs planen auch in Zukunft keine Investitionen in das eigene IT-Personal.

Das Problem ist gerade im überwiegend ehrenamtlich organisierten Non-Profit-Sektor systemimmanent: Rund 60 Prozent der Befragten sehen im Ressourcenmangel das größte Problem. Dem gegenüber sieht sich aktuell nur rund jeder sechste Studienteilnehmer gut positioniert, um sich erfolgreich zu digitalisieren.

Der Digital-Report 2020 zeigt, dass Organisationen, die digital reifer sind, einen besseren Zugang zu Ressourcen haben können als solche, die weniger digital sind. Das drückt sich beispielsweise in Form eines höheren Spendenvolumens oder einer größeren Mitgliederzahl aus. Es lohnt sich also, das Thema Digitalisierung anzugehen.

Marcus Becker ist seit November 2018 im „Haus des Stiftens" im Team der Programmentwicklung als Berater für Unternehmenspartner tätig. Er studierte Soziologie und Betriebswirtschaft und bringt mehrjährige Erfahrung als Corporate Social Responsibility Manager in einem DAX-Konzern mit.

▶ **www.digital-report.org**

DAS **HYBRID**-EVENT **2020:**

KONGRESS-MESSE & DIGITAL-CONNECT

Donnerstag, 17.09.2020 · Gesellschaftshaus Palmengarten, Frankfurt am Main

Das THEMA:

CROSSMEDIALES DIALOGMARKETING & PROGRAMMATIC PRINTING

Datengetriebene crossmediale Konzepte für sensorische One-to-One-Kommunikation

Der TREFFPUNKT:
branchenübergreifend – für Online- wie Offline-Händler und Versandexperten

Die INNOVATION:
HYBRID-EVENT! – Kongress-Messe LIVE plus DIGITAL-CONNECT im Anschluss

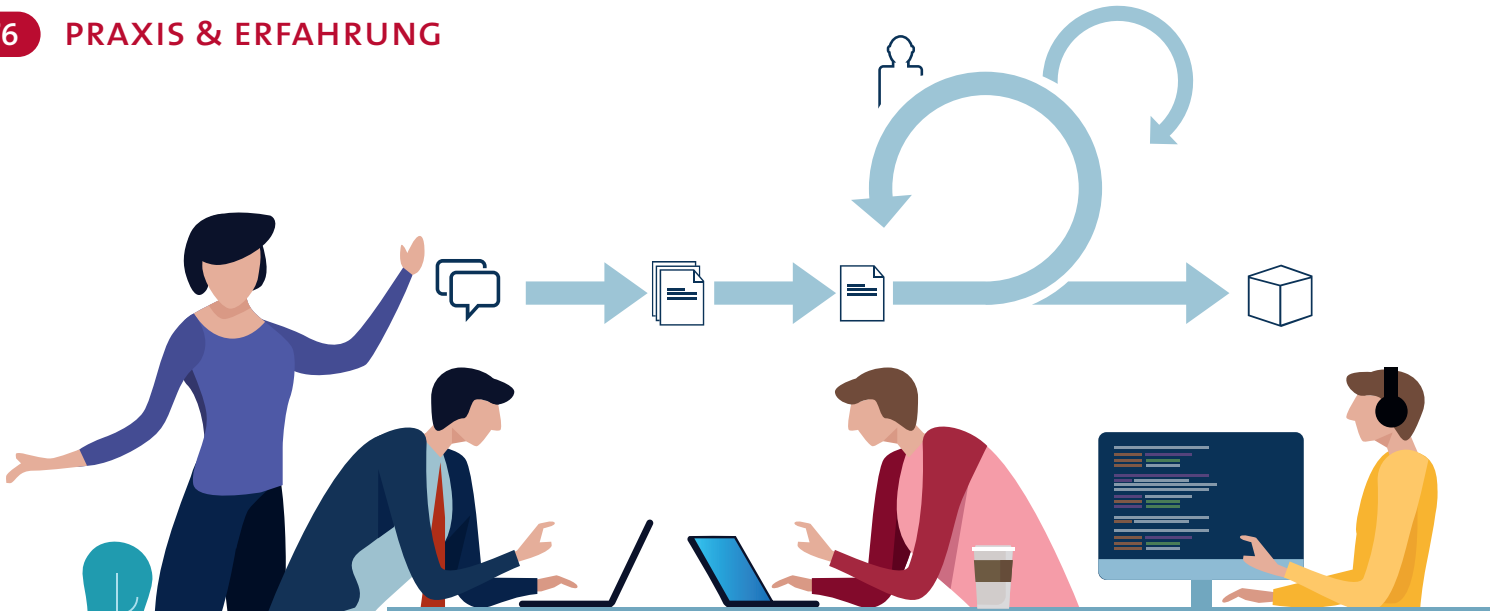
Distanzkommunikation liegt wieder im Trend: Der **TOUCHPOINT BRIEFKASTEN** wird wiederentdeckt – als aktuell letzter frei zugänglicher Werbekanal, der für jedermann erreichbar ist. Werber müssen diesen Kanal überdenken, attraktiver machen, neugestalten! Wir zeigen, warum und wie.

GRATIS-TICKETS SICHERN: **WIR LADEN SIE EIN!**

Alle weiteren Infos & Programmpunkte finden Sie auf **www.mailingtage.de**.
Bei Bestellung im TICKET-SHOP klicken Sie an: „Mir liegt eine Einladung vor."
Dann setzen Sie Ihren Ticket-Code ein: **MT-20-04-MAX** – Wir freuen uns auf Sie!

mail alliance · mailworXs GmbH
Berner Straße 2 · 97084 Würzburg
T: 0931 660574-224 · F: 0931 660574-11
info@mailalliance.net · **www.mailalliance.net**

mailalliance
Briefdienstleistung bundesweit vernetzt.



Non-Profit wird agil

Neue Arbeitsweisen für den gemeinnützigen Sektor

Die Privatwirtschaft nutzt aufgrund der neuen Anforderungen der digitalen Arbeitswelt zunehmend agile und innovative Methoden und erzielt damit bereits gute Ergebnisse. Da das im Non-Profit-Sektor noch anders aussieht, haben die Deutsche Umweltstiftung und das Berliner Sozialunternehmen swapwork Ende 2019 gemeinsam das Projekt „Agile goes Nonprofit" ins Leben gerufen.

Von MICHAEL GOLZE

Ziel des Projektes ist es, einen holistischen Beitrag zu agilem Arbeiten im Non-Profit-Bereich zu leisten und diesen moderner, effizienter und anpassungsfähiger zu gestalten. Das erste Ergebnis stellt die Lernplattform „Agathe hilft" dar. Dem ging eine erste Phase empirischer Forschung voraus. Durch eine quantitative und qualitative Datenerhebung in Form von Umfragen, Leitfadeninterviews und Gesprächsgruppen wurde der Status quo der Arbeitsweisen in Non-Profit-Organisationen ermittelt. Die Ergebnisse der Forschungsphase zeigten, dass 78 Prozent der Organisationen agile Methoden noch nicht thematisiert haben und die größten Herausforderungen im Ressourcenmangel liegen.

Im Kreis von Fachexperten und Mitarbeitern von NGOs wurde Anfang Februar in einem Methodenlabor ein erster Prototyp eines Leitfadens für agile Arbeitsweisen vorgestellt. In den nachfolgenden Methodenlaboren wurde der Kompass weiterentwickelt und über ein geeignetes Medium diskutiert.

Multimediale Plattform

Es entstand die Idee einer multimedialen Lernplattform, die besonders gemeinnützige Organisationen ohne agile Vorkenntnisse ansprechen soll. Die Lernplattform vermittelt mit Hilfe von Kursen und Videos anschaulich, welche Vorteile agile Methoden mit sich bringen und bietet eine erste Orientierung, ob sich eine Umstellung im individuellen Fall lohnen würde.

