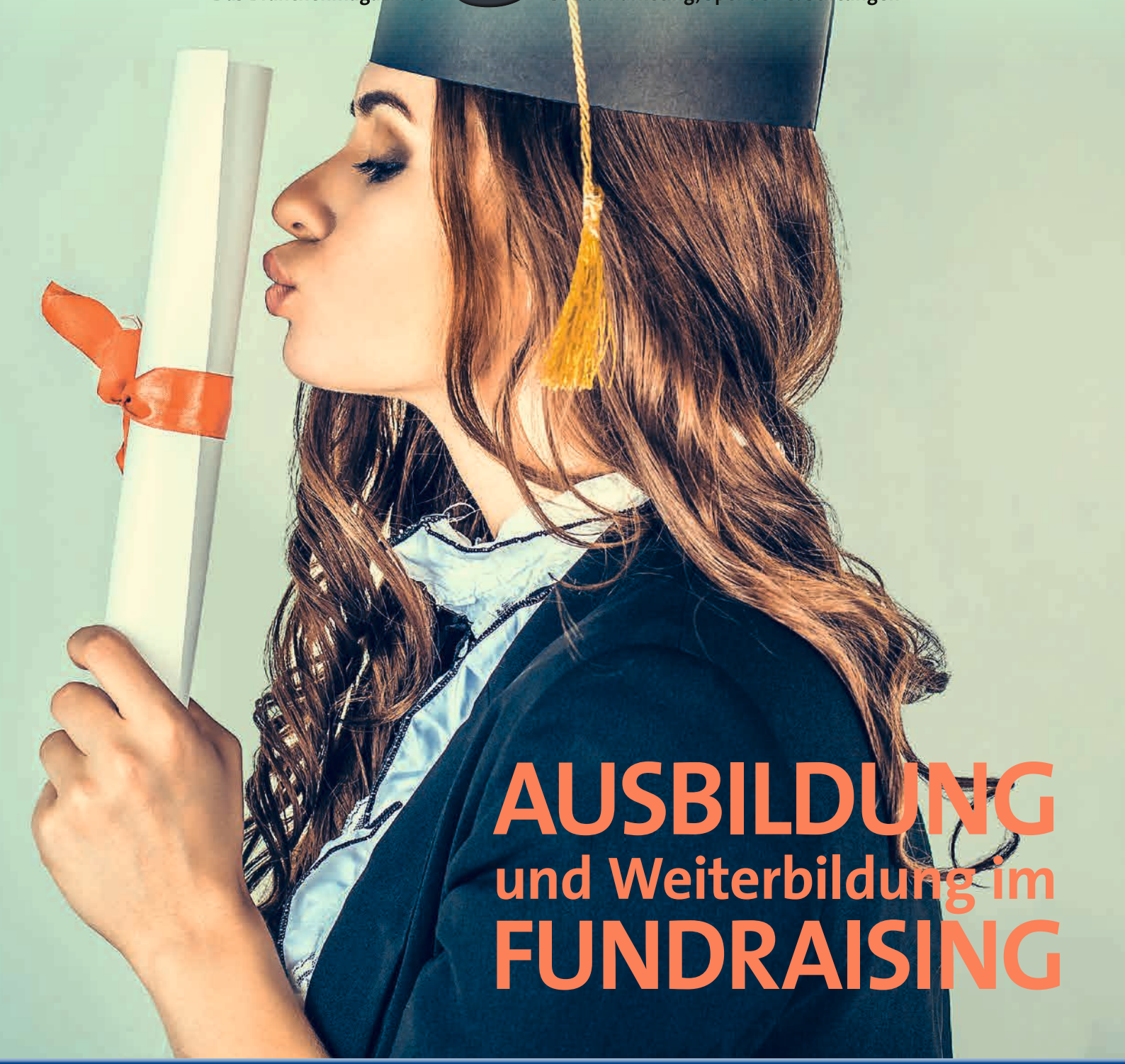
ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 4/2021

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen



AUSBILDUNG und Weiterbildung im FUNDRAISING

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

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

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

Fragen zum Abonnement: service@fundraiser-magazin.de | Telefon +49 (0)351 8762780 | Infos: www.fundraiser-magazin.de

NEW VERSION:

FUNDRAISE PRO

Wenn Sie mit Fundraise Plus arbeiten, haben Sie es sicher schon bemerkt: Die neue Programmversion ist noch größer. Noch stärker. Mit noch mehr KI wird sie Ihnen das Leben sehr erleichtern. Darum hat sie auch einen neuen Namen: Aus Fundraise Plus wird Fundraise Pro.

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,

Aus- und Weiterbildung im Fundraising ist der Themenschwerpunkt dieser Ausgabe. Es ist noch nicht so lange her, da gab es im deutschsprachigen Raum keinerlei Möglichkeit, NPO-Management oder gar Fundraising an einer Hochschule zu studieren und einen adäquaten Abschluss zu erlangen. Heute bieten mehrere Hochschulen zahlreiche Optionen für ein solches berufsbegleitendes Studium an. Welche das sind, sehen Sie in unserer großen Übersichts-Tabelle ab Seite 24. Darüber hinaus widmen wir uns der Weiterbildung im Fundraising. Das alles trägt zur Professionalisierung unserer Branche bei – was in der Konsequenz die Wirkung der Projekte verstärkt. Ein Gewinn für alle!

Schon wieder ein Extra-Heft! Wer das Fundraiser-Magazin im Abonnement hat, findet auch diesmal wieder ein zusätzliches Heft im Briefkasten: Unsere Sonderausgabe „Software für Vereine, Verbände und Stiftungen – die Marktübersicht 2021" ist nicht nur dicker als jemals zuvor, sie enthält auch eine neue Kategorie mit Anbietern von Online-Fundraising-Tools, in der Sie Spendenformulare deutscher, österreichischer und schweizerischer Anbieter vergleichen können. Insgesamt präsentieren mehr als 60 Systemhäuser und Softwareanbieter ihre Fundraising-Software – von der schlanken Lösung zum Sofortlosarbeiten bis zum komplexen CRM-System.

Wer kein Abo hat, kann das Extra-Heft „Fundraising-Software 2021" in unserem Shop bestellen. Für 15 Euro kommt es direkt zu Ihnen auf den Schreibtisch.

Ich wünsche Ihnen eine interessante und inspirierende Lektüre und einen entspannten Sommer!

Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

direct.
AGENTUR & LETTERSHOP

erfolgreiche
SPENDEN MAILINGS

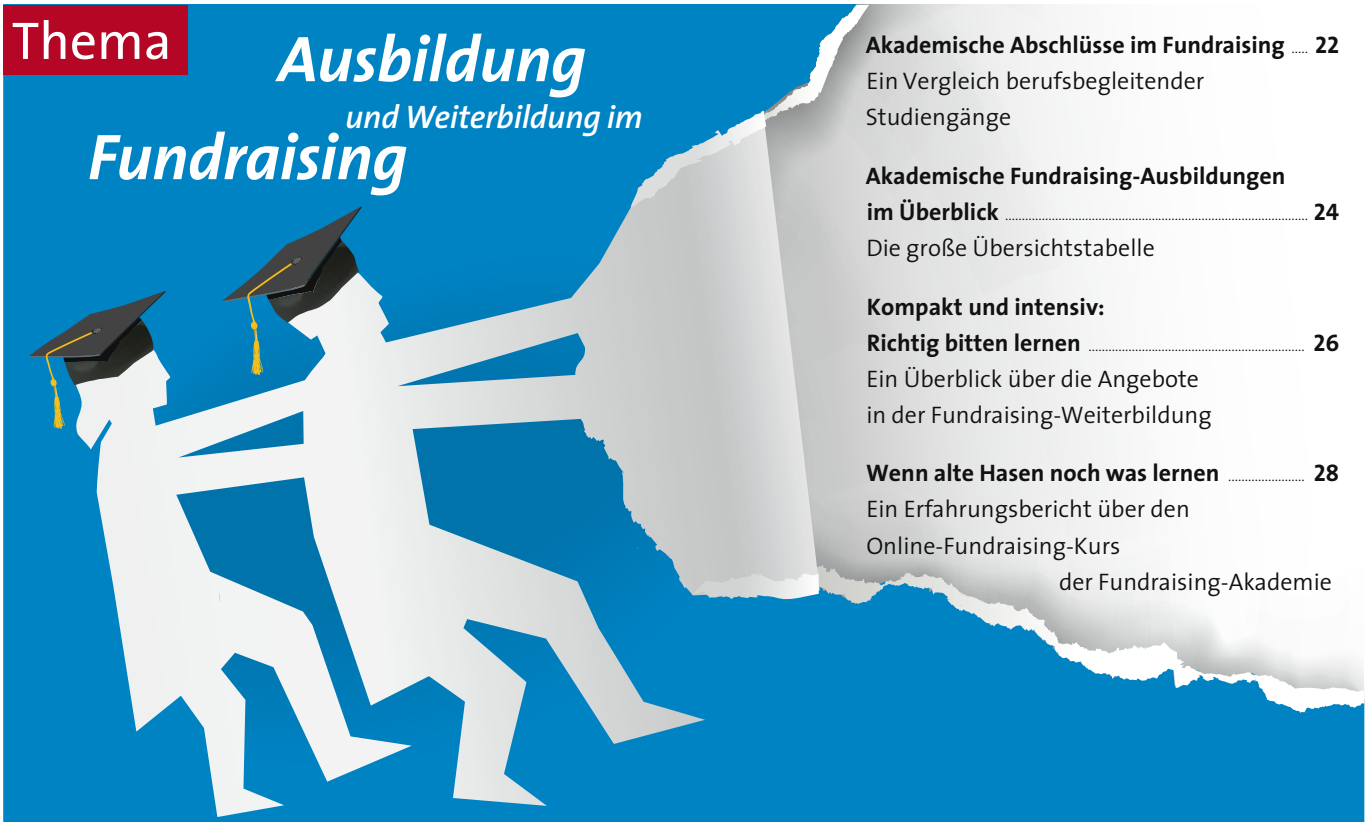
Sprechen Sie mit den **Spezialisten:**

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



Akademische Abschlüsse im Fundraising 22
Ein Vergleich berufsbegleitender Studiengänge

Akademische Fundraising-Ausbildungen im Überblick 24
Die große Übersichtstabelle

Kompakt und intensiv: Richtig bitten lernen 26
Ein Überblick über die Angebote in der Fundraising-Weiterbildung

Wenn alte Hasen noch was lernen 28
Ein Erfahrungsbericht über den Online-Fundraising-Kurs der Fundraising-Akademie

Menschen

Monica Culen 16
... hat vor vielen Jahren die NGO „Rote Nasen“ in Österreich gegründet und war damit Vorreiterin in Europa

Hannes Jähnert 44
... ist Engagementblogger und erklärt im Interview den Zusammenhang von Turbodigitalisierung und Ehrenamt

Andrea Spennes-Kleutges 86
... hat unseren Fundraiser-Fragebogen ausgefüllt und verrät Persönliches

Projekte

Digitale Karma-Punkte 38
Die Plattform SOPS will soziales Engagement und Spendenverhalten sichtbar machen

#TikTokersFightHunger 40
Wie gemeinnützige Kampagnen auf TikTok erfolgreich werden

Für die bunten Flatterlinge 42
Gamification, Cause Related Marketing und CSR für den Schutz von Schmetterlingen

Stiftungen

Bergdorf mit Aussicht 48
Private Ausbildungsförderung in der Schweiz

Handlungsfähig bleiben 50
Wie Stiftungen von der Digitalisierung ihrer Verwaltung profitieren können

Lebendige Werte statt leerer Worthülsen 52
Leitbildentwicklung in Stiftungen

Meinung

Persönliche Gedanken 14
Johannes Stephens: In was für einer Gesellschaft wollen wir zukünftig leben?

Kommentare aus der Redaktion
von Matthias Daberstiel (Seite 6),
Rico Stehfest (Seite 34) und
Ute Nitzsche (Seite 46)

Praxis & Erfahrung

Von 0 auf 4500 Förderer 68
F2F-Fundraising funktioniert auch für kleine Organisationen

„Ok Google, such nach ‚gemeinnützig' in meiner Nähe!" 70
Mehr Helfer erreichen mit Google Ad Grants

Ethik im Online-Fundraising 72
Wie lässt sich der eigene Markenname als Keyword schützen?

Spenden mit Plan 74
Planned Giving: alter Wein in neuen Schläuchen oder die neue Erfolgsformel?

Externe Power 76
Die Zusammenarbeit mit Freelancern lohnt sich auch für NGOs

Individuell passende Spenden-Beispiele 78
Mithilfe von Dynamic Donations lassen sich Betrags-Vorschläge optimieren

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

Rubriken

Schöner scheitern 13
Köpfe & Karrieren 54
Branche 58
Dienstleisterverzeichnis 60
Abo-Coupon 67
Bildung + Kalender 80
Fach- und Sachbücher 82
Das Letzte 90
Vorschau & Impressum 90

Verlosung

Testen Sie Ihr Wissen und gewinnen Sie Nützliches für den Fundraising-Alltag. Diesmal verlosen wir drei Workbooks 88

Autoren

... dieser Ausgabe:
Matthias Daberstiel, Marianne Dätwyler, Claudia Fuhrmann, Birthe Hesebeck, Peggy de Lange, Kurt Manus, Daniela Münster, Gregor Nilsson, Ute Nitzsche, Philip Papendieck, Jörg Reschke, Cora Rosenkranz, Rico Stehfest, Meike Tobien

Weiterhin

... liegt dieser Ausgabe eine Beilage bei:
Kulturmarken-Award (Causales)
Wir bitten um freundliche Beachtung.

vanacken
Druckerei & Verlag

Es gibt viele bunte Vögel da draußen …

Welcher passt zu Ihnen?

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

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

van Acken: Profi in Sachen Druckerei und Verlag

Lernen Sie unsere „Vögel" kennen.

Wir freuen uns auf Sie!

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

Zahlen & Fakten

Homeoffice oder Präsenz-Büro? Am liebsten beides

Die Pandemie hat die Art, wie wir leben und arbeiten, auf den Kopf gestellt. Was hat das mit den Menschen gemacht? Dieser Frage geht eine Studie der Firma Avaya in Kooperation mit dem Marktforschungsunternehmen „Davies Hickman Partner" nach. Dabei zeigt sich, dass Happiness und Arbeitsproduktivität zusammenhängen. 77 Prozent aller Teilnehmer aus Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH) sind bei der Arbeit produktiver, wenn sie glücklich sind (D 74 %, A 76 %, CH 79 %). Für diejenigen Studienteilnehmer, die angaben, im Jahr 2020 glücklicher gewesen zu sein als im Jahr 2019, war das Homeoffice ein wichtiger Faktor. 52 Prozent machen sich gar Sorgen über die Rückkehr zu einem reinen Büroarbeitstag. Die Option „Work from Anywhere", also ein hybrides Arbeitsmodell, schätzen 40 Prozent der Deutschen (A 46 %, CH 52 %) als Glücksfaktor ein.

▶ **www.avaya-avenue.de/topthemen/studie-work-life-balance/**

Und sonst noch …

Ein Date mit George Clooney!

Die schlechte Nachricht zuerst: Das Date mit George Clooney und seiner Frau Amal ist leider schon verlost. Wer bis Mitte Juli auf der US-amerikanischen Fundraising-Plattform „omaze" gespendet hat, hatte die Chance auf ein Treffen mit den beiden in deren Haus am Comer See, gemeinsamer Lunch und Erinnerungsfoto inklusive. Die gute Nachricht: Der mehrminütige, äußerst amüsante Werbe-Clip zu der Aktion ist noch über YouTube abrufbar. Dort entpuppt sich Clooney als anstrengender „WG-Mitbewohner" und schwärmerischer Fan seines Kollegen Brad Pitt. Einfach bei YouTube „George Clooney is a Big Brad Pitt Fan and Terrible Roommate" eingeben.

▶ **www.omaze.com**

MEINE MEINUNG

„Erst Problem lösen, dann zurücktreten!"

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

Wer ist aktuell Fan der katholischen Kirche? Die Begeisterung hält sich in Grenzen. Aber seit Anfang Juni ist mein Respekt für den Papst gestiegen. Was war passiert: Kardinal Reinhard Marx, auch Erzbischof von München und Freising, reichte wegen der Missbrauchsfälle in der katholischen Kirche seinen Rücktritt ein. Die Medien überschlugen sich mit Beifall. Da übernimmt endlich jemand Verantwortung, war zu lesen. Ich war weniger überzeugt.

Denn ich bin schon länger der Meinung, dass man sich seiner Verantwortung durch einen Rücktritt nur entzieht und sich ihr nicht stellt. Dieses Fordern von rollenden Köpfen ist zu einem medialen Reflex geworden. Hauptsache laut, Hauptsache die Headline stimmt. Doch ändert sich davon etwas schneller? Wird der Fehler vom Nachfolger oder der Nachfolgerin überzeugender angegangen und beseitigt? Ich denke, dass es gesellschaftlich besser wäre, den Fehler zuzugeben, das Problem mit aller Kraft in einem definierten Zeitraum zu lösen und dann erst zurückzutreten. Das ist ehrlicher und glaubwürdiger. Macht aber Arbeit …

Zurück zu Papst Franziskus. Er hat Kardinal Marx den Rücktritt verweigert. In seinem Brief an ihn steht: „Angesichts dieses Verbrechens können wir nicht gleichgültig bleiben. Das (für sich) anzunehmen bedeutet, sich der Krise auszusetzen. (…) Denn ‚Vorsätze' zur Änderung des Lebens zu machen, ohne ‚das Fleisch auf den Grill zu legen', führt zu nichts." Mit anderen Worten: Löse das Problem im Amt! Du wirst gegrillt, aber du veränderst etwas!

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

«Ich will nicht nur die Organisationsziele mit einem Mitgliederbeitrag unterstützen. Auch für Projekte werde ich mich in Zukunft mit Spenden engagieren.»

Roger, 48 Jahre alt
Dozent aus St. Gallen

Das wissen Sie bereits heute – Dank der OM Software

Mit OM erkennen Sie die Bedürfnisse Ihrer Mitglieder, bevor diese sie selbst kennen. Überraschen Sie Ihre Unterstützerinnen und Unterstützer. Die gesammelten Daten im OM machen es möglich.

creati</> SOFTWARE
WIR MACHEN KOMPLEXES EINFACH

Drei Fragen an … Thomas Grosjean

Ab nächstem Jahr soll der Deutsche Spendentag bundesweit begangen werden

? Warum braucht es Ihrer Meinung nach einen Deutschen Spendentag?

Brauchen ist ein relativer Begriff! Darüber entscheiden die Zielgruppen letztendlich, ob sie dieses Angebot für sich interessant finden. Der Deutsche Spendentag ist ein zusätzliches Event in der ersten Jahreshälfte und soll immer am ersten Mittwoch im Juni stattfinden. Durch eine bundesweite Aktion wird das Thema Spenden mit allen Facetten in den Mittelpunkt gestellt.

? Wie genau soll das Event gestaltet werden?

Firmen geben bis zum 1. Mai eines Jahres eine Spendenzusage ab. Auf dieses Spendenvolumen können alle gemeinnützigen Organisationen ihr Interesse bekunden und sich über die Homepage www.DeutscherSpendentag.de anmelden. Die Verteilung der Spenden in Beträgen zwischen 1000 und 10 000 Euro erfolgt durch Losentscheid. Dies hat den Vorteil, dass jede Einrichtung unabhängig von Mainstream und Spendenvorlieben eine faire Chance auf eine Spende hat. Nach der Auslosung wird der Kontakt zwischen Spender und Spendenempfänger hergestellt, die dann die formale Abwicklung unter sich organisieren.

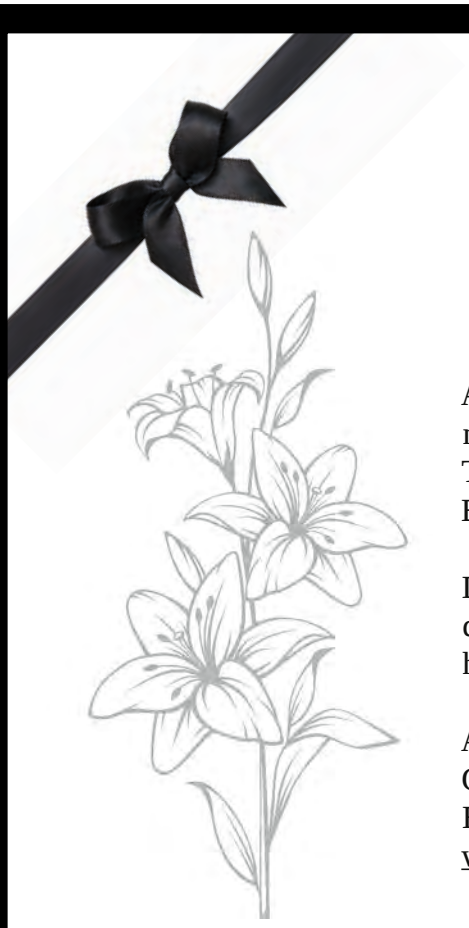
Thomas Grosjean …

… ist freiberuflicher Fundraising-Berater und Autor mehrerer Bücher auf diesem Gebiet.

? Wie verträgt sich das Projekt mit der Idee des „Giving Tuesday"?

Der Deutsche Spendentag ist eine sinnvolle Ergänzung von großen Spendenereignissen. Durch die Terminlage wird keine unmittelbare Konkurrenzsituation erzeugt, obwohl gleiche Zielgruppen angesprochen werden. Vielmehr stehen zukünftig zweimal jährlich interessante Spendenevents im Fokus.

▶ www.deutscherspendentag.de



Die allseits beliebte und vielzitierte

Mrs. Donor Journey

Abschied nehmen gehört zum Leben. Und doch passiert es manchmal viel zu früh. Wenn auch Sie glauben, dass mit dem Tod die Reise zu Ende gegangen ist, gibt es eine tröstliche Botschaft: Fragen Sie nach unserem Legate-Programm.

Denn viele Menschen schätzen es, wenn sie der Nachwelt etwas Gutes und Bleibendes hinterlassen können.

Auf ein vertrauensvolles und offenes Gespräch freut sich Michael Hirsch.
E-Mail: michael.hirsch@directmind.de
www.directmind.de

DIRECT mind

Kurzgefasst …

E-Book „Wirksam wachsen“

Viele Non-Profit-Organisationen wollen wachsen und auf diese Weise mehr Wirkung erreichen. Doch wie funktioniert dies systematisch und wie kommt man zu einem soliden Skalierungsplan? „Wirksam wachsen“ nimmt Organisationen, die vor diesen Fragen stehen, mit auf eine Reise zu einem durchdachten Verbreitungskonzept.

▶ www.opentransfer.de/wirksamwachsen

Social-Media-Nutzung 2021

76 Prozent der Deutschen ab 16 Jahren verwenden soziale Medien. Der Anteil der Social-Media-Nutzer hält sich damit stabil auf dem Vorjahresniveau. Jüngere Zielgruppen bleiben dem Social Web zunehmend fern. Ausgeglichen wird dieser Aderlass durch Zuwanderung von Usern jenseits der 40 ins Web 2.0, so die Ergebnisse des Social-Media-Atlas 2021 der Hamburger Kommunikationsberatung „Faktenkontor“.

▶ www.faktenkontor.de/faktenkontor-studien

Europäische Plattform für Legate

Aufgrund eines global wahrgenommenen Bedeutungszuwachses des Legate-Fundraisings ist Anfang Juni eine europäische Plattform zu diesem Thema online gegangen. Sie bietet News, Forschungsergebnisse, Blogs und Interviews. Entstanden ist das Konzept in den Niederlanden, es wendet sich aber explizit an alle europäischen Fundraiserinnen und Fundraiser.

▶ www.legacygiving.eu

Ratgeber „Wege zum Hauptamt“

Für Bürgerstiftungen, die mit dem Gedanken spielen, einen oder mehrere Hauptamtliche einzustellen, hat die Stiftung Aktive Bürgerschaft den Online-Ratgeber „Wege zum Hauptamt“ veröffentlicht. Anhand von Bürgerstiftungen wird darin gezeigt, welche Aufgabenbereiche Hauptamtliche übernehmen, wie Stellen finanziert werden können und welche Erfahrungen es in der Zusammenarbeit mit Hauptamtlichen gibt.

▶ www.aktive-buergerschaft.de/publikation-wege-zum-hauptamt

Gemeinwohl-Geplauder

Auch Österreich hat einen Podcast für NGOs. „Gemeinwohl Geplauder“ liefert einmal im Monat neue Inputs, Gedanken und Erfahrungswerte für den dritten Sektor sowie NPO-relevante Themen. Die Macher hinter dem Podcast sind Gregor Ruttner und Fabian Scholda, beide ihres Zeichens Geschäftsführer von Sindbad (Niederösterreich Süd), einem Social Business, das sich der Chancengleichheit junger Menschen verschrieben hat.

▶ www.gemeinwohlgeplauder.org

Mailings, die ankommen

SAZ – gemeinsam Ziele erreichen

Kreation • Text • Layout • Produktion • Neuspender-Adressen • Neuspender-Kampagnen • Houselist-Mailings 24-Stunden-Notmailings • Reaktivierungen • u.v.m.

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

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

Deutscher Fundraising-Kongress und -Preis

Endlich ist ein persönliches Treffen vor Ort wieder möglich. Deshalb lädt der Deutsche Fundraising-Verband in diesem Jahr nach Berlin, um dort vom 15. bis 17. September im Langenbeck-Virchow-Haus den Deutschen Fundraising-Kongress zu zelebrieren. Bei Redaktionsschluss stand das Programm noch nicht fest, klar ist aber bereits eines: Die Verleihung des Fundraisingpreises wird in diesem Jahr separat stattfinden, nämlich digital am 16. November. Bewerbungen dafür sind noch bis zum 1. August erwünscht.

▶ www.fundraising-kongress.de

Engagement stärkt Demokratie

Ergebnisse des Freiwilligensurveys 2019

Wie der kürzlich erschienene „Freiwilligensurvey 2019“ zeigt, engagieren sich 28,8 Millionen Menschen ab 14 Jahren in Deutschland freiwillig, das sind 39,9 Prozent dieser Bevölkerungsgruppe. Freiwilliges Engagement ist dann eine Ressource für demokratische Prozesse, wenn sie auf demokratischen Prinzipien beruht und demokratische Ziele verfolgt.

Freiwillig engagierte Personen bewerten dabei mit 95 Prozent die Demokratie als gute Regierungsform zu höheren Anteilen als nicht freiwillig engagierte Personen mit 87,8 Prozent. Auch auf die Frage, wie zufrieden man mit dem Funktionieren der Demokratie in Deutschland ist, fällt die Bewertung engagierter Personen positiver aus als die der nicht engagierten Personen: Während 72,2 Prozent der engagierten Personen mit dem Funktionieren der Demokratie in Deutschland zufrieden sind, sind es bei nicht engagierten Personen 65,8 Prozent. Freiwillig engagierte Personen weisen darüber hinaus höheres Vertrauen in grundlegende gesellschaftliche und demokratische Institutionen auf (Polizei, Justiz, Bundestag, Bundesregierung, Europäisches Parlament, Parteien) als nicht engagierte Personen.

▶ www.freiwilligensurvey.de

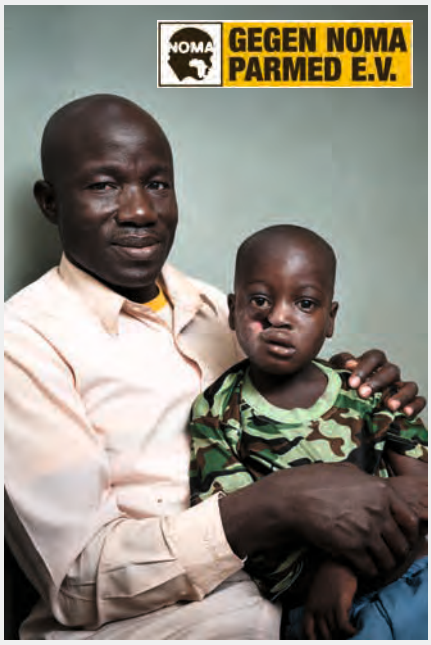
Noma ist keine Gottesstrafe – Gegen Noma Parmed e.V. baut auf Unterstützung konfessioneller Leser

Fester Bestandteil im Fundraising: Die Publikationen der KONPRESS-Medien eG

Yenhambri T. war fünf Jahre alt, als der in der Region Sahel aufgewachsen Junge an Noma erkrankte. Die zumeist arme Bevölkerung lebt dort überwiegend von der kargen Landwirtschaft und daher gibt es häufig zu wenig zu essen. Viele Kinder sind unterernährt und leiden an einem geschwächten Immunsystem. Ohne eine rasche Behandlung sterben neun von zehn Kleinkindern an Noma.

Der Verein „Gegen Noma-Parmed" kämpft gegen die Verbreitung dieser bakteriellen nekrotisierenden Erkrankung des Mundes und des Gesichts, bei der die Haut und Muskeln faulen können. Jedes Jahr sterben dadurch über 140 000 Kinder weltweit. In der öffentlichen Wahrnehmung findet Noma jedoch kaum Beachtung. Dabei hat der UN-Menschenrechts-Rat diese Krankheit bereits 2012 als eine Verletzung des Menschenrechts auf Nahrung deklariert.

Die Vereinigung ist eine unabhängige Hilfsorganisation und engagiert sich bereits seit zehn Jahren in der Sahel-Region von Burkina Faso. Die Mitglieder leisten dort wichtige Präventionsarbeiten und setzen sich für eine umfassende medizinische Versorgung ein. Dank umfangreicher Sensibilisierungskampagnen konnte die Krankheit bei Yenhambri rechtzeitig erkannt und er im Krankenhaus versorgt werden. Ein paar Tage später durften der fünfjährige und seine Eltern bereits in ihr Dorf zurückkehren: Sein Allgemeinzustand hat sich zufriedenstellend entwickelt. Was aber blieb, waren die Noma-Folgeschäden: Bei Yenhambri hat die Bakterienerkrankung unansehnliche Narben hinterlassen.



Der Junge Yenhambri erkrankte mit fünf Jahren an Noma und erlitt schwere Verstümmelungen. *Foto: Marius Brüggen*

Die Überlebenden leiden häufig unter schweren Gesichtsverstümmelungen, Schwierigkeiten beim Sprechen und Essen und einem sozialen Stigma. Sie werden aus der Gesellschaft ausgeschlossen, von ihren Familien verstoßen und brechen die Schule ab. In Afrika fehlt das Wissen über Noma, sowohl bei den Einwohnern als auch beim medizinischen Personal.

Viele glauben, dass Noma eine Gottesstrafe ist und verstecken ihre erkrankten Kinder. Wenn die Symptome frühzeitig erkannt werden, kann Noma durch einfache Hygiene gestoppt werden: Dazu zählt die Verabreichung von Antibiotika, aber auch Hände waschen und eine gesunde Zahn-Mund-Hygiene.

Im Kampf gegen die tödliche Krankheit ist die Hilfsorganisation auf Spenden angewiesen. Und hier spielt die KONPRESS-Medien eG eine gewichtige Rolle: Flankiert von redaktionellen Beiträgen setzen wir für die Neuspendergewinnung gezielt auf Anzeigenschaltungen in den Titeln der KONPRESS als einen festen Bestandteil unserer Marketing- und Fundraisingaktivitäten.

So erreichen Sie werteorientierte Spender!

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

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

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

konpress
Konfessionelle Medien

Futtern für den Naturschutz – so lautet der Auftrag für gut 300 Heidschnucken und 400 Lämmer der Schäferei Hoymes aus Wackerow bei Greifswald. Bis in den Herbst hinein pflegen sie auf rund 140 Hektar wertvolles Offenland auf der DBU-Naturerbefläche Prora auf der Insel Rügen. „Ich freue mich sehr, dass wir das Beweidungsprojekt nun gemeinsam mit den Ökolandwirten Hoyme starten. Diese Art der Landschaftspflege ist besonders schonend und erhält den Lebensraum für seltene Tierarten wie Schlingnatter oder Sperbergrasmücke“, so Dr. Jörg Tillmann, stellvertretender Fachlicher Leiter im DBU Naturerbe, einer gemeinnützigen Tochtergesellschaft der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) sowie Eigentümerin der Fläche. Die rund 1900 Hektar große DBU-Naturerbefläche Prora ist seit 2008 Teil des Nationalen Naturerbes und damit gänzlich dem Naturschutz gewidmet.

▶ www.dbu.de

Schöner scheitern … mit Firmenjubiläen

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

Von MAIK MEID

Einem Freund ist Folgendes passiert: Er ist Fundraiser und seine Einrichtung entschied sich, ab sofort intensiver auf Unternehmen zuzugehen. Da auch Anlassspenden stets ein Gewinn für die Einrichtung waren, schien eine Kombination sinnvoll: Auf regionale Unternehmen fokussieren, die Anlässe haben. Betriebsjubiläen, runde Geburtstage der Gründer oder Inhaber sollten es sein. Ein erster Versuch, bereits im Hochsommer mit einem leicht ironischen Flyer auf die Möglichkeit von Weihnachtsspenden statt Geschenken an Kunden hinzuweisen, floppte. Also ab ins direkte Gespräch, so die Theorie.

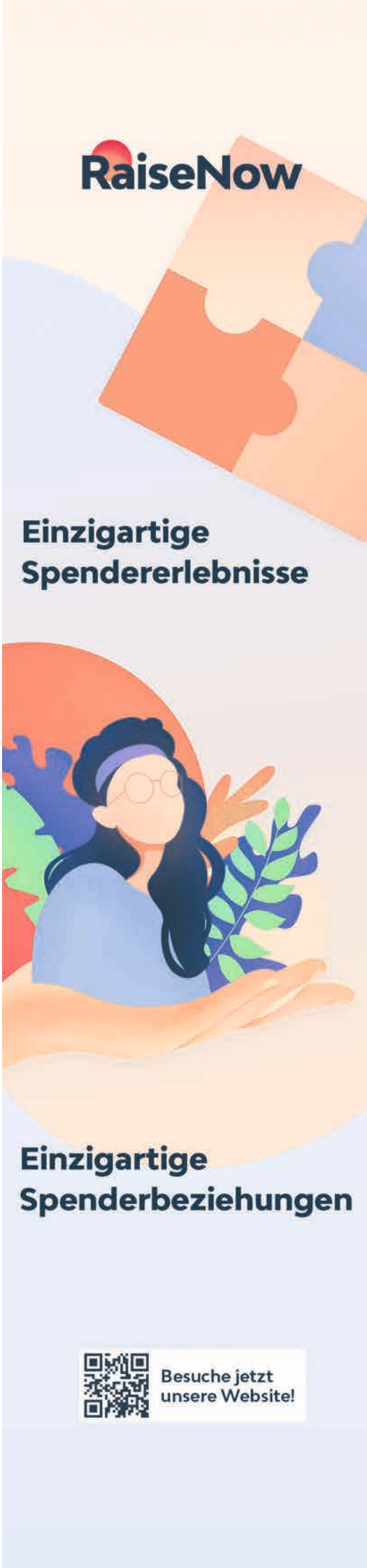
Und tatsächlich interessierten sich Firmen dafür. Ein Mittelständler fragte an, ob sich die Organisation nicht auf der mehrtägigen Jubiläumsveranstaltung mit Infostand präsentieren möchte. Schließlich kämen auch hochkarätige Geschäftspartner, die sicherlich Interesse an der Arbeit und an Möglichkeiten für großzügige Unterstützungen von regionalen Projekten haben. Versprochen wurde, dass die Spendenmöglichkeit und die Kooperation mit der Organisation in der Einladung zur Feier benannt wird. Das Unternehmen kündigte an, statt um Geschenke zum runden Jubiläum um Spenden für die Einrichtung des Freundes zu bitten. Ebenso wollte es darauf hinweisen, dass während der Veranstaltung die Möglichkeit besteht, Spenden direkt zu übergeben. Bei zwei Vorbesuchen wurden Details vereinbart. Neue Roll-ups, Flyer und Incentives erstellt, Infomaterial aktualisiert, Klienten gebrieft, eine kleine Aktion geplant. Zusätzlich gab es das Versprechen, dass die Spenden im Anschluss großzügig durch den Jubilar aufgerundet werden. Man erhoffte sich ja auch eine gute öffentlichkeitswirksame Berichterstattung. Die Anlassspendenaktion vor Ort war also perfekt organisiert.

