ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 5/2020

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

LIFE IS LIVE

ONLINE-TREFFEN STATT PRÄSENZ

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

FUNDRAISE PLUS

ENTDECKEN SIE UNSERE NEUE VERSION 6!

Wenn Sie bereits mit Fundraise Plus arbeiten, haben Sie es sicher schon bemerkt: Die neue Programmversion ist auf dem Weg!
Groß. Stark. Mächtig.
Mit noch mehr KI wird sie Ihnen ab diesem Jahr das Leben sehr erleichtern. Lassen Sie sich überraschen!

STEHLI SOFTWARE DATAWORKS

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,

hallo, bin ich zu sehen? Wie: kein Ton? Moment … ah … jetzt klappt's. Wer kennt es nicht – kleine Startschwierigkeiten bei digitalen Treffen. Manch einer wird genervt die Augenbrauen hochziehen und denken: Anfänger! Andere sagen sich insgeheim womöglich: Willkommen in meiner Welt!

Meine Meinung: Solche kleinen Pannen machen die Meetings via Zoom und Co. auch irgendwie authentischer. Irren ist schließlich menschlich und Fehler sind ja zum Lernen da.

Dennoch freue ich mich natürlich über jede Online-Zusammenkunft, die professionell über die Bühne geht. Denn eines ist uns in Redaktion und Verlag mittlerweile klar geworden: Digitale Tagungen, Videokonferenzen, Tele-Arbeit, ja sogar Online-Mitgliederversammlungen gehören von nun an zum realen Leben dazu.

Daher haben wir den Themenschwerpunkt dieser Ausgabe entsprechend gewählt – Life is live. Lesen Sie, wie Organisationen ruckelfrei, rechtssicher und partizipativ mit Förderern und Spendern sprechen, virtuelle und hybride Events veranstalten und sogar um Testamentsspenden werben.

Und bei Ihnen? Hat Corona Ihre Fundraising-Pläne für das vierte Quartal 2020 verändert? Leserinnen und Leser des Fundraiser-Magazins haben uns geschrieben, wie es um deren Pläne steht.

Dazu stellen wir wieder spannende Projekte und Stiftungen vor und zeigen Best Practice aus dem Fundraising-Umfeld.

Eine interessante Lektüre mit vielen guten Anregungen für Ihre Arbeit wünscht Ihnen
Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

direct.
AGENTUR & LETTERSHOP

erfolgreiche
SPENDEN MAILINGS

Sprechen Sie mit den **Spezialisten:**

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

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

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

www.directpunkt.de

Thema

LIFE IS LIVE

ONLINE-TREFFEN STATT PRÄSENZ

Tagungen und Networking-Treffen digital **24**
So bringen Sie Ihre Veranstaltung erfolgreich ins Netz

Homeoffice und Datenschutz **26**
Wie Sie auch zuhause professionell und datenschutzkonform arbeiten

Ruckelfrei, rechtssicher, partizipativ **28**
Wie digitale Mitgliederversammlungen funktionieren können

Das neue Selbstverständnis **30**
Wie Organisationen in der Coronazeit um Testamentsspenden werben

Knigge-Regeln für Zoom, Skype und Co. **32**
Wie Sie bei Online-Meetings und Videokonferenzen gut ankommen

Menschen

Henrike von Platen **14**
... beschäftigt sich intensiv mit den Themenbereichen Lohngerechtigkeit und Entgelttransparenz

Felix Kolb **68**
... warnte die Campact-Unterstützer vor den Risiken der „Hygiene-Demos“. Im Interview spricht er über die Folgen

Lea Moliterni **94**
... hat unseren Fundraiser-Fragebogen ausgefüllt und verrät Persönliches

Projekte

Haus der Nationen **36**
Das Wiener magdas-Hotel funktioniert als Social Business

Kirche auf Augenhöhe unterwegs **38**
„Mobile Kirche“-Projekte können Wege fürs Fundraising ebnen

Wachsen dank Legaten **40**
Schweizer NGOs gründen neue Erbschaftsinitiative

Stiftungen

Durch die Klimabrille betrachtet **44**
Was Stifter beitragen können, um die Klimakrise zu lösen

Hoffnungsvoller Trend in schwierigen Zeiten **46**
Stiftungen arbeiten immer häufiger zusammen

Herz im Sonderangebot **48**
Die „Stiftung Über Leben“ bietet Spenderorgane im Internet an

Meinung

Persönliche Gedanken 12
Raúl Krauthausen:
Die Lügen der Wohlfahrtsverbände

Kommentare aus der Redaktion
von Matthias Daberstiel (Seite 6),
Rico Stehfest (Seite 34) und
Ute Nitzsche (Seite 42)

Aktuell

Hat Corona Ihre Fundraising-Pläne geändert und wenn ja, wie? 18
Leserinnen und Leser des Fundraiser-Magazins berichten, welche Pläne sie für das vierte Quartal 2020 haben

Praxis & Erfahrung

Geschlechtergerechte Organisationen 70
Frauen wollen Teil einer anderen Führungskultur sein

Wer denkt schon ans Ende, wenn's ans Anpacken geht? 72
Von der Professionalisierung zivilgesellschaftlicher Initiativen

Art Thinking 74
Was Fundraiser von Künstlern lernen können

Patenschaften im Fundraising 76
Wie man vermeidet, falsche Versprechen zu verkaufen

Automatisch, sicher und schnell 78
Wie Spendenorganisationen Mailingverstärker und Beilagen erfolgreich personalisieren

Aus Spiel wird Ernst 80
Serious Games als Fundraising-Tool

Rubriken

Schöner scheitern 11
Leser-Post und -Postings 20
Köpfe & Karrieren 54
Branche 58
Dienstleisterverzeichnis 60
Abo-Coupon 67
Fundraising-Kalender 82
Bildung 86
Fach- und Sachbücher 90
Das Letzte 98
Vorschau & Impressum 98

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

Verlosung

Testen Sie Ihr Wissen
... und gewinnen Sie Nützliches für den Fundraising-Alltag 96

Autoren

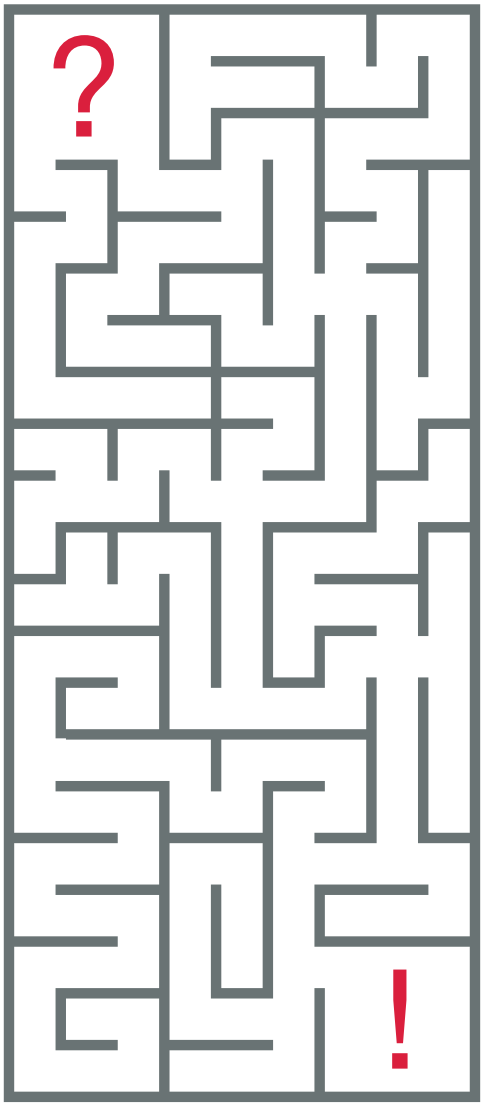
... dieser Ausgabe:
Verena Batchelor, Andreas Berg, Dr. Antje Bischoff, Jennifer Busch, Matthias Daberstiel, Volker Ernst, Markus Feiler, Dr. Christian Fischbach, Kristin Koschani-Bongers, Raúl Krauthausen, Veronica Kuls, Dr. Johannes Lundershausen, Carolin Müller-Bretl, Daniela Münster, Ute Nitzsche, Alexander Schäfer, Rico Stehfest, Katrin Taepke, Adrian Wismann, Helene Wolf, Stefan Zell

Weiterhin

... liegen in dieser Ausgabe Beilagen der Firmen **Socialminds und Causales** bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.

vanacken
Druckerei & Verlag

Drucksachen sind für Sie ein Rätsel?

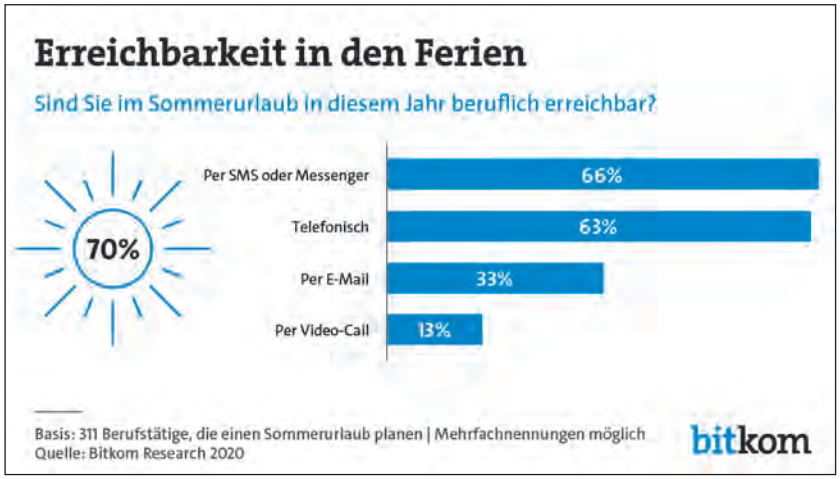


Wir haben die Lösung!

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

Jeder Dritte hat Angst, etwas zu verpassen



Haben Sie Ihren Sommerurlaub in angenehmer Erinnerung? Erinnern Sie sich auch noch daran, wie oft oder wie viel Sie in dieser Zeit für Ihren Arbeitgeber fleißig waren? Der Digitalverband Bitkom hat mittels einer repräsentativen Umfrage herausgefunden, dass 70 Prozent der Berufstätigen während des eigenen Urlaubs für den Arbeitgeber zu erreichen sind, zwei Drittel davon per SMS oder Messenger, jeder Achte auch per Video-Call. Trotzdem geben 60 Prozent der Befragten an, unter diesen Bedingungen gut abschalten zu können. Das Phänomen FOMO, die Angst, etwas zu verpassen, kennen immerhin ein Drittel der Befragten. Im Vergleich zum Vorjahr war damit keine Änderung in den Ergebnissen ablesbar.

▶ www.bitkom-research.de

Und sonst noch …

Ein „Bonbon" für die Feuerwehr

Im Juli hat eine große bekannte Marke für atemwegsbefreiende Lutsch-Pastillen nach eigenen Angaben mehr als eine halbe Million ihrer „starken" Teile kostenlos an Feuerwehrleute verteilt. Damit sollten nicht nur die Konzentration der Engagierten gesteigert, sondern sogar „weitere mentale und physische Kräfte für den nächsten Einsatz" freigesetzt werden. Wie das bei den Feuerwehrleuten angekommen ist, ist leider nicht bekannt. Im Notfall kennen die meisten von ihnen aber wohl ohnehin das Heimlich-Manöver, den Griff, mit dem man jemandem helfen kann, dem etwas im Hals stecken geblieben ist.

MEINE MEINUNG

„Laues Lüftchen statt rauer Wind – der Werbeboykott gegen Facebook ist vorbei"

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

Was wurde *#StopHate ForProfit* im Sommer doch gefeiert! Endlich geht es Facebook und seiner unsäglichen Politik, für die Hass-Postings auf seiner Seite nicht verantwortlich zu sein, an den Kragen! Nein, nicht die Regierungen hatten harte Maßnahmen angedroht, sondern die Unternehmen, die bei Facebook Werbung schalten, um die Milliarden Menschen zu erreichen, die das Netzwerk vereint. Die Liste der Firmen war recht illuster: VW, Puma, IKEA, SAP, Unilever, Coca Cola. Alles keine kleinen Player am Markt. Nicht einmal zwei Monate später ist aus dem rauen Wind, der Facebook entgegenschlug, ein laues Lüftchen geworden. Einige Unternehmen hatten ihre Werbung auch nur im Juli und auch nur in den USA eingestellt, nicht aber in Europa. Die Reichweite und besonders die zielgenaue Werbung beim Datenkraken sind überlebenswichtig für das Geschäft. *#StopHateForProfit* ist so fast schon Geschichte!

Und die NGOs in Deutschland, Österreich und der Schweiz? Einige setzten im Juli aus und machten es auch offiziell. Andere schalten seit August wieder Werbung im fünfstelligen Bereich. Das geht aus der Facebook-Werbestatistik hervor.

So funktioniert Boykott nicht, denn bei Facebook hat sich kaum etwas verändert. Aus meiner Sicht wählte man auch den falschen Zeitpunkt. Nicht vor dem „Black Friday" in den USA oder dem Weihnachtsgeschäft in Europa, sondern mitten im Sommer. Boykott nützt nur etwas, wenn es einem selbst auch wehtut, dann erst spürt Facebook die Forderung seiner Kunden nach Veränderung.

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

PARAGON
Customer Communications

Wenn jede Stunde zählt!

Damit Ihre Spendenkampagne gerade in Krisenzeiten schnell bei Ihren Empfängern ankommt!

Paragon Customer Communications liefert die passenden Werkzeuge – automatisch, sicher, schnell!

- Personalisierte Mailingverstärker und Beilagen
- Hoher Automationsgrad dank Plattformunterstützung
- Adress- und Portoservices für mehr Wirtschaftlichkeit

Drei Fragen an … Marcus Rost

Der Gründer der Verwaltungs-Plattform gettup will NGOs ein digitales Zuhause geben

? Was steckt hinter gettup?

Gettup ist eine neue Plattform, auf der NGOs ihre gesamte Verwaltung abwickeln können. Dabei haben sie alles auf einen Blick und alles schnell und einfach erledigt. Wir wollen den kleinen und mittleren NGOs eine echte Verstärkung in der Digitalisierung sein. Die Regulierungen des Gesetzgebers werden immer anspruchsvoller, Stichwort Datenschutz oder Rechnungslegung. Gleichzeitig werden auch die Anforderungen der Förderer immer höher, beispielsweise digitale Erreichbarkeit. Hierfür wollen wir mit gettup eine einfache und selbstverständliche Lösung für jedermann schaffen und den NGOs ein digitales Zuhause geben.

Marcus Rost …

… ist Geschäftsführer der Medienland GmbH, die Online-Dienstleistungen für Non-Profit-Organisationen anbietet.

? Wie wird das NGOs unterstützen?

Wir wollen jede NGO ganz konkret unterstützen, ihr digitale Werkzeuge an die Hand geben, die ihre Arbeit extrem erleichtern. Erleichterung kommt durch Automatisierung und Automatisierung kommt durch Digitalisierung, zum Beispiel in der digitalen Spender- und Mitgliederverwaltung, den automatisierten Zuwendungsbescheinigungen, der Kontrolle der Zahlungsströme, im digitalen Fundraising und so weiter.

? Wie kann man sich beteiligen und was kostet es?

Gettup ist eine cloudbasierte Webanwendung, mit der jede NGO zu jeder Zeit an jedem Ort ihre Arbeit machen kann. Die NGO benötigt keine Software und keinen IT-Spezialisten. Die Plattform als Cloud-Applikation ist immer auf dem neuesten Stand, somit auch jede NGO. Gettup ist für jede NGO geeignet und mit geringen Kosten auch für jedermann bezahlbar.

▶ www.gettup.de

Bank für Sozialwirtschaft

Sicher online Spenden sammeln.

Entdecken Sie unser neues Spendenportal! Als Kunde der Bank für Sozialwirtschaft AG erhalten Sie einen kostenlosen Zugang zum BFS-Net.Tool XXL. Sie können direkt loslegen und den Eingang Ihrer Spendenströme auf Ihr Konto automatisieren. Sprechen Sie gerne direkt mit Ihrem persönlichen Kundenbetreuer oder lassen Sie sich von unseren Fundraising-Experten beraten.

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

Die Bank für Wesentliches

Kurzgefasst …

Zewo-Spendenverstärker

Die Schweizer Stiftung Zewo stellt den Trägern ihres Gütesiegels Material zur Verfügung, das diese online für ihre Homepage individuell anpassen und so noch stärker Vertrauen kommunizieren können. Textboxen und Vorlagen lassen sich so gezielt im Newsletter oder Spendenformular platzieren. Besonders aufmerksamkeitsstark ist das Gütesiegel in animierter Version.

▶ zewo.ch/de/ihr-spendenverstaerker

Spenden sammeln mit Blockchain

Die USA machen es mal wieder vor: Dort hat die NGO „Better Business Bureau" eine Plattform eingerichtet, mittels derer sich dank Blockchain-Technologie Spendenwege verfolgen lassen. Der Zweck besteht natürlich darin, für den Spender in jedem Moment Transparenz zu ermöglichen. Vor Hackern schützt die Technik zusätzlich.

▶ www.givesafely.io

Instagram: Spenden für persönliche Zwecke

Bei Facebook gibt es die Funktion bereits. Neben Irland und Großbritannien profitieren jetzt auch die User von Instagram in den USA von dem Spenden-Feature für private Zwecke. Nach einem Review-Prozess, der einen Missbrauch der Funktion verhindern soll, bleibt ein Spenden-Aufruf zunächst 30 Tage aktiv, kann aber verlängert werden.

▶ www.about.fb.com

Pixum spendet Mehrwertsteuer

Der Online-Fotoservice Pixum hat sich entschieden, die Verkaufspreise beizubehalten und aus der zeitweisen Mehrwertsteuer-Senkung eine große Summe für gemeinnützige Projekte zu spenden. Die Spenden sollen Organisationen unterstützen, die den negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie in Deutschland entgegenwirken. Das Unternehmen rechnet mit einer Summe von bis zu 500 000 Euro.

▶ www.pixum.de/spenden

Hessen mit FSJ „Digital"

Die hessische Rotkreuz-Tochter Volunta startet im September mit dem Freiwilligendienst „Digital" in ganz Hessen. In einigen sozialen Einrichtungen werden in Kooperation mit Volunta FSJ-Plätze für Jugendliche angeboten, die ihr Wissen rund um digitale Medien in Seniorenheimen, Kindertagesstätten oder in Einrichtungen für Menschen mit Behinderung einbringen können.

▶ www.volunta.de

Telefon-Fundraising auf Augenhöhe

Brigitte Niedergesäß
seit 15 Jahren mit Spendern im Dialog

SAZ – gemeinsam Ziele erreichen

- FundraiserInnen mit langjähriger Erfahrung
- Zugriff auf größtes Rufnummernverzeichnis
- Telefonie ohne Zeit- und Abschlussvorgaben

Lastschrift-Gewinnung • Upgrade • Reaktivierung
Großspenderbedankung • Boost-Calls

Ihre nächste Telefonkampagne ist nur einen Anruf entfernt
051 37 / 88 -1444

SAZ®

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

„Frieden, im Libanon und weltweit“ – so der Titel des Fotos von Bettina Flittner, das vom Kindermissionswerk „Die Sternsinger“ für den PR-Bild-Award 2020 in der Kategorie „NGO“ eingereicht wurde und das es bis auf die Shortlist geschafft hat. Entstanden ist das Foto in einer Flüchtlingssiedlung in der libanesischen Bekaa-Ebene. Bis zum 2. Oktober besteht die Möglichkeit, online mitzubestimmen, welches das diesjährige Siegerfoto werden wird.

▶ www.pr-bild-award.de

Europaweit spenden

Das „Transnational Giving Europe Network“ ermöglicht inzwischen das länderübergreifende (digitale) Spenden in Europa bei gleichzeitiger Spendenabsetzbarkeit. Das gilt nicht nur für den privaten Spender. Gemeinnützige Organisationen können sich in dem Netzwerk registrieren und erhalten somit die Möglichkeit, selbstständig im europäischen Ausland Spenden zu akquirieren. Interessierte NGOs können sich für mehr Informationen an den jeweiligen Landespartner wenden, der die Spende abwickelt und die Spendenquittung ausstellt. In Deutschland ist es das Maecenata-Institut.

▶ www.transnationalgiving.eu

Online-Voting

Das Online-Voting für den Publikums-Preis des „Deutschen Engagementpreises“ 2020 läuft noch bis 27. Oktober. In diesem Jahr wurden bundesweit 383 engagierte Personen und Organisationen nominiert. Neben dem Publikums-Preis gibt es fünf weitere Kategorien, deren Gewinner von einer Jury ermittelt werden. Das Voting lohnt sich in jedem Fall: Den ersten 50 Plätzen wird die kostenlose Teilnahme an einem Weiterbildungsseminar in Berlin ermöglicht.

▶ www.deutscher-engagementpreis.de

NGO-Umfrage

Die „European Fundraising Association“ will dem Non-Profit-Sektor den Puls messen und hat eine Umfrage zur Situation im Zusammenhang mit der Corona-Krise gestartet. Die Umfrage dauert etwa fünf Minuten, ein Katalog aus 14 Fragen wird so in Ausschnitten ein Bild der europäischen Zivilgesellschaft zeichnen. Dabei wird beispielsweise gefragt, welche Kanäle eine NGO während der Pandemie für die Spenderkommunikation genutzt hat oder welche Erkenntnisse Fundraiser aus den eigenen Erfahrungen gewinnen konnten. Die Ergebnisse werden anonymisiert veröffentlicht und für die Teilnehmer frei verfügbar sein.

▶ www.surveymonkey.co.uk/r/NonprofitPulse

Schöner scheitern … mit Dank

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.

Eigentlich verjährt, aber diese Geschichte löst immer wieder Gänsehaut aus. Gleichzeitig versichere ich an Eides statt, dass sie sich so zugetragen hat: Mitten in einer mehrjährigen Fundraising-Kampagne zugunsten eines Schulneubaus hatten meine Kollegin und ich eine Idee. Hören wir auf, unsere Spenderinnen und Spender ständig mit Bitten zu belästigen! Wir waren dankbar für das bisher Erreichte, und das wollten wir den Menschen sagen. Erntedank stand an, eigentlich ein perfekter Zeitpunkt für eine schöne Postkarte mit Kampagnenmotiv.

Wir holten uns unseren Fotografen, der eine Jugendliche in Pose setzte. Mit dem Lettershop wurde vereinbart, dass eine echte Briefmarke auf den Karten klebt. Eine Handschrift-Typo wurde ausgewählt, ein schöner Text verfasst. Die Datenbank selektierte alle Spenderinnen und Spender aus fünf Jahren, etwa 6500 Adressen. Echte Unterschriften, mit Füller natürlich, sollten für einen jungen Fundraiser wie mich doch kein Problem darstellen. Tatsächlich war dies innerhalb von einer Woche im Feierabend erledigt. Das war aber auch schon das Einzige, was funktionierte! Es ging alles schief, was schieflaufen konnte …

Die Postkarten kamen aus dem Druck, leider in einer falschen Grammatur. Wir hatten „Fledderpapier" in der Hand. Dummerweise hatten wir es aber so in Auftrag gegeben. Zurückgeben ging auch nicht, da alle Karten frankiert waren. Keinem fiel der noch vorhandene Tippfehler im Text auf. Machte auch nichts, da niemand wusste, wer da eine Postkarte verschickt hat, denn das Papier fraß die Tinte der Unterschriften, und es kam nur ein verschmiertes Grau bei den Adressaten an. Und selbst wenn es lesbar gewesen wäre, wären Spenderinnen und Spender immer noch im Unklaren gewesen. Denn der Unterzeichner – ich – hatte wenige Tage vorher geheiratet und bereits mit neuem Namen unterschrieben. Den kannte bisher noch niemand. Und auch die Datenbank selektierte nicht nur die Freunde der Kampagne, sondern alle. Es dürften sich eine Menge Menschen gefragt haben, warum sie Dank erhalten für etwas, von dem sie weder etwas gehört noch für das sie je etwas gespendet hatten. Obendrein wurde der PAL perfekt ignoriert, und die letzten Adressen erhielten eine Woche zu spät ihre Erntedankgrüße.

Ich habe in den Jahren meiner Tätigkeit vor Ort nur einmal einen Anruf vom Stiftungsrat mit einer kritischen Anfrage dazu erhalten. Ein Fall, um in den Boden zu versinken und um demütig zu werden! Doch dann – die Wendung …

Drei Jahre später erhielten wir eine unangekündigte Erbschaft. Meine Kollegin und ich waren die Ersten in der Wohnung der überraschend Verstorbenen. Direkt neben ihrem Telefon im Wohnbereich fiel uns sofort die besagte Postkarte ins Auge. Sie lag dort nicht zufällig, sondern hatte ihren besonderen Platz. Sie hatte der Dame etwas gegeben, was auch immer. Das Testament erbrachte unserer Stiftung über 300 000 Euro, und es war älter als die Postkarte. Die Verstorbene hatte ihr Testament auch nach Erhalt der Karte nicht mehr geändert.

Ich habe daraus etwas gelernt: Egal wie gestylt, gut beraten oder durchdacht Fundraising-Maßnahmen sind oder eben nicht, da draußen sind Menschen, die sich gar nicht dafür interessieren. Sie sind dankbar für alles, was sie von uns erhalten. Seitdem schaue ich gelassener auf das, was ich mache. Meine Versuche, nachträglich den Ertrag auf den ROI der Maßnahme umrechnen zu dürfen, wurde allerdings vom Vorstand mit einem Schmunzeln abgelehnt.

Maik Meid

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.

Nicolas Reis, Geschäftsführer von Altruja

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

Die Lügen der Wohlfahrtsverbände

Persönliche Gedanken von Raúl Krauthausen

Ich kann diese Plakate nicht mehr sehen. Sie lächeln mich auf der Straße an, von Litfaßsäulen herab grüßen Gesichter glücklicher Erwachsener und noch glücklicherer Kinder. Aufklärung soll das sein. Fast alle Wohlfahrtsverbände in Deutschland argumentieren, man müsse sensibilisieren für die Belange der Menschen mit Behinderung. Verständnis für sie wecken. Letztendlich wollen sie darüber aufklären, dass Menschen mit Behinderung auch Menschen sind. Für diese Binse investieren sie Millionen von Euro in Werbekampagnen, und dann sind Deutschlands Straßen voll mit lächelnden Gesichtern – eindimensional auf Papier und damit in Parallelgesellschaften eingerahmt wie den isolierten Werkstätten und Wohnheimen, während nicht wenige Gebäude in der dreidimensionalen Welt dieser Straßen kaum barrierefrei sind, was jenes Problem ist, um das wir uns zuallererst kümmern sollten.

All diese Kampagnen und das Gerede über Inklusion verschieben ein wichtiges Problem auf den Sankt-Nimmerleinstag: nämlich, dass elementare Rechte von Menschen mit Behinderung ignoriert werden. Müssen wir etwa Männer dafür sensibilisieren, dass Frauen auch Menschen sind? Oder dass Nichtdeutsche auch Menschen sind? Hat sich ein einziger Nazi durch das Anschauen eines Plakats gedacht: Stimmt, Ausländer sollte ich eigentlich nicht jagen …

Was einen Rassisten vielleicht bekehrt, ist die Begegnung. Das schafft eine Chance. Wenn also Wohlfahrtsverbände lamentieren, man müsse erst einmal die Barrieren in den Köpfen der Gesellschaft abbauen, dann lügen sie. Erst einmal müssen die Schulen barrierefrei gemacht werden, die Straßen und die Verkehrsmittel – damit wir uns überhaupt begegnen können. Dann können wir uns um die Barrieren in den Köpfen kümmern. Die Wohlfahrtsverbände aber lamentieren über den zweiten Schritt, um den ersten nicht machen zu müssen. Und so bleibt alles, wie es war. So sad.

Norm in Deutschland ist, dass man nicht behindert ist. Menschen ohne Behinderung schaffen ein strukturiertes Ungleichgewicht, in dem Menschen mit Behinderung als anders wahrgenommen werden. Menschen mit Behinderung müssen bangen und kämpfen, damit sie eine Schulbildung und eine Chance auf dem Arbeitsmarkt wie die „Anderen" erhalten. Sie müssen sich jeden Tag mit Diskriminierung auseinandersetzen: Wenn sie zum Beispiel irgendwo nicht weiterkommen, wenn man sie bevormundet oder über sie hinwegsieht. Immerhin blicken Menschen mit Behinderung auf eine lange Geschichte der Aussonderung zurück. Sie wurden früher weggesperrt und in der Nazizeit gar massenhaft ermordet, und heute leben sie oft isoliert und arbeiten isoliert.

Dieser unsichtbare Maßstab hat Folgen. Denn wenn eine Behinderung als eine Abweichung wahrgenommen wird, setzt sich das medizinische Modell von Behinderung durch: Dann ist Behinderung ein Mangel, eine Krankheit. Dies aber stimmt meist nicht mit den eigenen Realitäten der Menschen überein, die mit ihrer Behinderung leben und sie als Teil ihrer Identität kennen. Und auch wir haben unsere Journalisten und Oberbürgermeister, die zu einer verfahrenen Situation beitragen – Werkstätten genießen einen guten Ruf, obwohl sie in Wirklichkeit unterfordernde Zwangsanstalten sind; endlos die Tiraden in der Mehrheitsgesellschaft, die davon labert, wie „gut eingebunden" man durch die Werkstatt in die Arbeitswelt sei.

Um all diesen Mist abzubauen, brauchen wir Begegnung. Aber keine Plakate.

Als Inklusions-Aktivist und Gründer der Sozialhelden, studierter Kommunikationswirt und Design Thinker arbeitet **Raúl Krauthausen** seit über 15 Jahren in der Internet- und Medienwelt. Das Netz ist sein zweites Zuhause. Dort twittert, bloggt und postet er über die Dinge, die ihn bewegen. Mal humorvoll, mal ernst und mal mit spitzer Zunge. Bekannt geworden ist er vor allem durch die von ihm erfundene Wheelmap, eine weltweite digitale Landkarte barrierefreier Plätze, die von Usern erstellt wird, sowie durch sein „Undercover- Heimexperiment" und den Protest gegen das Bundesteilhabegesetz.
▶ **www.raul.de/newsletter**

„Ich schätze an der Zusammenarbeit mit marketwing, dass wir es gemeinsam seit über 10 Jahren schaffen, mit den richtigen Fundraising-Strategien echte, teils persönliche Beziehungen zu Spenderinnen und Spendern aufzubauen. Und unseren FörderInnen so die Gewissheit geben, dass wir sie nicht nur für ihre Zuwendungen schätzen, sondern sie vielmehr als wertvollen Teil unserer DLRG-Familie verstehen."

Achim Wiese, Pressesprecher und Leiter Verbandskommunikation und Fundraising Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V.

marketwing®

„Chancengleichheit ist nur auf

Von RICO STEHFEST

Fragt man die Unternehmensberaterin Henrike von Platen, was sie für gewöhnlich auf die Frage antwortet, wie viel sie pro Monat denn so verdiene, lacht sie herzlich. Hier ist eins klar: Diese Frau hat über das leidige „Tabuthema" Geld und Einkommen schon derart viele Gespräche geführt und seit mehr als zehn Jahren gebetsmühlenartig die Forderung nach mehr Transparenz hochgehalten, dass sie ganz sicher sein kann, wovon sie spricht. Die Süddeutsche Zeitung habe recht mit der kürzlich veröffentlichten Zahl von 7 000 Euro. Damit beziffert sich ihr Gehalt als Geschäftsführerin des FPI. „Da ich Zeit meines Lebens selbstständig bin, war es schon immer schwierig, einen genauen Betrag zu nennen. Das variiert ja. Für Angestellte, die brutto und netto klar festgelegt haben, ist das manchmal schwer zu verstehen", so ihre Erläuterung. Hier liegt der Kern ihres Anliegens: Man kommt nicht weiter, wenn man nicht darüber spricht.

Für Henrike von Platen gilt das auch und besonders für den gemeinnützigen Bereich: „Wir machen das ja alle, weil wir es gern machen. Das heißt aber eben nicht, dass die Leute nicht davon leben können dürfen. Ich darf tatsächlich Spaß an der Arbeit haben und dafür bezahlt werden. Anders zu denken, finde ich echt frech." Das bringt sie zu der Frage, wie wir es endlich schaffen, Zeit

der Basis der Bezahlung lösbar“

Sie ist Unternehmensberaterin, Wirtschaftsinformatikerin und Betriebswirtschafterin. Henrike von Platen umkreist seit Jahren die Themenbereiche Lohngerechtigkeit und Entgelttransparenz. Von 2010 bis 2016 war sie als Präsidentin des Unternehmerinnen-Netzwerks „Business and Professional Women Germany“ Schirmherrin der Equal Pay Day-Kampagne. 2017 gründete sie in Berlin das Fair Pay Innovation Lab (FPI), das als Non-Profit-Organisation Wirtschaft und Politik bei der praktischen Umsetzung fairer Bezahlung unterstützt. Mit unserem Redakteur Rico Stehfest sprach sie über den Unterschied zwischen ungleicher Bezahlung von Frauen und fairer Bezahlung. Dabei zeigte sich, dass sich die Frage, was gerecht sei und was fair, nicht leicht beantworten, aber lange diskutieren lässt.

und Geld zu entkoppeln. „Da sehe ich ein Dilemma. Arbeitsergebnisse müssen uns etwas wert sein. Das wird auch kommen. Vieles entwickelt sich in diese Richtung. Auch, wenn Arbeitszeiterfassung gerade wieder diskutiert wird, besonders auch mit Blick auf die Arbeit im Home-Office, erscheint mir das doch wie ein Aufbäumen eines Dinosauriers.“ Trotzdem verschließt sich ihr die Sinnhaftigkeit dessen nicht. Für viele Arbeitnehmer erscheint das eine gute Lösung, und es gibt Bereiche, in denen das auch wirklich passt. Man beutet sich so nicht selbst aus, wird nicht ausgebeutet. Und wie will man Überstunden abbummeln, wenn sie nicht erfasst werden? Kontrolle und Vertrauen. Oder darf man die Frage nach eventuellem, grundsätzlichem Misstrauen zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer stellen?

Das Bewusstsein ist da, das allein ist jedoch noch keine Lösung

Henrike von Platen nimmt das Gesamtbild in den Blick. Welchen Wert messe ich geleisteter Arbeit bei? Sie spricht davon, hier ein komplexes Thema zu erkennen, dem sich viele nicht stellen wollen. Trotzdem zeigt sich die Wirtschaftsexpertin optimistisch: „Noch nie war das Thema Lohngerechtigkeit so weit oben auf der Agenda der Unternehmen.“ Sie erzählt davon, wie das Thema langsam, durch beständige Kampagnenarbeit, nach oben gespült werden konnte. Daran hat auch der Equal Pay Day seinen Anteil. Mit dem Aktionstag wird jährlich markiert, bis zu welchem Datum Frauen im Durchschnitt umsonst arbeiten müssen, gemessen an der Differenz ihres Einkommens zu den Gehältern der Männer. Das wird jährlich neu berechnet und entsprechend liegt der Tag in jedem Jahr an einem anderen Datum. Die Grundlage dafür ist der Gender Pay Gap. Für das Jahr 2019 gab das Statistische Bundesamt die Differenz für Deutschland mit 20 Prozent an. Konkret verdienten Frauen im Schnitt 4,44 Euro brutto pro Stunde weniger als Männer. Damit schließt sich die Lücke um einen müden Prozentpunkt. Immerhin lag der diesjährige Equal Pay Day am 17. März 2020. Es gab auch Zeiten, an denen er erst für den 21. März errechnet werden konnte. Hier scheint steter Tropfen den Stein zu höhlen, wie auch Henrike von Platen meint: „Das Interesse an dem Thema ist mit den Jahren gestiegen. Irgendwann wurde es auch für die Medien rund ums Jahr interessant.“ Man mag kaum glauben, dass es aber tatsächlich eine ganze Weile gedauert hat, bis die Problematik der ungleichen Bezahlung zwischen Männern und Frauen die Wirtschaftsbereiche der Medien erreicht hat. 2015 gab es das Gesetz zur Frauenquote, das Entgelttransparenzgesetz folgte 2017. Das zeigt: Das Bewusstsein ist da. Das allein ist jedoch noch keine Lösung, wie von Platen erläutert: „Es gibt die Aufmerksamkeit. Allen ist klar, hier muss was getan werden. Die Frage aber lautet: Wer tut etwas? Deshalb habe ich 2017 mit meinem Team das Fair Pay Innovation Lab (FPI) gegründet. Ich hatte es einfach satt, ständig nur über das Problem zu reden. Ich möchte, dass sich die Dinge wirklich verändern. Deshalb bilden Unternehmen unsere Zielgruppe. Wir müssen mit denen reden, die tatsächlich jemanden bezahlen. Früher hieß es: Frauen bekommen zu wenig Geld. Heute stellen wir die Frage nach fairer Bezahlung. Es kommt also auch darauf an, aus welcher Richtung man argumentiert. Das ist in der Vergangenheit in der Regel von den Frauenverbänden kommuniziert worden. Damit ist man nicht unbedingt im Unternehmenspapier aufgetaucht.“

Kein Unternehmen ist dazu verpflichtet, unfair zu bezahlen …

Sie ist von ihrem Engagement derart überzeugt, dass sie sicher ist, dass es für Lohngerechtigkeit keines Gesetzes bedürfe, wo ein Wille dafür da sei. Überspitzt formuliert sie, kein Unternehmen sei dazu verpflichtet, unfair zu bezahlen. Umgekehrt aber auch nicht, fair zu bezahlen. Deshalb stellt von Platen die Frage, was Unternehmen daran hindert, fair zu bezahlen? „Oft ist man sich in den Unternehmen gar nicht … ▶

... bewusst, dass manche Strukturen im Lauf von Jahrhunderten entstanden sind. Manche Unternehmen gehen davon aus, dass historisch gewachsene Systeme in Ordnung sind. Da schaut man eben nicht so genau hin."

Analysen können helfen: Strukturen der Bezahlung messen

Wer allerdings hinschaut, der findet auch etwas. Und faire Bezahlung sei eine Entscheidung. „Wenn den Verantwortlichen das bewusst wird, hindert sie niemand, daran etwas zu ändern." Im Entgelttransparenzgesetz sieht sie deshalb nur einen Hinweis darauf, dass etwas nicht ganz stimme und die Dinge eben geändert werden müssten. „Fragt man Unternehmer und Unternehmerinnen, ob sie weibliche Beschäftigte absichtlich schlechter bezahlen würden, kommt oft die Antwort, sie hätten sich das noch nie genauer angeschaut. Wenn man wirklich fair bezahlen will, muss man sein eigenes System unter die Lupe nehmen und sich fragen, ob die Bezahlung auch tatsächlich dem eigenen Anspruch genügt. Wer eine Analyse durchführt, bezahlt am Ende fair. Das kann dauern, das kann aber auch sehr schnell gehen."