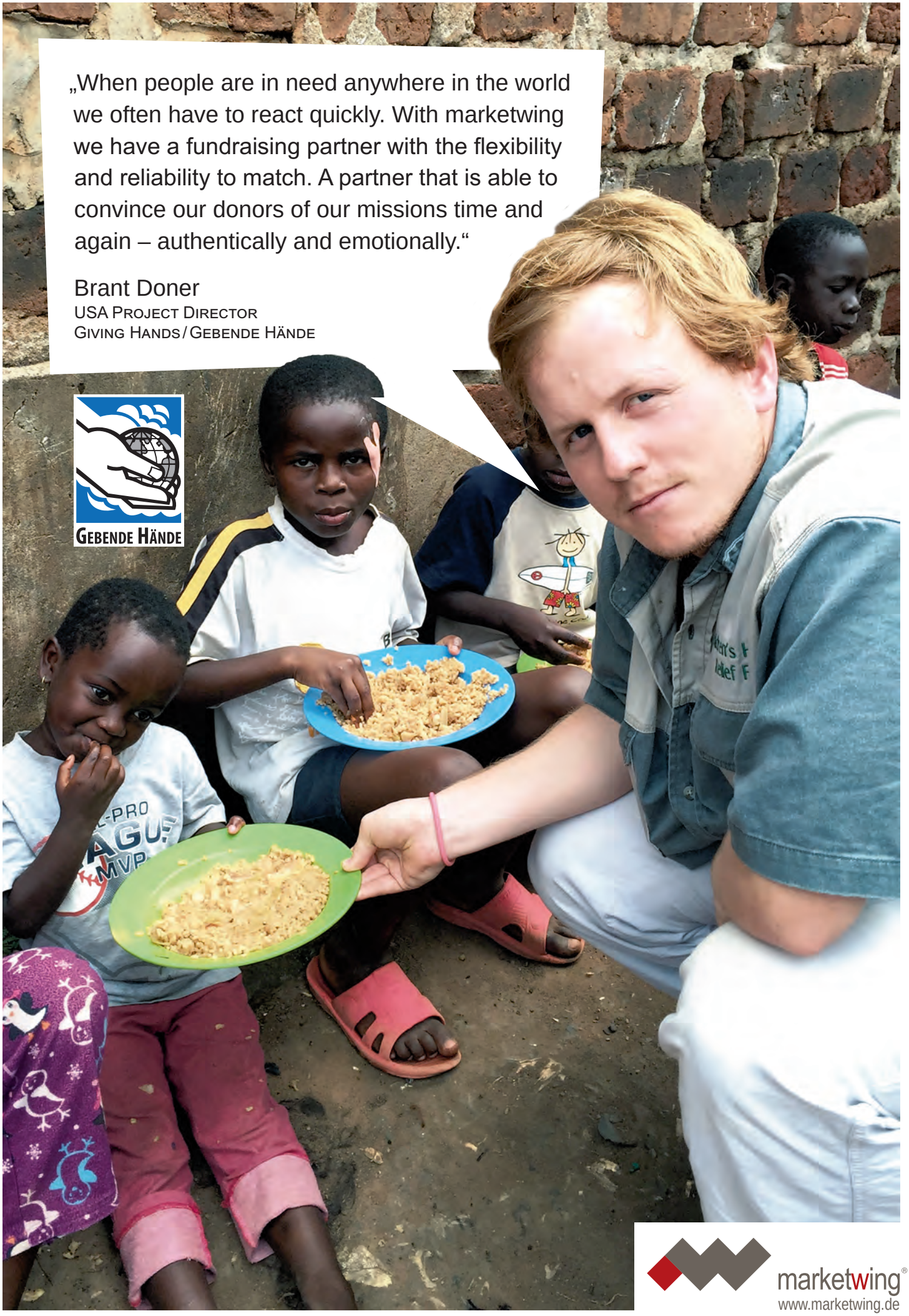
Kostenlose Kurse

Darüber hinaus lässt sich einschätzen, welche agile Methode für das jeweilige Projekt am besten geeignet sein könnte. In den kostenlosen Kursen werden Lerninhalte verständlich vermittelt, die ein Spektrum von Bereichen abdecken. Vom „Agilen 1x1", verschiedenen agilen Methoden wie Scrum und Kanban, ihre Einsatzbereiche oder wie ein schon bestehendes Projekt agil werden kann. In den Kursen können sich User in ihrem Tempo Grundlagen beibringen und lernen, Projekte selbst agil umzusetzen.

Ein anderer wichtiger Aspekt der Plattform ist die Betreuung von gemeinnützigen Organisationen durch Botschafter. Durch den Kontakt zu ihnen wird eine engmaschige Unterstützung der Projekte ermöglicht. So kann die Plattform als Hub für agile Methoden dienen und langfristig einen Beitrag zu Wissensaustausch und Weiterentwicklung moderner Arbeitsweisen leisten. ◘

Michael Golze arbeitet als Projektleiter für die Deutsche Umweltstiftung, die seit 1982 unter dem Motto „Hoffnung durch Handeln" politisch und wirtschaftlich unabhängig agiert und als größte und älteste deutsche Bürgerstiftung gilt. Er ist Experte für Fördermittelakquise sowie Kampagnen- und Öffentlichkeitsarbeit. Er verfügt über umfassende Erfahrungen im Projektmanagement, mit Fokus auf dem Einsatz von agilen Methoden in Non-Profit- Organisationen.

▶ **www.agile-goes-nonprofit.de**
▶ **www.agathe-hilft.de**


„When people are in need anywhere in the world we often have to react quickly. With marketwing we have a fundraising partner with the flexibility and reliability to match. A partner that is able to convince our donors of our missions time and again – authentically and emotionally.“
Brant Doner
USA Project Director
Giving Hands / Gebende Hände
Gebende Hände
marketwing®
www.marketwing.de

Seminare und Tagungen im Überblick

AUGUST

Basiskurs Freiwilligenkoordination
03.–05.08., Berlin
ehrenamt.de

Online-Sprechstunde: Spendenbeispiele/ Shoppinglisten klug einsetzen
12.08.,
www.goldwind-bewirken.de

Seminar: Struktur der öffentlichen Förderlandschaft in Deutschland
12.–14.08., Berlin
www.emcra.eu

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

Seminar: Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)
17.08., Hamburg
www.endriss.de

Sommerakademie Stiftungsmanagement
17.–27.08., Schwanenwerder
www.stiftungsakademie.de

Weiterbildung:
CAS Wirkungsmanagement in NPO 2020
17.08.–22.10., Basel
ceps.unibas.ch

Basler Stiftungstag 2020
18.08., Basel
stiftungsstadt-basel.ch

Swissfundraising-Erfa-Treff Zürich
18.08., Zürich
swissfundraising.org

Workshop: Fundraising-Grundlagen: Wie Sie Freunde und Spenden für Ihre gute Sache gewinnen
19.08., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Seminar: Auswahl und Einführung der richtigen SpenderInnendatenbank (CRM)
19.08., Zürich
swissfundraising.org

Seminar:
Stiftungsmanagement – Die Grundlagen
25.08., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Seminar:
Sozio-Sponsoring – Potenzial für NPO
25.08., Zürich
swissfundraising.org

Workshop: Fundraising-Kommunikation: Wie sage ich es den Spender*innen?
26.08., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Seminar: EU-Projekte professionell entwickeln
26. & 27.08., Berlin
www.emcra.eu

Seminar: EU-Projektentwicklung – Von der Idee zum Projekt
26.–28.08., Berlin
www.emcra.eu

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

SEPTEMBER

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

Swissfundraising-Fachgruppe DM-Panel
01.09., Bern
swissfundraising.org

Workshop: Auftrittstraining / Rhetorik-Workshop für Frauen
01.09., Bern
www.kampagnenforum.ch

2te SOZIALWIRTSCHAFTLICHE MANAGEMENTTAGUNG VILLINGEN-SCHWENNINGEN
17. SEPTEMBER 2020
NEUE TONHALLE
BERTHOLDSTRASSE 7
www.swmt.org

Seminar: Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)
02.09., Frankfurt am Main
www.endriss.de

NPO Finanzkonferenz 2020
02.09., Zug
npofinanzforum.ch

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

Fundraising für Fachleute aus Vertrieb und Marketing – Workshop zu Berufsbild, Arbeitsmarkt, Weiterbildungsmöglichkeiten
03.09., Berlin
www.talents4good.org