Am Jubiläumstag stand nun mein Freund gemeinsam mit seiner Kollegin, einer Praktikantin und wechselnden Klienten der Einrichtung drei Tage lang im Hochsommer von morgens bis abends auf dem schattenfreien Betriebsgelände des Mittelständlers – am anderen Ende des Veranstaltungsgeländes, völlig ab vom Schuss. Der Schweiß floss in Strömen, was man von den Spenden nicht behaupten konnte. Wirklich niemand interessierte sich für das gemeinnützige Anliegen. Für die mehreren Hundert Menschen war Feiern angesagt. Wer will es ihnen verdenken. Spenden spielten keine Rolle. Die Ankündigung der Jubiläumspartnerschaft vor Ort war wohl auch vergessen worden. Immerhin rundete das Unternehmen am Ende wie angekündigt auf: auf einen insgesamt sehr geringen dreistelligen Betrag.

Krönender Abschluss: Im Zuge der guten Zusammenarbeit gab es natürlich auch noch einen Extra-Pressetermin mit Scheckübergabe, der selbstverständlich realisiert wurde. Man ist ja dankbar.

Seitdem ist mein Freund sensibilisiert bei irgendwelchen Formen von Anlassspenden im geschäftlichen Umfeld. Es könnte hitzig werden.

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



In was für einer Gesellschaft wollen wir zukünftig leben?

Persönliche Gedanken von Johannes Stephens

Die Corona-Pandemie wirkt wie ein Brennglas auf unsere Gesellschaft. Die vorher kaum sichtbaren sozialen Konflikte werden zum Teil unübersehbar. Derzeit ist unsere Gesellschaft gespalten wie lange nicht mehr. Die Pandemie hat gezeigt: In der Krise werden die Reichen reicher und die Armen noch ärmer.

Mit Beginn der Corona-Pandemie geriet alles andere aus dem Blick: Die Kriege im Nahen Osten und in Afrika, das Elend der Flüchtlinge vor den Grenzen Europas, die Klimakrise, die Lage der Obdachlosen und drogenabhängigen Menschen in den deutschen Städten, Lebensbedingungen in den Gemeinschaftsunterkünften für geflüchtete Menschen und viele weitere Adressatinnen und Adressaten der Sozialen Arbeit waren von jetzt auf gleich kein Thema mehr. Es gab nur noch die Berichterstattung zur Pandemie! Im Supermarkt wurde um jede Rolle Toilettenpapier gekämpft. Medial wurde der Krieg gegen Corona ausgerufen, und die Gesellschaft wurde eingeteilt in „Risikogruppen" und „Nicht-Risikogruppen" sowie in „Infizierte" und „(noch) nicht Infizierte". Außerdem gab es nun systemrelevante Berufsfelder und Berufsgruppen, die in den Krisenzeiten nicht relevant für die Gesellschaft sind. In ganz Deutschland entwickelte sich eine virologische Sprache, und Organisationen der Sozialen Arbeit mussten sich von jetzt auf gleich dieser neuen Situation anpassen. Die Medizin und die Bekämpfung des Virus standen im

medialen Mittelpunkt sowie in der öffentlichen Wahrnehmung. Alles andere trat in den Hintergrund.

Die Massenmedien gaben wenig Aufschluss, auf welche sozialökonomischen Strukturen die Pandemie trifft und ob die Pandemie die sozialökonomische Ungleichheit durch die Berichterstattung der Bundesregierung über die Lebenslagen in Deutschland dokumentiert oder ob dies die Bundesregierung getan hat.

Einzig über die Lage der Beschäftigten im Pflegebereich und im Gesundheitswesen mit ihren niedrigen Einkommen, hoher Arbeitsbelastung und fehlender Schutzausrüstung wurde berichtet. Die Schicksale weiterer Adressatinnen und Adressaten der Sozialen Arbeit (beispielsweise Arbeitslose, Obdachlose, geflüchtete Menschen etc.) waren nur ein peripheres Thema in den Medien.

Die Soziale Arbeit (und damit die Sozialwirtschaft insgesamt) hatten kein Sprachrecht im öffentlichen Diskurs und dementsprechend auch keine Systemrelevanz für sich selbst reklamiert. Die Soziale Arbeit blieb stumm, auch wenn sie mit den Adressaten selbstverständlich fortgeführt wurde (insbesondere in der Kinder- und Jugendhilfe, Flüchtlingshilfe etc. – die stationären Angebote konnten ja nicht geschlossen werden). Doch Soziale Arbeit war nicht im Homeoffice möglich. Soziale Arbeit bedeutet, direkten und persönlichen Kontakt mit den Adressaten zu haben.

Sofern es ein Ende dieser weltweiten Pandemie geben wird, wird deutlich geworden sein, dass sich in dieser weltweiten Krise die sozialen Ungleichheiten verstärkt haben. Durch diese ökonomische Krise und folgende Umstrukturierung der Wirtschaft wird sich die soziale Ungerechtigkeit weiter verschärfen. Die Maßnahmen der einzelnen Regierungen gelten während der Pandemie der Bewahrung des gesellschaftlichen und ökonomischen Status quo. Der soziale Status der gerade sowieso bereits benachteiligten Bevölkerungsgruppen gerät dabei vollends aus dem Fokus.

Nun stellt sich die Frage: In was für einer Gesellschaft wollen wir zukünftig leben? Hier wünsche ich mir einen gesamtgesellschaftlichen Diskurs zu diesem Thema – viel mehr noch unter Fundraiserinnen und Fundraisern, die mit ihrem Engagement die Zivilgesellschaft aktiv gestalten wollen.

Johannes Stephens absolvierte seinen B.A. und M.A. der Sozialen Arbeit an der Evangelischen Hochschule Darmstadt und ebenso einen M.A. Sozialmanagement an der Leuphana-Universität Lüneburg. Besonders in seinen beiden Masterstudiengängen fokussierte er sich auf die Kritische Soziale Arbeit. Ihm ist es ein Anliegen, mit der kritischen Perspektive auf die Soziale Arbeit Antworten für die Praxis zu entwickeln. Seit 2013 ist er als Fundraising-Berater für soziale Organisationen in ganz Deutschland tätig.

▶ www.johannes-stephens.de

“Nach dem Übergang auf Engage 365 konnten wir nicht nur den IT-Aufwand reduzieren, sondern auch effektiv Kosten sparen.”

Microsoft Dynamics 365

Office 365

Power BI

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

www.ifunds-germany.de + 49 221 669952-0 kontakt@ifunds-germany.de

ifunds

„Das echte

Monica Culen wird nach 17 Jahren ihr Amt als Präsidentin beim Fundraisingverband Austria abgeben. So lange wollte sie das Amt gar nicht ausüben, denn als Vorstand der Dachorganisation „Rote Nasen International“ hatte sie genug zu tun. Im Interview mit Matthias Daberstiel erzählt sie, wie es zur NGO-Gründung kam und warum sie eigentlich niemals mit Krankenhäusern arbeiten wollte.

? Sie haben die Idee des Lachens auf Rezept als Erste in Europa entwickelt und die Roten Nasen in Österreich gegründet. Wie kam es dazu?

Manche Dinge sind einfach Schicksal und nicht geplant. Ich war als Kind lange im Spital und hatte keine gute Zeit dort. Eigentlich wollte ich nie mehr etwas mit Krankenhäusern zu tun haben. Doch dann kamen durch einen Zufall einige engagierte Damen auf mich zu und stellten mir eine Idee aus Amerika vor, die sie nicht umsetzen konnten und für die sie Hilfe brauchten. Ich arbeitete damals im Bereich Public Relations und dachte: „Okay, dann mach ich mal ein Konzept!“ Mit diesem etwas unbedachten Schritt ist mir das Programm der Clown-Doktoren in den Schoß gefallen und dort fröhlich sitzen geblieben. Denn die Damen zogen sich zurück zu ihren familiären Verpflichtungen, und ich war dann plötzlich allein mit diesem Programm.

? Sie selbst kommen also nicht aus der Medizin. Wie schwierig war es, die Ärzte zu überzeugen, Clowns in ihre heiligen Hallen zu lassen?

Oh, der Anfang war sehr holprig. Die Krankenhäuser haben das gar nicht verstanden.

Lachen liegt in den Augen“

Uns selbst fehlte auch die konkrete Erfahrung, wie die Clowns auf die Patientinnen und Patienten wirken könnten. Aber ein wenig Fröhlichkeit im Krankenhaus kann doch nicht schaden, meinten wir dann, und so konnten wir das zumindest probieren. Dann stellten sich schon nach drei bis vier Wochen erste Erfolge ein. Das war natürlich ein langer Prozess von diesen ersten Versuchen bis heute, wo Clowns State-of-the-Art in vielen westlichen Kliniken sind.

? Sie legen sehr viel Wert auf Qualität der Clownauftritte. Rumblödeln reicht also nicht?

Wir haben vor mehr als 25 Jahren begonnen und haben natürlich jetzt immense Erfahrungen, welche Wirkung Humor erzielen kann, um seelische und psychische, aber auch physische Leiden zu lindern. Selbstverständlich gibt es auch eine wissenschaftliche Begleitung und Evaluation der Programme. Unsere Clowns werden künstlerisch und charakterlich sehr sorgfältig ausgesucht. Wir haben eine internationale Schule für Humor, wo wir unsere 450 Clowns, die in elf Ländern unterwegs sind, aus- und weiterbilden. Es gibt mittlerweile auch eine maßgeschneiderte Ausbildung für spezielle Krankheiten und Patientengruppen, aber auch für den Einsatz in Krisenregionen. Selbst für Komapatienten haben wir ein Format entwickelt oder für kleine Patienten, die von uns vor und nach Operationen betreut werden. Die Ergebnisse sind gerade da ganz fantastisch. Professionalität ist uns sehr wichtig. Exzellenz ist einer unserer zentralen Werte. Auch ethische Richtlinien spielen eine wichtige Rolle. Wir wollen ein seriöser Partner für die Kliniken sein.

? Das Qualitätsmanagement ist im Fundraising aber nicht so sexy?

Nein, das kann man wirklich nicht sagen (lacht). Aber gerade in der Zusammenarbeit mit internationalen Hilfsorganisationen ist das sehr wichtig. Das ist viel Arbeit, und das will der Spender nicht so gerne zahlen. Aber wir müssen es trotzdem machen.

? In welchen Feldern sind Rote Nasen von der Corona-Krise betroffen? Kann beispielsweise ein Clown mit Mund-Nasen-Schutz überhaupt arbeiten?

Beim ersten Lockdown waren die Krankenhäuser zu, und das war für uns ein Schock, aber wir konnten schnell auf digitale Medien umstellen. Wir haben mit Video und Zoom gearbeitet und versuchten, die Kontakte zu den 650 Krankenhäusern in den elf Ländern, in denen wir tätig sind, zu halten. Wir waren in den Klinik-Innenhöfen präsent, sind sogar bei Seniorenheimen mit Hebebühnen von Stockwerk zu Stockwerk gefahren und haben die Menschen am Fenster besucht. Palliativkinder besuchten wir zu Hause per Video. Jetzt sind fast alle unsere Clowns auch geimpft und wieder im Krankenhaus aktiv.

? Aber Clownerie mit OP-Maske? Ist schwierig, oder?

Stimmt! Aber wenn man weiß, dass das echte Lachen in den Augen liegt, relativiert sich das. Die Maske war auf Intensivstationen auch schon vor der Pandemie Teil des Spiels und der Interaktion. Das geht schon.

? Wie stolz ist man auf eine Organisation, die sich so entwickelt hat?

Ich habe mir einen alten Zeitungsartikel aufbewahrt, wo über die Roten Nasen berichtet wurde und mein Vater darauf fast empört notierte: Das ist das, womit sich meine Tochter jetzt beschäftigt! Denn ich war vorher beim OPEC-Fund. Dort wurde ich im Seidenkostüm von einem Chauffeur herumgefahren, habe Ministerkonferenzen in Afrika und Südamerika organisiert und natürlich auch viel verdient. Und dann war ich für ihn plötzlich im Chaos und mit Straßenkünstlern unterwegs. Das war für ihn unmöglich. Aber ich habe durchgehalten, auch durch schwere Zeiten. Das ist ein gutes Gefühl.

? Was empfehlen Sie anderen?

Wenn man an einer Sache dranbleibt, eine Vision hat und man spürt, dass Dinge Wirklichkeit werden, begeistert einen das. Auch aus unternehmerischer Sicht. Aber es gibt noch einen zusätzlichen Aspekt. Wir hätten uns im Leben nicht vorstellen können, was daraus geworden ist. Der Rückblick ist toll, aber ich freue mich umso mehr, dass sich eine nächste Generation ankündigt, die das übernimmt und auch eine große Begeisterung mitbringt. Es wird noch viel aus Rote Nasen entstehen. Das macht mich sehr glücklich!

? Welche Rolle spielte das Fundraising für Ihre Organisation?

Das ist natürlich zentral. Ich habe mit meinem Team immer versucht, eine Haltung zu haben: Wenn wir das Richtige tun, dann kommt das Geld auch! Macht euch keine Sorgen! Die Idee und die Mission müssen stark genug sein. Aber klar, am Anfang war es sehr knapp, und es gab auch Cocktailpartys, zu denen ich nicht mehr eingeladen wurde, weil ich ja alle anbetteln würde. Das war schon hart. Wir waren anfangs natürlich noch nicht so professionell aufgestellt. Um Geld zu fragen war der Anfang, aber dann hat mir das Netzwerk des Fundraising Verbands Austria (FVA) sehr geholfen. Ich habe an FVA-Stammtischen die Kollegen ausgefragt, Workshops besucht und viel gelernt. Ohne den Verband hätte ich unser Fundraising nicht so schnell professionalisieren können, und deswegen bin ich sehr froh, dass ich als Vorsitzende des Verbandes auch etwas zurückgeben konnte.

? Seit 2004 stehen Sie dem Fundraisingverband Austria als Vorstand vor. Hätten Sie damals gedacht, dass Sie dieses Ehrenamt so lange ausüben?

Es gab damals einen Skandal um die ... ▶

... Organisation unseres damaligen Vorsitzenden und er musste abtreten. Da war guter Rat teuer, und alle blickten auf mich. Ich weiß noch, dass ich sagte: „Leute, ich hab wirklich gar keine Zeit! Ich mache jetzt übergangsmäßig eine Frühstückspräsidentin, und dann schauen wir mal, wer da kommt." Und nun gehe ich 2021 aus dem Amt und schaue, wer da kommt. (lacht)

? Sie haben aber auch eine Struktur im Verband gefunden, die auf einer aktiven Geschäftsführung beruht, die auch für den Verband spricht.

Anfangs hatten wir kaum eine Struktur, der Vorstand führte alle Agenden. Aber der Anspruch war, den gemeinnützigen Sektor zu vertreten und eine starke Stimme zu sein. Durch die Einführung der Organisationsmitgliedschaft haben wir einen großen Schritt nach vorn gemacht. Günther Lutschinger als Geschäftsführer zu gewinnen, war ein Coup, denn wir hätten ihm damals kein volles Gehalt zahlen können. Gemeinsam mit der Agentur „Direct Mind" hoben wir damals eine gemeinnützige Lotterie aus der Taufe. Günther Lutschinger konnte als Projektleiter für die Lotterie gewonnen werden und dort Geld verdienen und bei uns erst mal zusätzlich eine Teilzeit-Geschäftsführung machen. Das hat die Professionalisierung wirklich vorangebracht. Wir alle sind Günther Lutschinger für seine Arbeit sehr dankbar. Das sieht man auch im europäischen Vergleich. Da sind wir als Verband ein Vorbild, und das macht mich auch ein wenig stolz.

? Was ist heute im Fundraising in Österreich anders als vor 17 Jahren?

Das kann man wirklich nicht mehr vergleichen. Diese klare strategische Professionalität, die Einbeziehung der Spendersicht, die Weiterentwicklung der Tools sind nur einige Beispiele. Wir hatten 1996 mit Mailings begonnen, und schon das erste Direct Mail brachte uns damals Gewinn. Eher ungewöhnlich. Das war die Basis unseres Erfolgs. Wenn ich heute Datenbanken und Analysen sehe und wie die Spendergruppen individuell betreut werden können, ist das schon fantastisch.

? Welche Wertschätzung durch die Politik erleben Sie für die Arbeit der Non-Profits in Österreich?

Die Politik nimmt uns mittlerweile wahr. Sie hört auf den FVA. Gerade bei rechtlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen werden wir gefragt und machen Vorschläge. Das ist auch Basis unseres Erfolges, weil wir als verlässlicher Partner gelten.

? Frauen in Führungspositionen sind bei Rote Nasen in Österreich Alltag. Machen Sie mal den männerlastigen Vorständen und Geschäftsführungen anderer Organisationen Mut! Müssen diese Angst vor Frauen in Führung haben?

Die Frauen sind im Vormarsch, möchte ich sagen! Ich arbeite aber mit Männern und Frauen gleich gern, da wird keiner bevorzugt. Wir haben natürlich auch sehr gute Männer im Team. Vielleicht fühlen sich Frauen bei uns so wohl, weil unser Thema so viel Empathie und Fingerspitzengefühl braucht. Es ist sehr fruchtbar, wenn es ein gutes Gender-Gleichgewicht gibt.

? Zum Schluss geht es aber um Qualifikation?

Absolut! Ausschließlich. Auch um Motivation und den Willen, sich komplett einzubringen. Gute Teamarbeit ist mir sehr wichtig wie auch die Qualität der Arbeit. Nur bei den Clowns versuchen wir eine 50/50-Aufteilung einzuhalten, weil gemischte Teams besser funktionieren.

? Und was kommt als Nächstes? Wohin geht die Reise von Monica Culen?

Im Verband hatte ich eine superschöne Zeit mit sehr gescheiten, engagierten und sehr professionellen Personen. Das war immer eine Freude, sich auszutauschen und gemeinsam Dinge zu entwickeln. Das wird mir abgehen. Aber es ist jetzt schon Zeit. International bin ich bei den Roten Nasen noch unterwegs, aber nicht mehr in verantwortlicher Position. Ich will mich mehr den strategischen Aspekten widmen und unsere internationale Organisation und das Thema Humor und Gesundheit so weiter voranbringen. Ich bin bei der WHO eingeladen, fahre zu Konferenzen und würde am liebsten ein Buch über die unglaublichen Dinge, die ich erlebt habe, schreiben.

? Was geben Sie der neuen Generation in NGOs mit?

Bei uns hängt ein Schild „No is not an answer!". Lass Dich nicht durch ein Nein demotivieren! Wenn es so nicht geht, dann gibt es einen anderen Weg. Am Fundraising muss man einfach Spaß haben. In der Kreativität, der Vielschichtigkeit, liegt viel Positives. Und ich habe meinem Team immer gesagt: Es gibt nicht „die Spender". Denk an die Menschen, die du erreichen möchtest, dann werden sie dich unterstützen!

▶ www.rotenasen.at

Dialog Direct®

Der härteste Job der Welt?

Galileo testet den DialogerJob

Galileo

Ausbildung und Weiterbildung im Fundraising

Akademische Abschlüsse im Fundraising

Es gibt im Fundraising und Non-Profit-Management eine Reihe von Studiengängen mit universitären Abschlüssen. Sogar ein Master im Fundraising-Management ist möglich. Das Fundraiser-Magazin hat berufsbegleitende Studiengänge mit akademischem Abschluss verglichen.
Seite 22

Studiengänge auf einen Blick

Die große Übersichtstabelle über die wichtigsten berufsbegleitenden Hochschulabschlüsse im Fundraising und Non-Profit-Management.
Seite 24

Kompakt und intensiv: richtig bitten lernen

Dank der aktuellen Digitalisierungswelle scheinen Online-Weiterbildungsangebote wie Pilze aus dem Boden zu sprießen. Ein Überblick über seriöse Angebote in der Fundraising-Weiterbildung.
Seite 20

Wenn alte Hasen noch was lernen

Der Kurs hat – Spoiler! – deutlich mehr Spaß gemacht, als der Teilnehmer ursprünglich erwartet hatte. Ein persönlicher Erfahrungsbericht über den Online-Fundraising-Kurs der Fundraising-Akademie.
Seite 28

Akademische Abschlüsse im Fundraising

Ein Vergleich berufsbegleitender Studiengänge

Non-Profit-Management zu lernen, war lange learning by doing. Mittlerweile gibt es eine Reihe von Studiengängen, die mit universitären Abschlüssen werben. Sogar ein Master im Fundraising-Management ist möglich. Das Fundraiser-Magazin hat berufsbegleitende Studiengänge verglichen.

Von CLAUDIA FUHRMANN und MATTHIAS DABERSTIEL

Auch die Non-Profit-Szene braucht Nachwuchs. Doch der ist noch rar. Bachelor-Studiengänge im Non-Profit-Management gibt es erst zwei. Doch ein normaler Studiengang mit Präsenzpflicht kann berufsbegleitend auch nicht studiert werden. Deshalb hat das Fundraiser-Magazin in Deutschland, Österreich und der Schweiz recherchiert und zwölf Studiengänge identifiziert, die einen akademischen Master-Abschluss in Non-Profit-Management oder sogar Fundraising-Management berufsbegleitend anbieten. Ziel solcher Kurse ist es meist auch, zur Leitung von Abteilungen oder ganzer Organisationen zu befähigen. Für viele Beschäftigte winkt mit einem Master also auch ein Karriere- und Gehaltssprung.

Master in Fundraising-Management

Fundraising-Management kann man aktuell nur in Deutschland im Kooperationsprojekt der Fundraising-Akademie und der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen und in der Schweiz an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) studieren. Beide haben schon lange praktische Erfahrung in der Vermittlung von Fundraising-Expertise. Das macht auch den Studiengang an der Fundraising-Akademie interessant. Denn wer schon Fundraising-Manager/in ist, kürzt das Masterstudium deutlich ab. „Wir haben im Masterstudiengang unsere bewährten Inhalte aus dem Fundraising-Management-Kurs mit wichtigen Themen wie Philanthropie und Ethik, Führungsthemen und Management-Expertise der Hochschule ergänzt“, erläutert Thomas Kreuzer, Geschäftsführer der Fundraising-Akademie. Damit bildet der Kurs den akademischen Standard im Fundraising-Management in Deutschland. Der erste Kurs ist gerade abgeschlossen, und der nächste startet im Wintersemester.

Auswahl in der Schweiz

In der Schweiz gibt es an der ZHAW schon seit 2004 einen Diplom-Studiengang im Fundraising-Management (DAS). 2019 kam der Masterabschluss dazu. Der Aufbau dieses Studiengangs (MAS) folgt Kompetenzstufen, die die Studierenden schrittweise von der Planung von Fundraisingkampa-

gnen über die Entwicklung von komplexen, integrierten Fundraisingstrategien bis zur Führung, Philanthropie und Development führen. Der vierte Teil ist ein Wahlfach und beinhaltet Themen wie Event- und Sponsoring-Management oder digitales Marketing. Der Kurs kann durch den modularen Aufbau in zwei, aber auch in fünf Jahren absolviert werden. Das ist das flexibelste Angebot am Markt.

Die Fachhochschule Nordwestschweiz bietet den „DAS-Kommunikation und Fundraising Management für NPO" an, der aus zwei Zertifikatslehrgängen (CAS) besteht und mit einer Diplomarbeit abschließt. In Österreich fehlt bisher ein solches Angebot im Fundraising-Management oder Non-Profit-Management, das berufsbegleitend studiert werden kann.

Bei der Wahl des Lehrgangs ist neben dem Blick auf das Curriculum besonders auf den Standort zu achten, denn alle Studiengänge schreiben Blockseminare oder Präsenztage vor. Meist an verlängerten Wochenenden, aber auch in ganzen Wochen. Deshalb empfiehlt es sich, früh das Gespräch mit dem Arbeitgeber zu suchen, um Termine abzustimmen. Um solche Fragen zu klären, bieten die Lehrgänge Ansprechpartner und zum Teil auch Online-Infoveranstaltungen an.

Master ohne Uniabschluss

Entscheidend ist auch der gewünschte Abschluss, der an die Zugangsvoraussetzungen gekoppelt ist. Die meisten bieten einen Master of Arts an, der ursprünglich als Aufbaustudiengang zum Bachelorstudium und nicht berufsbegleitend vorgesehen war. Das war dann der Master of Business Administration, der auch Berufspraxis als Zulassungskriterium und ein Hochschulstudium vorsah. Aber hier ist das Bildungssystem flexibler geworden. In Deutschland besonders in Hessen. Dort kann man sogar einen Masterabschluss erwerben, ohne einen akademischen Abschluss in der Tasche zu haben. Quereinsteiger, die mindestens fünf Jahre Berufserfahrung in NGOs vorweisen und eine Hochschulzugangsberechtigung in Form eines Abiturs oder einem Äquivalent besitzen, können so an der Fundraising Akademie einen akademischen Titel erwerben. Das macht es durchaus attraktiv. Andere Studiengänge schreiben in solchen Fällen noch eine Eignungsprüfung vor.

Die Kosten eines solchen Studiums sind sehr unterschiedlich, was bei der Recherche doch überraschte. Hier können Studienkredite und Förderprogramme helfen, oder der Arbeitgeber investiert in sein Personal. Die Tabelle auf den folgenden Seiten soll helfen, eine gute und fundierte Wahl auf dem Weg zum Master zu treffen. Viel Erfolg!

Umwelt-Campus Birkenfeld | HOCHSCHULE TRIER

NGO-Nachwuchs jetzt selbst dual ausbilden.
An Deutschlands Grünster Hochschule*.

„Nonprofit und NGO-Management" und „Sustainable Change – Vom Wissen zum Handeln"

sind zwei maßgeschneiderte Studiengänge mit akademischem Abschluss auf Bachelor- bzw. Masterlevel.
Gestalten Sie dual praxisintegriert oder berufsbegleitend die Ausbildung Ihrer künftigen Führungskräfte mit!

Der **neue praxisorientierte Bachelor-Studiengang „Nonprofit und NGO-Management"**, studierbar in den Varianten **dual praxisintegriert** oder klassisch **grundständig**, bildet Ihren Managementnachwuchs passgenau aus. Im Studium sind insgesamt ca. 1 Jahr Praxis in der kooperierenden NPO/NGO vorgesehen. Gemeinwohlorientierte Fragestellungen und Inhalte, auf den Nonprofit-Sektor ausgerichtet, werden mit soliden betriebswirtschaftlichen und juristischen Grundlagen verknüpft.

Der bereits erfolgreich etablierte **berufsbegleitende Master-Studiengang „Sustainable Change – Vom Wissen zum Handeln"** vermittelt einen systemischen Überblick über eine nachhaltige Wirtschaftsweise aus verschiedenen Perspektiven. Es geht um Wege in eine öko-soziale Transformation, die durch den Aufbau fachlicher Expertise vor allem Kompetenzen im Bereich der Projektentwicklung komplettiert wird. Ziel ist die Befähigung, anhand realer Fragestellungen zur systemischen und systematischen Lösung von Herausforderungen, auch in Ihrer Nonprofit-Einrichtung, beizutragen.

Infos zu diesen innovativen Studienangeboten für NGOs unter
www.umwelt-campus.de/studium/studienangebot-weiterbildung

Allgemeine Informationen über den Umwelt-Campus Birkenfeld mit inzwischen 25 Jahren Erfahrung beim Erforschen und Studieren von umwelt- und nachhaltigkeitsorientierten Fragestellungen in 27 Studiengängen unter www.umwelt-campus.de.

Zukunftsfähigkeit studieren. Am Umwelt-Campus Birkenfeld.

* Platz 1 in Deutschland (international auf Platz 6) im GreenMetric Ranking 2020 unter weltweit 910 teilnehmenden nachhaltigen Universitäten und Hochschulen

Akademische Fundraising-

Lehrgangstitel	Fundraising-Management und Philanthropie	Nonprofit-Management & Governance	Management von Kultur- und Non-Profit-Organisationen	Master Sozialmanagement	CSR & NGO Management	Nonprofit Management
Anbieter	Fundraising-Akademie und HWG Ludwigshafen	Universität Münster	Technische Universität Kaiserslautern	Evangelische Fachhochschule Freiburg	Hochschule Bonn-Rhein-Sieg	Evangelische Hochschule Darmstadt
Preis (inkl. Mwst.)	16 900 €	10 950 €	ca. 3850 €	8500 €	14 640 € plus Semesterbeitrag	10 200 €
Sonderkonditionen	Frühbucher: 15 900 €	ja	nein	nein	nein	nein
Prüfungsgebühr	nein	nein	500 €	nein	nein	inklusive
Dauer	2 Jahre	6 Semester	4 Semester	5 Semester	3 oder 5 Semester	5 Semester
Zeitaufwand	25 Präsenztage (Fundraising-Akademie) und 7-Mal 3 Präsenztage (Do–Sa) in Ludwigshafen	12 Blockwochenenden (Fr–So) und 5-tägiges Schwerpunktseminar	ein- bis zweimal pro Semester an einem (verlängerten) Wochenende	Blockveranstaltungen Fr/Sa und 12–13 Wochenend-Blöcke pro Semester	Seminare Fr/Sa, eine Einführungswoche, Intensivseminare in den Abendstunden	77 Präsenztage
Häufigkeit der Kurse	einmal jährlich (WS)	zweimal jährlich	einmal jährlich (WS)	einmal jährlich (WS)	einmal jährlich (WS)	zweimal jährlich
Zugangsvoraussetzung	AKAD, 1 Jahr BE-NGO oder HSZGB, 5 Jahre BE-NGO und EP	AKAD und 1 Jahr BE-NGO oder 2 Jahre BE plus 2 Jahre EA-NGO	AKAD und 1 Jahr BE-NGO oder HSZGB und ausreichender BE-NGO und EP	AKAD oder Studium Sozialer Arbeit und 3 Jahre BE-Soziale Arbeit	AKAD, 1 Jahr BE, Englisch	AKAD, 2 Jahre BE oder ohne AKAD mit EP
Präsenzseminare	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Fernlehre/ Online-Seminare	ja	nein	ja, etwa 20 h/Woche	ja	ja	ja
Prüfung mündlich	nein	ja	ja	ja	ja	ja
Prüfung schriftlich	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Master-/ Diplomarbeit	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Abschluss	Master of Arts (M.A.)	Master of Arts (M.A.)	Master of Arts (M.A.)	Master of Arts (M.A.)	Master of Business Administration (MBA)	Master of Arts (M.A.)
Ansprechpartner	Heike Sommer	Almut Julia Müskens, M.A.	Isabel Sorg, M.A.	Prof. Dr. Berthold Dietz	Max Bolz	Tobias Meyer
Telefon	+49 (0)69 58098124	+49 (0)251 8321720	+49 (0)631 205-4468	+49 (0)761 47812-130	+49 (0)2241 865787	+49 (0)6151 8798-472
E-Mail	hsommer@fundraising akademie.de	a.mueskens@uni-muenster.de	mkn@disc.uni-kl.de	dietz@eh-freiburg.de	Max.Bolz@h-brs.de	tobias.meyer@eh-darmstadt.de
Ausbildungsort	Ludwigshafen	Münster	Kaiserslautern	Freiburg/Breisgau	Rheinbach	Darmstadt
Link						

AKAD Akademischer Abschluss
AuWB Aus- und Weiterbildung
BE-NGO hauptamtliche Berufserfahrung in einer NGO
BE Berufserfahrung außerhalb einer NGO
EA-NGO Ehrenamt in einer NGO
EP Eignungsprüfung

Ausbildungen im Überblick

Management, Ethik und Innovation im Nonprofit-Bereich	DAS Fundraising Management	MAS Fundraising Management	DAS Kommunikation und Fundraising Management für NPO	Verbands-/NPO-Management (DAS)	Verbands-/ NPO-Management
Universität Heidelberg	Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften		Fachhochschule Nordwestschweiz	Institut für Verbands-, Stiftungs- und Genossenschaftsmanagement (VMI)	
10 160 €	ca. CHF 13 400	ca. CHF 24 800	CHF 18 900	CHF 12 800 | 11 600 € Hotel/Verpflegung CHF 235 pro Tag	CHF 18 900 |17 900 € Hotel/Verpflegung CHF 235 pro Tag
nein	CHF 500 Rabatt für Swissfundraising-Mitglieder		nein	Mitglied der VMI-Community sparen CHF 400 bzw. 400 €	Mitglied der VMI-Community sparen CHF 2000 bzw. 2000 €
nein	CHF 1000	CHF 2000	inklusive	nein	nein
5 Semester	1,5 bis 2 Jahre	2,5 bis 5 Jahre	3 Semester	ca. 1 Jahr	1,5 Jahre
eine Präsenz-Block-Phase pro Monat	Präsenzlektionen alle zwei Wochen, jeweils Fr/Sa, 9–17 Uhr		42 Präsenztage (Fr/Sa) plus 3 Tage im Abschlussmodul	4 Modulwochen	5 Präsenzwochen und eine Woche Blended-Learning
einmal jährlich	einmal jährlich (WS)	zweimal jährlich	einmal jährlich (WS)	einmal jährlich	einmal jährlich
AKAD, 1 Jahr BE	AKAD und mehrjährige BE	AKAD und 3 Jahre BE-NGO oder AKAD-ähnlicher Abschluss und 3 Jahre BE oder ohne AKAD Beurteilung der AuWB-Leistungen	AKAD oder Spezialausbildung, mehrjährige BE	3 Jahre BE, leitende Stellung	AKAD und 3 Jahre BE, leitende Stellung
ja	ja	ja	ja	ja	ja
ja	ja	ja	nein	nein	nein
ja	ja	ja	ja	nein	nein
ja	ja	ja	ja	ja	ja
ja	ja	ja	ja	ja	ja
Master of Arts (M.A.)	Diploma of Advanced Studies (DAS) (Diplomstufe)	Master of Advanced Studies (MAS)	Diploma of Advanced Studies (DAS) (Diplomstufe)	Diploma of Advanced Studies (DAS)	Master of Advanced Studies, erweiterbar auf MBA
Mona Sabbarth	Dr. Leticia Labaronne		Marianne Bucca	Claudia Kaeser	Prof. Dr. Markus Gmür
+49 (0)6221 54-3678	+41 (0)58 9347107		+41 (0)62 9572226	+41 (0)26 3008400	+41 (0)26 3008400
masterstudiengang@dwi.uni-heidelberg.de	leticia.labaronne@zhaw.ch		marianne.bucca@fhnw.ch	claudia.kaeser@vmi.ch	markus.gmuer@vmi.ch
Heidelberg	Winterthur		Olten	Seminar- und Wellnesshotels in Saanenmöser, Schwarzsee und Sigriswil	

ECTS European Credit Transfer System-Leistungspunkte
HSZGB Hochschulzugangsberechtigung
WS Wintersemester

Kompakt und intensiv: Richtig bitten lernen

Ein Überblick über die Angebote in der Fundraising-Weiterbildung

Dank der aktuellen Digitalisierungswelle scheinen Online-Weiterbildungsangebote wie Pilze aus dem warmen Boden zu sprießen. Doch ein genauerer Blick ist schon nötig, um nicht auf vollmundige, am Ende aber fragwürdige Angebote hereinzufallen.

