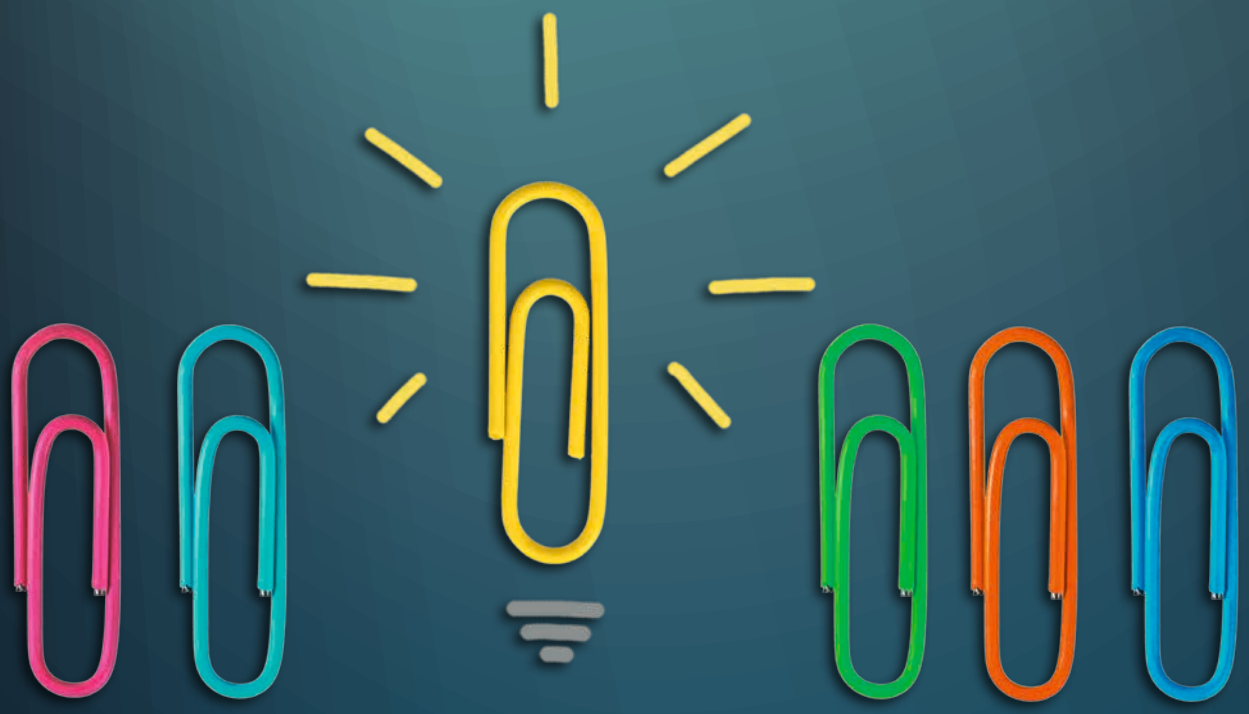
ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 5/2021

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen



Die Stiftung: Akteur + Förderer

In Kooperation mit stiftungsmarktplatz.eu und Stifter TV

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,

am 1. Oktober ist wieder der Europäische Tag der Stiftungen. Für uns Grund genug, den Fokus auf das Thema Stiftung zu lenken und zu zeigen, wie vielfältig die Stiftungslandschaft ist, was Stiftungen durch ihr Engagement bewirken und was Menschen bewegt, die eine Stiftung gegründet haben. In Kooperation mit den Machern von *stiftungsmarktplatz.eu* und *Stifter-TV* entstand ein extra-starkes Themen-Special „Die Stiftung als Akteur + Partner“ (ab Seite 20). Für diese gelungene Online-Zusammenarbeit möchte ich an dieser Stelle „Danke“ sagen. Und ich lade Sie herzlich ein, unser gemeinsames Live-Streaming-Format „Punktgenau Spezial“ auf *Stifter-TV.com* am 1. Oktober ab 9.30 Uhr zu verfolgen. Es lohnt sich garantiert!

Sommer 2021: wieder ein Jahrhunderthochwasser! Als Dresdner – die schon 2002 die Folgen einer solchen Flut direkt vor der Haustür erleben mussten – war uns klar, wir helfen. Also zogen wir symbolisch die Gummistiefel an und nahmen unser Online-Portal *Flutspenden.de* wieder in Betrieb. Mit der technischen Unterstützung der Agentur „getunik“ gelang es dankenswerterweise, schnell zu reagieren (Lesen Sie dazu auch den Bericht auf Seite 54 und die Persönlichen Gedanken auf Seite 14.).

Auf *Flutspenden.de* finden Sie durch unsere Redaktion geprüfte Spendenkonten seriöser gemeinnütziger Organisationen, die den Opfern des Hochwassers helfen oder selbst von der Flut betroffen sind. Das reicht vom überschwemmten Museum über den zerstörten integrativen Kindergarten bis hin zum Sportverein, dessen Trainingsanlagen unbrauchbar wurden. Was viele nicht wissen: Soforthilfe wird an Vereine nicht ausgezahlt. Mit der Website *Flutspenden.de* geben wir diesen Vereinen überregionale Sichtbarkeit. Wer spenden möchte, kann schon unter 70 Projekten wählen, und es werden täglich mehr.

Ich wünsche Ihnen mit dieser Ausgabe des Fundraiser-Magazins wieder eine interessante und inspirierende Lektüre!

Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

direct.
AGENTUR & LETTERSHOP

erfolgreiche
SPENDEN MAILINGS

Sprechen Sie mit den **Spezialisten:**

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

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

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

www.directpunkt.de

THEMA

Die Stiftung: Akteur + Förderer

Die Stiftung als Akteur und Partner 22
Stiftungen fördern vielfältiger, als man denkt

Unverhoffte Großspende? Kein Problem! 24
Warum Vereine einen Stiftungsfonds gründen sollten

Die Stiftungsfonds-Kontroverse 26
Warum die Fondsanlage die beste aller Delegationsmöglichkeiten für Stiftungen ist

Wissenschaftliche Heimat auf Zeit 30
Die Schader-Residence der gleichnamigen Stiftung beherbergte die erste Bewohnerin

Kunst, die aus der Seele kommt 32
Die Augustinum-Stiftung hat zum achten Mal den „euward“ vergeben

Volljährig! 34
18 Jahre Erfahrungen einer Gemeinschaftsstiftung

Social-Franchise-Anbieterin mit solider Basis 36
Warum Christine Worch mit ihrem Mann eine Stiftung gründete

Wer in Bildern denkt, bewegt 38
Videomarketing als Instrument des Fundraisings für Stiftungen

Ein Special in Kooperation mit stiftungsmarktplatz.eu und Stifter TV

Projekte

Come on, Buddy! 50
Ein österreichisches Social Business verbindet junge Menschen

Die Gunst der Stunde 52
Mit SOLOCharity Ride im Lockdown zum Fundraising-Coup

Die Spenden-Flut kanalisieren 54
Aufmerksamkeit für hochwassergeschädigte Vereine: Flutspenden.de

Meinung

Persönliche Gedanken 14
Matthias Daberstiel: Feiert euch erst, wenn der Job getan ist!