Digitale Agenda 2030
03. & 04.09., Münster
www.franz-hitze-haus.de

Modularer Lehrgang Stiftungsmanagement
04.09.–14.11., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Seminar:
Buchführung in gemeinnützigen Vereinen
05.09., Frankfurt am Main
www.vereinsknowhow.de

proFonds-Mitgliederversammlung
07.09., Aarau
www.profonds.org

Seminar: Erfolgreich Mitglieder für Non-Profit-Organisationen gewinnen und binden
07. & 08.09., Berlin
www.kbw.de

Lehrgang: Management-Programm für Non-Profit-Führungskräfte
07.–11.09., Düsseldorf
www.stiftungsakademie.de

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

Seminar: Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)
09.09., Düsseldorf
www.endriss.de

Seminar: Arbeit, Beschäftigung & Bildung: Förderung im Europäischen Sozialfonds
09. & 10.09., Berlin
www.emcra.eu

Major Giving Masterclass
10.–12.09., Zürich
www.major-giving-institute.org

Seminar: Schreibwerkstatt – Treffsichere Texte für Presse, Social Media & Co.
11.09., München
www.ibpro.de

Praxisworkshop: Wirksam werden – Kampagnenplanung
11. & 12.09., Verden (Aller)
www.mitarbeit.de

Woche des bürgerschaftlichen Engagements: Engagement und Klimaschutz
11.–20.09., Berlin
www.engagement-macht-stark.de

Seminar: Erfolgreich Fördermittel einwerben und gewinnbringend Anträge stellen – von Aktion Mensch bis Zontas
14.09., München
www.ibpro.de

Workshop: Schwierige Gespräche führen
14. & 15.09., Bern
www.kampagnenforum.ch

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

Seminar: Stiftungsvermögen zeitgemäß und verantwortungsbewusst anlegen – Wie Sie mit Aktien & Co. Ihren Stiftungszweck erfüllbar halten
15.09., München
www.ibpro.de

MWST-Workshop: Vereine und Stiftungen
15.09., Zürich
www.swissvat.ch

Seminar: Professionelle Fördermittelakquise für Organisationen der Sozialwirtschaft
16.09., Köln
www.bfs-service.de

Schomerus Gemeinnützigkeits-Check
16.09., Berlin
www.schomerus-npo.de

Seminar: Beste Stiftungsratspraxis
17.09., Zürich
www.swissfoundations.ch

mailingtage 2020
17.09., Frankfurt
www.mailingtage.de

25. Sozialwirtschaftliche Managementtagung 2020
17.09., Villingen-Schwenningen
www.swmt.org

Seminar: Wirkungsorientiertes Projektmanagement. Methoden zur Planung, Management und Evaluation
17. & 18.09., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Ihr Termin fällt hier nicht auf?

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

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

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

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

* zuzüglich Mehrwertsteuer, gilt ausschließlich für Kalender-Anzeigen!

Alle aktuellen Webinar-Termine finden Sie auf www.fundraising-kalender.de

Seminar: Online-Fundraising
18.09., Münster
www.fundraisingakademie.de

Infografiken – Inhalte und Zahlen sichtbar machen
18.09., Wien
www.fundraising.at

Intensivlehrgang: Marketing in NPO
20.–25.09., Saanenmöser
www.vmi.ch

Seminar: Rechnungslegung „kompakt" für Vereine und NPOs Im Spannungsfeld zwischen Handels- und Gemeinnützigkeitsrecht
21.09., Köln
npo-academy.com

faith+funds 2020
23. und 24. September 2020
in Erfurt

Zertifikatslehrgang: Finanzen und Controlling in Vereinen und NPOs
21.–26.09., Köln
npo-academy.com

Intensiv-Seminar: Großspendenfundraising
21.09.–03.11., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Fortbildung Stiftungsmanager/-in
21.09.–28.01., Siegburg
www.fundraisingakademie.de

Certificate Course Global Social Entrepreneurship
21.09.–05.04., Basel
www.swissfoundations.ch

Seminar: Stiftungsmanagement – Die Grundlagen
22.09., Frankfurt am Main
www.stiftungsakademie.de

Seminar: Steuerrecht „kompakt" für Vereine und NPOs Welche aktuellen Änderungen gibt es im Gemeinnützigkeitsrecht?
22.09., Köln
npo-academy.com

DFRV-Regionalgruppentreffen Stuttgart
23.09., Stuttgart
www.dfrv.de

Seminar: Controlling in Vereinen und NPOs
23.09., Köln
npo-academy.com

Seminar: Umsatzsteuerrecht „kompakt" für Vereine und NPOs Welche aktuellen Änderungen gibt es im Umsatzsteuerrecht?
23.09., Köln
npo-academy.com

faith+funds 2020 – Online
24. & 25.09.
www.dfrv.de

Seminar: Internes Rechnungswesen „Wie Sie eine entscheidungsrelevante Kostenrechnung aufbauen"
24. & 25.09., Köln
npo-academy.com

Seminar: Investition und Finanzierung in Vereinen und NPOs
26.09., Köln
npo-academy.com

Seminar: Erfolgreich Sponsoren und Spender gewinnen und binden
28. & 29.09., Düsseldorf
www.kbw.de

Seminar: Fördermittel für gemeinnützige Projekte
29.09., Köln
foerder-lotse.de

Fortbildung „Fundraising-Referent/-in (FA)"
29.09.–10.12., Hofgeismar und Eisenach
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Stiftungsfundraising – wie geht das?
30.09., Bern
swissfundraising.org

Basiskurs Freiwilligenkoordination
30.09.–02.10., Berlin
ehrenamt.de

OKTOBER

Start Lehrgang: Fördermittelmanager/-in für gemeinnützige Organisationen (FLA)
01.10., Frankfurt am Main, Siegburg, Würzburg und Berlin
www.fl-akademie.info

Seminar: Stiftungsmanagement – Die Grundlagen
01.10., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Mitgliederversammlung SwissFoundations
01.10., Bern
www.swissfoundations.ch

Seminar: Storytelling – Wie Sie aus Fakten, Werten und Visionen Geschichten entwickeln, die begeistern
01.10., Wien
www.npo-academy.com

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

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

Seminar: Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)
05.10., Hannover
www.endriss.de

Seminar: Auf den Punkt gebracht. Professionell texten für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Nonprofit-Organisationen
05.10., Berlin
npo-academy.com

Seminar: Alle(s) im Blick – Führen in gemeinnützigen Organisationen
05. & 06.10., Berlin
ehrenamt.de

Seminar: Fundraising „kompakt" Modernes Fundraising in der Praxis
05. & 06.10., Köln
npo-academy.com

27. Österreichischer Fundraising Kongress
05.–07.10., Wien
www.fundraisingkongress.at

Zertifikatslehrgang: Fundraising in Vereinen und NPOs
05.–10.10., München
www.npo-academy.com

Seminar: Großspenden-Fundraising
06.10., München
www.npo-academy.com

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

Seminar: Ihre Database als Fundraising-Instrument – Wie Sie mit modernem Database-Fundraising Ihre Fundraising-einnahmen erhöhen
07.10., München
www.npo-academy.com

DFRV-Regionalgruppentreffen München
07.10., München
www.dfrv.de

Seminar: Großspenden-Fundraising
07.10., Köln
npo-academy.com

Seminar: Online-Fundraising
08.10., Köln
npo-academy.com

Seminar: Tender Success for Non Profit Organisations How NPOs successfully participate in EC service contracts
08.10., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: Ihre Database als Fundraising-Instrument Wie Sie mit modernem Database-Fundraising Ihre Fundraising-einnahmen erhöhen
08.10., München
npo-academy.com

SwissFundraisingDay 2020
09.10., Bern
swissfundraising.org

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

DEUTSCHER FUNDRAISING KONGRESS
2020
11.–13. November 2020
www.fundraising-kongress.de

Praxisworkshop: Engagement finanzieren – aber wie? Fundraising-Tipps und Tricks für Initiativen, Vereine und Projekte
09. & 10.10., Leipzig
www.mitarbeit.de

Seminar: Training für erfolgreiche(re) Spendenmailings
10.10., Köln
npo-academy.com

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

Seminar: Begeistern und gewinnen – Wie Sie durch Charisma und Persönlichkeit überzeugen: sicheres und souveränes Auftreten auf jedem Parkett
13.10., Stuttgart
www.fundraisingakademie.de

International Fundraising Congress 2020
13.–16.10., Noordwijkerhout
resource-alliance.org

Seminar: Basiswissen Stiftung – Rechnungslegung und Prüfung
14.10., München
www.stiftungsakademie.de

Seminar: DSGVO und ePrivacy für Vereine und soziale Unternehmen – von der Hysterie zur täglichen Praxis
14.10., München
www.ibpro.de

Der innovative Kulturbetrieb
12. Kultur Invest! Kongress
25.–27. November
www.kulturmarken.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**.