Von KURT MANUS

Das Webinar ist das neue Whitepaper, so der Eindruck unserer Redaktion nach der Recherche nach Weiterbildungslehrgängen im Fundraising. Vieles, das kostenfrei angeboten wird, entpuppt sich bei genauerem Blick nur als Häppchen mit angeschlossenem Werbeblock. Deshalb haben wir uns die kompakteren und kostenintensiveren Lehrgänge im Fundraising genauer angeschaut, um echte Mehrwerte auszumachen.

Bekanntester und größter Träger der Fundraising-Weiterbildung in Deutschland ist die Fundraising-Akademie. Der „Fundraising-Manager (FA)“ ist mittlerweile für viele Arbeitgeber ein Orientierungspunkt für die Anstellung. Der Kurs ist auch einer der wenigen, der Abitur oder langjährige Berufserfahrung voraussetzt. Damit soll auch sichergestellt werden, dass die Kursteilnehmenden sich in etwa auf einem gemeinsamen Niveau bewegen. Abgeschlossen wird er mit einer Agenturarbeit. Das heißt, man erarbeitet in einer Gruppe ein Fundraisingkonzept für einen realen Kunden. Es ist durchaus anspruchsvoll, in kurzer Zeit hier Ergebnisse liefern zu müssen, aber auch praxisnah.

Fördermittel als Alternative

Ebenfalls schon länger am Markt sind die Kurse der Anbieter emcra und EUROConsult zum/r EU-Fundraiser/in. Hier geht es stärker um Fördermittel und EU-Gelder. Wer sich auf diesem Gebiet spezialisieren will, ist hier an der richtigen Stelle. Auch der Lehrgang zum Fördermittelmanager der Förderlotse-Akademie von Torsten Schmotz sei an dieser Stelle genannt. Seit Kurzem hat emcra auch einen Fundraising-Management-Kurs im Programm, der ebenfalls zu einem strategischen Fundraising in NPOS befähigen soll. Noch gibt es keine Teilnehmerinnen oder Teilnehmer, die man nach Einschätzungen befragen könnte, aber die Liste der Referentinnen und Referenten zeigt viel Praxiserfahrung.

Diesbezüglich ist übrigens ein Manko bei vielen Kursen zu erkennen: Man erfährt in den Offerten zwar, welche Themen angeboten werden, aber kaum, wer die Referenten sind. Dabei ist das schon entscheidend für die Qualität.

Fundraising in der Kirche

Für den kirchlichen Bereich gibt es erstaunlich viele Angebote, hinter denen zum Teil die Fundraising-Akademie als Bildungspartner steckt. So beim Angebot der Landeskirche Hannover, der Evangelischen Landeskirche in Württemberg und in Baden und vielen anderen. Die Preise sind meist günstiger als in der Manager-Ausbildung der Akademie und auch für andere Organisationen offen, nicht aber bei der Evan-

Anbieter kompakter Fundraising-Lehrgänge

Fundraising-Akademie
▶ *www.fundraising-akademie.de*

ZHAW
▶ *www.zhaw.ch*

NPO-Academy
▶ *www.npo-academy.com*

VMI
▶ *www.vmi.ch*

FH Nordwestschweiz
▶ *www.fhnw.ch/de/weiterbildung*

Fundraising Verband Austria
▶ *www.fundraising.at/akademie*

Major Giving Institute
▶ *www.major-giving-institute.org*

emcra
▶ *www.emcra.eu*

gelischen Kirche Kurhessen Waldeck. Der im Vergleich der kirchlichen Angebote sehr günstige Kurs ist nur Mitgliedern dieser Kirche zugänglich, was auch als eine Strategie gelesen werden kann, den eigenen Fundraising-Nachwuchs heranzubilden.

Österreich und Schweiz mit Vielfalt

Ein Blick nach Österreich zeigt, dass hier deutlich weniger Lehrgänge, sondern mehr spezifische Seminare, beispielsweise durch den Fundraisingverband Austria, angeboten werden. Die NPO-Academy, die auch in Deutschland und der Schweiz aktiv ist, bietet auch dort ihren Zertifikatslehrgang „Fundraising in NPOs“ an. Ein viertägiger Lehrgang, der Grundlagen vermittelt, wird von Alexander Buchinger und Patrick Hafner, beide bekannte Praktiker im österreichischen Fundraising, im Namen des Fundraisingverbandes organisiert.

In der Schweiz ist das Angebot durchaus vielfältig. Als Lehrgänge werden hier aber eher akademische Kurse bezeichnet, die mit einem echten Hochschulabschluss und nicht nur mit einem Zertifikat enden. (Siehe dazu auch die Übersicht zu den Master-Ausbildungen auf Seite 24.)

Intensivlehrgang

Eine zweitägige Ausbildung bietet die Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW) unter dem Titel „WBK Basics Fundraising Management“ an. Um einen Praxisbezug zu gewährleisten, können die Teilnehmenden eigene Problemstellungen in den Kurs einbringen. Ebenfalls ein bekannter Anbieter ist das Institut für Verbands-, Stiftungs- und Genossenschafts-Management (VMI), das einen Intensivlehrgang Fundraising über eine Woche anbietet. Er richtet sich aber mehr an Führungskräfte denn an Einsteiger im Fundraising. Die Fachhochschule Nordwestschweiz bietet Zertifikats-Lehrgänge in Kommunikation und Fundraising als Basis eines Diplomstudiengangs an, die auch einzeln gebucht werden können.

Aber auch längere Lehrgänge für Spezialthemen gibt es bereits. Das Major Giving Institute bietet beispielsweise in Deutschland und der Schweiz Großspenden-Lehrgänge an, Dr. Marita Haibach und Jan Uekermann haben sich dafür zusätzlich noch international erfahrene Experten ins Boot geholt. Auch die Fundraising-Akademie und die NPO Academy haben Intensivkurse zu den verschiedensten Themen im Programm. An dieser Stelle sei auch die Munich Fundraising School erwähnt, die ebenfalls bald wieder Präsenzseminare abhalten will. In der Schweiz bietet das ZHAW auch Themen wie Kulturmanagement an, wo Fundraising fester Bestandteil ist.

Endlich: Die Campaigning-Ausbildung!

CAMPAIGNING SCHOOL

Haltung + Strategie + Kreation » Change

Lernen Sie von Top-Praktiker*innen.

Diese konzentrierte Ausbildung vermittelt Ihnen die strategischen und persönlichen Kompetenzen für regionale und internationale Kampagnenarbeit mit ihren wichtigsten Facetten.

Ein Team von hochspezialisierten Profis bietet praxisbewährte Inhalte zu den zentralen Bausteinen des Campaignings. Sie befähigen Sie, Gesellschaft zu gestalten. Dazu gehört Ihre Haltung und Ihr Wissen zu politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen ebenso wie Ihre strategische Methodensicherheit, Ihre Kreativität und auch Ihre Controlling-Kompetenzen.

Abschluss:
Campaignerin & Kommunikationsstrategin / Campaigner & Kommunikationsstratege
Kosten:
5.500 € (MwSt.-frei, zzgl. Übernachtung & Verpflegung 1.250 €, Teilzahlung möglich)
Zeitraum:
06.– 10. September 2021, Hofgeismar
06.– 10. Dezember 2021, Schmitten/Arnoldshain
16.– 20. Mai 2022, Hofgeismar
Weitere Informationen und Anmeldemöglichkeiten unter:
www.campaigningschool.de, +49 (0)69 580 98-124

Eine Initiative von:

PROTECT THE PLANET · WIGWAM · Fundraising Akademie · GERMANWATCH

Wenn alte Hasen noch was lernen

Ein Erfahrungsbericht über den Online-Fundraising-Kurs der Fundraising-Akademie

Wer sich mit 50 Jahren zu alt für Weiterbildung fühlt, sollte diesen Beitrag nicht lesen. Zum Schluss würde das noch motivieren. Denn der Online-Fundraising-Kurs der Fundraising-Akademie hat, um ganz ehrlich zu sein, deutlich mehr Spaß gemacht als ursprünglich erwartet.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Ich hatte schon länger mit dem Gedanken gespielt, mal einen Kurs an der Fundaising-Akademie zu absolvieren. Ich arbeite zwar schon über 20 Jahre im Fundraising, bin aber reiner Autodidakt. Das Thema Online-Fundraising schien mir den meisten Mehrwert zu bieten und coronabedingt hatte ich nicht so viel zu tun – also meldete ich mich an. Drei intensive Drei-Tages-Blöcke lagen nun vor mir, bequem über vier Monate verteilt. Kursleiter Maik Meid schien zwar etwas überrascht, mich alten Hasen dabeizuhaben, zeigte sich aber auch erfreut über das Interesse.

Ein Kurs lebt vom Mitmachen

Das Publikum im Kurs war sehr gemischt. Auch altersmäßig kam ich mir nicht deplatziert vor. Gefühlt war jedes Thema, für das in Deutschland um Spenden gebeten wird, vertreten: Kultur, Gesundheit, Wohlfahrt, Kirche, Kinder, Entwicklungszusammenarbeit und Tierschutz. Es machte von Anfang an Freude, die verschiedenen Perspektiven wahrzunehmen, denn der Kurs setzte von Beginn an auf Interaktion und auf die Erfahrungen der Kolleginnen und Kollegen.

Ursprünglich als Präsenzkurs geplant, mussten alle drei Blöcke und auch die Agenturarbeit online absolviert werden. Das war wegen der Fülle des Stoffs durchaus ermüdend. Denn von 9 bis 18 Uhr vor dem Bildschirm zu sitzen und Lerninhalte zu verstehen und zu verinnerlichen, strengte echt an. Übrigens auch die Jüngeren! Außerdem ist es am Büroarbeitsplatz schwerer, sich auf die Ausbildung zu fokussieren als in der Abgeschiedenheit einer Bildungsstätte. Auch hier halfen die Interaktion, kleine praktische Arbeitsaufgaben und Zwischenpräsentationen. Alle Referenten und die einzige Referentin – hier könnte man mal meckern – brachten viel Erfahrung im Online-Fundraising oder Marketing mit. Das „Arbeits-Du" half schnell, Barrieren abzubauen.

Vielfalt des Online-Fundraisings

Und der Inhalt? Online-Fundraising beinhaltet viele Themen wie: Website, Wahrnehmungspsychologie, Google Adwords, Social Media sowie Foto- und Videotechniken. Der Kurs vermittelte dafür anwendbare Grundkenntnisse. Der Blick hinter die Kulissen war für mich sehr hilfreich. Ich verstehe nun vieles besser und kann das in der täglichen Arbeit nutzen. Dabei ist nicht immer jedes Detail entscheidend. Am Schluss bleibt Learning by Doing – was nun aber viel leichter fällt, weil man einfach weiß, welche Dinge für ein besseres Online-Fundraising-Ergebnis entscheidend sind oder welche Fragen man künftigen Dienstleistern stellen muss. Hilfreich waren auch praktische Übungen und die Feedbacks der Experten. Die eigentlich geplante Produktion eines Fundraising-Videos war leider im Homeschooling nicht umsetzbar.

Agenturarbeit als Highlight

Maik Meid als Kursleiter und technischen Administrator muss man an dieser Stelle loben. Eine Lernplattform namens Protonet sorgte für alle Informationen und den Austausch der Teilnehmenden, ein Miro-Board für Interaktivität und Maik Meids freundliche Ermunterung und diplomatisches Geschick, um der Ermüdung entgegenzuwirken. Das Beste aus meiner Sicht kam aber zum Schluss: die Agenturarbeit. Durch Losentscheid wurden die Teilnehmenden des Kurses in drei „Agenturen" aufgeteilt, welche die Aufgabe hatten, für einen realen „Kunden", einen motivierten Wohlfahrtsträger mit überschaubarer Spenden-Expertise, ein Online-Fundraisingkonzept zu entwickeln. Hier sollten wir zeigen, was wir gelernt hatten. Innerhalb eines Tages musste nach einem Briefing eine Präsentation erarbeitet werden, und am nächsten Tag ging es in den Pitch. Ehrlicherweise unterschieden sich die Arbeiten eher durch die Präsentationsweise als durch die inhaltliche Tiefe und die Ideen. Auch das ist ein Kompliment für den Kurs. Nicht nur der Kursleiter, auch die Kundin waren sehr begeistert von den vielen spannenden Ansätzen und Ideen. Wer sich in der Gunst der Kundin knapp durchgesetzt hat, sei deshalb an der Stelle nicht verraten. Denn am Schluss bekamen natürlich alle ein Zertifikat.

Noch ein Tipp zum Schluss: Die Kosten von knapp 3 800 Euro für neun Tage scheinen auf den ersten Blick hoch. Aber ich konnte den Teilnehmerbeitrag durch eine vorab beantragte Weiterbildungsförderung bei der Sächsischen Aufbaubank um 50 Prozent reduzieren – Fundraising halt. Der Beantragungsaufwand dafür hielt sich in Grenzen, und ich habe als alter Hase doch recht viel dazugelernt.

Matthias Daberstiel begann zu DDR-Zeiten sozialistische Betriebswirtschaft zu studieren. Er baute das Fundraising einer Umweltstiftung auf und wechselte danach in die Unternehmensberatung. 2003 gründete der Dresdner die Spendenagentur, die gemeinnützige Organisationen berät. Er etablierte regionale Fundraisingtage und das Fundraising-Symposium und ist Mitherausgeber des Fundraiser-Magazins.
▶ www.spendenagentur.de

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.

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.

MITGLIED IM DEUTSCHEN FUNDRAISING VERBAND
Ethisch & Transparent
DFRV.DE

socialminds

FUNDRAISING VERBAND AUSTRIA

Gelungenes Comeback für Face-to-Face-Fundraising

Fördererwerbung im öffentlichen Raum zählt in Österreich heute zu den bewährtesten Spendenformen. 80 Prozent der Dauerspender*innen werden über diesen Kanal gewonnen, mehr als 100.000 neue Unterstützer*innen jährlich für gemeinnützige Projekte geworben. Während der Corona-Pandemie war das f2f-Fundraising weltweit mit großen Ausfällen und ebenso großen Herausforderungen konfrontiert, die durch intensive Vernetzung und maßgeschneiderte Sicherheitskonzepte bewältigt werden konnten.

Knapp zehn Prozent der Menschen, mit denen Österreichs f2f-Fundraiser*innen ein Gespräch führen, können als Fördernde gewonnen werden. Doch für Organisationen ist dies nicht nur die wichtigste Methode, um Neuspender*innen abseits ihres „klassischen" Spender*innen-Profils 60+ zu erreichen. Schätzungen zufolge werden acht von zehn neuen Unterstützer*innen zu langfristig Spendenden.

Nachhaltiger Erfolg durch das persönliche Gespräch

Dieser große Erfolg im Hinblick auf Dauerspenden hängt unmittelbar mit dem direkten Austausch in den persönlichen Gesprächen zusammen. Die öffentliche Fördererwerbung ist die unmittelbarste Möglichkeit mit NPO-Vertreter*innen in Kontakt zu kommen und Informationen über deren gemeinnützige Tätigkeit zu erhalten. Allein ein gutes Gespräch lässt beim Gegenüber auch ein gutes Gefühl zurück und führt oft zu einer langfristigen Verbundenheit. Dementsprechend zeigen Umfragen auch, dass die Spendenform bei 60 Prozent der Österreicher*innen, die spenden, sehr beliebt ist. Persönlich gewonnene Spender*innen geben durchschnittlich mehr und bleiben der Organisation länger treu – in Österreich im Schnitt sieben Jahre. Für jeden investierten Euro erhält die NPO so mindestens vier Euro zurück.

Blick zurück

Die auf regelmäßige Spenden via Einzugsermächtigung ausgerichtete Methode wurde vor über 25 Jahren in Österreich ins Leben gerufen. 1995 testete Greenpeace Österreich in Zusammenarbeit mit der Agentur Dialog Direct den damals völlig neuen Ansatz, auf öffentlichen Plätzen Menschen auf Umweltschutz-Anliegen aufmerksam zu machen und von der Wichtigkeit regelmäßiger Spenden zu überzeugen. Der Erfolg war immens! Noch im selben Jahr verbuchte die Organisation 13 000 neue Dauerspender*innen, 70 Prozent von ihnen

Virtuelles Get-Together – Globaler f2f-Fundraising Summit im Herbst

Nach dem großen Erfolg der beiden „Free Global f2f Fundraising Summits" im Juni und November 2020 mit rund 2500 internationalen Gästen und Referent*innen, findet dieses einzigartige Online-Format des Fundraising Verband Austria 2021 seine Fortsetzung.

Termin: 10. November 2021

WEITERBILDUNGEN IM NPO-BEREICH

Umfassendes Kursprogramm für eine professionelle Kultur des Gebens unter **fundraising.at/akademie**

Präsenz-Lehrgang „Fundraising Kompakt"
16.-17. & 23.-24. September 2021
Vier Tage geballtes Einsteiger*innen-Wissen.

In 4 Monaten zur/m Unternehmens-Fundraising Spezialist*in

September-Dezember 2021
Sechs Online-Module & ein Präsenztag in Wien

im Alter von 20 bis 35. Dazu kam die stark gestiegene öffentliche Aufmerksamkeit. Schnell verbreitete sich das neue Fundraising-Tool auf der ganzen Welt.

Einheitliche Qualitätsstandards

Anfang der 2000er-Jahre nutzten bereits viele NPOs die Methode für ihre Spendenwerbung. Die Herangehensweisen und Qualitätsniveaus unterschieden sich dabei allerdings mitunter sehr stark, sodass es um das Image der Fördererwerbung nicht zum Besten stand. Um einheitliche ethische Standards, Verhaltensregeln der Werber*innen und eine Koordination der Standplätze in der Öffentlichkeit zu gewährleisten, gründeten mehrere Vereine und Dienstleister*innen 2010 gemeinsam die „Qualitätsinitiative Fördererwerbung", die eine nachhaltige Professionalisierung des Sektors erreicht hat. Seit 2019 werden die geschaffenen Qualitätsstandards auch auf internationaler Ebene forciert, und zwar im Rahmen des vom Fundraising Verband Austria mitgegründeten International Public Fundraising Council (IPFC). In dessen Zentrum steht der „International Code of Conduct", der erstmals auf globaler Ebene maßgebliche Verhaltensregeln für f2f-Fundraising festlegt.

Sicheres Werben in der Pandemie mit globalem Know-how

Die COVID-19-Pandemie brachte für die Face-to-Face-Werbung einen gravierenden Einschnitt mit sich. Die Arbeit der „Qualitätsinitiative Fördererwerbung" war deshalb von intensiven Bemühungen geprägt, die Spendenwerbung fortsetzen zu können. Nach dem Werbeverbot im Frühjahr wurden zusätzliche Qualitäts- und Sicherheitsstandards geschaffen, speziell an die wechselnden gesetzlichen Rahmenbedingungen angepasst. In der Szene wurden ausgefeilte Hygiene- und Schutzkonzepte ausgearbeitet, die auf fixe, kleinere Teams, Kontaktlosspenden mit self-checkouts und Desinfektionsmittel zurückgreifen. Vor allem die regelmäßige Teststrategie hat sich bewährt: Unter den Werber*innen gab es dadurch kaum, unter den Passant*innen keinerlei Infektionen. So gelang es, die Fördererwerbung auf der Straße und an der Haustür fast beschwerdefrei wieder aufzunehmen.

Internationaler f2f Hub in Österreich

Ausschlaggebender Erfolgsfaktor für den sicheren Neustart war nicht zuletzt der permanente internationale Austausch mit Expert*innen und Vertreter*innen der Szene im Rahmen des IPFC, dessen formelle Gründung in Wien unmittelbar bevorsteht. Damit wird Österreich in den kommenden Jahren zum Hotspot der globalen f2f-Szene. Nach zwei virtuellen f2f Summits 2020 mit rund 2500 Teilnehmer*innen wird der Corona bedingt verschobene „First International Face-2Face Fundraising Congress" Fundraiser*innen aus 40 Ländern im Mai 2022 in Wien zusammenführen. Ein erster Austausch der Community auf internationaler Ebene!

Startschuss für die Fundraising-Karriere

Allein in Österreich stehen laut einer Umfrage des Fundraising Verband Austria im f2f-Sektor dieses Jahr 2500 bis 3000 Jobs für engagierte, junge Menschen bereit – ein wesentlicher Faktor für den krisengebeutelten Arbeitsmarkt. Ein Job als Werber*in eröffnet dabei vielfach großartige Karrierechancen und ein extrem weites Tätigkeitsfeld im Fundraising. Mit Motivation und Ehrgeiz kann man schnell zur/zum Teamleiter*in und zum Coach aufsteigen. Aber auch in anderen Fundraising-Bereichen sind keine Grenzen gesetzt. Ehemalige f2f-Fundraiser*innen sind nicht nur in sämtlichen Aufgabengebieten von NPOs im Einsatz, in vielen Fällen führt der Karriereweg bis hin zur eigenen Agenturgründung oder in die Leitungsposition einer gemeinnützigen Organisation. Wer die einzigartige Berufschance, Spender*innen von gemeinnützigen Anliegen zu überzeugen, mit Herz und Engagement betreibt, kann ausgehend vom Job als f2f-Fundraiser*in alle beruflichen Sphären erobern.

28. Österreichischer Fundraising Kongress
VISIONS FOR CHANGE
11.-13. Oktober 2021
Europahaus, Wien

fundraising.at/kongress

Online-Seminar am 24.8.
Neurokommunikation für den guten Zweck

Online-Seminar am 1.9.
Podcast for Beginners 2

Online-Seminar am 8.9.
Influencer-Marketing für NPOs

Online-Seminar am 22.9.
Employer Branding & Recruiting im NPO-Sektor

Online-Seminar am 30.9.
Facebook Spendentools

Die QR-Rechnung: Fragen von

Eine Swissfundraising-Umfrage zur Umstellung auf die QR-Rechnung zeigt, dass zwar schon einige NPO die Umstellung planen, aber nur sehr wenige schon Tests gemacht haben. Bei der Umfrage konnten Organisationen auch ganz spezifische Fragen stellen: Die Antworten darauf werden laufend zusammengetragen und dann online zur Verfügung gestellt.

Von MARIO TINNER

Knapp ein Drittel der Antwortenden gab an, noch nichts in Bezug auf die Umstellung vom Einzahlungsschein auf die QR-Rechnung geplant zu haben. Bei 56 Prozent läuft die Planung dazu, bei 4 Prozent wurde der Prozess bereits gestartet und immerhin 8 Prozent haben bereits QR-Rechnungen verschickt.

Ältere Spender:innengeneration im Fokus

Viele Organisationen beschäftigt bei der Umstellung vor allem die Frage, wie die älteren Spender:innen darauf reagieren. So teilten mehrere Antwortende mit, dass sie einen Einbruch bei älteren Personen als grösstes Risiko einschätzen. Bei jenen Organisationen, die schon Tests mit QR-Rechnungen durchgeführt haben, zeigte sich denn auch: Es gibt Auf- und Erklärungsbedarf, denn aktuell kennen viele zwar den QR-Code, aber die QR-Rechnung nicht. In einer Rückmeldung hiess es: «Nach dem ersten Versand erreichten uns Anfragen, da die Leute nicht wussten, wo was auszufüllen ist.» Auf der anderen Seite gab es aber auch eine Organisation, die keine Schwierigkeiten beim Test hatte und bei der «alles einwandfrei funktionierte».

Die Organisationen sehen aber auch Chancen. So freuen sich viele, dass mit der QR-Rechnung automatisch mehr Informationen übertragen werden – etwa über den

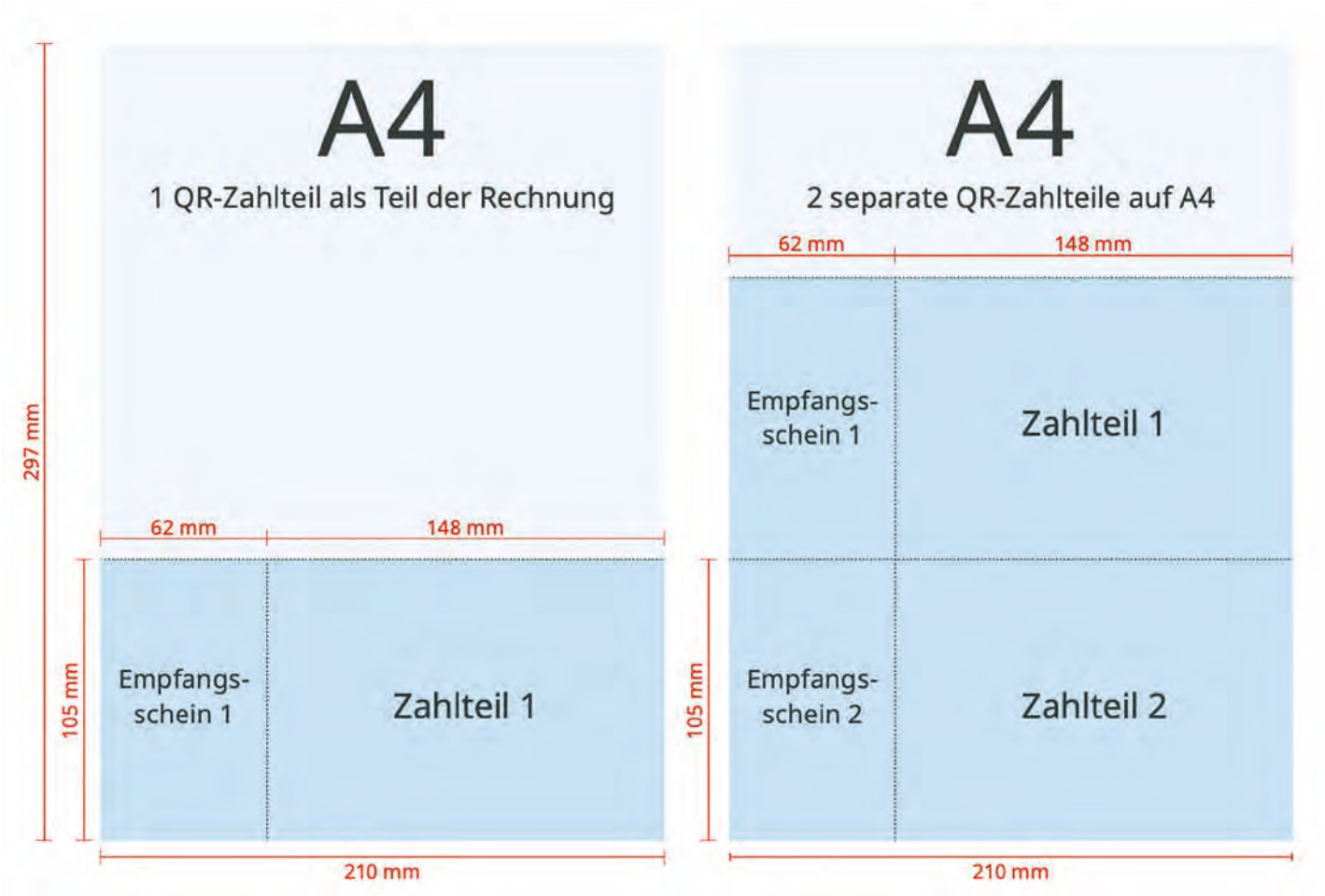


Illustration: Schematische Darstellung einer QR-Rechnung mit integriertem Zahlteil/Empfangsschein und mit bis zu zwei Zahlteilen/Empfangsscheinen auf separater Beilage. (Quelle: SIX)

NPO werden beantwortet

Zahlungsgrund, womit eine einfachere Zuordnung der Zahlungen möglich wird. Auch eine gesteigerte Nutzung von digitalen Zahlungskanälen wird als Vorteil gewertet. Ausserdem könnte der «QR-Code-Aufschwung» des letzten Jahres (Stichwort TWINT) dazu führen, dass viele Leute für die Umstellung offener eingestellt sind und den Code aus Gewohnheit gleich scannen möchten.

Frage- und Antwortkatalog zur QR-Rechnung

Die Umfrageteilnehmer:innen stellten zahlreiche Fragen, die für NPO wichtig sind. So kam beispielsweise die Frage auf, welchen Gestaltungsspielraum Organisationen hätten, die QR-Rechnung zu individualisieren. Diesen gibt es bis zu einem bestimmten Grad, die QR-Rechnung muss aber gemäss den Spezifikationen (vgl. *www.paymentstandards.ch*) der SIX erstellt werden. Passend dazu wollte eine Person denn wissen: Kann die QR-Rechnung quasi als Doppel-ESR ausgestellt werden (mit oder ohne Motivationsstreifen)? Die Antwort darauf lautet: Ja. Die QR-Rechnung kann sowohl physisch auf Papier, elektronisch als eBill oder als PDF verschickt werden. Der Zahlteil mit Empfangsschein kann dabei am unteren Seitenrand platziert oder auf ein separates Beiblatt gedruckt werden. Ist letzteres der Fall, finden zwei Zahlteile auf einem Blatt Platz (vgl. Illustration).

Diese und viele weitere Fragen beschäftigen alle Organisationen. Deshalb wird Swissfundraising neben Handlungsempfehlungen auch einen Frage- und Antwortkatalog zusammenstellen, der unter *www.swissfundraising.org/qr-rechnung* abrufbar ist und laufend ergänzt wird.

Vorlagen

Alle Informationen, Dokumente und Layout-Beispiele sind unter *www. paymentstandards.ch* zu finden:

Implementation Guidelines QR-Rechnung

Style Guide QR-Rechnung

Einführungsdrehbuch zur QR-Rechnung

Wichtig: SIX bietet keine fixen Layoutvorlagen an, sondern Spezifikationen, wie die QR-Rechnung erstellt werden sollte.

Swissfundraising-Seminar

Wer fragt, gewinnt! Spenderbefragungen und Interviews als Upgrading-Chance

Wer den Life Time Value seiner Spenden steigern möchte, muss mehr über die Spender:innen und ihre Vorstellungen erfahren. In diesem Seminar mit Professor Tom Neukirchen erfahren die Teilnehmenden, wie man es schafft, in Form digitaler und schriftlicher Befragungen möglichst viel von Spender:innen zu lernen, Daten zu generieren und Interessent:innen für Upgradings zu gewinnen, die Vorteile und Chancen von Spender:innen-Interviews und sie werden vom Referenten bei der individuellen Umsetzung eigener Fragestellungen unterstützt. Das Seminar wird am 10. August 2021 nach Möglichkeit physisch in Zürich durchgeführt. Swissfundraising behält sich vor, kurzfristig auf eine digitale Durchführung umzustellen.

Nein heißt Nein!

Wer das Nein einer Frau missachtet und Sex mit ihr ohne ihre ausdrückliche Zustimmung hat, landet in zahlreichen europäischen Ländern nicht selten im Gefängnis. Nicht so in der Schweiz: Wenn sich eine Frau nicht physisch wehrt – zum Beispiel, weil sie in einem Schockzustand oder anderweitig reaktionsunfähig ist – wird das nicht als Vergewaltigung angesehen. Auch dann nicht, wenn sie zuvor ganz klar Nein gesagt hat. Die Frauenzentrale Zürich kämpft dafür, dass der Straftatbestand der Vergewaltigung gemäß der Istanbul-Konvention angepasst wird. Die Kampagne von Publicis soll sie dabei unterstützen.

▶ www.frauenzentrale-zh.ch

Zwei Plattformen, ein Ziel

Die beiden Schweizer Organisationen „I care for you“ und „there-for-you.com“ machen gemeinsame Sache

Die Crowdfunding-Plattform „I care for you“, die sich für humanitäre und soziale Projekte einsetzt, und die kürzlich lancierte Wirkungsplattform „there-for-you.com“ haben sich zusammengeschlossen. Beide Organisationen sorgen dafür, dass nachhaltige Projekte mithilfe von Spenden durch die Crowd realisiert werden können. Mit dem Zusammenschluss erweitert „there-for-you.com“ sein Wirkungsfeld und ermöglicht nun auch soziale und humanitäre Projekte. Hinter „there-for-you.com“ steht ein Team, das gemeinsam mit der Tierschutzorganisation Vier Pfoten das „Arosa Bärenland“ umgesetzt hat. „Ausgehend vom ‚Arosa Bärenland‘ haben wir uns zum Ziel gesetzt, auch weiterhin mit nachhaltigen Projekten Gutes zu bewirken und Mensch, Tier und Umwelt etwas zurückzugeben“, so Gründer Pascal Jenny. „I care for you“ hat seit seiner Gründung vor fünf Jahren erfolgreich sowohl im In- als auch im Ausland knapp 300 Projekte finanziert. In der ersten Corona-Pandemie im Frühling 2020 hat das von der Plattform lancierte Soforthilfe-Projekt #zämefüralli 1,7 Millionen Franken Spendengelder gesammelt und damit Einzelfallhilfe für die Betroffenen geleistet.

▶ www.icareforyou.ch ▶ www.there-for-you.com

MEINE MEINUNG

„Wir brauchen den Wald, nicht umgekehrt!“

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Mitte Juni hat die Deutsche Umweltstiftung eine Crowdfundingkampagne auf EcoCrowd zum Aufbau einer eigenen Waldagentur gegründet. Da heißt es vollmundig, man wolle damit „über die Waldkrise aufklären und informieren. Unter Einbeziehung der Bürger*innen wird systematisch der Zustand des Waldes dokumentiert und so die Politik zum Handeln gezwungen“. Offen bleibt, welche Interessen konkret verfolgt werden sollen. Einzig und allein dem Wald sollen die Bemühungen dienen. Was aber will der Wald denn genau? Schlecht geht es ihm, heißt es. Bedrängt wird er von allen Seiten. Bauboom setzt ihm genauso zu wie die so gut gemeinte, aber meist völlig überschätzte Funktion als CO_2-Speicher. Dabei ist Wald zunächst erst mal nichts anderes als Lebensraum, aber nicht (mehr) für den Menschen. So gesehen müsste man eins tun: den Wald in Ruhe lassen. Nur geht das so eben nicht. Nicht nur, weil sich Wald als solcher sehr vielfältig definiert. Und Wald als Wirtschaftsfaktor lässt sich nicht einfach ignorieren. Das bedeutet, jeder will etwas vom Wald. Und die Interessen gehen nicht selten auseinander. Ja, wir müssen in dieser Richtung handeln. Kritik an bisherigen Handlungsansätzen ist laut formuliert worden. Noch aber ist nicht deutlich, wie Alternativen im Umgang mit dem Wald aussehen können. Deshalb sollten wir zunächst auf eins achten: Wir brauchen den Wald, nicht umgekehrt.

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

Gegen den Tod Couture

Eine Modekollektion will Leben retten

Rund 9000 Patienten warten derzeit in Deutschland auf eine Organspende. Lediglich 913 Menschen haben im Jahr 2020 hierzulande Organe gespendet. Weil Spender fehlen, warten viele Patienten noch immer vergeblich auf eine Organspende und sterben. Das will der Verein „Gegen den Tod auf der Organ-Warteliste“ ändern und hat gemeinsam mit acht Streetwear-Designern die Modekollektion „Gegen den Tod Couture“ auf den Markt gebracht.