Kommentare aus der Redaktion von Daniela Münster (Seite 6), Ute Nitzsche (Seite 44) und Rico Stehfest (Seite 48)

Verlosung

Testen Sie Ihr Wissen und gewinnen Sie Nützliches für den Fundraising-Alltag. Diesmal verlosen wir drei USB-Hubs 96

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

Menschen

Florian Hoos
ist Business-Professor und nennt sich selbst einen Prakademiker.

16

Marlene Engelhorn
ist skeptisch, was Philanthropie betrifft. Die österreichische Millionenerbin will jedoch 90 Prozent ihres Vermögens spenden.

56

Gabriele Maier
hat unseren Fundraiser-Fragebogen ausgefüllt und verrät Persönliches.

94

Praxis & Erfahrung

Bitten Sie noch oder laden Sie schon ein? 72
Beziehungen zwischen Fundraiser und Förderer dürfen nicht asymmetrisch sein

Nadel im Heuhaufen? 74
Fundraising-Datenbanken und Kontaktnetzwerke als Grundlage für Großspenden-Fundraising

Projektbezug, Transparenz und Ehrlichkeit 76
So tickt der Osten Deutschlands beim Spenden

Vom Shoppen zum Spenden? 78
Online-Fundraising mit PayPal

Zehn Gebote für kirchliches Fundraising 80
Über Werte, Glaubwürdigkeit und ethische Grundsätze

Begeisterung will gut vorbereitet sein 82
Wie eine gute Planung Crowdfunding-Projekte erfolgreich macht

Rubriken

Schöner scheitern 13
Köpfe & Karrieren 58
Branche 62
Dienstleisterverzeichnis 64
Abo-Coupon 71
Bildung + Kalender 84
Fach- und Sachbücher 90
Das Letzte 98
Vorschau & Impressum 98

Autoren

... dieser Ausgabe:
Christian Bäcker, Samuel Bayer, Jörg Birkelbach, Matthias Daberstiel, Kai Dörfner, Dr. Kai Fischer, Felix Fröhlich, Dr. Marita Haibach, Jona Hölderle, Tobias Karow, Kurt Manus, Daniela Münster, Ute Nitzsche, Pia Rast, Rico Stehfest, Susanne Tharun, Jan Uekermann, Gunnar Urbach, Britta Wilhelm

Weiterhin

... liegt dieser Ausgabe eine Beilage der Firma **Socialminds** bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.

vanacken
Druckerei & Verlag

Es gibt viele bunte Vögel da draußen …

Welcher passt zu Ihnen?

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

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

van Acken: Profi in Sachen Druckerei und Verlag

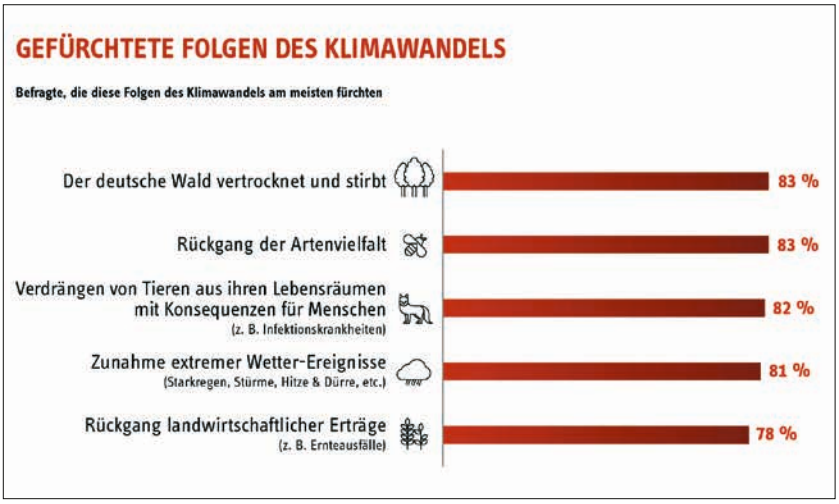
Lernen Sie unsere „Vögel“ kennen.

Wir freuen uns auf Sie!

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

Zahlen & Fakten

Klimaschutz wichtig, Handeln konsequent?



Die große Mehrheit der Deutschen ist besorgt, dass extreme Wetter-Ereignisse infolge des Klimawandels zunehmend auftreten. 79 Prozent halten die Klimaschutzwarnungen von Wissenschaftlern für richtig. Das sind Ergebnisse aus dem „Energie-Trendmonitor 2021“ von Stiebel Eltron. Dafür wurden 1 000 Verbraucher repräsentativ befragt.
Die meisten Menschen (74 %) sind grundsätzlich bereit, die eigene Lebensweise umzustellen, um einen Beitrag für den Klimaschutz zu leisten. 83 Prozent halten das Ziel der Energiewende, CO_2-Emissionen drastisch zu senken, für wichtig bis sehr wichtig. Wenn aber Klimaschutz konkret wird – beispielsweise mit einer Einschränkung von Flugreisen, der Abkehr von Verbrennungsmotoren oder dem Ersetzen von Ölheizungen –, berichtet nur noch eine Minderheit von 13 Prozent der Befragten, das eigene Handeln für den Klimaschutz sei wirklich konsequent. Übrigens: Diese Umfrage wurde bereits im Februar 2021 durchgeführt, also vor der diesjährigen Hochwasserkatastrophe.