Frage nach dem Sinn

Der Wiener NPO-Kongress widmet sich der Nachhaltigkeit

Am Puls der Zeit will der NPO-Kongress in Wien auch in diesem Herbst liegen und gleichzeitig entscheidende Kernfragen des Sozialunternehmertums diskutieren. Welche innovativen Ansätze sollten oder müssen gar verfolgt werden? Wie reagieren Organisationen als Entscheidungsträger verantwortlich auf Herausforderungen des Klimawandels? Welche Rolle kann zeitgemäßes Controlling dabei spielen? Wie muss zukunftsorientierte Mitarbeiterführung gestaltet werden? Hochkarätige Vorträge und Workshops mit Best-Practice-Beispielen bieten jede Menge Informationen.

Bereits bei der Buchung von mindestens zwei Tickets bieten die Veranstalter Sonderkonditionen. Der Frühbucherrabatt gilt noch bis zum 31. August.

27. NPO-Kongress am 21. und 22. Oktober in Wien
▶ **www.npo-kongress.at**

zh aw School of Management and Law

Sinnvolles bewirken

Masterdiplom Fundraising Management
Berufsbegleitende Weiterbildung

Kursstart:
11. September 2020

Auch für Teilnehmende aus Deutschland

www.zhaw.ch/zkm/mas-frm

Neu mit Modulwahl!

Zürcher Fachhochschule

Kurzgefasst …

Akademie-Seminare

Die Fundraising-Akademie setzt ab September auch wieder auf Präsenz-Seminare. Themen sind unter anderem Unternehmenskooperationen (15.9., Stuttgart) und Online-Fundraising (18.9., Münster). Ein Intensivkurs (September – November) widmet sich dem Großspenden-Fundraising (Berlin), und die Fortbildung zum Stiftungs-Manager beginnt ebenfalls Ende September (Siegburg).
▶ **www.fundraisingakademie.de**

NPO-Finanzkonferenz

Finanzfachleute, Geschäftsführer und Verbandsmitglieder von NPOs sind am 2. September wieder nach Zug in der Schweiz zur diesjährigen NPO-Finanzkonferenz eingeladen. Ganz der aktuellen Lage entsprechend beleuchtet das Programm die Möglichkeiten und Grenzen der Finanzierung von NPOs in Krisenzeiten. Keynote-Speaker wird Pierre Alain Schnegg, Regierungspräsident des Kantons Bern, sein.
▶ **www.npofinanzforum.ch/npo-finanzkonferenz**

Bürgerstiftungskongress

Das Bündnis der Bürgerstiftungen Deutschlands hat beschlossen, den Bürgerstiftungskongress in diesem Jahr komplett digital umzusetzen. Das Datum 18. September ist geblieben, allerdings wurde die ursprünglich auf zwei Tage angelegte Veranstaltung auf einen Tag reduziert.
▶ **www.buergerstiftungen.org**

Webinare Österreich

Wer im August nicht nur Urlaub machen möchte, sollte einen Blick auf zwei Webinare des Fundraising Verband Austria werfen. Am 6. August heißt es „Spender*innenbefragungen und -Interviews im Fundraising: Steigern Sie Ihre Spendenorientierung & erhöhen Sie Ihren Donor Live Time Value". Am 20. August steht „Datenschutzgerechtes Arbeiten für Vereine und gemeinnützige Organisationen" im Mittelpunkt.
▶ **www.fundraising.at**

Deutscher Fundraising-Kongress im November

Der neue Termin für den Deutschen Fundraising-Kongress ist der 11. bis 13. November 2020 im Kongresspalais Kassel. Das gab der Veranstalter aktuell bekannt. Der bisherige „Ersatztermin" im August ist damit hinfällig. Alle gebuchten Tickets behalten weiterhin ihre Gültigkeit.
▶ **www.fundraising-kongress.de**

Kulturell

Gemeinsam mit 750 Kulturexpertinnen und -experten entwickelt der KulturInvest!-Kongress im November Zukunftsvisionen für einen nachhaltigen Kulturmarkt und zeigt Lösungen auf, um ihn nach überstandener Krise wieder vollständig und nachhaltig in Gang zu bringen. Dazu gehören zukunftsorientierte Themen wie Green Cultural Management, Green Marketing, klimaneutrale Kulturimmobilien, digitale Transformation, Outreach und Recruiting. Veranstaltungsort ist das Gelände rund um das Hans-Otto-Theater in Potsdam.

12. KulturInvest!-Kongress vom 25.–27. November in Potsdam
▶ **www.kulturmarken.de**

Museumsstandort entwickeln und stärken

Standortmanagement ist ein Erfolgsfaktor für die Arbeit von Museen und kann substanziell zu deren positiver Entwicklung beitragen. Deshalb widmet sich die diesjährige Tagung des Arbeitskreises Museumsmanagement im November dem Museum als Standort. Ein Fokus wird dabei auf die Zusammenarbeit über institutionelle Grenzen hinweg gelegt werden. Besonders kritisch hinterfragt werden soll auch das Problem der Überinstrumentalisierung der Institutionen. Anmeldeschluss ist der 2. Oktober 2020.

15. Tagung des Arbeitskreises Museumsmanagement
am 2. und 3. November im Freilichtmuseum Kiekeberg
▶ **https://arbeitskreis-museumsmanagement.de/tagungen**

Dialogmarketing

Die diesjährige Ausgabe der „mailingtage" findet als Event statt, dieses Mal mit einer programmatischen Erweiterung. Im Anschluss an die Kongress-Messe in Frankfurt wird es eine „Verlängerung im Web" geben. Alle Ticket-Inhaber erhalten einen Online-Zugang zu allen Vorträgen und weiterführenden Beiträgen. Im Programm finden sich viele crossmediale, datengetriebene Dialogmarketing-Ansätze für eine zeitgemäße, erfolgreiche Customer Experience. Ein weiterer Blick wird auf den Touchpoint-Briefkasten geworfen werden.

„mailingtage 2020" am 17. September in Frankfurt
▶ **www.mailingtage.de**

Social Entrepreneurship

Neue Chancen durch innovative Geschäftsmodelle

Neue Software-Funktionalitäten zur Abbildung aktueller Vorgaben des Gesetzgebers, neue Ideen für die Arbeit in einer modernen, digitalisierten Welt und neue Chancen durch innovative Geschäftsmodelle – die 2. Sozialwirtschaftliche Managementtagung der Hochschule Villingen-Schwenningen zeigt am 17. September den Teilnehmern variantenreich die heutigen Herausforderungen in der Sozialbranche auf. Prof. Dr. Steffen Arnold greift das Thema „Social Entrepreneurship" für die Sozialwirtschaft auf und fragt nach den Möglichkeiten und der Disruption von Geschäftsmodellen: Warum früher nicht alles besser war und wir trotzdem hart für ein erfolgreiches Morgen arbeiten müssen. Eine Klärung zu diesem Statement – das ist das Ziel der Tagung.