Alle Kleidungsstücke der Capsule-Kollektion dienen auch als Organspendeausweise. Die Trägerinnen und Träger erklären so offen ihre Absicht, nach ihrem Tod Organspender zu werden. Die Kampagne will so das Thema öffentlich sichtbar machen und plädiert für einen neuen, offenen Umgang mit der eigenen Sterblichkeit – insbesondere bei jungen Menschen. Die Kampagne hat ihren Schwerpunkt in den sozialen Medien unter dem Hashtag #GegenDenTod. Die Kollektion umfasst mehr als 70 Einzelteile, darunter T-Shirts, Hoodies, Jacken und Accessoires. Entworfen haben sie die nachhaltig arbeitenden Fashion-Labels Anchorable, Ablüh Clothing, Andy Shop, Norvine, Kleinigkeit, Per Fines, The Dudes und Wemoto. Auf jedem Einzelteil der Kollektion ist der Text zur Organspendeabsicht abgedruckt. Das Projekt macht sich zunutze, dass es in Deutschland keine gesetzlichen Vorgaben gibt, wie ein Organspendeausweis formal auszusehen hat. Somit können auch T-Shirts, Hoodies, Jacken und andere Kleidungsstücke Organspendeausweise zum Anziehen werden. Wichtig ist lediglich, dass die Träger die Organspendeabsicht auf ihren Fashionstücken unterschreiben.

▶ www.gegendentodcouture.de

▶ www.gegen-den-tod-auf-der-organ-warteliste.de

Plauder-Telefon

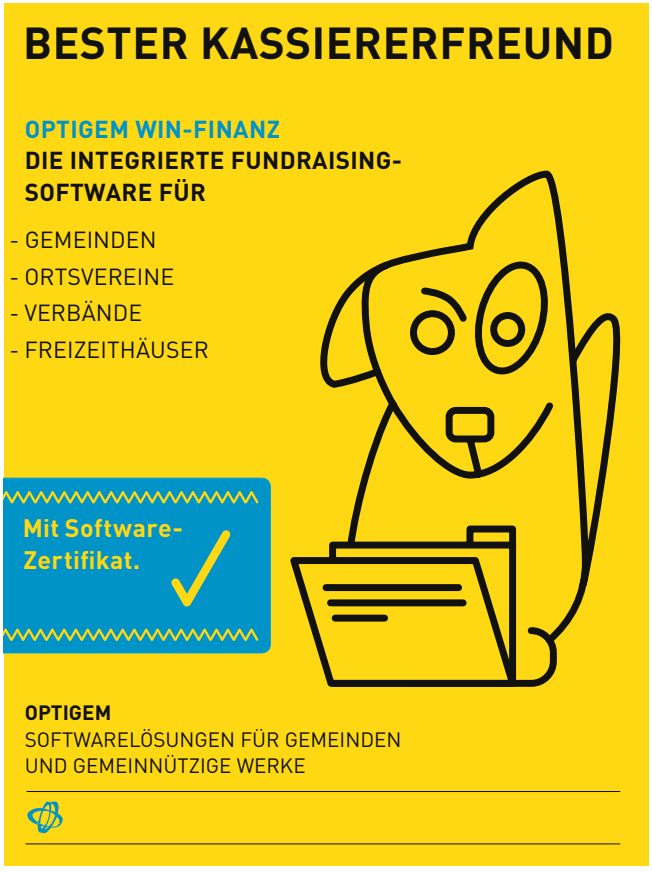
Mitgliederaktion des Bundesselbsthilfe-Verbandes Kleinwüchsiger Menschen e.V.

Der Bundesselbsthilfe-Verband Kleinwüchsiger Menschen e.V. hat im Landesverband Baden-Württemberg die Aktion Plauder-Telefon gestartet. Dies soll ein Mal wöchentlich für zwei Stunden ein Angebot für Mitglieder sein, Kontakt zum Selbsthilfeverband zu halten.

Körperliche Beeinträchtigungen finden bei Menschen mit Kleinwuchs bereits früher statt als im Alter. Kleinwüchsig zu sein bedeutet nicht, einfach nur kleiner zu sein. Es gibt sehr viele Arten des Kleinwuchses und häufig spielen Spinalkanalverengungen, Arthrosen, Fehlbelastungen und Schmerzen eine große Rolle, was wiederum zu Bewegungseinschränkungen führen kann. Allein in Deutschland wird von ca. 100 000 Betroffenen ausgegangen. Als kleinwüchsig gilt übrigens, wer kleiner als 1,50 m ist.

Gerade für ältere Menschen, die sich in den sozialen Medien nicht zurechtfinden, ist das neue Plauder-Telefon eine gute Alternative, Isolation und Vereinsamung zu verhindern. Dies gilt besonders, wenn ältere Mitglieder ohnehin wenige Möglichkeiten haben, Treffen zu besuchen und daher kaum private Kontakte zu anderen Mitgliedern pflegen.

▶ www.kleinwuchs.de



Digitalisiert
Euch

Mit der All-in-One Software von gettup erledigt Ihr alle wichtigen Aufgaben in der Verwaltung einer gemeinnützigen Organisation.

- **Projekte und Spendenaktionen** online präsentieren
- **Kontaktdaten** von Mitgliedern, Spendern und Partnern verwalten
- **Einnahmen und Ausgaben** erfassen und Finanzen immer im Blick behalten

Mehr unter
gettup.de

gettup

gettup GmbH & Co. KG
Einsteinstraße 1
24118 Kiel

+49 (0) 431 221 39 660
kontakt@gettup.de

Kurzgefasst …

25 410 Euro in einer Woche

Die neuen MBA-Studierenden der WHU – Otto Beisheim School of Management sammelten zum Start des Frühjahrssemesters bei der „Future Leaders Fundraising Challenge" in einer einzigen Woche mehr als 25 000 Euro für einen wohltätigen Zweck. Zweimal im Jahr findet der Wettbewerb im Rahmen eines einwöchigen Leadership-Kurses zu Beginn des MBA-Studiums an der WHU statt. Mit den Spenden werden Schüler in Burundi mit Mittagessen versorgt.

▶ **www.welthungerhilfe.de/schuelern-in-burundi-helfen**

Millionen für „Licht ins Dunkel"

Der österreichische Soforthilfefonds „Licht ins Dunkel" konnte im Geschäftsjahr 2020/21 insgesamt 4 545 Familien und 14 299 Kindern helfen und in ganz Österreich mehr als 400 Sozial- und Behindertenprojekte unterstützen. Dafür kamen insgesamt 20,5 Millionen Euro an Spenden zusammen. Das bedeutet eine Steigerung zum Vorjahr um 3,7 Millionen Euro. Das Gesamtspendenvolumen seit 1973 beträgt mehr als 340 Millionen Euro.

▶ **www.lichtinsdunkel.orf.at**

Sozialpreis „innovatio" 2021

Das Projekt „check-e.jetzt" des Caritasverbandes für Stuttgart e. V. nimmt sich der Not vieler Schülerinnen und Schüler in der Pandemie an und bietet unbürokratisch, langfristig und zielgerichtet Hilfe. Damit gewann „check-e.jetzt" den Hauptpreis des „innovatio"-Sozialpreises mit einem Preisgeld in Höhe von 12 000 Euro. Eine Jury aus Vertretern von Caritas und Diakonie hat die Preisträger ermittelt.

▶ **www.check-e.jetzt**

Korruption im Unterricht

Transparency Deutschland hat die vierte Ausgabe in der Unterrichtsreihe „Was ist Korruption?" vorgestellt. Auf der Grundlage des Materials können Lehrer mit Schülern der Sekundarstufe 2 grundlegende Fragestellungen zu den Themen Korruption und Lobbyismus erarbeiten. Die vierte Ausgabe befasst sich mit der Frage „Arbeitsplatzsicherung durch korrupte Geschäfte?". Viele geschäftspolitische Entscheidungen und Verhaltensweisen von Unternehmen werden mit dem Verweis begründet, Arbeitsplätze schaffen oder erhalten zu wollen. Dieses Rechtfertigungsmuster findet sich auch bei der Auftragsbeschaffung durch unlautere Methoden, zum Beispiel durch Korruption im Auslandsgeschäft.

▶ **www.transparency.de**

Legate für gute Zwecke

Die Schweiz ist das Land der Erbinnen und Erben – aber profitieren tun nur wenige. Das will die Allianz für das Gemeinwohl mit einer neuen Kampagne ändern. Deshalb startete kürzlich die digitale Kampagne rund um die neue Website www.weiter-wirken.ch. Die Grundidee der neuen Site: erleben statt erklären. „Worauf man beim Verfassen eines Testamentes achten muss, dazu gibt es schon viele Angebote. Wir wollen etwas anderes, nämlich die Menschen emotional berühren", sagt Nicole Kayser von der Allianz für das Gemeinwohl. „Wir sind überzeugt: Nur so können wir gesellschaftlich etwas bewegen."

▶ **www.weiter-wirken.ch**

Aktionsbündnis Gesundheit fördern

Bundesweiter Spendenaufruf für die Spitzenmedizin an Universitätskliniken

Seit Ausbruch der Corona-Pandemie haben Forscher, Ärzte und Pflegekräfte überall Großes geleistet, um dem Virus Einhalt zu gebieten und erkrankte Menschen bestmöglich zu zu versorgen. Gleichzeitig hat die aktuelle Zeit die Achtsamkeit und das Bewusstsein dafür gestärkt, wie wichtig Gesundheit für alle Menschen ist. Mit Hamburg, Essen, Münster, Kiel/Lübeck, Heidelberg, Tübingen, München und Freiburg haben sich acht Universitätsklinik-Standorte zu einem Bündnis zusammengeschlossen: dem „Aktionsbündnis Gesundheit fördern". Es richtet sich an alle, die ihren Dank zeigen und die universitätsmedizinische Krankenversorgung, Forschung und Lehre stärken möchten. Unterstützt wird das Vorhaben durch den Verband der Universitätsklinika Deutschlands und den Deutschen Fundraising-Verband.

„Die Universitätsmedizin nimmt eine sehr wichtige Rolle in unserem Gesundheitssystem ein. Das hat sich in der Corona-Pandemie noch einmal ganz deutlich gezeigt. Eine Spende bietet Menschen eine Möglichkeit, ihre Wertschätzung für die Leistungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Universitätsmedizin zum Ausdruck zu bringen", so Jens Bussmann, Generalsekretär des Verbands der Universitätsklinika Deutschlands.

Mithilfe der Spenden können etwa Kurse zur Gesundheitsprävention für Personal in den Kliniken ermöglicht, Kinder-Betreuung für medizinische und pflegerische Fachkräfte gestärkt oder Danke-Gutscheine für Pflegekräfte ausgegeben werden. Forschungsprojekte können gefördert oder regelmäßige Fortbildungsangebote zur Stärkung fachlicher Kompetenzen bereitgestellt werden.

▶ www.aktionsbuendnis-gesundheit.de

„Rollator-Challenge"

Auch eine deutsche Seniorin sammelt zu Fuß Spenden

Der Brite Tom Moore hatte es vorgemacht und damit die halbe Welt begeistert: Im Alter von 99 Jahren hat er sich seinen Rollator geschnappt und regelmäßig seine Runden gedreht, um damit Spenden für das britische Gesundheitssystem zu sammeln. Das hat ihn zu einem inspirierenden Vorbild werden lassen. Kurz vor seinem Tod im Alter von 100 Jahren hat es sich die Queen höchstpersönlich nicht nehmen lassen, ihn noch in den Adelsstand des „Knight Bachelor" zu erheben.

Jetzt muss man nicht unbedingt von „Nachahmung" sprechen, wenn die 97-jährige Marietheres Wübken aus dem Münsterland ihrerseits mit dem Rollator unterwegs ist und auf diesem Weg ebenfalls Spenden einwirbt. Mit dieser Challenge unterstützt sie die Hilfsorganisation Mary's Meals, die es sich zum Ziel gemacht hat, Schulkindern in armen Ländern eine Mahlzeit zu finanzieren und ihnen die Möglichkeit zu geben, am Unterricht teilzunehmen.

Am 25. Juni endete Marietheres Wübkens Challenge erfolgreich: 100,4 Kilometer zurückgelegt und dabei 65 471,13 Euro Spende gesammelt (= ein Jahr lang eine tägliche Schulmahlzeit für mehr 3500 Kinder in armen Ländern).

▶ www.moveformeals.org/de/marietheres

ZIELE ERREICHEN
DIGITALDRUCK · LETTERSHOP · SEMINARE
Alexandra Sievert-Heidemann
0521-557359-19
SIEVERTDRUCK&SERVICE
Potsdamer Straße 220
D-33719 Bielefeld
www.druck-u-service.de

Digitale Karma-Punkte

Die Plattform SOPS will soziales Engagement und Spendenverhalten sichtbar machen

Wozu kleckern, wenn man klotzen kann? Die Macher der Online-Spendenplattform SOPS, kurz für Social Points, planen mit ihrem Projekt Großes. Da ist die Rede von „Facebook in sozial", einer „Weltneuheit" und einer „völlig neuen Art der Online-Spendenplattform".

Von RICO STEHFEST

Dabei ist das Prinzip erst mal recht simpel: Vereine, Stiftungen und andere gemeinnützige Organisationen registrieren sich auf der Plattform, momentan sogar noch ohne Anmeldegebühr oder Jahresbeitrag. Spendenfreudige, digitalaffine junge Menschen, und das ist ganz klar die Zielgruppe, registrieren sich ihrerseits als „Angel" auf der Seite. Die Organisation ist damit selbst mit einer „kleinen Homepage" präsent; die Spender verfügen über ein von außen einsehbares Profil. Spendet jemand mindestens fünf Euro an eine der registrierten Organisationen, erhält der „Angel" pro getätigter Spende einen Social Point. Ein bisschen ist das wie beim Sammeln von Rabattmarken. Diese Social Points können zum einen auf den eigenen Kanälen in den sozialen Medien aufgezeigt werden, wodurch das eigene soziale Engagement sichtbar gemacht werden kann. Eine Spende ohne Registrierung ist aber genauso möglich.

Punkte auch einlösen

In einem späteren Schritt, der noch folgen wird, sollen diese Social Points bei sogenannten Sponsoren eingelöst werden können, die auch auf der Plattform präsent sein sollen. Bietet also beispielsweise ein Unternehmen an, Bäume zu pflanzen, ist denkbar, dass durch das „Spenden" einer bestimmten Summe von Social Points eine entsprechende Anzahl an Bäumen gepflanzt wird.

Regionale Projekte im Fokus

Momentan richtet sich die Desktop-Version noch vordergründig an Organisationen. Davon sind mittlerweile knapp über fünfzig an Bord. Die bisherige räumliche Zentrierung um Düsseldorf herum erklärt sich damit, dass das Projekt dort gestartet ist und eine entsprechende Kooperation mit der Stadt läuft. Tatsächlich ist der Gedanke der Regionalität ein grundlegender Aspekt, geht es doch um das Zusammenführen von Organisationen und Spendern „vor Ort". Eine Ausweitung auf ganz Deutschland steht diesem Gedanken aber nicht im Weg, al-

lein internationale Projekte sollen nicht gefördert werden. Eine in der Entwicklung befindliche App wird sich stärker am Verhalten der „Angel“ orientieren und viel Gamification und Interaktion mitbringen. Frank von Fraunberg, der mit seinem Team die Plattform gegründet hat, spricht dabei von einer Art „soziales Tinder“, bei dem sich User auch „matchen“ können.

Frank von Fraunberg tüftelt bereits seit 2017 an dem Projekt. Er ist seit Jahrzehnten in der Werbung tätig und hat viele Erfahrungen mit NGOs gesammelt. Dabei ist ihm aufgefallen, dass vieles nicht funktioniert. Die Digitalisierung der gemeinnützigen Branche ist ein wichtiger Punkt dessen. Seinen Worten zufolge werden den Organisationen gern und oft die nötigen Tools an die Hand gegeben, ohne jedoch, dass ausreichend erklärt würde, wie diese erfolgreich eingesetzt werden können. Im Blick sind hier vor allem kleinere Vereine, die meist sehr lokal begrenzt tätig sind. Die Kommunikation zwischen Spendern und den Organisationen ist über einen speziellen Messenger möglich.

Kombination der Möglichkeiten

Auf diesem Weg können beispielsweise auch neue Vereinsmitglieder angeworben werden. In der Kombination der vielen Möglichkeiten sieht Frank von Fraunberg einen Unique Selling Point. Tatsächlich sollen die Social Points schrittweise zu einer Art Währung ausgebaut werden, mit der später idealerweise auch soziales Engagement, das über Spenden hinaus geht, abgebildet werden kann. Wie genau das aussehen könnte, wird noch diskutiert. Denkbar wären auch Kooperationen mit städtischen Ehrenamtsbörsen. Als Konkurrent betrachtet sich Frank von Fraunberg auf diesem Gebiet jedenfalls nicht.

Es steht außer Frage, dass die besondere Situation der letzten Monate auch diesem Projekt ein bisschen den Wind aus den Segeln genommen hat. Zudem wird in finanzieller Hinsicht die Sache bislang aus Eigenmitteln gestemmt. Große Sprünge sind da nicht drin. Das erklärt auch, warum die Homepage noch nicht komplett ist.

Allerdings erlaubt der gesamte Ansatz die Frage, inwiefern mit dem Herausstellen der Social Points nicht etwa ein gewisser Druck aufgebaut werden könnte. Frank von Fraunberg sieht das gelassen: „Wir benötigen in Zukunft digitale Trigger, um die nachfolgenden Generationen an die sozialen Themen heranzuführen, sonst verliert soziales Engagement den Anschluss an diese Generationen. Ein bisschen provozieren, etwas anstoßen, das wollen wir schon. Wir glauben, dass das gut ist und sehen darin einen Zugewinn.“

▶ www.sops.de

#TikTokersFightHunger

Wie gemeinnützige Kampagnen auf TikTok erfolgreich werden

„Tu Gutes und rede darüber!“ ist nicht nur ein Credo der Öffentlichkeitsarbeit, sondern auch immer wieder Motto von Initiativen in den sozialen Medien. Gerade auf der schnelllebigen und als besonders bunt geltenden Plattform TikTok braucht es ein klares Kampagnenkonzept und die richtigen Creators, will man eine solche Aktion zum Erfolg führen.

Von PHILIP PAPENDIECK

Wie genau eine erfolgreiche Kampagne mit sozialem Anspruch auf TikTok gelingen kann, zeigt die diesjährige Kampagne für die Spenden-App „ShareTheMeal“. TikTok ist bekannt für Entertainment. Doch zunehmend werden auch edukative Inhalte von einer sehr diversen Creatoren-Landschaft unterhaltsam und leicht verständlich übermittelt. Dies bietet das perfekte Fundament, um auch wohltätige Themen zu platzieren. Für die Kampagne #TikTokersFightHunger hat die Influencer-Marketing-Agentur Intermate daher zehn Creators verschiedener Genres für genau solch einen Zweck aktiviert. Mit dabei sind TikToker aus den Bereichen Unterhaltung, aber auch Ärzte und Creators, die in der humanitären Hilfe tätig sind. Die Beiträge erreichten über drei Millionen Views. Ziel der Kampagne war es, Aufmerksamkeit für den weltweiten Hunger zu gewinnen und für die „ShareTheMeal“-App zu werben, die sich die Bekämpfung dieses Problems zum Ziel gemacht hat. Mithilfe der TikToker wurde ein breites Publikum erreicht: Insgesamt konnten 19 Millionen Impressionen und 136 000 Klicks generiert werden.

Kampf gegen Hunger trifft auf den Unterhaltungskanal der Gen Z und Millennials

Die gemeinnützige TikTok-Kampagne wurde Anfang 2021 konzipiert und seit Ende Februar umgesetzt und ausgespielt. Die besondere Herausforderung in der Kreation bestand darin, den karitativen Zweck rund um ein ernstes Thema in die TikTok-Welt zu übertragen. Wenn ein so wichtiges, gemeinnütziges Anliegen TikTok-nativ übersetzt werden soll, ist die Auswahl der Creators entscheidend. Denn einerseits geht es um

eine enorme gesellschaftliche Herausforderung und Menschen in Not, andererseits muss der Content der Kampagne auf die Bedürfnisse und Konsumgewohnheiten der Community zugeschnitten sein. Dafür wurden mit den teilnehmenden TikTokern in der Kreation zwei verschiedene Routen konzipiert, die sie frei interpretieren konnten. So wurde sichergestellt, dass der Inhalt gehaltvoll und informativ aufbereitet, aber unterhaltend, dynamisch und agil, wie auf TikTok üblich, präsentiert wird.

Das Kind braucht einen Namen: Die #7ocentchallenge für den guten Zweck

Durch das Einbeziehen der TikTok-Stars in die Konzeption sind verschiedenartige Edutainment-Clips entstanden. Ihre Videos sind versehen mit Handlungsaufrufen. So erklärt die „Ärztin" im Rahmen der zur Kampagne gehörenden #7ocentchallenge, dass Nutzer in der „ShareTheMeal"-App des UN World Food Programmes (WFP) bereits mit 70 Cent viel erreichen können. „KYRA" zeigt wiederum, welche Mahlzeiten nur 70 Cent kosten und wie leicht es uns fallen sollte, die Unterstützung Hilfebedürftiger in den Alltag zu integrieren. Andere Creators folgen dem erfolgreichen und bewährten „Challenge"-Prinzip – so fordert die Medizinstudentin „Medsri" in ihrem Video dazu auf, dem Team in der Spenden-App beizutreten und macht darauf aufmerksam, auf wie wenig wir verzichten müssen, um einen kleinen Beitrag zu leisten. Das Hauptaugenmerk jedes Beitrags liegt dabei stringent auf der Kernaussage von „ShareTheMeal": Mit 0,70 Euro kann ein Kind einen Tag lang ernährt werden.

Größere Aufmerksamkeit

Der Kampf gegen Hunger ist für viele Menschen Alltag, aber für die meisten Menschen in Deutschland ist er nicht allgegenwärtig. Mit #TikTokersFightHunger sollte eine größere Aufmerksamkeit für hungerleidende Menschen hergestellt werden. Damit wurde auch der Nerv der Community auf TikTok getroffen, wie die hohen View-Zahlen sehr deutlich zeigen. Die Gen Z und Millennials sind bereit zu helfen. Mit #TikTokersFightHunger haben Creators und ihre Communities einen kleinen Teil für eine gerechtere Welt beigetragen und ein Vorbild geschaffen, dem noch viele weitere gemeinnützige Initiativen folgen sollten.

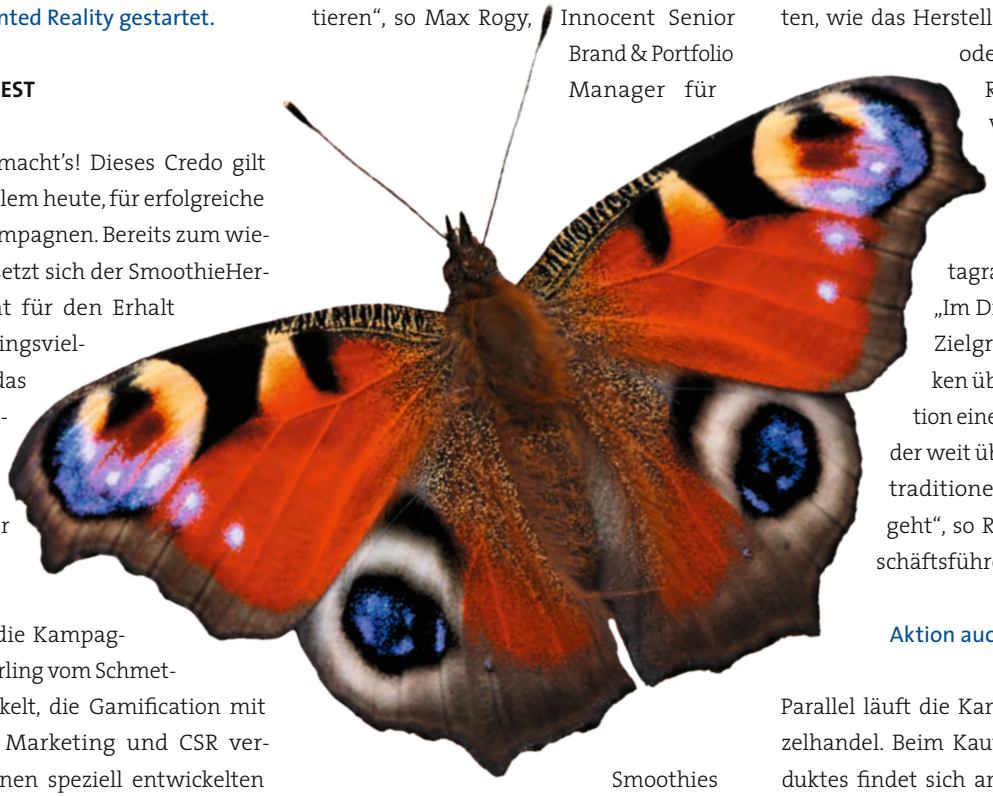
Philip Papendieck ist Co-Founder und Geschäftsführer der Intermate Media GmbH sowie der Co-Founder der Truemates GmbH. Als Vorreiter im Bereich Influencer-Marketing hat er mit Intermate, zunächst als Agentur für Instagram-Kampagnen gestartet, innerhalb kürzester Zeit eine der führenden deutschen Agenturen für Influencer-Marketing aufgebaut.
▶ www.intermate.de

Für die bunten Flatterlinge

Gamification, Cause Related Marketing und CSR für den Schutz von Schmetterlingen

Die Welt der Insekten ist massiv bedroht, wie wir mittlerweile alle wissen. Ihre Zahl schrumpft rapide, ausgelöst nicht zuletzt durch den Verlust von Lebensraum. Teil dieser Vielfalt sind Schmetterlinge. Um den Erhalt der bunten Flatterlinge zu unterstützen, hat der Getränkehersteller Innocent eine Spendenkampagne mit Augmented Reality gestartet.

Von RICO STEHFEST



Die Mischung macht's! Dieses Credo gilt auch, und vor allem heute, für erfolgreiche (Marketing-)Kampagnen. Bereits zum wiederholten Mal setzt sich der SmoothieHersteller Innocent für den Erhalt der Schmetterlingsvielfalt ein und tut das über diverse Kanäle. Gemeinsam mit der Berliner Agentur „Departd" hat das Unternehmen die Kampagne „Werde Retterling vom Schmetterling" entwickelt, die Gamification mit Cause Related Marketing und CSR verbindet. Über einen speziell entwickelten Augmented-Reality-Filter auf Instagram können die User auf ein Mini-Game zugreifen, in dem sie die passenden Früchte für einen Smoothie sammeln können. Bei erfolgreich gelöster Aufgabe gibt es einen „Retterling-Badge", mittels dessen man über einen weiteren Filter einen digitalen Blumengarten ersprießen lassen kann. Der widerum lockt digitale Schmetterlinge an. Für jede von den Usern in diesem Zusammenhang gepostete Story spendet Innocent 20 Cent an ein Projekt zum Schutz und Erhalt der Schmetterlinge. Dieser Ansatz zeigt, dass hier ganz deutlich eine jüngere Zielgruppe im Vordergrund steht. Deshalb sind auch konsequenterweise themenaffine Influencer in die Kampagne eingebunden; zusätzlich werden auf Instagram Anzeigen geschaltet.

„Die digitalen Plattformen bieten einmalige Möglichkeiten, um auf spielerische Art und Weise relevante Inhalte von gesellschaftlicher Bedeutung zu transportieren", so Max Rogy, Innocent Senior Brand & Portfolio Manager für Smoothies in Deutschland. „Ich freue mich darauf, den Retterling-Spirit von Innocent und viele bunte Blumen ins Internet zu tragen, um der Spendenaktion zu durchschlagender Kraft zu verhelfen."

Aktion im gesamten DACH-Raum

Auf der Homepage von Retterling erfährt man mehr über die zu unterstützenden Projekte. Für die Aktion arbeitet Innocent mit Partnern im gesamten DACH-Raum zusammen. In Deutschland ist es das „Netzwerk Blühende Landschaft". Der österreichische Partner ist der dortige Naturschutzbund, und in der Schweiz engagiert sich der „Verein Schmetterlingsförderung im Kanton Zürich". Dort, auf der Homepage, kann auch direkt gespendet werden, wobei die Auswahl des jeweiligen Landespartners möglich ist. Außerdem gibt es dort Tipps, was man selbst im Alltag ganz einfach tun kann, um die bunte Vielfalt zu erhalten, wie das Herstellen eigener Seedballs oder weniger häufiges Rasenmähen. Für die Verbindung zwischen Instagram und der Aktionsseite sind in Letztere einige Instagram-Posts eingebettet. „Im Dialog mit den jungen Zielgruppen können Marken über die direkte Interaktion einen Mehrwert schaffen, der weit über die Möglichkeiten traditioneller Medien hinausgeht", so Ronald Horstman, Geschäftsführer von „Departd".

Aktion auch im Supermarkt

Parallel läuft die Kampagne auch im Einzelhandel. Beim Kauf eines Innocent-Produktes findet sich an der Flasche ein Anhänger, dessen aktivierter Code ebenfalls jeweils eine Spende von 20 Cent veranlasst. Den Anhänger selbst kann man in die Erde bringen. Aus ihm wachsen, mit etwas Glück und einem grünen Daumen, schmetterlingsfreundliche Blumen.

Nach offiziellen Angaben war das Unternehmen im vergangenen Jahr bereits auf einer Gesamtfläche von 80 000 Quadratmetern für den Erhalt der Artenvielfalt aktiv. Natürlich soll das Ergebnis mit der aktuellen Aktion idealerweise noch getoppt werden.

▶ www.retterling.com

Stiftung Pro Artenvielfalt®
Foundation Pro Biodiversity

„Bei unseren couragierten Einsätzen gegen Artensterben und Naturzerstörung legen wir großen Wert auf Authentizität, Qualität und Professionalität. marketwing ist uns dabei seit über einem Jahrzehnt ein engagierter, verlässlicher und erfolgreicher Partner. Hervorragende Ergebnisse und eine kontinuierlich gute Entwicklung bei der Neuspendergewinnung in einem anspruchsvollen Segment sind das marketwing-Fundament, auf dem wir unsere nachhaltigen Projekte realisieren.“

Roland Tischbier
Vorstandsvorsitzender Stiftung Pro Artenvielfalt

Roland Tischbier lässt im stiftungseigenen Zugvogelschutzgebiet „Pantani Cuba & Longarini“ auf Sizilien einen von Vogelwilderern illegal gekäfigten Stieglitz frei. Wir haben gern dazu beigetragen.

© SPA

marketwing®

„Auch Youtuber zeigen

Als Engagementblogger und Freizeitforscher beschäftigt sich Hannes Jähnert seit mehr als zehn Jahren mit sozial-digitalen Themen. Im Gespräch mit unserem Redakteur Rico Stehfest erklärt er die Zusammenhänge zwischen Turbodigitalisierung und Ehrenamt und warum das Vereinswesen seiner Meinung nach noch lange nicht überholt ist.

? Wie sind Sie 2008 auf die Idee eines Blogs zu zivilgesellschaftlichen Themen gekommen?

Ich hatte bereits zu Beginn meines Studiums der Sozialen Arbeit in Erfurt Content für den Verein in meiner alten Heimat Gera geliefert. Zum Ende meines Studium um 2008 hatte ich dann mein letztes Praktikumssemester. Da kam ich auf die Idee, meine Diplomarbeit mit einem Online-Tagebuch zu verknüpfen. Mit meinem Blog verfolgte ich damals eine Art dokumentarischen Ansatz. Ich habe dann schnell festgestellt, dass es tatsächlich Leute gibt, die das interessiert. Irgendwann bin ich dann auf die NPO-Blogparade gestoßen. Da haben sich ganz unterschiedliche Leute aus der deutschen und österreichischen Non-Profit-Szene über aktuelle Themen ausgetauscht. So sind die Schwerpunkte entstanden, die mich heute umtreiben.

Dabei verändert sich das Umfeld auch. Seit 2016 zum Beispiel ist das Thema digitales Engagement im NPO-Bereich angekommen. Damit hat sich mein Schwerpunkt auch mehr zum Wandel der Zivilgesellschaft verschoben.

? Das digitale Ehrenamt und Engagement in dieser Richtung soll weiter vorangetrieben werden. Es gab den *#WirVsVirus-Hackathon*, jetzt das Nachfolge-Projekt „UpdateDeutschland". Welche Entwicklungen oder Veränderungen nehmen Sie hinsichtlich der Digitalisierung während der Pandemie wahr?

gesellschaftliches Engagement“

Tatsächlich ist hier mein liebstes Wort: Beschleunigung. Mit dem Begriff der Digitalisierung haben wir einen Wandlungsprozess zu fassen bekommen, der schon seit Anfang des Jahrtausends läuft und der seither durch die sozialen Medien und die digitale Technik allgemein einen enormen Schub erhalten hat. Das kann man auch bei „Google Trends“ sehen, wo man sich die Häufigkeit von Suchanfragen seit 2004 anzeigen lassen kann. Zum Begriff Digitalisierung gibt es hier seit etwa 2015/16 einen starken Anstieg. Mehr Digitalisierung bedeutet ja Beschleunigung einer Gesellschaft – mehr Input, mehr Handlungsoptionen in derselben Zeit. Und seit letztem Jahr erleben wir da eine Turbodigitalisierung, die aber auch eine um sich greifende Müdigkeit bedeutet. Wir erleben so etwas wie den „rasenden Stillstand“, den der Philosoph Paul Virilio beschrieben hat: Wir sitzen zuhause, bewegen uns aber digital in Lichtgeschwindigkeit durch die Welt.

Durch Corona waren wir plötzlich darauf angewiesen, das zu nutzen, was da ist. Dabei kommen wir aber kaum hinterher, darüber nachzudenken und darüber zu sprechen, wie beispielsweise beim Datenschutz. Das hat ja nicht nur positive Seiten. Kompetenzvorsprünge zahlen sich hier aus. Aber wer vor der Pandemie bereits Gefahr lief, abgehängt zu werden, wie ältere Menschen oder sozial benachteiligte Kinder, hatte es jetzt noch schwerer.

? Was bedeutet das für ehrenamtliches Engagement?

Der neue Freiwilligensurvey, für den die Daten ja 2019 erhoben wurden, zeigt, dass wenigstens in Fragen der Digitalisierung seit 2014 in den Zahlen kaum Veränderungen zu verzeichnen sind. Knapp 55 Prozent aller ehrenamtlich Engagierten nutzen die digitale Technik wenigstens teilweise für ihr Engagement. Die Frage ist aber, was mit denen passiert ist, deren Engagement digital nicht möglich ist? Da sind in der Pandemie viele Möglichkeiten weggefallen. Im ländlichen Raum, aber auch in der Kultur und im Sport hat es mit einiger Sicherheit ganz enorme Einbrüche gegeben. Das sind auch Umbrüche. Es ist noch offen, wie sich dieses Engagement nach Corona entwickeln wird. Wer wird beispielsweise den Vorstand im Verein übernehmen, wenn der ehemalige Vorstand coronabedingt aufgegeben hat?

? Sollte also das Modell des Vereinswesens überdacht werden?

Bei eingetragenen Vereinen haben wir es mit einer relativ unkompliziert zu gründenden juristischen Person zu tun. Schon lange Zeit ist es so, dass sich aus sozialen Bewegungen, Initiativen oder losen Projekten vor allem Vereine gründen. Es gründen sich auch mehr gemeinnützige Kapitalgesellschaften, aber die Zahlen sind in diesem Bereich im Vergleich zu Vereinen marginal. Tatsächlich hat sich in den letzten Jahren die Zahl der Vereine bei etwa 600 000 eingependelt. Ich glaube nicht, dass das Erfolgsmodell eingetragener Verein über den Haufen geworfen werden wird. Es wird sich verändern, weil es sich verändern muss.