Und sonst noch …

Ein Luftkissenboot namens „The Flying Farage“

Man sollte ja immer darauf achten, was man sich wünscht. Das hat der Brite Simon Harris wohl nicht bedacht, als er aus Scherz (!) auf der Crowdfunding-Plattform „gofundme“ eine Kampagne startete, um für die Royal National Lifeboat Institution (RNLI) ein Hovercraft zu finanzieren, das er in Anlehnung an einen weniger beliebten Politiker „The Flying Farage“ nennen wollte. Der Auslöser: Nigel Farage hatte in der Vergangenheit die RNLI als „Taxi-Service für illegale Immigration“ beschimpft. Zu Redaktionsschluss waren von den angepeilten 150 000 Britischen Pfund bereits knapp 122 000 im Sack. So groß die Unterstützung, so kritisch fallen trotzdem die Stimmen hinsichtlich des Namens aus. Und: Ein Hovercraft ist gar nicht direkt das, was die NGO gebrauchen kann. Gegen eine Umwidmung der gesammelten Gelder hat aber wohl kaum jemand etwas.

▶ www.gofundme.com

MEINE MEINUNG

„Wie viele Warnungen brauchen wir denn noch?“

Ein Kommentar von DANIELA MÜNSTER

Wer es in diesem Jahr mit Erdbeben, Waldbränden, Starkregen, Hagel, Hitzewellen und Hochwasser immer noch nicht glauben will: Der Klimawandel ist in vollem Gange! Eben ist der neueste Bericht des Weltklimarates der Vereinten Nationen erschienen. Den sollte man sich wirklich mal durchlesen, denn er ist alarmierend: Schon bei einer globalen Erwärmung von 1,5 Grad werden Extremwetter-Ereignisse in Europa deutlich häufiger und verheerender. Es besteht dringender Handlungsbedarf.

Aber was tun wir? Wir diskutieren lieber: Was nützt es schon, wenn wir die Klimaziele erreichen, aber die Amerikaner, Inder und Chinesen weiter ungebremst CO_2 in die Atmosphäre blasen? Was nützt der fleischfreie Freitag, wenn die Agrarministerin Gesetze zum Tierwohl immer weiter aufschiebt? Und wenn der Braunkohleausstieg erst in zehn Jahren stattfindet, was nützt es dann, jetzt schon Solarmodule aufs Dach zu bauen?

Diese Fragen kann man alle stellen – und macht damit genau das, was wir an unseren Politikern völlig zu Recht kritisieren: wertvolle Zeit verschwenden. Wie viele wissenschaftlich fundierte Warnungen brauchen wir denn noch, bevor wir’s endlich kapieren?

Ja, es wird Geld kosten, den Klimawandel aufzuhalten. Und es wird bestimmt auch mal unbequem. Und ja, wir werden uns schlaue Sachen überlegen müssen und auch mal verzichten. Aber wenn wir nichts tun und weiter nur lamentieren, wird es definitiv sehr, sehr teuer und sehr, sehr ungemütlich. Fangen wir doch einfach schon mal bei uns selber an.

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

DEUTSCHE Fernsehlotterie

Sie haben eine vielversprechende Lösung für ein soziales Problem und suchen eine Förderung?

Wie wollen wir in Zukunft zusammenleben? Wie gestalten wir ein Miteinander, das unsere Gesellschaft zu einer Gemeinschaft werden lässt? Mit diesen Fragen beschäftigt sich die Deutsche Fernsehlotterie.

Über die zugehörige Stiftung Deutsches Hilfswerk fördert die Soziallotterie bundesweit soziale Projekte gemeinnütziger Organisationen. Im Jahr 2020 konnte die Stiftung rund 42,4 Millionen Euro für 315 Vorhaben in vielfältigen sozialen Bereichen bereitstellen. Die Aufgabe der Stiftung ist es, insbesondere Projekte mit Modellcharakter zu fördern. Dementsprechend will sie dort wirken, wo es noch keine ausreichenden oder funktionierenden Lösungen für gesellschaftliche Probleme gibt. Falls Sie eine vielversprechende Lösung haben und eine Förderung für die Umsetzung suchen, können Sie sich mit Ihrer gemeinnützigen Organisation im Förderportal der Stiftung bewerben.

Weitere Informationen zu Fördermöglichkeiten und -voraussetzungen sowie die Sprechzeiten zur Förderberatung finden Sie auf der Homepage der Stiftung: **www.deutsches-hilfswerk.de**

Hier geht es zum Erklärfilm:

Spenden mit Zoom

Fundraising ist jetzt weltweit ganz einfach während eines virtuellen Meetings möglich

Mit dem Launch der „Donations by Pledge"-App können Zoom-Meetings jetzt zu virtuellen Fundraising-Events werden. Die neue App wurde von der Fundraising-Plattform Pledge entwickelt und ermöglicht allen Zoom-Usern, einen Spenden-Button in ihren Call zu integrieren. User können dabei aus mehr als 2,2 Millionen NGOs in über 150 Ländern weltweit wählen. Angesichts von mehr als 300 Millionen Zoom-Meetings pro Tag im Jahr 2020 schätzt James Citron, CEO von Pledge, ein, dass die Zusammenarbeit mit Zoom zu einer Steigerungsrate bei Spenden von 50 Prozent möglich sei. „Wir stellen uns eine Welt vor, in der Spenden nahtlos in unser aller tägliches Leben integriert sind, da die Menschen überall auf der Welt nach Wegen für möglichen Impact suchen, und zwar mehr denn je", so Citron.

Die App ist kostenfrei und für Zoom-User auf der ganzen Welt nutzbar. Hosts können auf Zoom damit selbst einen Spendenbutton hinzufügen, ohne Aufwand sofort eine Fundraising-Kampagne für eine oder mehrere NGOs starten und Spender mit einem Geschenk belohnen, einem virtuellen Hintergrund mit der Aufschrift „Ich habe gespendet". Zudem lässt sich ein Live-Spender-Feed einblenden, der alle Spendenaktivitäten und die gesammelte Summe in Echtzeit darstellt. Spenden können dabei über Apple Pay, Google Pay und Kreditkarte abgewickelt werden. Gesammelte Spenden werden einmal monatlich ausgezahlt.

Die App folgt damit anderen digitalen Plattformen wie Facebook, die ihre Spenden-Tools im letzten Jahr ausgebaut haben, so beispielsweise der Spenden-Sticker auf TikTok.

▶ www.pledge.to/blog/new-donate-button-zoom

Kurzgefasst …

Jahrestagung: freiwillig.engagiert

Am 16. November findet in Bern (und voraussichtlich optional digital) die Jahrestagung des Schweizerischen Netzwerks freiwillig.engagiert statt. Unter dem Motto „Corporate Volunteering 2.0“ wird das Zusammenspiel zwischen Unternehmen, Freiwilligen und austragenden Organisationen diskutiert, um in der Folge weitere Entwicklungen auf diesem Feld für die Zukunft zu finden.