2. Sozialwirtschaftliche Managementtagung
am 17. September in Villingen-Schwenningen
▶ **www.swmt.org**

Zivilgesellschaft weltweit

In Zusammenarbeit von Civicus und „Brot für die Welt" liegt auch für dieses Jahr wieder ein Atlas der Zivilgesellschaft mit weltweit gesammelten aktuellen Daten vor. Die Ergebnisse sind, wen überrascht es, alles andere als begrüßenswert. Wenn in nur 43 von 196 erfassten Staaten die dortige Zivilgesellschaft als offen gilt, ist bereits allein das Grund zur Sorge. Schaut man sich das allerdings in der Fläche an und betrachtet die damit verbundenen Prozentsätze der Gesamtweltbevölkerung, verstärkt sich dieses Gefühl zur Sorge noch einmal. Nur drei Prozent leben in einer freien Zivilgesellschaft. Negative Tendenzen lassen sich leider immer wieder ablesen, wie beispielsweise erst kürzlich in Ungarn.

Umso wichtiger sind die hier versammelten Daten als Überblick und Orientierung für Akteure der Zivilgesellschaft, deren Arbeit immer mehr an Bedeutung gewinnt.

Atlas der Zivilgesellschaft 2020. Report zur weltweiten Lage. oekom Verlag. 2020. 84 Seiten. ISBN: 978-3-96238-171-4. [D] 18,00 €, [A] 18,50 €, CHF 25,15.

Schöner scheitern

Es kommt schon gelegentlich mal vor, dass wir eine Sache gegen den Baum fahren. Und das, obwohl wir uns richtig Mühe gegeben haben. Enttäuschung, manchmal sogar Wut sind da naheliegend. Dabei ist es wichtig, sich zu fragen, worin die Ursache für unser Scheitern liegt. Haben wir die Umstände beeinflussen können oder lag das Ergebnis am Ende außerhalb unseres Wirkungsbereiches? Der Autor, ehemaliger Tennis-Profi, versucht einen analytischen, konstruktiven Zugriff auf das Konzept des Scheiterns und zeigt, dass das nichts mit Versagen zu tun hat. Erfolg ist seiner Meinung nach vielmehr eine Einstellungssache, und Misserfolge lehren uns, idealerweise, viel mehr als irgendeine Form von Erfolg. Um das zu begreifen, sollten wir, so der Autor, unseren ganz eigenen Weg zu Selbstbestimmung finden. Damit ist das Buch kein bloßer Motivator, sondern macht nachhaltig Lust auf den eigenen Mut.

Markus Czerner. Fail Good. Die Kunst des Scheiterns. Verlag Business Village. 2020. 204 Seiten. ISBN: 978-3-86980-490-3. [D] 9,95 €, [A] 10,30 €, CHF 13,80.

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

28. - 30.01.2021 | 25. - 27.03.2021 | 27. - 29.05.2021
in Tagungshäusern nahe Würzburg, Erfurt und Wiesbaden

Wege zu mehr Philanthropie:
Major Donors
finden
gewinnen
binden

www.major-giving-institute.org

Influencing

Die Autorin hat nach eigenen Angaben tatsächlich auch den NGO-Bereich vor Augen, wenn sie die Zielgruppe ihres Buches benennt. Das ist auch nicht abwegig, betont sie doch, dass es sich hier um weit mehr als ein neues Marketing-Modell handelt, nämlich vor allem um die Möglichkeit, mit Menschen in Kontakt zu treten. Das wiederum scheint mitunter die Interessen zu spalten. Die einen halten grundlegend nichts davon, andere werfen sich mit Enthusiasmus, aber leider ohne Plan ins Feld, inklusive der programmierten Fehlschläge. Deshalb gilt es also, zu klären, was genau man unter einem Influencer versteht. Demgegenüber stellt die Autorin eine notwendige Analyse des eigenen Unternehmens, das sich mit Plänen im Bereich Influencer-Marketing beschäftigt. Von der Entwicklung einer eigenen Strategie über die Auswahl eines geeigneten Influencers bis hin zur erfolgreichen Wirkungsmessung deckt die Autorin die wichtigsten Bereiche ab.

Und was wäre ein Buch über Online-Marketing, wenn es nicht selbst „smart" wäre? Über die verlagseigene App lassen sich zusätzliche Informationen mittels Augmented Reality abrufen, aber auch Podcasts mit unterschiedlichen Gesprächspartnern.

Alina Ludwig. Influence! Erfolgreiche Online-Marketingstrategien für Praktiker. Verlag Haufe. 2019. 224 Seiten. ISBN: 978-3-64812-993-7. [D] 39,95 €, [A] 41,10, CHF 55,85.

Die Wahrheit?

Postfaktisch, Fake News: Es gibt mittlerweile einige mehr oder minder umständlich konstruierte Begriffe, die angesichts einer turbulenten Kommunikationswelt im Großen und Ganzen das Gleiche zum Ausdruck bringen: Wir alle wollen Gewissheiten, übersehen aber immer häufiger, dass es die so gut wie nie geben kann. Sicherlich gibt es Fakten und Tatsachen, aber eine Wahrheit ist oft nur das, worauf man sich einigt. Und die ist dann auch nicht in Stein gemeißelt. Dieses Themenfeld greift die Autorin auf und blickt in ihrer Position als politische Philosophin auch in die Vergangenheit. Mit diesem Rekurs deckt sie die Gründe für unser Misstrauen und unsere Unsicherheiten auf. Dadurch wird deutlich, dass die eigentlichen Inhalte gar nicht neu sind, die durch die vermeintlich neuen Begriffe transportiert werden.

Da sich die Autorin hier einer sehr komplexen Problematik anzunähern versucht, sollte man keine leichte Lektüre erwarten.

Myriam Revault d'Allones. Brüchige Wahrheit. Zur Auflösung von Gewissheiten in demokratischen Gesellschaften. Verlag Hamburger Edition. 2019. 130 Seiten. ISBN: 978-3-86854-337-7. [D] 18,00 €, [A] 18,50 €, CHF 25,15.

Gemeingut

Was noch im Jahr 2016 hieß „Muster gemeinsamen Handelns" lautet jetzt „Die Macht der Commons". Silke Helfrich und David Bollier haben nämlich bereits in der Vergangenheit einen Band zum Thema „Commons" veröffentlicht. Was aktuell vorliegt, ist aber, erfreulicherweise, keine bloße Neuauflage. Vielmehr sehen sie angesichts andauernder gesellschaftlicher wie politischer Tendenzen die anhaltende Aktualität des Konzepts der „Commons-Praktiken". Was genau darunter zu verstehen ist und wie jene alternativen gesellschaftlichen, aber auch wirtschaftlichen Formen des Miteinanders gestaltet werden können, erklärt das Buch ausführlich.

Es liegt in der Natur der Sache, dass das keine einfache Lektüre ist, schließlich geht es hier um komplexe Zusammenhänge, die jeweils mehrere Bereiche unserer Existenz gleichzeitig betreffen und jeweils ineinander greifen. Das sollte aber niemanden entmutigen.

Fair, frei und lebendig. Die Macht der Commons. transcript Verlag. 2019. 400 Seiten. ISBN: 978-3-83764-530-9. [D] 19,99 €, [A] 19,99 €, CHF 27,95.

Mit Emojis

Das Konzept von Privatsphäre scheint aufgelöst, das Internet wird gern für Verlautbarungen jeder Art genutzt, und ganz schnell entsteht ein Shitstorm. Was aber genau ist das alles denn? Sehr schnell ist hier der Begriff der Kommunikation zur Hand, aber ein genauer Blick auf das Verhalten vieler User im Netz zeigt, dass das kaum deckungsgleich mit den herkömmlichen Definitionen von Kommunikation ist. Und soziale Medien sind zunächst nur mal eins: Werkzeuge. Deren Gebrauch bestimmen wir selbst. Dabei fällt ins Auge, dass ein tiefer Graben zwischen konventionellem Umgang und dem im Netz zu begegnenden, teilweise gänzlich von Zurückhaltung befreiten Verhalten liegt. Das ist für die Autorin aber kein Anlass, ein düsteres Bild unserer Diskursfähigkeit zu zeichnen. Vielmehr blickt sie nüchtern und mit analytischem Ansatz auf die digitalen Phänomene, ohne jemanden zu verurteilen.