Dabei kann man den Unwillen, Ämter übernehmen zu wollen, unterschiedlich interpretieren. Ich kenne junge Menschen, die Ämter in Vereinen innehaben, aber sie gestalten diese anders. Vorstände sind heute im Schnitt, ich schätze mal, Mitte 50. Diese Leute sind für jemanden von Mitte 20 nicht immer die Vorbilder. Da fehlt oft der Spirit. Jüngere Menschen gehen in Verantwortung, wenn sie einen Bedarf dafür sehen, wenn sie ihre Rollen annehmen können. Das sieht nachher nur anders aus, vielleicht eher nach einer Richtung Unternehmertum. Wer nicht zufrieden ist mit dem, wie es ist, entwickelt die Strukturen fort.

Was ich mir wünschen würde, ist, dass sich die jüngeren Generationen auch ein Stück weit Gedanken machen, wie sie die Erfahrungen und das Engagement der Älteren aufnehmen können. Das ist kein natürlicher Prozess. Man muss erst mal drauf kommen, generationenübergreifend zu arbeiten. Es sollte aber nicht so sein, dass sich künftig Ältere vom Engagement Jüngerer abgehängt fühlen.

? Laut Ehrenamtsreport werden Engagierte immer älter. Jüngere Generationen bringen aber die Digitial Natives und damit mitunter ziemliche Kompetenzen mit. Wie kann man diesen Schatz für das Ehrenamt heben?

Die meisten Blogger oder Youtuber sind nicht unbedingt die, die damit viel Geld verdienen. Häufig sind das Menschen, die für sich eine Nische entdeckt haben, ein bestimmtes Thema bearbeiten und ihr Wissen darüber in zu Beispiel Form von Tutorials frei zur Verfügung stellen. Dafür sitzen sie freiwillig auch dann noch vor dem Rechner, wenn andere schon längst lieber Feierabend machen. Das gehört inzwischen zum bürgerschaftlichen Engagement dazu. Wie sich diese Leute in Verbänden oder Initiativen einbringen könnten, da könnte man mal die Verbände fragen. Wahrscheinlich fehlt es an Angeboten und Strukturen. Das ändert sich auch. Mehr und mehr werden so genannte Influencer für das Marketing entdeckt! Das sind eben nicht nur die ganz großen Namen, sondern auch die Mikro-Influencer. Mit dem, was sie gern tun, könnten sie in den etablierten Strukturen mitwirken.

Wir kommen nicht weiter, wenn wir immer nur behaupten der Dritte Sektor, der gemeinnützige Sektor wäre das Rückgrat der Gesellschaft. Das stimmt so nicht. Viele andere tragen dazu auch bei, indem sie sich einbringen, die Welt ein Stück besser zu machen und dabei etwas für andere tun, ganz freiwillig.

▶ www.hannes-jaehnert.de

Wie bitte?

Wenn Ihre Mitmenschen ein Megafon brauchen, um mit Ihnen zu kommunizieren, dann ist Ihr Hörvermögen wahrscheinlich eingeschränkt. Das Gehör war im Mai auch Thema bei der Reihe „Herrenhausen Late“, an der sich unter anderem die Volkswagen-Stiftung beteiligt. Prof. Dr. Thomas Lenarz (links) und Prof. Dr. Andreas Büchner vom Deutschen Hörzentrum stellten neueste Erkenntnisse und Therapiemöglichkeiten vor. Ein Mitschnitt des Vortrags ist in der Mediathek der Volkswagen-Stiftung verfügbar.

▶ www.volkswagenstiftung.de/aktuelles-presse/mediathek

Bittere Orangen

Arbeitsrechtsverletzungen bei der Zitrusernte

Von wegen sauer macht lustig. Die Rosa-Luxemburg-Stiftung hat Mitte Juni zusammen mit der NGO „Khanyisa“ die Studie „Bittere Orangen“ veröffentlicht, die massive Arbeitsrechtsverletzungen auf südafrikanischen Zitrusfarmen dokumentiert. Die untersuchten Produzenten beliefern auch deutsche Supermärkte von Edeka, Rewe, Lidl und Netto. Laut Studie setzten diese die Zulieferer durch problematische Handelspraktiken wie kurzfristige Lieferverträge und das Nachverhandeln von Preisen unter Druck. Die Supermarktkonzerne hätten zwar starke Einflussmöglichkeiten, würden diese aber nur zu ihren Gunsten ausnutzen. Die Zertifizierung mit dem Sozialstandard SIZA könne dabei geltendes Arbeitsrecht nicht durchsetzen. Es geht unter anderem um gefährliche Pestizide und den Zugang zu sauberem Trinkwasser für die Beschäftigten auf den Farmen. Die Rosa-Luxemburg-Stiftung fordert ein effektives Lieferkettengesetz.

▶ www.rosalux.de/orangen

MEINE MEINUNG

„Warum sind Stiftungen so stark männlich geprägt?“

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Im Interview ab Seite 16 in diesem Heft sagt die ehemalige Präsidentin des Fundraisingverbands Austria, Monica Culen, Frauen seien „im Vormarsch“. Schaut man sich die aktuellen Zahlen zum deutschen Stiftungswesen an, die der Bundesverband Deutscher Stiftungen im Frühjahr herausgegeben hat, wirkt das allerdings nicht so. Demnach wird nur knapp jede vierte Stiftung ausschließlich von Frauen errichtet, und in den einzelnen Stiftungsgremien liegt der Frauenanteil jeweils unter 30 Prozent. Warum sind Stiftungen immer noch so stark männlich geprägt, zumindest was die Führungsebene betrifft? Ich denke, sie sind ein Abbild unserer Gesellschaft, in der immer noch vor allem Frauen die Care-Arbeit machen und die kleineren Einkommen nach Hause bringen, während Männer ihre Karriere durchziehen und in Ruhe überlegen können, was sie mit ihrem Vermögen anstellen. Und da ist doch zum Beispiel die Errichtung einer Stiftung eine feine Sache. Deshalb fürchte ich, dass es wenig bringt, Frauen zu ermuntern, im Bereich Stiftungen stärker selbst aktiv zu werden, da ihnen in vielen Fällen einfach Zeit und finanzielle Mittel fehlen. Und solange Begriffe wie Gender Pay Gap, Teilzeitfalle und „gläserne Decken“ das Berufsleben von Frauen dominieren, wird sich dies kaum wandeln. Stiftungen als eher traditionelle, konservative Einrichtungen tragen hierbei wenig zur Gleichberechtigung bei. Das sollte sich ändern!

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

Kurzgefasst …

Weiterbildung und Vernetzung

Am Center for Philanthropy Studies (CEPS) der Uni Basel hat sich die Foundation Board Academy gegründet. Die Ausbildungs- und Vernetzungsplattform für Stiftungsrätinnen und Stiftungsräte gemeinnütziger Stiftungen bietet ab 2022 Seminare in der Deutsch- und Westschweiz an, ergänzt durch Webinare und Veranstaltungen zu aktuellen Themen.

▶ www.foundationboardacademy.ch

Gegen die Plastikflut

Die Heinrich-Böll-Stiftung hat das Jugendsachbuch „Pack aus! Plastik, Müll & ich" veröffentlicht. In Grafiken, kurzen Texten und wahren Geschichten sollen alle Zusammenhänge rund um Plastik, von der Herstellung über die Nutzung bis zur Entsorgung, dargestellt werden. Dazu werden Alternativen zu Plastik und mögliche Auswege aus der Plastikflut aufgezeigt.

▶ www.boell.de

Millionen für die Nachhaltigkeit

Um die Forschung auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit zu fördern, hat die Carl-Zeiss-Stiftung an der TU Kaiserslautern und am Campus Landau der Uni Koblenz-Landau einen Fonds mit zwei Millionen Euro aufgelegt. Mit dem Geld sollen rund zehn Projekte gefördert werden, bei denen Teams beider Standorte zusammenarbeiten. Auch eine interdisziplinäre Nachwuchsgruppe soll entstehen.

▶ www. care-zeiss-stiftung.de

Neuer Stiftungsaward für Pflege

Die gemeinnützige Korian-Stiftung für Pflege und würdevolles Altern hat zum ersten Mal einen Stiftungsaward für „Vielfalt und Respekt in der Pflege" ausgeschrieben. Er ist mit 2000 Euro Preisgeld dotiert und soll an Pflegeanbieter und Projekte verliehen werden, die sich um diversitätssensible Pflege bemühen. Infos zur Ausschreibung sowie das Bewerbungsformular gibt es auf

▶ www.korian-stiftung.de/korian-stiftung-award

„Kita des Jahres" gekürt

Die Sprach-Kita „Villa Sonnenschein" aus Oranienburg-Wörlitz kann sich über 25 000 Euro freuen. Die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung und das Bundesfamilienministerium haben sie zur „Kita des Jahres" gewählt. Die gleiche Summe erhält der „BildungsCampus Tarp e. V." aus Schleswig-Holstein in der Kategorie „Lokales Bündnis für frühe Bildung des Jahres".

▶ www.dkjs.de ▶ www.deutscher-kita-preis.de

Bedrohtes Erbe

Kulturgüter und Klimawandel

Auf eine Auswirkung des Klimawandels, an die wohl nicht jeder sofort denkt, hat jetzt die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) aufmerksam gemacht: die Bedrohung des Kulturerbes. Aus diesem Grund beteiligt sich die DBU jetzt mit 121 355 Euro an der Förderung eines Projektes, das vom Internationalen Rat für Denkmalpflege (Icomos), der Unesco und dem Weltklimarat (IPCC) ins Leben gerufen wurde. Es soll Forschungslücken zu den klimatischen Auswirkungen auf das Kultur- und Naturerbe ermitteln und mögliche Schutz- und Anpassungsstrategien ausfindig machen.

Der Kulturerbesektor sei ein wichtiger Akteur für das Verwirklichen der Pariser Klimaschutz-Ziele, teilt die DBU mit. Das Thema finde jedoch bislang im globalen Klimadiskurs noch kaum Beachtung, obwohl sich Umweltveränderungen infolge des Klimawandels stark auf historische Kulturgüter auswirken. So werden beispielsweise andere Anforderungen an die Gartendenkmalpflege und die nachhaltige Instandhaltung von Bauwerken notwendig.

▶ www.dbu.de

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**

Simona Crameri ist eine von über 8500 Jugendlichen aus Schweizer Bergregionen, die durch die Pestalozzi-Stiftung in ihrer Ausbildung gefördert werden.

Bergdorf mit Aussicht

Private Ausbildungsförderung in der Schweiz

Was ist, wenn der Wohnort irgendwo tief im Gebirge liegt und die nächste Uni kilometerweit entfernt ist, aber das Geld für eine Bleibe am Ausbildungsort fehlt? In diesem Fall springt seit 60 Jahren die Schweizer Pestalozzi-Stiftung ein, die junge Menschen aus Schweizer Bergregionen bei der Finanzierung in Studium oder Ausbildung unterstützt.

Von UTE NITZSCHE

Jeden Tag klare Luft, frisches Grün direkt vor der Haustür und echte Tiere im Stall nebenan – Kinder, die in den Schweizer Bergen aufwachsen, haben im Vergleich zu ihren Altersgenossen in der Stadt ein Leben, das sich wohl viele Eltern heutzutage für ihre Sprösslinge wünschen. Doch spätestens, wenn das Thema Ausbildung oder Studium im Raum steht, sehen sich viele dieser Jugendlichen plötzlich mit einem Problem konfrontiert. Zwar haben sich die Bildungsinstitutionen über die Jahre den städtischen Strukturen angeglichen, aber wie überall reicht auch in den Berggebieten eine Erstausbildung allein oft nicht aus. Und das bedeutet für die Jugendlichen, dass sie ihr Heimatdorf verlassen und von nun an auswärts wohnen müssen, um einen Beruf zu erlernen oder zu studieren.

Entfaltung von Talenten und Begabungen

Eine zentrale staatliche Ausbildungsförderung gibt es in der Schweiz nicht. „Dadurch entstehen hohe Kosten für Unterkunft, Verpflegung und Reise, die nur teilweise durch öffentliche kantonale Stipendien gedeckt sind. Nicht alle Eltern oder Ausbildungsinteressierte sind in der Lage, für zusätzliche Kosten aufzukommen. Jugendliche, die in einer Stadt beziehungsweise in der Agglomeration aufgewachsen sind, können während ihrer Ausbildung in der Regel zu Hause wohnen“, berichtet Erika Andrea. Sie ist Geschäftsführerin der „Pestalozzi-Stiftung für die Förderung der Ausbildung Jugendlicher aus schweizerischen Berggegenden“.

Die Stiftung wurde 1961 durch das Auslandschweizer Ehepaar Honegger gegründet, das einen engen Bezug zum Land hatte und erkannte, dass es für Familien in abgelegenen Bergregionen schwierig ist, für eine gute Ausbildung ihrer Kinder aufzukommen, sodass sich besondere Talente und Begabungen entfalten können. Die Stiftung vergibt dafür Stipendien oder zinslose Darlehen; 8573 sind es mittlerweile seit ihrer Gründung. Einfach nur in einem Dorf in den Alpen zu wohnen, reicht allerdings nicht aus, um von der Pestalozzi-Stiftung begünstigt zu werden. Wer einen Stipendienantrag stellen will, muss Schweizer Bürgerin beziehungsweise Bürger oder im Besitz einer Niederlassungsbewilligung C sein und darf zum Zeitpunkt des ersten Gesuchs das

30. Lebensjahr noch nicht überschritten haben. Vor allem aber müssen die Interessierten nicht nur in einem Schweizer Berg- oder Randgebiet aufgewachsen sein, sondern dort auch die obligatorische Schulzeit absolviert haben. Sind diese Voraussetzungen erfüllt, wird ein Finanzierungsplan erstellt. „Ein Stipendium wird nur gewährt, wenn ein Fehlbetrag durch Eltern oder Bewerber nicht selber aufgebracht werden kann", erklärt Erika Andrea die Modalitäten. Ob die Stiftung ein Stipendium gewährt und wie hoch die Förderung ausfällt, entscheidet dann die Kommission Stipendien, die aus dem Präsidenten und drei Stiftungsrätinnen besteht.

Betreuung durch Vertrauenspersonen

Die Schnittstellen zwischen den Jugendlichen und der Stiftung stellen dabei insgesamt 50 ehrenamtlich tätige Vertrauenspersonen dar, die die Stiftung in allen Schweizer Bergregionen vertreten. Das sind zum Beispiel Lehrpersonen, Schulinspektoren und kantonale Laufbahnberaterinnen und -berater. „Sie unterstützen die Jugendlichen bei der Antragsstellung für ein Gesuch, stellen so die Nähe der Stiftung zu den Bergregionen und zu den Familien sicher und machen das Arbeitsmodell der Stiftung einzigartig", so Erika Andrea.

Förderung bereits im Kindesalter

Eine entscheidende Rolle spielt der Förderkreis, dem Privatpersonen, andere Stiftungen sowie Firmen angehören, die sich längerfristig für die Ziele der Pestalozzi-Stiftung engagieren. Ihre Mitgliedsbeiträge von mindestens 1000 Franken im Jahr machen neben Spenden einen wichtigen Teil der Finanzierung aus. In guten Jahren kommen auch Erträge aus dem Kapital dazu.

So ist es möglich, dass die Stiftung auch einen eigenen Wettbewerb zur Förderung im Kindesalter ausrichtet. Erika Andrea erläutert die Idee dahinter: „In Städten gibt es bereits viele Frühförderungsinstitutionen. Das Angebot für Kinder aus Berggebieten ist hingegen beschränkt. Mit dem Preis zeichnet die Pestalozzi-Stiftung Projekte mit Vorbildcharakter in Schweizer Berggebieten aus. Die Pestalozzi-Stiftung ist überzeugt, dass für den Lernerfolg der Kinder eine frühe Förderung eine wesentliche Voraussetzung ist und den späteren Übergang zum schulischen Lernen erleichtert." Die Stiftung vergibt den mit 20 000 Schweizer Franken dotierten Preis in Zusammenarbeit mit dem „Dachverband Lehrerinnen und Lehrer Schweiz", schließlich ist gute Bildung immer eine nachhaltige Investition in die Zukunft. Daran hat sich auch 60 Jahre nach der Stiftungsgründung nichts geändert.

▶ www.pestalozzi-stiftung.ch

Handlungsfähig bleiben

Wie Stiftungen von der Digitalisierung ihrer Verwaltung profitieren können

Die vergangenen Monate haben gezeigt, welche Bedeutung der Digitalisierung mittlerweile zukommt. Das betrifft nicht zuletzt auch die interne Verwaltung von Stiftungen. Wie finden Sie die passende Software, was muss diese können und worauf kommt es dabei an?

Von CORA ROSENKRANZ

In ihrer externen Kommunikation nutzen viele Stiftungen die gegebenen digitalen Möglichkeiten äußerst professionell. Beim Thema interne Digitalisierung reagieren sie zögerlicher. Die Gründe dafür sind absolut nachvollziehbar, verfügen doch die meisten Stiftungen über ausgefeilte analoge Verwaltungsprozesse, die sich teils über Jahrzehnte bewährt haben. Doch auch unabhängig von krisenbedingten Einschränkungen kann die digitale Transformation in der Stiftungsverwaltung erhebliche Vorteile bedeuten.

Die Kontaktbeschränkungen der Covid-19-Pandemie haben einige Stiftungen an den Rand ihrer Handlungsfähigkeit gebracht. Analog organisierte Verwaltungsprozesse ließen sich kaum oder nur unter größten Schwierigkeiten kontaktlos umsetzen. Wenig überraschend, dass sich in vielen Stiftungen die Motivation, über eine Digitalisierung der Verwaltung nachzudenken, deutlich erhöht hat.

Digitale Transformation ist keine Ad-hoc-Lösung

Doch um es gleich vorweg zu sagen: Die Verwaltung einer Stiftung zu digitalisieren, ist keine kurzfristig umsetzbare Spontan-Aktion. Schon wegen der vielfältigen Vorgaben handelt es sich um eine komplexe und anspruchsvolle Aufgabe. Zu den Dokumentations- und Meldepflichten von Finanz- und Aufsichtsbehörden kommen die Anforderungen unterschiedlicher Zuwendungsgeber und die vielfältige Struktur der betreuten Projekte. Wer sich also mit dem Gedanken an eine Digitalisierung trägt, sollte vor allem die nachhaltigen Ziele und Vorteile in den Blick nehmen.

Denn als Zukunftsperspektive bietet die digitale Stiftungsverwaltung tatsächlich zahlreiche Vorteile: Dazu gehört zuallererst die zeitliche und örtliche Flexibilität.

Mehr Flexibilität, Effizienz und Sicherheit

Auch ohne Kontakteinschränkungen ist es natürlich hilfreich und komfortabel, wenn sämtliche Daten und Informationen jederzeit und von jedem Ort aus abrufbar sind und Dokumente und Belege in Echtzeit zur Verfügung stehen. Steuerung, Überwachung, Controlling und nicht zuletzt die Buchhaltung werden so extrem vereinfacht. Dazu können Compliance-Vorgaben fest implementiert werden, und alle Entscheidungsprozesse werden jederzeit revisionssicher dokumentiert. All das funktioniert natürlich nur mit einer entsprechend leistungsfähigen Softwarelösung.

Die Kernfunktionen der Stiftungsverwaltung werden von allen angebotenen Standardlösungen abgedeckt. Dennoch

lohnt sich das genaue Hinschauen, denn die Unterschiede im Bedienkomfort sind zum Teil erheblich. Hilfreich ist beispielsweise ein direkter Zugriff vom Projektstatus auf sämtliche zugehörige Vorgänge und Dokumente.

Sorgfältige Auswahl plus kompetente Individualisierung

Und die grundsätzlich erforderliche Anpassung der ausgewählten Standardlösung an die individuellen Anforderungen verlangt Kompetenz und Fingerspitzengefühl. Am besten gelingt sie erfahrungsgemäß, wenn Software-Lösung und Beratung aus einer Hand kommen und der Digitalisierungspartner bereits fundierte Erfahrungen im Bereich Stiftungen vorweisen kann.

Mitarbeiter mitnehmen und adäquat ausstatten

Entscheidend für den Erfolg eines Digitalisierungsprojektes sind außerdem die Akzeptanz und das Engagement der Mitarbeitenden. Es empfiehlt sich deshalb, sie frühzeitig in die Projektplanung einzubeziehen. Ebenso wichtig ist eine angemessene Hardware-Ausstattung, das heißt leistungsfähige Rechner und ausreichend hochwertige Monitore. Auch diese Kosten sollten von Beginn an in die Kalkulation einfließen.

Stiftungs- und Immobilienverwaltung aus einer Hand

Sollen parallel Immobilien bewirtschaftet und verwaltet werden, ist es sinnvoll, einen Anbieter auszuwählen, der in beiden Bereichen über entsprechende Kompetenz und Erfahrung verfügt und passende Software-Lösungen anbietet. Kommt alles aus einer Hand, ist sichergestellt, dass die Systeme beider Verwaltungsebenen derselben Funktions- und Bedienlogik folgen und nicht separat gelernt werden müssen. Auch das Zusammenführen von Daten kann dann nahtlos erfolgen.

Eine Digitalisierung bietet also erhebliche Vorteile. Bereits heute existieren leistungsfähige und rechtskonforme Lösungen für das digitale Stiftungsmanagement. Dennoch ist die Entwicklung einer Stiftung zum digitalen Unternehmen ein komplexer und anspruchsvoller Prozess. Erfolgsentscheidend sind deshalb neben der Qualität der Softwarelösung Erfahrung sowie Branchen- und Beratungskompetenz des ausgewählten Digitalisierungspartners.

Als Fachjournalistin beschäftigt sich **Cora Rosenkranz** vor allem mit Zukunftsthemen. Sie hat es sich zur Aufgabe gemacht, technische Innovationen und die Chancen der Digitalisierung vor allem für potenzielle Anwender und Entscheider in Unternehmen interessant und anschaulich darzustellen.
▶ www.nordfeuer-hh.de

StiftungsManager
Recht, Organisation, Finanzen

Herausgegeben von **Prof. Dr. Hans Fleisch**, **Jörg Martin**, **Berthold Theuffel-Werhahn** und **Prof. Dr. Katharina Uffmann**

Loseblattwerk, 2.546 Seiten, 2 Ordner, im Abonnement: Grundwerk € (D) 138,– (inkl. MwSt. und zzgl. Versand), ca. 4 Ergänzungslieferungen pro Jahr, ISBN 978-3-503-17878-0

Der ***StiftungsManager*** steht Ihnen als verlässliche **Wissensquelle für die professionelle Stiftungsarbeit** mit erstklassigem Rat zur Seite. Erfahrene Stiftungsmacher/-innen geben Einblicke in ihre Erfolgsrezepte. Rechts-, Management-, Finanz- und Steuerprofis unterstützen Sie **mit vielen Praxistipps**.

Einzigartig in seiner aktualisierbaren Form behält der ***Stiftungs-Manager*** wichtige Entwicklungen für Sie im Auge: **Das jüngste Update** beleuchtet u. a. das geplante Gesetz zur Vereinheitlichung des **Stiftungsrechts** (Regierungsentwurf) und wirft einen neuen Blick auf Besonderheiten des **Stiftungsarbeitsrechts**, z. B. vertragliche Grundlagen oder Haftungsfragen.

Online informieren und bestellen:
www.ESV.info/17878

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

Lebendige Werte statt leerer Worthülsen

Leitbildentwicklung in Stiftungen

Ein Leitbild auf der eigenen Homepage zu präsentieren, ist eine Sache. Es umzusetzen und mit Leben zu füllen, eine andere. Die Tropenwaldstiftung OroVerde, die sich seit über 30 Jahren für den Erhalt der Regenwälder einsetzt, zeigt, wie sich Stiftungen ein glaubhaftes Leitbild erarbeiten.

Von BIRTHE HESEBECK

Warum braucht eine vergleichsweise kleine Stiftung ein Leitbild? Was macht die DNA der Tropenwaldstiftung OroVerde aus? Welche Hebel sind zu bewegen, um die letzten Tropenwälder der Erde zu schützen und ihre Klimafunktion zu erhalten? Diesen und anderen Fragen stellte sich das Team der Tropenwaldstiftung. Das Ziel: frühzeitig die Weichen richtig stellen und regelmäßig nachjustieren.

Ein interner Abgleich der unterschiedlichen Sichtweisen auf die Organisation und die Diskussion über Ansatzpunkte, die den Tropenwaldschutz befördern, dienten dazu, eine gemeinschaftliche Basis zu schaffen. Dabei ging es nicht nur um Fachinhalte, sondern auch um ein Mehr an Verständnis für die Arbeit der Kolleginnen und Kollegen.

Lösungsideen zeigen und zum Handeln motivieren

Bürgerinnen und Bürger, Politik und Wirtschaft für den Schutz der Regenwälder zu begeistern, Lösungsideen aufzuzeigen und zum Handeln zu motivieren ist ein wesentliches Leitziel. Handlungsempfehlungen, Dialogprozesse und Kampagnen wirken zudem auf politische Rahmengesetzgebungen zum Schutz der tropischen Regenwälder ein.

„Weltweit intakte Tropenwälder sind unsere Vision. Die tropischen Regenwälder sind ein herausragender Teil des ‚Systems Erde', in dem wir Natur und Mensch als Partner sehen. Dies ist der Schlüssel für einen Wandel in eine nachhaltige Gesellschaft", fasst Martina Schaub, seit 2020 Vorständin von OroVerde, das Leitbild zusammen.

Ein Leitbildprozess ist aber immer auch ein Anstoß zur Diskussion über Werte. Entscheidend ist dabei, dass diese nicht nur als Worthülsen im Raum stehen bleiben, sondern dass sie mit Leben gefüllt werden.

Werte mit Leben füllen

Welchen Wert hat zum Beispiel „Wertschätzung" für das eigene Tun? Welche Verhaltensweisen stehen dahinter in Bezug auf den Umgang mit den Projektpartnerinnen und -partnern in den Tropenländern, mit den Schülerinnen und Schülern in der Bildungsarbeit oder auch mit den eigenen Mitarbeitenden in der alltäglichen Zusammenarbeit? Oder: Was bedeutet „Lösungsorientierung" für die Kommunikation? Was müssen wir konkret tun, um den Fokus weg vom Problem und hin zur Lösung zu richten? Erst diese intensivere Beschäftigung mit der Thematik verleiht Leitbildentwicklungen mehr Sinn als ein schönes Pamphlet, das aber keine Wirkung entfaltet.

Und nach dem Leitbildprozess?

Das Leitbild ist ein zentrales Element der Marke und somit auch der Markenkommunikation. In einem auf dem Leitbildprozess aufbauenden Markenprozess hat OroVerde nun erst einmal die zentrale Vision nachgeschärft: „Damit Natur und Mensch Partner für einen der herausragendsten Teile des Systems Erde werden." In weiteren Schritten wird nun die Kommunikationsstrategie erneuert.

Das komplette Leitbild kann unter www.oroverde.de/leitbild abgerufen werden.

Birthe Hesebeck leitet seit 2005 bei der Tropenwaldstiftung OroVerde die Bereiche Fundraising, Öffentlichkeitsarbeit und Bildung. Sie beschäftigt sich mit Kommunikation in all ihren Facetten, z.B. mit der Frage, wie sich Verhaltensveränderungen anstoßen lassen. Im Rahmen ihrer Arbeit übertrug sie u.a. das Modell der Limbic Types aus dem Neuromarketing für die Nachhaltigkeitskommunikation und das Fundraising von OroVerde.

▶ www.oroverde.de

Kommt gut an:

TeleDIALOG macht kleine Ideen groß.

Fotos: AdobeStock©atiergraphics, AdobeStock©reimax16, AdobeStock©domnitsky

Kleine NGOs werden groß – unsere Ideen wachsen mit.

Als erfahrene Spezialisten für Telefon-Fundraising sorgen wir seit fast 25 Jahren für wertvolle Kontakte zu Förderern*innen und Spendern*innen. Eine direkte und dauerhafte (Ver-)Bindung, die gut ankommt! Gerne gehen wir auch mit Ihnen die ersten Schritte.

TeleDIALOG
Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Neuer Präsident für Caritas Schweiz

Die Delegiertenversammlung der Caritas Schweiz hat **Claudius Luterbacher** zum neuen Präsidenten gewählt. Er wird damit Nachfolger von Mariangela Wallimann-Bornatico, die dieses Amt seit 2012 innehatte. Claudius Luterbacher hat Theologie und Ökonomie studiert und promovierte im Bereich Sozial- und Wirtschaftsethik. Er war Lehrbeauftragter der Universitäten Lugano und Freiburg und ist seit neun Jahren Kanzler und Ökonom des Bistums St. Gallen sowie Mitglied der Bistumsleitung. Bereits seit 2014 gehört Claudius Luterbacher auch dem Vorstand von Caritas Schweiz an, seit 2020 ist er zudem Mitglied des Präsidiums. In seiner neuen Funktion als Präsident übernimmt erstmals seit 34 Jahren wieder ein Deutschschweizer die strategische Verantwortung für das Hilfswerk.

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

Ehrenamt bei Unicef Österreich

Der Unternehmer und Keynotespeaker **Ali Mahlodji** setzt sich ab sofort als Ehrenbeauftragter von Unicef Österreich für Kinder und Jugendliche ein. Er ist Jugendbotschafter der Europäischen Union und Gründer des Web-Portals „whatchado“, das Jugendliche bei ihrer Berufswahl unterstützt. Mahlodji, der im Iran geboren wurde, wuchs selbst als Flüchtlingskind auf. Seine Eltern flohen 1983 mithilfe von Amnesty International in ein österreichisches Flüchtlingsheim.

Im Einsatz für den Opferschutz

Victim Support Europe (VSE), der Dachverband der europäischen Opferschutzinitiativen, hat eine neue Vizepräsidentin gewählt. Das Amt übernimmt **Petra Klein**, die zuvor Schatzmeisterin des Verbandes war. Sie leitet seit 2009 die Außenstelle des „Weissen Rings“ in Oldenburg, gehört seit 2010 dessen Bundesvorstand an und war in ihrer Tätigkeit als Kriminalbeamtin unter anderem als Verhandlungsführerin bei Geiselnahmen und Entführungen im Einsatz.

Strategie für die USZ Foundation

Amina Chaudri leitet seit Januar 2021 den Strategie-Prozess der Stiftung des Universitätsspitals Zürich (USZ). Die USZ Foundation fördert medizinische Innovationen, die das Leben der Patientinnen und Patienten unmittelbar verbessern. Daneben widmet sich Amina Chaudri ihrer Teilselbständigkeit. Sie bietet Philanthropie-Beratungen und Mediationen zum Thema Nachlässe an. Zudem ist sie Stiftungsrätin der „Stiftung Denk an mich“ und der Max Frisch-Stiftung.

Kenner des gemeinnützigen Sektors

Aus über 120 Bewerbungen hat der Vorstand von SwissFoundations, dem Verband der Schweizer Förderstiftungen, **Richard Brogle** zum neuen Geschäftsführer ernannt. Der Ingenieur, Anwalt und Doktor der Chemie kennt sich bestens aus im schweizerischen Gemeinnützigkeitssektor, denn er war mehrere Jahre CEO einer international tätigen Förderstiftung. Besonders in der internationalen Entwicklungszusammenarbeit hat Richard Brogle viele Erfahrungen gesammelt. Er nahm an humanitären Missionen im Auftrag des Schweizerischen Korps für Humanitäre Hilfe (SKH) teil und ist seit 2020 Mitglied der „Beratenden Kommission für internationale Zusammenarbeit". Richard Brogle spricht vier Sprachen fließend und engagiert sich in seinem Wohnort bei der Freiwilligen Feuerwehr.

Schweizer Presserat wählt neue Präsidentin

Martina Fehr ist neue Präsidentin der „Stiftung Schweizer Presserat". Sie ist seit Mai 2020 Direktorin der Schweizer Journalistenschule „MAZ" und war zuvor in verschiedenen Funktionen bei „Somedia" tätig, zuletzt als Leiterin Publizistik für Zeitung, Radio, TV und Online. Außerdem ist sie Vorstandsmitglied der Konferenz der Chefredaktorinnen und Chefredaktoren, Präsidentin von „real21 – Die Welt verstehen" und Mitglied der Jury „Prix Transparence". Martina Fehr arbeitet seit vielen Jahren als Journalistin. Als Präsidentin der „Stiftung Schweizer Presserat" tritt sie die Nachfolge von Markus Spillmann an. Der frühere Chefredaktor der „Neuen Zürcher Zeitung" hatte das Amt seit 2017 bekleidet, stand aber für eine zweite Amtszeit nicht mehr zur Verfügung.

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

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

Haus des Stiftens erweitert Geschäftsführung

Die „Haus des Stiftens gGmbH“ hat im April 2021 ihre Geschäftsführung erweitert. Gründer Philipp Hof holte sich mit **Gerit Reimann** und **Clemens Frede** zwei weitere Mitstreiter ins Führungsteam. Damit trägt das Haus des Stiftens der positiven Wachstumsbilanz der letzten Jahre Rechnung. Gerit Reimann ist keine Unbekannte im Unternehmen. Seit 2006 baut sie den Stiftungsbereich des Hauses auf und entwickelt zusammen mit den Stiftungsteams, mit Partnern sowie Expertinnen und Experten Gestaltungsmöglichkeiten für stifterisches Engagement. Ihr Kollege Clemens Frede ist seit 2008 dabei. Er war unter anderem Bereichs- und Projektleiter und hat beim Haus des Stiftens den Geschäftsbereich Unternehmen und Non-Profits systematisch aufgebaut.

zh aw School of Management and Law

Sinnvolles bewirken

Masterdiplom Fundraising Management
Berufsbegleitende Weiterbildung

Kursstart:
10. Septemer 2021

Auch für Teilnehmende aus Deutschland

www.zhaw.ch/zkm/mas-frm

Jetzt anmelden!

Kommunikationsstratege bei der Ehrenamts-Stiftung

Im Mai 2021 hat **Jörg Reschke** die Programmleitung Methoden und E-Learning für die „Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt“ übernommen. Er wird eine bundesweite Plattform für Lern- und Weiterbildungsmöglichkeiten für NPOs aufbauen, an der sich viele Partner beteiligen können. Der Dozent und Kommunikationsstratege hatte zuvor das Buch „Online-Fundraising“ herausgegeben und unter anderem das Social Start-up „goood mobile“ mitgegründet.

Bekanntes Gesicht mit neuer Aufgabe

Das Team von „Talents4Good“ begrüßt **Annika Behrendt** als neues Mitglied der Geschäftsführung. Sie übernimmt diese Aufgabe an der Seite von Geschäftsführerin Carola von Peinen sowie der Prokuristin Judith Hartmann. Mitgründerin Anna Roth verlässt die Geschäftsführung, bleibt dem Unternehmen aber als Gesellschafterin verbunden. Annika Behrendt ist bei „Talents4Good“ kein neues Gesicht. Die studierte Kulturwissenschaftlerin war 2013 allererste Mitarbeiterin.

Vom Vatikan zur Stiftung

Susanne Hornberger ist seit dem 1. April 2021 neue Kommunikations-Chefin der Hanns-Seidel-Stiftung. Die Journalistin war bisher Chefredakteurin der „Münchner Kirchenzeitung“ (MK) und auch mehrere Jahre beim Bayrischen Fernsehen tätig, unter anderem als ARD-Vatikankorrespondentin in Rom. Ihre Aufgabe ist es nun, die Expertise der weltweit tätigen Hanns-Seidel-Stiftung über die entsprechenden Ausspielkanäle passgenau in die Öffentlichkeit zu bringen.