Es kann sehr schnell gehen. Nur tut es das eben nicht von allein. Aktionismus, Schnellschüsse. Henrike von Platen weiß, an welchen Stellen es hakt. „Es wird momentan viel unternommen. Es gibt zahlreiche Maßnahmen, etwa im Bereich des Diversity- und Inclusion-Managements. Das Dilemma besteht aber darin, dass Unternehmen oftmals eigentlich alles vermessen, nur nicht die Strukturen der Bezahlung. Da werden wahllos Maßnahmen rausgeschossen, weil die gerade als gut gelten und man das jetzt mal so machen sollte. Das findet aber nicht auf Basis einer Analyse statt. Chancengleichheit ist nur auf der Basis der Bezahlung lösbar. Würden die Maßnahmen umgesetzt werden, die man jeweils im Unternehmen braucht, wären wir schon weiter. Manchmal ist es Unwissen, manchmal Unwille. Und manchmal ist es beides. Das ist einigen nicht bewusst. Und jenen, denen es bewusst ist, fehlt teilweise der Mut zur Umsetzung. Hier könnte eine Verpflichtung zur Analyse helfen."

Es führt nicht zum Erfolg, mit dem ausgestreckten Zeigefinger Vorwürfe zu formulieren, wenn unfaire Konstellationen erkannt werden. Das führt in der Regel zu Abwehrreaktionen. Vielmehr gelte es, Unternehmen dabei zu helfen, vor der eigenen Tür zu kehren. Dafür braucht es dann nämlich so viel Mut gar nicht mehr.

Einkommen anders verteilen: Orientierung nicht an Männer-Gehalt

Wie schwer es ist, ein passendes, funktionierendes Mindset zu entwickeln, zeigt sich auch, wenn man die Problematik versucht umzudrehen. Warum orientieren sich Ansätze zur Verbesserung so oft an den Gehältern von Männern? Wäre es eine Lösung, sich an anderen Größen zu orientieren und die Einkommen anders zu verteilen? Von Platen verweist darauf, dass die Beschneidung der Gehälter von Männern in Deutschland, nicht die beliebteste Art ist, an die Sache heranzugehen, wenngleich dieser Ansatz an der einen oder anderen Stelle sicherlich angebracht wäre.

Das bringt das Deutsche Institut für Wirtschaft auf den Plan, dessen im Juli veröffentlichte Neuberechnung der Verteilung der Einkommen in Deutschland aufgezeigt hat, dass sich vor allem „altes" Geld – also seit Generationen vererbtes Vermögen – immer weiter und stärker vermehrt. Gleichzeitig legen diese Zahlen offen, dass in den unteren Einkommensschichten eine noch stärker ausgeprägte Armut vorherrscht, als bisherige Berechnungen ergaben. Genau jene Bereiche, die „ganz unten", müssten laut von Platen mitgezogen werden, um das weitere Öffnen der sinnbildlichen Schere zwischen Arm und Reich zu vermeiden.

Wer das Gleiche tut, soll das Gleiche haben

So einfach ist das aber bekanntlich nicht. „Was bedeutet denn Gerechtigkeit? Dass alle gleich viel bekommen? Eben nicht. Gerechtigkeit hat ja eben nicht nur mit Geld zu tun", so von Platen. Diesen Punkt diskutiert sie auch in ihrem Buch „Über Geld spricht man". Dort schreibt sie: „Haben Menschen die Wahl zwischen Fairness und Gleichheit, bevorzugen sie eher ungleiche Fairness und entscheiden sich gegen unfaire Gleichheit." Wir stören uns also nicht grundsätzlich an ökonomischer Ungleichheit. Sie erscheint demzufolge fair, solange es Chancengleichheit gibt. Wer das Gleiche tut, soll also das Gleiche haben. Nur: Wer bestimmt, was gleichwertig ist? Das bleibt eine Frage der Perspektive.

Genau deshalb mahnt Henrike von Platen auch einen langfristigen Ansatz im Denken als auch in der Planung an. Kurzarbeit in den letzten Monaten hat sicherlich über einige Durststrecken hinweghelfen können. Das ist wichtig. Auch hat sie Verständnis für eventuelle Kurzschlüsse in schwierigen Situationen. In Konzepten, die plötzlich en vogue erscheinen, wie beispielsweise das Homeoffice, sieht sie allerdings kein automatisches Heilmittel: „Homeoffice kann eine sehr gute Maßnahme sein. Man sollte sich aber immer fragen, inwieweit das zur eigenen Unternehmenskultur passt." ◘

▶ www.fpi-lab.org/universal-fair-pay-check
▶ www.von-platen.de

Buch gewinnen

Wir verlosen das Buch „Über Geld spricht man" von Henrike von Platen, das im Nicolai-Verlag erschienen ist. Was Sie tun müssen, um zu gewinnen, lesen Sie auf Seite 96. Viel Glück!

Danke!

20 Jahre Fundraising Profile

Von Herzen „Danke" für tolle Begegnungen, anregende Gespräche, gemeinsames Entwickeln und erfolgreiches Tun, wertvolle Ratschläge, grenzenloses Vertrauen, zuverlässige Unterstützung, mitreißende Vorträge und wohlwollende Kritik: Sie machen uns zu dem, was wir sind – und das seit 20 Jahren.

Abbildungen: iStock (pixelliebe, zimindmitry)

Fundraising Profile GmbH & Co. KG · Mailings und mehr · www.fundraising-profile.de

fundraising profile

Hat Corona die Pläne fürs Fundraising verändert?

Nachhol-Termine für Veranstaltungen? Zurückhaltung bei der Mittel-Akquise? Veränderungen in der Kommunikation? Digital vor persönlich? Corona hat vieles verändert, was bisher übliche Arbeitsabläufe waren. Inwieweit halten Organsiationen dennoch an ihren Zielen und Plänen im Fundraising fest?

Wir haben die Leserinnen und Leser des Fundraiser-Magazins gefragt: Hat sich an Ihren Fundraising-Plänen für das vierte Quartal 2020 corona-bedingt etwas geändert, und wenn ja, was?

Kreativer und transparenter

Erfreulicherweise sind uns unsere Spender bisher treu geblieben. Deshalb laufen unsere Mailings weiter nach Plan. Bei den Spendenprojekten müssen wir allerdings kreativer und transparent argumentieren, da viele Veranstaltungen ausfallen oder die Rahmenbedingungen und damit der Förderzweck noch nicht klar genug umrissen werden können. Wie sich das zukünftig auf die Responsequote auswirken wird, bleibt abzuwarten.

Heike Straßburger, Fundraising bei der
Gesellschaft zur Förderung der Frauenkirche Dresden e.V.

E-Mentoring Program startet

Corona hat auch Aiducation getroffen. Unsere Schüler in Kenia und auf den Philippinen können nicht mehr zur Schule und wir können unsere Mentorship Academies vor Ort nicht mehr durchführen. Aber wir wollen diese Chance nutzen und lancieren in der zweiten Hälfte des Jahres 2020 unser E-Mentoring Program. Ausgewählte Mentoren von unseren Unternehmenspartnern teilen online ihr Wissen und ihre Erfahrungen, um unsere Stipendiaten bei der beruflichen Entwicklung zu unterstützen. Zudem arbeiten wir mit unserem Partner SwissRe daran, dass wir im Q4 in 2020 unsere Mentorship Academie das erste Mal online umsetzen können.

Maya Hinterberg, Fundraising & Program Manager
Aiducation International Schweiz

Ansprache auf zwischenmenschlicher Ebene

Die wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Pandemie spüren wir als rein spendenbasierter Verein deutlich. Menschen, die uns gern finanziell zur Seite stehen möchten, sind selbst in existenzielle Schieflage geraten und müssen ihre Prioritäten neu sortieren. Dafür haben wir absolutes Verständnis. Unsere Kosten laufen jedoch in vollem Umfang weiter, sodass wir uns darauf konzentrieren müssen, den Zusammenbruch wichtiger Arbeitsbereiche abzuwenden.

Im Fokus steht die Erhaltung von Arbeitsplätzen, um weiterhin professionell für die betroffenen Menschen einsatzbereit zu bleiben. Insbesondere Fördermitglieder und Dauerspenderinnen und -spender gilt es, von der unabdingbaren Notwendigkeit ihrer Unterstützung überzeugen.

Ausgaben wurden und werden auf ein Minimum reduziert und wir nehmen verstärkt Gelegenheiten wahr, mit Politikerinnen und Poltikern ins Gespräch zu kommen, um den Missstand in Bezug auf staatliche Absicherung sozialer Projekte zu debattieren und im besten Fall eine Regulierung herbeizuführen. Flächendeckende Kampagnen sind mit einem erheblichen Kostenaufwand verbunden und daher in Anbetracht der Lage kaum realistisch. Die Ansprache auf zwischenmenschlicher Ebene ist unser Mittel der Wahl.

Eileen Schönheit, Referentin für Spenderbetreuung,
Stiftungskommunikation und Öffentlichkeitsarbeit KARO e.V.

Strategien entwickeln, die den Lebensumständen der Spender entsprechen

Wie werden sich Kurzarbeit, Jobverlust, aber auch die grundsätzliche Bereitschaft zur humanitären Hilfe in den nächsten Monaten entwickeln? Diese Frage stellt man sich als kleine NGO seit dem Corona-Ausbruch stetig. Bislang befindet sich die Spendenbereitschaft unserer Spenderinnen und Spender auf einem stabilen Niveau – ein möglicher Grund: die gewählten Zeitpunkte der letzten Werbeaktionen.

Doch die Krise wird zeitverzögert zweifellos Auswirkungen auf die Bereitschaft zur Hilfe haben, weshalb wir schon jetzt Strategien entwickeln, welche sich den Lebensumständen unserer Spenderinnen und Spender anpassen, beispielsweise Schenkungen, Nachlass- oder Erbschaftsspenden.

Jessica Thon, Deutsches Katholisches Blindenwerk e. V.

Weniger Incentives im Weihnachts-Mailing

Für das vierte Quartal haben wir keine großen Änderungen geplant. Es wird ein Weihnachtsmailing mit einer schön gestalteten Karte geben, die unsere Freunde nachbestellen können. Insgesamt haben wir unsere Mailings in Anzahl und Empfängeranzahl gleich gehalten, jedoch weniger Incetives dazugelegt und die Länge auf eine A4-Seite reduziert.

Miriam Bunting, Christliche Medieninitiative pro e. V.

Verstärkt Telefongespräche mit Förderern

Die Corona-Krise hat sich für die von marketwing betreuten NPOs eher nicht oder – vor allem für jene, die einen thematischen Bezug herstellen konnten – sogar positiv ausgewirkt. Mehr Aufmerksamkeit für Spendenbriefe, das Zusammengehörigkeitsgefühl in Krisenzeiten, aber vor allem auch der sorgende Anruf der Organisation des Vertrauens zum richtigen Zeitpunkt beflügelten insgesamt die Spendenbereitschaft.

Im Falle steigender Infektionszahlen im Herbst sollen wieder verstärkt Telefongespräche zwischen Förderern und der Organisation des Vertrauens geführt werden, um Spendern ein offenes Ohr für Sorgen und Fragen rund um das Thema Corona anzubieten. Unserer Erfahrung nach wird dieses „Mehr" an echtem Interesse, Zeit und Aufmerksamkeit sehr honoriert.

Alexander Thurow, marketwing GmbH

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

Leser-Post … Leser-Postings

Fundraiser-Magazin
5. August um 10:39

Alle reden von Digitalisierung und Tools für die Vereinsarbeit. Wir haben die wichtigsten 50 Datenbank-Anbieter befragt. Das Ergebnis ist jetzt als Marktübersicht #Fundraising-#Software für #Vereine, #Verbände und #Stiftungen 2020 als Sonderausgabe erschienen. Hier steht, welche Anbieter dabei sind.

Software für Vereine, Verbände und Stiftungen im Vergleich –...

Nachricht send

Susanne Tharun
@SusanneTharun

Ich suche gerade für unseren Verein ein geeignetes Tool. Dank dieser Marktübersicht kann man sich an vergleichbaren Aspekten orientieren. 5 Sterne

Fundraiser-Magazin @fundraiser_mag · 4. Aug.
Da ist er, der #Vergleich von über 50 #Software-Lösungen für #Vereine, #Verbände und #Stiftungen. Jetzt bestellen oder mit einem Jahres-Abo kostenfrei bekommen.
web.fundraiser-magazin.de/software-fuer-...

2:09 nachm. · 4. Aug. 2020 · Twitter for iPhone

Stephanie Neumann
Freund/in

7. Juli · Danke Rico Stehfest für die Rezension!

web.fundraiser-magazin.de
Wertschätzende Kommunikation mit Spenderinnen und Spendern | Fundraiser-Magazin

Fundraiser-Magazin
2.903 gefällt das · Zeitschrift

26. Mai · Hier gibts einen unabhängigen Lesetipp.

Kai Dörfners Beitrag
Keine Angst vor Daten! Lest ganz entspannt "Database + Fundraising" von Andreas Berg. Eine kleine Rezension: https://fundraising-knigge.de/gelesen-...

Wir freuen uns auch auf Ihre Post

Schreiben Sie gern auch ganz einfach per E-Mail an *meinung@fundraiser-magazin.de*!

Kai
@per_velo

@fundraiser_mag Liebe Kolleg*innen, ein kleiner Tipp zum Heft 4/2020 auf Seite 8:
Fonds vs. Fond =
Geldmittelbestand vs. Kochflüssigkeit
Ansonsten wieder ein mehr als gelungenes Heft!

4:20 nachm. · 13. Juli 2020 · Twitter Web App

Danke, diese Zeile entstand offenbar hungrigen Magens kurz vor der Mittagspause … wir geloben Besserung!

FairShare_de
@fairwl_de

Da dicke Bretter gebohrt werden müssen, um den Anteil von #FrauenInFührung in zivilgesellschaftlichen Organisationen zu erhöhen, freuen wir uns über die Möglichkeit über unsere Arbeit im @fundraiser_mag sprechen zu können - vielen Dank! #FairShareMonitor ow.ly/3Ljz50zWrpY

10:00 vorm. · 3. Juni 2020 · Hootsuite Inc.

Maik Meid
@frnetz

Wer spendet eigentlich #Bitcoins? Artikel dazu im @fundraiser_mag web.fundraiser-magazin.de/wer-spendet-ei... #Fundraising

Wer spendet eigentlich Bitcoin? | Fundraiser-Magazin
Befassen sich Spender mit Krypto-Währungen? Und ist eine entsprechende Anpassung im Fundraising sinnvoll? Lara Tonet hat es erforscht.
web.fundraiser-magazin.de

9:29 vorm. · 14. Aug. 2020 · Tweetbot for iOS

EngagementZentrum
571 gefällt das · Gemeinnützige Organisation

8. Juli · Erfolgreiches Fundraising in Zeiten der Pandemie Wenn Sie überlegen, wie es aktuell mit Ihren Fundraising-Aktivitäten weiter gehen soll, bietet Ihnen das Fundraiser-Magazin erste nützliche Hinweise: https://bit.ly/2xE2COr Wenn Sie sich dem Thema lieber im Dialog nähern möchten, bieten wir Ihnen unsere Hilfe an....

Oliver Barthels
CRM-Projektleiter
DKMS

“Salesforce unterstützt uns in den Bereichen Marketing, Kommunikation, Spenderneugewinnung und im Datenmanagement, um am Ende noch mehr Menschenleben retten zu können”

salesforce.org
nonprofit
cloud

Unter diesem Link finden Sie mehr Informationen
wie die DKMS unsere Nonprofit Cloud einsetzt:

http://bit.ly/NonprofitSuccess

LIFE IS LIVE

ONLINE-TREFFEN STATT PRÄSENZ

Tagungen und Networking-Treffen digital

Virtuelle und hybride Events werden uns noch eine ganz Weile begleiten. Worauf kommt es bei der Virtualisierung Ihrer Veranstaltung an und welche Tools und Plattformen stehen dabei zur Verfügung? Seite 24

Homeoffice und Datenschutz

Digitale Arbeitsformen haben in den letzten Monaten einen deutlichen Schub erhalten. Das Homeoffice hat sich als Arbeitsstätte fest etabliert. Wie Sie auch zuhause professionell und datenschutzkonform arbeiten. Seite 26

Ruckelfrei, rechtssicher, partizipativ

Die digitale Mitgliederversammlung kann kommen. Aber sie kostet auch viel Geld. Wie Mitgliederversammlungen online funktionieren und welche Abstimmungstools es gibt.

Seite 28

Das neue Selbstverständnis

Werbung für ein Testament zugunsten gemeinnütziger Organisationen in der Corona-Zeit? Wie NGOs aktuell und digital um Testamentsspenden werben. Seite 30

Knigge-Regeln für Zoom, Skype und Co.

Auch digital gilt es, souverän aufzutreten und entsprechend zu überzeugen. Wie Sie bei Online-Meetings und Videokonferenzen gut ankommen. Seite 32

Tagungen und Networking-Treffen digital

So bringen Sie Ihre Veranstaltung erfolgreich ins Netz

Virtuelle und hybride Events, also solche die onsite und online kombinieren, werden uns noch eine ganze Weile begleiten. Worauf kommt es bei der Virtualisierung Ihrer Veranstaltung an und welche Tools und Plattformen stehen dabei zur Verfügung?

Von KATRIN TAEPKE

Die Klassiker für ein Online-Meeting kennen Sie sicherlich mittlerweile ziemlich gut: Von A wie alfaview über Cisco WebEx, fastviewer, GoToMeeting, MS Teams, Teamviewer und vielen weiteren bis hin zu Zoom. Diese eignen sich für die Arbeit in kleineren Gruppen bis circa 10, 20 oder 25 Personen. Wird Ihr Vorhaben größer, sprich eine WebSession oder Online-Konferenz, können Sie von genau diesen Anbietern meist deren nächstgrößeres Paket nutzen. Sie eignen sich bei einer größeren Teilnehmerzahl, sprich circa 25 bis 100 Personen. Meist gibt es jetzt weniger Sprecher, während die anderen Teilnehmer normalerweise stummgeschaltet sind und sich über einen Live-Text-Chat austauschen können.

Live-Streamings sind nicht neu

Rechnen Sie mit noch mehr Teilnehmern, eignen sich Web-Casts und Live-Streamings, deren Sendeformate schon eher einer TV-Produktion ähneln. Bei diesen Formaten können Sie oder Ihr Technikdienstleister verschiedene Quellen gleichzeitig integrieren und ein abwechslungsreiches Sendebild über die Bildregie gestalten. Dabei unterstützen Sie Full-Service-Anbieter, die lange vor Corona Live-Streamings übertragen haben, beispielsweise Livestream.watch, sowie klassische Anbieter von Veranstaltungstechnik wie BTL, Nikkus, pave, edelmat, triolution und viele mehr. Oder Sie nutzen für die Datenübertragung direkt die Plattformen, die Content Delivery Networks. Bekannte Anbieter sind Facebook Live, Vimeo, YouTube; wohl weniger bekannt, dafür jedoch auch schon lange und erfolgreich am Markt sind Anbieter wie Intrado, Intermedia Solutions, 3Q, dacast, IBM Cloud Video und mehr.

Virtuelle Event-Plattform

Möchten Sie, dass Ihr virtuelles Event auch ein wenig nach Event aussieht, brauchen Sie eine Website rund um die eben vorgestellten Videokonferenz-Tools, eine virtuelle EventPlattform. Bekannte Anbieter, die oftmals Event-Expertise vor allem aus den Bereichen Teilnehmermanagement und Event-App mitbringen, sind unter anderem converve, cvent, converia, Event Insight, EventMobi, Events66, Event-Tech-Partner, fairNXT, smartEvents, talque, ticketareo und VOXR.

Virtuelle Messe-Veranstaltung

Soll Ihre Veranstaltung eher wie eine Messe aussehen, können Sie auch dies visualisieren. Ähnlich wie bei den Event-Plattformen erhalten Sie hier eine Website rund um den Stream und können Messestände und Messehallen abbilden. Dabei haben Sie die Wahl: Standard-, Full-Service- oder Individuallösung. Ein bekannter Anbieter für eine Standardlösung ist EXPO-IP, für eine Full-Service-Lösung sind das 6Connex, Intrado, meetyoo, room, U2D Ventari, Ugo Virtual, Völkel ITK und V-Ex und für eine Individuallösung ist es cueconcept.

Tool follows Content

Doch viel wichtiger als die Wahl des geeigneten Tools ist Ihr Eventkonzept. Was soll rüberkommen und wen wollen Sie erreichen? Steht Wissensvermittlung im Fokus, geht es um Networking oder wollen Sie hauptsächlich Leads generieren? Zugegeben, Networking und Interaktivität sind gerade im virtuellen Raum deutlich herausfordernder. Doch mit dem richtigen Konzept und wenn Sie Ihr Event aus Sicht aller beteiligten Akteure betrachten, kann Ihnen das gelingen.

Zum Beispiel so:

- Referenten binden Sie über Q&A-Sessions, „Meet-the-Speaker“ oder Feedback-Runden ein.
- Teilnehmer können Sie über Textchats, Q&A-Sessions, 1:1-Videochats oder virtuelle Rahmenprogramme wie gemeinsames Yoga oder Cocktails mixen aktiv einbinden. Aussteller und Sponsoren sind besonders an 1:1 Videochats mit Teilnehmern interessiert.

Sponsoren in virtuelle Welten einbinden

Sponsoren wollen wie auf realen Veranstaltungen Aufmerksamkeit, Reichweite und Leads. Dies können Sie auf virtuellen Veranstaltungen mithilfe von Bauchbinden, Gewinnspielen, Bannern und Pop-ups auf der Eventplattform, Videotrailern vor den eigentlichen Sessions, namentlichen Erwähnungen bei Begrüßungen und Rahmenprogrammen, gesponsorte reale oder digitale Goodie Bags oder über deren E-Books und Whitepaper im zentralen Download-Bereich des Events, gebrandete Breakout-Räume und vielem mehr erreichen.

Virtuelle Events monetarisieren

Ob Sie für Ihre Veranstaltung auch „Eintritt” verlangen, hängt vom Ziel Ihres Vorhabens ab. Wollen Sie eher Leads generieren und Reichweite aufbauen, ist das Event ein klassisches Marketing-Tool. Dann bieten Sie es Ihren Kunden gratis an. Geht es jedoch vorrangig um Mehrwerte für den Kunden, so wie die klassische Wissensvermittlung, können Sie natürlich auch bei Online-Events kostenpflichtige Tickets anbieten. Schließlich kosten auch Ihr Content und Ihr Eventmanagement Geld und Zeit. Darüber hinaus können auch virtuelle Events wichtige Einnahmequellen sein und reduzieren – erfreulicherweise – ganz nebenbei die Zahl derer, die sich anmelden, aber nicht zum Event erscheinen.

Virtuelle und auch hybride Events sind deutlich mehr als eine Aneinanderreihung von Online-Seminaren. Klären Sie zunächst die Ziele und das Konzept für Ihr Event und schauen Sie sich dann nach geeigneten Tools um, dann können Sie auch in diesen Zeiten Ihre Kunden mit und über Veranstaltungen erreichen.

Katrin Taepke organisiert seit mehr als 24 Jahren Messen, Kongresse, Tagungen, Workshops und Seminare unterschiedlichster Größe und Ausrichtung. Als Certified Meeting Professional und dem MBA für Entrepreneurship in der Tasche bloggt und berät sie zu digitalen Tools für Eventmanagement und interaktive Eventformate. Ihr Credo: Retten Sie die Welt vor frontaler Vortragsbeschallung und nutzen Sie digitale Tools für Ihre Prozesse.
▶ www.micestens-digital.de

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

Homeoffice und Datenschutz

Wie Sie auch zuhause professionell und datenschutzkonform arbeiten

Digitale Arbeitsformen haben in den letzten Monaten einen deutlichen Schub erhalten, und vor allem hat sich bei vielen Mitarbeitern das Homeoffice als Arbeitsstätte fest etabliert. Nach einer ersten Phase treten zunehmend professionelle Vorgehensweisen in den Vordergrund, zumal sich die Arbeit aus dem Homeoffice auch für krisenfreie Zeiten verstetigt.

Von VOLKER ERNST

Zu Professionalisierung gehört auch, die im üblichen Büroumfeld weitgehend umgesetzten technischen und organisatorischen Maßnahmen zum Datenschutz auf das Homeoffice zu übertragen. Einige davon haben eine hohe Relevanz für ein datenschutzkonformes Verhalten zuhause. Gehen wir von folgendem Beispiel aus: Eine Mitarbeiterin hat in der Organisation ein abschließbares Büro zur Einzelnutzung. Sie arbeitet dort mit einem Desktop-PC mit vertraulichen personenbezogenen Daten. Nun geht sie ins Homeoffice und bekommt zwar ein Notebook vom Betrieb gestellt, hat aber keinen extra Büroraum zuhause, sondern arbeitet dort vom Esstisch aus. Hierzu stellen sich aus Datenschutzsicht einige Fragen beziehungsweise es bieten sich dazu einige dringende Empfehlungen an: Wie stellt die Mitarbeiterin sicher, dass keine unbefugten Dritten Zugang zu dem Notebook und den darauf gespeicherten personenbezogenen Daten bekommen?

Passwortgeschützter Ruhezustand

Zunächst wäre sicherzustellen, dass das Notebook mit einem sicheren Passwort geschützt und dieses nicht offen zugänglich oder einsehbar aufgeschrieben wird. Des Weiteren muss die Mitarbeiterin beim Verlassen des Tisches das Notebook in den Ruhezustand mit einem passwortgeschützten Bildschirmschoner umschalten. Zudem sollte das Notebook so konfiguriert sein, dass es spätestens nach fünf Minuten von selbst in diesen Ruhezustand herunterfährt, sollte man die manuelle Aktivierung einmal vergessen. Ebenso wäre selbstverständlich das Notebook bei Nichtgebrauch sicher und idealerweise verschlossen aufzubewahren.

Gesicherte Datenübermittlung

Wie gelangen Daten sicher zu dieser Mitarbeiterin und wieder weg? Hierzu ist zunächst festzuhalten, dass datenschutzrechtlich eine sichere Datenübermittlung per E-Mail nur bei einer Ende-zu-Ende-Verschlüsselung gewährleistet ist. Aufgrund unterschiedlicher Standards ist dies nicht immer durchgängig beziehungsweise nur mit einigem Aufwand sicherzustellen. Gegebenenfalls kann hier mit passwortgeschützten Dateien gearbeitet werden. Dabei ist darauf zu achten, dass das Passwort nicht in derselben E-Mail mitgeschickt wird. Besser wäre, das Passwort für die Datei über einen gesonderten Übermittlungsweg, beispielsweise Telefon oder SMS, zuzustellen.

Kollaborationstools und Clouds

Zunehmend in Gebrauch kommen auch gesicherte Datenclouds, von denen die Daten über eine VPN-Verbindung heruntergeladen

werden können. Derartiges kennt man auch von Banken und Versicherungen, die ihren Kunden auf diesem Weg ihre Unterlagen und Kontoauszüge zur Verfügung stellen. Besser und noch komfortabler sind sogenannte Kollaborationstools, welche die gleichzeitige Arbeit an gemeinsam verwalteten Dokumenten ermöglichten. Hier liegt die Herausforderung in datenschutzbezogener Hinsicht in der Auswahl eines sicheren, datenschutzkonformen Tools eines seriösen Anbieters und der sicheren Konfiguration der Anwendung, ebenfalls beispielsweise mit sicheren Passwörtern als Zugangshürde. Fast schon veraltet ist die Nutzung von mobilen Datenträgern (z. B. Memory-Sticks). Aber auch diese sind durch sichere Passwörter zu schützen, und es ist darauf zu achten, dass sie nicht verloren gehen.

Zu guter Letzt noch einige kurze Hinweise zur datenschutzkonformen Löschung und Vernichtung von personenbezogenen Daten: Möglichst keine Ausdrucke anfertigen oder diese schreddern, wenn sie nicht mehr gebraucht werden. Ebenso Dateien endgültig aus allen Verzeichnissen und Zwischenspeichern (v. a. aus Druckern und Multifunktionsgeräten!) löschen, gegebenenfalls Festplatten und mobile Datenträger manuell zerstören und unbrauchbar machen.

Manche dieser Empfehlungen mögen Ihnen als Selbstverständlichkeit erscheinen. Die Beratungspraxis zeigt aber, dass dies bei Weitem nicht in allen Organisationen und schon gar nicht in allen schnell und überstürzt eingerichteten Homeoffices die Regel ist. Dabei ist der Schutz personenbezogener Daten ein hohes, vom Grundgesetz geschütztes Gut, das häufig unterschätzt wird. Mit diesen Tipps und Empfehlungen für ein sicheres Arbeiten im Homeoffice sollten Sie jedoch gut gerüstet sein, denn möglicherweise schaut ja der betriebliche Datenschutzbeauftragte mal bei Ihnen zu Hause vorbei …

Volker Ernst ist Diplom-Verwaltungswirt (FH), Diplom-Verwaltungswissenschaftler und mehr als 20 Jahre in unterschiedlichen Führungspositionen kommunaler, privater und freigemeinnütziger Kliniken tätig gewesen. Seit Mai 2017 arbeitet er als selbständiger Berater in der SBR-Kooperation in Stuttgart.
▶ www.sbr-kooperation.de
▶ www.hcm-network.com

Mehr zum Thema beim Stuttgarter Non-Profit-Forum am 5. November 2020.
▶ www.stuttgarter-non-profit-forum.de

FUNDRAISINGBOX BANK SYNC

Verknüpfen Sie Ihr Bankkonto mit Ihrer FundraisingBox

Vollautomatische Synchronisation von Zahlungen – online wie offline. Damit verwalten Sie alle Spenden in Ihrer FundraisingBox.

JETZT NEU

Jetzt mehr erfahren unter
fundraisingbox.com/bank-sync

Gerne beraten wir Sie persönlich
0821-90786252

FUNDRAISINGBOX
Powered by Wikando GmbH

We ♥ Fundraising!

Ruckelfrei, rechtssicher, partizipativ

Wie digitale Mitgliederversammlungen funktionieren können

Eine Mitgliederversammlung ist schon im Präsenzformat nicht immer einfach zu managen. Bei einer digitalen oder hybriden Variante wird es noch komplizierter. Wir haben uns einige Tools am Markt angesehen und mit Vereinsexperten gesprochen. Fazit: Die digitale Mitgliederversammlung kann kommen, überall und jederzeit. Aber sie kostet auch viel Geld.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Viele Organisationen suchen aktuell nach Möglichkeiten, ihre Mitgliederversammlungen hybrid oder gleich ganz digital durchzuführen. Damit sind jedoch einige Hürden verbunden. Ohne eine entsprechende Software sieht man da schnell alt aus, denn die klassischen Konferenztools wie Zoom, Jitsi oder GotoWebinar haben keine Abstimmungsmöglichkeiten. Einige Softwareanbieter bieten deshalb ihre Tools für Life-Abstimmungen oder für Abstimmungen nach den Veranstaltungen in Kombination mit diesen Videokonferenztools an. (siehe Infokasten)

Ausnahmebestimmungen

„Rechtlich ist eine digitale Mitgliederversammlung längstens bis zum 31.12.2021 für jeden Verein in Deutschland dank der Ausnahmebestimmungen in der Coronazeit ohne eine entsprechende Regelung in der Satzung möglich", erläutert Johannes Fein, Fachanwalt für Steuerrecht bei der Kanzlei Winheller. Aber Vorsicht! Die Einladung muss trotzdem satzungskonform erfolgen. Wenn dort also steht, dass man schriftlich oder gar per Brief eingeladen wird, dann ist eine E-Mail-Einladung unwirksam. „Besser ist es, wenn die Satzung vorsieht, dass die Einladung in Textform erfolgen soll. Dann ist die E-Mail mit abgedeckt", empfiehlt der Experte. Gelten die coronabedingten Ausnahmen nicht mehr, ist eine Satzungsregelung erforderlich. Da für virtuelle Mitgliederversammlungen oft eine gelebte Praxis fehlt und viele Unsicherheiten bestehen, empfiehlt er zusätzlich eine Geschäftsordnung für die virtuelle Mitgliederversammlung, die Fragen rechtssicher regelt.

Abstimmungstools für digitale Mitgliederversammlungen

Altares: www.altares.de
Conventex: www.conventex.com
meetingswitch: www.meetingswitch.com
Polyas: www.polyas.de
votebox (Quizzbox): www.quizzbox.com/de
Kanzlei Winheller + Vistafon + Quizzbox: www.virtuelle-mitgliederversammlung.vistafon.de

Rechte der Mitglieder wahren

Für eine rechtsichere Veranstaltung sind insbesondere die Prüfung der Voraussetzung zur Stimmabgabe, die Gewährleistung des Frage- und Informationsrechts vor und während der virtuellen Versammlung, die die Vermeidung doppelter Stimmabgabe, die Gewährleistung von geheimen Abstimmungen, soweit diese vorgesehen sind, und die Vermeidung des Risikos von technischen Manipulationen zu beachten.

Doch wie nun? Hybrid oder komplett digital? Bei beiden Veranstaltungen müssen die Rechte der Mitglieder gewahrt werden. Das heißt, sie müssen sich einbringen können, egal ob präsent oder digital. Aktuell entscheiden das die Leistungsfähigkeit und die Kosten der eingesetzten Abstimmungssoftware, denn die Video-Konferenztools sind meist leistungsfähig genug, kosten aber je nach Teilnehmerzahl auch nicht wenig.

Die günstigste Abstimmungslösung ist die von meetingswitch. Mit 29 Euro pro Monat wird ein Abo-Modell angeboten, das aber unabhängig von der Größe der einzuberufenden Versammlung ist. Bei

einem Jahr macht das 348 Euro. „Und man kann unsere Abstimmungssoftware natürlich auch für digitale Vorstandssitzungen nutzen“, gibt Mitarbeiterin Kati Schitzki zu bedenken.

Digitale Versammlungen kosten Geld

Andere Lösungen wie Polyas rechnen pro Veranstaltung und nach der Anzahl der Teilnehmer ab. Bei 1000 Mitgliedern sind es für den „Wahlmanager“ 1040 Euro und bei 5000 Mitgliedern 3850 Euro. Auch eine Life-Voting-App ist im Angebot, die aber teurer ist. Das Angebot von Quizzbox heißt „votebox“ und ist ähnlich. Neben einer Grundgebühr von 100 Euro müssen hier zwischen 6 – 8 Euro pro Person gezahlt werden. Maximal 3000 Mitglieder können mit dem Live-Voting-Tool auf dem Handy abstimmen. Dafür ist es egal, ob man zuhause oder vor Ort ist.

Knackpunkt für die Anbieterauswahl ist die Frage der Stimmrechtsübertragung. Viele Satzungen sehen das vor, und das will digital transparent organisiert sein. Normalerweise muss sogar eine getrennte Abstimmung der übertragenen Stimmen möglich sein. An dieser Stelle kommen die kostenintensiveren Anbieter ins Spiel. Altares, Conventex oder die Lösung der Kanzlei Winheller bieten dies rechtssicher an, kosten aber ab 2000 Euro und mehr pro Versammlung. Auch die Anzahl der möglichen Teilnehmer sollte hier genau geprüft werden, bevor man sich entscheidet. „Viele Vorstände fragen sich, wie die technische Umsetzung der virtuellen Mitgliederversammlung rechtssicher gestaltet werden kann. Denn nichts wäre schlimmer als unwirksame Beschlüsse oder zu wiederholende Wahlen. Deshalb bieten wir mit unseren Technik-Partnern Vistafon und Quizzbox ein Rundum-Sorglos-Paket an, das sowohl technisch als auch rechtlich alle Anforderungen speziell für Vereine erfüllt“, wirbt Johannes Fein von der Kanzlei Winheller.

Mehr Beteiligung im Verein

Aus seiner Sicht bietet die digitale Mitgliederversammlung mehr Basisdemokratie, aber sie muss auch ruckelfrei und ohne Verzögerungen ablaufen. Franziska Mahler von Quizzbox teilt diese Einschätzung: „Unsere Erfahrung ist, dass an den Online-Versammlungen doppelt oder dreimal so viele Menschen teilnehmen wie an den Präsenzveranstaltungen.“ Aktive Beteiligung, Bequemlichkeit und gesparte Reisekosten der Mitglieder sind gute Gründe für Vereine mit überregionaler Mitgliedschaft, die Kosten einer digitalen Mitgliederversammlung nicht zu scheuen und sie in ihre Satzungen aufzunehmen.

Das neue Selbstverständnis

Wie Organisationen in der Coronazeit um Testamentsspenden werben

Werbung für ein Testament zugunsten gemeinnütziger Organisationen ist in der Corona-Zeit verpönt. Zu nah steht das Thema der Risikozielgruppe, die gleichzeitig aber auch Spenderzielgruppe ist. Trotzdem tut sich gerade Erstaunliches.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

„Wir sind mit unserer ersten digitalen Testamentsveranstaltung überaus zufrieden", berichtet Rania von der Ropp, Erbschaftsfundraiserin bei „Save the Children Deutschland". Digital? Zu dem Thema? Bei der Zielgruppe? Normalerweise laden Organisationen seit Jahren schon zu Veranstaltungen vor Ort ein, bei denen dann ein Rechtsanwalt über Testamentsgestaltung oder Vorsorgevollmacht spricht und ein Vertreter der einladenden gemeinnützigen Organisation die Möglichkeit des gemeinnützigen Testaments erläutert. Auch „Save the Children" wollte im April solche Veranstaltungen erstmals durchführen, aber der Lockdown machte ihnen einen Strich durch die Rechnung. „Wir hatten so tollen Content vorbereitet, das wollten wir trotzdem nutzen und deshalb kamen wir auf die Idee mit der digitalen Testamentsveranstaltung", so Rania von der Ropp.

Gemeinsam mit der Agentur „Time Prints" aus Berlin produzierte die Organisation ein Live-Video in Interviewform mit dem Erbrechtsexperten Dr. Dietmar Kurze. Drei Fragen waren vorbereitet, und vier Fragen waren im Vorfeld von den Interessenten gestellt worden, davon drei an den Experten und eine an die Organisation. „Es kam auch eine einzelne Kritik, dass dieses Format ja wie eine professionelle Nachrichtensendung aussah, aber die überwältigende Mehrheit fand das Format sehr gut. Ich glaube, wir unterschätzen die digitale Affinität der älteren Zielgruppe zu sehr", so die Expertin. E-Mail-Kommunikation sei mittlerweile ganz normal.