Elke Wagner. Intimisierte Öffentlichkeiten. Pöbeleien, Shitstorms und Emotionen auf Facebook. transcript Verlag. 2019. 200 Seiten. ISBN: 978-3-83764-026-7. [D] 29,99 €, [A] 29,99 €, CHF 41,95.

Energiewende

Der Autor Axel Berg hat seinerzeit am Erneuerbare-Energien-Gesetz mitgewirkt. Anders formuliert: Er beschäftigt sich schon seit Längerem mit dem Thema der Energiewende. Und für ihn scheint die Sache ziemlich klar. Er hat nicht nur einen detaillierten Fahrplan dafür entwickelt, den er in diesem Buch darlegt, er hegt auch keinerlei Zweifel an der tatsächlichen Umsetzbarkeit seiner Vorschläge. Das zeigt schon der erste Satz, in dem er ein Zukunftsszenario für Deutschland anreißt, in dem die Vollversorgung (!) mit erneuerbaren Energien für Deutschland Realität geworden ist. Dabei stellt er den Zusammenhang zwischen klimatischen und wirtschaftlichen Aspekten her. Disruption und Dezentralität sind für Bergs Konzept entscheidend. Im Mittelpunkt steht dabei weniger der Einzelne, sondern verändernde Entscheidungen auf Seiten des Staates.

Axel Berg. Energiewende einfach durchsetzen. oekom Verlag. 2019. 288 Seiten. ISBN: 978-3-96238-130-1. [D] 24,00 €, [A] 24,70 €, CHF 33,55.

Zukunftsfähig

Mike Berners-Lees Handbuch liegt bereits in der dritten Auflage vor. Und das nicht ohne Grund. Der Autor widmet sich nicht nur den großen Herausforderungen unserer Zeit, sondern schafft es hier tatsächlich, möglichst viele einzelne Aspekte so nachvollziehbar wie nur möglich zu formulieren. Die Struktur des Buches ist dabei der Clou. Wenngleich alles mit allem in Zusammenhang und wechselseitiger Bedingung steht, teilt der Autor seine Inhalte in grobe Themenblöcke, deren Untergliederung er ausschließlich mittels Fragen gestaltet. Der Leser kann damit ganz simpel schon im Inhaltsverzeichnis nach einer konkreten Frage suchen, die ihn gerade beschäftigt. Das macht das Buch zu einer Art Nachschlagewerk, das mit seiner schlichten Sprache jeden Leser mühelos erreicht. Unterstützt werden die Erläuterungen der unterschiedlichen Sachverhalte durch einige wenige, so einfach wie möglich gehaltene Grafiken.

Man kann auch einen anderen Zugang wählen. Das Glossar stellt eine Art Quelle der Inspiration dar und vermittelt mehr als nur Begriffsdefinitionen. Und wer noch mehr wissen möchte oder einen Fehler gefunden hat, ist dazu eingeladen, auf einer Homepage zum Buch mit dem Autor in Kontakt zu treten.

Mike Berners-Lee. Es gibt keinen Planet B. Das Handbuch für die großen Herausforderungen unserer Zeit. Midas Verlag. 3. Auflage 2020. 320 Seiten. ISBN: 978-3-03876-530-1. [D] 25,00 €, [A] 25,70 €, CHF 33,00.

Gegen rechts

Wie stark ist unsere Demokratie durch Druck von rechts gefährdet? Dieser Frage kann heute niemand mehr ausweichen. Orientierung dabei gibt der Autor dieses Buches. Dr. Matthias Quent ist Direktor des Instituts für Demokratie und Zivilgesellschaft in Jena. Er weist darauf hin, dass rechte Tendenzen in Deutschland nicht neu und erst recht nicht mit der Flüchtlingswelle 2015 entstanden sind, sondern schon viel länger existieren. Nur, so seine Ansicht, wurden sie vor allem vonseiten der Politik nicht ernst genommen. Das zeigt sich nun als ernsthafte politische Vernachlässigung, die im Alltag nicht nur in rassistischer Gewalt ihren Ausdruck findet. Das weiß der Autor aus persönlicher Erfahrung. Genau deshalb stellt das Buch keine politiktheoretische Reflexion dar, sondern orientiert sich an konkreten Ereignissen wie dem Mordfall Lübcke. Dem entsprechend ordnet der Autor auch den Osten Deutschlands nüchtern in die Gesamtthematik ein.

Matthias Quent. Deutschland rechts außen.
Verlag Piper. 2019. 304 Seiten.
ISBN: 978-3-49206-170-4.
[D] 18,00 €, [A] 18,50 €, CHF 25,15.

Zivilgesellschaft

Dass zivilgesellschaftliches Engagement äußert vielfältige Ausprägungen kennt, ist weithin bekannt. Verschiedene Forschungsrichtungen widmen sich immer wieder einzelnen Aspekten, aber in der Regel kaum einer Überblick schaffenden allgemeinen Darstellung dieses Sektors. Hier hat Rupert Graf Strachwitz gemeinsam mit weiteren Autoren mit dem "Handbuch Zivilgesellschaft" eine wichtige Lücke gefüllt. Bereits das erste, umfangreiche Kapitel geht sehr in die Tiefe und beleuchtet die Geschichte und Entwicklung der Zivilgesellschaft, um damit zu einer historischen Definition und inhaltlichen Abgrenzung zu gelangen. Besonders deutlich wird in diesen Ausführungen, dass kein zivilgesellschaftliches Phänomen jemals selbstverständlich gewesen ist, sondern stattdessen auch immer für den eigenen Erhalt und gegen Widerstände aus unterschiedlichen Richtungen auftreten musste und muss.

Die Gesamtheit der behandelten Details verschafft ein sehr umfassendes Bild der thematischen Komplexität, sodass das Buch tatsächlich als Standardwerk betrachtet werden darf.

Rupert Graf Strachwitz, Eckhard Priller, Benjamin Triebe. Handbuch Zivilgesellschaft.
Verlag De Gruyter. 2020. 374 Seiten.
ISBN: 978-3-11055-129-7.
[D] 49,95 €, [A] 49,95 €, CHF 69,85.

Grüne Perspektiven

Nachhaltige Perspektiven für eine klimafreundliche Wirtschaft werden dringender denn je gebraucht. Dieser Band versammelt dazu eine Vielzahl unterschiedlicher Sichtweisen. Allen ist gemeinsam, dass sie einen ganzheitlichen, alle gesellschaftlichen Bereiche einbeziehenden Ansatz verfolgen. Anders als in Berners-Lees Buch „Es gibt keinen Planet B“ (Seite 84) handelt es sich hierbei in erster Linie um theoretisch-analytische Diskussionsansätze, die auf eine transformative Umweltpolitik abzielen. Diese verstehen die Autoren als dynamisch, insofern sie aktiv neue „Gelegenheitsfenster“ schafft. Gleichzeitig können aber auch gesellschaftliche Trends bewusst für Weiterentwicklungen genutzt werden, wie beispielsweise die aktuelle Diskussion um Massentierhaltung und Fleischkonsum. Inwieweit staatliche Regularien dabei durch die Bevölkerung angenommen werden, ist ein weiterer der vielen Diskussionspunkte dieses Buches. Damit erscheint der Band eher lohnenswert für „fortgeschrittene“ Leser.

Walter Kahlenborn, Jens Clausen, Siegfried Behrendt, Edgar Göll (Hrsg.). Auf dem Weg zu einer Green Economy. Wie die sozialökologische Transformation gelingen kann. transcript Verlag. 2019. 302 Seiten.
ISBN: 978-3-83764-493-7.
[D] 27,99 €, [A] 27,99 €, CHF 39,10.

3. überarbeitete und erweiterte Auflage

Handbuch Fördermittel
Das Standardwerk für das Fördermittel-Fundraising

Alles was Verantwortliche von gemeinnützigen Organisationen wissen müssen, um gezielt Zuwendungen von Stiftungen, Lotterien, Förderfonds und vom Staat einzuwerben.