▶ www.netzwerkfreiwilligengagiert.ch/tagung2021

10. Salzburger Armutskonferenz

Die Kunst der Krise: Unter diesem provokanten Motto lädt das Österreichische Netzwerk gegen Armut und soziale Ausgrenzung am 25. November nach Salzburg zur 10. Armutskonferenz. Thema der Tagung wird nicht nur die Pandemie sein, sondern auch die neue Sozialunterstützung, die Armut und Armutsgefährdung in Österreich weiter verschärft.

▶ www.armutskonferenz.at

Bürgerschaftliches Engagement: Forderungspapier

In einem gemeinsamen Forderungspapier haben die Dachverbände und unabhängigen Organisationen im Bündnis für Gemeinnützigkeit neun Handlungsfelder zur Unterstützung bürgerschaftlichen Engagements für die kommende Legislaturperiode des Deutschen Bundestags definiert. Das 14 Seiten umfassende Papier mit allen Forderungen ist online abrufbar.

▶ www.buendnis-gemeinnuetzigkeit.org

Jahresbericht Greenpeace Deutschland: mehr Mitglieder

Die Zahl der Fördermitglieder, die Greenpeace Deutschland finanziell unterstützen, stieg im vergangenen Jahr auf rund 630 000 (2019: 608 000) – die höchste Zahl seit Gründung der Organisation in Deutschland. Die Spenden stiegen 2020 auf den bisherigen Höchststand von rund 80 Millionen Euro (2019: 71 Mio). Beträge bis zu 100 Euro jährlich machten den größten Anteil aus (51 Mio).

▶ www.greenpeace.de

12. Wettbewerb Sozialkampagne

Unter dem Motto „Gutes sichtbar machen“ hat die Bank für Sozialwirtschaft ihren zwölften Wettbewerb Sozialkampagne ausgeschrieben. Er prämiert herausragende Kommunikationskampagnen zu sozialen Themen und gesellschaftlichen Herausforderungen mit Preisen in Höhe von insgesamt 18 000 Euro. Die Einreichungsfrist endet am 30. November 2021.

▶ www.wettbewerb-sozialkampagne.de

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

Drei Fragen an … Katharina Dellbrügger

Stiftungen können in Katastrophenvorsorge beim Deutschen Roten Kreuz investieren

? Einer Katastrophe folgt aktuell sehr schnell die nächste. Wie geht das Deutsche Rote Kreuz (DRK) damit um?

Katastrophen häufen sich durch Extremwetterereignisse und sind intensiver. Deshalb planen wir beim DRK humanitäre Hilfe nach Möglichkeit vorausschauend. Das heißt bei uns unter anderem Forecast-based Financing. Hilfsmaßnahmen können so bereits anlaufen, bevor eine Naturgefahr Menschen und Lebensgrundlagen bedroht.

? Was lässt sich mit Forecast-based Financing in der Katastrophenhilfe erreichen?

Kurz gesagt: „Antizipation statt Reaktion." Basierend auf der Analyse früherer Extremwetterereignisse und Risikofaktoren wie etwa Armut werden Schwellenwerte identifiziert, die auf eine hohe Gefährdung der Bevölkerung hindeuten. Zeigen die Vorhersagen an, dass diese Werte erreicht werden, können automatisch Mittel und regional passende Hilfsleistungen für Schutzmaßnahmen bereitgestellt werden. Daran arbeitet die Internationale Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung.

Katharina Dellbrügger …

… ist Referentin beim Deutschen Roten Kreuz und fädelt Kooperationen mit Stiftungen in der humanitären Hilfe ein.

? Warum sollten sich Stiftungen an der Katastrophenvorsorge beteiligen?

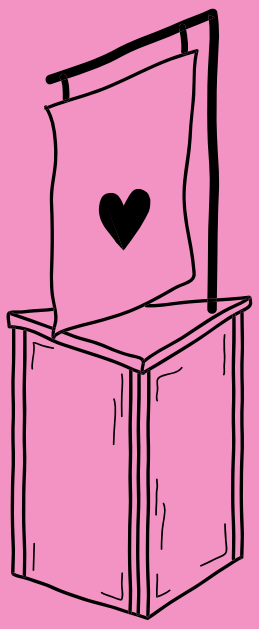
Die Förderung von Forecast-based Financing ist eine nachhaltige Investition. Das passt zu Stiftungen, da sie so Menschen langfristig und schon vor der Katastrophe Schutz bieten können. Zum anderen ist FbF eine besonders effiziente Form der Hilfe. Generell gilt: Mit jedem Euro, der in die Katastrophenvorsorge fließt, kann ein Vielfaches an Kosten, wie sie im Falle einer eingetretenen Katastrophe entstehen würden, vermieden werden.

▶ www.drk.de/spenden/als-stiftung-helfen

LesMecs

Face to Face by LesMecs

Qualitativ, transparent und digital.
Infostandfundraising in der Schweiz.



lesmecs.ch

„Wir helfen schnell und unbürokratisch“

Vor fünf Jahren ging die Deutsche Postcode Lotterie an den Start – heute fördert die Soziallotterie mehrere Tausend soziale und grüne Projekte mit über 100 Millionen Euro. Im Interview erzählen die Geschäftsführer Sascha Maas und Robert Engel unter anderem, warum unbürokratische Hilfe in diesen Zeiten so wichtig ist. Ein Gespräch über Mission, Meilensteine und Miteinander.

Die Geschäftsführer der Deutschen Postcode Lotterie Robert Engel (links) und Sascha Maas präsentieren die Fördersumme für 2020. *Foto: Postcode Lotterie*

Die Deutsche Postcode Lotterie gibt es seit mittlerweile fünf Jahren. Wie hat sich das Unternehmen in dieser Zeit entwickelt?

Robert Engel: *So erfreulich, dass wir in diesem Jahr gleich zwei wichtige Meilensteine erreicht haben: Im Frühjahr etwa haben wir die Marke von einer Million Lose in einer Ziehung geknackt. Nun, im Herbst, freuen wir uns darüber, dass wir in den vergangenen fünf Jahren deutschlandweit rund 3300 Projekte mit einer Summe von insgesamt mehr als 100 Millionen Euro fördern konnten. Allein im Jahr 2020 waren es fast 34 Millionen Euro. Trotz Corona-Pandemie haben wir unseren Weg des kontinuierlichen Wachstums also erfolgreich fortgesetzt.*

In Deutschland wird die Postcode Lotterie immer bekannter. Was ist das Besondere an der Soziallotterie?