Breitere Werbung für Legate

Welthungerhilfe oder „Vier Pfoten" setzten auf eine Online-Seminar-Lösung mit „Goto-Webinar" oder „Zoom" und organisierenden Partnern wie der „Deutsche Fundraising Company" oder dem „Haus des Stiftens". Bei „Vier Pfoten" schloss sich nach einer Vorstellung ein moderiertes Interview mit dem Erbrechtsexperten an, in dem auch live Fragen beantwortet wurden. Insgesamt war die digitale Lösung zwischen 75 und 90 Minuten lang.

Die Christoffel-Blindenmission (CBM) ist eher für klassisches Fundraising bekannt. Auch Testamentsveranstaltungen gehören dazu. Nun hat die Organisation eine ganze Videoreihe entwickelt, wo man sich zu einzelnen Facetten des Themas informieren kann. Der Grund, digitaler zu werden, liegt aber nicht nur im Veranstaltungsverbot. „Wir erreichen einen Großteil unserer Spenderinnen und Spender mit den lokalen Veranstaltungen einfach gar nicht. Nur ein Prozent der Eingeladenen reagierte bisher überhaupt", erläutert Carmen Maus-Gebauer, Teamleiterin Spenderbetreuung und Legate-Marketing. „Normalerweise laden wir deshalb nur in Städte mit mehr als 100 000 Einwohnern ein, und das ist für viele Menschen, die auf dem Land wohnen, einfach keine Alternative. Präsenzveranstaltungen bringen uns immer viele gute Kontakte mit Menschen, die wir bereits kennen, aber das digitale Format soll auch neue Interessenten ansprechen, die so erstmals auf uns aufmerksam werden".

Auch die CBM setzt dabei auf das kurzweilige Interviewformat. 30 Minuten sind die Videos maximal lang und wer daran teilnehmen möchte, muss sich per E-Mail anmelden. Für die Videoproduktion hat man ein eigenes Technikteam gegründet. „Wir haben viele Online-Formate geplant, zum Beispiel auch im Großspenderbereich. Da lohnt sich der Aufwand“, so Maus-Gebauer. Wie „Save the Children“ hat auch der CBM dafür auf Facebook Werbung gemacht und zusätzlich über Google Adwords und Google Grants Werbung geschaltet. 60 Anmeldungen lagen für das erste Video zum Thema Patientenverfügung im August vor. Die CBM arbeitet dabei mit „GotoWebinar“ und erinnert die Interessentinnen und Interessenten eine Woche, einen Tag und eine Stunde vor der Veranstaltung an die Teilnahme. „Save the Children“ hatte zusätzlich auch Spender, die bereits erstes Interesse an einer Testamentsspende angekündigt hatten, über interne Fundraising-Teams angerufen und auf die Online-Veranstaltung hingewiesen. Ergebnis: Rund 60 Prozent fanden das Angebot interessant. „Die Telefonate dienten aber auch als inhaltlicher Aufhänger, um mit den Menschen ins direkte Gespräch zu kommen“, so von der Ropp.

Nachlassfundraising digital: Daruf kommt es an.

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

Neues Selbstverständnis

„Wir wollen mit dieser Reihe auch stärker als professioneller Partner wahrgenommen werden“, so Maus-Gebauer. Sie gibt aber auch zu, dass es schwer war, neue Wege zu gehen, da die alten Spendeninstrumente noch gut funktionierten: „Unsere Spenderkommunikation war schon etwas in die Jahre gekommen. Die Corona-Zeit hat uns da einen sehr positiven digitalen Schub gegeben. Auf den direkten Kontakt werden wir aber definitiv auch zukünftig nicht verzichten.“

Auch der Österreichische Fundraising-Verband spürt mit seiner Erbschaftsinitiative „Vergissmeinnicht“ erhöhte Nachfrage zu dem Thema. „Neben dem kostenlosen Erbrechtsratgeber haben wir deshalb das Serviceangebot um Online-Vorträge von Notarinnen und Notaren erweitert“, berichtet Geschäftsführer Günther Lutschinger.

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

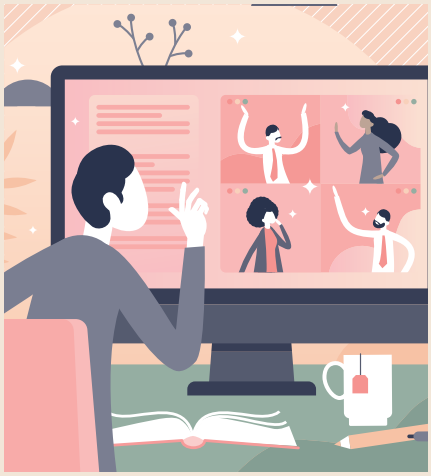
GIVEAWAY
KLEINE GESCHENKE MIT GROSSER WIRKUNG

MailTec AG
Auenstrasse 10
8600 Dübendorf
mailtec.ch

Knigge-Regeln für Zoom, Skype und Co.

Wie Sie bei Online-Meetings und Videokonferenzen gut ankommen

Online-Meetings und Videokonferenzen sind nicht mehr nur „nice to use“. Die Vorteile, sich ohne lange Anfahrtswege mal kurzfristig zu kontaktieren, um potenziellen Förderern und bisherigen Gebern Projekte unkompliziert vorstellen zu können, werden dafür sorgen, dass Online-Meetings, -Seminare und Videokonferenzen neben Präsenzterminen weiterhin genutzt werden. Auch digital gilt es daher souverän aufzutreten und entsprechend zu überzeugen.



Von KRISTIN KOSCHANI-BONGERS

Wenn Sie einen professionellen Eindruck machen wollen, muss Ihr Gegenüber Sie gut erkennen können. Dafür sollte die verwendete Kamera mindestens über Full-HD verfügen. Die Kameralinse sollte sich dabei auf Ihrer Augenhöhe befinden, damit Sie mit Ihrem Gesprächspartner auch über die Entfernung gut Blickkontakt aufbauen können. Falls Sie ein Tablet verwenden, positionieren Sie dieses mit einem entsprechenden Stativ oder auch einem Bücherstapel entsprechend, damit Sie nicht unvorteilhaft von unten zu sehen sind.

Akustik und Licht nicht unterschätzen

Mikrofone, Lautsprecher oder Freisprecheinrichtungen sind am besten mit einem Echo-Canceller ausgerüstet, der auch bei schlechter Raumakustik Rückkopplungen unterdrückt. Wichtig ist außerdem eine gute Ausleuchtung. Die Lichtquelle, am besten ein dimmbares Ringlicht mit warmem und kaltem Licht, befindet sich hinter Ihrer Kamera. Achten Sie darauf, dass sich dieses nicht in Ihren Brillengläsern spiegelt.

Viele Businesslösungen für Videokonferenzen bieten die Funktion, dass andere Teilnehmer Ihren Desktop sehen, aktiv darauf zugreifen oder Sie selbst Bildschirme mit den Teilnehmenden teilen können. Räumen Sie also vorab Ihren Rechner auf!

Das Wo und Wie ist entscheidend

Denken Sie daran, dass Sie bei einem Videochat gesehen werden. Geben Sie Ihre Kamera also erst frei, wenn Sie sich richtig positioniert haben und alles bereitliegt. Wer vom Homeoffice aus zoomt oder skypt sollte eine professionelle Umgebung schaffen, damit nicht der Raum, sondern Sie selbst während der virtuellen Veranstaltung im Mittelpunkt stehen. Durch das Bild laufende Haustiere oder Kinder vermitteln einen unprofessionellen Eindruck.

Achten Sie auf Ihre Frisur und Ihr Outfit! Klein gemusterte Kleidung ist nicht empfehlenswert. Muster erzeugen ein Flackern im Bild. Setzen Sie stattdessen auf gedeckte Farben.

Gesprächsebene

Stellen Sie räumlich eine gleiche Gesprächsebene her. Es ist wichtig, dem Gesprächspartner während der Veranstaltung auf gleicher Augenhöhe zu begegnen, daher stets beim Sprechen in die Kamera schauen. Sprechen Sie Ihren Gesprächspartner mit Namen an. Wichtig ist daher die Anmeldung im entsprechenden Tool mit Vor- und Nachnamen, da dieser dann sowohl in der Teilnehmerliste als auch unter Ihrem Bild zu sehen ist.

Ganz wichtig: das Lächeln, welches Vertrauen erzeugt und wesentlich dazu beitragen kann, eine entspannte Atmosphäre zu schaffen, was bei Videokonferenzen besonders wichtig ist, denn es gilt, die Distanz zu überbrücken und Nähe herzustellen. Verzichten Sie auf zu ausladende Gesten und halten Sie Ihre Hände vom Gesicht fern.

Keine Spielereien nebenher

Vermeiden Sie es, während eines Videomeetings andere Dinge nebenher zu erledigen, auch wenn Sie sich gerade nicht aktiv beteiligen. Die anderen Teilnehmenden bemerken es, wenn Sie nur kurz Facebook checken, schnell noch die eine E-Mail fertig schreiben oder einfach nur gelangweilt wirken – und das stört erheblich. Auch wenn Teilnehmende während einer Videokonferenz essen, lenkt das die anderen ab und senkt die Meeting-Qualität. Ausreichend trinken ist dagegen auch während einer Onlineveranstaltung wichtig. Dies sollten Sie allerdings nicht aus einer Flasche tun. Achten Sie außerdem auf das Design und die Aufschriften Ihres Glases oder Ihrer Tasse.

Kristin Koschani-Bongers ist Kunsthistorikerin und seit 2000 selbständige Etikette- und Kommunikations-Trainerin und Coach. Sie hatte bereits mehrere verschiedene Lehraufträge inne, unter anderem ist sie Dozentin an der Deutschen Fundraising-Akademie. Unter ihren Trainings-Angeboten finden sich auch simulierte Geschäftsessen.
▶ www.kristin-koschani.de

Sie möchten auch in der Krise
Ihre **Chancen nutzen**?

Wir schaffen Nähe und machen Lust auf Gemeinwohl.

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

MIT ABSTAND...

...DIE BESTEN AN IHRER SEITE!

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

fundango
Fundraising ist mehr

Gefährlich

Nichts ist so harmlos, wie es scheint. In der aktuellen Umweltkampagne lässt Greenpeace scharfe Schusswaffen aus altem Plastikmüll auf schwarzem Hintergrund wirkungsvoll als sehr gefährlich inszenieren. Der Eyecatcher ist der Agentur „Possible" aus Moskau gelungen, die Zweideutigkeit verleiht der Botschaft ihre Wirkung. Kleiner Horror-Fakt am Rande: Solche Waffen sind in Russland verboten, ihr Besitz streng reguliert. Eine gefährlichere, weil viel weiter verbreitete und unterschätzte Waffe ist hingegen Plastik.

▶ www.greenpeace.de

Bitte mal „danke" sagen

Die Plattform ThankU sammelt Spenden mit der Geste des Dankes

Es klingt vielleicht etwas ungewohnt: für einen Gefallen Geld „verlangen", aber nicht für sich selbst. Die Idee für eine entsprechende Plattform hatte der Start-up-Anwalt Lukasz Belza. Seine Schwager kümmert sich um die IT. Für die transparente Kommunikation den Nutzern gegenüber ist der Unternehmensberater Carsten Meyer zuständig. Gemeinsam haben sie ein simples Gerüst gestrickt: Wer jemandem einen Gefallen getan hat, generiert über die Plattform ThankU einen Link und schickt diesen genau der Person, die sich in Dankbarkeit üben soll. Dieser stehen dann drei Spendenzwecke zur Auswahl: Säuberung der Weltmeere („Seven Clean Seas"), Pflanzen von Bäumen („One Tree Planted") oder Tierschutz („World Land Trust"). Eins dieser drei Projekte kann mit einer Spende unterstützt werden. Es gilt nur noch, die Höhe der Spende auszuwählen. Ach so, zahlen muss man natürlich auch. Im umgekehrten Fall kann man auch selbst aktiv werden. Wer also einen Gefallen erhalten hat, spendet im Prinzip „nur" und informiert die andere Person. Laut den Machern der Plattform ist das besser, als jemandem einfach nur ein Bier auszugeben. Von den Spenden werden mindestens 80 Prozent weitergereicht, heißt es offiziell.

▶ www.thanku.social

MEINE MEINUNG

Geschenkte Freiheit

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

München, Mitte August, am Rand des Englischen Gartens. Eigentlich wollte ich den Surfern im Eisbach zuschauen. Surfen ist dort natürlich verboten. Die Polizei kümmert das aber wenig. Die patrouliert entspannt durch den weitläufigen Park. Und baden tut da sowieso jeder. Ist zwar auch nicht erlaubt, aber was soll's.

Ich werde aber von merkwürdigen Geräuschen abgelenkt. Es dauert, bis ich erkenne, was der Tross auf der Straße vor mir bedeutet. Ein Mädchen, höchstens zehn Jahre alt, sitzt auf dem Beifahrersitz eines LKWs, der im Schritttempo auf mich zugerollt kommt. Fröhlich skandiert sie immer wieder einen bemerkenswerten Reim: „Wir sind hier und wir sind laut, weil ihr uns die Freiheit klaut!" Ach so, klar. Das ist akustisch recht gut zu verstehen, da auf dieser Demo niemand eine Maske trägt. Und vorneweg, zu Fuß, ganz entspannt, eine Gruppe Polizisten. Polizeifahrzeuge sichern die Straße.

Ich hab einfach keinen Bock, hämisch grinsenden Mitbürgern den Zuschauer zu spielen. Die Blicke sagen mir, dass ich mich provoziert fühlen soll. Auf mich wirkt das pubertär. Geklaute Freiheit? Welche Freiheit wurde denn geklaut? Die Polizisten gucken immer noch ziemlich entspannt aus der Wäsche.

Und ich gucke wieder den Surfern im Eisbach zu. Davon abgesehen, dass ich nicht surfen kann, wäre mir das Wasser viel zu kalt. Ich gehe lieber weiter in den Biergarten. Diese Freiheit, die nehme ich mir.

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

Kurzgefasst …

Faires Spielzeug

Spielwarenhersteller wie Sigikid, Haba und Zapf Creation setzen sich gemeinsam mit Spielwarenhändlern und zivilgesellschaftlichen Organisationen für fair produziertes Spielzeug ein: Mit der Gründung der „Fair Toys"-Organisation Mitte Juli verpflichten sich die Mitgliedsunternehmen, die sozialen und ökologischen Bedingungen an ihren Produktionsstandorten kontinuierlich zu verbessern.

▶ www.fair-toys.org

Lego-Bausteine mit Braille

Die Lego-Stiftung und die Lego-Gruppe führen die ersten „LEGO® Braille Sets" ein. Diese werden über ausgewählte Einrichtungen, Schulen und Organisationen blinden und sehbehinderten Kindern kostenlos zur Verfügung gestellt. Dafür arbeitet die Lego-Stiftung in Deutschland mit dem „Deutschen Zentrum für barrierefreies Lesen" (dzb lesen) als Partner zusammen.

▶ www.dzblesen.de/lego

Stück zum Glück

Die gemeinsame Spendenaktion von Procter & Gamble (P&G), Rewe und der Aktion Mensch „Stück zum Glück" hat das Spendenziel von einer Million Euro erreicht und macht weiter: Innerhalb von drei Jahren möchten die Projektpartner eine weitere Million Euro Spenden sammeln und zusätzlich inklusive Sport- und Spielmöglichkeiten auf Spielplätzen fördern.

▶ www.rewe.de/glueck

Gespendete Gastro-Gutscheine

Zur Unterstützung von Restaurants haben auch viele Einwohner Wiens in den letzten Monaten Gastro-Gutscheine gekauft. Die Caritas Wien rief zu einer Spende solcher Gutscheine für Bedürftige auf. Das Ergebnis: Mehr als 3600 Gutscheine erhielt die Organisation, von denen die meisten in den Obdachlosen-Einrichtungen verteilt wurden.

▶ www.caritas.at

„hilf-jetzt.ch" an SRK übergeben

Die in der Corona-Krise gegründete Plattform zur Organisation von Nachbarschaftshilfe „hilf-jetzt.ch" ist Anfang August an das Schweizerische Rote Kreuz übergeben worden. Dadurch kann ein langfristiger und nachhaltiger Betrieb der Plattform garantiert werden, sodass zukünftig das Engagement der Nutzer weiterhin gefördert werden kann.

▶ www.hilf-jetzt.ch

Projekte gesucht

Fördermöglichkeiten für Schweizer NGOs mit zukunftsorientierten Vorhaben

Die Stiftung Mercator Schweiz fördert Vorhaben, die dabei helfen, aus den Erfahrungen der Coronakrise zu lernen und zukunftsorientierte Entwicklungen für Gesellschaft und Umwelt anzustoßen. Zudem organisiert die Stiftung ein Ideen-Labor, in dem Projekte ausgearbeitet werden können. Organisationen, die Ideen für gemeinnützige Vorhaben haben, können sich um eine Förderung bewerben. Entscheidend ist ein Bezug zu den Themen der Stiftung, besonders Förderung einer chancengerechten Bildung von Kindern und Jugendlichen; Stärkung von Demokratie, Mitwirkung und Engagement; Förderung einer gemeinwohlorientierten Digitalisierung; Förderung suffizienter Lebensstile und einer umweltfreundlichen Ernährung. Neben der Qualität ist auch eine überregionale Wirkung der Projekte entscheidend. Eine Bewerbungsfrist gibt es bislang nicht. Alle Anträge werden laufend geprüft. Einreichungen sind möglich unter:

▶ www.gesuch.stiftung-mercator.ch

Diese Spendenquittung hat Gewicht.

Mit einem Spendenstein setzen Sie Ihren Spendern und Sponsoren ein Denkmal! Der lasergravierte personalisierte Klinker, eingelassen in eine Wand oder einen Bodenbelag, manifestiert auf lange Zeit den Einsatz und Gestaltungswillen Ihrer Unterstützer.

Spendenstein ist ein Geschäftsbereich der
Fanstein GmbH | Thomas-Müntzer-Str. 34 | 06842 Dessau-Roßlau
Fon 0340 870 16 60 | Fax 0340 870 16 61 | info@spendenstein.de

SPENDENSTEIN

Fundraising mit Mehrwert!

NEU!

www.spendenstein.de

* Die Gesellschaft der Freunde des Dessau-Wörlitzer Gartenreiches e.V. setzt bei der Finanzierung der Sanierung des Eichenkranzes auch auf den Spendenstein.

Guled rockt die Küche, Ahmed kümmert sich um den Service und Jankin um die Rezeption im Hotel.

Haus der Nationen

Das Wiener magdas-Hotel funktioniert als Social Business

Bereits vor fünf Jahren startete die Caritas Wien unter ihrer Dachmarke „magdas Social Business" ein Hotel, mit dessen Personal vor allem Geflüchtete mit Migrationserfahrung in den Arbeitsmarkt integriert werden sollen. Das Konzept ist derart erfolgreich, dass bis zum Frühjahr 2022 ein weiteres Hotel entsteht.

Von RICO STEHFEST

Die besondere Ausstattung ist es wohl, die den Besuchern des magdas-Hotels in Wien als Erstes auffällt. Upcycling wird dort ganz groß geschrieben. Bevor das Haus zum Hotel umfunktioniert wurde, diente es als eine Seniorenresidenz. Nicht mehr benötigtes Mobiliar wurde im Zuge, des Umbaus umgestaltet und neu integriert. Schon allein das macht ein besonderes Flair aus. Das Haus mit Blick auf das Riesenrad am Prater weist aber noch mehr Besonderheiten auf. Es ist kein Zufall, dass sich in keinem der Zimmer ein Fernseher findet. Ein Haus der Begegnung will das magdas sein, ein Ort, an dem Menschen zusammenkommen. Das ist tatsächlich das Konzept des Hauses: „Für Menschen mit Fluchthintergrund ist es in Österreich nach wie vor schwierig, Arbeit zu finden. Im magdas-Hotel erhalten sie Zugang zum Arbeitsmarkt und werden selbst zu Gastgebern", so Klaus Schwertner, Generalsekretär der Caritas der Erzdiözese Wien. Aktuell sind es sieben junge Menschen aus unterschiedlichen Nationen, die im Hotelbetrieb ausgebildet werden. Mehr als 70 Menschen aus 20 Ländern hat die Caritas auf diesem Weg in den letzten Jahren so geholfen, in Österreich Fuß zu fassen.

Ausgebremst durch den Lockdown

Natürlich hat aber auch das magdas in den letzten Monaten unter dem Lockdown gelitten. Kurzarbeit war angesagt. Um diese Sondersituation so kurzfristig wie möglich zu halten, wurde im Zeitraum Juni und Juli auf der Crowdfunding-Plattform startnext Geld gesammelt, um die Auszubildenden wieder in Vollzeit arbeiten lassen zu können. 35 000 Euro waren das ambitionierte

Ziel. Das wurde zwar nicht erreicht, aber gute 15 500 Euro sind ein Ergebnis, das sich durchaus sehen lassen kann. Die Unterstützung für das Haus ist also da. Und schlussendlich war es trotzdem ausreichend, die Kurzarbeit für die Lehrlinge zu beenden. Was aber nicht bedeutet, dass das Haus bereits wieder unter vollen Segeln fährt. „Ein Teil unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist noch in Kurzarbeit, vor allem in den Teams Rezeption und Housekeeping. Die Auslastung im magdas-Hotel ist leider noch immer nicht optimal. Trotzdem werden wir im Herbst zwei neue Lehrlinge anstellen, denn unser Fokus und unsere Aufgabe ist die Ausbildung von jungen Menschen mit Fluchterfahrung", erläutert Vera Meinl, Kommunikationsverantwortliche bei magdas. „Wir stärken derzeit das, was gut läuft, und versuchen in diesen Bereichen auszuschöpfen, was möglich ist. So werden wir ab Herbst einen neuen Seminarraum anbieten und hoffen durch die Mehreinnahmen, das fehlende Budget für unsere Lehrlinge hereinzuspielen."

Erfolgreiches Konzept

Ungeachtet der aktuellen Umstände hat sich das Hotelkonzept bewährt. Nicht wenige der inzwischen 181 000 Gäste aus aller Welt wussten vor ihrem Besuch nichts von der Ausrichtung des Hauses und waren von der internationalen Atmosphäre positiv überrascht. Deshalb entsteht im Ungarviertel Wiens ein zweites Hotel. „Unverändert bleibt das Motto ‚stay open-minded' und ein Ausbildungsschwerpunkt, mit dem junge Menschen mit Flucht- und Migrationserfahrung in Hotellerie- und Gastronomie-Berufen ausgebildet werden", erklärt Gabriela Sonnleitner, Geschäftsführerin von „magdas Social Business". Das sogenannte Stephanus-Haus, ein Bau aus den 60er-Jahren, wird in Analogie zum Haus am Prater im Sinn der Nachhaltigkeit mit ausgedientem Mobiliar gestaltet. Bis zum Baubeginn im Frühjahr 2021 soll das Gebäude mit kreativen Zwischennutzungsaktivitäten ein Treffpunkt für soziale, künstlerische und kulinarische Projekte sein. So öffnete bereits im August „die boys & marie" seine Türen. Damit schafften sich sechs junge Menschen ihre eigenen Praktikumsplätze und boten zwei Monate lang junge frische Küche, bevor ab Oktober das Team des magdas-Hotels die Ungargasse erstmals gastronomisch bespielt. Ebenfalls im August startete die Caritas im Haus ihr Pilot-Projekt „Le+O-Markt". Hier werden Lebensmittel und Flohmarktwaren in zwei Preisstaffelungen an armutsbetroffene und alle anderen Menschen ausgegeben. Kostenlose Beratungs- und Orientierungsangebote für armutsbetroffene Menschen gibt's außerdem.

▶ www.magdas.at

Ich arbeite mit großer Freude,
denn ich weiß: Ich bin die Stimme
des leidenden Kindes,
des Regenwalds im Amazonas,
des Eisbärs,
des deutschen Seeadlers
und der Koalas -

aber auch die Stimme der im Krieg
gefallenen und vermissten
Soldaten ...

Maricel Felico Sedano
(Telefonfundraiserin seit über acht Jahren)

Wir geben Ihrer Botschaft eine Stimme!

frc spenden manufaktur
030 2700083 00
info@spenden-manufaktur.de

Kirche auf Augenhöhe unterwegs

„Mobile Kirche"-Projekte können Wege fürs Fundraising ebnen

„Der große Schock – und keine Hoffnung mehr?" betitelte eine katholische Internetseite eine Analyse der Austrittszahlen aus der katholischen Kirche in Deutschland 2019, der höchsten bisher gemessenen Werte. Stetig verliert Kirche an Relevanz in unserer Gesellschaft. Ist Kirche also in Schockstarre ohne Hoffnung? Hoffnung wächst dort, wo Kirche kreativ auf ihre Mitglieder mit Initiativen „mobiler Kirche" zugeht. In Zeiten klammer Kirchenhaushalte wird dies oft erst durch Fundraising möglich.

Von CHRISTIAN FISCHBACH

Neben Hamburg gehören Schleswig-Holstein und der Landesteil Mecklenburg von Mecklenburg-Vorpommern zum Erzbistum Hamburg. Im flächenmäßig größten, aber mit etwa 390 000 Kirchenmitgliedern sehr kleinen Bistum prägen Stadt und Land zwei Projekte „mobiler Kirche". Sie zeigen mit Erfahrungen aus anderen Bistümern Wege für erfolgreiches Fundraising auf. Kilian Schneider, Teamleiter für Allgemeine Soziale Beratung der Caritas Neubrandenburg, ist der Initiator des Beratungsbusses „Rat auf Rädern". Er erlebte als Sozialarbeiter, Mitglied im Sozialausschuss des Landkreises Mecklenburgische Seenplatte und im Pfarrgemeinderat die Lage nicht mehr mobiler Hilfsbedürftiger. „Unser Landkreis ist zwei Mal so groß wie das Saarland und der größte Landkreis in Deutschland. Rund 3 000 Menschen in unserer Region, in der Angebote für Nahverkehr und Versorgung immer weniger werden, sind von Armut bedroht", so Schneider. „Tätige Kirche" hätte für sie einen besonderen Auftrag in der Pfarrei St. Lukas, sie umfasst etwa die Hälfte des Landkreises.

Gemeinsam mit Achim Rizvani aus der Öffentlichkeitsarbeit des Diözesan-Caritasverbands entwickelte Schneider mit Dozenten der Fundraising-Fortbildung des Erzbistums das Konzept zur mobilen Beratung von Caritas und Pfarrei. „Für mich, der Fundraising nicht als Profi macht, war es eine wichtige Erfahrung, den Bus mit seinem Auftrag, seinen Zielgruppen und letztendlich den Namen jenseits meiner Büroarbeit in der Fortbildung als eigene Marke auszuarbeiten", blickt er zurück.

Das Fundraising für den Bus startete 2017 mit der Anlassspendenaktion zur Weihe von Horst Eberlein, der lange in Mecklenburg tätig war, zum Weihbischof in Hamburg. Sein Spendenaufruf brachte dem Projekt größere Öffentlichkeit. Darauf aufbauend kamen durch ein Kooperationsmailing zwischen Pfarrei und Caritas über 20 000 Euro zusammen, die das Erzbistum aufstockte. Der Bus wurde 2019 gebaut und startete Anfang 2020, ausgestattet durch eine zweijährige Personalförderung des Bonifatiuswerks, seine Fahrten.

Einladung zum Gespräch

Wie wichtig Markenbildung für „mobile Kirche" ist, zeigt auch das Projekt „durchkreuzer" der Jugendarbeit des Bistums Osnabrück. Bei Veranstaltungen, wie Festivals, lädt der Mercedes-Sprinter mit dem Aufbau im modernen Design junge Menschen zum Gespräch ein. Die Frage „Was bewegt junge Menschen?" bestimmt für Nathalie

Jelen, Projektleiterin „mobile Kirche“ beim Bistum Osnabrück, die Arbeit von „durchkreuzer“. „Junge Leute stehen in Schule und Studium unter starkem Leistungsdruck. Bei uns sollen sie erfahren, dass es ausreicht, einfach da zu sein“, so Jelen. Das Projekt lebt durch den Mix aus Design und Inhalt. Damit die Gestaltung bei nicht kirchenaffinen Jugendlichen ankommt, konzipierten sie Architekturstudierende der Peter Behrens School of Arts in Düsseldorf, die selbst der Zielgruppe angehören. Als Marke setzt der „durchkreuzer“, der im Herbst 2020 startet, vor allem auf innovatives Design und ist dadurch attraktiv für Fördermittelgeber.

Sozialer Akteur und Partner

Mit dem „Café mobil“, das seit August 2020 im Pastoralen Raum Billstedt-Tonndorf-Wandsbek rund um die Gemeinde St. Agnes in Hamburg-Tonndorf fährt, soll Kirche im urbanen Umfeld erlebbar werden. Gemeindereferentin Barbara Meier will mit dem Mobil die Identität der entstehenden Großpfarrei stärken. Gemeinsam mit Ehrenamtlichen sucht sie den Kontakt zu Bürgerinnen und Bürgern der Stadtteile. „Ich möchte bei einem Kaffee mit den Menschen am Marktplatz oder am Einkaufszentrum ins Gespräch kommen und vermitteln, dass Kirche anders als erwartet ist“, so Meier. Neben Spenden nach Aufrufen im Gemeindebrief unterstützten auch hier kirchliche Förderer, wie das Bonifatiuswerk, den Kauf des Kaffeewagens. Förderzusagen kommunaler Mittel und zweier Stiftungen von Wohnungsbaugenossenschaften zeugen davon, dass Kirche noch als wichtiger Akteur für soziales Miteinander wahrgenommen wird.

Zugänge zu Hilfe öffnen

Von ähnlichen Erfahrungen berichtet auch Gemeindereferent Michael Kleemann mit dem „Mobilen Café“ der Pfarrei St. Ludwig im sozial schwierigen Stadtteil Nürnberg-Gibitzenhof: „Es war uns wichtig, dass wir gemeinsam mit den Playern im Stadtteil, wo es keine Restaurants gibt, vertreten sind. Wenn wir voll auf Augenhöhe beim Kaffee plaudern, öffnen wir Zugänge zu Beratung und Hilfe. Wir treten nicht direkt als Kirche auf. Das wird erst im Gespräch deutlich.“ Städtische Förderer, Bonifatiuswerk und Wohnungsbaugesellschaften decken nahezu die Finanzierung. Die Pfarrei steuert das Personal bei.

Fundraising noch relevanter

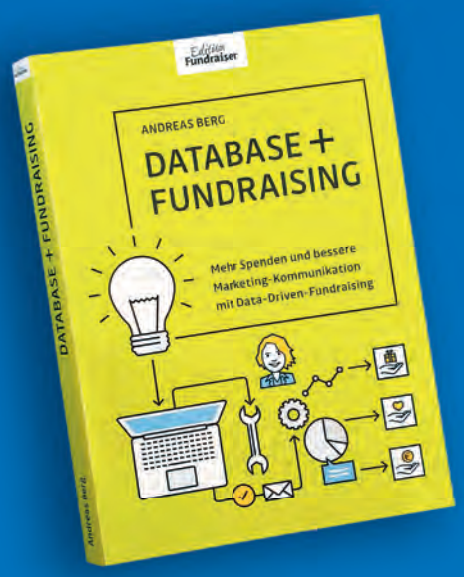
Laut Daniel Born, beim Bonifatiuswerk für das Programm „Räume des Glaubens eröffnen“ zuständig, erreichen ihn verstärkt Förderanträge für „mobile Kirche“. Fundraising dafür wird künftig noch relevanter. Bistümer, Pfarreien oder Kirchenkreise sollten Hauptamtliche vor Ort gerade bei der Projektentwicklung stärker begleiten. Nur wenn fachliche Begleitung klare Marken aus Inhalt und Gestaltung ermöglicht, kann „mobile Kirche“ Spendende, Fördermittelgeber und Zielgruppen erreichen. Als Akteur in Stadt und Land sollte Kirche selbstbewusst auftreten, um gemeinsam mit Partnern niedrigschwellig Präsenz zu zeigen, wo staatliche Hilfe Lücken aufzeigt. Fundraising bringt dann Hoffnung in der Schockstarre.

Dr. **Christian Fischbach** hat unter anderen die Projekte Beratungsbus „Rat auf Rädern“ und „Café mobil“ bei der Beantragung von Fördermitteln beraten. Er ist Referent für Fundraising und Fördermittelmanagement in der Stabsstelle Mitgliederkommunikation und Fundraising im Generalvikariat des Erzbistums Hamburg, wo Fundraising zusammen mit Mitgliederbindung ausgebaut wird. Erst wenige katholische Diözesen gehen so vor.
▶ www.erzbistum-hamburg.de/fundraising

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 €

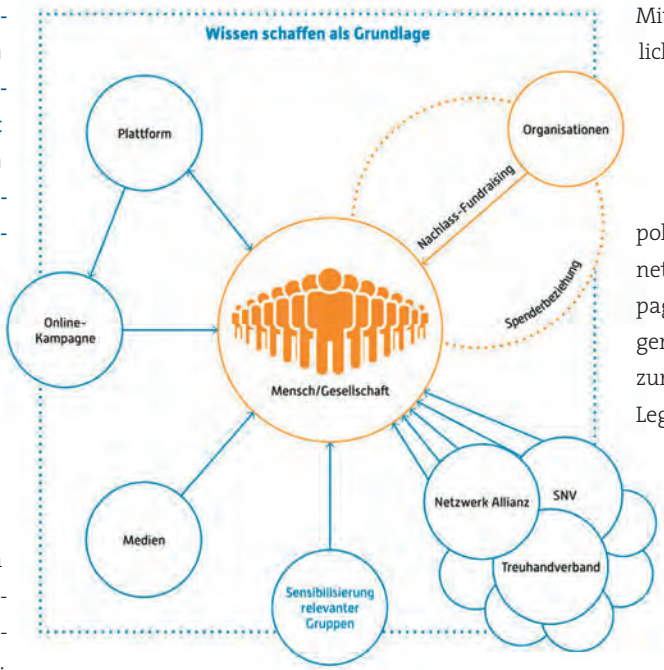
ein Produkt vom
Fundraiser magazin
Fachlektüre, die Spaß macht.

Wachsen dank Legaten

Schweizer NGOs gründen neue Erbschaftsinitiative

Viele gemeinnützige Organisationen sind unter Druck geraten, denn sowohl beim Staat wie bei den Privaten sitzt das Portemonnaie nicht mehr so locker. Höchste Zeit, den Blick auf einen vielerorts vernachlässigten Bereich zu richten: das Legate-Fundraising. Die neu gegründete Schweizer „Allianz für das Gemeinwohl" öffnet hier Türen, die den Organisationen allein verschlossen bleiben.

Von ADRIAN WISMANN



„Es gibt zwei Wege, wie man reich werden kann", zitierte das Online-Magazin „Republik" den französischen Ökonom Thomas Piketty: „Entweder durch eigene Leistung oder durch eine Erbschaft." In der Tat: Die Erbschaften haben sich in den letzten 20 Jahren verdoppelt. Jährlich werden in der Schweiz rund 95 Milliarden Franken vererbt – das ist zweimal so viel, wie der Bund für die Bewältigung der Corona-Krise budgetiert. Aber: Nur drei Promille dieser Vermächtnisse gingen bisher an gemeinnützige Organisationen.

Das ist die schlechte Nachricht. Die gute: Legate sind der mit Abstand größte Wachstumsbereich. Hier lassen sich die Einnahmen für gemeinnützige Organisationen künftig massiv steigern, im Gegensatz zu den rückläufigen staatlichen Geldern und den stagnierenden privaten Spenden. Ein wichtiger Grund: Erbschaften fallen in einem immer höheren Alter an – und sind deshalb für den eigenen Lebensunterhalt meist nicht mehr notwendig. Außerdem haben die vergangenen Monate den Menschen deutlich gemacht, wie wichtig es ist, seine Angelegenheiten nicht erst in ferner Zukunft zu regeln. Diese Chance gilt es zu packen.

Die neue „Allianz für das Gemeinwohl" setzt sich dafür ein, dass die Menschen in der Schweiz häufiger ein Testament schreiben – und damit auch häufiger gemeinnützige Institutionen berücksichtigen.

Allianz für das Gemeinwohl

Drei Hauptaufgaben stehen bei ihr im Fokus: Sensibilisierung der Bevölkerung mittels einer digitalen Kampagne, Bereitstellung neuen Wissens, das den Mitgliedern zielgerichtetes Legate-Fundraising ermöglicht, und schließlich der Aufbau eines starken Netzwerks von Vertretern des Dritten Sektors für verbesserte Rahmenbedingungen. So ist neu der Schweizerische Notarenverband als Partner mit an Bord.

Basis für die Allianz sind die Arbeit, das Know-how und das Netzwerk des mittlerweile aufgelösten Vereins MyHappyEnd. So wird diese wichtige Vorarbeit nicht nur weitergeführt, sondern den neuen Herausforderungen angepasst, sogar erweitert. Das macht schon die angestrebte breite Mitgliederbasis des neuen Vereins deutlich: Nebst den NGOs ist die Allianz auch für Institutionen aus dem Kultur- und Bildungsbereich und dem Gesundheitswesen offen. Das verstärkt das Gewicht, nicht zuletzt auf dem politischen Parkett, und fördert die Vernetzung. Zudem wird eine digitale Kampagne ganzjährig für Sichtbarkeit sorgen, und auch die regelmäßigen Studien zur Vergrößerung des Wissens rund um Legate sind ein neues Element.

Babyboomer im Blick

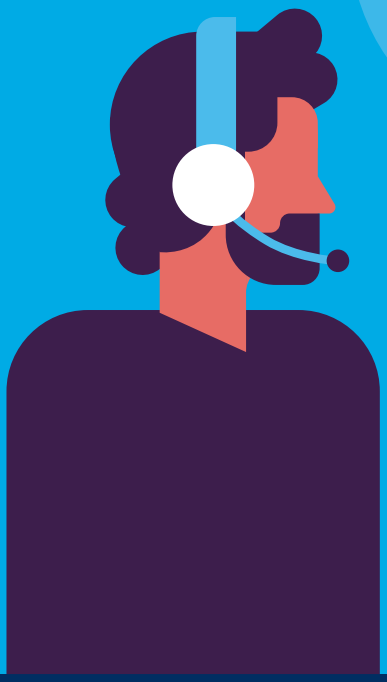
Um mehr Legate für gemeinnützige Zwecke zu erreichen, braucht es eine starke Stimme, die das Thema öffentlich sichtbar macht, und es braucht mehr Wissen und auch den Willen, das Thema in die politische Diskussion einzubringen. Genau dafür gibt es die „Allianz für das Gemeinwohl". Wie schrieb doch die „Republik": „Die Babyboomer dürften die volkswirtschaftliche Bedeutung von Erbschaften mit ihrer demografischen Überlegenheit und ihrem Reichtum noch einmal deutlich verstärken; sie werden ihre Kinder mit Vermögen überfluten." Wir finden: Davon sollen nicht nur die Kinder profitieren, sondern auch das Gemeinwohl.