Versandkostenfrei direkt beim Verlag bestellen:
Tel: 09874-322 516
E-Mail: shop@foerder-lotse.de

Oder im Buchhandel: ISBN 978-3-9814394-6-5 (gedrucktes Buch)
ISBN 978-3-9814394-7-2 (E-Book)

Förderlotse
Torsten Schmotz

www.foerdermittelhandbuch.de

Fragebogen: Moritz Meier wünscht sich eine

Moritz Meier ist der Erfinder der Pfandbecher-Jagd, also dem Sammeln von Pfandbecher-Spenden auf Musikfestivals, denn seit 2011 ist er für das Marketing und Fundraising bei Viva con Agua zuständig. Die NGO mit Sitz in Hamburg-St. Pauli setzt sich für den Zugang zu sauberem Trinkwasser und die sanitäre Grundversorgung weltweit ein.

Als Mitveranstalter eines studentischen Festivals im Jahr 2007 suchte Moritz Meier nach einer spielerischen Möglichkeit, wie die Festivalbesucher einen kleinen Betrag an Viva con Agua spenden können. Dabei rückte der Ein-Euro-Pfandbecher in sein Blickfeld. Als Ergebnis flog der erste Pfandbecher am 7.7.2007 auf dem „lunatic Festival" in Lüneburg in eine Viva con Agua-Tonne. Es sollte nicht der letzte sein … Heute ist Viva con Agua mit der Becherjagd auf rund 200 Festivals im Jahr vertreten.

Nach seinem Zivildienst in einer psychiatrischen Klinik (was nach eigener Aussage die beste Vorbereitung auf das folgende Arbeitsleben war) studierte Moritz Meier Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt „Internationales Marketing". Sein erworbenes Wissen wendete er zunächst beim Ölkonzern ExxonMobil an. Doch dort hielt es ihn nicht lange. Es folgte das Studium der Kulturwissenschaften und schließlich der Sprung in die Musikbranche. Nach einigen Jahren als Head of Sponsoring beim „Reeperbahn Festival" kommt 2011 endlich das ersehnte Job-Angebot von Viva con Agua. Und dort wendet er seitdem all das Wissen an, das er in der Psychiatrie, in einem Ölkonzern und bei Europas größtem Clubfestival aufgesaugt hat.

▶ www.vivaconagua.org

1. Was wollten Sie als Kind werden?

Lobbyist. Ich fand den Gedanken großartig, Geld dafür zu bekommen, dass ich zwei Menschen einander vorstelle. (Das war meine kindliche Vorstellung von Lobbyismus nach einer NDR-Dokumentation.)

2. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Heutzutage werden leider so viele menschenverachtende Wörter wieder genutzt oder neu zusammengesetzt, dass ich keines vorschlagen möchte.

3. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Bedingungsloses Grundeinkommen. Ich bin mir sicher, das würde ungeahnte Kreativität freisetzen in Forschung, Kultur, Bildung, Produktentwicklung usw.

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

Mir selbst als Kind beim Spielen zusehen und mich noch mal freuen.

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

Als gebürtiger Hamburger habe ich es nicht so mit Orden. Ich würde lieber bedingungslose Grundeinkommen verteilen. Da fallen mir viele großartige Menschen in sozialen Organisationen und in Social Businesses ein, die damit befreit aufspielen könnten.

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

Moin!

MOMA-Ausstellung

7. Ergänzen Sie folgenden Satz: Was ich überhaupt nicht brauche …

… ist Kaffee. Ich bin einer der wenigen Menschen, die mit dem Getränk absolut nix anfangen können.

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

Ich könnte jetzt sagen „Biographien lesen" oder „asiatisch kochen", … aber die Wahrheit ist: Ich schnappe mir meine Spiele-Konsole.

9. Worüber können Sie lachen?

Über Heinz Erhardt, über „Ruthe Comic" und über Missgeschicke von mir und anderen.

10. Wann reißt Ihr Geduldsfaden?

Ich habe den Faden mit viel Training durch ein Gummiband ersetzt, und das ist flexibel. Kann aber auch mal richtig wehtun, wenn es plötzlich zurückschnellt.

11. Was war früher besser?

die Brötchen beim Bäcker

12. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

in den Alpen an einem klaren Bergsee

13. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

… seine heimliche Leidenschaft war jedoch das Grafikdesign. Die kühne Einfachheit und Belanglosigkeit seiner Werke wurde posthum mit einer Ausstellung im MOMA gewürdigt.

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

… die Möglichkeit, anderen und mir selbst gleichzeitig etwas richtig Gutes zu tun.

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.

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 das Buch „Es gibt keinen Planet B: Das Handbuch für die großen Herausforderungen unserer Zeit" aus dem Midas-Verlag, welches wir auf Seite 84 näher vorstellen. Mike Berners-Lees Überlebensplan für die Menschheit ist in aktualisierter Auflage neu erschienen und widmet sich den akuten Fragen: Klimawandel, Welternährung, Biodiversität, Plastikmüll … Die Liste der Weltprobleme scheint endlos. Doch was ist am dringendsten, was bringt uns wirklichen Lösungen näher? Wie können wir den CO_2-Ausstoß nachhaltig minimieren? Sollten wir alle Vegetarier werden? Wie können wir die Kontrolle über die rasante technologische Entwicklung behalten? Und vor allem: Was kann jeder Einzelne konkret tun? Untermauert von belegten Fakten und Analysen, liefert der Autor ein wirklich umfassendes Bild der großen Herausforderungen unserer Zeit. Und falls Sie das Buch schon haben, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!

1 Zu welchem Prominenten, der sich neben seinem Hauptjob fürs Blutspenden starkmacht, gehören diese Augen?

A) Philipp Amthor
O) Leon Goretzka
E) Florian Silbereisen

2 Diese Alpakas sind keine Zootiere, vielmehr helfen sie benachteiligten Menschen. Wie heißt der Boss der Herde?

W) Zilli
M) Billi
N) Willi

3 Da die Schüler Corona-bedingt nicht an Bord durften, ging die Gewässer-Exkursion online. Wie heißt das Schiff?

L) Aldebaran
K) Gorch Fock
P) Polarstern

4 Mit Orgel und Lkw quer durch Berlin, da kommt die Musik zum Publikum. Wie heißt der weltbekannte Organist?

E) David Garrett
I) Cameron Carpenter
Y) Keith Jarrett

5 Welche barrierefreie TV-Sendung hat den Publikumspreis beim Deutschen Hörfilmpreis 2020 gewonnen?

F) „Tatort"
G) „ZDF Fernsehgarten"
N) „Die Maus"

6 Moritz Meier kennt sich aus mit Festivals und Party People. Wie heißt die NGO, für die er arbeitet?

E) Viva con Agua
O) Haus der kleinen Forscher
U) Deutsche Rockmusik-Stiftung

So geht's: Die Buchstaben aus den Fragen 1 bis 6 ergeben das Lösungswort. Senden Sie dieses an *gewinnen@fundraiser-magazin.de* und vergessen Sie bitte die Postadresse nicht, damit Ihr Gewinn Sie auch erreicht! Diese Daten werden nur im Zusammenhang mit dem Gewinnspiel verarbeitet und nicht an Dritte weitergegeben. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Einsendeschluss ist der 31. August 2020. Viel Glück!

SCHIFF BAUER GASSE

Der innovative Kulturbetrieb

Für ein kulturfreundliches Klima
und eine klimafreundliche Kultur!

KLIMANEUTRAL.

DEMOKRATISCH.

PARTIZIPATIV.