Sascha Maas: *Das Besondere an der Deutschen Postcode Lotterie ist das einzigartige Konzept: Man nimmt nicht mit irgendeiner beliebigen Zahl teil, sondern mit seinem eigenen, persönlichen Postcode, der sich aus der Postleitzahl und zwei Buchstaben für die Straße zusammensetzt. Diesen Postcode teilen sich mehrere Nachbarn, darum gewinnen bei uns oftmals ganze Nachbarschaften zusammen. Gleichzeitig fördern unsere Teilnehmerinnen und Teilnehmer soziale und grüne Projekte in ihrer Region. Denn mindestens 30 Prozent der Los-Einnahmen gehen an Organisationen, die sich für Mensch und Natur aus den Bereichen Chancengleichheit, sozialer Zusammenhalt sowie Natur- und Umweltschutz einsetzen.*

Woher kommt dieses Lotterie-Prinzip?

Robert Engel: *Die Wurzeln liegen in den Niederlanden, 1989 ging dort die erste Postcode Lotterie an den Start. In den vergangenen 32 Jahren folgten dann Schweden, Großbritannien, Deutschland und Norwegen. Dank der Teilnehmer in den fünf Lotterie-Ländern haben alle Postcode Lotterien zusammen bisher mehr als zwölf Milliarden Euro für gemeinnützige Zwecke gesammelt. Damit sind wir der drittgrößte private Spender weltweit.*

Die Postcode Lotterie ist gemeinnützig. Was ist ihre Mission?

Sascha Maas: *Wir möchten die Welt zu einem besseren Ort machen. Das tun wir, indem wir dank unserer Teilnehmer ganze Nachbarschaften glücklich machen und gleichzeitig soziale und grüne Projekte fördern. Unser Konzept, gemeinsam zu gewinnen und zu helfen, begeistert immer mehr Menschen. Wir sind davon überzeugt, dass Helfen glücklich macht. Und gerade in diesen Zeiten sind der soziale Zusammenhalt und eine Förderung der Gemeinschaft wichtiger denn je.*

Können Sie uns ein paar Beispiele nennen?

Robert Engel: *Die Corona-Krise war in vielerlei Hinsicht eine außergewöhnliche Belastungsprobe für Mensch und Natur. Seit rund eineinhalb Jahren halten uns die Auswirkungen der Pandemie gesellschaftlich, gesundheitlich und wirtschaftlich in Atem. Als Soziallotterie nehmen wir unsere Verantwortung wahr und leisten vielen Förderpartnern schnell und vor allem unbürokratisch finanzielle Soforthilfe. Allein 2020 haben wir 32 von der Corona-Krise betroffene Projekte kurzfristig mit 1,4 Millionen Euro unterstützt.*

Sascha Maas: *Auch bei der Hochwasserkatastrophe im Juli haben wir uns sehr schnell dazu entschieden, den Opfern zu helfen: Der „Stiftung RTL – Wir helfen Kindern“ haben wir 200.000 Euro gespendet, mit dem Geld werden von den Überschwemmungen betroffene Kinder und deren Familien unterstützt. Eine noch größere Summe ging an die „Aktion Deutschland Hilft“. Den Scheck über eine Million Euro hat Sänger Peter Maffay im Rahmen einer ARD-Benefizgala in unserem Namen überreicht.*

Blicken wir in die Zukunft. Wo steht die Postcode Lotterie im Jahr 2025?

Sascha Maas: *Wir werden in den nächsten Jahren weiterwachsen, noch mehr Gewinner glücklich machen und immer mehr Projekte aus den Bereichen Mensch und Natur fördern. Dank unserer Teilnehmer, aber auch unseres hochmotivierten Teams werden wir unsere Ziele erreichen – und bis zum Jahr 2025 sicherlich noch einige Meilensteine feiern.*

Weitere Infos zur Deutschen Postcode Lotterie finden Sie unter ▶ www.postcode-lotterie.de

Die Höhenretter der Feuerwehr Köln trainieren regelmäßig an verschiedenen Objekten. So auch am berühmtesten Wahrzeichen der Stadt – dem Kölner Dom. Nur wenige Tage nach dieser Aufnahme retteten die Einsatzkräfte eine kollabierte Person, die aus dem Glockenstuhl des Südturmes abgeseilt werden musste. Das Foto hat es auf die Shortlist des diesjährigen PR-Bild-Awards in der Kategorie „NGO" geschafft. Eingereicht wurde es von der Feuerwehr Köln, der Fotograf ist Michael Hanschke. Die Abstimmung für die Siegerfotos aller Kategorien läuft noch bis zum 1. Oktober.

▶ www.pr-bild-award.de

Zivilgesellschaft in Österreich

Im Rahmen seines europaweiten Forschungsprojekts zum sogenannten „Shrinking Civic Space" hat das Maecenata-Institut die erste Veröffentlichung vorgelegt. Die Arbeit „Rahmenbedingungen für die Zivilgesellschaft in Österreich" wurde am Institut für Soziologie und empirische Sozialforschung der Wirtschaftsuniversität Wien durchgeführt. In Kürze folgen parallele Untersuchungen zur Zivilgesellschaft in Deutschland und in einigen Monaten ein Sammelband mit zehn knapperen Länderberichten sowie weiteren Beiträgen zu Hintergründen und Perspektiven. Kostenloser Download unter: ▶ www.ssoar.info

Vitamin B stärkt Vereine

Vitamin B, die Schweizer Fachstelle für Vereine, hat ein neues Förderprogramm. Mit dem „Vereinsweg" unterstützt die Initiative Gemeinden und Vereine in der Schweiz, die das Vereinsleben vor Ort stärken. Bewerben können sich neben Gemeinden Zusammenschlüsse von mindestens drei Vereinen. Diese können Projektanträge stellen, deren Inhalte allen Vereinen in der jeweiligen Gemeinde zugutekämen, wie eine Vereinszeitung oder Fortbildungen. Maximale Förderungen liegen bei CHF 5000; Anträge können ganz einfach online eingereicht werden.

▶ www.vitaminb.ch/vereinsweg

Deutscher Engagementpreis

Insgesamt 403 herausragend engagierte Menschen und ihre Organisationen wurden bundesweit für den Deutschen Engagementpreis 2021 nominiert. Alle Nominierten, die von der internen Jury nicht ausgezeichnet werden, haben beim Publikumspreis die Chance auf 10 000 Euro Preisgeld. Die Abstimmung über den Publikumspreis findet noch bis zum 20. Oktober unter anderem auf der Website des Deutschen Engagementpreises statt. Bekannt gegeben werden die Gewinner aller Preise bei der Preisverleihung am 2. Dezember in Berlin, die auch mittels Live-Stream übertragen wird.