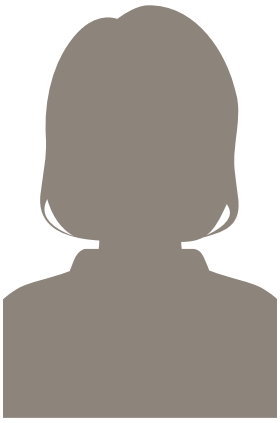
Neuer Fundraising-Referent für das „Haus Rissen“

Seit Mai 2021 verstärkt **Rüdiger Marx** als Referent für Fundraising das Team des „Haus Rissen“ in Hamburg, das sich für eine freie, plurale und demokratische Gesellschaft einsetzt. Rüdiger Marx hat Sozialökonomie sowie „Public und Nonprofit-Studien“ studiert. Während und nach dem Studium hat er sechs Jahre ehrenamtlich das Copernicus-Stipendienprogramm in Hamburg geleitet. Zuletzt war er beim Träger „Leben mit Behinderung Hamburg“ beschäftigt.

Neue Stelle bei den Open Society Foundations

Die Open Society Foundations haben zum 1. Mai 2021 die Position „Executive Director Europe & Eurasia“ geschaffen, die **Daniela Schwarzer** übernimmt. Die Expertin für europäische Angelegenheiten und internationale Beziehungen ist Honorarprofessorin für Politikwissenschaft an der FU Berlin und Senior Fellow am Belfer Center der Harvard Kennedy School. Seit 2016 war sie Direktorin und Geschäftsführerin der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik.

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

Kennen Sie uns schon?

Es gibt viele bunte Vögel da draußen …

Welcher passt zu Ihnen?

Erfolgreiches Fundraising mit System

Individuelle Strategien, kreative Konzepte, exzellente Kenntnis des deutschen Spendenmarktes, erfahrene Experten für Ihr Fundraising.

van Acken – mehr als nur eine Agentur.

Lernen Sie unsere „Vögel“ kennen.
Wir freuen uns auf Sie!

van Acken Fundraising GmbH
Magdeburger Straße 5, 47800 Krefeld
Telefon: 021 51 / 44 00-0, Fax: 021 51 / 44 00-55
info@van-acken.de, www.van-acken.de

Diversity-Ranking

Erster LGBTIQ+Campus-Index für DACH

Die Community Proudr bringt den ersten LGBTIQ+Campus-Index für Deutschland, Österreich und die Schweiz heraus. Der Index macht sichtbar, wie LGBTIQ+ Diversity an Universitäten, Hochschulen und Akademien im DACH-Raum gelebt wird. Er ist jungen Menschen eine Orientierungshilfe zu entsprechenden Campuskulturen und ermöglicht Hochschulen Einblicke in das Engagement für mehr Wertschätzung auf ihrem eigenen Campus und den Vergleich mit anderen Bildungseinrichtungen. Zur Teilnahme wurden insgesamt 561 Hochschulen im DACH-Raum eingeladen. Nur 62 Einrichtungen nahmen das Angebot an und beantworteten die 45 Fragen des Audits in Form einer Selbstauskunft.

Ergebnis: Hochschulen mit über 1500 Studierenden erzielten im Index im Schnitt deutlich bessere Werte als kleinere Einrichtungen. Auf Platz eins liegt die Universität zu Köln, gefolgt von der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg und der CBS International Business School.

▶ www.proudr.com

Kurzgefasst …

Gold für ein-jahr-freiwillig.de

Das Jugendportal für evangelische Freiwilligendienste ist als bestes Non-Profit-Portal beim internationalen Wirtschaftspreis „German Stevie Awards 2021“ mit Gold ausgezeichnet worden. Das Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik erhält diese Auszeichnung für die evangelische Freiwilligenbörse ein-jahr-freiwillig.de in der Kategorie „Websites Non-Profit-Organisationen und Regierungsorganisationen“.

▶ www.ein-jahr-freiwillig.de

Register-LEI kooperiert mit Stiftung Nextgen

Eine wichtige Voraussetzung für Stiftungen ist ein gültiger Legal Entity Identifier (LEI), jener alphanumerische Code, der Missbrauch bei Finanzgeschäften vorbeugt. Register-LEI kooperiert nun mit dem etablierten Serviceprovider für Stiftungseinrichtungen Nextgen. „Mit Register-LEI garantieren wir unseren Kunden, dass ihre Stiftungen nicht nur sinnvoll sind, sondern vor allem auch alle legalen Anforderungen erfüllen“, erklärt Manfred Wieland, Gründer der Stiftung Nextgen.

▶ https://stiftung-nextgen.at

Bank für Sozialwirtschaft launcht „Gemeinwohlinvest“

„GemeinwohlInvest“ ist der Name des neuen Angebots der Bank für Sozialwirtschaft: die erste digitale Vermögensverwaltung für gemeinnützige Organisationen. Das neue Portal richtet sich an gemeinnützige Organisationen und Stiftungen, die ihr Vermögen wertorientiert, nachhaltig und richtlinienkonform anlegen möchten. „GemeinwohlInvest“ wurde gemeinsam mit dem Fintech „investify TECH“ entwickelt.

▶ www.gemeinwohlinvest.de

DFRV kooperiert mit Förderlotse-Akademie

Der Deutsche Fundraisingverband (DFRV) ist neuer Kooperationspartner für den Lehrgang zum Fördermittel-Fundraising der Förderlotse-Akademie. Der Lehrgang ist eines der ersten umfassenden Bildungsangebote für das Thema Fördermittel-Fundraising in Deutschland.

▶ www.fl-akademie.info

Gütesiegel für Universität Münster

Der Deutsche Hochschulverband hat der Universität Münster für weitere fünf Jahre das Gütesiegel für faire und transparente Berufungsverhandlungen zugesprochen. Zu den größten Stärken der Uni zählen die vielfältigen Dual Career-Services und Unterstützungsmaßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie eine Kindertagesstätte.

▶ www.hochschulverband.de

Drei Fragen an … Tobias Wunden

Die ANT-Informatik AG bringt Menschen und Technologie zusammen

? Tobias, du bist jetzt seit zwei Jahren CEO …

Als Neuling in der Branche, aber mit einem guten Rucksack an Erfahrungen aus dem Startup-Umfeld kam ich damals zur ANT, die kurz zuvor den Schritt nach Deutschland gewagt hatte. Ganz oben auf der Liste stand aber die Technologie-Frage: Die ANT sah sich modernen Plattformen gegenüber und musste sich für die Zukunft rüsten.

Heute darf ich stolz auf unser Team schauen und feststellen, dass der Wille zur Weiterentwicklung nach wie vor ungebrochen ist. Auch im Bereich der Technologie haben wir unseren Weg gefunden, der 30 Jahre Erfahrung im Non-Profit-Bereich in die technologische Zukunft bringt!

Tobias Wunden …

… ist Geschäftsführer der ANT-Informatik AG. Der Informatik-Ingenieur bringt mit seinen Erfahrungen in der Startup-Szene Menschen, Prozesse und Technologie zusammen.

? Du sprichst von der Non-Profit-Cloud der ANT?

Die ANT bleibt eine Produkt-Schmiede mit viel Know-how in der Non-Profit-Branche. Mit der zukünftigen Lösung bieten wir standardisierte Arbeitsumgebungen in den Bereichen Mittelbeschaffung und Mittelverwendung, basierend auf der Salesforce-Plattform, gepaart mit einem für die Non-Profit-Branche entwickelten Datenmodell und erweitert um branchen- und länderspezifische Funktionalität – also das Beste aus allen Welten.

? Dieses Jahr seid ihr Teil der Nexus-Gruppe geworden …

Die Partnerschaft mit Nexus war ein konsequenter Schritt nach dreißig Jahren des Wirkens in der Non-Profit-Branche. Wir waren angesehene Experten, aber für viele größere Kunden zu klein. Nexus teilt unsere Leidenschaft und wir freuen uns darauf, gemeinsam mit Nexus zu ermöglichen, dass Gutes noch besser getan werden kann!

▶ https://www.ant-informatik.ch/

INTERNATIONAL

innovairre™
We Help People Who Help People

Innovairre Communications
Transpolis Building
Ihr international erfahrener Partner im Direct-Mail-Fundraising versendet erfolgreich Ihre Spendenbriefe mit Incentives.
Wir sind die Experten für die:
- Steigerung der Spendeneinnahmen
- Reduzierung der Kosten zur Gewinnung von Neuspender*innen

Wir haben die praktische Erfahrung, Ideen, Lösungen und Kompetenz.
Ich bin für Sie da! Peter Moors

Telefon: + 49 (0)2157 8755840
ppmoors@innovairre.com | www.innovairre.com

ÖSTERREICH

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

20 Jahre
Den Spender im Herzen.

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

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

30 Jahre
Den Spender im Herzen.

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

Dieses erfahrene Team steht Ihnen mit Freude zur Seite.

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

HSP Data Service GmbH
Fundraising Datenbank, IT-Services, Customer Care, Direct Marketing und Digital Fundraising – vereint unter einem Dach. Unsere Datenbank, das hsp SPOTLIGHT, ist das Herzstück aller unserer Spendenaktivitäten.
- Mitgliederwerbung und -betreuung
- Spender- und Gönnermailings
- Reaktivierung
- Fundraisingtelefonie
- Spendenlotterien, u.v.m.

Münzgrabenstraße 36/4 · 8010 Graz
Telefon: +43 (0)316 357080
office@hsp.at | www.hsp.at

HSP Serviceline Telefonmarketing GmbH
Professionelles Spendenmarketing macht die Identifikation mit der Organisation auch in unserem Telefongespräch erlebbar. Unsere spezialisierten Agents finden den richtigen Ton ...
- im WelcomeCall
- auf Hotlines
- bei der Mitgliederbetreuung
- beim Beitragsupgrade
- bei der Neuspendergewinnung
- bei Befragungen
- in der Kampagnenunterstützung

Münzgrabenstraße 36/4 · 8010 Graz
Telefon: +43 (0)316 850000
office@hsp-serviceline.at | www.hsp-serviceline.at

DEUTSCHLAND PLZ 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
kontakt@spendenagentur.de | 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

DEUTSCHLAND PLZ 1

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.

Hauptstraße 117 · 10827 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

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

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.

Martin-Luther-Straße 8 · 10777 Berlin
Telefon: +49 (0)1512 5369083
info@ikosom.de | www.ikosom.de

GFS Fundraising Solutions GmbH
GFS fundrasing data-driven: Mit unserer Expertise begleiten wir Sie bei all Ihren Herausforderungen im Fundraising. Von der Fundraising-Strategie bis zum Spenderservice. Von der Analyse Ihrer Daten bis hin zum Wertescoring Ihrer Zielgruppen. Von Mailing- über Online-Kampagnen bis zum Neuromarketing. 360°-Fundraising by gfs.

Cuvrystraße 9 · 10997 Berlin
Telefon: +49 (0)30 814743-820
info@gfs.de | www.gfs.de

Time Prints KG
Time Prints – die Film-Profis für NGO/NPO.
Unsere Leistungen:
- Live-Streaming
- Fundraising-Videos für Web, Social Media und TV
- exklusive Online-Events
- weltweite Live-Übertragungen

Wir bieten:
- Erreichung Ihrer Fundraising-Ziele via Streaming und Film
- Beratung zu technischer Umsetzung, Veröffentlichung und Kanälen
- Social-Media-Know-how

Erkelenzdamm 59/61 · 10999 Berlin
Telefon: +49 (0)170 9381111
Telefax: +49 (0)30 27582242
trucken@timeprints.de | www.timeprints.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.

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
Telefax: +49 (0)30 45025657
info@spendino.de | www.gruen.net/spendino

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.

Willdenowstraße 5 · 13353 Berlin
Telefon: +49 (0)30 270008310
Telefax: +49 (0)30 270008399
h.menze@spenden-manufaktur.de
www.spenden-manufaktur.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

IT-Büro Schindler

Ihr Spezialist für Tätigkeiten rund um digitale Datenbestände

Als Auftragsverarbeiter arbeite ich unabhängig von Branchensoftware und verarbeite sowohl kleine als auch große Datenmengen. Ich kann Sie im Direktmarketing und im traditionellen und digitalen Fundraising insbesondere bei Fragen und Tätigkeiten rund um Adressen, Kontaktdaten, Zahlungsinformationen, Zahlungen und Mailings unterstützen.

Börnicker Chaussee 1 – 2 · 16321 Bernau bei Berlin
Telefon: +49 (0)3338 7022913
Telefax: +49 (0)3338 3434984
fundraising@it-schindler.de | www.it-schindler.de

DEUTSCHLAND PLZ 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 896-000
kontakt@datacolor.de
www.datacolor.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

gettup GmbH & Co. KG

Software Plattform für gemeinnützige Vereine, Organisationen und Stiftungen. gettup bietet vor allem kleinen NGOs digitale Lösungen für
- Spendengewinnung
- Projektverwaltung
- Kontaktverwaltung
- Finanzverwaltung
- Reporting
- Online Marketing
- Digitalisierung
- Automatisierung

Einsteinstraße 1 · 24118 Kiel
Telefon: +49 (0)431 22139660
Telefax: +49 (0)431 22139661
kontakt@gettup.de | www.gettup.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

DEUTSCHLAND PLZ 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 | ww.druck-u-service.de

DEUTSCHLAND PLZ 4

NAS conception
Ihr Partner für Digitalisierung
NAS conception unterstützt Organisationen mit der Branchenlösung „NC365 Non-Profit", auf Basis von Microsoft Dynamics 365, bei der Digitalisierung ihrer Kernprozesse. Mit den Apps „NC365 Spendenbuchhaltung" und „NC365 Fundraising" wird der bewährte Microsoft-Standard um Non-Profit-Funktionen erweitert.

Heerdter Lohweg 212 · 0549 Düsseldorf
Telefon: +49 (0)211 54080810
andreas.eickel@nasconception.de
www.nasconception.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!

Hammfelddamm 13 · 41460 Neuss
Telefon: +49 (0)2131 109-701
Telefax: +49 (0)2131 109-777
info@microm-online.de | www.microm-online.de

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

DONUM Zuwendungsverwaltung
Rüdiger Fresemann
Mit diesem Zuwendungsprogramm können Sie ohne große Vorkenntnisse und nach einer kurzen Einarbeitung alle Spenden sachgerecht verwalten. Alle Bildschirmmasken sind einfach aufgebaut und ermöglichen auch dem Laien eine schnelle und sichere Anwendung. Durch Zusatzmodule (z. B. Fundraising) erweiterbar. Kostenlose Demo auf der Homepage.

Im Johannistal 3 · 42119 Wuppertal
Telefon: +49 (0)202 8506671
Telefax: +49 (0)202 4265042
postfach@spendenprogramm.de
www.spendenprogramm.de

OPTIGEM GmbH
Softwarelösungen für Vereine, Stiftungen und gemeinnützige Werke
OPTIGEM Win-Finanz, unser zentrales Produkt, vereinigt viele Aufgaben in nur einer integrierten Softwarelösung: von der Adresse bis zur Zuwendungsbestätigung und von der einfachen Projektverwaltung bis zur kompletten Buchhaltung. Win-Finanz bringt Daten ohne Medienbrüche in Verbindung – mit wenigen Klicks. Testen Sie uns doch einfach kostenlos!

Hohenbuschei-Allee 1 · 44309 Dortmund
Telefon: +49 (0)231 1829 3-0
Telefax: +49 (0)231 1829 3-15
info@optigem.com | www.optigem.com

Benefit Informationssysteme AG
OpenHearts unterstützt alle zentralenAbläufe großer und kleiner Non-Profit-Organisationen einfach und effizient. Unsere Kunden schätzen neben dem umfassenden Funktionsumfang unserer Standardsoftware besonders das gute Preis-Leistungs-Verhältnis und den kompetenten und freundlichen Service unserer Hotline.
Zu unseren Anwendern gehören namhafte Verbände, Vereine und Stiftungen aus Tier- und Umweltschutz, Förderung von Kindern und Familie, Entwicklungshilfe, kirchlichem Umfeld sowie Hospize und Krankenhäuser, Universitäten und andere Bildungseinrichtungen.

Wasserstraße 3–7 · 45468 Mülheim an der Ruhr
Telefon: +49 (0)208 30193-0
Telefax: +49 (0)208 30193-49
info@benefit.de | www.benefit.de

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

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

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

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

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

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

DEUTSCHLAND PLZ 5

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

fundango GmbH
Preisgekröntes Fundraising aus Köln: fundango unterstützt Sie nach allen Regeln der Kunst. Ob Gewinnung oder Bindung, Upgrading oder Großspenden: Im Full Service konzipieren und realisieren wir sowohl Einzelmaßnahmen als auch Kampagnen, die Spenderinnen und Spender nachhaltig überzeugen – kreativ, authentisch, verlässlich und vor allem erfolgreich!

Brückenstraße 1 – 3 · 50667 Köln
Telefon: +49 (0)221 67784590
Telefax: +49 (0)221 67784599
info@fundango.de | www.fundango.de

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

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

Sie finden uns außerdem in Berlin und Hamburg.

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

GRÜN Software 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

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

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
www.goldwind-bewirken.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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

fundraising strategen
Lars Flottmann, Fundraising Manager & Betriebswirt
Strategieberatung für mehr Freude am Geben
Wir begleiten Sie auf dem Weg zu neuen Spendern und Freunden. Mit klarer Strategie und Ihrer einzigartigen Fundraising-Story wird Ihr gutes Anliegen zum Erfolg.
Unsere Wegbegleiter:
- Fundraising-Potenziale heben
- Strategien entwickeln
- Positionierung stärken
- Texte, die bewegen
- Mitarbeiter schulen

Geberstraße 38a · 53797 Lohmar
Telefon: +49 (0)2246 9049668
info@fundraising-strategen.de
www.fundraising-strategen.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

DEUTSCHLAND PLZ 6

DIALOG FRANKFURT

... the communication company

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

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

faktor

Die Social Profit Agentur GmbH

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

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

Fundraising Akademie gGmbH

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

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

ENTERBRAIN Software GmbH

Enterbrain – umfassende Software und Services für NGOs

Seit fast 30 Jahren geben wir unser Bestes, damit Sie Gutes tun können: mit unserer multichannelfähigen und individuell anpassbaren Kommunikations- und Fundraising-Software Enterbrain 2.0, mit unseren vielfältigen Services und Outsourcing-Lösungen bei administrativen Aufgaben und vor allem mit viel Empathie und Herzblut.

Ausgezeichnete Sicherheit
Enterbrain ist als einziger der Branche ISO/IEC 27001 zertifiziert.

Dieselstraße 3 · 63512 Hainburg
Telefon: +49 (0)6023 9641-10
Telefax: +49 (0)6023 9641-11
info@enterbrain.eu | www.enterbrain.eu

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

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

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

Guerilla Fundraising Mannheim

Fundraising für kleine Vereine mit großen Visionen.

Passgenaue Fundraising-Beratung für regional tätige Vereine mit den Schwerpunkten Gesundheit, Soziales und Familie.

Persönlich, empathisch und kreativ.

Untere Clignetstraße 12 · 68167 Mannheim
Telefon: +49 (0)163 5438102
info@guerilla-fundraising-mannheim.com
www.guerilla-fundraising-mannheim.com

DEUTSCHLAND PLZ 7

faktor

Die Social Profit Agentur GmbH

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

Ansprechpartner: Dr. Oliver Viest
Torstraße 20 · 70173 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 414142-0
Telefax: +49 (0)711 414142-42
info@em-faktor.de · www.em-faktor.de

Arnold, Demmerer & Partner

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

Sie finden uns auch in München.

Motorstraße 25 · 70499 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 88713-0
Telefax: +49 (0)711 88713-44
post@arnold-demmerer.de
www.zielgruppenmarketing.de

pbdirekt

Praun, Binder und Partner GmbH

Neutraler DV-Dienstleister für die Verarbeitung von Adressen mit feinjustierten Abgleichen, intelligentem Scoring und unerreichter Datenvielfalt.
Mit qualifizierten Adressen sinken die Retouren-/Produktions- und die Portokosten gleichermaßen. Ob Fremdlisten für Ihre Neuspendergewinnung oder Steigerung des Spendenvolumens bei Ihren Spendern. Setzen Sie für Ihre Offline-Kommunikation auf erstklassiges Adressmaterial. Damit aus Namen Spender werden.

Motorstraße 25 · 70499 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 83632-55
Telefax: +49 (0)711 83632-36
info@pbdirekt.de | www.pbdirekt.de

a+s DialogGroup GmbH

#ambitioniert #supraselektiv

Full-Service-Agentur für zielgeführte Multichannel-Kommunikation

Fundraising ist die hohe Kunst, seriös und medienaffin Spendervolumina zu generieren. Dazu braucht man supraselektive Parameter, Vertrauen und mindestens 23 Jahre Erfahrung sowie äußerst ambitionierte Mitarbeiter*innen – sonst nichts.
Wir beraten Sie gerne persönlich zu:
- Strategie/Kreation/Umsetzung Multichannel-Kampagnen
- Datenanalysen/Targeting
- Personalisierte Direktmailing/Notfall-Mailing
- E-Mail/Newsletter/Social Media

Stuttgarter Straße 41 · 71254 Ditzingen
Telefon: +49 (0)7156 42584-10
contact@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

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

Uekermann Fundraising & Communication
Jan Uekermann ist Berater für Fundraising und Kommunikation. Als Trainer, Coach, Sparringpartner, Speaker unterstützt er Vereine, Stiftungen u. a. Organisationen sowie Einzelpersonen, nächste Erfolgsstufen zu erklimmen. Schwerpunkte: Fundraising-Strategie, -Aufbau, -Implementation, Großspenden-Fundraising, Digital, Philanthropie, Leadership.

Lange Straße 18 · 76467 Bietigheim
Telefon: +49 (0)7245 8020145
Telefax: +49 (0)7245 8020143
mail@januekermann.com | www.januekermann.com

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

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/

DEUTSCHLAND PLZ 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

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

DEUTSCHLAND PLZ 9

Förderlotse T. Schmotz
Fördermittel für gemeinnützige Organisationen
Wir unterstützen gemeinnützige Träger bei der Gewinnung von Fördermitteln und im Fundraising. Wir bieten:
- Förderberatung, Fördermittelrecherche
- Projektkonzeption
- 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

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 €

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 (Face2Face), 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

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

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

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

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

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

LesMecs

Face to Face by LesMecs

Qualitativ, transparent und digital.

LesMecs GmbH

Wir machen Face to Face Fundaising in der Deutschschweiz und in der Romandie.
Durch digitale Innovation und langjährige Erfahrung ermöglichen wir NPOs qualitatives und authentisches Face to Face Fundraising.

Wir erbringen folgende Dienstleistungen:
- Infostandfundraising
- Beratung
- Visuelle Konzeptualisierung
- Datenverwaltung

Kriesbachstrasse 30 · 8600 Dübendorf
Telefon: +41 (0)44 5442248
info@lesmecs.ch | www@lesmecs.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 Unternehmen fehlt hier noch? Gleich eintragen unter:
fundraising-dienstleister.de

Selber lesen oder verschenken

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

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

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

Abonnement-Coupon: Druckfrisch im Briefkasten

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

www.abo.fundraiser-magazin.de

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

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

.....
Organisation / Firma

.....
Abteilung / Bereich

.....
Anrede Titel

.....
Vorname Name

.....
Straße Hausnummer

.....
PLZ Ort

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

.....
Datum, Unterschrift

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

.....
Organisation / Firma

.....
Abteilung / Bereich

.....
Anrede Titel Vorname Name

.....
Straße Hausnummer

.....
PLZ Ort

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

.....
Datum, Unterschrift

Von 0 auf 4500 Förderer

Face-to-Face-Fundraising funktioniert auch für kleine Organisationen

Vor gerade mal zwei Jahren gründete sich die Project Wings gGmbH mit dem Ziel, auf Sumatra das größte Recyclingdorf der Welt zu bauen. Doch dafür braucht es auch Geld. 4500 vornehmlich junge Menschen unterstützen die Organisation nach nur zwei Jahren. Ein Erfolgsgeheimnis heißt Face-to-face-Fundraising.

Von KURT MANUS

Face-to-Face-Infostand auf einem Festival: „An unserem Stand und in unseren Gesprächen achten wir auch auf viele Kleinigkeiten und eine gewisse Wohlfühlatmosphäre."

Wenn man in jungen Jahren als Organisation schon mit Preisen überschüttet wird, macht man einiges richtig. So erhielt das Projekt 2019 den „Filippas Engel Preis" und belegte den dritten Platz beim Deutschen Engagementpreis 2020. In diesem Jahr kam der „Grüne Helden Award" dazu. Doch nur von Preisgeld kann man nicht leben. Es braucht regelmäßige finanzielle und ehrenamtliche Unterstützung, um seine Ziele zu erreichen. Die leisten mittlerweile 4500 regelmäßige Unterstützer. Innerhalb von zwei Jahren? Wie geht das?

Die Kraft von Project Wings liegt zweifellos im Team. Alle kommen nämlich aus dem Face-to-Face-Fundraising (F2F-Fundraising) und haben jahrelang andere große NGOs in Deutschlands Fußgängerzonen vertreten. „Das war natürlich unser Vorteil. Wir wussten, wie man eine Hilfsorganisation würdevoll in der Öffentlichkeit vertritt und charmant um eine langfristige Spende bittet", so Nadine Sachse von Project Wings.

Auch jüngere Menschen gewinnen

Doch das Thema Spenden gehen die Ehrenamtlichen von Project Wings ganz anders an. Nicht die attraktive Ü60-Zielgruppe haben sie im Fokus, sondern auch die junge Generation. „Natürlich sind in dieser Generation die Durchschnittsbeiträge durchaus niedriger als bei den goldenen Ü60ern, doch das nehmen wir gerne in Kauf, vor allem in Hinblick auf die Langfristigkeit", erklärt Nadine Sachse weiter. Philosophie der Organisation ist es, lieber um kleinere Beträge über einen längeren Zeitraum zu bitten. Aus der Erfahrung der Initiatoren ist es dann auch kontraproduktiv, noch weiter oder gar regelmäßig um höhere Einzelspenden zu bitten. „Das wird in dieser Generation unserer Erfahrung nach eher als belästigend und undankbar empfunden", gibt Sachse zu bedenken. Dies ist einer von vielen Gründen, weshalb bei Project Wings die Stornoquoten im absoluten Rahmen bleiben.

Langfristige Bindung ist das Ziel

„Wir wollen mit dieser Zielgruppe langfristig im Kontakt bleiben und sie gern auch immer wieder erneut begeistern. Wir wollen im Kopf bleiben und auch nach einer gegebenenfalls eingelegten Zahlungspause wieder die Organisation ihrer Wahl werden. Wenn am Infostand in der Fußgängerzone junge Erwachsene die Organisation vertreten, hat man auch die Brücke zu ihren Gleichgesinnten geschlagen und genau die Zielgruppe erreicht, die eben nicht aus der Gewohnheit spendet oder auf ein Mailing reagiert", so Sachse. Aus der Erfahrung von Project Wings sind persönlich geworbene Spenderinnen und Spender auch schneller bereit, die Organisation auch anderweitig zu unterstützen. Es sind das Gespräch und die Person, die im Kopf bleiben und mit der Spende verbunden werden. Ein weiterer großer Vorteil der Mitgliederwerbung am Infostand: Hier erreicht man wirklich jeden – es ist kein zielgerichtetes Targeting möglich. Man erreicht Menschen, die sonst durch ein klassisches Raster fallen.

Spender sind keine Bankautomaten

Für Marc Helwing, Geschäftsführer von Project Wings, kommt es auch auf die innere Haltung beim F2F-Fundaising an: „Wir wollen uns ganz klar davon distanzieren, dass Spenderinnen und Spender nur als Bankautomaten gesehen werden. An unserem Stand und in unseren Gesprächen achten wir deshalb auch auf viele Kleinigkeiten und eine gewisse Wohlfühlatmosphäre." Besonders auf die persönliche Ebene wird intensiv eingegangen. Die Stände werden mit Kuscheltieren oder einem Massagestuhl und Pflanzen geschmückt, Kinderbücher sind vorhanden, und es werden vor Ort nachhaltige eigene Produkte verkauft und auch Barspenden angenommen. Jeder Mensch, der spendet, wird auch als Teil des Projekts und als Teammitglied gesehen. Außerdem warb die Organisation in der Vor-Corona-Zeit auch auf Weihnachtsmärkten, Festivals, Events oder Messen, die zudem oftmals kostenlos sind für kleinere Organisationen. Und natürlich dürfen auch Referenzen nicht fehlen. „Wir haben zahlreiche laminierte Zeitungen vor Ort, können unsere Fernsehauftritte auf den Tablets zeigen, und auch die Gründer stehen mit am Stand", ergänzt Helwing.

Von Profis lernen

Nun will die Organisation auch Aufklärungsarbeit leisten. Deshalb gibt es mit der „Wings Experience" ein Mentoringprogramm, um beim Aufbau einer eigenen gemeinnützigen Organisation und gegebenenfalls einer eigenen kleinen F2F-Kampagne zu unterstützen. „Standwerbung bekommt ein schlechtes Image, wenn es eben aufgrund von Unwissenheit unprofessionell umgesetzt wird. Wir wollen hier wieder eine Brücke schlagen und den Organisationen einen Zugang zu einem funktionierenden Tool vermitteln, das eher schwer intuitiv professionell zu bedienen ist. Auf der anderen Seite wollen wir auch dazu beitragen, dass es eben qualitativ hochwertige Auftritte werden, die auch den Qualitätsstandards der QISH!, wie dem Fundraisingverband oder dem DZI, entsprechen, denn ein Misskredit schadet nur unserer gesamten Branche", sagt Nadine Sachse, Leiterin der „Wings Experience" bei Project Wings.

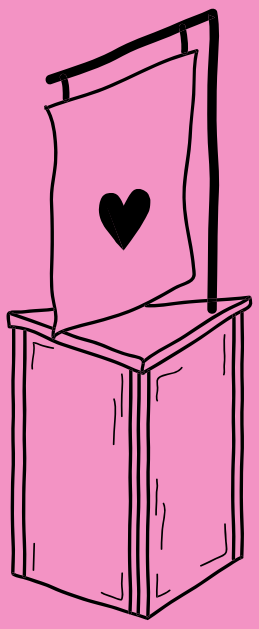
Der Vollständigkeit halber ist zu erwähnen, dass mit den Umsätzen der „Wings Experience", dem Wingslife-Onlineshop, Unternehmenskooperationen und weiteren Einnahmen unter anderem auch die Werbe- und Verwaltungskosten von Project Wings finanziert werden. „In unseren Augen eine Win-Win-Situation. Somit kommen 100 Prozent der Privatspenden aus dem F2F-Fundraising auch direkt im Projekt an", verspricht Helwing.

▶ www.project-wings.de

LesMecs

Face to Face by LesMecs

Qualitativ, transparent und digital.
Infostandfundraising in der Schweiz.



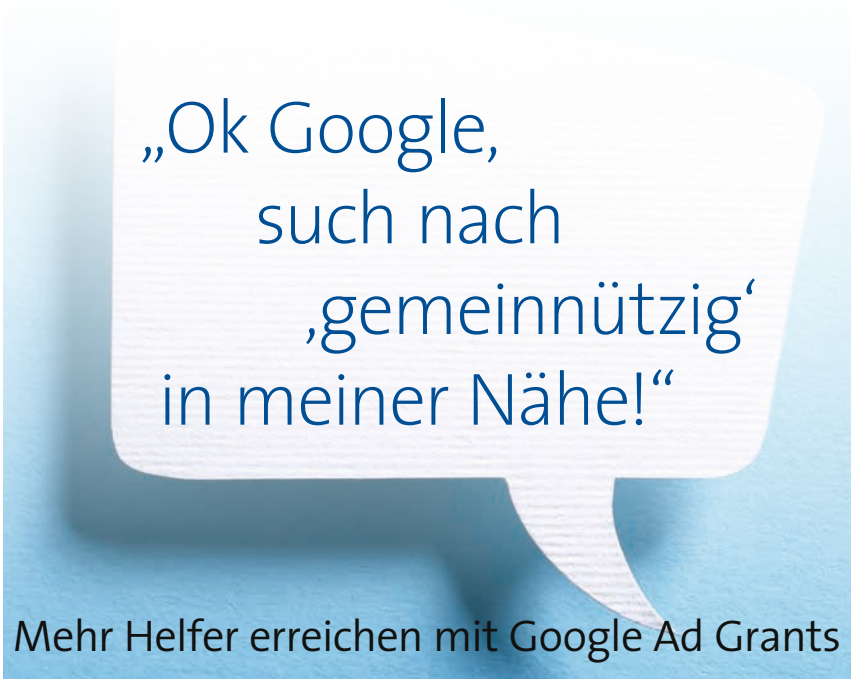
lesmecs.ch

lupcard-
die Lupe - das Original*
Scheckkartenlupe mit 3-facher Vergrößerung im Format 86x54 mm -
* nur 0,3 mm dünn und 1,9 Gramm leicht!

lupenmaxx®
...wir machen´s größer!
www.lupenmaxx.de

Wir bringen Ihre Werbung
GROSS raus!

Lupenmaxx GmbH
Freiburger Str. 8
79199 Kirchzarten
Tel.: +49 (0) 7661 909988 0



Mehr Helfer erreichen mit Google Ad Grants

Die ewige Krux: Die Zielgruppe erreichen, neue Kontakte gewinnen, Menschen von einem guten Zweck überzeugen und dabei den Streuverlust minimieren. Wirkliche Erfolge erzielt man leider oft erst mit wirklich großen Werbebudgets – aber es gibt immer noch Schlupflöcher.

Von MEIKE TOBIEN

Suchmaschinenwerbung ist mit der richtigen Strategie auch im Sozialmarketing ein verblüffend effektives Marketing-Tool für die Helfer-Akquise. Und das Budget lässt sich mit dem Fördermittelprogramm „Google Ad Grants“ ordentlich aufstocken: 10 000 US-Dollar monatliches Werbebudget stellt der Suchmaschinengigant gemeinnützigen Organisationen zur Verfügung und bietet damit die Möglichkeit, in Sachen Suchmaschinenwerbung ordentlich mitzumischen – und das absolut kostenlos. Doch wie macht man es richtig?

Warum bleibt der Erfolg aus?

Auch wenn die institutionellen Voraussetzungen für das Google-Non-Profit-Programm eher gering sind, versteckt sich der Teufel im Detail: Schnell beantragt, aufgesetzt und live geschaltet sind Ad-Grants-Accounts allemal, doch bei zahllosen Organisationen blieb der große Erfolg aus. Kleine Fehler, geringe Anzeigenqualität, schlechte Klickraten – wegen Richtlinienverstößen. Google dreht eines Tages den Geldhahn zu und sperrt das Konto, in vielen Fällen ohne konkretes Feedback. Gemeinnützige Organisationen haben oft nicht die Ressourcen für die notwendige Fleißarbeit, um sich davon wieder zu erholen.

Erfolg = Inhalte + Google Ad Grants

Januar 2018 verschärfte Google die Richtlinien und trieb damit zahllose Non-Profit-Organisationen ohne Vorwarnung in die Kontensperrung – unter anderem die NGO „Christliche Initiative Romero e. V.“. (CIR), die sich für faire Arbeitsbedingungen und Menschenrechte in den Ländern Mittelamerikas, Brasilien und entlang globaler Lieferketten einsetzt. Wir bei „Grün alpha“ halfen ihnen, ihr Konto zu reaktivieren und zu optimieren. Das Ergebnis: Die Anzahl der Website-Besucher nahm in kürzester Zeit um 157,3 Prozent zu. Die Botschaft der CIR wird damit von mehr als doppelt so vielen Personen gesehen wie zuvor, was die Chance auf neue Unterstützer substanziell erhöht. Im Gegenzug zu einer singulären Marketing-Kampagne ist dieser Anstieg zudem dauerhaft.