Adrian Wismann ist seit Herbst 2019 Leiter des Bereichs Kommunikation bei der NGO Comundo, die sich für humanistische Belange einsetzt. In der Vergangenheit war er Fundraisingleiter bei Fastenopfer, Save the Children und Caritas (Kommunikation und Fundraising). Seit Anfang 2020 ist er Vorstandsmitglied der „Allianz für das Gemeinwohl".
▶ www.allianzgemeinwohl.ch

dialog4good

UNSER ANGEBOT:
Telefon-Fundraising

Wir verstehen Dialog



Fundraising-Kommunikation, die Bindung schafft.

UNSER ANGEBOT:

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

Illustrationen: shutterstock.com

IHRE ANSPRECHPARTNER:

Sebastian Maetzel · Manuela Ewert · Johannes Bausch

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

dialog4good GmbH • Boxhagener Straße 119 • 10245 Berlin

MITGLIED IM DEUTSCHEN FUNDRAISING VERBAND · Ethisch & Transparent · DFRV.DE

MITGLIED IM: DDV – Die treibende Kraft der Data Driven Economy

Gut aufgeklärt

Hier kann jede(r) noch was lernen. Weil in Entwicklungsländern zwei von fünf Schwangerschaften ungewollt sind, erklärt eine Beraterin in einem Jugendclub der Deutschen Stiftung Weltbevölkerung, wie ein Femidom funktioniert. Das schützt gleichzeitig auch vor sexuell übertragbaren Krankheiten. Wie die Stiftung am Weltbevölkerungstag am 11. Juli bekanntgab, würde sich das Bevölkerungswachstum um ein Viertel verringern, wenn alle Menschen frei darüber entscheiden könnten, ob und wie viele Kinder sie wollen.

▶ www.dsw.org

Fakten statt Fake News

Internationale Kampagne gegen Desinformation

Die „Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit" hat eine globale Kampagne gestartet, die die Bedrohung der freien Gesellschaft durch Desinformation aufzeigen will. Unter dem Slogan #FreedomFightsFake sollen Beiträge, Umfragen und Aktionen im Internet auf dieses durch die Digitalisierung immer stärker werdende Problem aufmerksam machen. Außerdem soll es verschiedene Bildungsangebote geben, die deutlich machen, wie man Desinformation erkennen und bekämpfen kann. „Die Corona-Krise hat uns einmal mehr vor Augen geführt, wie anfällig Teile der Welt für Desinformation sind", sagt der Vorstandvorsitzende der Stiftung Prof. Dr. Karl-Heinz Paqué. Weitere Themen sind unter anderem die Zukunft des Journalismus, gezielte staatliche Desinformation und die Problematik des Medienanalphabetismus.

▶ https://freedomfightsfake.org/en ▶ www.freiheit.org

MEINE MEINUNG

„Wer möchte sich schon gern belehren lassen?"

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Bill Gates will die Menschheit zwangsimpfen, und Hillary Clinton ist in einen Kinderpornoring im Keller einer Washingtoner Pizzeria verwickelt, bekannt als „Pizzagate". Aluhut-Träger finden regelmäßig Gelegenheiten, ihre Kopfbedeckungen zur Schau zu stellen. Diesem zweifelhaften modischen Trend will die Friedrich-Naumann-Stiftung mit ihrer aktuellen Kampagne Einhalt gebieten. Und sie ist nicht die Einzige. Die Initiativen und Projekte zur Bekämpfung von Fake News, Hate Speech und Verschwörungstheorien sind zahlreich. Zweifellos eine sinnvolle Sache und ein guter Ansatz. Doch dabei stellt sich mir die Frage, ob damit die richtigen Zielgruppen tatsächlich erreicht werden. Stecken die nicht – das denke ich zumindest – ganz tief in ihrer Filterblase? Und selbst wenn dem nicht so ist, müssten sie zumindest bereit sein, eine andere als ihre eigene Meinung zu akzeptieren und sich dem Diskurs zu stellen. Ich vermute allerdings, dass solche Kampagnen bei vielen eher als „Bevormundung" und „Besserwisserei" ankommen. Denn wer möchte sich schon gern belehren lassen? Ich habe immer das Gefühl, dass solche gezielten Maßnahmen zur Aufklärung die Fronten eher verhärten, und je mehr Aufmerksamkeit Verschwörungstheorien bekommen, umso wahrscheinlicher ist es auch, dass sie noch mehr Anhänger finden. Was folgt, ist oft ein weiterer Schlagabtausch. Wie wir damit umgehen sollen? Ich bin ratlos.

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

Kurzgefasst …

Neue Umweltstiftung der Sparda-Bank

Die Sparda-Bank Baden-Württemberg gründet die „Stiftung Umwelt und Natur“, um ihr ökologisches Engagement weiter voranzubringen. In diesem Jahr hat die Stiftung dafür 700 000 Euro zur Verfügung. Zuerst sollen in Baden-Württemberg 40 000 Bäume gepflanzt und Umwelt- und Artenschutzprojekte des WWF unterstützt werden. Zudem will die Bank klimaneutral werden.

▶ www.sparda-bw.de

Stiftungen unterstützen Kunstausstellung

In Zusammenarbeit mit dem „Ernst Barlach Haus – Stiftung Hermann F. Reemtsma“ und der Ernst-Barlach-Stiftung in Güstrow widmen die Staatlichen Kunstsammlungen Dresden dem Künstler zum 150. Geburtstag eine große Retrospektive. Die Hamburger Reemtsma-Stiftung unterstützt das Projekt auch finanziell. Zu sehen ist die Ausstellung bis 10. Januar 2021.

▶ www.skd.museum ▶ www.hermann-reemtsma-stiftung.de
▶ www.ernst-barlach-stiftung.de

Vierte Online-Stiftungswoche startet

Die vierte Online-Stiftungswoche findet vom 28.9. bis 2.10.2020 statt. In jeweils zwei Online-Seminaren pro Tag geht es um „Stiftungen und Vereine im Wandel“. Die Seminare werden von Referentinnen und Referenten aus dem gemeinnützigen Sektor gehalten und sind kostenlos. Sie finden im Rahmen des europaweiten „Tags der Stiftungen“ am 1. Oktober statt.

▶ www.stiftungswoche.online

Wissenschaftspreis für Virenforscher

Die Klaus-Tschira-Stiftung hat den Berliner Virologen Prof. Dr. Christian Drosten mit dem „KlarText-Sonderpreis für Wissenschaftskommunikation“ ausgezeichnet. Die Stiftung will damit sein Engagement im gesellschaftlichen Dialog über Wissenschaft in der Corona-Krise würdigen. Der mit 7500 Euro dotierte Sonderpreis wird in diesem Jahr zum ersten Mal vergeben.

▶ www.klartext-preis.de ▶ www.klaus-tschira-stiftung.de

Wissenschaft auf Augenhöhe

Mit dem Dialogformat „Mensch Wissenschaft!“ will die Robert-Bosch-Stiftung Wissenschaftler und Bürger auf Augenhöhe zusammenbringen. Anhand einer kostenlosen Publikation können Hochschulen und andere Forschungseinrichtungen Wissenschaftler und Nicht-Wissenschaftler miteinander ins Gespräch bringen. Ziel ist es, die gegenseitige Akzeptanz zu erhöhen. Download unter

▶ www.bosch-stiftung.de/mensch-wissenschaft-publikation

Mitten unter uns?!

Studie zu rechten Tendenzen in der Zivilgesellschaft

Die Otto-Brenner-Stiftung hat zusammen mit einem Autoren-Team eine Studie veröffentlicht, die untersucht, wie die Zivilgesellschaft von rechts bedroht wird und wie sie darauf reagiert. Um herauszufinden, mit welchen Mitteln rechtspopulistischer Druck aufgebaut wird, wurden Dokumente analysiert und Interviews geführt. Es zeigte sich, dass rechte Aktivitäten in allen Bereichen der Zivilgesellschaft vorkommen und sogar zunehmen, aber noch den „Charakter eines Flickenteppichs“ haben, wie es in der Studie heißt. Sobald sich die Gelegenheit biete, würden diese von Rechtsgesinnten genutzt. „Rechte Akteure zielen darauf ab, bestehende Konflikte innerhalb der untersuchten Bereiche zu politisieren, um sie zu verstärken und thematische Anknüpfungspunkte für ihre politische Agenda zu etablieren“, sagt Jupp Legrand, Geschäftsführer der Otto-Brenner-Stiftung. Die Aktionen der Zivilgesellschaft darauf folgten keinem einheitlichen Muster, so die Studie weiter. Sie bewegten sich zwischen Ignorieren und Ausgrenzen. Die Studie kann kostenlos heruntergeladen werden unter:

▶ www.otto-brenner-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

Durch die Klimabrille betrachtet

Was Stifter beitragen können, um die Klimakrise zu lösen

Beim Klimaschutz sind alle gefragt. Der Stiftungsleitfaden „Klimawandel – Wie jede Stiftung Teil der Lösung wird" zeigt Möglichkeiten, wie auch Stiftungen die „Klimaperspektive" auf ihr Portfolio legen können.

Von DR. JOHANNES LUNDERSHAUSEN

Diesen Sommer ging eine erschreckende Meldung um die Welt. 38 Grad Celsius wurden in Sibirien gemessen. Neuer Hitzerekord. Und auch sonst reißen die Hiobsbotschaften zur klimatischen Lage der Welt nicht ab. Von einem „irreversiblen Zusammenbruch des Klimas, wie Wissenschaftler es lange vorhergesagt hätten", spricht Peter Kalmus, Klimaforscher am Jet Propulsion Laboratory der NASA. Und kürzlich warnte der britische Naturforscher Sir David Attenborough mit Blick auf die Bekämpfung des Klimawandels: „Der Moment der Krise ist gekommen." Die Rhetorik von Wissenschaft und Ökonomie verschärft sich. Der Ruf nach Lösungen und echtem Engagement wird lauter. Denn eines ist sicher: Die Klimakrise ist die größte Herausforderung der Menschheit. Zu ihrer Lösung braucht es kollektives Wissen und Handeln. Dabei spielen Stiftungen eine bedeutende Rolle – vor allem in der Zukunft.

Fünf Klimaschnittpunkte für Stiftungen

Jährlich werden rund zwei Prozent des gesamten philanthropischen Engagements für das Thema Klima genutzt. In Europa sind es rund 800 000 Euro. Viel zu wenig und für uns Grund genug, zu überlegen, wie sich tatsächlich jede Stiftung – egal aus welchem Bereich und mit welchem Stiftungsschwerpunkt – der Klimakrise annehmen kann.

In unserem Stiftungsleitfaden „Klimawandel – wie jede Stiftung Teil der Lösung wird" haben wir beispielhaft fünf Themen ermittelt, die man mit bestehenden Förderbereichen von Stiftungen verknüpfen kann – ohne den eigenen Stiftungszweck zu untergraben. Das sind Demokratie, Gesundheit, Naturschutz, benachteiligte Gruppen und Bildung. Es sind auch deshalb Klimathemen, weil der Klimawandel die globalen Ungerechtigkeiten weiter verschärft und sich auf jeden dieser Bereiche negativ auswirkt. Das bedeutet auch, dass Stiftungen Gefahr laufen, die Wirkung und den Erfolg ihrer eigenen Arbeit zu unterlaufen, wenn sie die Klimarisiken ignorieren und nicht aktiv in ihr Portfolio aufnehmen.

Klima-Brille aufs eigene Portfolio

Einige Stiftungen und Spender richten sich mit ihrem Engagement zum Beispiel an „benachteiligte Gruppen". Viele von ihnen sind aufgrund ihrer Randstellung häufiger, stärker und länger von den Auswirkungen des Klimawandels betroffen. So ist in Nepal die Sterblichkeit von Mädchen im Vorschulalter zu Zeiten von Hochwasser doppelt so hoch wie die von erwachsenen Männern. Klimawandel betrifft benachteiligte Gruppen nicht nur kurzfristig, wie etwa während

einer Dürre. Sie fördert ihre soziale Ausgrenzung und nimmt ihnen die Fähigkeit zur Selbsthilfe.

Der Klimaschnittpunkt Bildung eignet sich auch dafür, Kinder und ihre Familien auf kommende Risiken vorzubereiten und Bildungsabschlüsse und finanzielle Unabhängigkeit weiterhin zu ermöglichen. Denn die Auswirkungen des Klimawandels höhlen diese Ziele insbesondere für Frauen und Mädchen aus.

Stiftungen, die sich an der Schnittstelle von Klima und Demokratie engagieren, können und sollten mit der Zivilgesellschaft und Bürgerbewegungen stärker zusammenarbeiten. Sie spielen eine entscheidende Rolle dabei, Druck auf Regierungen auszuüben und über Klimagerechtigkeit im größeren Rahmen zu diskutieren.

Wenn Spender gleichzeitig positive Effekte für den Natur- und Klimaschutz erzielen möchten, bietet es sich beispielsweise an, neue, ökologische Methoden in der Landwirtschaft zu fördern und traditionell agierende Landwirte auf dem Weg zu nachhaltigem Wandel zu unterstützen.

Stifter im Bereich Gesundheit, die eine Klimaperspektive einnehmen wollen, sind hingegen gut beraten, den Nutzen des Klimaschutzes für die Gesundheit jedes Einzelnen in den Blick zu nehmen. Maßnahmen zur Luftreinhaltung und eine gesunde Ernährung beispielsweise sind gut für das Klima und die eigene Gesundheit.

So können Stiftungen beginnen

Die Möglichkeiten sind unerschöpflich, eine Klimaperspektive auf das eigene Portfolio zu legen. Aber auch operativ können Stiftungen als Vorbilder vorangehen. Vom eigenen CO_2-Fußabdruck bis zur Überprüfung, ob Investitionen nachhaltig angelegt sind, ergeben sich zahlreiche Maßnahmen. Beginnen können Stiftungen zunächst immer mit einem Blick auf ihr eigenes Förderportfolio, verbunden mit der Frage: Spielt der Klimawandel hier schon eine Rolle? Bei einem Nein besteht Handlungsbedarf. Denn wie die Stiftungslandschaft dem Thema Klima begegnet, entscheidet auch über ihre eigene Zukunftsfähigkeit.

Dr. **Johannes Lundershausen** ist Klimaexperte bei Active Philanthropy. Er ist Autor des Stiftungsleitfadens „Klimawandel – Wie jede Stiftung Teil der Lösung wird“ und berät Stiftungen sowie Spenderinnen und Spender unter anderem dabei, wie sie ihr Förderportfolio auf das Thema Klima ausrichten können. Zuvor arbeitete er unter anderem beim Deutschen Komitee für Nachhaltigkeitsforschung in Future Earth. Der Leitfaden ist abrufbar unter
▶ **www.activephilanthropy.org**

Initiatoren und Förderer:

BÜNDNIS FÜR GEMEINNÜTZIGKEIT

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

DEUTSCHE Fernsehlotterie

DB DEUTSCHE BAHN STIFTUNG

Hoffnungsvoller Trend in schwierigen Zeiten

Stiftungen arbeiten immer häufiger zusammen

„Das Coronavirus mahnt die Welt zu mehr Kooperation“ kommentierte Anfang Juni das Handelsblatt die aktuelle Krisensituation. Da kommen gute Nachrichten aus dem Stiftungssektor gerade recht. Bereits vor Ausbruch der Pandemie haben zahlreiche Stiftungen zusammengearbeitet. Und nicht nur das: In den letzten Jahren sind es immer mehr geworden. Das zeigt eine aktuelle Umfrage mit dem Stiftungspanel des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen.

Von DR. ANTJE BISCHOFF

Die erfreuliche Entwicklung verwundert nicht, sieht doch die Hälfte der befragten Stiftungen Kooperation als Schlüssel zu Wirkung und Nachhaltigkeit von Projekten an, und mehr als 70 Prozent finden, Kooperation spare Ressourcen. Konkret heißt das: Im zurückliegenden Jahr 2019 sind 43 Prozent der befragten Stiftungen Kooperationen eingegangen. Sie standen bei den Stiftungen unter einer Million Euro Stiftungskapital 2019 allerdings weniger hoch im Kurs als bei solchen ab einer Million Euro Kapital. Knapp 40 Prozent der kleinen Stiftungen haben kooperiert, bei den großen war es die Hälfte.

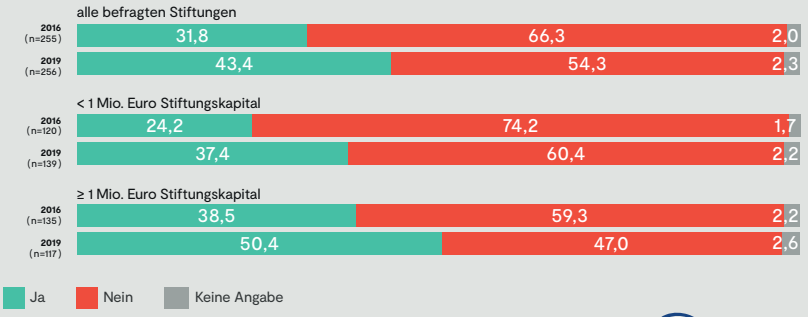
Deutlicher Anstieg

Laut einer Anfang 2017 durchgeführten Panel-Befragung ging nur ein knappes Drittel der Stiftungen im Jahr 2016 Kooperationen ein. Auch hier kooperierten kleine Stiftungen seltener als große (24,2 % vs. 38,5 %). Die aktuelle Befragung zeigt also, dass der Anteil der Stiftungen, die tatsächlich kooperiert haben, gegenüber der Umfrage von 2017 deutlich gestiegen ist.

Einen Wermutstropfen gibt es allerdings. Die Hälfte der befragten Stiftungen geht Kooperationen formlos ein, und nur gut ein Drittel hat das Kooperationsverhältnis vertraglich abgesichert. Insbesondere Stiftungen mit weniger als einer Million Euro Kapital kooperieren lieber formlos als große (59,6 % vs. 42,4 %). Aktuell ist sichtbar, dass zahlreiche Projekte nur verzögert oder gar nicht durchgeführt werden konnten oder können. Liegt dann keine vertragliche Absicherung vor, kann es mitunter Probleme geben. Umso wichtiger ist es, Kooperationsverträge zu schließen. Hier machen die Ergebnisse der Panel-Befragung Hoffnung. Gerade die Gruppe der kleinen Stiftungen ist bestrebt, Zusammenarbeit mit anderen künftig in Vertragsform zu gießen – fast ein Fünftel hat das vor.

Stiftungen kooperieren häufiger als vor einigen Jahren

Wenn Sie nun zurückblicken: Ist Ihre Stiftung 2019 Kooperationen eingegangen? (in Prozent)

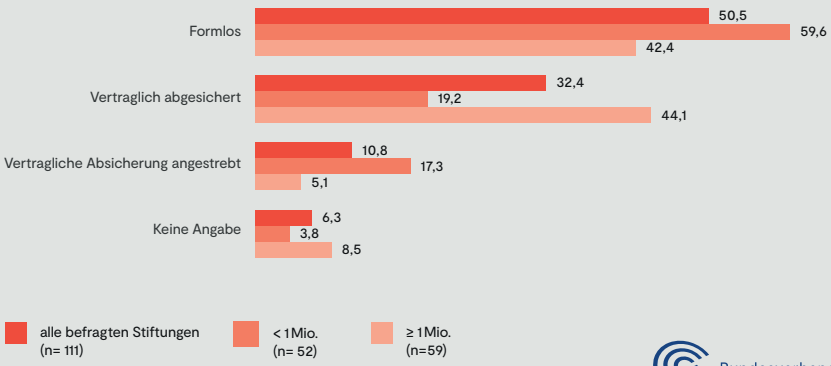


Quellen: Online-Befragung unter 561 Teilnehmenden des Stiftungspanels, Erhebungszeitraum: 25. Januar – 7. Februar 2017, Rücklaufquote: 45,6 Prozent. Online-Befragung unter 605 Teilnehmenden des Stiftungspanels, Erhebungszeitraum: 22. Januar – 5. Februar 2020, Rücklaufquote: 42,3 Prozent.

Bundesverband Deutscher Stiftungen

Die befragten großen Stiftungen sichern ihr Kooperationsverhältnis mehr als doppelt so häufig vertraglich ab wie kleine Stiftungen

Wie ist das Kooperationsverhältnis ausgestaltet? (in Prozent)



Quelle: Online-Befragung unter den 605 Teilnehmenden des Stiftungspanels, Erhebungszeitraum: 22. Januar – 5. Februar 2020, Rücklaufquote: 42,3 Prozent.

Bundesverband Deutscher Stiftungen

Über 80 Prozent der Stiftungen, die kooperieren, tun dies zur Erarbeitung gemeinsamer Projekte und Programme. Fast zwei Drittel geben finanzielle Unterstützung als Motiv an, am dritthäufigsten wird der Austausch von Informationen genannt. Rund jede fünfte Stiftung (21,6 %) kooperiert im Bereich Fundraising. Kooperationen im Bereich der Kapitalanlage rangieren mit 7,2 Prozent der Nennungen am unteren Ende der Skala.

Die befragten Stiftungen mit weniger als einer Million Kapital kooperieren seltener mit anderen zur Erarbeitung von Projekten und Programmen (73,1 % vs. 89,8 %), dafür häufiger zur Personalbereitstellung als große Stiftungen (26,9 % vs. 10,2 %). In beiden Fällen gibt es einen Unterschied von rund 17 Prozentpunkten zwischen den Stiftungsgruppen.

Vereine und Verbände beliebteste Kooperationspartner

Die befragten Stiftungen haben 2019 am häufigsten mit Vereinen und Verbänden kooperiert (69,4 %), gefolgt von anderen Stiftungen (61,3 %). Platz drei und vier belegen mit je 41,4 Prozent Kommunen und Bildungseinrichtungen. Der Bund wurde mit knapp 12 Prozent am seltensten als Kooperationspartner gewählt. Unterschiede ergeben sich zwischen Stiftungen unterschiedlicher Kapitalklassen. Stiftungen ab einer Million Euro Stiftungskapital arbeiten mit knapp 80 Prozent deutlich häufiger mit anderen Stiftungspartnern zusammen als kleine – hier sind es mit 40 Prozent halb so viele. Die großen Stiftungen kooperieren außerdem öfter mit Wirtschaftsorganisationen und Unternehmen (32,2 % vs. 23,1 %), dagegen seltener mit Kommunen (39,0 % vs. 44,2 %) oder kirchlichen Akteuren (32,2 % vs. 38,5 %) als kleine Stiftungen.

Die Zahlen des Bundesverbandes haben deutlich gemacht: Stiftungen sind längst auf einem guten Weg und werden ihn hoffentlich fortsetzen.

Die Umfrage fand online im Januar und Februar 2020 statt. Befragt wurden Stiftungen, die beim Stiftungspanel des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen registriert sind. An der Befragung beteiligt haben sich 42,3 Prozent der 605 in diesem Zeitraum registrierten Teilnehmenden des Stiftungspanels. Das Stiftungspanel ist das Erhebungsinstrument zur Erforschung der Stiftungslandschaft. Hier können Stiftungen schnell und einfach ihre Meinung zu aktuellen Themen einbringen. Träger des Stiftungspanels ist der Bundesverband Deutscher Stiftungen.

Dr. **Antje Bischoff** ist im Wissenschaftlichen Dienst des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen in der Stiftungsforschung tätig. Die promovierte Biologin koordiniert zudem den Arbeitskreis der Umweltstiftungen im Verband. Sie arbeitet seit Oktober 2006 für den Bundesverband Deutscher Stiftungen, zuvor war sie als Wissenschaftlerin am Leibniz-Institut für Gewässerökologie und Binnenfischerei angestellt.

▶ www.stiftungen.org/statistiken
▶ www.stiftungen.org/stiftungspanel

Zusammenhalt stärken

Stiftung&Sponsoring

Das Magazin für Nonprofit-Management und -Marketing

Herausgegeben vom **Deutsches Stiftungszentrum GmbH (DSZ), Erich Steinsdörfer, und dem Institut für Stiftungsberatung Dr. Mecking & Weger GmbH, Dr. Christoph Mecking**

eJournal inkl. Infodienst zu neuen Beiträgen mit jeder Ausgabe und Zeitschrift

23. Jahrgang 2020, jährlich 6 Hefte mit je ca. 48 Seiten zuzüglich der Fachbeilage „Rote Seiten“ mit je ca. 16 Seiten, Jahresabonnement € (D) 119,40, ISSN 1438-0617

Von einer ausgebremsten Wirtschaft über das kaum noch abschätzbare Finanzmarktgeschehen bis hin zu einer Fülle gesetzlicher Ausnahmen, Erleichterungen und Hilfsprogramme: Die **Rahmenbedingungen für die Stiftungswelt** haben sich durch die Coronakrise beispiellos verändert. Welche neuen **Risiken und Chancen für Nonprofits** dabei entstehen, behält Stiftung&Sponsoring für Sie jetzt konsequent im Blick.

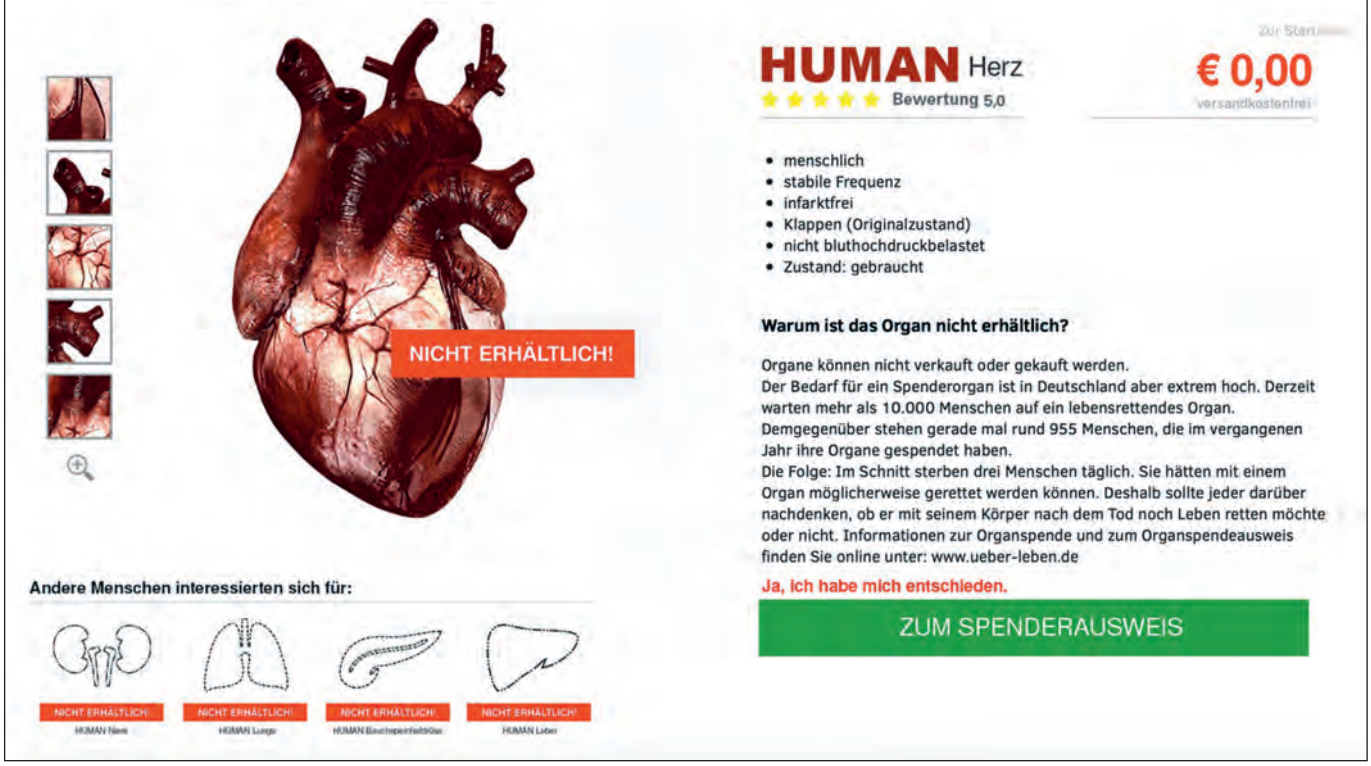
Jetzt gratis testen:

www.SuSdigital.de/info

ESV ERICH SCHMIDT VERLAG

Auf Wissen vertrauen

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



Herz im Sonderangebot

Die „Stiftung Über Leben“ bietet Spenderorgane im Internet an

Ein Spenderorgan aus dem Onlineshop? Leider nicht möglich. Die „Stiftung Über Leben“ hat mit einer ungewöhnlichen und inzwischen auch preisgekrönten Kampagne auf den Organmangel in Deutschland aufmerksam gemacht.

Von UTE NITZSCHE

Ob Kleidung, Bücher oder auch Lebensmittel – beinahe alles kann man im Internet bestellen und direkt nach Hause liefern lassen. Zumindest alles, was man mit Geld bezahlen kann. Patienten, die dringend ein Spenderorgan benötigen, können dieses aber eben nicht so einfach online ordern. Darauf hat die „Stiftung Über Leben“ mit einer aufmerksamkeitsstarken Kampagne hingewiesen, die den diesjährigen Deutschen Mediapreis in der Kategorie „Media-Idee Non-Profit Media“ erhalten hat.

Worum ging's? Im Januar bot die Stiftung zusammen mit der Mediaplus-Agenturgruppe im „BILD-Shop“ ein menschliches Herz an – direkt neben Herrenbekleidung und Haushaltwaren (siehe Abbildung oben). „Mit der provokanten Aktion sollte auf eindringliche Weise darauf hingewiesen werden, dass jedes Jahr in Deutschland über 1000 Menschen sterben, weil ein passendes Spenderorgan ‚nicht erhältlich‘ ist“, erklärt Dr. Jorit Ness, Geschäftsführer der „Stiftung Über Leben“. Beim Klick auf das Herz erschien eine Detailseite, auf der die funktionalen Eigenschaften eines gesunden menschlichen Herzens und der Erhaltungszustand des „Produkts“ genau beschrieben wurden. Außerdem bekamen die Interessenten Infos zur aktuellen Situation von Transplantationspatienten in Deutschland. Und natürlich war der gültige Organspendeausweis zum Ausfüllen nur zwei Klicks entfernt.

Alarmierende Fakten

Die Idee zur Kampagne trug die Mediaplus-Agenturgruppe an die Stiftung heran. Ein Agentur-Mitarbeiter hatte selbst Erfahrungen mit dem Verlust eines Menschen auf der Warteliste gemacht. Die Kampagne sollte bewusst irritieren, denn die Fakten sind alarmierend. Laut „Stiftung Über Leben“ sterben in Deutschland täglich drei Menschen, weil für sie kein lebensrettendes Organ zur Verfügung steht. „Während im vergangenen Jahr über 10 000 Menschen auf ein Organ gewartet haben, wurden nur 932 Verstorbene zu Organspendern“, sagt Jorit Ness. Damit ist Deutschland eins der Schlusslichter in Europa. Gründe hierfür sieht die Stiftung in der in der Bundesrepublik geltenden Entscheidungslösung, bei der man sich nicht dazu äußern muss, ob man Organe spenden möchte oder nicht. In anderen Ländern, wie Spanien, gilt hingegen die Widerspruchsregelung. Das bedeutet, dass jeder nach seinem Tod automatisch als Organspender infrage kommt, wenn er nicht zu Lebzeiten ausdrücklich widerspricht.

Und hat die Kampagne ihr Ziel erreicht, das Thema stärker in die Öffentlichkeit und ins Bewusstsein zu bringen? Tatsächlich wurden im Aktionszeitraum 220 Prozent mehr Organspendeausweise über die Internetseite der Stiftung bestellt. Vor allem jüngere Menschen fühlten sich angesprochen. Als Preisgeld wurde ein Mediabudget im Wert von 400 000 Euro für die Informations- und Aufklärungsarbeit der Stiftung überreicht.

Kostenfreie und personalisierte Organspendeausweise können auch weiterhin unter ▶ **www.ueber-leben.de** angefordert werden.

DATA + KREATIVITÄT = WIRKUNG

Socialminds kombiniert Daten und Kreativität **zu Kampagnen, die wirken**

Alles fängt mit Daten an.

Auf Basis intelligenter Datenanalysen, entwickeln unsere Spezialisten eine wirkungsvolle Strategie, die als Ausgangspunkt für effektiv, integrierte Kampagnen dient.

Um die Strategie umzusetzen, nutzen wir Direktwerbung, Online-Marketing, Telemarketing, und Freianzeigen.

Wenn man dazu noch mehr als 25 Jahre Erfahrung mit dem Wissen, was funktioniert, addiert, hat man das Ergebnis für Kampagnen mit größerer Wirkung.

socialminds

Gern unterstützen wir Sie bei der Kampagnen-Planung, um die größtmögliche Wirkung zu erzielen. Bei Fragen oder Wünschen kontaktieren Sie unsere Experten über **info@socialminds.de** oder rufen Sie uns unter **030 30 80 96 49** an.

FUNDRAISING VERBAND AUSTRIA

27. ÖSTERREICHISCHER FUNDRAISING KONGRESS

5.–6. Oktober 2020
Masterclasses 7. Oktober
„Moving forward – Turbulente Zeiten als Impulsgeber“

www.fundraisingkongress.at

Österreichs Fundraising-

Die Fundraising-Ausbildung in Österreich war in den vergangenen Jahren von einem großen Entwicklungs- und Veränderungsschub geprägt. COVID-19 hat in vielen Bereichen in kürzester Zeit maßgebliche Veränderungen notwendig gemacht. Doch auch unabhängig davon sind die Angebote und Formate zuletzt wesentlich vielfältiger geworden.

Neben dem Fundraising Verband Austria, der bereits seit 20 Jahren einen durch die EFA (European Fundraising Association) zertifizierten Fundraising-Lehrgang anbietet, ist in Österreich in den vergangenen Jahren ein breites Feld an Anbietern von Fundraising-Ausbildungen herangewachsen. Bildungseinrichtungen großer Institutionen wie der katholischen Kirche sowie sozialer Organisationen, aber auch private Trainingsinstitute, die Ausbildungsangebote für NPOs bereithalten, spielen ebenso eine Rolle wie insbesondere Fachhochschulen. Viele Bachelor- und Master-Studien decken den Bereich Sozialmanagement ab und bieten Fundraising als Management-Kompetenz für Sozialmanager mit an. Diese Vielfalt der Angebote hat dazu beigetragen, dass das Fundraising in vielen NPOs professionalisiert wurde und der Spendenmarkt in Österreich wächst.

Mag. (FH) Alex Buchinger,
Fundraising Berater, Trainer
und Business Coach.
Leiter Diplomlehrgang
Fundraising-Management und
Lehrgang Fundraising Kompakt.

Foto: Erik Schnabl

Ortsunabhängig lernen mit den FVA-Online-Seminaren

Der Fundraising Verband Austria hat auf den COVID-19-Shutdown im Frühling mit einem breiten Online-Angebot reagiert, das sich bewährt hat. Alle für 2020 geplanten Seminare finden daher online statt und punkten mit Praxisnähe, einem tollen Preis-Leistungs-Verhältnis und Top-Referent*innen. Interessierte können sich in den vielseitigen Online-Seminaren ortsunabhängig weiterbilden und vom Wissen internationaler Expert*innen profitieren. FVA-Mitgliedsorganisationen können mit einer vergünstigten Teilnahmegebühr teilnehmen.

▸ www.fundrasing.at/akademie

Live-Online Lehrgang „Fundraising Kompakt“ im November

Zum breiten Online-Angebot des FVA zählt auch der neu geschaffene Lehrgang „Fundraising Kompakt“. Aufgrund der großen Nachfrage wird der 4-tägige Live-Online Kurs am 19. und 20. sowie am 26. und 27. November 2020 bereits zum dritten Mal angeboten. Die beiden Experten Alex Buchinger & Patrick Hafner erarbeiten darin mit den Teilnehmer*innen nach der Methode des „Blended Learning“ in 32 Lehreinheiten die wesentlichen Strategien und Maßnahmen für ein erfolgreiches Fundraising. Zusätzlich zu den Einheiten erhalten alle Teilnehmer*innen ein 45-minütiges Einzelcoaching mit einem der Trainer.

▸ www.fundrasing.at/akademie

Ausbildung im Wandel

So wie die Anbieter, haben sich auch die Ausbildungs-Formate verändert. Allein in den vergangenen Monaten hat sich das Gesamtangebot von Webinaren über Live-Online-Trainings bis hin zu Online-Lehrgängen um ein Vielfaches vergrößert. Der Fundraising Verband Austria hat in kurzer Zeit zwei Fundraising-Kurzlehrgänge als Live-Online-Trainings ins Leben gerufen, die auf große und internationale Nachfrage gestoßen sind.

Nicht nur die technische und organisatorische Umsetzung hat sich dadurch verändert, auch neue Lernformate wie Inverted oder Flipped Classrooms und Blended Learning kommen heute vermehrt zum Einsatz. Zu dieser Entwicklung hat der „Umzug" vom Trainingsraum in den virtuellen Trainingsraum wesentlich beigetragen.

Aber auch die klassischen Lehrgänge und Workshops haben sich in den vergangenen Jahren in vielen Aspekten gewandelt. Einerseits wird heute verstärkt auf die individuellen Bedürfnisse der Teilnehmer*innen eingegangen. Andererseits orientieren sich die Workshop-Angebote an großen Institutionen wie Fachhochschulen und Universitäten. So wurden aus klassischen Zweitages-Workshops oder Abendlehrgängen vielfach modulartig aufgebaute Lehrgänge (z. B. zwei Tage pro Monat) entwickelt, mit denen auch zusätzliche Zielgruppen angesprochen werden.

Welche Herausforderungen stellen sich in der Zukunft?