▶ www.deutscher-engagementpreis.de

Schöner scheitern … mit E-Mail-Newslettern

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.

„Ups! Nachtrag zur E-Mail von eben." Solche Betreffzeilen machen mich neugierig. Und so lese ich erstaunt: „Hallo Anne, natürlich heißt du nicht NAME, wie in der E-Mail eben behauptet …" Tatsächlich! In diesem E-Mail-Newsletter, den ich abonniert habe, steht diesmal als Anrede „Hallo NAME".

So was ist mir auch schon passiert. Wenn ich die Beiträge für unseren Newsletter im Word entwerfe, dann schreibe ich an den entsprechenden Stellen VORNAME oder NAME hin. Gern auch mal MUSTERSTADT. Nur sollten diese Platzhalter später noch als Felder mit dem Adress-Datensatz verknüpft werden. Den Rest erledigen Programme, doch der Störfaktor Mensch schafft es immer wieder, hier dazwischenzugrätschen.

Ein Freund erzählte neulich, wie sie im Büro den Einsatz von regelmäßigen Newslettern generalstabsmäßig geplant hatten. Eine Profi-Software wurde installiert und ausgiebig getestet. Um verschiedene Optionen durchzuspielen, legte man einen echten Newsletter an mit Versand-Datum 1. Juli – der lag damals noch in ferner Zukunft. Als Inhalt musste es der beliebte Blindtext von den „freilebenden Gummibärchen" tun. Empfängeradressen gab es zu dem Zeitpunkt noch keine. Alles schick, abgespeichert, aus den Augen – aus dem Sinn.

Und dann kam es, wie es kommen musste. Viel Zeit war vergangen und inzwischen hatten mehrere hundert Menschen den Newsletter abonniert. Am 1. Juli wurde automatisch ausgesandt: „Freilebende Gummibärchen gibt es nicht. Man kauft sie in Packungen an der Kinokasse. Dieser Kauf ist der Beginn einer sehr ambivalenten Beziehung Gummibärchen-Mensch …"

Die Öffnungsrate dieser Mail brach alle Rekorde! Auch der Response war mehr als beachtlich. Nur sehr wenige Empfänger sollen sich beschwert haben. Denen schickten sie zur Entschuldigung eine Tüte Gummibärchen mit der Post.

Was lernen wir daraus? Auch beim E-Mail-Marketing gilt Murphys Gesetz. Und ein „Sorry" kann auch mal ein guter „Touchpoint" sein. Der kreative Umgang mit kleinen Fails ist es, was in Erinnerung bleibt.

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

lupcard-
die Lupe - das Original*
Scheckkartenlupe mit 3-facher Vergrößerung im Format 86x54 mm -
* nur 0,3 mm dünn und 1,9 Gramm leicht!
Die dünnste Lupe der Welt - exklusiv nur bei Lupenmaxx

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

Wir sagen

NEIN
zu Dumpingpreisen
zu Kinderarbeit
zu Umweltzerstörung
zu Ausbeutung

Und Sie?

Hauptsache billig?
Oder doch lieber „fair play"

Wir sind
ehrlich & unkompliziert
kompetent & engagiert
respektvoll & partnerschaftlich
authentisch
wir denken mit
wir wollen Geld verdienen...
aber nicht um jeden Preis

Lupenmaxx
Wir nehmen ALLES ganz genau unter unsere Lupen

Lupenmaxx GmbH
Am Fischerrain 5
79199 Kirchzarten
Tel.: +49 (0) 7661 909988 0

Feiert euch erst, wenn der Job getan ist!

Persönliche Gedanken von Matthias Daberstiel

Für mich als Dresdner, der 2002 selbst ein Jahrhundert-Hochwasser erlebte, sind die Bilder und Meldungen aus dem Ahrtal unerträglich. Nicht nur, weil sie so brachial sind, sondern weil wir aus den Flutkatastrophen der Vergangenheit so wenig gelernt haben.

Millionen von Spendenmitteln sind eingeworben. Für mich kein Grund zu feiern. Denn die Menschen im Flutgebiet haben das Gefühl, die Spenden kommen gar nicht oder nur mit viel Verzögerung bei ihnen an. Beispielsweise stand das erprobte Spenden-Vergabesystem „Phoenix" des DRK Sachsen sieben Wochen nach der Flut immer noch nicht fertig zur Antragstellung bereit. Warum ist so ein System nicht schon längst fester Bestandteil der Katastrophenvorsorge?

Ich befürchte, diese Hochwasserkrise könnte das Image der Hilfsorganisationen, die um Spenden bitten, stark beschädigen. (Ich rede hier nicht von den Trollen, die versuchen, die Hilfe der Organisationen gegen die Hilfe der Menschen vor Ort sowie der Landwirte und Bauunternehmer auszuspielen.) Ich rede von fehlender und falscher Kommunikation.

Für die Katastrophenhilfe gibt es Regeln: Zuerst werden Soforthilfen aus Spenden ausgezahlt, dann greifen die staatlichen Mittel und die Versicherungen, und danach kommt noch mal Geld von Spendenkonten.

Das Problem ist nur, keiner der Betroffenen vor Ort weiß das. Man müsste es ihnen erläutern – und nicht irgendwo, sondern über Medien, welche die Menschen aktuell erreichen. Wenn das Haus weg ist, kommt keine Tageszeitung an! Wo es keinen Strom gibt, läuft auch kein Fernseher! Die eigene Website vollschreiben ist der kleinstmögliche Aufwand für die NGO – aus meiner Sicht zu wenig! Und: Bei vielen Hilfsorganisationen steht noch nicht mal da, was man als Flutopfer tun muss, um Gelder zu bekommen.

Wie wäre es denn zum Beispiel mit den Hilfegruppen bei Facebook?! Diese Gruppen mit tausenden Mitgliedern vor Ort vermitteln ehrenamtlich Hilfe schneller als jeder Krisenstab und verteilen Informationen. Hat sich denn nach den Fluten in Sachsen 2002 und in Bayern 2013 wirklich noch nicht herumgesprochen, wie wichtig dieses digitale Ehrenamt für die Katastrophenbewältigung ist? Für das Projekt „Flutspenden.de" recherchiere ich selbst in diesen Gruppen. Aber keine etablierte Hilfsorganisation postet dort mal ihre regionalen Hilfsangebote oder macht selbst eine Gruppe auf. Warum nicht?