Mittlerweile schöpfen die Anzeigen der CIR das Werbebudget fast vollständig aus, und der RoMI (Return on Marketing Investment) ist dank der ausbleibenden Kosten für die Suchmaschinenwerbung unschlagbar. Jede Spende, jede Anfrage, jede Minute Lesezeit auf der Website wird mit Grants ohne einen Cent Werbekosten gewonnen.

Keywords finden und aussortieren

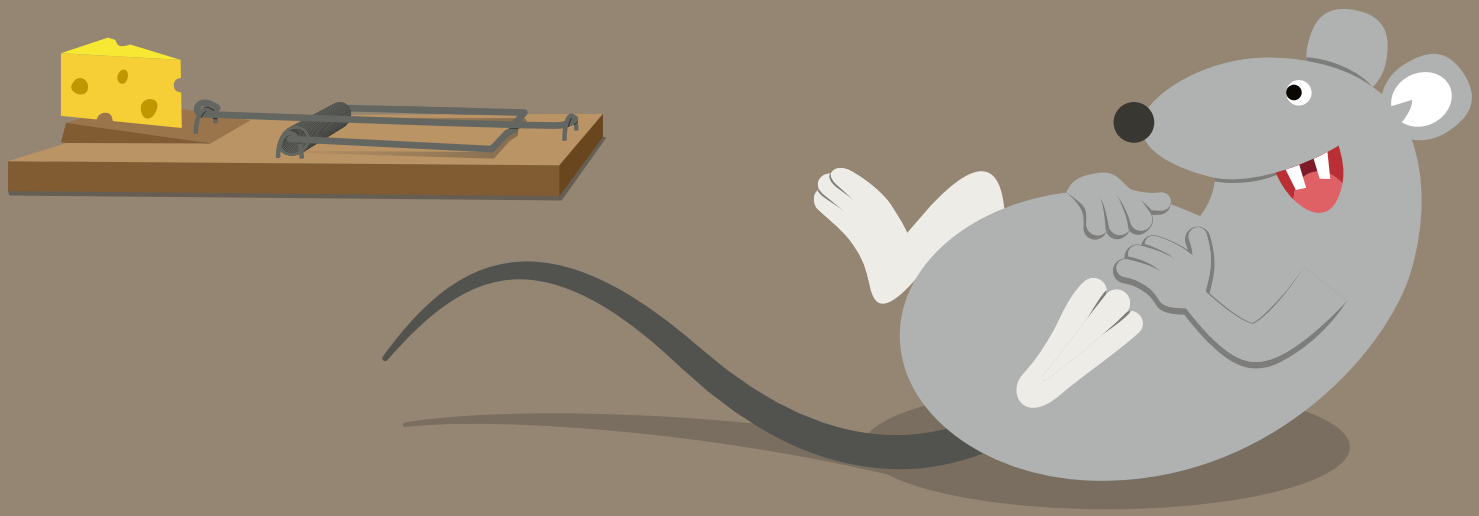
Hier ein Insider-Tipp: eine riskante, aber lohnenswerte Strategie, die Ihrem Ad-Grants-Account den Extra-Kick verleiht und mit regulären Ads-Konten finanzieller Suizid wäre. Wir folgen der sogenannten Skim-The-Cream-Strategie und setzen im ersten Schritt bewusst Keywords ein, die das Themenfeld sehr großflächig abdecken. Anschließend streichen wir sukzessive die Begriffe mit schlechten Werten, um letztendlich Kern-Keywords mit der besten Performance zu erlangen, die Nutzer und Website ideal zusammenbringen. Da hier naturgemäß viele generische und irrelevante Keywords eingesetzt werden, ist dieses Vorgehen nicht ohne Risiko und erfordert strenge Kontrolle und Fingerspitzengefühl. Doch es kann sich lohnen, wenn am Ende ungeahnte Potenziale entdeckt werden, die das anfängliche Brainstorming übersehen hätte.

Man sieht sich zweimal

Der Todesstoß für den Ad-Grants-Erfolg sind jedoch unrealistische Erwartungen und irreführende Website-Inhalte. Nur extrem selten läuft eine Donor- oder Volunteer-Journey ohne Zwischenstopps nach dem Schema „gesucht, gefunden, geklickt, geholfen" ab. Eine sofortige Kontaktaufnahme ist oft nicht drin: Lesezeichen, Weiterleitungen oder eine genauere Inspektion der Website (Verweil-dauer) sind ebenfalls Zeichen des Erfolgs. Interaktionen wie Downloads, Umfragen oder Videos steigern die Chance, dass die Organisation im Gedächtnis bleibt und der Nutzer für die gewünschte Aktion zurückkehrt. Und wer beim ersten Mal bereits von mehr Personen wahrgenommen wird, hat auch höhere Chancen auf ein zweites Mal.

Meike Tobien ist Expertin für Online-Fundraising bei der Fundraising-Agentur „GRÜN alpha" und seit 2015 im Bereich SEO, SEA und Content-Marketing tätig. Sie kümmert sich schwerpunktmäßig um die Aufbereitung und Optimierung von Google-Ads- und Ad-Grants-Konten für Non-Profit-Organisationen und war bereits bei diversen Online-Projekten für die Themen Gesundheit, Tierschutz, Kirche/Religion, Kinder- und Jugendhilfe sowie humanitäre Hilfe im Einsatz.
▶ **www.gruen-alpha.net**

Unsere Meisterin ist die Erfahrung.
Seit über 20 Jahren.



Wir machen einfach gute Mailings

Überzeugende Beispiele

Fundraising Profile GmbH & Co. KG · Tel. 0221.484908-10
welcome@fundraising-profile.de · www.fundraising-profile.de

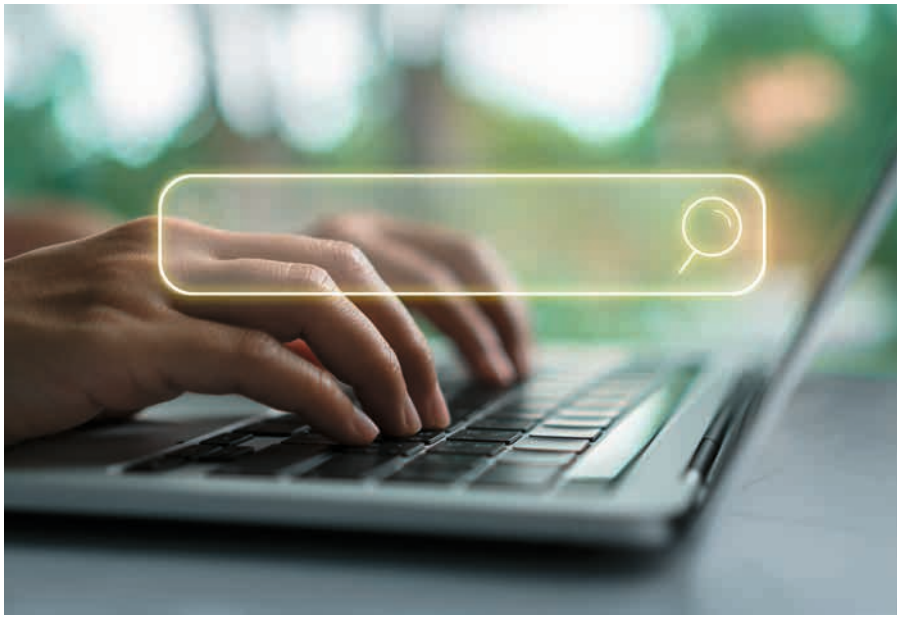
fundraising profile

Ethik im Online-Fundraising

Wie lässt sich der eigene Markenname als Keyword schützen?

Viele NPOs sind bereits im Online Fundraising aktiv und versuchen all diejenigen User zu erreichen, die möglicherweise eine Online-Spende tätigen wollen. Search Engine Advertising (SEA) ist dabei ein beliebter Kanal, den bereits viele NPOs nutzen.

Von SABINE WAGNER-SCHÄFER



Durch das gezielte Eingeben (Einbuchen) von relevanten Keywords in ihr Google-Adwords-Konto wird eine optimale Ausspielung organisationsbezogener Projekte und Themen in Form von Suchanzeigen angestrebt. Auch der eigene Markenname ist ein wichtiges Keyword, welches in die Adwords-Konten eingetragen wird. Bei Suchanfragen zu dem Markennamen wird dann die im Adwords-Konto hinterlegte Textanzeige in Google ausgespielt. Gerade auf die Textanzeige zum Markennamen gibt es erfahrungsgemäß die meisten Klicks und Conversions, daher ist der eigene Markenname ein sehr begehrtes und wichtiges Keyword.

Buchen auf Mitbewerber

Laut der Studie „Markenführung von Hilfsorganisationen in der Suchmaschine. Wie Hilfsorganisationen in Deutschland Google Ads einsetzen" bucht jede dritte Hilfsorganisation, die SEA (hauptsächlich Google Adwords) nutzt, mindestens einen Markennamen einer anderen Hilfsorganisation ein. Auch in der täglichen Arbeit mit Google Adwords erleben wir seit Jahren häufig, dass NPOs untereinander auf die Markennamen ihrer Mitbewerber buchen und somit die Klickpreise für die Markennamen in Google nach oben treiben. Es sollte bewusst sein, dass daran nur Google verdient!

Welches Verhalten ist empfehlenswert?

Das direkte, absichtliche Buchen auf Markennamen einer anderen NGO ist nicht akzeptabel. Es verstößt auch eindeutig gegen die Ethikregeln des Deutschen Fundraisingverbands.

Glücklicherweise ist die bewusste Buchung auf Brand Keywords anderer NPOs seit der Verschärfung der Programmrichtlinien (gültig seit 1. Januar 2018) mit Google Ad Grants nicht mehr möglich. Sollte eine Organisation im Google Ad Grants-Konto den Markennamen eines Wettbewerbers einbuchen, droht die Schließung des Kontos, bis das Wettbewerber-Keyword wieder entfernt wurde.

In Adwords-Konten, bei denen Mediabudget investiert werden muss, sieht das gänzlich anders aus – dort kann auf den Markennamen einer anderen NPO gebucht werden. Ein Beispiel: NPO A bucht aktiv auf den Markennamen der NPO B. Die Ausspielung der Anzeigen wird zwar aufgrund ihrer geringeren Relevanz überschaubar sein, aber mit viel Mediabudget kann A durchaus erreichen, dass sie bei Suchanfragen nach B mit in der Google-Suchmaschine ausgespielt wird. Natürlich wird die NPO B irgendwann feststellen, dass A auf ihren Markennamen bucht.

Mehr Details

Broad Match Modifier, deutsch „Modifizierer für weitgehend passende Keywords/Keywordgruppen", ist ein noch relativ neuer Matchtype. Passende Wortgruppe: Übereinstimmung mit Such-/ Keyword von Nutzern mit der Keyword-Wortgruppe (z.B. +spenden +Kinder) oder ähnlichen Varianten davon mit zusätzlichen Wörtern davor oder danach (z.B. ein Markenname). Ähnliche Varianten enthalten Begriffe mit derselben Bedeutung.

Unter dem folgenden Link finden sich Informationen rund um das Thema Markenschutz: *https://support.google.com/adspolicy/answer/2562124*

Wenn dann die Anfrage an A, dies bitte zu unterlassen, nichts hilft, wird B vermutlich das Mediabudget auf den eigenen Markennamen erhöhen. Der Gebotskampf ist eröffnet.

Keine Gebotskämpfe!

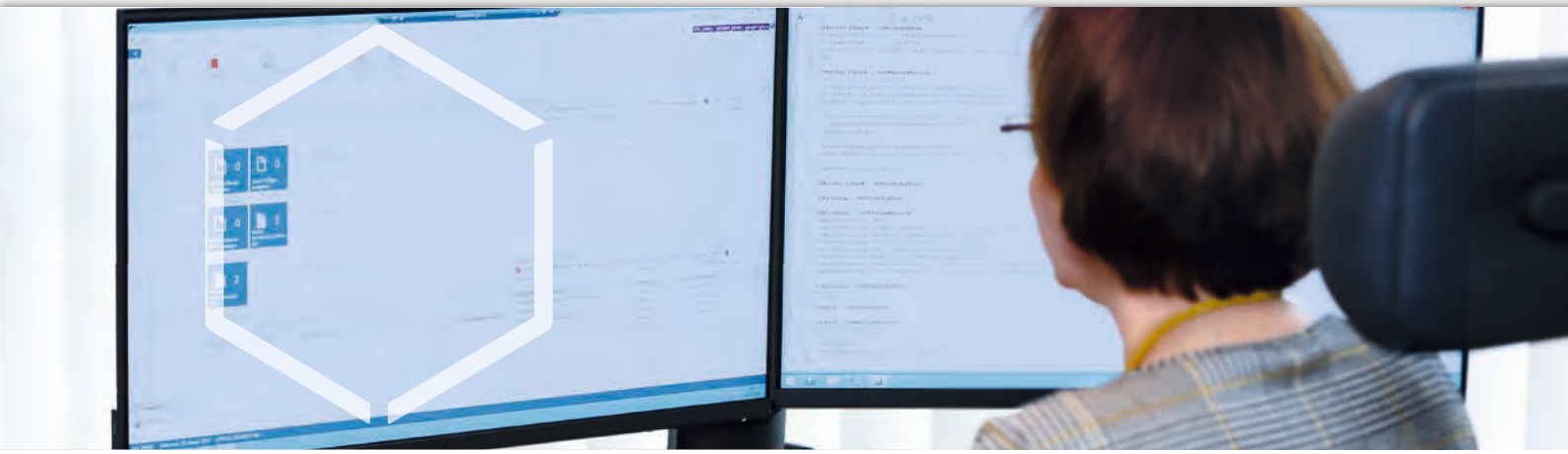
Diese selbst erlebten Erfahrungen führen dazu, dass unsere Haltung, auf keinen Fall gegenseitig auf Markennamen zu buchen, leider nur dann funktioniert, wenn alle Organisationen dies entsprechend umsetzen. Ansonsten wird es immer wieder zu Gebotskämpfen kommen.

Eine NPO kann aber auch unbeabsichtigt mit einer anderen NPO ausgespielt werden, es liegt aber keine aktive Buchung auf den Markennamen der jeweils anderen NPO vor. Ein Beispiel: NPO A und NPO B haben in Adwords das Keyword „+Kinder +spenden" hinterlegt. Die Suchanzeige von A wird bei der Suchanfrage „Kinder spenden für B" zusammen mit der Suchanzeige von B ausgespielt. NPO B könnte der NPO A den Vorwurf machen, auf ihren Markennamen zu buchen, was jedoch nicht der Fall ist. Google spielt hier A mit aus, weil A „+kinder +spenden" mit der Methode „Broad Match Modifier" eingebucht hat und nicht, weil sie auch auf den Markennamen von B gebucht hat.

Wäre das Ziel solche Ausspielungen möglichst ganz auszuschließen, müssten alle NPOs die Markennamen von NPOs, die mit ihren Themen zu tun haben, auf die Keyword-Ausschlussliste im Adwords-Konto setzen.

Es gibt die Möglichkeit, einen Markenschutz für die eigene Marke oder den eigenen Markennamen zu beantragen. Damit kann das Buchen auf den eigenen Markennamen verhindert werden. Anzeigen, die bewusst Fremdmarken nutzen, werden so automatisch abgelehnt. Fazit ist, dass es viele unbeabsichtigte Gebotskämpfe von NPOs auf Keywords gibt, aber auch bewusstes Bieten auf die Markennamen anderer NPOs. Dieses wichtige Thema erfordert einerseits das Know-how der NPOs und andererseits ihr ethisches Bewusstsein, nicht auf die Markennamen ihrer Mitbewerber zu buchen. Die Online-Fachgruppe des Deutschen Fundraisingverbands vertritt hier die Haltung, dass ein aufklärendes Papier sowie gezielte SEA-Seminare hilfreich sein könnten.

Sabine Wagner-Schäfer leitet seit 2014 das Digital-Fundraising der „AZ fundraising services GmbH". Davor war sie zehn Jahre in leitenden Positionen bei NPOs (z.B. Unicef) tätig. Ehrenamtlich ist sie Vorständin des DFRV und zuständig für den Bereich Digitales.
▶ **www.az-fundraising.de**



activeDONOR

Mit activeDONOR zu Spenderherzen

Erfolgreiches Fundraising lebt von Kommunikation, Empathie und Teilhabe. **activeDONOR** bildet die Bedürfnisse Ihrer Spender ab und kann individuell auf diese eingestellt werden. Auf der Basis von Dynamics 365 Business Central ist **activeDONOR** fit für Ihr Fundraising. Jetzt und in Zukunft.

www.gfs.de

gfs. fundraising data-driven

Spenden mit Plan

Planned Giving: alter Wein in neuen Schläuchen oder die neue Erfolgsformel?

Die angestammten Spendenprodukte sind zwar ausbaufähig, generieren häufig jedoch nicht die notwendigen substanziellen Zusatzeinnahmen. Hier kommt Planned Giving zum Zug. Was ist Planned Giving und vermag es Lücken bei klassischen Spendeneinnahmen zu schließen?

Von MARIANNE DÄTWYLER

Planned Giving stammt aus dem angelsächsischen Raum und hat sich dort etabliert. Basis dafür ist das englische Steuer- und Erbrecht, welches gemeinnützige Spenden begünstigt. Die Philanthropie gehört dort zum guten Ton. Private decken wichtige Aufgaben ab, die in Kontinentaleuropa und auch in der Schweiz als primär staatlich verstanden werden.

Was bedeutet Planned Giving?

„Planned Giving ist der Prozess, zu Lebzeiten oder im Todesfall eines Spendenden bedeutende wohltätige Spenden zu machen. Diese sind Teil seiner Finanz- und Nachlassplanung. Die intensive, persönliche Gesamtberatung einschließlich rechtlicher Rahmenbedingungen und steuerlicher Optimierung für den Spendenden steht im Zentrum. Aufgrund der bereits zu beobachtenden Spendenmarktentwicklung sind wir gezwungen, Innovationen zu entwickeln. Mit den gängigen Produkten wird es für viele Organisationen schwierig sein, am moderaten Marktwachstum zu partizipieren. Von einer systematischen Entwicklung eines Planned-Giving-Programmes erwarte ich für unsere Organisation beachtliche Einnahmen“, sagt Oscar Luethi, Fundraisingexperte & Leiter Public Fundraising beim Schweizerischen Roten Kreuz (SRK).

Was wird als Planned Giving bezeichnet? Eine Umfrage des SRK bei Schweizer Hilfswerken hat ergeben, dass ein unterschiedliches Verständnis des Begriffes besteht. 75 Prozent der Befragten kennen Planned Giving. Es wird sowohl auf das Ableben hin als auch ab ungefähr 55 Jahren beziehungsweise im dritten Lebensabschnitt gemacht.

Was zählt alles dazu?

Einige zählen bereits Mitglied- und Patenschaften dazu. Andere erachten Immobilien, die zu Lebzeiten überlassen werden und dann beim Ableben an die Organisation übergehen, dazu. Fonds unter eigenem Namen und auch Versicherungen werden nebst den etablierten Vermächtnissen und Erbschaften genannt. Auch eigene Stiftungen bei sehr großen Vermögen sind bekannt.

Aus den USA ist zu vernehmen, dass Planned Giving in den letzten 20 Jahren über acht Prozent der Gesamteinnahmen der wohltätigen Organisationen ausmacht. In den nächsten rund 15 Jahren sollen beträchtliche Summen folgen, und ein Anstieg von Planned Giving an den Gesamteinnahmen auf 20 Prozent wird als realistisch genannt.

Hohe Pflichtteile bremsen

Im Gegensatz zu den Angelsachsen, bei denen das Erbrecht keine Pflichtteile und nur aus dem Güterrecht eine gewisse zwingende Quote vorsieht, ist in der Schweiz Planned Giving noch nicht etabliert. Insbesondere sind in der Schweiz die erbrechtlichen

Pflichtteile relativ hoch. Die laufende Erbrechtsrevision sieht vor, dass die Pflichtteile in der Schweiz reduziert beziehungsweise teilweise ganz eliminiert werden. Per Anfang 2023 dürften die neuen Regelungen voraussichtlich in Kraft treten. Damit werden die freien Quoten höher und somit das Potenzial für Planned Giving deutlich steigen.

Langer Atem erforderlich

Oscar Luethi ergänzt die Herausforderung mit Planned Giving: „Der Aufbau braucht einen langen Atem, kann jedoch parallel zum bereits angestammten Nachlassprogramm mit den bekannten Erbschaften und Legaten erfolgen." Planned-Giving-Spendende beim Schweizerischen Roten Kreuz sind Menschen, die der Organisation vertrauen und mit ihr verbunden sind. Sie unterstützen sowohl mit festgelegten substanziellen Beträgen längerfristig als auch im Letzten Willen. Es eint sie die Motivation, dass sie etwas von ihrem Erfolg zurückgeben wollen. Einige nennen als Vorteil, dass das steuerbare Einkommen niedriger ausfällt.

Programm im Aufbau

Das Programm wird dieses Jahr beim Schweizerischen Roten Kreuz aufgebaut. Es wird ein modulares Angebots-, Dienstleistungs- und Beratungspaket, übereinstimmend mit den Werten des Donatoren. Bei Planned Giving kommt der Aspekt persönlicher Vorteile oder Absicherungen dazu. Der Spendende wählt eine Spendenplanung, welche nebst dem philanthropischen Gedanken eine gesicherte Zukunft ermöglicht, allfällige Steuervorteile mit sich bringt und die Erben im Sinne eigener Vorstellungen und im Rahmen des Erbrechtes mit begünstigt. Planned Giving wird ein integraler Bestandteil des Produkte-Mixes des Schweizerischen Roten Kreuzes und erhält ein ganz spezielles Augenmerk, denn im Gegensatz zur bisherigen Sichtweise setzt Planned Giving entlang der gesamten Spendenpyramide an. Die Erfolgsformel liegt für das SRK in erster Linie darin, mit Planned Giving das Denken der Fundraising-Instrumente zu erweitern und in verwandte Domänen wie die Vermögensverwaltung einzudringen.

Marianne Dätwyler ist Verantwortliche Nachlassplanung beim Schweizerischen Roten Kreuz und hat ihre Diplomarbeit (Diploma of advanced studies in Fundraisingmanagement) dem Thema Planned Giving gewidmet.
▶ www.redcross.ch

WSAG Walter Schmid AG
DIE BESTE ADRESSE FÜR ADRESSEN

MailTec AG

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

DATENMANAGEMENT

SPENDERADRESSEN
DIE AUSWAHL MACHT DEN UNTERSCHIED

GÖNNERSTAMM ANALYSE
FÜR MEHR TRANSPARENZ

NPO DATENBANK
FÜR EIN EFFIZIENTES DATENMANAGEMENT

ADRESSEN-SERVICE
NUR KORREKTE ADRESSEN ERREICHEN IHR ZIEL

Walter Schmid AG
Auenstrasse 10
8600 Dübendorf
wsag.ch

PRODUKTIONSMANAGEMENT

BERATUNG
PERSÖNLICH. INDIVIDUELL. LÖSUNGSORIENTIERT

PRODUKTIONSLEITUNG
MIT UNS SPAREN SIE RESSOURCEN

DIRECT MAILING
25 JAHRE ERFAHRUNG INBEGRIFFEN

GIVEAWAY
KLEINE GESCHENKE MIT GROSSER WIRKUNG

MailTec AG
Auenstrasse 10
8600 Dübendorf
mailtec.ch

Externe Power

Die Zusammenarbeit mit Freelancern lohnt sich auch für NGOs

Bei aller Leidenschaft, die NGOs für ihre Themen mitbringen – auch sie müssen an ihr Business denken. Zur Umsetzung ihrer Ideen und Projekte benötigen sie Geldmittel, die sie immer wieder neu beschaffen müssen, und qualifizierte Mitarbeiter sind besonders wertvolle Ressourcen. Oftmals greifen Organisationen auf freiwillige Helfer zurück. Ausfälle machen mühsam aufgestellte Zeit- und Budgetpläne dabei jedoch nicht selten zunichte.

Von PEGGY DE LANGE

Personelle Ressourcen sind immer wieder eine Herausforderung für NGOs. Die Arbeit aus dem Homeoffice heraus hat zu räumlich getrennten, teilweise nicht synchronisierten oder ineffizienten Teams geführt. Auch, wenn Remote-Work nun unsere Arbeitsstrukturen bestimmt, können sich Teams nur so schnell an den Wandel anpassen, wie es ihre Ressourcen erlauben.

Vorteile für NGOs

- begrenztes Budget effizient einsetzen – Bei der Zusammenarbeit mit Freelancern können NGOs ganz gezielt Projekte nach und nach angehen und zahlen nur für das, was sie wirklich benötigen.
- hohe Flexibilität – Die Bedürfnisse der NGOs ändern sich stetig. Inhalte für das Fundraising, die Aktivitäten und die Kampagnen sind oft sehr unterschiedlich. Das Beauftragen von freiberuflichen Experten bringt NGOs die nötige Flexibilität, um einzelne Projekte effektiver umzusetzen, ohne dass langfristige Verpflichtungen zu Kompromissen führen.
- Konzentration auf das Wesentliche – Kernarbeiten wie die Planung gewinnbringender Aktivitäten, die Erstellung effektiver Strategien zur Erreichung von Zielen, die Zuteilung von Budgets oder die Beantragung von Zuschüssen können effizient erledigt werden.

Freelancer für spezielle Anforderungen

Um ihre Missionen effektiv zu erfüllen, müssen NGOs so effizient wie möglich arbeiten. Dazu gehört insbesondere auch eine starke Präsenz im Bereich Marketing, die notwendig ist, um volle Aufmerksamkeit für die Arbeit der Organisation zu erlangen. Von der Kampagnenplanung bis zur Umsetzung werden fachlich geschulte Spezialisten benötigt. Die Festanstellung von Mitarbeitern mit speziellem Marketing-Know-how kann für NGOs jedoch hohe Kosten bei geringer Flexibilität bedeuten. Mithilfe von Freelancern, die Expertenwissen mitbringen und für eine begrenzte Zeit auf Projektbasis in Teams integriert werden können, lässt sich diese Herausforderung gut bewältigen. Durch die Auslagerung von Projekten, die nicht zu den Kernaufgaben der festen Mitarbeiter gehören, können diese sich auf das Wesentliche konzentrieren. Zu den Aktivitäten und Prozessen, die an Freiberufler ausgelagert werden können, gehören beispielsweise die Planung der

Wo finde ich wen?

Wer als NGO über die Zusammenarbeit mit Freelancern nachdenkt, wird im Dienstleisterverzeichnis des Fundraiser-Magazins ab Seite 60 fündig. Weitere Informationsquellen sind die Plattformen *www.youvo.org*, bei der Organisationen auch konkrete Projekte bewerben können, und *www.spinnen-netz.de*. Dort finden NGOs zusätzlich auch potenzielle Angestellte.

Marketingstrategie sowie die Umsetzung einzelner Kampagnen, die Erstellung von Kommunikationsformaten und die Pflege der Social-Media-Kanäle. Darüber hinaus können Freiberufler auch bei IT-bezogenen Aktivitäten (z. B. Aufbau der Webseite, Softwaremanagement), dem Finanzmanagement und der Buchhaltung oder dem Personalmanagement unterstützen.

Experten finden

Experten zu finden, kann zeitaufwendig und schwierig sein. Sicherlich bieten das eigene Netzwerk sowie Empfehlungen aus dem Freundes- und Bekanntenkreis erste Suchoptionen. Auf internationalen Freelancer-Plattformen ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass man genau das passende Angebot und genau den Spezialisten für sein Projekt erhält. Die Plattform „Fiverr" (für NGOs gebührenfrei nutzbar) beinhaltet beispielsweise gezielte Dienstleistungen für NGOs. Die entsprechenden Experten wissen ganz genau, worauf es in Organisationen ankommt, kennen die Besonderheiten des Sektors und haben in dem Bereich oftmals bereits zahlreiche Projekte erfolgreich umgesetzt.

Gemischte Teams

Für eine reibungslose Zusammenarbeit sollten NGOs vorab genau definieren, welche Aufgaben das Projekt beinhaltet, welche Erwartungen sie haben und, im Fall von kreativen Dienstleistungen, bestenfalls Beispiele dafür vorlegen können, welche Arbeiten ihnen gefallen und welche nicht. Gute Kommunikation, zu wissen, was man will und ein erster Kontakt vorab – diese Elemente sind für den späteren Erfolg entscheidend. Mit gemischten Teams aus festen Mitarbeitern und hoch qualifizierten Freelancern eröffnen sich NGOs ganz neue Möglichkeiten. Solche Teams sind besonders produktiv, ergänzen sich in ihren Expertisen und bringen – für den regelmäßigen Blick über den Tellerrand – ein hohes Maß an Diversität mit.

Peggy de Lange ist Vice President International Expansion der Freelancer-Plattform „Fiverr". Neben der globalen Expansion des Unternehmens verantwortet sie die Lokalisierung des Marktplatzes, um die Käufer- und Verkäufererfahrungen auf „Fiverr" außerhalb der USA zu optimieren. Sie ist seit 2012 bei „Fiverr" tätig, u. a. als Marketing Director und VP Corporate Marketing. 2017 gründete sie zudem die gemeinnützige Tierschutzorganisation KFAAF (Kindness For All Animals Foundation), mit der sie hilfsbedürftige Tiere auf ihrer Farm in den Niederlanden betreut.
▶ www.fiverr.de

Individuell passende Spenden-Beispiele

Mithilfe von Dynamic Donations lassen sich Betrags-Vorschläge optimieren

Fundraiser stehen beim Erstellen von Landingpages oft vor folgenden Fragen: Wie sollen wir Betrags-Vorschläge bestimmen? Und welche Betrags-Vorschläge sind angemessen? Für die richtige Antwort lohnt sich ein Blick auf andere Branchen.

Von GREGOR NILSSON

Rund um die Betrags-Vorschläge wurden sowohl im klassischen als auch im digitalen Fundraising bereits viele Tests durchgeführt und Abhandlungen geschrieben. Denn Fundraiser wissen, wie wichtig es ist, die richtigen Beträge anzubieten. Eins ist ganz klar: Vorgegebene Betrags-Vorschläge beeinflussen das Spendenverhalten. Leider gibt es jedoch keine „One-size fits all"-Betrags-Vorschläge. Deshalb ist es klug, wenn Organisationen für verschiedene Spender unterschiedliche Betrags-Vorschläge ermöglichen. Um das Potenzial so weit wie möglich zu nutzen, hat die Agentur „getunik" auf der Website der Heilsarmee Schweiz das Konzept „Dynamic Donations" implementiert.

Dynamic Donations bietet einen wertvollen Ansatz, um die Betrags-Vorschläge zu optimieren. Mit Dynamic Donations werden sie auf Basis von Analysedaten dynamisch auf den jeweiligen Kontext angepasst. Ziel ist es, möglichst passende Beträge anzuzeigen und damit höhere Spendeneinnahmen zu generieren. So kann zum Beispiel schon mit einfachen Regeln nach User-Quelle oder -Gerät (Mobil oder Desktop) unterschieden werden.

Analysedaten als wichtige Basis

In komplexeren Set-ups können auch Bestandsspender identifiziert und auf Basis des vergangenen Spendenverhaltens individuelle Betrags-Vorschläge angezeigt werden. Im Unterschied zu Dynamic Pricing, welches oft von Fluggesellschaften genutzt wird, handelt es sich hier jedoch nur um Vorschläge und nicht um Fixbeträge. Die Spender haben immer die Wahl, sich auch für einen anderen Betrag zu entscheiden.

Kleine Maßnahmen mit großem Erfolg

Auf Basis der vorhandenen Daten der Heilsarmee wurde analysiert, dass Desktop-Spender höhere Betrags-Vorschläge wählen. Dies haben wir uns zunutze gemacht, indem wir folgende Beträge für Desktop User ausgewählt haben: 60, 120 und 250 Schweizer Franken. Vor der Erhöhung der Betrags-Vorschläge standen die Beträge 50, 100 und 200 Franken zur Auswahl. Mobile User sahen nun kleinere Beträge: 50, 100 und 240 Franken. Nach dem Ende des Tests wurde festgestellt, dass auch Mobile-Benutzer oft die Standardbeträge verwenden. Daher wurden auch die Mobile-Beträge auf 60, 120 und 250 Franken angepasst, um höhere Spendeneinnahmen zu generieren.

Der Erfolg dieser kleinen Anpassung ist erstaunlich: Bei Spenden im getesteten Optimierungsbereich unter 300 Franken stieg die Durchschnittsspende signifikant um 12,3 Prozent (Vergleichszeitraum 15.11.2019 bis 31.12.2019 zu 15.11.2020 bis 31.12.2020; Wilcoxon rank-sum Test). Eine erste Schätzung der zusätzlichen Spendeneinnahmen, die durch die Optimierung generiert wurden: 4,3 Prozent mehr Spendeneinnahmen im Vergleichszeitraum.

Gregor Nilsson ist Managing Director Schweiz der „getunik AG", einer Agentur mit Fokus auf der digitalen Transformation von Non-Profits. Als ehemaliger Chief Digital Officer des WWF Schweiz kennt er die Bedürfnisse und Anforderungen seiner Kunden besonders gut.
▶ www.getunik.com

Sie wollen das **Klima** schützen und die **Artenvielfalt** bewahren?

Wir finden und binden Spender*innen nachhaltig:

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

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

fundango
Fundraising ist mehr

+++ Bitte überzeugen Sie sich rechtzeitig auf der Website des Anbieters, ob die Veranstaltung in Präsenz oder digital durchgeführt wird +++

Kirche & Spenden 2021
Online-Tagung am 9.9.2021
kirchenfundraising.de

Webinar
9. September 2021, 10-12 Uhr
Digitalisierung in und von Stiftungen
Weitere Info und Anmeldung:
www.ESV-Akademie.de/stiftungdigital
ESV AKADEMIE
www.ESV-Akademie.de/newsletter twitter.com/ESV_Akademie

DEUTSCHER FUNDRAISING KONGRESS
15. bis 17. September 2021
in Berlin
www.fundraising-kongress.de

27. September 2021
Kursaal, Bern
Swiss-Fundraising-Day
swissfundraisingday.ch

mailingtageTV
NEU: mailingtage BusinessTV – INTERVIEW-FORMATE im Vorfeld zum Kongress LIVE – ganzjährig, überall, jederzeit
MATTHIAS DABERSTIEL
Fundraising-Experte im Talk mit Ariane Rieger
MEHR INFOS: TV +++ Kongress 07.10.21
www.mailingtage.de

Kurzgefasst …

Mailingtage hybrid

Die Mailingtage werden in diesem Jahr zwar voraussichtlich wieder in Frankfurt und damit vor Ort stattfinden können, dennoch wird das Format durch die Veranstalter permanent weiterentwickelt hin zu einem hybriden Konzept. Das bedeutet, dass die Teilnehmer vor Ort mit ihrem jeweiligen mobilen Endgerät alle Veranstaltungen auch im Livestream verfolgen können, ganz nach persönlichem Befinden dort, wo man sich gerade am wohlsten fühlt. Das geht aber eben auch von der heimischen Couch aus.