Live-Online-Trainings und andere virtuelle Lernformate sind gekommen, um zu bleiben und werden Seminare/Workshops/Lehrgänge mit physischer Präsenz ergänzen. Durch die virtuellen Angebote können neue Zielgruppen und Märkte angesprochen und gleichzeitig Ressourcen gespart werden. Die Ansprüche, vor allem technisch und didaktisch, werden für Vortragende größer. Daher gilt es in Zukunft auch in der Fundraising-Ausbildung vermehrt den Blick darauf zu richten, wie Lektor*innen neben ihrer fachlichen Expertise auch für diese Herausforderungen gerüstet werden. Die Fundraising-Ausbildung bleibt somit in Bewegung.

Alex Buchinger

Neue IT-Partner bei Stifter-helfen: IBM & ReadSpeaker

Die DACH-Plattform Stifter-helfen vermittelt Produktspenden, Sonderkonditionen und Know-how im IT-Bereich an NPOs. Ab sofort bietet IBM als neuer Partner zwei spannende IT-Produkte zu Sonderkonditionen an: Mit den Statistikanwendungen SPSS im Standard-Paket und SPSS Modeler können umfangreiche Datenanalysen genutzt werden. Der ReadSpeaker webReader wandelt Online-Inhalte in unmittelbar abrufbare Audio-Versionen mit integrierter Vorlesefunktion um. Im Rahmen von Stifter-helfen kann die Text-to-Speech-Lösung ebenfalls zu Sonderkonditionen genutzt werden.

▶ www.stifter-helfen.at

„Spendenindex" im Corona-Jahr 2020

Der Spendenindex wird monatlich aus den Spendeneingängen von mittlerweile 36 österreichischen NPOs gebildet und repräsentiert ein Jahresvolumen von knapp 90 Mio. Euro oder 14 Prozent aller Spenden. Er ist damit ein wichtiger Indikator für Spendentrends, denn die monatlichen Spenden werden mit dem Drei-Jahres-Durchschnitt als Referenzwert verglichen. Für das bisherige Jahr 2020 zeigt der Index erfreulicherweise ein Spendenplus im Vergleich zum Vorjahr. Besonders die Bereiche „Humanitär" und „Tiere und Umwelt" schnitten deutlich besser ab. Der Bereich „International" blieb gegenüber 2019 gleich. Ein äußerst positives Zeichen für die Spendenbereitschaft im Corona-Jahr 2020!

▶ www.directmind.at

Online & kostenlos:
FACHTAGUNG KULTURFUNDRAISING & -SPONSORING
21. Oktober 2020
„Better together"

www.fundraising.at/kultur-fachtagung

#GIVINGTUESDAY
1. Dezember 2020
Der weltweite Tag des Gebens und Spendens.

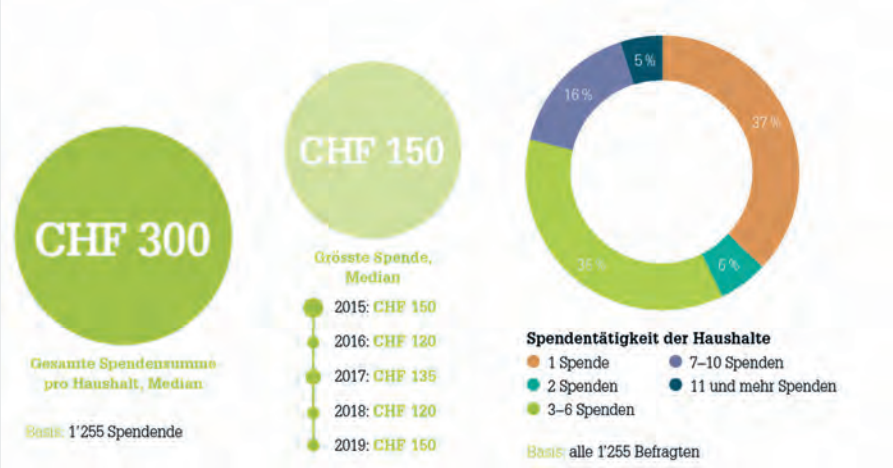
Jede*r kann mitmachen!
www.giving-tuesday.at

#GIVINGTUESDAY

Spendenbereitschaft in der Schweiz bleibt hoch

Swissfundraising fragt für den jährlichen «Spendenbarometer» die Bevölkerung seit fünf Jahren kontinuierlich und repräsentativ nach ihrem Spendenverhalten, das sich konstant auf hohem Niveau bewegt: 4 von 5 Haushalten spenden nämlich regelmässig. Doch wie sieht es fürs Jahr 2020 aus?

Von **MARIO TINNER**



«Auch 2019 ist die prototypische Spendenpersona eine Frau, lebt in einem Paarhaushalt mit hohem Einkommen und wählt eher «Links» – nur ist sie jünger geworden», hält Ruth Wagner als Autorin in der Broschüre «Spendenmarkt Schweiz» fest. Erstmals spendete bei den 35- bis 54-Jährigen (90 %) ein höherer Anteil als bei den 55- bis 99-Jährigen (88 %).

Die gesamte Spendensumme pro Haushalt lag 2019 im Schnitt (Median) bei CHF 300, während die jeweils höchste (Einzel-)Spende – über die letzten 5 Jahre betrachtet – um CHF 130 zu oszillieren scheint (2019: CHF 150). «Der Share of Wallet am gesamten Spendenbudget der bedeutsamsten Spende allein liegt bei 50 Prozent, die übrigen Empfängerinnen und Empfänger zusammen teilen sich den Rest», erklärt Wagner.

Spendenzweck und -motive

2019 könnte man als Klima-Jahr bezeichnen. Die Klimabewegung hat wohl auch dazu beigetragen, dass der Spendenzweck Natur-, Umwelt- und Tierschutz einen Anteilsanstieg von 6,5 Prozent verzeichnen konnte. Nur die Spendenthemen Menschen mit Behinderung und Kinder und Jugendliche sind noch «beliebter».

«Die Grundstimmung gegenüber Spenden ist in der Schweiz auch 2019 ausnehmend positiv geblieben», freut sich Ruth Wagner. Ganze 87 Prozent der Befragten bestätigen nämlich, Spenden vermittle «ein gutes Gefühl», und 83 Prozent schätzen es, mit ihrem Beitrag «etwas bewirken zu können». Die eigene Überzeugung von Anliegen und Engagement einer Organisation ist erneut das Hauptmotiv für eine Spende im Jahr 2019. Solidarität, Dankbarkeit für das eigene Wohlergehen und die Übereinstimmung mit eigenen Werten folgen dicht darauf.

Wie wird gespendet?

Der E-Banking-Auftrag (51 %) wird mit Abstand am stärksten für das Tätigen einer Spende genutzt. «Der Postschalter bzw. der physische Einzahlungsschein verliert weiter an Bedeutung (seit 2016 –28 %), für über 70-Jährige und in der Westschweiz bleibt er aber auch 2019 am wichtigsten», so Wagner. Digitale Spenden (ohne E-Banking) spielen weiterhin eine sehr kleine Rolle (3 % der Nennungen).

Wie entwickelt sich die Spendenbereitschaft?

Die Ergebnisse des Spendenbarometers 2019 sind erneut erfreulich gut und unterscheiden sich zu den Vorjahren nur im Detail. Als Berufsorganisation der Fundraiser*innen in der Schweiz ist Swissfundraising jedoch ganz besonders daran interessiert, wie sich der Spendenmarkt im Corona-Jahr 2020 insgesamt entwickelt und welche kurzfristigen Effekte sich zeigen. Im Rahmen einer Ad hoc-Befragung wollte Swissfundraising deshalb herausfinden, ob die Solidarität in der unmittelbaren Corona-Krise (betrachteter Zeitraum April/Mai) besonders hoch war und ob sich die Unsicherheit der Lage auf das gesamte Spendenverhalten in diesem Jahr auswirken wird.

Die repräsentative Umfrage zur Schweizer Konsumstimmung, die «Marketagent.com Schweiz» im Juni umgesetzt und im Auftrag von Swissfundraising mit spezifischen Fundraising-Fragen ergänzt hat*, zeigt: Die Schweizer Bevölkerung wird im laufenden Jahr wohl gleich viel oder sogar etwas mehr als im Vorjahr spenden. Eher weniger als im Vorjahr spenden wollen gemäss Marketagent «vor allem jene Personen, denen die Corona-Situation nach wie vor Angst macht».

Solidarität: Ja, aber …

Während der akutesten Phase der Corona-Krise haben gemäss dieser Umfrage von Marketagent.com Schweiz «nur» 38 Prozent,

also ein gutes Drittel der Bevölkerung im Alter von 14 bis 74 Jahren gespendet. Das ist im Vergleich mit den Zahlen des laufenden Swissfundraising-Monitorings, gemäss dem über 80 Prozent der Haushalte jedes Jahr spenden, deutlich weniger als erwartet. Die Befragung wurde allerdings rein online durchgeführt und die Generation ab 75 Jahren, die sehr spendenaffin ist, wurde gänzlich ausgeschlossen.

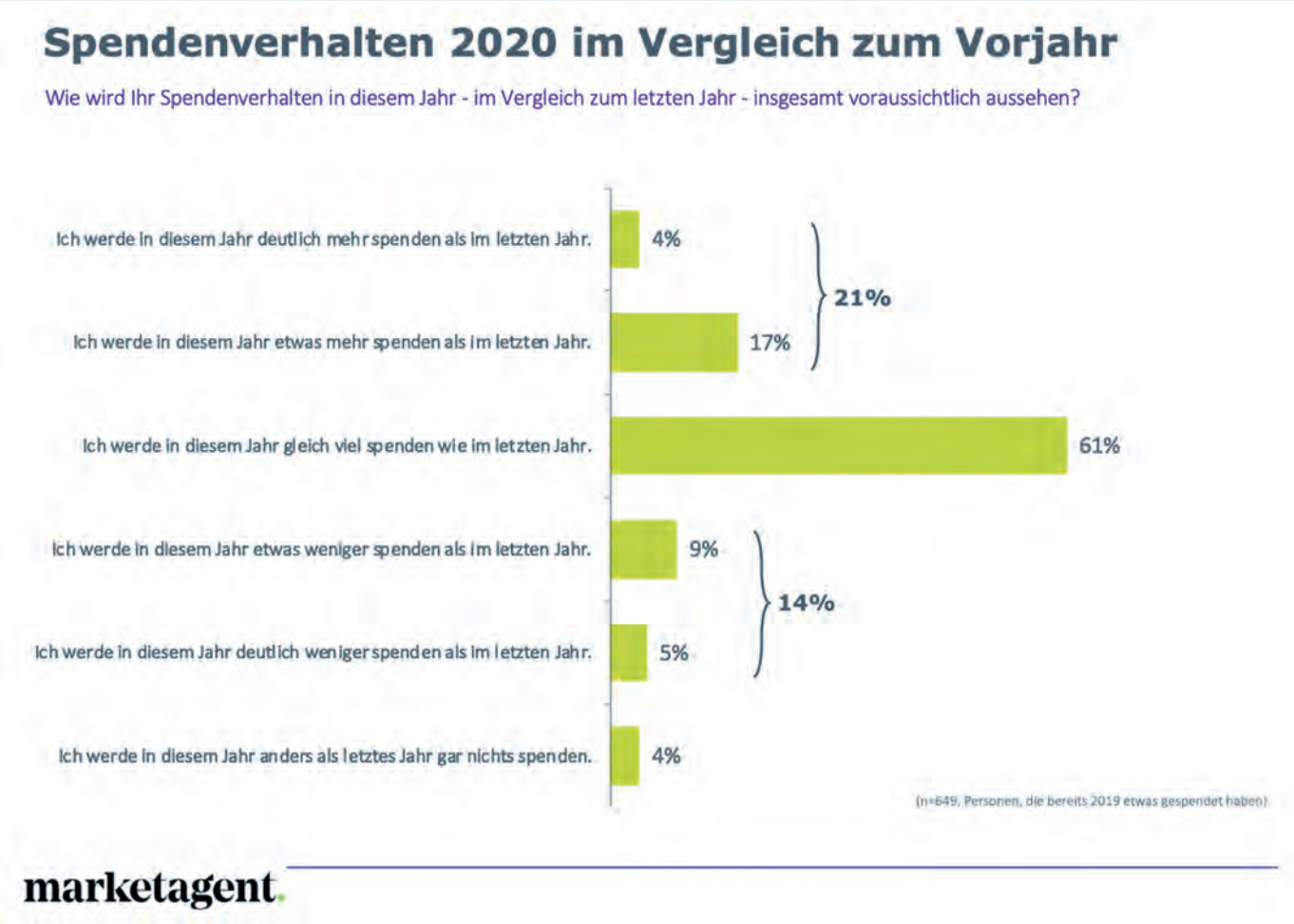
Überraschend ist, dass fast ein Viertel der Spendenden auch in der Corona-Zeit Natur-, Umwelt- und Tierschutz-Organisationen berücksichtigt hat – während die «systemrelevanten» Themen erst danach folgen. Sozial- und Nothilfe folgt mit 17 Prozent erst auf Platz 2, vor Armutsbekämpfung mit 16 Prozent der Nennungen. Erst auf Platz 4 wurden Organisationen mit Corona-Soforthilfe-Projekten im Inland berücksichtigt. Am Ende der Skala stehen Kulturinstitutionen und Einzelkünstler*innen sowie Organisationen mit Corona-Soforthilfe-Projekten im Ausland (je 6 %). Die neu als «Fundraisende» auftretenden Klein- und Mittelunternehmen wie Cafés und Restaurants wurden von 10 Prozent der Spenderinnen und Spender unterstützt.

Krise wirkt sich mittelfristig wenig aus

Gemäss eigener Einschätzung der Befragten wirkt sich die Corona-Krise nicht allzu stark auf das diesjährige Spendenverhalten aus und allfällige kurzfristige «Ausreisser» im Spendenverhalten werden aufs Jahr gesehen wohl geglättet. Von jenen ⅔ der Befragten, die bereits 2019 überhaupt gespendet haben, wollen 61 Prozent «gleich viel wie im Vorjahr» spenden, 17 Prozent wollen «etwas mehr» und 4 Prozent «deutlich mehr» spenden als im Vorjahr. Nur 4 Prozent wollen im Gegensatz zu 2019 diesmal gar nicht spenden, 5 Prozent «deutlich weniger» und weitere 9 Prozent «etwas weniger». Bei Total 21 Prozent steigt also die Spendenbereitschaft im Krisenjahr sogar, bei 18 Prozent nimmt sie ab.

Das sind gute Nachrichten für die NPO und ihre Spendenresultate 2020. Allerdings hängt das tatsächliche Spendenverhalten im Herbst und im besonders wichtigen letzten Quartal des Jahres aus Sicht von Swissfundraising stark davon ab, wie sich nebst den Fallzahlen die wirtschaftliche Situation entwickelt und wie stark eine allfällige Rezession ausfallen wird. Es ist zu hoffen, dass der von BAK Economics fürs Jahr hochgerechnete, durchschnittliche Lohnverlust von 1.700 Franken (vor allem auf Kurzarbeit zurückzuführen) nicht ganz oder teilweise beim Spenden «ausgeglichen» wird.

** Befragt wurden insgesamt 1.000 Personen im Alter von 14 bis 74 Jahren aus der Deutsch- und Westschweiz.*



Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Neuer GF bei Child-Help Deutschland

Thomas Martens hat zum 1. August 2020 die Geschäftsführung von „Child-Help Hilfe für Kinder mit schweren Missbildungen e. V." übernommen. Der 63-Jährige ist Manager und Berater mit dem Schwerpunkt Spenderbindung und -betreuung. Er blickt auf über 25 Jahre praktische Erfahrung in großen internationalen Organisationen zurück. Thomas Martens studierte Germanistik, Anglistik und Theaterwissenschaften. Er hat außerdem einen Abschluss als Pädagoge. Mit Child-Help verbindet ihn seine ausgeprägte Bereitschaft, Menschen – vor allem Kindern und Frauen – zu helfen, sowie seine Leidenschaft für Ost-Afrika. Als einen Schwerpunkt seiner neuen Tätigkeit sieht er die Begleitung von Spenderinnen und Spendern bei ihrer Donor Journey durch die Organisation.

Q!SH e. V. fördert seriöse und qualitativ hochwertige Straßen- und Haustürwerbung. Werden Sie Q!SH-Partner und definieren Sie gemeinsam mit Dienstleistern und anderen Organisationen Qualität. Schaffen Sie Klarheit und sichern Sie Transparenz. Tauschen Sie sich mit Fachkräften aus und tragen Sie dazu bei, dass die öffentliche Wahrnehmung für dieses wertvolle Fundraisinginstrument gestärkt wird.

REGELMÄSSIGE UNABHÄNGIGE COMPLIANCE-PRÜFUNG
WERDEN SIE JETZT Q!SH-PARTNER!
WWW.Q!SH.DE

Q!SH Qualitätsinitiative Straßen- und Haustürwerbung

Betriebswirtin für Fundraising-Team

Seit Juli 2020 unterstützt **Sandra von Waldenfels** die „Patrizia Children Foundation" im Fundraising. Die gelernte Betriebswirtin wird die Koordination des Fundraising-Teams übernehmen, bei der strategischen Ausrichtung der Stiftung mitwirken und Kontakte zu Sponsoren und Förderpartnern pflegen. Sandra von Waldenfels war zehn Jahre für die Marketingberatung „Gallafilz" tätig, wo sie die Großspender-Strategie für eine deutsche NGO entwickelt hat.

Führungswechsel bei der Bertelsmann-Stiftung

Seit August 2020 ist **Ralph Heck** neuer Vorstandsvorsitzender der Bertelsmann-Stiftung. Der promovierte Volkswirt gehörte seit 2012 dem Kuratorium an und hat dieses nun satzungsgemäß verlassen. Nach einer Karriere als Berater und Senior-Partner bei McKinsey & Company führte er in den vergangenen Jahren insbesondere sein eigenes Unternehmensportfolio. Er verfügt über Erfahrungen in unterschiedlichen Branchen und war auch im Ausland beratend tätig.

Nachlassfundraising-Verstärkung für „Vier Pfoten"

Zum 1. Oktober 2020 wechselt **Olaf Höwner** zu „Vier Pfoten – Stiftung für Tierschutz". Er verstärkt dort zukünftig als Senior Legacy Fundraiser das deutsche Fundraising-Team der internationalen Tierschutzorganisation. Der Wirtschaftswissenschaftler und frühere Versicherungsmanager war bisher als Legacy Officer für die deutschsprachigen Länder in vergleichbarer Funktion für die Entwicklung des Nachlassfundraisings beim IFAW Deutschland verantwortlich.

Kulturwissenschaftlerin wird Referentin beim WWF

Nina Greb, bisher Koordinatorin für Marketing und Kooperationen beim Deutschen Roten Kreuz (DRK), verstärkt seit Juli den WWF als Referentin der Geschäftsleitung „Märkte und Unternehmen". Damit bleibt sie dem Thema Unternehmenskooperationen treu, welches sie in den vergangenen neun Jahren für das DRK vorangetrieben hat. Beim WWF geht es vor allem darum, durch die Zusammenarbeit mit Unternehmen Märkte und Branchen so zu verändern, dass Lieferketten, Produktion und Stoffkreisläufe nachhaltiger werden. Die studierte Kulturwissenschaftlerin ist Alumna der Fundraising-Akademie und seit 13 Jahren als Fundraiserin tätig – zunächst für die Jugendaustauschorganisation „Youth For Understanding" in Hamburg, dann für Human Rights Watch und das DRK in Berlin.

„Marburger Leuchtfeuer" für Stefan Diefenbach-Trommer

Stefan Diefenbach-Trommer, Vorstand der Allianz „Rechtssicherheit für politische Willensbildung", wurde mit dem Menschenrechtspreis „Marburger Leuchtfeuer 2020" ausgezeichnet. Damit würdigen die Humanistische Union (HU) und die Stadt Marburg ihn als leuchtendes Beispiel für sein „herausragendes Engagement zugunsten sozialer Gerechtigkeit und einer lebendigen Demokratie", wie es in der Urkunde heißt. Der gelernte Journalist ist Vorstand der Allianz „Rechtssicherheit für politische Willensbildung", an deren Gründung er seit 2014 beteiligt war. Zuvor war er unter anderem sechs Jahre Geschäftsführer der Anti-Atom-Organisation „.ausgestrahlt". Der Preis wird seit 2005 jährlich von der HU Marburg und der Universitätsstadt Marburg verliehen.

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 Berliner „Stiftung Stadtkultur“

Dr. **Pirkko Husemann** (Foto links) ist die neue Vorstandsvorsitzende der Berliner „Stiftung Stadtkultur“. Sie hat ihre Arbeit am 1. August 2020 aufgenommen und leitet die Stiftung gemeinsam mit **Michael Wagner,** der diese seit April 2018 als Vorstand vertritt. Als promovierte Theater-, Film- und Medienwissenschaftlerin ist Pirkko Husemann tief in der deutschen Kulturlandschaft verwurzelt. So war die 45-Jährige unter anderem als Kuratorin für Tanz am international bekannten HAU „Hebbel am Ufer“ in Berlin tätig, arbeitete als Lehrbeauftragte an Universitäten und Hochschulen in ganz Deutschland und ist in verschiedenen Gremien und Kommissionen aktiv. Zuletzt verantwortete Pirkko Husemann die künstlerische Leitung der Schwankhalle Bremen.

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**

Medienprofi beim Sozialverband Deutschland

Die Pressestelle des Sozialverbands Deutschland hat seit Juli 2020 einen neuen Pressesprecher. **Murat Ham** ist gebürtiger Braunschweiger und Diplom-Politikwissenschaftler. Der ausgebildete Journalist übernimmt gleichzeitig die Leitung der Pressestelle. Er besitzt langjährige Berufserfahrungen als Redakteur bei Print-, Online- und Funkmedien sowie als Pressesprecher und Leiter der Unternehmenskommunikation. Außerdem veröffentlichte er zahlreiche Publikationen.

Wechsel in den Stiftungsvorstand

Neuer Vorstand der Stiftung „Menschen für Menschen – Karlheinz Böhms Äthiopienhilfe“ ist seit Anfang Juli 2020 **Benjamin Freiberg**. Er ist bereits seit 2012 für die Stiftung tätig, zunächst als Koordinator für alle Bildungsprojekte. Seit 2014 arbeitete er dann als stellvertretender Landesrepräsentant der Stiftung in Äthiopien, wo er seit 2009 auch lebt. Dort war er die ersten Jahre für die GIZ als Büroleiter des Präsidenten der Adama University aktiv.

Personalveränderung bei der Robert-Bosch-Stiftung

Christoph Kübel ist zum 1. Januar 2021 in das Kuratorium und den Gesellschafterkreis der Robert-Bosch-Stiftung berufen worden, nachdem er zum 31. Dezember 2020 altersbedingt aus der Geschäftsführung der Robert Bosch GmbH ausscheidet. Er ist außerdem Arbeitsdirektor des Unternehmens und verantwortet die Bereiche Arbeitssicherheit, Umweltschutz und Nachhaltigkeit, Recht, Compliance Management, interne Revision, Informationssicherheit und Datenschutz.

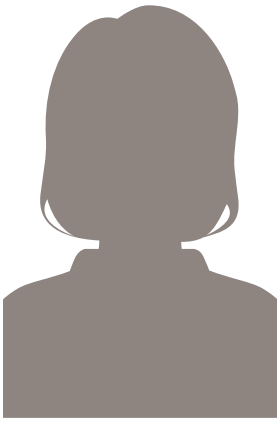
Zwei neue Gesichter im Swissfundraising-Vorstand

Martina Büchi (Foto links) und **Fabienne Schmidli** sind neu in den Vorstand von Swissfundraising gewählt worden. Martina Büchi ist Leiterin der Geschäftsstelle der „Freunde der Oper und des Balletts Zürich". Sie hat Fundraising-Management an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) studiert. Fabienne Schmidli ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Zentrum für Kulturmanagement an der ZHAW und leitet dort den Studiengang CAS Event-Management.

Von der Stiftungsarbeit in den Ruhestand

Siegfried Reiprich wird zum 1. Dezember 2020 sein Amt als Geschäftsführer der Stiftung „Sächsische Gedenkstätten" niederlegen und in den Ruhestand treten. Er wurde 2009 vom Stiftungsrat erstmals gewählt und im Dezember desselben Jahres zum Geschäftsführer berufen. Siegfried Reiprich wurde von der SED und dem MfS verfolgt und 1981 aus der DDR ausgebürgert. Seit 2001 war er Referent für politische Bildung der Stiftung „Gedenkstätte Berlin-Hohenschönhausen".

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

Neue Agentur für NGOs

Seit Juli am Start: AID Media

Mit viel Erfahrung aus der langjährigen Arbeit in einer Direktmarketingagentur starten André Becker, Philipp Zinke und Dana Pottharst (von oben nach unten) gemeinsam das neue Beratungsunternehmen AID Media in Hannover. „Wir drei haben viel praktische Erfahrungen im Direktmarketing gesammelt und wollen nun selbständig für NGOs Konzeption, Gestaltung und Produktion aus einer Hand anbieten. Unser Leistungsportfolio reicht von klassischen Mailings bis hin zu Influencerkampagnen auf Social-Media-Plattformen. Wir freuen uns auf einen tollen Austausch mit der Fundraising-Szene und möchten gern noch mehr frischen Wind reinbringen“, so Gründer André Becker.

▶ www.aidmedia.de

Major Giving INSTITUTE

Jetzt Ihren Platz sichern!

Berufsbegleitende Weiterbildung
Großspenden-Fundraiser*in

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

Kurzgefasst …

NPO-Know-how im Abo

Nach über 20 Jahren Non-Profit-Management und Kaderfunktionen im Bereich Marketing und Kommunikation in der Privatwirtschaft stellt Jérôme Strijbis, bis 2019 Mitglied der Geschäftsleitung des Digital- Fundraising-Anbieters RaiseNow und zuvor Geschäftsführer von „Save the Children Schweiz“, nun diesen geballten Erfahrungsschatz Organisationen und Projekten im Mandatsverhältnis und als Abonnement zur Verfügung.

▶ www.rentability.ch

SOS-Kinderdorf akzeptiert Spenden in Kryptowährung

Als erste NGO in der Schweiz nimmt die Stiftung „SOS-Kinderdorf Schweiz“ Spenden in 13 unterschiedlichen Kryptowährungen an. Dafür arbeitet sie mit dem Zahlungsanbieter Coinify zusammen. Kryptospenden müssen durch einen von der eidgenössischen Finanzmarktaufsicht geprüften Finanzintermediär aus der Schweiz fließen, um akzeptiert zu werden.

▶ www.sos-kinderdorf.ch/kindern-helfen/kryptospenden-mit-bitcoin

Instagram-Reichweite für Pflegepersonal

Starköchin Cornelia Poletto, Schirmherrin des Altonaer Kinderkrankenhauses, leiht ihren Instagram-Account Pflegekräften der Gesundheits- und Kinderkrankenpflege, um so die Begeisterung für die Ergreifung des Berufes zu wecken und somit den Bereich nachhaltig zu stärken. „Es ist eine tolle Möglichkeit, um Einblicke in die vielfältigen Tätigkeiten in unserem Kinderkrankenhaus zu geben“, so Poletto.

▶ www.kinderkrankenhaus.net

Wegen Corona „nur“ Spendenscheck

„Škoda Auto Deutschland“ setzt sein langjähriges Engagement als Partner der „Tour der Hoffnung“ fort und unterstützt die karitative Veranstaltungsreihe zugunsten krebskranker Kinder in diesem Jahr bereits zum siebten Mal. Coronabedingt muss die Radtour verschoben werden. Dafür gab es jetzt aber einen Spendenscheck in Höhe von 4999 Euro.

▶ www.skoda-auto.de

Turbienchen: Porsche erntet Honig

Rund 650 000 Porsche-Bienen beenden ihre erste Saison in Zuffenhausen: Das Ergebnis sind 250 kg Blütenhonig. Im Frühjahr dieses Jahres hatte der Sportwagenhersteller auf einer werkseigenen Streuobstwiese 13 Bienenvölker angesiedelt. Unter dem Namen „Turbienchen – Der Honig von Porsche Zuffenhausen“ ist er in Mehrweggläsern im Porsche-Museum erhältlich.

▶ www. porsche.de

Drei plus drei

Kunden der Agentur „Zielgenau“ können jetzt sparen – mit der „3+3 Aktion“, die noch bis Dezember 2020 läuft. Ziel ist es, die wirtschaftlichen Folgen der Corona-Krise etwas aufzufangen. So werden die Einsparungen durch die Senkung der Mehrwertsteuer von 19 auf 16 % an alle Kunden weitergegeben. Außerdem werden diverse Preisnachlässe und Skonti (3 %)gewährt. Die „Agentur Zielgenau“ beschäftigt sich schwerpunktmäßig in den Bereichen Non-Profit-Management, Marketing und Fundraising sowie in der strategischen Beratung von gemeinnützigen Organisationen sowie deren Begleitung bei der Umsetzung.

▶ www.agentur-zielgenau.de

Digitale Spendensäule

Ob Museum, Kirche oder Foyer: kontaktlos spenden vor Ort einfach mit Geldkarte und PIN

Bargeldose Kollekte – dafür hat die Firma „Digital.Wolff“ in Zusammenarbeit mit dem evangelischen Kirchenkreis Berlin-Stadtmitte eine 1,80 Meter hohe Spendensäule entwickelt. Ein langlebiges Design-Stahlgehäuse in Edelstahl glänzend oder Cortenstahl matt-rostend enthält das „Terminal“ mit Kartenleser und PIN-Eingabefeld. Der Spendenbetrag lässt sich individuell in 1-Euro-Schritten einstellen. Einzelspenden sind bis jeweils 999 Euro möglich.

Oben kann einfach ein bedrucktes DIN-A4-Blatt eingesetzt werden, das die jeweilige Sammlung erklärt – nicht nur für Kirchgemeinden interessant. Die Säule eignet sich gut für stark frequentierte Orte. Die intuitive Handhabung lädt zur Benutzung ein, was sowohl die Spendenbereitschaft als auch die einzelnen Spendensummen erhöht. Im Gegensatz zu Geldsammelboxen für Bargeld vermeidet die Spendensäule auch das Risiko von Schäden durch Einbruch und Vandalismus.

Ein integriertes Abrechnungsportal mit Anbindung an die Finanzbuchhaltung erlaubt jederzeit den Überblick über das Spendenaufkommen. Die Anschaffung der Säule kostet derzeit 6500 Euro netto. Monatliche Kosten von 42 Euro für Abrechnungsportal, Wartung und Zahlungsabwicklung sowie spendenhöhenabhängige Transaktionskosten kommen hinzu.

▶ https://digitalespende.de

lazoona

Türöffner für NGOs

Erfahren Sie mehr über den neuen, voll digitalen Player in der Haustürwerbung am 9. Oktober am SwissFundraisingDay.

Digitale Leads – Marketingautomation – Direktzahlungen und Dauerspenden – jetzt informieren!

Roger Müller, 079 703 23 76, roger.mueller@lazoona.com

lazoona.com
«lazoona» ist eine Marke der Corris AG.
Die Corris AG ist auch dieses Jahr Co-Sponsor beim SwissFundraisingDay.

Design: cvecellio.ch

PLZ-BEREICH 0

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

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

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

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

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

Damit Ihre Spender und Sponsoren Sie richtig verstehen.

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

PLZ-BEREICH 1

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

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

Hahn Kommunikation & Fundraising
Geldauflagenmarketing, Direktmarketing, Fundraisingberatung
Gemeinsam Potenziale entdecken!

Geldauflagenmarketing
- Adressvermietung
- Administration
- Produktion
- Konzept

Direktmarketing
- Ausschreibungen
- Abwicklung / Produktion / Kreation
- Mailingstrategie

Fundraisingberatung
- Prozesse / Strukturen
- Instrumente
- Strategische Planung

Rodenbergstraße 17 · 10439 Berlin
Telefon: +49 (0)160 5029484
hahn-kuf@posteo.de | www.hahn-kuf.de

FRC Spenden Manufaktur GmbH
Die FRC Spenden Manufaktur bietet hochwertige telefonische Spendenwerbung für gemeinnützige Organisationen an. Unser Angebot umfasst alle Aspekte der Spenderbetreuung, Reaktivierung, Dauerspendergewinnung und Spendenerhöhung. Unsere maßgeschneiderten Kampagnen bieten eine optimale Kostenkontrolle bei vollständiger Transparenz und Erfolgsgarantie.

Alt-Moabit 89 · 10559 Berlin
Telefon: +49 (0)30 270008310
Telefax: +49 (0)30 270008399
h.menze@spenden-manufaktur.de
www.spenden-manufaktur.de

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

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

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

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

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

DATACOLOR media solutions GmbH
Wir sind Ihr Ansprechpartner, wenn es um moderne und individuelle Kundenkommunikation geht. Als Dialogmarketing-Experte stehen wir Ihnen von der Ideenfindung bis zur Realisierung Ihrer Mailing-, Card- oder Fulfillment-Projekte zur Seite.

Otto-Brenner-Straße 7a · 21337 Lüneburg
Telefon: +49 (0)4131 896-0
kontakt@datacolor.de
www.datacolor.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

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

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

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

SAZ Services GmbH
Sie suchen hier im Kleingedruckten nach einem erfahrenen Fundraising-Partner, der Ihre Anforderungen groß schreibt? Dann schonen Sie jetzt Ihre Augen und rufen Sie uns an. Wir sind Ihr Ansprechpartner wenn es um erfolgreiche Fundraising-Kampagnen geht:
- Neuspendergewinnung
- Spendenmailing
- Telefonische Spenderbetreuung (Lastschriften, Upgrades, Patenschaften, Bedankungen u. v. m.)
- Online-Fundraising
- Zielgruppen-Adressen
- Adress-Services
- Strategische Beratung, u. v. m.

SAZ, Fundraising das wirkt.

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

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

Steinriede 5 a · 30827 Garbsen
Telefon: +49 (0)5131 45225-0
Telefax: +49 (0)5131 45225-20
info@marketwing.de | www.marketwing.de

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

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

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

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

Ihr Unternehmen fehlt hier noch? Gleich eintragen unter:

fundraising-dienstleister.de

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

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

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

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

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

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

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

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

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

GRÜN Software Group GmbH
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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

PLZ-BEREICH 6

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

P Direkt GmbH & Co. KG
Als engagierte/r FundraiserIn helfen Sie mit, die Welt jeden Tag besser zu machen. Wir unterstützen Sie dabei: mit kreativen, treffsicheren und erfolgreichen Mailing-Kampagnen.
- Beratung/Strategie
- Neuspendergewinnung
- Spender-Dialog
- Emergency-Mailings
- Listbroking
- Daten-Management
- Produktion

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

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

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

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

combit Software GmbH
Mit combit CRM erhalten Non-Profits ein zentrales System für Prozesse und Administration. Verzichten Sie auf Insellösungen und Excel-Tabellen.
Das erwartet Sie:
- Adress- & Kontaktmanagement
- Dokumentenverwaltung
- Fundraising & Spendenverwaltung
- Auswertungen & Statistiken
- Kampagnen jeglicher Art
- Seminar- & Eventorganisation u.v.m

Bücklestraße 3-5 · 78467 Konstanz
Telefon: +49 (0)7531 906010
service@combit.net
www.combit.net/crm-software

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

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

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

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 gemeinnützige Organisationen
Wir unterstützen gemeinnützige Träger bei der Gewinnung von Fördermitteln und im Fundraising. Wir bieten:
- Förderberatung
- Projektkonzeption
- Fördermittelrecherche
- Antragstellung
- Qualitätssicherung
- Förderdatenbank
- Seminare und Workshops, fachliches Coaching
- Strategieentwicklung
- Aufbau von Fundraisingstrukturen
- Outsourcing

Buchenstraße 3 · 91564 Neuendettelsau
Telefon: +49 (0)9874 322 311
Telefax: +49 (0)9874 322 312
beratung@foerder-lotse.de
www.foerder-lotse.de

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

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

Mittel & Wege
Fundraising, Beratung, Fortbildung,Coaching
Seit 18 Jahren Beratung von kleinen und großen Organisationen zu ihren Fundraising-Themen und Möglichkeiten.
- fachliches Coaching
- Konzeptentwicklung der Fundraisingstrategie
- Beratung und Weiterbildung zu einzelnen Fundraising-Werkzeugen im Spendenmarketing, Erbschaftsmarketing, Geldauflagenmarketing, Stiftungsanträge
- Projektentwicklung

Steubenstraße 15 · 99423 Weimar
Telefon: +49 (0)3643 4579747
fundraising@mittel-wege.de
www.mittel-wege.de

ÖSTERREICH

SOCIAL CALL fundraising GmbH
Über 20 Jahre Erfahrung am Telefon mit Spendern für mehr als 52 Organisationen.
Wir bieten:
- Klassisches Telefon-Fundraisingvon A bis Z
- In- und Outbound
- Spezialisierung auf Klein-/Großspender, Unternehmen
- Besonderer Service für Notfälle und Patenschaften
- Qualifizierte Agents sprechen sensibel und authentisch
- Innovationen wie SMS-Spende

Technologiestraße 8/3, Postfach 207 · 1120 Wien
Telefon: +43 (0)1 6023912-364
Telefax: +43 (0)1 6023912-33
office@socialcall.at | www.socialcall.at

THOMAS KÜGERL ONLINE MARKETING
Ihr Experte für
Google Ad Grants & Google Ads!
Mit Ad Grants schenkt Ihnen Google jeden Monat ein Klickbudget im Wert von 10.000 $. Haben Sie es schon freigeschaltet?

Wir machen das für Sie:
- Freischaltung des 10.000 $ Werbebudgets
- Reaktivierung von deaktivierten Konten
- Kampagnen-Setup und fortlaufende Betreuung
- Online-Coaching
- Setup von Conversion-Tracking

Ich freue mich auf Sie!

Untere Augartenstraße 34/3 · 1020 Wien
office@thomaskuegerl.at
www.thomaskuegerl.at

DIRECT MIND GmbH
Fundraising aus Leidenschaft
- Sie suchen neue Spender?
- Wollen „nur" Adressen mieten?
- Brauchen eine Datenbank, mit Kennzahlen als Entscheidungshilfe?
- Wollen eine Telefon-Aktion starten?
- Suchen frische Kreationen mit einer Strategie, die den aktuellen Trend am Markt berücksichtigt?

Dieses erfahrene Team steht Ihnen mit Freude zur Seite.