Wer damit wirbt, dass die Spenden den Flut-Betroffenen zugutekommen, muss auch gewährleisten, dass dies zeitnah geschieht. Wer, wie die Diakonie RWL, reißerisch kommuniziert, dass „bis zu 1500 Euro Soforthilfe ausgezahlt werden", dann aber regional nur 300 Euro auszahlen kann (300 Euro reichen nicht einmal aus, um einen Bautrockner für eine Woche zu mieten), sorgt für Frust. Insbesondere, wenn die PR-Abteilung sich lauthals für Spenden-Millionen auf dem Konto feiert. So fühlen sich die Leute – höflich ausgedrückt – veralbert. Und Menschen, die spenden, werden misstrauisch. Das ist fahrlässig und Wasser auf die Mühlen derjenigen, die das Vertrauen in Institutionen schwächen.

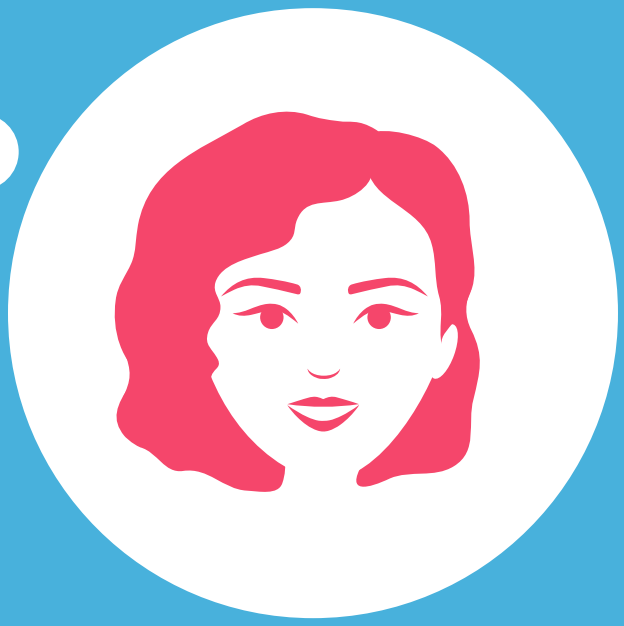
Liebe NGOs, das Fundraising hat sehr gut funktioniert, aber die Auszahlung von Spendenmitteln und die Kommunikation im Katastrophenfall haben noch sehr viel Luft nach oben. Feiert euch, wenn die Spenden vor Ort Wirkung zeigen, nicht schon vorher!

Matthias Daberstiel ist Fundraising-Profi aus Leidenschaft und Mitherausgeber des Fundraiser-Magazins. Als Initiator des ehrenamtlichen Projektes „Flutspenden.de" – einer Website, die vom Hochwasser geschädigten Vereinen öffentliche Wahrnehmung und damit Unterstützung gibt – kennt er sich mit dem Thema aus.

▶ www.flutspenden.de

«Als potenzielle Neuspenderin, möchte ich den Spendenaufruf vom Dezember per E-Mail erhalten.»

Denise, 29 Jahre alt
Mediamatikerin aus Schaffhausen



Das wissen Sie bereits heute – Dank der OM Software

Mit OM erkennen Sie die Bedürfnisse Ihrer Spenderinnen und Spender, 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

„Soziales Unternehmertum

Entwicklungszusammenarbeit, Organisationsentwicklung von Sozialunternehmen und Innovationsberatung: Florian Hoos ist mit seiner Expertise ziemlich gut unterwegs. Nicht ohne Grund wurde er 2014 unter die 40 besten Business-School-Professoren unter 40 Jahren gewählt. Mit unserem Redakteur Rico Stehfest hat er sich über die Eigenheiten von Social Entrepreneurship unterhalten und verraten, warum er sich einen Prakademiker nennt.

Ein Fuß in Paris, der andere in Berlin. Der berufliche Alltag von Florian Hoos trägt ganz klar das Label „international". Als Affiliate-Professor an der HEC Paris lehrt er Social Entrepreneurship und Accounting. Das nennt er selbst die Forschungsseite. Das rein Akademische hat ihn aber noch nie komplett ausgefüllt. Deshalb ist er mit dem praktischen Teil seiner Interessen in Berlin angesiedelt. Dort bietet er als Berater vor allem sozial-ökologische Wirkungsmessung und strategische Beratung an. Sein Credo: Was man nicht misst, kann man nicht managen. „Das überrascht mich immer wieder: Das Thema ist eigentlich uralt, aber die Praxis ist da bis heute teilweise noch auf einem unterentwickelten Niveau. Der langsame Fortschritt in diesem Feld besorgt mich ein bisschen. Darüber könnte ich einen ganzen Tag lang reden." Das muss er aber gar nicht. Bereits aus seiner Vita lässt sich ablesen, was ihn umtreibt. Nach seiner Promotion und sechs Jahren Professur in Vollzeit an der HEC Paris war er eine Zeit lang Leiter des Centre for Entrepreneurship an der TU Berlin. Seitdem er dort 2019 seinen Hut genommen hat, berät er nicht nur große Unternehmen, sondern vor allem auch kleine Start-ups. Nachhaltige Geschäftsmodellentwicklung ist genau das, was ihn beschäftigt. Denn, so seine Worte, auch heute noch gibt es viele Unternehmen im For-Profit-Bereich, die

ist keine hippe Idee“

eben genau so ausgerichtet sind, nämlich zuvorderst ganz klar auf den Profit. Ökologische oder soziale Belange werden, wenn sie denn überhaupt Beachtung finden, nachrangig behandelt. Kombiniert man also theoretisches Fachwissen erfolgreich mit praktischen Erfahrungen, kommt eben das raus, was Hoos für sich selbst festgelegt hat: „Ich bin ein Prakademiker.“

Geschäftsmodelle der Zukunft

Damit beackert er ein Feld, das seit zehn Jahren zusehends an Schwung gewinnt, und das nicht zu knapp. Und wie kam es zu diesem Schwung? Wieso gerade jetzt? Zeitgeist? „Da kommen viele Faktoren zusammen“, so Hoos. „Begonnen hat das irgendwann mit einem gesteigerten Bewusstsein bei den Konsumenten um Produktionsbedingungen. Dann kamen der Aspekt begrenzter Ressourcen und die Grenzen des Wachstums hinzu.“ Was sich dann in den letzten fünf Jahren abgespielt hat, ist für Hoos besonders spannend: Nobelpreis für Muhammad Yunus, die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen, Greta Thunberg, Fridays for Future und so weiter. Angesichts der damit verbundenen Forderungen nach Verantwortung und Nachhaltigkeit nicht nur in der Politik, sondern eben auch auf der Seite von Unternehmen steht für Hoos eins fest: „Den Unternehmen wird langsam klar, dass all jene, die sich für die Zukunft engagieren, nicht nur ihre Kunden sind. Das sind auch ihre potenziellen Mitarbeiter. Und zwar ganz besonders für die digitale Transformation. Also stellt sich für die Unternehmen die Frage: Wie können wir die erreichen?“