Mailingtage 2021 am 7. Oktober in Frankfurt und digital
▶ www.mailingtage.de

Fundraising-Kongress Österreich

Auch beim größten Branchentreffen Österreichs herrscht thematische Aufbruchstimmung: „Visions for Change“ ist das Motto des diesjährigen Österreichischen Fundraising-Kongresses. Gleichzeitig überrascht es nicht, dass gleich der erste Blick ins Programm Digitalisierung und digitale Transformation als Schwerpunkte erkennen lässt. Die ersten beiden Tage sind randvoll mit Kongressprogramm; Tag drei bietet die traditionelle Masterclass.

28. Österreichischer Fundraising-Kongress
11. bis 13. Oktober in Wien
▶ www.fundraising.at

Kultur transnational

Mit dem diesjährigen Motto „#transnational. Solution for a culture beyond“ will der KulturInvest!-Kongress einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung von Innovationen und Investitionen im globalen und lokalen Kulturmarkt für eine Gesellschaft leisten, die über Grenzen schaut und in welcher der interkulturelle Diskurs zum Alltag wird. Das Ideal stellt dabei ein sozialer Raum dar, der zwischen und über Nationen hinweg existiert.

KulturInvest!-Kongress
10. bis 12. November in Dresden
▶ www.kulturmarken.de

Sozialwirtschaft vordenken

Neue Perspektiven in der Marktveränderung: für die Marktpräsenz der Kernmärkte Altenhilfe, Eingliederungshilfe sowie Kinder- und Jugendhilfe, für die Geschäftsführungen und Verbände sowie deren Komplexträger – und selbstverständlich für deren Personal. Das ist der Fokus der diesjährigen Sozialwirtschaftlichen Managementtagung im September. Corona hat gezeigt, dass die Sozialwirtschaft einen Wandel benötigt. Die Tagung will dafür Fahrpläne entwerfen.

16. Sozialwirtschaftliche Managementtagung
am 21. September in Mainz und
am 29. September in Villingen-Schwenningen
▶ www.swmt.org

Nonprofit studieren

Am Umwelt-Campus Birkenfeld vermittelt ab dem kommenden Wintersemester ein neuer praxisnaher Studiengang „Nonprofit und NGO-Management“ grundlegende Kenntnisse rund um das Management in Nichtregierungs-Organisationen (NGOs) und anderen Einrichtungen ohne Gewinnerzielungsabsicht. Nachhaltiges Wirtschaften, ethisch geprägtes Denken und Handeln, dazu ausgewählte Rechtsgrundlagen und viele andere Besonderheiten im sogenannten „Dritten Sektor“ werden dort ab Herbst gelehrt. Der Global Nature Fund, die Bodensee-Stiftung und die Deutsche Umwelthilfe sind die ersten drei Unterstützer des neuen Angebots.

▶ www.umwelt-campus.de/studium

Bildung 4.0

Die Studientagung „Bildung 4.0“ im September in Münster leistet einen Beitrag zur UNESCO-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung: BNE 2030“ und widmet sich dem Dreiklang „Bildung, Digitalisierung, Nachhaltigkeit“. Sie ist die vierte Tagung der Reihe „Digitale Agenda 2030“, die von der „Akademie Franz Hitze Haus“ und der Agentur „Cloud und Rüben“ gemeinsam veranstaltet wird. Die Teilnehmenden erwartet ein Programm mit spannenden Vorträgen und vielen Möglichkeiten zum Diskutieren und Vernetzen – live und analog. Dabei werden Bildungs-Projekte mit Schwerpunkt „Digitalisierung“ aus Ländern des globalen Südens vorgestellt.

Digitale Agenda 2030
am 2. und 3. September in Münster
▶ www.franz-hitze-haus.de/info/21-224

+++ Bitte überzeugen Sie sich rechtzeitig auf der Website des Anbieters, ob die Veranstaltung in Präsenz oder digital durchgeführt wird +++

Nachhaltige NPO I

NPO-Finanzkonferenz Schweiz

Das NPO-Finanzforum lädt für Anfang September zur diesjährigen NPO-Finanzkonferenz nach Rotkreuz. Thematischer Schwerpunkt: „Arbeitswelt der Zukunft: Finanzmanagement und -führung einer nachhaltigen NPO". Das Verständnis von Arbeit hat sich in nur einem Jahr stark verändert. Der Einfluss von neuen Technologien, sich ändernden Arbeitskultur und Prozessen führt zu einem grundlegenden Wandel. Wie gestaltet sich die Arbeitswelt in der Zukunft? Eingeleitet wird die Konferenz durch Pius Bernet, Präsident des NPO-Finanzforums. Folgen wird die Keynote von Gudrun Sander, Direktorin Kompetenzzentrum Diversity & Inclusion, Universität St. Gallen.

NPO Finanzkonferenz 2021 am 1. September in Rotkreuz
▶ www.npofinanzforum.ch

Nachhaltige NPO II

27. NPO-Kongress Wien

Im Rahmen des 27. NPO-Kongresses werden das Thema Nachhaltigkeit in all seinen Facetten und das Thema Sinnfindung, das aktuell an großer Bedeutung gewonnen hat, miteinander verschränkt und gesamthaft diskutiert. Der Kongress beginnt am ersten Tag zur Mittagszeit mit zwei spannenden Keynotes. Am Nachmittag finden Round-Table-Gespräche zu den Kernthemen „Nachhaltige Geschäftsmodelle" und „Purpose Driven Leadership" statt. Das Abendprogramm lädt zum Vernetzen und Austauschen ein. Am zweiten Kongresstag werden die Inhalte vertieft und spannende Erfahrungsberichte präsentiert.

27. NPO-Kongress am 20. und 21. Oktober in Wien
▶ wwww.controller-institut.at

Basel

Zum diesjährigen Leitthema „Das Forschen fördern" werden die Referenten des Basler Stiftungstags die wichtige Rolle der Stiftungen in der Bildung und Forschung beleuchten. Nach dem Lunch lädt der Vorstand wieder zum halbstündigen Forum-Netzwerk ein. Erneut können sich Stiftungen über aktuelle Themen und Herausforderungen gezielt austauschen. Auch das Schlusspodium verspricht eine interessante Kontroverse, denn es geht um die fehlende Dynamik des Stiftungsstandortes Basel.

10. Basler Stiftungstag
am 24. August in Basel
▶ www.stiftungsstadt-basel.ch

Bern

Wie weiß eine NPO, was ihre Arbeit bewirkt? Wozu nutzt sie diese Erkenntnis? Solche Fragen rund um die Wirkung haben gemeinnützige Organisationen in den vergangen zehn Jahren beschäftigt. Zeit für eine Zwischenbilanz. Die Zewo-Tagung 2021 zeigt, wie NPOs ihre Wirkung erkennen, nutzen und für andere sichtbar machen. Doch wie gut erfüllen sie damit die Ansprüche von staatlichen Geldgebern oder Förderstiftungen, und wohin geht die Reise?

Zewo-Tagung 2021
am 9. September in Bern
▶ www.zewo.ch

Online

Noch drei weitere Veranstaltungs-Blöcke bietet der Fachtag „Fundraising im Gesundheitswesen" des Deutschen Fundraising-Verbands in diesem Jahr. Mit dabei als Referent ist u.a. Dr. Rainer Süßenguth (Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf), der über den Neubau der universitären Kinderklinik berichtet, für die innerhalb von drei Jahren 23,5 Millionen Euro gesammelt wurden.

Fachtag „Fundraising
im Gesundheitswesen"
am 8. & 22. September sowie am 6. Oktober
▶ www.dfrv.de/events/
fachtag-gesundheit-fundraising-2021

Zugang zu über 750 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

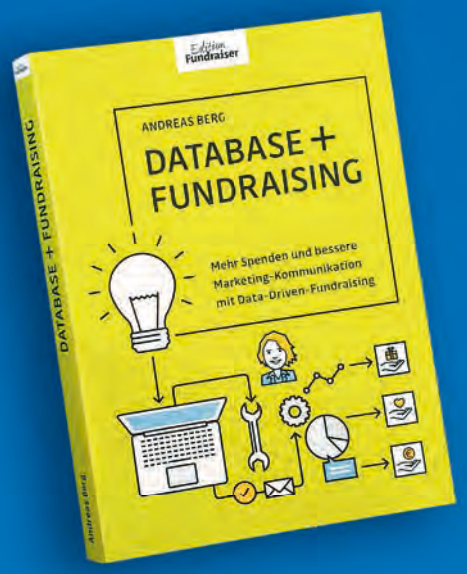
Förderlotse
Torsten Schmotz

www.foerdermittelfuehrer.de

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.

Krisen meistern

Unverhofft kommt oft. Wie kann man sich auf Krisen vorbereiten, die man in ihrer direkten Form eigentlich nicht kommen sehen kann und auf die es schnell nach außen hin zu reagieren gilt? Gutes Marketing ist auch dann machbar. So wurde beispielsweise Nintendo während der Corona-Pandemie weltweit gelobt, weil das Unternehmen das Spiel „Animal Crossing" auf Bitten der User hin veröffentlich hat, um die Quarantäne zu erleichtern. Natürlich ist es nicht immer so einfach, aber es ist machbar, wie dieses Buch ganz einfach zeigt.

Jan Lies. Krisenmarketing. Gezielt handeln in der Corona-Krise und bei anderen unerwarteten Ereignissen. Verlag Schäffer Poeschel. 2021.
93 Seiten. ISBN: 978-3-79105-171-0.
[D] 19,95 €, [A] 19,60 €, CHF 27,90.

Menschenrechte

Die Erklärung der Menschenrechte ist bereits über 70 Jahre alt, aber damit in Berührung kommen wir im Alltag unserer westlichen Welt wohl kaum. Welche Relevanz haben diese 30 Artikel also für uns? Dieses Buch fasst die Details der Erklärung in elf Kapiteln zusammen und tut das in erster Linie mit Blick auf die Möglichkeit von Spiritualität. Das bedeutet, dass hier kein Nachschlagewerk vorgelegt wurde, sondern ein Band mit Inspirationen für die Gestaltung des eigenen Lebenswegs und ein daraus folgendes wertschätzendes Miteinander.

Pierre Stutz, Helge Burggrabe. Menschlichkeit JETZT!. Patmos-Verlag. 2021. 120 Seiten.
ISBN: 978-3-84361-251-7.
[D] 10,00 €, [A] 10,30 €, CHF 13,95.

Digital

Thilo Reichenbach gilt als der erste Online-Fundraiser hierzulande und hat mit „Erfolgsfaktoren im Online-Fundraising" seine Doktorarbeit vorgelegt. Darin ist er der Frage nachgegangen, welche systematischen und individuellen Faktoren erfolgreiches Online-Fundraising begründen und welche Unterschiede bei kleinen und großen Organisationen festzustellen sind. Hierzu setzt er sich mit direkt und indirekt beeinflussbaren Rahmenbedingungen auseinander und spürt belastbaren Korrelationen hinterher.

Wirklicher Erfolg ist nicht nur das gute Bauchgefühl oder das kurzfristige Spendenergebnis. Hier stellt der Autor systematische Zusammenhänge vor zwischen ökonomischen Zielen, Spenderanbahnung und -bindung. Weiterhin differenziert er mögliche Indikatoren für erfolgreiches Beziehungsmarketing, Umfeldorientierung und Planungsqualität.

Einige Formeln und Algorithmen mögen auf den ersten Blick ein wenig abschreckend wirken. Aber einen praktischen Mehrwert bietet diese Arbeit allemal, um die Qualität der eigenen Internetseite und die Professionalität in der Nutzung von Online-Fundraising-Instrumenten zu untersuchen und Handlungsempfehlungen abzuleiten. Mit seiner Forschung belegt Thilo Reichenbach, dass der Erfolg im Online-Fundraising in weiten Teilen durch Verankerung in der Organisationsstrategie, schlanke Prozesse und die Bereitschaft zur digitalen Transformation begründet ist. Er belebt damit den wissenschaftlichen Diskurs zu Online-Fundraising und zeigt einige Entwicklungen auf, denen hohe Relevanz für das digitale Fundraising zukommt.

Jörg Reschke

Thilo Reichenbach. Erfolgsfaktoren im Online-Fundraising. epubli. 2020. 376 Seiten.
ISBN: 978-3-75310-859-9.
[D] 39,99 €, [A] 39,99 €, CHF 55,90.

Ökologisch

Der Ansatz von und das Bemühen um Nachhaltigkeit durchweht deutlich unseren Zeitgeist. Wie weit sind wir diesbezüglich aber eigentlich tatsächlich bislang vorangekommen? Solange der Westen auf Kosten ärmerer Länder wirtschaftet, ist dieses Ziel noch meilenweit entfernt. Das Buch von Thomas Unnerstall soll so weit wie möglich differenzieren, um im Detail unverstellte und damit tatsächlich realistische Blickweisen auf die verschiedenen Aspekte von Nachhaltigkeit entwickeln zu können. Ziel des Autors ist es schlussendlich, mit seinen Darstellungen zu verdeutlichen, welche Probleme denn nun tatsächlich die dringendsten sind. So gesehen soll dem Leser damit eine Orientierungshilfe an die Hand gegeben werden. Das gelingt durch eine Vielzahl an Grafiken und äußerst kurz gegliederte Texte, die trotzdem eine große Fülle an Daten bereithalten.

Thomas Unnerstall. Faktencheck Nachhaltigkeit. Ökologische Krisen und Ressourcenverbrauch unter der Lupe. Springer-Verlag. 2021. 290 Seiten. ISBN: 978-3-66262-600-9. [D] 19,99 €, [A] 19,61 €, CHF 27,95.

Argumentieren

Es ist schwer, Ignoranz mit Argumenten zu begegnen. Der Austausch, das Aufeinanderzugehen und das beständige Bemühen um gegenseitiges Verstehen sind allerdings die einzige Möglichkeit, die uns gegeben ist, ganz gleich, ob im privaten Rahmen oder in beruflichen Konfrontationen. Dabei können wir es nicht vermeiden, angegriffen zu werden. Entscheidend ist, wie wir damit umgehen, ohne dabei, und das ist in diesem Buch der Kern, unsere eigenen Interessen aufzugeben. Um das zu erreichen, so die Autorin, ist eins ganz wesentlich: Wir dürfen uns als Reaktion auf einen Angriff niemals verteidigen. Damit nehmen wir uns selbst den eigenen Wind aus den Segeln. Trotzdem ist eine Reaktion unumgänglich. Wie diese erfolgreich gestaltet werden kann und wir unser jeweiliges Ziel bei gegenseitigem Respekt erreichen können, zeigt die Autorin auch anhand konkreter Alltagssituationen.

Iris Zeppezauer. contra! Angriffe erkennen. Treffend kontern. Wirksam durchsetzen. Verlag BusinessVillage. 2021. 240 Seiten. ISBN: 978-3-86980-572-6. [D] 19,95 €, [A] 20,60 €, CHF 27,90.

Akademie
Beratung
Wissen

Fundraising Akademie
WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

Wir informieren Sie gerne unter (0)69 5 80 98-275 oder senden Sie eine Mail an: schleicher@fundraisingakademie.de

www.fundraisingakademie.de

In Kooperation mit: Fundraiser magazin

Edition Fundraiser

Großspenden können Großes bewirken.

Das Fachbuch 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

Genossenschaften

Andere Organisationsformen sind möglich. Es gibt Genossenschaften, die bereits länger als 30 Jahre existieren und sich beständig weiterentwickeln und immer mehr Zulauf erfahren. Grundlegende Motivation für ein solches Miteinander ist nicht allein das Bemühen um „andere" Lebensformen oder mehr Nachhaltigkeit. Genossenschaften zeigen in erster Linie, dass wir „es" selbst in die Hand nehmen können, statt Verantwortung nur bei „anderen" zu suchen. Dafür führt das Buch unterschiedliche Felder von Genossenschaften auf und zeigt in acht Schritten, wie ein solches Unterfangen gelingen kann.

Stefan Hoffmann. Gründet Genossenschaften! Gemeinsam unsere Zukunft gestalten. Eine Anleitung. oekom-Verlag. 2021. 112 Seiten. ISBN: 978-3-96238-310-7. [D] 19,00 €, [A] 19,60 €, CHF 26,55.

Social-Media-Marketing

Das Konzept des Influencer-Marketings ist mittlerweile recht bekannt. Dieses Buch geht einen Schritt weiter und widmet sich der Idee eines fest angestellten Permanent Corporate Influencers. Für kleine Organisationen mag das ungeeignet erscheinen, trotzdem lohnt es sich für jeden, die Entwicklung auf diesem Gebiet im Auge zu behalten, denn auch Markenbindung findet immer stärker im digitalen Bereich statt. Aus der Fülle der Informationen über Recruiting bis hin zum Einsatz der passenden Kanäle lässt sich hier für unterschiedliche Organisationen viel mitnehmen.

Thomas Klein. Der neue Corporate Influencer. Effizientes Social-Media-Marketing mit einem internen Content Creator. Verlag Springer Gabler. 2021. 200 Seiten. ISBN: 978-3-65832-373-8. [D] 32,99 €, [A] 33,92 €, CHF 46,10.

Dunkle Zivilgesellschaft

Kaum jemand käme wohl auf die Idee, zu behaupten, allgemeines gesellschaftliches Bemühen wäre in jedem Fall konstruktiv, vorausschauend und gemeinwohlorientiert. Zu komplex gestalten sich Interessenslagen in unserer Gesellschaft. Das Stichwort „Querdenker" ist dafür ein sichtbares Beispiel. Friedemann Bringt stellt sich deshalb in seinem Buch der Frage, wie erfolgreiche Gemeinwesenarbeit gestaltet werden kann, um den gesellschaftlichen Diskurs und dessen Einfluss auf unser Handeln in konstruktive Bahnen zu lenken. Mit dieser Problemstellung kennt er sich dank mehrjähriger praktischer Erfahrungen in Ostdeutschland aus, wo er entsprechenden demokratieskeptischen bis -feindlichen Einstellungen begegnet ist.

Von Anfang an verdeutlicht er, dass bestimmte psychologische Konstellationen auf soziohistorische Entwicklungen im Zusammenhang mit dem Niedergang der DDR zurückgeführt werden können. Dieser Hintergrund ist es, der das Bild sozial abgehängter Bevölkerungsgruppen hat entstehen lassen. Der Autor geht den von rechts kommenden Ideologien der Ungleichwertigkeit auf den Grund, ohne jedoch ein Allheilmittel für aktuelle Probleme liefern zu wollen. Stattdessen ermöglichen seine Analysen verschiedener Modelle der Demokratiearbeit aus anderen Kulturen wie Frankreich und den USA, die Eigenheiten hiesiger Sozialräume darzustellen. Ausgehend von dieser theoretischen Basis gelingen ihm Mut machende Ansätze für die Praxis, die weiterentwickelt werden wollen.

Rico Stehfest

Friedemann Bringt. Umkämpfte Zivilgesellschaft. Mit menschenrechtsorientierter Gemeinwesenarbeit gegen Ideologien der Ungleichwertigkeit. Verlag Barbara Budrich. 2021. 300 Seiten. ISBN: 978-3-84742-535-9. [D] 38,00 €, [A] 39,10 €, CHF 53,10.

Homeoffice

Für den einen eine wunderbare Arbeitskonstellation, für den anderen ein Albtraum. Auf die eine oder andere Weise haben wir uns alle mittlerweile mit dem Konzept des Homeoffice auseinandersetzen müssen. Erfolg ist dabei wohl immer relativ. Schlussendlich ist ausgeglichenes Arbeiten, sofern die Grundausstattung in Sachen Technik vorhanden ist und läuft, aber auch hier eine Frage des Eigenmanagements. Aja Frost vermittelt mit ihrem Ratgeber mehr als 500 kurze, simple Hacks, die uns den Alltag erleichtern sollen. Diese sind in Themenbereiche wie die Einrichtung des Arbeitsplatzes, das Erstellen von Zeitplänen und das Durchführen von Meetings von zuhause aus unterteilt. So kann man sowohl zielgerichtet nachschlagen oder sich auch einfach inspirieren lassen. Manche der Tipps sind sofort umsetzbar, andere sind eher mit langfristigen Zielen verbunden.

Aja Frost. Homeoffice Hacks. Gut organisiert, produktiv, ausgeglichen.
Verlag books4success. 2021. 288 Seiten.
ISBN: 978-3-86470-751-3. [D] 14,90 €, [A] 15,40 €, CHF 23,90.

CO_2-Abdruck

Mike Berners-Lee hat mit „Es gibt keinen Planet B“ (Fundraiser-Magazin, Ausgabe 4/2020) ein vielbeachtetes Buch über die Folgen des Klimawandels vorgelegt. Dieses Buch ist zwar schon älter, liegt jetzt aber in einer aktualisierten Neufassung vor. Darin beleuchtet er Dinge, Dienstleistungen und Handlungen aus dem Alltag hinsichtlich ihres CO_2-Abdrucks, der gerade nicht unbedingt gleichzusetzen ist mit der Frage nach Nachhaltigkeit. So sind die Bananen aus dem Titel „gut“ hinsichtlich ihres CO_2-Abdrucks, allerdings weniger erquicklich in Sachen Nachhaltigkeit. Man sieht: Die Sache ist komplex. So emittiert eine fünfminütige Google-Suche auf dem Smartphone deutlich weniger CO_2 als der gleiche Vorgang auf einem Laptop. Die hier zusammengetragenen Zahlen sollen aber keine Hiobsbotschaft formulieren. Vielmehr geht es dem Autor darum, aufzuzeigen, wo wir stehen und was wir tun können, um dem Klimawandel Einhalt zu gebieten.

Mike Berners-Lee. Wie schlimm sind Bananen? Der CO_2-Abdruck von allem.
Midas-Verlag. 2021. 280 Seiten.
ISBN: 978-3-03876-535-6. [D] 22,00 €, [A] 22,70 €, CHF 28,00.

Fragebogen: Andrea Spennes-Kleutges ist

Andrea Spennes-Kleutges wuchs im beschaulichen Meerbusch am Niederrhein auf. Zum Studieren zog es sie nach Potsdam, wo sie ein Diplom in Politik- und Verwaltungswissenschaften erwarb und kurze und längere Reisen vor allem nach Mittel- und Osteuropa unternahm. Ihre erste Fundraising-Erfahrung machte sie während eines Praktikums beim Polnischen Roten Kreuz, als sie dort einen Stiftungsantrag für ein Gesundheitspräventionsprojekt mit Jugendlichen schrieb.

Das Stiftungsfundraising wurde ihre Profession, zunächst im Evangelischen Johannesstift in Berlin, wo sie das Antragsfundraising aufbaute und für die Verwaltung mehrerer Stiftungen zuständig war. Sie absolvierte die Ausbildung als Fundraising- und Stiftungsmanagerin und ist seit vielen Jahren freiberufliche Dozentin für das Thema Stiftungsmittelakquise. Heute arbeitet sie in der Kreuzberger Kinderstiftung, wo sie als Vorständin ein sehr abwechslungsreiches Aufgabenspektrum hat und nach wie vor viel mit Fundraising beschäftigt ist.

Andrea Spennes-Kleutges hatte eine unbeschwerte Kindheit in der Natur, konnte die Ausbildung machen, die sie sich wünschte, und erlebte an vielen Stellen, dass sie aus eigener Kraft etwas für sich und andere erreichen kann. Es ist ihr wichtig, dass jeder Mensch die Chance erhält, seine Talente zu entfalten und ein erfülltes Leben zu leben. Darum ist sie glücklich und stolz, dass sie sich in ihrem Beruf jeden Tag für diese Ziele einsetzen kann.

▶ www.kreuzberger-kinderstiftung.de

1. Was wollten Sie als Kind werden?

Bäuerin. Mit meiner besten Freundin zusammen wollten wir alle Arbeiten mit Pferdekutsche und ohne Traktoren erledigen. Als Teilnehmerin einer Solidarischen Landwirtschaft bin ich heute tatsächlich auf gewisse Weise Landwirtin.

2. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Querdenken – wie ärgerlich, dass dieser Begriff jetzt so negativ besetzt ist.

3. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

die Erreichung der Klimaschutzziele!!!

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

Ich spüre den jungen Elon Musk auf und gebe ihm das Startkapital für seine verrückten Vorhaben.

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

meiner Mutter, für ihr großes Herz, ihre Tüchtigkeit, ihre Weisheit und stellvertretend für die vielen weiblichen Hidden Figures dieser Welt

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

Hi Elon, well done!

gern unterwegs

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

… sind Leute, die nur reden und nicht zuhören.

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

Klamotten flicken, Beikraut jäten, mit einem Kaffee in der Sonne sitzen … Wann hat man denn nichts zu tun?

9. Worüber können Sie lachen?

über die Sprüche meiner Kinder, z.B.: „Mama, ich will die Spülmaschine nicht ausräumen. Das ist total peinlich!“

10. Wann reißt Ihr Geduldsfaden?

Nur, wenn meine Kinder sich fetzen – sonst bin ich tiefenentspannt.

11. Was war früher besser?

Das Spielzeug – es gab weniger, es war nicht so durchkommerzialisiert, und man konnte kreativer damit spielen.

12. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Ich bin am liebsten unterwegs.

13. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Sie hatte ansteckend gute Laune und hinterließ einen positiven CO2-Fußabdruck.

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

… jedes Mal auch wie ein persönliches Geschenk..

Wollen auch Sie diesen Fragebogen ausfüllen?

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

Damit Sie Gutes tun können, geben wir unser Bestes

Mit unserer Kommunikations- und Fundraising-Software Enterbrain bieten wir seit fast 30 Jahren ein multifunktionales Tool zur Verwaltung von Mitgliedern und Spendern, das speziell auf Hilfsorganisationen, Verbände, Kammern und Vereine ausgerichtet ist. Unser erfahrenes Service-Team übernimmt mit großer Empathie und Leidenschaft auf Wunsch auch alle administrativen Aufgaben und bietet vielfältige Service-Dienstleistungen.

Ausgezeichnete Sicherheit

Enterbrain ist als einziger der Branche ISO/IEC 27001 zertifiziert.

www.enterbrain.eu

Die Software- und Servicespezialisten für Ihre Non-Profit-Organisation

ENTERBRAIN

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 Exemplare des Workbooks „Die Fundraising-Expedition" – eine praktische Arbeitshilfe zur Entwicklung einer Fundraising-Konzeption, zusammengestellt und herausgegeben von der Agentur Zielgenau. Im Workbook finden sich praxisnahe Anleitungen, Informationen, neue Impulse und Ansatzpunkte sowie Arbeitsaufgaben für die einzelnen Etappen auf dem Fundraising-Weg. Checklisten, Planungsmuster und viele zielführende Fragen sind inklusive. Das Buch ist zum Preis von 24,90 Euro auch direkt bei der Agentur Zielgenau GmbH erhältlich. Und falls das nichts für Sie ist, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!

1 Wo wollen denn diese ganzen Schafe hin? Bestimmt tun sie etwas für einen guten Zweck, aber für welchen?

MÄH) Protest gegen „Querdenken"
ME) Faire, weil regionale Mode
MA) Natur- und Umweltschutz

2 Hübsches T-Shirt, und dazu noch mit einer klaren Botschaft … oh Moment … Was ist hier tatsächlich gemeint?

CK) Recycling
ST) Organspende
RK) Ausbeutung von Frauen und Mädchen

3 Die Pestalozzi-Stiftung unterstützt mit ihrer Arbeit aus Schweizer Bergdörfern stammende …

ER) Jugendliche
EL) Milchkühe
EN) geschützte alpine Pflanzen

So geht's: Die Buchstaben aus den Fragen 1 bis 3 ergeben das Lösungswort. (Es hat mit dem Themenschwerpunkt dieser Ausgabe zu tun.) Senden Sie dieses an *gewinnen@fundraiser-magazin.de*. 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 15. August 2021. Viel Glück!

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

Neues und Gutes aus dem

Fundraiser magazin SHOP

shop.fundraiser-magazin.de

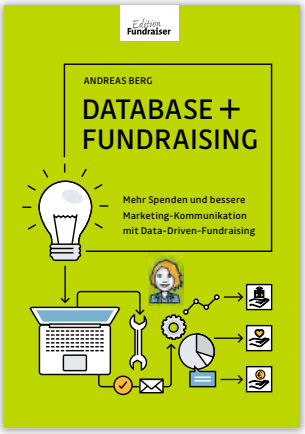
FACHBUCH

GROSSSPENDEN-FUNDRAISING
Wege zu mehr Philanthropie. Grundlagen, Strategien und praktische Umsetzung

von Marita Haibach und Jan Uekermann

49,90 €

FACHBUCH



DATABASE + FUNDRAISING
Mehr Spenden und bessere Marketing-Kommunikation mit Data-Driven-Fundraising

von Andreas Berg

39,90 €

EXTRA-HEFT

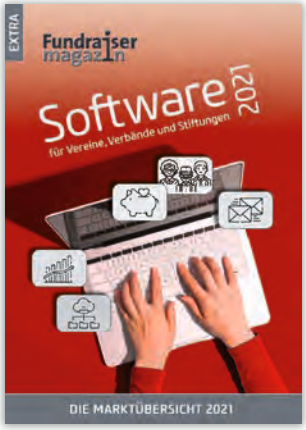
MAILING 2021

Alles Wichtige für Ihre Spenden-Briefe

Fast 40 Dienstleister rund um das Thema Mailing stellen sich und Ihre Dienstleistungen vor.

15,00 €

EXTRA-HEFT



MARKTÜBERSICHT 2021
Fundraising-Software

Software für Vereine, Verbände und Stiftungen

Etwa 60 Software-Anbieter und System-häuser im Vergleich.

15,00 €

FÜR EINSTEIGER

FUNDRAISING-GRUNDLAGEN

Wie Sie Freunde und Spenden für Ihre Gute Sache gewinnen

von Jan Uekermann

13,90 €

Weiterhin im Angebot:

Einzel-Ausgaben des Fundraiser-Magazins
(solange der Vorrat reicht)

Wir liefern versandkostenfrei innerhalb Deutschlands.

Single Fabian F. Fröhlich investiert in seine Gesundheit

Ich achte jetzt mehr auf meine Gesundheit! Statt mit dem Auto fahre ich jetzt immer mit dem Fahrrad zur Tanke, um Zigaretten zu kaufen. Und einmal die Woche ist Veggie-Day: Da gibt's dann Kartoffelchips statt Kotelett.

Apropos Chips … Durch die Pandemie habe ich ein neues Hobby entdeckt: Andere zocken „Cyberpunk", ich zocke „sachsen.impfterminvergabe". Das Game läuft in der Beta-Version und ist eine spezielle Mischung aus Jump 'n' Run und Ego-Shooter. Hab alle Level durchgespielt, bin ja nicht so 'n Schluffi wie mein Nachbar. Der hat einen Kumpel bei SAP, und die haben rausgefunden, wie man die Warteschleife beim Impfportal umgehen kann. Nee, nee Freunde der Südsee, cheaten ist nicht! Den echten Adrenalin-Kick bekommt man nur, wenn man es bis zum Ende durchzieht.

Ich sage nur: drei Wochen! So lange hat's gedauert bis zum Endgegner. Und strike! Habe zwei Impftermine mit dem guten Stoff erbeutet! Muss ich sofort den Kollegen im Verlag erzählen. „Du weißt aber schon, dass du dann gechipt bist?" Machen unsere IT-Nerds jetzt Witze? Und die Layout-Mädels setzen noch eins drauf: „Bill Gates ist ja jetzt wieder Single", flötet die Rothaarige. „Der sucht via Chip nach anderen attraktiven Singles. Wenn also dein Impfarm kribbelt, denn denkt Bill an dich."

Das sollte ich zur Sicherheit vielleicht noch mal googeln. … Mal sehen … „Nach zwei Impfungen ist man immun gegen Chemtrails …" Von mir aus. „… und hat flächendeckend 5G-Netzabdeckung." Da bin ich dabei! „Vollständig Geimpfte sind privilegierte 3G-Menschen. Steht für ‚geimpft, getestet, genesen'." Das wird ja immer besser! Mit dem Impfpass darf ich dann endlich wieder auf echte Pressekonferenzen mit echten Menschen. Und das beste: mit leckerem Catering! Ich kann meinen Corona-Fraß nämlich nicht mehr sehen.

Also ich geh jetzt mutig und entschlossen zum Impftermin, egal ob Bill Gates dort grad 'ne Single-Party veranstaltet. Zuerst das Arztgespräch. Wie jetzt? Hier gibt's gar keine Chips? Wenn das so ist, sehe ich schwarz für die Digitalisierung in Deutschland. Immerhin, die Spritze bekomme ich von einer seeehr attraktiven Krankenschwester. Aua! Ein bisschen mehr Mühe geben könnte die sich schon bei einem sensiblen Feingeist wie mir. Ob ich sie mal nach einem Date frage? Moment … mein Arm beginnt zu kribbeln.

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

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

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

Ausgabe 5/2021 erscheint am 27. September 2021 unter anderem mit diesen Themen

- Die Stiftung im Fundraising: Akteur und Förderer
- Kampagnenplanung im Crowdfunding

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 5/2021 ist der 12.07.2021.

ISSN 1867-0563 – 16. 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. 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. 14 vom 1.12.2020

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. Redaktionsschluss für die Ausgabe 5/2021, die am 12.07.2021 erscheint, ist der 25.05.2021.

Fotonachweise:
Titelbild: hbrh@AdobeStock | S. 3: René Grodde/www.atri.eu | S. 4 (THEMA), 20, 22 & 26: iris@AdobeStock | S. 4: Martin Lifka Photography (MENSCHEN), Rawpixel@fotolia.com (PROJEKTE), doris oberfrank-list@AdobeStock (STIFTUNG) | S. 6 & 28: René Grodde/atri.eu | S. 12 & 88: Johannes Hoyme | S. 13: PrettyVectors@AdobeStock | S. 14: Thorsten Finner | S. 16: Beate Hecher/Rote Nasen International | S. 18: Rote Nasen International | S. 34: Publicis Zürich (LINKS) | S. 34: Paul Glaser | S. 35 & 88: Paul Green | S. 37: Stiftung Universitätsmedizin Essen | S. 40 Natee Meepian@AdobeStock (GROSSES BILD) | S. 41: Intermate | S. 42: fovito@AdobeStock | S. 44: Jörg Farys/dieprojektoren.de | S. 46: Isabel Winarsch (LINKS) | S. 46: René Grodde/www.atri.eu | S. 48: Richard Haydon | S. 50: stokkete@AdobeStock | S. 52: Oroverde e. V. (OBEN) | S. 52: Kolja Matzke/Oroverde e. V. | S. 54: Regina Kühne (LUTERBACHER), Christoph Steinbauer (MAHLODJI), Hermann Recknagel/Weißer Ring (KLEIN), SRF/Oscar Alessio (CHAUDRI) | S. 55: Reto Camenisch (FEHR) | S. 56: Andi Weiland (RESCHKE), Leonie Lorenz (BEHRENDT), Verena Kienast/HSS (HORNBERGER) | S. 57: Stefanie Loos (SCHWARZER), eveleen007@AdobeStock (ALIAS) | S. 70: dmilovanovic@AdobeStock | S. 72: ant@AdobeStock | S. 73: AZ fundraising services GmbH & Co. KG | S. 74: Chinnapong@AdobeStock | S. 75: SRK | S. 76: REDPIXEL@AdobeStock | S. 77: Fiverr | S. 78: photo 5000@AdobeStock | S. 86: Christian Jungeblodt | S. 88: doris oberfrank-list@AdobeStock (49) | 90: 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

Weihnachten kommt immer schneller als gedacht!

Endlich ist der Sommer da! Wer denkt da schon an Weihnachten? Wir! Wenn Sie sich nach einer erfolgreichen Weihnachtskampagne sehnen und Ihre Spenderinnen und Spender mit überzeugenden Botschaften erreichen möchten, sprechen Sie uns an. Wir freuen uns auf Ihre Nachricht.

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

adfinitas