Technologiestraße 8, Postfach 207 · 1120 Wien
Telefon: +43 (0)1 6023912-0
Telefax: +43 (0)1 6023912-33
office@directmind.at | www.directmind.at

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

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

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

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

Corris AG
Corris ist eine 1995 gegründete Agentur für nachhaltiges Spendenmarketing. Von unseren Büros in Zürich, Lausanne und Bellinzona aus organisieren und realisieren wir Fundraising-Kampagnen in der ganzen Schweiz – mit Hilfe modernster Tablet-Computer und 3D-Datenbrillen.
Non-Profit-Organisationen erhalten bei Corris alles aus einer Hand: Beratung, Standaktionen (Face2-Face), Haustür-Werbung (Door2Door), Datenverwaltung, Callcenter und Lettershop.

Hardturmstrasse 261 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 5638888
Telefax: +41 (0)44 5638899
info@corris.com | www.corris.com

getunik AG
Digital-Agentur für Non-Profit Organisationen

Wir machen das Web und die Welt seit 1998 ein bisschen besser. Wir kreieren digitale Auftritte, die begeistern. Mittels digitaler Fundraising-Massnahmen steigern wir Ihren Erfolg.
Mit unserer langjährigen Erfahrung in den Bereichen User Journey, Content-Strategie, Informationsarchitektur sowie User Experience Design machen wir Ihren digitalen Auftritt für die Besucher zum Erlebnis. Technik entwickelt sich stetig weiter. Wir uns auch. Durch agiles Vorgehen ermöglichen wir Ihnen ein hohes Mass an Flexibilität.

Hardturmstrasse 101 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 533 56 00
info@getunik.com | www.getunik.com

SoZmark Communication
Katja Prescher

Für den Erfolg Ihrer Kommunikation und Ihres Fundraisings im digitalen Zeitalter. Katja Prescher unterstützt Sie mit ganzheitlicher Beratung, Konzeption und Umsetzung. Sie verbindet intelligent die Vorteile der Online- und Offline-Welten mit Fokus auf:
- User Journeys
- Contentstrategie
- Marketing-Automation
- E-Mail-Marketing
- Social Media
- Text

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

comconsult
Zuverlässiger Outsourcing-Partner für alle Datenbank-Dienstleistungen rund ums Fundraising.
- Pflege Spenderbestand über ein EDÖB-zertifiziertes Secure Hosting
- tägliche Adressaktualisierung
- Datenanalysen und Potenzialermittlung
- wirksame Selektionen
- Spendenerfassung und Verdankungen
- transparente Abbildung Spenderverhalten

Kirchenweg 5 · 8008 Zürich
Telefon: +41 (0)44 4461040
Telefax: +41 (0)44 4461046
info@com-consult.ch | www.com-consult.ch

asm Agentur für Sozial-Marketing
Professionelle Mittelbeschaffung für NPOs seit über 35 Jahren. Von der Kreation bis zur Postaufgabe, von der Responseverarbeitung bis zur Adresspflege:
- Strategische Fundraising-Planung
- Mailing-Konzepte und Marketing-Mix
- Spendergewinnung, -bindung und -upgrading
- Spenderbefragungen
- Major Donor Fundraising
- Legatmarketing

Kirchenweg 5 · 8008 Zürich
Telefon: +41 (0)43 3883141
Telefax: +41 (0)43 3883151
info@asm-cc.ch | www.asm-cc.ch

Pfändler Annoncen + Verlags AG
Schweizer Spenden Spiegel

Das Nachschlagewerk Schweizer Hilfswerke für Testamente, Legate und Spenden – seit 1996.

Postfach 255 · 8024 Zürich
Telefon: +41 (0)44 2426222
info@pfaendlerannoncen.ch
www.pfaendlerannoncen.ch

ANT-Informatik AG
Nonprofit-Branchenlösung

Die ANT-Informatik wurde 1991 gegründet und hat sich seither mit ihrer Software SextANT zum führenden Anbieter integrierter Gesamtlösungen für Nonprofit-Organisationen entwickelt.
Wir bieten für folgende Branchen komplette Lösungen an:
- Spendenorganisationen
- Vergabe Stiftungen
- Internationale Hilfswerke
- Zoos und Museen

Hufgasse 17 · 8008 Zürich
Telefon: +41 (0)44 5522929
info@ant-informatik.ch | www.ant-informatik.ch

Arenae Consulting AG
Das modular aufgebaute Softwarepaket funtrade unterstützt alle Bereiche des kollektiven und individuellen Fundraisings, optional auch den Versandhandel. Es wird beim Kunden installiert oder als SaaS-Angebot genutzt. funtrade wird in Zusammenarbeit mit den Kunden stetig weiterentwickelt, um neuen Bedürfnissen des Fundraisingmarkts gerecht zu werden.

Freiestrasse 18 · 8032 Zürich
Telefon: +41 (0)44 2477000
info@arenae.ch | www.arenae.ch

fundraiso.ch
by InternetTime GmbH

Fundraiso.ch bietet eine Suchplattform im Bereich Stiftungen, Fonds und Sponsoring. Die Datenbank fokussiert sich auf die Schweiz und Deutschland. Sie bietet somit eine grenzüberschreitende Datensammlung im Bereich des institutionellen Fundraisings. Man kann selber in der Datenbank suchen oder Datenauszüge kaufen.

Sihltalstrasse 67 · 8135 Langnau am Albis
Telefon: +41 (0)43 3778975
anfrage@fundraiso.ch | www.fundraiso.ch

ZHAW School of Management and Law
Zentrum für Kulturmanagement

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

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

Walter Schmid AG
Die beste Adresse für Adressen

Die Walter Schmid AG gehört zu den führenden Adressen-Anbieter in der Schweiz. Als profunde Kenner des Schweizer Spendenmarktes erwarten unsere Kunden erfolgreiche Marktbearbeitungs-Konzepte und Zielgruppenvorschläge sowie Unterstützung bei der Pflege und Bewirtschaftung der eigenen Gönnerdaten. Für die Neuspendergewinnung steht Ihnen unsere exklusive „SwissFund" Adressen-Datenbank zur Verfügung.

Auenstrasse 10 · 8600 Dübendorf
Telefon: +41 (0)44 8026000
Telefax: +41 (0)44 8026010
info@wsag.ch | www.wsag.ch

IBV Informatik AG
Die NPO/NGO Applikation iInfo bildet Ihre Geschäftsprozesse im Bereich Adressen, Dokumente, Fundraising, Handel, Marketing, Projekte, Spenden, Finanzen vollständig ab.
Mit auf Ihre Bedürfnisse abgestimmten Dienstleistungen werden standardisierte Prozesse implementiert und individuelle Anforderungen definiert und umgesetzt.

Stallikerstrasse 1 · 8906 Bonstetten
Telefon: +41 (0)44 7459292
Telefax: +41 (0)44 7459293
marketing@ibv.eu | www.ibv-solutions.com/de

SAZ Services AG
Sie suchen hier im Kleingedruckten nach einem erfahrenen Fundraising-Partner, der Ihre Anforderungen groß schreibt? Dann schonen Sie jetzt Ihre Augen und rufen Sie uns an. Wir sind Ihr Ansprechpartner wenn es um erfolgreiche Fundraising-Kampagnen geht:
- Neuspendergewinnung
- Spendenmailing
- Telefonische Spenderbetreuung (Lastschriften, Upgrades, Patenschaften, Bedankungen u. v. m.)
- Online-Fundraising
- Zielgruppen-Adressen
- Adress-Services
- Strategische Beratung, u. v. m.

SAZ, Fundraising das wirkt.

Davidstrasse 38 · 9001 St. Gallen
Telefon: +41 (0)71 2273500
Telefax: +41 (0)71 2273501
info@saz.net | www.saz.com

Creativ Software AG
Die Creativ Software AG entwickelt Standard-Softwarelösungen für alle Bereiche des Büroorganisations-Managements sowie Branchenlösungen für Non-Profit-Organisationen, Verbände, Gewerkschaften, Parteien, Verlage, Beraterfirmen, Softwarehersteller, usw.
OM (Organisation Management) ist eine umfassende Businesssoftware mit hoher Parametrisierbarkeit

Unterdorfstrasse 83 · 9443 Widnau
Telefon: +41 (0)71 7272170
Telefax: +41 (0)71 7272171
info@creativ.ch | www.creativ.ch

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

Standard-Eintrag
149 €

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

Selber lesen oder verschenken

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

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

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

Abonnement-Coupon: Druckfrisch im Briefkasten

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

www.abo.fundraiser-magazin.de

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

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

.....
Organisation / Firma

.....
Abteilung / Bereich

.....
Anrede Titel

.....
Vorname Name

.....
Straße Hausnummer

.....
PLZ Ort

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

.....
Datum, Unterschrift

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

.....
Organisation / Firma

.....
Abteilung / Bereich

.....
Anrede Titel Vorname Name

.....
Straße Hausnummer

.....
PLZ Ort

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

.....
Datum, Unterschrift

„Wir versuchen, die Unterstützer an

Mitte Mai verschickte die politisch engagierte NGO Campact an ihre Unterstützer eine Rundmail mit der Bitte, sich nicht nur aus Gründen der gesundheitlichen Sicherheit von sogenannten Corona-Demos fernzuhalten. Was darauf folgte, muss in Teilen durchaus als Fäkalien-Unwetter bezeichnet werden. Felix Kolb, geschäftsführender Vorstand der Organisation, hat gemeinsam mit unserem Redakteur Rico Stehfest die Hintergründe und Folgen dessen eingeordnet und erklärt, warum der Verlust der Gemeinnützigkeit vor einem Jahr für Campact schlussendlich gar kein so großes Problem gewesen ist.

? Sie haben in einer umfangreichen E-Mail Ihre Unterstützer vor den Risiken der Demos gewarnt und dabei Ihre Position detailliert erläutert. Als Reaktion darauf hat Ihre Organisation allerdings gute 1000 Förderer verloren. Sie haben diesen Verlust mit 100 000 Euro pro Jahr beziffert. Wie genau fielen jene negativen Reaktionen aus?

Es gab ein paar kritische Themen, die wiederholt aufgetaucht sind. Zum einen hieß es, wir hätten uns nicht ausreichend informiert, was das Virus und dessen Ausmaß anbelangt. Wir hätten uns nicht mit sogenannten alternativen Medien beschäftigt. Als wir das dann getan haben, mussten wir feststellen, dass es sich um einschlägige Foren und bekannte Seiten handelt, die es bekanntlich mit der Wahrheit nicht so ernst nehmen. Manche vertrauen Medien, die nicht seriös mit Fakten arbeiten.

Zum anderen haben einige unsere E-Mail missverstanden oder wollten sie einfach missverstehen. Es hieß, wir von Campact wollten das Demonstrieren jetzt verbieten und die Meinungsfreiheit beschränken. Dabei hatten wir dargelegt, dass man aus guten Gründen protestieren kann. Genau das haben wir ja auch getan, zum Beispiel gegen die Abwrackprämie unter Einhaltung der Corona-Regeln. Wir halten es aber für falsch, gemeinsam mit Leuten auf die Straße zu gehen, die antisemitisch denken oder Verschwörungstheorien glauben. Es ist legitim, seine Meinung zu äußern, aber man muss den Widerspruch aushalten, dass andere die Dinge eben anders sehen. Meinungsfreiheit heißt nicht, dass man sich keine Kritik an seiner Meinung anhören muss. Außerdem wurde uns vorgeworfen, plötzlich eine Position zu vertreten, die nicht nachvollziehbar sei: Wir seien vermeintlich bedroht oder bezahlt worden. Es hieß sogar, wir würden uns so verhalten, weil man uns versprochen habe, den Status der Gemeinnützigkeit wieder zurückzubekommen.

? Das klingt nach ziemlich starkem Tobak.

Es hat mir wirklich wehgetan, das zu lesen. Es zeigt uns, wie groß der Einfluss alternativer Medien ist und welche Bedrohung das für all jene Organisationen darstellt, die auf der Basis wissenschaftlichen Konsenses arbeiten. Das Misstrauen in etablierte Medien erscheint sehr groß. Es ist geradezu absurd zu glauben, dass alles, was durch öffentlich-rechtliche

uns zu binden, die zu uns passen“

Medien vermittelt wird, per se falsch sei, aber alles andere für bare Münze zu nehmen. Es gibt zwar immer Gründe, Medien zu kritisieren. Aber dieser Ansatz ist undifferenziert.

? Wie gehen Sie jetzt damit um?

Als Organisation hat uns diese heftige Reaktion gestärkt. NGOs haben neben ihrer Mission auch immer eine Verantwortung für das Gemeinwohl, damit es auch ein grundsätzliches Vertrauen in Institutionen gibt. Verschwörungstheorien und Rechtsextremismus gefährden insgesamt die Basis unserer Arbeit. Es ist unangenehm, mit unseren Unterstützerinnen und Unterstützern in einen Konflikt zu gehen, aber wir haben gesehen, dass sich beispielsweise die Verharmlosung des Virus durch alle Kritiken gezogen hat. In dieser Hinsicht würde ich mir auch von anderen Organisationen etwas mehr Mut wünschen. Wenn der politische Diskurs kaputtgeht, haben wir alle einen Schaden davon. Hätten andere Organisationen bereits früher ähnlich gehandelt, hätte es vielleicht eher bei einigen zum Nachdenken geführt.

? Müssten sich denn aber haltlose Kritiken nicht widerlegen lassen?

Ich habe tatsächlich auf einige der E-Mails geantwortet. So wurde zum Beispiel kritisiert, Campact würde durch George Soros finanziert. Ich habe dann einfach mal nachgefragt, woher der Absender das wisse. Die Antwort lautete, dass der Absender das nicht wisse, aber Campact hätte mal eine australische NGO unterstützt, die wiederum von Soros gefördert worden sei. Das Nachhaken zeigt: Es gibt für solche Positionen keine Belege.

Ich möchte aber auch sagen, dass wir positive Reaktionen bekommen haben, auch von Partnerorganisationen. Uns sind alle Unterstützerinnen und Unterstützer lieb, aber wir müssen versuchen, die an uns zu binden, die zu uns passen. Wir kritisieren häufig das Handeln von Institutionen, ohne deren Legitimation grundsätzlich infrage zu stellen. Das ist eine Spagatfunktion. Entsprechend wollen wir unseren Unterstützern zurückspiegeln, dass wir sie brauchen. Auf unsere offizielle Reaktion nach den negativen Kritiken haben wir jetzt mehr als 2000 neue Fördererinnen und Förderer gewonnen.

? Das setzt wohl jede Menge Selbstreflexion als Organisation voraus.

Wir ziehen Leute an, die sich aus guten Gründen aufregen, weil sie die Welt besser machen wollen. Der Aspekt, dass wir Institutionen auch gutheißen, wird mitunter ausgeblendet. Bei aller Kritik an den Institutionen müssen wir auch immer wieder vermitteln, dass diese insgesamt gut funktionieren.

„Es geht hier um die Verteidigung der Demokratie“

Als wir uns kritisch gegen die AfD positioniert haben, gab es auch Kündigungen der Fördererschaft. Für manche war es ein Schock, dass wir plötzlich die Bundesregierung in ihrer Corona-Politik ein Stück weit unterstützt haben. Mit diesem Widerspruch kamen manche nicht zurecht. Viele suchen Einfachheit und Klarheit. Dieser Wunsch ist teilweise groß, aber die Realität ist dafür zu komplex.

? Bedeutet das, dass sich gerade die gesellschaftliche Grundlage für Ihre Arbeit verändert?

Ja, aber nicht erst seit Corona. Bewusst wurde uns das schon beim Aufkommen von Pegida. Nicht nur für unsere Arbeit verändert sich da etwas, das tut es für alle zivilgesellschaftlichen Organisationen. Das rapide zunehmende Misstrauen in zentrale Organisationen und Institutionen wie Parlamente, Parteien oder Medien ist ja ein Stück weit auch selbstverschuldet: Intransparenz beim Lobbying oder bei Ämterwechseln, kommerzielle Medienhäuser mit Schmierenblättern, die Unwahrheiten verbreiten. Trotzdem braucht es eben Institutionen. Schauen Sie doch mal in die USA! Dort bricht gerade die Grundlage für ein konstruktives gesellschaftliches Miteinander weg. Deshalb bleibt es unser übergeordnetes Ziel, Institutionen dazu anzuhalten, sich zu verändern, zu reformieren, aber auch zu stärken.

? Das klingt, als bräuchten Sie den Status der Gemeinnützigkeit dafür wirklich nicht.

Der Verlust war mit sehr großer Unsicherheit verbunden. Nicht ohne Grund: Man hört immer wieder, dass der Verlust der Gemeinnützigkeit gegenüber Spendenden und Unterstützerinnen und Unterstützern schwer zu erklären ist. Deshalb haben wir damit ganz offen kommuniziert. Das war ja eben kein Ergebnis von Spendenmissbrauch oder dergleichen, sondern eine politische Entscheidung. Das hat zu einer Erleichterung geführt. Wir können uns jetzt zu Themen äußern, die uns wichtig erscheinen. Wir können uns offen an zivilgesellschaftlichen Debatten beteiligen. Das ist wichtig. Es geht hier um die Verteidigung der Demokratie.

Wir haben ja im letzten Jahr auch unsere Stiftung gegründet, durch die wir einen Teil der gemeinnützigen Arbeit auslagern konnten. Ein solcher Aufwand ist aber für kleine Organisationen nicht machbar. Wir waren gut darauf vorbereitet und hatten das Glück, nicht von öffentlichen Geldern abhängig zu sein. Solange es keine Veränderungen im Gemeinnützigkeitsrecht gibt, streben wir den Status nicht mehr an. Unsere Mission muss an erster Stelle stehen. Deshalb suchen wir nach Leuten, die so ticken wie wir.

▶ www.campact.de

Geschlechtergerechte Organisationen

Frauen wollen Teil einer anderen Führungskultur sein

Rund 70 Prozent der Arbeitnehmer im zivilgesellschaftlichen Sektor sind Frauen. In den Führungsetagen hingegen haben meist Männer das Sagen – wie in vielen anderen Branchen auch: Nur etwa 30 Prozent der Leitungsebenen und Aufsichtsgremien sind mit Frauen besetzt. Der Verein „Fair Share of Women Leaders" macht diese Benachteiligung von Frauen mit dem „Fair Share Monitor" sichtbar und fordert einen angemessenen Anteil von Frauen in Führungspositionen.

Von HELENE WOLF und CAROLIN MÜLLER-BRETL

Die aktuellen Daten zeigen, dass nicht einmal zehn Prozent der deutschen NGOs und Stiftungen Frauen faire Aufstiegschancen einräumen und somit männliche Mitarbeiter derzeit fast sechsmal bessere Aufstiegschancen als ihre Kolleginnen haben.

Einer der wesentlichen Gründe, warum Frauen es nicht schaffen, in entsprechender Zahl in Führungspositionen zu kommen, ist, dass auch in zivilgesellschaftlichen Organisationen oftmals ein „klassisches" Führungsverständnis vorherrscht. Zum Beispiel benachteiligen starre Hierarchien, von Männern dominierte Einstellungsprozesse oder intransparente Gehalts- und Beförderungssysteme Frauen. Flexiblere Ansätze, wie Teilzeitmodelle, partizipativere Entscheidungsprozesse oder mobiles Arbeiten, die unter anderem den Sektor für viele Frauen auf der Arbeitsebene attraktiv machen, funktionieren plötzlich nicht mehr, wenn es um Entscheidungs- und Führungspositionen geht. Damit diskriminieren Organisationen nicht nur Frauen, sondern ignorieren auch einen großen Teil ihres Talentpools.

Was ist also nötig, um grundlegende Veränderungen herbeizuführen und mehr Frauen in Führungspositionen zu bringen?

Wille zu Diversität

Die wichtigste Voraussetzung ist der Wille und eine konkrete Zielsetzung hin zu einer diverseren Führungsetage. Ohne ein bewusstes Umdenken in der Rekrutierungs- und Beförderungspraxis können bestehende Strukturen nicht hinterfragt und verändert werden. Vernetzungsangebote, Mentoring und Rollenvorbilder für Frauen spielen hier eine zentrale Rolle, um bestehende Barrieren für Frauen auf dem Weg nach oben zu identifizieren und Lösungsstrategien zu entwickeln.

Entscheidende Grundlage für jede Strategie ist ein Wandel in der Führungskultur: Für erfolgreiche Innovationsprozesse braucht es eine offene, kooperative und veränderungsbereite Organisationskultur, die auf allen Ebenen der Organisation aktiv praktiziert und kontinuierlich weiterentwickelt wird. Hier lohnt sich ein Blick auf das Konzept von „Feminist Leadership", welches im anglo-amerikanischen Raum und dem globalen Süden entwickelt wurde und sowohl die Partizipation, Repräsentation und Gleichberechtigung aller Personen in den Mittelpunkt stellt als auch die Transparenz von Macht- und Entscheidungsstrukturen. Was bedeutet das nun aber konkret für veränderungswillige Organisationen?

Keine allgemein gültige Strategie

Das Wichtigste: Es gibt leider keine universal gültige Strategie, die innerhalb kurzer Zeit eine geschlechtergerechte Organisation hervorbringt. Jede Organisation – und zwar

unter der Beteiligung von allen Arbeitsebenen, also von den Berufseinsteigern bis hin zur obersten Führungsebene – ist gefordert, bestehende Strukturen zu hinterfragen: Welche Führungskultur haben wir derzeit und welche Rolle spielt Diversität in unserer Organisation? Wer trifft die wegweisenden Entscheidungen und wer wird auf dem Weg dorthin gehört?

Auf dieser Grundlage können dann konkrete Ziele wie partizipative Ansätze zu Teamführung, flexible Arbeitszeitmodelle und geschlechtergerechte Rekrutierungs-, Förderungs- und Beförderungsprozesse erarbeitet werden. Insbesondere innovative Führungsmodelle, die das Profil eines „Alleskönners" hinterfragen, wie beispielsweise geteilte Leitungspositionen oder Leitungsteams, können starke Impulse für die gesamte Organisation setzen. Auf diese Weise können diversere Talente rekrutiert sowie langfristig Nachwuchskräfte aufgebaut werden, die mit ihren Perspektiven und Ideen neue Organisationsstrukturen und -kulturen aktiv mitgestalten.

Fair Share möchte an dieser Stelle zivilgesellschaftliche Organisationen, die sich in Bezug auf ihre internen Strukturen inklusiv, diversitätsorientiert und zukunftsgerichtet aufstellen möchten, durch Netzwerkarbeit unterstützen. Gemeinsam soll an Strategien gearbeitet werden, um Frauen in Führungspositionen systematisch zu stärken und Nachwuchs aufzubauen sowie das Thema feministische Führungskultur nachhaltig auf die Agenda zu setzen. Auf diese Weise soll langfristig die thematische Lücke zu Geschlechtergerechtigkeit im zivilgesellschaftlichen Sektor geschlossen werden.

Helene Wolf ist Mitbegründerin und Geschäftsführende Vorstandsvorsitzende des „Fair Share of Women Leaders e.V." und leitet den Aufbau des Vereins. Davor arbeitete sie acht Jahre lang am International Civil Society Centre – einer Plattform für große internationale NGOs – zu Themen wie Transparenz, Zukunftsfähigkeit und neuen Formen der Kooperation.
▶ www.fairsharewl.org

Carolin Müller-Bretl ist Projektleiterin bei „Fair Share of Women Leaders e.V." und koordiniert die „Fair Share"-Kampagne in Deutschland. Sie hat über 15 Jahre Erfahrung in der NGO-Arbeit und Beratung von zivilgesellschaftlichen Akteuren; ihr thematischer Schwerpunkt liegt auf Gender-, Migrations- und Inklusionsfragen.
▶ www.fairsharewl.org

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 Group GmbH
Pascalstraße 6
52076 Aachen

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

→ www.gruen.net/vewa7

Heidi Haller und Stefan Zell mit BuKi-Kindern (oben)
BuKi-Kinder vor dem BuKi-Haus in Rumänien: Hier bekommen sie Essen und pädagogische Betreuung.

Wer denkt schon ans Ende, wenn's ans Anpacken geht?

Von der Professionalisierung zivilgesellschaftlicher Initiativen

Es gibt ein Thema, dem wir in der öffentlichen Diskussion noch wenig begegnet sind. Gleichzeitig müssten eine große Anzahl an NGOs und zivilgesellschaftlichen Initiativen davon betroffen sein. Es geht um die Professionalisierung von privat geführten NGOs bis hin zur Übergabe der Trägerschaft.

Von STEFAN ZELL

Ob im In- oder Ausland, im politischen, humanitären oder sozialen Bereich – die Impulse, die zur Gründung einer Initiative führen, sind vielfältig. Manch eine löst sich schnell wieder auf, andere entwickeln sich hin zu einer Institution. Wer denkt schon ans Ende, wenn's ans Anpacken geht? Im Februar 2008 haben wir Familien bei Minustemperaturen im Plastikverschlag erlebt. Heute, zwölf Jahre später, unterhält BuKi e. V. eine Betreuungsstätte für Roma-Kinder in Rumänien.

Etwa 35 Kinder kommen täglich in unser BuKi-Haus. Sie erhalten morgens ein Frühstück, gehen anschließend zur Schule, kommen aus der Schule zurück, erhalten einen Mittagstisch und werden nachmittags von unseren Pädagoginnen betreut. BuKi federt die sozialen Hürden der Kinder ab und begleitet sie zur Schule. BuKi ist eine anerkannte Institution, verfügt über die Betreuungsstätte – das BuKi-Haus – und ein Stück Land. Wir haben Angestellte, die sich täglich um die Kinder kümmern, und darüber hinaus noch einen guten Ruf.

Getragen und finanziert wird BuKi in Rumänien von BuKi e. V. in Deutschland, einem privat geführten Verein. Im Wesentlichen wird dort das Fundraising für das Engagement bei BuKi in Rumänien betrieben. BuKi repräsentiert heute eine NGO, die hemdsärmelig auch als Graswurzelprojekt bezeichnet wird.

Formal ein Verein – tatsächlich eine private Initiative

Gerade in Rumänien sind viele privatgeführte NGOs im Einsatz, deren Existenz zwar formal an einen Verein gebunden ist, hinter denen sich aber eine einzelne Person oder ein Paar steht. Mit deren Engagement steht und fällt die Wirksamkeit der gesamten Arbeit.

Entweder sind diese Initiatoren oder Macher der NGOs direkt vor Ort im Projekt eingebunden, mit einem Trägerverein im Hintergrund, oder aber sie arbeiten im Trä-

gerverein – etwa weil sie berufstätig oder an eine Familie gebunden sind – und steuern das Fundraising sowie teilweise auch die operative Arbeit im Projekt.

Personelle Doppelbelastungen

Die (Doppel-)Belastung der Initiatoren ist enorm. Die Arbeit fasziniert, ist sinnvoll, macht Spaß, kostet aber auch viel Kraft. Man macht das über Jahre im Ehrenamt, bis man irgendwann feststellt: So geht das nicht mehr. Häufig reicht das Fundraising gerade einmal und wenn überhaupt, um die Mittel für das Projekt zu generieren. Die Finanzierung der oft zeitintensiven Aufgaben im Trägerverein ist meist nicht möglich, und die Förderungen einzelner Teilprojekte lassen die Finanzierung von Stellen häufig nicht zu.

Manche Projekte wachsen und entwickeln sich zur Institution. Der beherzte Gutmensch gleitet in die Rolle des Unternehmers. Da stellt sich rasch die Frage, wie man kleinere NGOs in professionelle Strukturen überführt.

Neben dem Aufbau der Strukturen im Projekt geht es im Trägerverein um das Dauerthema Finanzierung. BuKi finanziert sich weitgehend über Spenden. Wir haben nach zwölf Jahren vor allem in der Region viel Vertrauen aufgebaut und können von einer gesunden Spenderstruktur sprechen.

Fundraising als existenzielle Aufgabe

Das Fundraising bleibt jedoch ein täglicher Begleiter und ist existenziell. Existenziell ist auch, dass genau dieses Fundraising professionalisiert werden sollte. Nur für kostspielige Agenturen fehlen meist die Mittel, vor allem aber auch das Know-how, welche Leistung wirklich in die Konstellation der NGO passt und welcher Mehrwehrt zu erwarten ist. In der Natur der Dinge liegt, dass zu jedem Anfang ein Ende gehört. Jetzt betreibt eine NGO erfolgreich ihre Arbeit, dann sollte der Ausstieg auch wichtiger Personen nicht das Ende der gesamten NGO bedeuten. Denkbar sind langfristig angelegte Partnerschaften, die optimalerweise in der Übergabe des Stabes enden.

Für uns stellt sich die Frage, an wen und auf welche Weise Trägerschaften ab- und übergeben werden können. Wie werden diese Prozesse eingesteuert?

Stefan Zell ist Vorsitzender des Vereins „BuKi-Hilfe für Kinder in Osteuropa e.V.“, den er gemeinsam mit seiner Frau Heidi Haller leitet. BuKi unterhält in Cidreag, Rumänien, eine Betreuungsstätte für Roma-Kinder. Zentrale Themen dabei sind unter anderem der Aufbau und die Akkreditierung der Institution, eine sozialpädagogische Ausrichtung im Haus sowie das Fundraising in Deutschland.
▶ www.buki-hilfe.de

Mit Erfahrung und Leidenschaft – seit über 20 Jahren!
√ Telefon-Fundraising √ Spenderservice √ Digitale Kommunikation √ Nachlass-Fundraising

Wir freuen uns auf Ihren Anruf!
Katja Sichtermann & Kerstin Schlick
0221 990-1010

Deutscher Spendenhilfsdienst - DSH GmbH · Alpenerstr. 16 · 50825 Köln
k.sichtermann@spendenhilfsdienst.de · www.spendenhilfsdienst.de

Deutscher Spendenhilfsdienst

Art Thinking

Was Fundraiser von Künstlern lernen können

Auch Fundraiser mussten sich in den vergangenen Monaten neuen Herausforderungen stellen. Eine der entscheidenden Erfahrungen: Die Zukunft erscheint unbeständiger und weniger berechenbar. Das sorgt einerseits für Verunsicherung und Unbehagen, auf der anderen Seite entstehen Räume für neue Lösungen – genau hier setzt Art Thinking an.

Von MARKUS FEILER

Beim Art Thinking geht es darum, nicht nur eine bestehende Lösung zu verbessern, sondern vielmehr einen völlig neuen Lösungsansatz zu kreieren. Eine größere Aufmerksamkeit hat der Begriff durch das gleichnamige Buch der US-amerikanischen Autorin Amy Whitaker erlangt. Allerdings merkt man Whitaker an, dass ihr Erfahrungshintergrund eher darin besteht, Künstlern etwas über Wirtschaft zu vermitteln als umgekehrt. Dies führte mich dazu, Whitakers Arbeit weiterzuentwickeln und einen eigenen Beitrag zur Begriffsbildung zu leisten. Demnach ist Art Thinking als ein Ansatz zu verstehen, der mit künstlerischem Denken und künstlerischen Methoden Raum für Kreativität schafft. Aber wie genau soll das dem Fundraiser nützen?

Neugierig Fragen stellen

Neue Ideen und Standpunkte zu kreieren, ist der Anspruch beinahe jedes Künstlers. Wichtige Faktoren sind hierbei Neugierde sowie das Stellen von Fragen. Diesen Fragen gehen Künstler mit hoher intrinsischer Motivation nach. Sie versinken quasi in ihrem Thema und ihrem Tun. Diesen Zustand, bei dem wir in unserer Tätigkeit vollkommen aufgehen, hat der bekannte Kreativitätsforscher und Psychologe Mihály Csíkszentmihályi als Flow bezeichnet. Darüber hinaus ist eine sensible Wahrnehmung kennzeichnend. Künstler resonieren stark mit ihrer Umwelt und lassen zu, dass dies einen Einfluss auf ihr Denken und künstlerisches Schaffen hat. Sie sehen Veränderungen eher als Quelle der Inspiration als eine Bedrohung. Dabei sind sie es gewohnt, Themen aus unterschiedlichen Perspektiven zu beleuchten, diese zu verknüpfen und sich gestalterisch auszudrücken. Der langjährige Kunstkorrespondent Will Gompertz, der zahlreiche Künstler interviewt hat, betont zudem die kritische Haltung von Künstlern. Diese betrachten bestehende Zustände mit Skepsis und hinterfragen immer wieder den Status quo.

Im Fundraising liegt ein Fokus insbesondere auf Zahlen und Zielen. Probieren Sie, sich von Fragen leiten zu lassen. Eine

Frage ist offener und unterstützt das Querdenken. Sie bietet die Möglichkeit, mehrere Lösungen für ein Problem zu finden. Darüber hinaus wird sich das Führen mit Fragen aktivierend und motivierend auf Ihr Team auswirken. Fördern Sie zudem Neugierde und kreative Impulse.

Mehrere Lösungen für ein Problem

Warum nicht ein Teammeeting mit einem Besuch im Museum oder einer Ausstellung verbinden? Wichtig ist, dass es anschließend einen Austausch gibt, um mögliche Anknüpfungspunkte und neue Ideen für die eigene Fundraisingarbeit zu generieren. Seien Sie mutig! Ein völlig neuer Ansatz ist immer ein Vorstoß in unbekanntes Terrain. Eine gute Idee beginnt oft als zartes Pflänzchen, welches Schutz zum Gedeihen benötigt. Eine hilfreiche künstlerische Methode bietet hierbei die Bild- oder Werkanalyse. Dabei gehen Sie Schritt für Schritt vor und trennen den Prozess der Beschreibung von dem der Beurteilung.

Die Zeit im Atelier ist für einen Künstler sehr wichtig. Das Atelier ist Arbeits- sowie Rückzugsort und bietet außerdem Raum für Inspirationen. Sorgen Sie dafür, dass – ähnlich wie Pinsel und Farbe – in Ihrem Büro oder Besprechungsraum Materialien und technisches Equipment zur Verfügung stehen, um Ideen rasch eine Form zu verleihen. Hilfreich ist ebenso die Einrichtung von Ideen-Hubs, beispielsweise in Gestalt einer Ideen-Box. Finanzielle Freiräume sind ebenso wichtig. Ähnlich einem Kunststipendium könnten Sie beispielsweise ein jährliches Sonderbudget für ein eigens gegründetes und abteilungsübergreifendes Kreativteam einplanen.

Im Gegensatz zum Design Thinking, welches häufig einen projektbezogenen Charakter aufweist, ist der Art Thinking-Ansatz langfristig angelegt. Er fungiert als kontinuierlicher Impulsgeber und fördert eine Haltung, die Veränderung mit Offenheit und einem Denken in Möglichkeiten begegnet. Richtig angewandt, schaffen Sie mit Art Thinking neuen Raum für Kreativität im Fundraising und sichern somit den langfristigen Erfolg Ihrer Fundraisingarbeit.

Markus Feiler ist ein deutscher Konzeptkünstler. Er leitet Workshops zum Thema Kreativität und spricht als Experte auf Veranstaltungen wie dem Deutschen Fundraising-Kongress. Feiler war Meisterschüler am Institut für Aikido-Zen und verfügt über langjährige Erfahrungen im Fundraising. Er ist Gastteilnehmer am Künstlerprogramm „Projektraum.Mehrwert. Kunst – Künstler gehen in Unternehmen“. Er lebt und arbeitet in Berlin.
▶ www.markusfeiler.com

Patenschaften im Fundraising

Wie man vermeidet, falsche Versprechen zu verkaufen

Patenschaften sind ein beliebter Weg, Förderer langfristig zu binden. Allerdings wird das Modell auch kritisch gesehen. Auch die Climb gGmbH, die Lernferien für sozial benachteiligte Kinder anbietet, war nie ein Fan davon – und vergibt trotzdem Patenschaften. Das Konzept verfolgt eine weniger kontroverse Ausrichtung.

Von JENNIFER BUSCH

Patenschaften erfreuen sich bei Spendern großer Beliebtheit. Das Gefühl, genau zu wissen, an wen das Geld geht, ist für viele Menschen ein Grund, Patin oder Pate zu werden. Organisationen wie Plan International oder World Vision haben sehr erfolgreiche Patenschaftsmodelle. Deren Modell hat viele Vorteile, so führt eine emotionale Bindung der Fördernden zum Spendenzweck zu langfristigen Spenderbeziehungen. Andererseits haben diese Modelle auch viel Kritik erhalten. Den Paten wird eine Beziehung zum Patenkind versprochen. Das suggeriert eine Abhängigkeit des Kindes von der spendenden Person.

Modell der Stärkenpatenschaften

Für die Organisation Climb stellte sich die Frage: Können wir ein effektives Fördermodell entwickeln, das genauso erfolgreich wie Patenschaften ist, aber keine Erwartungen bei den Förderern weckt, die wir weder erfüllen können noch gutheißen? Die Kinder, die an unseren Lernferien teilnehmen, sollen ihren Bildungs- und Lebensweg selbstständig gehen, und wir möchten ihnen nicht das Gefühl geben, dass sie von der Spendenbereitschaft einer bestimmten Person abhängig sind. Climb hat einen Weg gefunden, das Konzept von Patenschaften neu zu definieren.

Bei den Climb-Lernferien entdecken Grundschulkinder, was sie können und wie sie ihre Stärken nutzen, um Ziele zu erreichen. Bis heute hat Climb über 3500 Kinder gestärkt. Etwa die Hälfte unserer Kosten finanzieren wir durch Spenden. Indem wir alle Kosten pro Kind berechnen und erhaltene Mittel der öffentlichen Hand abziehen, erhalten wir die Summe von 275 Euro, für die man einem Kind die Teilnahme an den Lernferien ermöglichen kann.

Effizientere Arbeit im Backend

Die Gründe, dieses Modell einzuführen, waren zu Beginn sehr pragmatisch: Die Abrechnung verschiedener Spendenzwecke war mühsam und kostspielig. Durch den Spendenzweck „Stärkenpatenschaft" ist die Arbeit im Backend effizienter und kostengünstiger. Auf die Idee brachten uns unsere Netzwerkpartner der Non-Profits Aqtivator und Chancenwerk e. V.

Mit dem neuen Finanzierungsmodell musste aber auch eine neue Kommunikationsstrategie her. Denn sonst hätten womöglich viele unsere Stärkenpatenschaften falsch verstanden. Wir wollen den Paten kein bestimmtes Kind zuweisen, sondern transparent machen, wie das Geld den Kindern zugutekommt und wie die Förderer ganz konkret ein oder mehrere Kinder unterstützen.