Jetzt Tickets sichern!
www.kulturmarken.de

12. Kultur Invest! Kongress

25.–27. November

Internationales Kunst- und Kulturquartier Schiffbauergasse Potsdam

Museum Barberini Potsdam

Nikolaisaal Potsdam

EUROPAS VIELFÄLTIGSTER KULTURKONGRESS

3 Hauptforen. 15 Fachforen. 3 Workshops.

Veranstalter*in
causales®

Hauptförder*innen
LAND BRANDENBURG

Premiumpartner*innen
SAP
RSM
think green
Mihai.
Bayer/Kultur

Redakteur im Home-Office Fabian F. Fröhlich lernt von der Nachbarskatze

Von wegen, alles wäre viel schöner, wenn die Sonne scheint! Von wegen, endlich ist Sommer! Rückenschmerzen hab ich, nach all den Monaten im Homeoffice. Und die Chef-Etage meint, dass hätte ja sowas von gut funktioniert, das können wir ruhig so beibehalten. Fragt mich mal jemand? Ich habe das Gefühl, meine Kern-Kompetenzen – nämlich die sozialen – gehen langsam, aber sicher flöten. Home-Office-Koller vom Feinsten! Und dann darf ich auch noch des Nachbars Katze hüten, weil die ja wieder in den Urlaub „dürfen". Klar, hab ja eh nix zu tun. Und so ein Katzenklo zu leeren ist ja ein Kinderspiel. Bis man die Streu zwischen den Zehen hängen hat. Warum eigentlich immer ich?!

Da erscheint mir das schon wie eine Verhöhnung, wenn Felis Catus mich unausgesetzt völlig tiefenentspannt anschaut. Wie machen Katzen das? Wieso fällt dem Kater nicht die Decke auf den Kopf? Von Rückenschmerzen scheint der haarende Mitbewohner auch noch nie etwas gehört zu haben. Selbst nach Monaten des Lockdowns ist der Kerl die gute Laune in Person. Dem genügen eine leere Klopapierrolle als Spielzeug und ein regelmäßig gefüllter Fressnapf. Damit will er mir wahrscheinlich sagen, ich solle mir ein Beispiel an ihm nehmen. Will ich aber nicht! Ich hasse es, wenn das Klopapier alle ist. Und erst recht hasse ich Hähnchen-Mägen. Bäh!

Ich will mich nicht bescheiden. Mir gehen die letzten Monate gehörig auf den Zeiger. Allerdings interessiert das den Kater nicht. Er hört sich zwar geduldig meine Argumente an, hält sich mit deren Einordnung aber eher zurück. Das macht mich wahnsinnig! Das kann dem doch nicht alles egal sein! Diese Diplomatie ist das Letzte, was ich jetzt gebrauchen kann. Aufmerksamkeit habe ich nötig, Applaus, Verständnis, Mitleid und Empathie …

Auf dem Ohr scheint das Vieh aber echt taub zu sein. Also werfe ich das Handtuch. Ich setze mich ratlos neben ihn. Und beginne zu schnurren.

Kaufen Sie mein Buch
und unterstützen Sie damit
den Feingeist der Redaktion!

(denn das F. in meinem Namen steht für … na eben!)

„Das Letzte – Kolumnen aus dem Fundraiser-Magazin"
für Leser/innen des Fundraiser-Magazins NUR 10 EUR
Taschenbuch, 100 Seiten, bestellen unter:
▶ shop.fundraiser-magazin.de

Ausgabe 5/2020 erscheint am 21. September 2020 u. a. mit diesen Themen

- Frauen in NGO-Führungspositionen
- mobile Kirche unterwegs

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 5/2020 ist der 13.07.2020.

ISSN 1867-0563 – 15. Jahrgang

Fundraiser magazin
Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

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

Herausgeber:
Matthias Daberstiel, Udo Lehner, Daniela Münster

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

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

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

Anzeigen-Werbung:
matthias.daberstiel@fundraiser-magazin.de (verantwortlich), Telefon: +49 (0)3 51 8 76 27-80, Fax: +49 (0)3 51 8 76 27-79
Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 13 vom 1.12.2019

Druck:
Silber Druck oHG, Lohfelden

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 5/2020, die am 21.09.2020 erscheint, ist der 13.07.2020.

Fotonachweise:
Titelbild/S. 3: besjunior@AdobeStock; S. 4 (THEMA), S. 18/19, S. 20/21, 72: sdecoret@AdobeStock; S. 4 (MENSCHEN) & S. 14: rebel-shotz.com; S. 4 (STIFTUNGEN): vanda@fotolia.com; S. 5 (AKTUELL), S. 28/29: Melinda Nagy@AdobeStock; S. 6: Pakhnyushchyy@AdobeStock (UNTEN); S. 6: René Grodde/atri.eu (DABERSTIEL); S. 11: PrettyVectors@AdobeStock; S. 22: matrosovv@AdobeStock; S. 24/25: venimo@AdobeStock; S. 26: blankstock@AdobeStock (ILLUSTRATION); S. 36: Paul Glaser (STEHFEST); S. 44 (GROSSES FOTO), S. 88 (44): ALDEBARAN / BW Stiftung; S. 44: René Grodde/atri.eu (NITZSCHE); S. 47: Manuel Fischer (PRADERVAND); S. 48, S. 88 (48): Christian Reichart; S. 50: PiyawatNandeenoparit@AdobeStock; S. 52: www.katrindenkewitz.de (KIEFER); Stephanie Kern (GROTEHANS); Hessing-Stiftung (HOFMANN); S. 53: Michael Mey (HOMMELHOFF); S. 54: Andi Weiland | www.andiweiland.de (PERANIC); Fotoatelier Lenzburg (HAWELKA); Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DIEKAMP); Die Hoffotografen GmbH Berlin (KÖHLIG); S. 55: Marion Nitsch (BOSURGI); Point Alpha (LEITSCH); S. 57: Maik Meid; S. 66: kommaKLAR | winnie mahrin; S. 68: gustavofrazao@AdobeStock; S. 69: Michael Kreizenbeck (KUNTZE); S. 70: Teodor Lazarev@AdobeStock; S. 73: Andreas Heddergott; S. 76: bakhtiarzein@AdobeStock (ILLUSTRATION); S. 86, S. 88 (86): Pascal Bünning; S. 88 (57): Scanrail@AdobeStock; S. 90: oza@fotolia.com, alle anderen PR / Archiv / privat

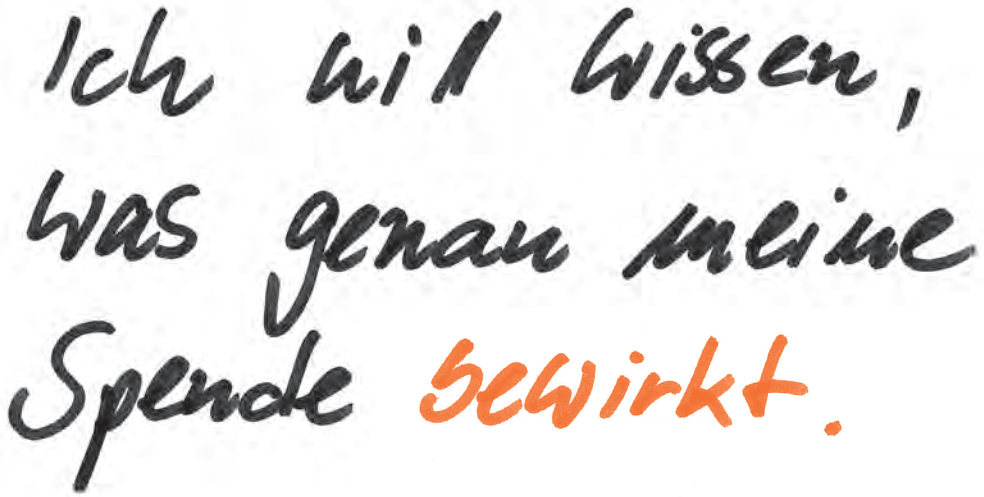
In Zusammenarbeit mit der Fundraising Akademie

ANT-INFORMATIK SPURT DIE NÄCHSTE STUFE DER DIGITALI-SIERUNG VOR

Ihre Fundraising-Lösung unterwegs
in die Zukunft.

SEXTANT
SUPPORTS YOU.

sextant-npo.net



Harald, 59 Jahre,
spendet als Unternehmer

Wir wissen, was Spenderinnen und Spender bewegt ...

... und helfen Ihnen, Spenderinnen und Spender zu bewegen, indem wir auf besondere Bedürfnisse eingehen. Mit zielgruppengenauer Ansprache, passend aufbereiteten Inhalten und Wirkungsberichten erreichen Sie zum Beispiel auch Unternehmen oder Großspender. Gemeinsam können wir die Welt ein kleines bisschen besser machen!

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

adfinitas