Patenschafts-Kommunikation: Wirkung pro Kind

Bei Climb machen wir kaum Privatspenderfundraising. Unsere Förderer sind zum größten Teil Stiftungen, aber auch Unternehmen. Aber auch fördernde Organisationen bestehen aus Menschen, und auch sie hören gerne die Geschichte von Patricia aus Hamburg und wie sie als Zweitklässlerin bei den Lernferien gelernt hat, sich Ziele zu setzen, Pläne zu machen und diese umzusetzen. Unsere Aufforderung kommunizieren wir sehr deutlich: Mit der Stärkenpatenschaft können Sie Kindern wie Patricia helfen, sich aus Armut und Bildungsferne zu befreien. Allerdings machen wir auch klar, dass die Patenschaft ein Spendenmodell ist. Sie

ermöglicht Kindern die Teilnahme an einem qualitativ hochwertigen Ferienprogramm.

Transparente Kostenaufstellung

Die Stärkenpatenschaft hilft uns, noch transparenter zu sein. Wir können den Fördernden ganz genau aufzeigen, wie viel von der Patenschaft wofür ausgegeben wird. Wir machen klar, dass es nicht um das individuelle Schicksal des Kindes geht, sondern darum, dass es von den Lernferien profitiert.

Als wir noch für Verwendungszwecke wie Ausflüge und Mittagessen Fundraising betrieben haben, war es recht schwierig, Geldgeber davon zu überzeugen, dass wir darüber hinaus auch Mittel für unsere Verwaltung benötigen. Schließlich ist der Effekt des Geldes einfacher zu sehen, wenn es direkt bei den Lernferien ausgegeben wird. Da wir in unserem Kostenplan aufzeigen können, wie viele Overheadkosten pro Kind anfallen, haben wir eine Möglichkeit gefunden, eine direkte Verbindung der Arbeit, die unsere Mitarbeitenden im Hintergrund leisten, zum Nutzen für das Kind aufzuzeigen.

Noch einen Vorteil hat das Modell: Wir lassen die Förderer aktiv an der Zielerreichung teilhaben. Die Lernferien an einer Climb-Schule sind bei 45 Patenschaften vollfinanziert. Bei einer Spende über zehn Patenschaften für Bremer Kinder wird also direkt klar, wie viel das Geld zu einer erfolgreichen Durchführung des Programms beigetragen hat. Das ist nicht nur direktes Feedback für die Spender. Diese Darstellung erleichtert es uns auch, den Überblick über unsere Fundraising-Ziele zu behalten.

Die Stärkenpatenschaften kommen gut an, weil die Angesprochenen das Konzept dahinter verstehen. Tatsächlich haben wir von keinem unserer Förderer die Frage gestellt bekommen, wie ihre Patenkinder denn nun heißen oder wie sie aussehen. Nichtsdestotrotz fördern wir die emotionale Bindung zu unseren Lernferien, erzählen gerne Geschichten von den Kindern, die tolle Entwicklungen genommen haben. Wir zeigen gerne Fotos und laden unsere Förderer dazu ein, sich die Lernferien anzuschauen und mit den Kindern zu sprechen. Aber keines der Kinder ist ihr ganz bestimmtes Patenkind.

Jennifer Busch war bis 2013 Lehrerin an einer Hamburger Grundschule. Dort organisierte sie mit zwei Kolleginnen im Sommer 2012 zum ersten mal Climb-Lernferien für armutsgefährdeten Schüler. Die drei gründeten die Climb gGmbH und brachten die Idee bald in weitere Städte. Nach dem Aufbau des pädagogischen Konzepts und Projektmanagements bei Climb verantwortet Busch seit 2017 das Fundraising und die weitere Skalierung des Programms.
▶ **www.climb-lernferien.de**

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.

Automatisch, sicher und schnell

Wie Spendenorganisationen Mailingverstärker und Beilagen erfolgreich personalisieren

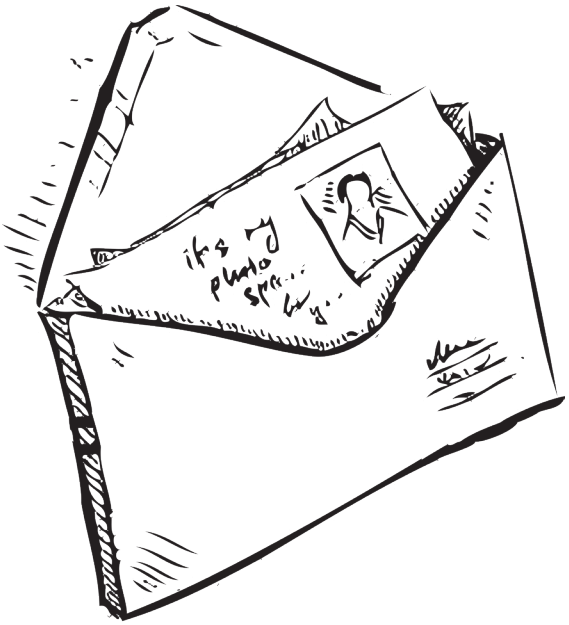
Nach dem Tsunami 2004 in Indonesien oder der mitteleuropäischen Jahrhundertflut 2013 spendeten die Deutschen über Nacht Rekordsummen, um den in Not geratenen Menschen zu helfen. Hilfsorganisationen setzen nun auf Tools, mit denen sie bei Katastrophen Mailings blitzschnell verschicken und die hohe Spendenbereitschaft direkt nutzen können. Doch wie gelingt es Organisationen, aus der Masse an Postsendungen hervorzustechen – und Empfänger als Spender zu gewinnen?

Von ALEXANDER SCHÄFER

Spenden sind etwas sehr Persönliches. Daher versenden die meisten Hilfsorganisationen individualisierte Mailings, die den potenziellen Spender persönlich ansprechen. Um die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, dass der Empfänger eine Spende überweist, kann auf Mailingverstärker und Beilagen gesetzt werden. Personalisierte Adressetiketten, Grußkarten oder Give-aways – empfängerspezifische Mailingverstärker und Beilagen, die emotional ansprechen und einen Mehrwert bieten, dienen dazu, die Aufmerksamkeit potenzieller Spender zu erlangen und sie zum Spenden zu animieren.

Wenn jede Stunde zählt

Da in Krisensituationen sämtliche Hilfsorganisationen um Spenden werben, ist Geschwindigkeit entscheidend. Um schnell und flexibel reagieren zu können, sollten Hilfsorganisationen auf Plattformen setzen, die den Produktions- und Versandprozess größtmöglich digitalisieren und automatisieren. In wenigen Schritten kann das Mailing gestaltet werden – als Anschreiben mit oder ohne Zahlschein, Selfmailer etc. – und für die in einer Adressdatei angelegten Empfänger automatisch personalisiert werden. Auf Basis der Inhalte, Texte und Bilder erzeugt ein automatisierter Workflow Freigabeschritte in einem Online-Portal. Im Anschluss wird das Mailing gedruckt und an den Zusteller übergeben. Solche Plattformen kommen meist ohne manuellen Eingriff des Anbieters aus und können Mailings innerhalb weniger Stunden in Auflagen von mehreren Hunderttausend verarbeiten und verschicken. Damit die Organisationen eine solche Plattform zuverlässig nutzen können, bieten Dienstleister im Idealfall einen definierten Service-Level, Lagerkosten, Kapazitätsreservierung und Servicemanagement an. Idealerweise setzen Spendenorganisationen auf Partner, die zudem Portokosten optimieren, indem sie Rabatte und optional alternative Zustelldienste einsetzen.



Aktuelle Daten, aber sicher

Damit das Mailing auch die gewünschten Empfänger erreicht, empfehlen sich Versandpartner, die ebenfalls einen Adress-Service anbieten und Empfänger-Adressen kurz vor Produkt und Versand auf den aktuellen Stand bringen. Solche Analysen überprüfen Datensätze auf definierbare Parameter wie „unzustellbar", „verstorben" oder „verzogen". Der Auftraggeber kann entscheiden, ob er diese Adressen aus seinem Bestand löschen und die Druckauflage entsprechend reduzieren oder die Adressen aktualisieren will. Ein solcher Adress-Service vermeidet Rückläufer, senkt Kosten und erhöht die Aussendungsqualität des Mailings.

Hilfsorganisationen sollten darauf achten, dass die Datenauswahl und -aktualisierung datenschutzkonform geschieht. Dies tun sie am besten, indem sie bei der Auswahl des Versanddienstleisters auf Datenschutz-Zertifizierungen wie ISO 27001 achten. Vor allem bei der Aktualisierung von Adressen sollte der Anbieter ausschließlich DSGVO-konforme Quellen nutzen und die Datenauswahl nachvollziehbar offenlegen können. Dabei ist entscheidend, dass der Dienstleister die Daten ausschließlich im Auftrag zur Erfüllung der vertraglichen Beziehungen nutzt und nur nach Weisung verarbeitet.

Alexander Schäfer verantwortet als Chief Sales Officer (CSO) bei Paragon Customer Communications Germany, einem führenden Anbieter von integrierten Services für die individualisierte Kundenkommunikation, die Bereiche Vertrieb, Marketing und Innovation. Er verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung in den Bereichen Druck- und Dokumentenservices, Dialog- und Direktmarketing sowie im Management von dokumentenbasierten Geschäftsprozessen.
▶ www.paragon-cc.com

CBM bindet konfessionelle Leser in Kampagnen ein

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

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

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

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

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

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

So erreichen Sie werteorientierte Spender!

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

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

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

Aus Spiel wird Ernst

Serious Games als Fundraising-Tool

Organisationen haben durch sogenannte Serious Games gute Chancen, das Bewusstsein der Menschen durch die Einbindung interaktiver Elemente im Fundraising zu erreichen. Wie man als Gaming-Laie aus der NGO-Welt ins Spiel kommen kann, ist einfacher als gedacht – aber mitunter auch kostspielig.

Von VERENA BATCHELOR

Mit über 2,5 Milliarden Spielern weltweit stellt die Videospielindustrie den größten weltweiten Unterhaltungskanal dar. So ist es wenig verwunderlich, dass auch globale Organisationen wie die UNO anlässlich ihres 75-jährigen Bestehens auf den internationalen Gamingmarkt zugreifen. Dieser Markt und sein Potenzial als Lern- und Vermittlungsplattform ist auch für NGOs von großem Interesse. Durch sogenannte Gamifications macht es die Verwendung von Spielelementen in Kontexten, die eigentlich nichts mit Spielen zu tun haben, möglich, auch schwer erreichbaren Zielgruppen einen direkten Bezug zu diversen Themen zu ermöglichen.

Spenden akquirieren mit Serious Games

Einen für das Online-Fundraising besonders interessanten und noch recht neuen Teil des Gamification-Trends bilden die Serious Games: Computerspiele, die nicht primär der Unterhaltung dienen, sondern Informationen oder Bildungsinhalte vermitteln. Ernste Inhalte können spielerisch thematisiert werden – egal ob auf dem Computer, offline, dem Smartphone oder Konsole. Besonders in der allgegenwärtigen Krise gewinnen solch innovative Ansätze im Fundraising an Wichtigkeit. Die Serious Games schaffen es zusehends besser, nicht nur soziale oder ökologische Themen zu vermitteln, sondern auch wissenschaftliche Daten zu sammeln und Spenden zu akquirieren.

Die Kreativität kennt hierbei keine Grenzen. Wer zum Beispiel mit Hilfe von „Feedie“ seine Schwäche für Essensfotografie auslebt, hilft notleidenden Kindern in Südafrika. Insgesamt 47 verschiedene New Yorker Restaurants sind Teil der App und spenden jeweils 25 Cent für jedes geteilte Bild der Essensfoto-Junkies. Bei dem „Tap Project” von Unicef können Spieler wiederum einem Kind in Ländern wie Belize oder Kamerun Trinkwasser für einen Tag sichern. Durch jeden Nichtgebrauch des Smartphones werden Spenden generiert: Alle zehn Minuten, in denen das Telefon ignoriert wird, werden über einen Sponsor Tagesrationen Wasser gespendet.

Zielgruppenanalyse als Basis

Und wie komme ich als wohltätige Organisation ins Spiel? Für eine NGO, die sich für ein Serious Game interessiert ist der Gang zum Spiele-Entwickler unausweichlich. Dabei hat man jedoch durchaus die Wahl zwischen großen Agenturen und freiberuflichen Developern, je nach Umfang und Komplexität des zu entwickelnden Spiels. Laien, die sich ganz neu mit dem Thema Gamification und Serious Game auseinandersetzen möchten, ist der Gang zur Agentur zu empfehlen. Diese kann zusammen mit der NGO individuelle Konzepte erarbeiten, eine genaue Zielgruppenanalyse durchführen und genau auswerten, was das Ziel des Spiels sein soll. Mit Prototypen können Spielideen getestet und Screen Designs visualisiert werden, bevor der tatsächliche (und kostspielige) Entwicklungsprozess gestartet wird. Im Schnitt dauert es dann von der Konzeption über das Testen bis zur Fertigstellung der App vier bis sechs Monate.

Die Kosten für solch ein kreatives Unterfangen können sehr stark variieren. „Schon mit kleinem Etat kann man viel erreichen, wenn man kreativ damit umgeht, was einem zur Verfügung steht. Für viele ist es überraschend, welche Rolle das Backend für die Planung des Budgets spielt. Daten-Input, Auswertung und Zugriffe verschiedener Interessengruppen lassen Kosten rasch in die Höhe schnellen“, berichtet Mai Huyen Vo Dieu, Expertin für Game Design und Konzeption von der Berliner Agentur „Pfeffermind“.

Kostenfaktor nicht unbedeutend

So wäre eine App wie das „Tap Project“ eher relativ günstig in der Entwicklung, jedoch ein komplexes System an Leveln, Punkten und diversen Interessengemeinschaften langwierig und auch schnell im fünf- bis sechsstelligen Bereich.

Sei es zum Fundraising zur Verbesserung der Lebensumstände in Entwicklungsländern, zur Übermittlung von wichtigen Themen oder zur Steigerung des Bewusstseins für globale Missstände – Serious Games haben durchaus viel Spielraum im Budget und können auch für kleinere, unerfahrene NGOs eine effektive Methode sein, auf kreative Art und Weise Spenden zu generieren und für neue Impulse zu sorgen.

Verena Batchelor studierte Kunstgeschichte, Film und Werbung an der University of Nottingham und schloss dort 2010 mit dem Master ab. Nach ihrem Studium arbeitete sie in England als Videoproduzentin und im Anschluss für einige Jahre als Account-Direktorin in einer Werbe- und Marketingagentur. 2019 zog sie zurück ins Rheinland und ist seitdem bei der Aktionsgruppe „Kinder in Not e.V.“ im Marketing, PR und in der Kommunikation tätig.
▶ www.kinder-in-not.de

Persönliche Ansprache

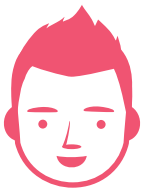
JEANETTE

Interesse
Kultur, Musik

Finanzielle Möglichkeiten
hoch

Bevorzugter Kanal
Persönlich

Bemerkungen
Gut vernetzt, schon mehrere Neuspender vermittelt



PAUL

Interesse
Naturschutz

Finanzielle Möglichkeiten
tief

Bevorzugter Kanal
Social Media

Bemerkungen
Reagiert spontan auf Spendenaufrufe für Kleinbeträge

KARIN

Interesse
Umweltschutz

Finanzielle Möglichkeiten
mittel

Bevorzugter Kanal
Briefpost

Bemerkungen
Nimmt auch an Kundgebungen teil, Zeitspende

... durch Marketing Automation.

Damit Sie persönlich und nicht nur personalisiert 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

Seminare und Tagungen im Überblick

SEPTEMBER

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

Seminar: Fundraising und Öffentlichkeitsarbeit – DER Schlüssel zum Erfolg!
21.–23.09., Düsseldorf
www.fundraisingakademie.de

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

Seminar: Aktuelle Praxisfragen zum Vereinsrecht
22.09., Berlin
www.esv.info

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

Seminar: Online-Fundraising und Mobile Spendensammeln
28.09., München
www.ibpro.de

Intensivseminar Zivilgesellschaft
28.09., Berlin
http://web.maecenata.eu

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

Finanzwissen für Vereine – Modul 2: Jahresabschlüsse – wie entstehen sie, was bedeuten sie?
30.09., Wien
www.gemeinnuetzig.at

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

Stiftungsgespräch: „Foundation for Future"-Edition
01.10., Bern
www.swissfoundations.ch

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

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

Seminar: Ich sprüh's an jede Häuserwand – Ehrenamt braucht das Land!
02.10., Hannover
www.kirchliche-dienste.de

Seminar: Nachhaltigkeit & Corporate Social Responsibility (Teil 1)
03. & 04.10., Münster
http://weiterbildung.uni-muenster.de

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

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

9. Oktober 2020
Kursaal, Bern

Swiss-Fundraising-Day

swissfundraisingday.ch

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

Seminar: Sponsoring aktiviert Marke & Vertrieb
05. & 06.10., St. Gallen
www.esb-online.com

MUSEUMS MANAGEMENT Tagung
2. und 3. November 2020
Den Museumsstandort entwickeln und stärken.
Theorie und Praxis
Referenten aus Deutschland, Österreich und den Niederlanden
KIEKEBERG
www.arbeitskreis-museumsmanagement.de

Basiskurs Freiwilligenkoordination (Intensivkurs)
05. & 06.10., Berlin
www.ehrenamt.de

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

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

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

MUNICH FUNDRAISING SCHOOL

›› Hochwertige Inhalte
›› Einfache, flexible Handhabung
›› Weltweiter Zugang

Unser Katalog bietet Ihrer Organisation eine breite Auswahl an Themen in den Bereichen Fundraising, Kommunikation, Stiftungen und Nachhaltigkeit.

Einfach Kurse auswählen und los geht's mit der digitalen Weiterbildung!

Mehr Informationen zu unseren Online-Kursen unter:
www.munichfundraising.school/e-learning

Seminar: Fördermittel für Vereine und gemeinnützige Organisationen
07.10., Heidelberg
www.akademiesued.org

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: Wie Sie mit modernem Database-Fundraising Ihre Fundraisingeinnahmen erhöhen
08.10., München
npo-academy.com

Start Fundraising-Lehrgang 2020/21
08.10., München
www.ebw-muenchen.de

Seminar: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit CiviCRM
08.10., Leipzig
www.5knoten.de

Masterclass: «Ein Ausflug in die wundervolle Welt des Content-Marketing – Content-Strategie und konkrete Cases»
08.10., Bern
www.swissfundraising.org

SwissFundraisingDay 2020
09.10., Bern
swissfundraising.org

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

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

Start Masterstudiengang: Nonprofit-Management & Governance
09.10., Münster
http://weiterbildung.uni-muenster.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

Masterclass: «Database & Fundraising»
10.10., Bern
www.swissfundraising.org

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

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

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

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

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

Seminar: Fundraising-Strategie
14.10., München
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Gestaltung und Analyse von Jahresabschlüssen
15.10., München
www.stiftungsakademie.de

Seminar: Unternehmenskooperationen
15.10., München
www.ibpro.de

2. Eberbacher Stiftungskreis
15. & 16.10., Kloster Eberbach
www.stiftungsakademie.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**.

SAVE THE DATE!
12. November 2020,
9-17:45 Uhr, Berlin

Jahrestagung „Stiftung&Sponsoring“
Tagungsleitung: Prof. Dr. Hans Fleisch

Weitere Info und Anmeldung:
www.ESV-Akademie.de/SuS2020

ESV AKADEMIE

Seminar: Ehrenamt u. Engagement: Förderlandschaft innerhalb der Landeskirche
16.10., Hannover
www.kirchliche-dienste.de

Zusatzmodul Stiftungsberatung
16. & 17.10., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Intensivlehrgang: Freiburger Management-Modell für NPO
18.–23.10., Sigriswil
www.vmi.ch

Intensivlehrgang: Digitalisierung in NPO
19.–22.10., Zürich
www.vmi.ch

Seminar: Aktuelle Rechtsentwicklungen für steuerbegünstigte Organisationen
20.10., Stuttgart
www.akademiesued.org

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

Seminar: Fördermittel für gemeinnützige Projekte
21.10., Stuttgart
www.foerder-lotse.de

Seminar: Einführung in das profess. Fundraising – Wie Sie Spender*innen u. Sponsor*innen für Ihre gute Sache gewinnen
21.10., Hannover
www.fundraisingakademie.d

27. NPO-Kongress
21. & 22.10., Wien
www.controller-institut.at

Swissfundraising-Seminar:
«Mit guten Texten zum Spenden motivieren»
22.10., Zürich
swissfundraising.org

Seminar: Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)
23.10., München
www.endriss.de

Workshop: Auftrittstraining / Rhetorik-Workshop für Frauen
23.10., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Seminar: Großförder-Menschen finden, verstehen, gewinnen und binden
23.10., München
www.ibpro.de

Seminar: Buchführung in gemeinnützigen Vereinen
24.10., Hamburg
www.vereinsknowhow.de

Intensivlehrgang: Strategische Führung in NPO
25.–30.10., Saanenmöser
www.vmi.ch

Seminar: Geldauflagenmarketing
26.10., Nürnberg
www.fundraisingakademie.de

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

DHV-HRK-Fundraising-Symposium
26.10., Frankfurt am Main
www.hochschulverband.de

Basiskurs Freiwilligenkoordination (intensiv) – Schwerpunkt: junges Engagement
26. & 27.10., Berlin
www.ehrenamt.de

Seminar: Stiftungs-Fundraising – Wie Sie erfolgreich Gelder von Stiftungen einwerben
27.10., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Spenderbindung durch proaktive Kommunikation Wie Sie Telefongespräche mit Unterstützerinnen und Unterstützern als Spenderbindungs-Instrument nutzen können
27.10., Köln
npo-academy.com

Seminar: Der Jahresabschluss gemeinnütziger Einrichtungen
27.10., Erfurt
www.solidaris.de

Seminar: Campaigning – How to Make Change Happen Successfully planning and executing campaigns online and offline
27. & 28.10., Berlin
www.npo-academy.com

Workshop: Projektmanagement „kompakt“ für NPO-ManagerInnen
27. & 28.10., Berlin
www.npo-academy.com

Kompakttraining: Kommunikation mit Spenderinnen und Spendern professionell führen
27.–29.10., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Rechtliche Aspekte der Zusammenarbeit mit Ehrenamtlichen
28.10., Berlin
www.ehrenamt.de

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

Seminar:
Vorstandsarbeit – Gut organisiert Erfolge feiern
28.10., Köln
www.npo-academy.com

Fundraisingtag NRW
29.10., Gelsenkirchen
www.fundraisingtage.de

Forum Sextant
29.10., Zürich
www.ant-informatik.ch

Seminar: Telefontraining: Schwierige Gespräche mit verärgerten Spenderinnen und Spendern führen – Das effektive Instrument der Spenderbindung
29.10., Köln
www.npo-academy.com

Sozial und digital: Wie wir neue Chancen nutzen
29.10., Zürich
www.zhaw.ch

Seminar: Geschäftsführung von Stiftungen
29. & 30.10., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Seminar: Erfolgreiches Projektcontrolling in Vereinen und NPOs
29. & 30.10., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: Die Stiftung als Instument für Vermögensgestaltung mit Weitsicht
29. & 30.10., Frankfurt am Main
www.winheller.com

Zertifikatslehrgang: Sozialmanagement
30.10.–03.11., Münster
http://weiterbildung.uni-muenster.de

Seminar: Buchführung in gemeinnützigen Vereinen
31.10., Köln
www.vereinsknowhow.de

NOVEMBER

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

Seminar: Stiftungsmanagement – Die Grundlagen
02.11., Stuttgart
www.stiftungsakademie.de

15. Museumsmanagement-Tagung:
Den Museumsstandort entwickeln und stärken. Impulse, Strategien und Instrumente
02. & 03.11., Rosengarten-Ehestorf
www.arbeitskreis-museumsmanagement.de

Intensiv-Lehrgang
Strategisches Finanzmanagement 2020
02.–06.11., Basel
http://ceps.unibas.ch

Zertifikatslehrgang:
Fundraising in Vereinen und NPOs
02.–07.11., Berlin
www.npo-academy.com

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

1st International Face2Face Congress
Nov. 17th–19th 2020,
Vienna – Austria
www.f2f-fundraising.com

Seminar: Mehr Erfolg im Fundraising – Organisational Readiness und die Synchronisierung von Spendenerwartungen, Marke und Fundraising
03.11., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Großspenden-Fundraising
03.11., Berlin
www.npo-academy.com

Forum Freiwilliges Engagement
„Positive Leadership – Stärkenorientiert Führen“
03.11., Wien
www.fundraising.at

Seminar: Vertriebstraining Sponsoring
03.11., Wien
www.esb-online.com

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

Seminar: Fördermittelgewinnung bei Stiftungen
04.11., Köln
www.bfs-service.de

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

Seminar: Social Media für Vereine
04.11., München
www.ibpro.de

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

Seminar: Sponsoring aktiviert Marke & Vertrieb
04.11., Wien
www.esb-online.com

Seminar: Fundraising „kompakt“ – Modernes Fundraising in der Praxis
04. & 05.11., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: Erfolgreich Mitglieder für Non-Profit-Organisationen gewinnen und binden
04. & 05.11., Düsseldorf
www.kbw.de

Seminar: Online-Fundraising
05.11., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: Basiswissen Stiftung – Gemeinnützigkeit, Spenden und Steuern
05.11., München
www.stiftungsakademie.de

Seminar: Fördermittel für gemeinnützige Projekte
05.11., Berlin
www.foerder-lotse.de

DFRV-Regionalgruppentreffen Kassel
05.11., Kassel
www.dfrv.de

Seminar: Arbeitsrecht für Vereine und NPO Von der Begründung bis zur Beendigung des Arbeitsvertrages und worauf Vereine besonders achten müssen
05.11., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Texten fürs Internet
05.11., Zürich
www.kampagnenforum.ch

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

Seminar: Der Prokurist in der gGmbH
05.11., Hamburg
www.bfs-service.de

Seminar: Der Jahresabschluss gemeinnütziger Einrichtungen
05.11., Freiburg
www.solidaris.de

Seminar: Ihre Database als Fundraising-Instrument – Wie Sie mit modernem Database-Fundraising Ihre Fundraisingeinnahmen erhöhen
06.11., Berlin
www.npo-academy.com

Basiskurs Freiwilligenkoordination (intensiv)
06. & 07.11., Berlin
www.ehrenamt.de

Pro Bono Day Deutschland
07.11., Frankfurt am Main
www.upj.de

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

Seminar: Buchführung in gemeinnützigen Vereinen
07.11., Hannover
www.vereinsknowhow.de

Stuttgarter Non-Profit-Forum
09.11., online
www.stuttgarter-non-profit-forum.de

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

Seminar: Interne Revision & Kassenwesen in NPO
09.11., Berlin
www.bfs-service.de

Seminar: Fundraising via Campaigning – Wie Sie Ihre Online-Kampagne als Fundraising-Instrument einsetzen können
10.11., Köln
www.npo-academy.com

Social Talk 2020: Das Undenkbare managen: Vom Krisenmodus zum Business as (un)usual
10.11., Darmstadt
www.izgs.de

TALENTS 4 GOOD

Fundraising-Bootcamp
für Fachleute aus
Vertrieb und Marketing
20.–22.11.2020
in Hann. Münden
www.talents4good.org/
talente/fundraising-bootcamp

Seminar: Fördermittel für die Verbandsarbeit einwerben
10.11., Köln
www.verbaende.com

Seminar: Wirkungsmonitoring „kompakt" für NPO-ManagerInnen
10. & 11.11., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: Gemeinnützigkeit und Umsatzsteuerrecht sozialer Betriebe
11.11., Berlin
www.bfs-service.de

Deutscher Fundraisingkongress 2020
11.–13.11., Kassel
www.fundraising-kongress.de

Zertifikatslehrgang „Referent/in Alumni-Management" (Basismodul)
11.–15.11., Münster
http://weiterbildung.uni-muenster.de

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

Seminar: Tender-Business für NPOs – Wie NPOs erfolgreich an EU-Ausschreibungen teilnehmen
12.11., Wien
www.npo-academy.com

Seminar: Warum Menschen spenden – Motive von Förderer*innen berücksichtigen und strategisch Beziehungen aufbauen
12.11., Köln
www.fundraisingakademie.de

openTransfer CAMP #Zusammenhalt
13.11., Kassel
www.opentransfer.de

Seminar: Der Jahresabschluss gemeinnütziger Einrichtungen
13.11., Mainz
www.solidaris.de

Seminar: Steuerrecht gemeinnütziger Vereine
14.11., München
www.ebw-muenchen.de

Seminar: Fundraising-Grundlagen für kleine und mittlere Stiftungen
16.11., Berlin
www.stiftungsakademie.de

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

Seminar: Kinder- und Jugendmarketing für Vereine und NPOs
16.11., Köln
www.npo-academy.com

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

Seminar: Online-Fundraising für kleine und mittlere Stiftungen
17.11., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Seminar: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Vereine und NPOs
17.11., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Online-Campaigning Wie Sie erfolgreiche Online-Kampagnen konzipieren und umsetzen können
17.11., Wien
www.npo-academy.com

Seminar: So findet man Sponsoren
17.11., Düsseldorf
www.esb-online.com

Seminar: Erfolgreiches Erbschaftsmanagement
18.11., Berlin
www.stiftungsakademie.de

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

Seminar: Compliance für Vereine und NPOs – Wie Sie Compliance Management Systeme einführen und anwenden
18.11., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Vereine und NPOs II
18.11., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Vertriebstraining Sponsoring
18.11., Düsseldorf
www.esb-online.com

Fundraising-Weiterbildung
18.11.–26.06., Stuttgart
www.eh-ludwigsburg.de

Seminar: Steuer-Update für NPOs
20.11., Berlin
www.solidaris.de

Seminar: Kampagnen-Strategie
20. & 21.11., Berlin
www.campaigning-academy.com

Jahrestreffen »Netzwerk Demokratie stärken«
20. & 21.11., Köln
www.mitarbeit.de

Fundraising-Bootcamp für Fachleute aus Vertrieb und Marketing
20.–22.11., Hannover Münden
www.talents4good.org

Aktuelle Termine für Online-Seminare finden Sie auf
www.fundraising-kalender.de

Web-Tagung, 11.-12. November 2020

Digitale Jahrestagung Stiftung&Sponsoring 2020

Transformation – die Stiftungswelt im Wandel

Wir laden herzlich zu unserer Jahrestagung ein, die wir in dieser außergewöhnlichen Zeit erstmals virtuell veranstalten. Freuen Sie sich auf spannende Vorträge und Workshops, in denen wir **Veränderungen in der Stiftungsarbeit 2021** ausführlich beleuchten:

- Wie sieht die **neue Normalität** nach der Krise aus?
- Welche Folgen haben z.B. Homeoffice & Co. für die **Personalentwicklung** oder im Arbeitsrecht?
- Wie geht es mit dem **Stiftungsrecht weiter?**
- Was können wir von der neu gegründeten **Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt** erwarten?
- Setzt der **Digitalisierungsschub** neue Energien frei?

Tagungsleitung: ***Prof. Dr. Hans Fleisch***

Gleich vormerken und anmelden – auch das laufend aktualisierte Tagungsprogramm finden Sie in Kürze unter:

www.ESV-Akademie.de/sus2020

Sponsor:
BPM Berlin Portfolio Management
Berlins erste Adresse für bankenunabhängige Vermögensverwaltung

Medienpartner:
Stiftung & Sponsoring

ESV AKADEMIE

Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG · ESV-Akademie · Genthiner Straße 30 G · D-10785 Berlin
www.ESV-Akademie.de · Tel. (030) 25 00 85-853/856 · info@ESV-Akademie.de

Sozial und digital

Wir leben und arbeiten in einer Zeit, die von einer großen Veränderungsdynamik geprägt ist. Deshalb widmet sich Barbara Josef (Agentur 5to9) im Rahmen der Tagung zur Sozialen Arbeit in ihrem Impulsreferat dem Thema „Game over – wie wir uns mit neuen Austausch- und Vernetzungsformaten fit machen". Dr. Victor García (ZHAW Life Sciences) hingegen wird in seinem Beitrag den Begriff des Algorithmus entmystifizieren und klären, welche ethischen Fragen sich in diesem Zusammenhang für die soziale Arbeit stellen. In fünf sogenannten Ateliers werden Best-Practice-Beispiele vorgestellt werden. Themen sind hier unter anderem Migration und Digitalisierung, Freiwilligenkoordination und außerschulische Jugendförderung. Den Abschluss der Veranstaltung bildet eine Panel-Diskussion.

Tagung „Sozial und digital: Wie wir neue Chancen nutzen"
am 29. Oktober in Zürich (Foto)
▶ www.zhaw.ch

Bootcamp

Die Personalberatung Talents4Good macht Quereinsteiger fit fürs Fundraising, um dem aktuellen Fachkräftemangel entgegenzuwirken: In Kooperation mit der Beratungs-Agentur Schomerus und dem Major Giving Institute bietet Talents4Good vom 20. bis 22.11.2020 ein Fundraising-Bootcamp für Kommunikations- und Verkaufsprofis aus den Bereichen Vertrieb, Marketing, Eventmanagement und Business Development an. Organisationen, die für das Bootcamp als Experten Inhalte gestalten wollen, können sich direkt an den Organisator wenden: *annika.behrendt@talents4good.org*

Fundraising-Bootcamp 20.–22. November
in Hannoversch Münden
▶ www.talents4good.org/talente/fundraising-bootcamp

Hochschul-Fundraising

„Großspender-Fundraising als Königsdisziplin für Universität-, Hochschul- und Wissenschaftsstiftungen" lautet das Motto des im Oktober stattfindenden Hochschul-Fundraising-Symposiums in Frankfurt. Kern der Veranstaltung ist die Podiumsdiskussion zum Thema „Hochschul-Fundraising in Zeiten von Corona", unter anderen mit Prof. Dr. med. Gabriele Gillessen-Kaesbach, Präsidentin der Universität zu Lübeck, und Dr. Martin Gubser, CEO der Universität Zürich Foundation. Im Rahmen der Veranstaltung wird der DACH-Hochschul-Fundraisingpreis verliehen.

DHV-HRK-Fundraising-Symposium
am 26. Oktober in Frankfurt
▶ www.hochschulverband.de

n|w Fachhochschule Nordwestschweiz

Kommunikation und Fundraising Management für Nonprofit-Organisationen (NPO)

Erfolgreich kommunizieren und Ressourcen beschaffen für eine sichere Zukunft Ihrer NPO und gleichzeitig beruflichen Vorsprung gewinnen! Studieren Sie fundiert Kommunikation und Fundraising-Management für NPO. Berufsbegleitend und praxisnah.

Information und Anmeldung: marianne.bucca@fhnw.ch, Telefon +41 (0)62 957 22 26

www.fhnw.ch/de/weiterbildung/wirtschaft/das-kommunikation-und-fundraising-management-npo

Kurzgefasst …

Kostenfreies Stuttgarter Non-Profit-Forum

Das Stuttgarter Non-Profit-Forum wird am 5. November 2020 komplett online stattfinden. Interessenten können sich anmelden und an sechs Webinaren und anschließender Diskussion teilnehmen. Die Themen reichen von Recht über Steuern bis zu Management und regionalem Fundraising.

▶ www.stuttgarter-non-profit-forum.de

Datenschutz für Vereine

Wer muss die DSGVO anwenden? Brauchen wir einen Datenschutzbeauftragten? Was sind eigentlich personenbezogene Daten? Diese und weitere Fragen beantwortet das Datenschutz-Seminar des IBPro am 14. Oktober in München. Erläutert werden dabei die Hintergründe der DSGVO und des neuen Bundesdatenschutzgesetzes und alle nötigen technisch-organisatorischen Maßnahmen.

▶ www.ibpro.de

Fördermittel

Wo und wie man öffentliche und private Zuschüsse für gemeinnützige Projekte gezielt einwerben kann, erfahren die Teilnehmer des Kompaktseminars des Förderlotsen am 21. Oktober in Stuttgart. Referent ist Torsten Schmotz, der als Experte in den Bereichen Finanzierung, Fördermittelakquise und Fundraising gilt und sich in der deutschen Förderlandschaft bestens auskennt.

▶ www.foerder-lotse.de

Einführung ins Fundraising

Am 21. Oktober gibt es in Hannover die Gelegenheit, im Rahmen eines Tagesseminars eine grundlegende Einführung in das komplexe Themengebiet des Fundraisings mitzuerleben und zu erfahren, wie man Unterstützer für die eigenen Ziele findet. Eingeladen sind alle Neulinge auf dem Gebiet, die ihre Organisation weiterentwickeln wollen. Referent ist der Fundraising-Manager Jan Hindrichs.

▶ www.fundraisingakademie.de

Spenderbindung

Die dauerhafte Bindung der Spenderinnen und Spender gelingt, wenn sie auf einem schlüssigen Spenderbindungskonzept basiert. Wie genau das aussehen kann, erläutert Stephanie Neumann am 26. Oktober in ihrem Seminar in Köln. Die richtige Zielgruppenanalyse ist dabei ebenso Bestandteil des Seminars wie ein Überblick über den Spendenmarkt in Deutschland und die Motive des Gebens.

▶ www.npo-academy.com

SwissFundraisingDay

Fundraising nach der Krise: Gestärkt in die Zukunft

Das wichtigste Branchentreffen der Schweiz, der SwissFundraisingDay, findet zum Thema „Fundraising nach der Krise: Gestärkt in die Zukunft“ statt – mit spannenden Workshops/Roundtables und Günther Lutschinger, Geschäftsführer Fundraising-Verband Austria, sowie Sabine Wagner-Schäfer, Head of Digital Fundraising bei „AZ fundraising services“, als Hauptreferenten. Als Referent für eine Remote-Session angefragt ist Adrian Sargeant vom Institute for Sustainable Philanthropy. „Stiftungsfundraising: Beziehungspflege als Erfolgsfaktor“ wird dabei ebenso ein Thema sein wie der Schweizer Spendenmarkt unter den Einflüssen von Corona oder Database-Fundraising und Nachlassmarketing. Den Abschluss bildet wie in jedem Jahr die Verleihung des Swissfundraising-Awards.

SwissFundraisingDay am 9. Oktober in Bern

▶ www.swissfundraisingday.ch

zh aw School of Management and Law

Sinnvolles bewirken

Masterdiplom Fundraising Management
Berufsbegleitende Weiterbildung

Infoveranstaltungen:
22. September 2020
10. November 2020

Auch für Teilnehmende aus Deutschland

www.zhaw.ch/zkm/mas-frm

Neu mit Modulwahl!

Zürcher Fachhochschule

Museums-Management

Die 15. Tagung zum Museumsmanagement widmet sich im November dem Museumsstandort und dessen Entwicklungsmöglichkeiten wie -notwendigkeiten. So gewinnt etwa die Zusammenarbeit über institutionelle Grenzen hinweg – zwischen Museen, Bibliotheken oder anderen öffentlichen Institutionen – an Bedeutung. Die Tagung bietet einen Überblick über die verschiedenen Themenfelder des Standortmanagements von Museen, stellt relevante Handlungsansätze und Instrumente vor und präsentiert Praxisbeispiele für die Arbeit in den Häusern.

15. Museumsmanagement-Tagung am 2. und 3. November in Rosengarten-Ehestorf
▶ www.arbeitskreis-museumsmanagement.de

Moving Forward

Der 27. Österreichische Fundraising-Kongress lädt nach Wien

Mitte der 90er Jahre ins Leben gerufen, präsentiert sich der Österreichische Fundraising_Kongress heute als international vielbeachtete Plattform zur Weiterbildung und zum Austausch innerhalb des Fundraising-Sektors. Vom 5. bis 7. Oktober 2020 findet unter dem Motto „Moving Forward" bereits die 27. Auflage des Kongresses statt – selbstverständlich mit besonderen Vorkehrungen, um die Gesundheit und Sicherheit aller Teilnehmer zu gewährleisten. Mehr als 50 internationale und nationale Referenten sind in den Kongress-Vorträgen und -Workshops zu erleben, darunter Tom Neukirchen – Politologe und Fundraising-Berater, Marco Kuntze – Experte für Daten- und Facebook-Fundraising, Karin Ortner – langjährige Fundraising-Leiterin der Volkshilfe Solidarität, und Andreas Berg – Spezialist für Database-Fundraising. Als Höhepunkt des Kongresses werden die renommierten Fundraising-Awards für herausragende Spendenprojekte vergeben. Zusätzlich zu den sechs Hauptkategorien werden Kampagnen und Initiativen, die zur Bekämpfung der Auswirkungen der Corona-Krise beitragen, mit einem Sonder-Award prämiert.

27. Österreichischer Fundraising Kongress 5.–7. Oktober in Wien
▶ www.fundraisingkongress.at

Nachhaltigkeit mit Sinn

Wiener NPO-Kongress als Hybrid zwischen Präsenz und Live-Streaming

„Sustainability meets Purpose": Bereits zum 27. Mal versammelt der NPO-Kongress des Controller-Instituts am 21. und 22. Oktober die NPO-Community und Interessierte der öffentlichen Verwaltung und Sozialunternehmen. „Das Leitthema ‚Die Frage nach dem Warum – Sinn geben, Nachhaltigkeit sichern' habe ich mir schon vor der Coronakrise überlegt", verdeutlicht Dr. Christian Horak, fachlicher Leiter des NPO-Kongresses und Partner der Strategieberatung „Contrast EY Parthenon". „Ich habe mich bewusst dagegen entschieden, es zu verändern. Es ist jetzt zentral, den Blick nach vorne zu richten und die wichtigen Dinge nicht aus den Augen zu verlieren."

Der NPO-Kongress hat es sich 2020 zur Aufgabe gemacht, die Themenfelder Nachhaltigkeit und Sinnfindung miteinander zu verschränken und gesamthaft zu diskutieren. „Denn Nachhaltigkeit schlägt auf unterschiedlichen Ebenen weite Wellen und sollte nicht bei rein ökologischen Aspekten versanden", fasst Horak zusammen. „Und das Thema der Sinnfindung, der eingeschriebene Selbstzweck, ist für NPOs seit jeher ein zentrales Thema, das aktuell immer mehr in den Mittelpunkt des Interesses rückt."

Zu den Referentinnen zählen Trendforscherin Susanne Eckes von Future Day GmbH, Dr. Steffi Burkhart, Botschafterin der Millennials von Human Capital Evangelist, Mag. Michael Opriesnig, Generalsekretär des Österreichischen Roten Kreuzes, und Dokumentarfilmer Werner Boote („Plastic Planet"). Auch der Blick über den Tellerrand fehlt nicht, daher präsentieren sich im Forum „Digitale und Soziale Innovationen" dieses Jahr wieder innovative digitale Lösungen, Apps und Initiativen oder Geschäftsmodelle.

Zusätzlich zur Veranstaltung in Wien bietet das Controller-Institut ein Live-Streaming an, sodass Interessierte flexibel ihre Ticketvariante wählen können.

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

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

Erfahrungen und Erlebnisse steuern

Wie der Titel verspricht, werden hier 150 Webinar-Methoden vorgestellt, gegliedert nach Bereichen wie Einstieg, Themen-Input, Energizer oder Wiederholung und Transfer. Ergänzt wird die Methodenvorstellung durch ein Kapitel mit zehn Tipps für Webinare und fünf Webinar-Beispielen. Diese Ergänzung ist hilfreich, wenngleich relativ kurz, weil die Methoden im Vordergrund stehen sollen. Jede Methode wird klar gegliedert und übersichtlich vorgestellt. Man sieht auf einen Blick, welche Medien benötigt werden, für welchen Webinar-Typ sich die Methode eignet, für welche Sozialform und welche Teilnehmeraktivitäten. Die Vorstellung folgt mit einem Überblick, den Zielen, den Methoden, dem Verlauf, den Lerntypen und Trainer-Hinweisen. Durch den systematischen Aufbau kann man sich gut orientieren und schnell entscheiden, ob die Methode für das, was man gerade plant, geeignet ist oder nicht. Die Darstellung des Verlaufs und die Trainerhinweise bieten eine gute Grundlage für den Einsatz. Viele Methoden werden erfahrenen Trainern bekannt vorkommen. Zamyat Klein erfindet das Rad hier nicht völlig neu, sondern setzt auch auf bewährte Methoden, die sie an die Online-Umgebung anpasst. So ist das Buch eine Einladung, von Vor-Ort-Seminaren und Meetings den Weg zu Webinaren und Online-Meetings zu gestalten. Die technischen Voraussetzungen wurden dabei möglichst einfach gehalten. Menschen mit Online-Erfahrungen mag das noch zu wenig die zusätzlichen Möglichkeiten betonen. Für alle anderen ist es eine Arbeitshilfe, die ersten Schritte zu lebendigen Webinaren zu gehen.

Andreas Berg

Zamyat M. Klein. 150 kreative Webinar-Methoden. Kreative und lebendige Tools und Tipps für Ihre Live-Online-Trainings. Verlag Manager Seminare. Edition Training aktuell. 2020. 416 Seiten. ISBN: 978-3-95891-005-8. [D] 49,90 €, [A] 51,30 €, CHF 69,75.

CSR I

Sozial, ökologisch, ökonomisch: So muss Corporate Social Responsibility ausgerichtet sein, wenn sie erfolgreich sein soll. Das „Zentrum Gesellschaft und Nachhaltigkeit“ an der Hochschule für angewandte Wissenschaften in Fulda hat hier einen Band vorgelegt, der dezidiert nicht zwischen profit- und sozialwirtschaftlichen Unternehmensformen trennt. Damit bewegen sich die Autoren allesamt im Rahmen der wissenschaftlichen Reflexion des Themas, was eine theoretische Distanz bedeutet, also keinen Ratgeber für die Praxis darstellen soll.

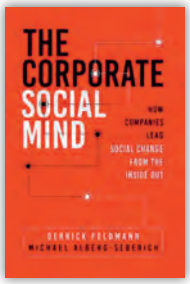
Bettina Stoll, Heike Herrmann (Hrsg.). Corporate Social Responsibility – Impulse aus der und für die Profit- und Sozialwirtschaft. Verlag Barbara Budrich. 2020. 139 Seiten. ISBN: 978-3-84742-400-0. [D] 22,00 €, [A] 22,70 €, CHF 30,75.

Ideenreich

Nicht nur guter Rat ist teuer, auch Ideen sind nicht mit Gold aufzuwiegen. Nicht ohne Grund werden sie gern „geklaut“. Da, wo andere Ratgeber für Kreativität planbare Prozesse darstellen, verlässt sich dieses Buch auf das Unkalkulierbare und zeigt, wie man dieses Potenzial ausschöpfen kann, worauf es also ankommt, um Zugang zur eigenen Kreativität zu erlangen. Dabei ist das Buch selbst so kreativ gestaltet, wie man selbst gern wäre: farbenfroh und abwechslungsreich. Allerdings sollte man für die Lektüre des Englischen in den Grundzügen mächtig sein.

Udo Haeske. Creative Mindset. Tools für Innovatoren, Kreative und Change Agents. Verlag Schäffer Poeschel. 2020. 171 Seiten. ISBN: 978-3-79104-800-0. [D] 24,95 €, [A] 25,00 €, CHF 34,85.

CSR II



Corporate Social Responsibility ist nach wie vor ein aktuelles Thema im Fundraising und in der Wirtschaft. Dabei wird heutzutage von Unternehmen nicht nur verantwortungsvolles Handeln erwartet, sondern auch kritisch hinterfragt, welche Wirkung sich tatsächlich hinter den gut in Szene gesetzten Maßnahmen verbirgt. In ihrem Buch „The Corporate Social Mind“ zeigen Derrick Feldmann und Michael Alberg-Seberich, dass wirtschaftlicher Erfolg und soziales Engagement ineinandergreifen können – und sogar müssen, um wirkungsvoll und authentisch zu sein. Social Impact könnte demnach ein entscheidendes Kriterium für die künftige Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen darstellen. Das erforderliche unternehmerische Mindset wird anhand von acht Charakteristika beschrieben, welche die ganze Bandbreite der Wertschöpfung abdecken: von einer werteorientierten Basis über den bewussten Einsatz von Ressourcen bis zu einer effektiven Wirkungsmessung. Spannend ist insbesondere das Kapitel „Kooperationen“. Es zeigt, dass Unternehmen vor allem gemeinsam mit gemeinnützigen Organisationen soziale Ziele erreichen. Wie die beschriebene Haltung in der Praxis gelebt werden kann, wird anhand zahlreicher Geschichten illustriert: In Interviews erkunden die Autoren, wie Unternehmen mutig, innovativ und erfolgreich neue Wege gehen. Mit diesen inspirierenden Beispielen und praxisnahen Leitfragen für die Umsetzung im Unternehmen ist das Buch für Fundraiser und Führungskräfte in der Wirtschaft gleichermaßen bereichernd.

Veronica Kuls

Derrick Feldmann, Michael Alberg-Seberich. The Corporate Social Mind: How Companies Lead Social Change from the Inside Out. Fast Company Press. 2020. 205 Seiten. ISBN: 978-1-73432-480-8. [D] 21,99 €, [A] 25,99 €, CHF 34,90.

IT-Report Sozialwirtschaft

Der IT-Report der Sozialwirtschaft wird regelmäßig von der Katholischen Universität in Eichstätt herausgegeben. Durch die erhöhte Digitalisierungsgeschwindigkeit in der Corona-Zeit bekommt der Report eine unverhoffte Aufmerksamkeit. An der Studie nahmen über 400 Organisationen teil und gaben Auskunft zu ihrer IT-Ausstattung und -Strategie. Dazu kommt noch eine Umfrage unter Branchensoftware-Anbietern, an der 49 Unternehmen teilnahmen.

Der Report macht anhand seiner Ergebnisse durchaus Benchmarks aus, beispielsweise für die Investitionstätigkeit in die IT der Sozialwirtschaft. Er gibt damit eine Grundlage für Entscheidungen in Fragen von Prozessabläufen, Klientenverwaltung, Dokumentation von Leistungen sowie der Dienst- und Einsatzplanung und Softwareauswahl. Auch für die Software-Anbieter bietet er Orientierung, indem er ein Meinungsbild erfasst, wo noch Verbesserungspotenzial besteht. Insgesamt ein sehr nützlicher Vergleich für die Verbesserung der IT-Infrastruktur in der Sozialwirtschaft.

Helmut Kreidenweis, Dietmar Wolff. IT-Report für die Sozialwirtschaft 2020. Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt. ISBN 978-3-98173-835-3. Bezug über christine.vetter@ku.de, [D] 72,00 € (digital) bzw. 82,00 € (Print).

Radikaler grüner Widerstand

Bekanntlich gibt es viele unterschiedliche Formen des Protestes, die sich auch inhaltlich nicht immer leicht voneinander abgrenzen lassen. Wer ist in der Lage, ad hoc den Unterschied zwischen „Fridays for Future“ und „Extinction Rebellion“ zu erläutern? Tiefenökologischer Widerstand, oder eben, wie der Titel es nennt, „Deep Green Resistance“, versteht sich selbst als zweifelsfrei radikale Bewegung zur Rettung der Erde. Die wird aber nicht jedem gefallen. Im Kern geht es um die Auffassung, dass die Zivilisation die Erde zerstört. Folglich muss die Zivilisation zerstört werden. Punkt. Unschön? So definieren sich radikale Ansätze wohl generell: Die Masse wird sich darin niemals wiederfinden. Dementsprechend anstrengend gestaltet sich die Lektüre des Buches. Argumentiert wird hier, wie könnte es auch anders sein, mit der groben Kelle. Das provoziert, soll es ja auch. Aber was bringt Gewalt, egal, ob gegen Infrastruktur oder gegen Menschen gerichtet? Kann die Erde wirklich nur ohne Menschheit „überleben“?

Derrick Jensen, Lierre Keith, Aric McBay. Deep Green Resistance. Strategien zur Rettung des Planeten. Verlag Promedia. 2020. 352 Seiten. ISBN: 978-3-85371-468-3. [D] 22,00 €, [A] 22,00 €, CHF 30,75.

Zensur der Zivilgesellschaft?

Kapitalismuskritik, Demokratiezerfall, „Eliten“-Kritik: Das alles hat sich der Herausgeber dieses Bandes, Ulrich Mies, auf die Fahne geschrieben und eine Vielzahl von Autoren um sich versammelt, die alle aus ihrem jeweils eigenen Blickwinkel … ja, was eigentlich machen? Sie üben Kritik. Das ist gut. Aber woran genau? Es geht viel um Wahrheit, allerdings von Anfang an in einem Ton, der ganz unmissverständlich auf Krawall gebürstet ist. Da wird im Buchklappentext beklagt, „der offene Disput“ sei „in Deutschland wie in vielen anderen westlichen Staaten schon lange nicht mehr gegeben“. Nur: Wer will mit jemandem in Disput treten, der von „Medienmeute“ oder „den Herrschenden“ spricht, um zwei der milderen Vokabeln aufzugreifen? Wer offen für Disput ist, maßt sich nicht an, alles besser zu wissen. Ein unschönes Buch, das nur jenen zur Lektüre empfohlen sei, die sich gern anschreien lassen. Der Ton macht die Musik.

Ulrich Mies (Hrsg.). Megamanipulation. Ideologische Konditionierung in der Fassadendemokratie. Verlag Westend. 2020. 288 Seiten. ISBN: 978-3-86489-285-1. [D] 22,00 €, [A] 22,60 €, CHF 30,75.

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

Spitze!

Machen wir uns nichts vor: In Sachen Gleichstellung haben wir noch einiges vor uns. Trotzdem lohnt sich auch der Blick zur Seite, um zu erkennen, dass Frauen genauso ihren Weg gehen wie Männer, Frauenquote hin oder her. Außerdem ist Erfolg immer relativ. Frauen sehen diesen eher in sich selbst, in der Erfüllung ihrer eigenen Vorstellungen, nicht in Form von beruflichen Positionen oder ausschließlich auf dem Kontostand. Deshalb ist die Absicht dieses Porträt-Bandes erfolgreicher Frauen eindeutig: Es geht der Autorin Marie-Luise Braun um die Sichtbarmachung von Frauen innerhalb beruflicher Strukturen, um einer sich entwickelnden Basis notwendiger Vorbilder für kommende Generationen weitere Vertreterinnen hinzuzufügen. Und selbstverständlich zeigen all diese Porträts, dass jeder persönliche Weg seine Unebenheiten aufweist. Kaum eine der hier versammelten Frauen hatte in jungen Jahren als klares Ziel das vor Augen, was sie heute lebt. Genau das macht die Lektüre so interessant.

Marie-Luise Braun. Spitzenkräfte.
Porträts von Frauen in Führungspositionen.
oekom-Verlag. 2020. 192 Seiten.
ISBN: 978-3-96238-228-5.
[D] 24,00 €, [A] 24,70 €, CHF 33,55.

Sharing Economy

„Sharing is caring", heißt es im Englischen. Im Grunde geht es beim Konzept der „Bibliotheken der Dinge" um nichts anderes. Es ist der Gedanke des Teilens statt Besitzens. Natürlich ist das Konzept nicht neu. Es erschließt sich wohl jedem, dass es durchaus als bemerkenswert betrachtet werden kann, wenn in einer Gartenkolonie jeder einen Rasenmäher besitzt. Deutlich ist aber auch, dass sich die „Sharing Economy" bislang nicht in wahrnehmbarem Maß durchgesetzt hat. Woran das liegt, befragt dieses Buch und geht dabei den akademisch-wissenschaftlichen Weg: Die Autorin hat mit dieser Arbeit ihre Dissertation an der Universität Duisburg-Essen vorgelegt. Das bedeutet, dass sie konkrete „Fallbeispiele" aus der Praxis beleuchtet und auf deren Funktionieren und Potenziale hin abklopft. Es erscheint auf den ersten Blick ungewöhnlich, ein solches Thema akademisch zu analysieren. Genau deshalb aber lassen sich die Ergebnisse eben auch mit herkömmlichen Bibliotheks-Konzepten vergleichen.

Najine Ameli. Die neue Share Economy:
Bibliotheken der Dinge. Gemeinschaftliche
Nutzungen für eine nachhaltige Stadtentwicklung.
transcript-Verlag. 2020. 294 Seiten.
ISBN: 978-3-83765-221-5.
[D] 35,00 €, [A] 35,00 €, CHF 62,90.

Gute Antwort

Fundraiser formulieren nicht nur Spendenbitten. In ihrer beruflichen Funktion leisten Fundraiser im Alltag auch enorme interne Überzeugungsarbeit. Wertschätzende Kommunikation ist dabei noch nicht alles. Und mit Schlagfertigkeit kommt man nicht zwangsläufig weiter, wenn man generell seine Gesprächspartner oder Zuhörer im Rahmen eines Vortrags nicht mitzunehmen versteht. Frank Bechers „Baukasten" für erfolgreiche Rhetorik im Job vermeidet zwar nicht Fachbegriffe, bleibt dabei aber von Anfang an direkt im Bereich der Praxis und zeigt so die Relevanz und Wirkung der verschiedensten Bausteine. Dabei geht es nicht allein darum, selbst wirkungsvoll und erfolgreich aufzutreten. Nicht selten gilt es, auf Äußerungen von Kollegen zu reagieren, treffsicher und respektvoll. Das Buch zeigt, dass genau das keine Atomwissenschaft darstellt. Man muss nicht jedes Mal das Rad neu erfinden. Erstaunlich viele Situationen kann man sogar mit vorher auswendig gelernten Antworten locker meistern.

Frank Becher. Rhetorik im Job. Der Baukasten
für erfolgreiche Reden und Gespräche.
Haufe-Verlag. 2020. 213 Seiten.
ISBN: 978-3-64813-732-1.
[D] 24,95 €, [A] 25,00 €, CHF 34,85.

Zugang zu über 700 Förderquellen

Fördermittelführer 2021/2022

Die wichtigsten Finanzierungsmöglichkeiten für gemeinnützige Organisationen aus den Bereichen Bildung, Soziales, Umwelt, Kultur, bürgerschaftliches Engagement, Entwicklungspartnerschaften und internationale Zusammenarbeit

Versandkostenfrei direkt beim Verlag bestellen:
www.foerdermittelfuehrer.de
Tel: 09874-322 516
E-Mail: shop@foerder-lotse.de
Oder im Buchhandel: 978-3-9822148-0-1

Förderlotse Torsten Schmotz

Subskriptionspreis für Bestellungen bis zum 30.11.2020: 62,– statt 72,– Euro (inkl. 5 % MwSt)
www.foerdermittelfuehrer.de

Verlorenes Vertrauen?

Spenderbindung durch Transparenz? Was führt zu einer Spende, was zu einer wiederholten Spende? Wie schafft es eine NGO, das Vertrauen der Spenderinnen und Spender zu erlangen und zu halten? Dafür gibt es keine einfachen Werkzeuge, da Vertrauen heute etwas anderes ist als vor dem Beginn der Digitalisierung. Wir durchlaufen einen grundsätzlichen Vertrauenswandel. Immer wieder hört man vom Vertrauensverlust, in die Medien, in die Politik, in Institutionen ganz generell. Vertrauen kann aber laut der Autorin nicht verschwinden. Heute scheint Vertrauen eher in Technik zu existieren als in andere Menschen. Gleichzeitig lässt sich Vertrauen aber eben nicht einfach ins Digitale „übersetzen".

Rachel Botsman, Vertrauensforscherin, zeigt in ihrem Buch, wie zutiefst menschlich und deshalb unabdingbar Vertrauen ist. Ohne Vertrauen wären wir nicht einmal in der Lage, das Haus zu verlassen. Am Ende wird deutlich, dass viele Unsicherheiten und Ängste unbegründet geschürt werden. Botsman versteigt sich aber angenehmerweise nicht in theoretischen Abhandlungen, sondern zeigt anhand von Anekdoten aus dem „wahren Leben", was Vertrauen ganz konkret bedeutet. Auf dieser Basis erläutert sie, was passiert oder passieren muss, damit wir neuen Ideen oder Erfindungen vertrauen. Das Ergebnis ist weniger ein nüchternes Sachbuch als eine Art fast essayistischer Schmöker über eine Fähigkeit des Menschen, die gleichzeitig Stärke und Schwäche bedeuten kann.

Rico Stehfest

Rachel Botsman. Wem kannst du trauen? Die Antwort auf die vielleicht wichtigste Frage unserer Zeit. Plassen-Verlag. 2020. 384 Seiten. ISBN: 978-3-86470-671-4. [D] 24,90 €, [A] 25,60 €, CHF 34,80.

Grundeinkommen

Momentan geht das Thema richtig durch die Decke. Deutschland wagt eine wissenschaftliche Studie, und das Interesse daran ist riesig. Das ruft auch die Skeptiker auf den Plan. Zu ihnen gehört Kai Eicker-Wolf, der den zentralen Punkt, mögliche Finanzierungsmodelle, mit kritischem Blick betrachtet und argumentiert, dass keiner der denkbaren Wege einen realistischen Ansatz bietet. In diesem Zusammenhang weist der Autor vor allem auf die potenziellen gesellschaftlichen Gefahren hin. Ein bereicherndes Buch, das kaum einen besseren Zeitpunkt hätte wählen können.

Kai Eicker-Wolf. Money for Nothing? Das Bedingungslose Grundeinkommen in der Kontroverse. Büchner-Verlag. 2020. 130 Seiten. ISBN: 978-3-96317-199-4. [D] 18,00 €, [A] 18,00 €, CHF 25,15.

Frühe Bildung

Wie kann bereits in Kitas und Grundschulen Bildung für nachhaltige Entwicklung erfolgreich ansetzen? Diese Frage hat die wissenschaftliche Untersuchung zur Arbeit der Stiftung „Haus der kleinen Forscher" zum Kern. Damit richtet sich das Buch in erster Linie an pädagogische Fachkräfte, die sich diesem Themenfeld fundiert zuwenden wollen. Konkrete Weiterbildungsmodelle für all jene machen einen großen Teil des Buches aus. Der Band skizziert zwar zuvorderst die Arbeit der Stiftung, bietet aber auch Raum für Anregungen, eigene Projekte umzusetzen.

Stiftung Haus der kleinen Forscher (Hrsg.). Frühe Bildung für nachhaltige Entwicklung – Ziele und Gelingensbedingungen. Verlag Barbara Budrich. 2020. 259 Seiten. ISBN: 978-3-84742-392-8. [D] 19,90 €, [A] 20,50 €, CHF 27,80.

Edition Fundraiser

Großspenden können Großes bewirken.

Das neue Buch von Dr. Marita Haibach und Jan Uekermann

Erster kompakter und praxisnaher Überblick zum Großspenden-Fundraising im deutschsprachigen Raum

Jetzt bestellen unter edition-fundraiser.de

… oder im Buchhandel

Fragebogen: Lea Moliterni würde gern

Zwei Seelen – wie sie selbst sagt – schlagen in Lea Moliternis Brust. Sie ist zum einen ehren- und hauptamtlich in diversen NGOs tätig, aktuell in den Bereichen Humanitäres, Palliative Care, Theaterkultur sowie in Projekten rund um seltene Augenerkrankungen. Zum anderen arbeitet sie als freiberufliche Militär- und Kriegshistorikerin, recherchiert und publiziert, denn Lea Moliterni hat nicht nur Germanistik und Opernwissenschaften studiert, sondern auch in Militärgeschichte promoviert.

Ehrenamtlich engagiert ist sie schon seit Teenager-Tagen. So war sie unter anderem Gründerin und Präsidentin von „migrAzione“und leitete die „Jugend-Anti-Apartheid-Bewegung Schweiz“. Es waren stets biografische „Schlüsselmomente“, wie das Sterben eines geliebten Menschen oder die frühe Demenzerkrankung eines befreundeten 51-jährigen Fotografen, die sie zum nächsten Projekt führten. In den letzten 15 Jahren ist sie diesen Weg deshalb als ehrenamtliche Fundraising-Beraterin und Moderatorin von Anlässen und Podiumsgesprächen für kleinere NGOs und gemeinnützige Initiativen weitergegangen.

Nach diversen beruflichen Stationen als Kauffrau, Programmleiterin und Verantwortliche für Fundraising und Partnerschaften ist sie nun seit 2013 beim Schweizerischen Roten Kreuz im Kanton Zürich und verantwortet Großgönner, Stiftungen und Legate sowie das historische Archiv. Aktuell leitet sie auch die Major-Donor-Fachgruppe des Schweizerischen Fundraisingverbandes Swissfundraising. Ihre private Leidenschaft gilt Opern und allem, was mit Wasser zu tun hat. Dazu zählen auch Fischgerichte und Flussgedichte.

▶ www.srk-zuerich.ch

1. Was wollten Sie als Kind werden?

„Hereinspaziert hochverehrtes Publikum!“ Zum Zirkus wollt' ich. Das war mein einziger Wunsch. Und zwar egal als was, denn ich realisierte schon früh, dass ich nicht wirklich artistisch veranlagt bin. Aber die Vorstellung, mit meiner Familie und anderen liebgewonnenen Menschen durch die Welt zu tingeln, um noch mehr Menschen kennenzulernen, übte eine unglaubliche Faszination auf mich – und tut es ein Stück weit noch heute.

2. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Fallzahlen

3. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Diese Frage ist ein Steilpass für eine Schweizerin, da wir grundsätzlich über sehr viele Instrumente zur politischen Mitbestimmung verfügen. Beim Roten Kreuz sind wir täglich mit den Auswirkungen der veränderten Sozialhilfegesetzgebung konfrontiert. Sie bringt einen massiven Abbau der Fürsorgeleistungen für vorläufig aufgenommene Menschen mit sich. Hier benötigt es dringend Anpassungen. Ein fast schon episches Thema ist die noch ungelöste Frage, auf welche Weise wir in der reichen Schweiz ein würdiges Alter(n) und Sterben ermöglichen können.

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

Am Sonntag, 11. Februar 1990, wurde Nelson Mandela nach 27-jähriger Haft in Freiheit gesetzt. Am selben Tag hörte ich seine Rede am Radio. Sie bewegte mich und wohl Hunderttausende von Menschen zutiefst. Diesen Moment der Ergriffenheit würde ich gerne nochmals erleben.

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

Ich würde diesen einen großen Orden in viele kleine Auszeichnungen umwandeln und diese an all jene Menschen verleihen, die – oftmals im Kleinen, ohne Aufsehen und Eigennutz – unglaublich Großes bewirken.

am Wasser leben

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

Als Kind hätte ich ihn wohl gebeten, sein gesamtes Hab und Gut an die Ärmsten und am meisten Benachteiligten zu verschenken. Heute würde ich diesen Menschen hingegen an seine moralische Verpflichtung als Gärtner erinnern. Es sollte ihn befähigen, sein Kapital als Samen einzusetzen, damit dieser auf fruchtbarem Boden nachhaltigen und wertschöpfenden Ertrag bildet.

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

... ist vermutlich das meiste, was ich besitze. Ich arbeite entsprechend daran, mich mehr auf das Sein als auf das Haben zu fokussieren.

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

Dann suche ich mir das nächstgelegene Gewässer. In und um Wasser zu sein, beseelt, beruhigt und belebt mich gleichermaßen.

9. Worüber können Sie lachen?

Über diese liebenswerten, unerwarteten und köstlichen Momente, die uns der Alltag immer wieder beschert.

10. Wann reißt Ihr Geduldsfaden?

Das kommt glücklicherweise sehr selten vor. Wenn doch, war eine riesige Portion an Ignoranz involviert sowie viele Un-Worte. Etwa Unbelehrbarkeit, Ungerechtigkeit oder Uneinsichtigkeit.

11. Was war früher besser?

Die Frage ist für eine Historikerin schlichtweg nicht zu beantworten. Richard von Weizsäcker sagte einst: Wer die Augen vor der Vergangenheit verschließe, blind für die Gegenwart sei. Diese treffende Aussage ergänze ich mit dem Begriff der Zukunft, denn darin leben wir letztlich.

12. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Dort, wo ich nichts zu tun habe: in und um Wasser ...

13. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Darüber sollen sich dereinst die Historikerinnen und Historiker Gedanken machen.

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

... eine bewusste Handlung, die für die gebende Hand genauso beglückend ist wie für die erhaltende.

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 drei faltbare Bluetooth-Tastaturen von der Firma Inline. Content verfassen, soziale Kanäle bespielen, Gedanken festhalten – das Smartphone agiert als bequeme, stets griffbereite Kommunikationszentrale. Schreiben auf dem Display verlangt jedoch Geduld und Fingerspitzengefühl. Hier ist die handliche, klappbare Pocket-Tastatur hilfreich. Sie verbindet sich mit drei Geräten und hat eine Akkulaufzeit von 35 Stunden. Weiterhin verlosen wir drei Exemplare des Buches „Über Geld spricht man. Der schnelle Weg zur Gleichstellung“ von Henrike von Platen, welches wir im Interview ab Seite 14 näher vorstellen.

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

1 Scharfe Schusswaffen aus altem Plastikmüll: Das ist gefährlich! Welche NGO steckt hinter der Kampagne?

R) War Resisters League
T) Greenpeace
Q) Volksbund Dt. Kriegsgräberfürsorge

2 Rat auf Rädern … Welche Institution ist hier im ländlichen Raum so mobil und flexibel unterwegs?

A) Katholische Kirche
E) Eidgenössische Zollverwaltung
U) Landfrauenverband

3 Die „Stiftung Über Leben“ bot – als Kampagne – Spenderorgane im Internet an. Wo war das Herz leider ausverkauft?

G) auf Ebay
F) bei Amazon
S) im BILD-Shop

4 Seine Organisation verlor wegen einer E-Mail 1000 Förderer, was die NGO aber eher gestärkt hat. Er heißt:

P) Felix Kroos
R) Felix Jaehn
T) Felix Kolb

5 Mit der Methode namens Art Thinking können wir von Künstlern lernen. Wer schrieb ein berühmtes Buch dazu?

F) Amy Winehouse
E) Amy Whitaker
H) Amy Macdonald

6 Daddeln und zocken können helfen, die Welt zu verbessern. Wie nennt man diese Computerspiele mit Aha-Effekt?

N) Serious Games
O) Charity Games
M) Hunger Games

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

“Das Herzstück für Ihre Organisation und die Basis für alle Ihre Fundraising Aktivitäten Ifunds Engage 365 Fundraising - das CRM Cloud-System auf Basis von Microsoft Dynamics”

Engage 365 Fundraising

Die CRM-Lösung für Ihr Fundraising

Engage 365 Members

Das CRM-System für Verbände und Mitgliedsorganisationen

Engage 365 Campaign

Das umfassende Kampagnen-Management für Ihre Organisation

Und vieles mehr, alles basierend auf : Microsoft Dynamics 365 Office 365 Power BI

www.ifunds-germany.de + 49 221 669952-0 kontakt@ifunds-germany.de

ifunds

Nachwuchs-Hellseher Fabian F. Fröhlich macht Jahresplanung

Jahresplanung 2021. Meine Schwerpunkte wollte die Chefin wissen. Ich also meine Urlaubswünsche aufgeschrieben, Brückentage, verlängerte Feiertage … Irrtum, sie meinte inhaltliche Schwerpunkte der Redaktionsarbeit. Phhh, bin ich Hellseher oder was? Woher soll ich wissen, worüber ich nächstes Jahr schreiben werde! Ist doch noch ewig hin!

Dann kam mir aber die rettende Idee. Ich mach es so wie die PR-Fritzen: Gucken, was die anderen planen und einfach auf das Thema mit aufspringen. Wozu gibt es schließlich die regelmäßigen Aktionstage? Beispielsweise fallen auf den 13. September der Welttag des positiven Denkens, der International Chocolate Day und der Glückskekstag. Vorhaben für dieses Datum stehen folglich unter einem guten Stern.

Fundraising-Abteilungen zelebrieren garantiert den Welttag der Dankbarkeit, der verschiedenen Terminen zugeschrieben wird und daher mehrmals im Jahr zu Feierlichkeiten taugt.

Interessant ist auch die Kombination aus Tag des Deutschen Butterbrotes und Tag der Zahngesundheit am 22.9. Ein Kollege meinte, da sei auch der Welthurentag – aber das stimmt nicht. Der findet nämlich immer am 2. Juni statt. Zusammen mit dem Mach-früher-Feierabend-Tag. Direkt nach dem Sag-etwas-Nettes-Tag und gefolgt vom Tag der Wiederholungen. Ähm … Und es ist bestimmt reiner Zufall, dass der Sieh-es-positiv-Tag und der Weltorgasmustag aufs gleiche Datum fallen.

Apropos: Am 3. Oktober feiern wir nicht nur den Tag der Deutschen Einheit, sondern auch den Ehrentag des Virus. Da gibt es bestimmt wieder 'ne große Demo in Berlin. Der Tag der Skeptiker und der Tag der Frustrationsschreie folgen passenderweise kurz darauf.

In der Redaktion freuen wir uns berufsbedingt schon auf den Welttag der Interpunktion am 24. September und den WORLD CAPS LOCK DAY im Oktober. Mein Nachbar, der Klempner, feiert bestimmt ganz groß den Welttag der Rohrleitungen am 11. März, und in der Spedition meiner Schwiegermutter werden vermutlich Orden verliehen am 20. Juli, dem Tag des hässlichen LKW. Eine schöne Idee ist jedenfalls auch der Lade-deinen-Webmaster-zum-Essen-ein-Tag am 6. Juli.

Am 24. Februar könnte mein ganz persönlicher Aktionstag sein, sagen die Kollegen: der Erzeuge-ein-Vakuum-Tag. Allerdings gelte das für jeden Tag, an dem ich vorgeben würde zu arbeiten. Darauf antworte ich denen am 1. August, am Weltmittelfingertag.

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 6/2020 erscheint am 16. November 2020 u. a. mit diesen Themen

- Mailing analog und digital
- Barrierefreiheit + Leichte Sprache im Web
- Serielle Spenderbindung

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 6/2020 ist der 14.09.2020.

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)351 876 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)351 876 27-80, Fax: +49 (0)351 876 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 6/2020, die am 16.11.2020 erscheint, ist der 14.09.2020.

Fotonachweise:
Titelbild, 4, 20: fizkes@AdobeStock | 3: Milan@AdobeStock & René Grodde/atri.eu | 4, 14: Oliver Betke | 4, 36: Peter Barci | 6: Andreas Gruhl (Feuerwehr) | 6: René Grodde/atri.eu (Daberstiel) | 8: Nicole Riederer | 10: Bettina Flitner | 11: PrettyVectors@AdobeStock | 12: Anna Spindelndreier | 18/19: Björn Wylezich@AdobeStock | 21, 22: Ryan McGuire@pixabay | 21, 24, 26, 28, 30, 32: VectorMine@AdobeStock | 34: Paul Glaser (Stehfest) | 39: Lisa Farkas/lisafarkas.de | 40: Marcel Kaufmann | 42: Jonathan Torgovnik@Getty Images (Grosses Foto) | 42: René Grodde/atri.eu (Nitzsche) | 44: Piotr Krzeslak@AdobeStock | 54: fotografweber (Martens) | 54: Sebastian Pfütze (Heck) | 55: Michel Buchmann (Greb) | 55: Bente Stachowske (Diefenbach-Trommer) | 56: Till Budde (Husemann) | 56: Schnitger (Wagner) | 56: Sozialverband Deutschland (Ham) | 56: Stiftung Menschen für Menschen (Freiberg) | 56: Wolfram Scheible (Kübel) | 57: Steffen Giersch (Reiprich) | 57: eveleen007@AdobeStock (Alias) | 68, 96: Campact/Sabine Vielmo | 70: stocksnap@pixabay | 71: kommaKLAR/Winnie Mahrin (Wolf) | 74, 96: pixabay | 76: CLIMB gGmbH | 77: Jens Hannewald | 78: Edouard Jausions@pixabay (Zeichnung) | 79: mjphotography | 88: pxhere | 96: George Dolgikh@AdobeStock (80) | 98: oza@fotolia.com | alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der
Fundraising Akademie

ANT-INFORMATIK ERWEITERT IHREN HORIZONT.

Ihre Fundraising-Lösung unterwegs in die Zukunft.

SEXTANT
SUPPORTS YOU.

sextant-npo.net

REFERENZEN

DEUTSCHE STIFTUNG DENKMALSCHUTZ DE

kinder not hilfe DE

MÉDECINS SANS FRONTIÈRES ÄRZTE OHNE GRENZEN AT

Save the Children CH

GREENPEACE CH

CARITAS CH

LICHT FÜR DIE WELT AT

AMNESTY INTERNATIONAL CH

GERMAN DOCTORS DE

HIER IST DER PLATZ SCHON FÜR SIE RESERVIERT

UNSER PARTNER

salesforce.org

Wir freuen uns,
wenn unsere Spenden
wertgeschätzt werden.

Erika und Walter, 74 und 78 Jahre, sind seit über fünfzig Jahren verheiratet und spenden schon lange an eine Organisation.

Wir wissen, was Spenderinnen und Spender bewegt ...

... und helfen Ihnen, Spenderinnen und Spender zu bewegen. Ob zum Beispiel regelmäßige Bedankungen oder die jährliche Zuwendungsbestätigung – wir unterstützen Sie mit vorausschauender Planung und kompetentem Produktionsservice dabei, Ihre Spender an Ihre Organisation zu binden. 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