Ihn selbst verbinden mit dieser Diskussion, wen überrascht es, ganz persönliche Erfahrungen. Vor mittlerweile mehr als zehn Jahren hatte Hoos gemeinsam mit Mitstreitern versucht, in der Elfenbeinküste selbst ein Projekt zu wuppen. Es ging um eine Art Weiterentwicklung der Herstellung traditioneller Kleidung der Ivorer. Neue Schnitte, neue Ideen, natürlich alles nachhaltig. Eine Art Fair-Trade-Haute-Couture-Marke war die Idee. Da Hoos damals in der Schweiz lebte, wären Exporte dorthin ein Ziel gewesen. Wären. Da kam aber vieles anders, auch Details, die er, wie er heute sagt, hätte wissen können. Jung, gut ausgebildet und motiviert zu sein, reicht eben nicht. Auch das musste er lernen: „Viele Infrastrukturfaktoren haben nicht gepasst oder waren gar nicht vorhanden. Nach drei Jahren war keine nachhaltige Wirkung sichtbar.“ Und genau darum ging es, ein effizienteres Produzieren von Kleidung, Empowerment. Die Bevölkerung vor Ort sollte das Projekt natürlich selbst in der Hand haben. Hat alles nicht so geklappt wie geplant. Dabei ist das letztendliche Scheitern der Idee relativ. Aufgrund der bürgerkriegsähnlichen Unruhen musste Hoos 2010 das Projekt vor Ort verlassen. So gesehen bleibt unklar, was im Detail alles hätte besser gemacht werden können. Trotzdem, und das ist für Hoos das Wertvolle an der Geschichte, kommt er immer wieder gern darauf zurück: „Nicht erfolgreich sein gehört für mich zu den größten Lernerfahrungen. Das Projekt in der Elfenbeinküste hat mich viele Dinge gelehrt, die ich heute noch an Social Entrepreneure weitergebe, damit sie nicht die gleichen Fehler machen.“

> „Jeder Social Entrepreneur muss den Wunsch haben, in 20 Jahren noch zu existieren.“

Insbesondere, dass die sogenannte intrinsische Motivation nicht ausreicht. Erlebnisse aus der eigenen Biografie sind schön und gut als Auslöser, als Ideengeber für ein soziales Unternehmen im weiteren Sinn, wobei neben ökologischen in jedem Fall ja noch weitere Aspekte jedes einzelne Modell ausmachen. Impact, Impact, Impact! Die Welt besser machen! Klar, wollen wir alle. „Unternehmerisches Denken muss man immer mit dabei haben. Da stellt sich beispielsweise die wichtige Frage: Wer hat Interesse, mein Unternehmen zu finanzieren? Oft wird reflexhaft gehandelt. Da nimmt man den erstbesten Fördertopf. Der reicht dann für drei Jahre. Und danach ist die Sache tot“, so Hoos.

Kapazitätsaufbau als entscheidendes Kriterium

Sicherlich, es gibt sie nach wie vor, die Gründer, die in der Lage sind, sich einfach mal eben dank Eigenkapital den Wunsch nach langfristig sinnstiftendem Werkeln zu erfüllen, persönliche Befriedigung inklusive. Laut Hoos sind das vor allem die älteren Generationen, die in ihrem Leben sehr viel gearbeitet und sehr viel Geld verdient haben: „Mit 50 fragen die sich dann: Gibt es da nichts anderes? Sie unterstützen dann soziale Unternehmen oder gründen eben selbst.“ Vor allem für Gründer der jüngeren Generationen gilt es deshalb, dass die Finanzierung nicht wie ein Damokles-Schwert über der gesamten Idee baumelt. Dann ist der Ofen eben schnell aus. Am Kapazitätsaufbau scheitert es meistens, und zwar ziemlich zeitig. „Damit ich effektiv arbeiten kann, brauche ich einen finanziellen Grundstock. Da sind Spenden auch extrem wichtig, und damit kann man gut anfangen. Dass das funktionieren kann, zeigt ja das ... ▸

... klassische Crowdfunding." Auf die Inhalte aber, so macht Hoos deutlich, kommt es genauso an, wenn man als Social Entrepreneur keine Bruchlandung erleben will. „Jeder, der sich Social Entrepreneur nennt, muss den Wunsch und den Plan haben, in 20 Jahren noch zu existieren. Das ist nicht jedem bewusst, aber Social Entrepreneurship ist keine hippe Idee." Vielmehr sieht er darin einen Ansatz für langfristige Problemlösungen auf der Basis einer Organisationsform, die sich über längere Zeit selbst finanzieren kann. Dazu gehören eben auch die Mitarbeiter. Um das zu erreichen, so Hoos, dürfe man sich aber nicht allein an den Begriff klammern.

Wirkungsmessung ist unabdingbar

So betont er, ein Unternehmen müsse messen und zeigen können, worin dessen Wirkung besteht. Sei ein Unternehmen dazu nicht in der Lage, fehle folglich etwas für ein erfolgreiches Geschäftsmodell der Zukunft. Vielleicht, so hofft Hoos, wird ja irgendwann mal so ein Wirkungs-Bericht zum gesetzlich vorgeschriebenen Standard, ohne den Unternehmen am Kapitalmarkt gar nicht mehr mitspielen dürften: „Rigorose und wiederholte Wirkungsmessung is the key, wenn man nachhaltige unternehmerische Tätigkeiten voranbringen will. One-Shot-Messungen sind unsinnig. Da geht viel potenzielle Wirkung verloren oder man konzentriert sich nur auf die Dinge, die gut funktionieren. Allerdings ist in den meisten Unternehmen die Bereitschaft, ein Budget für wiederholte Wirkungsmessung überhaupt bereitzustellen, sehr klein. Dieses Geld will man lieber ‚sinnvoller' einsetzen. Dabei ist genau die regelmäßige Wirkungsmessung ja für die langfristige Nachhaltigkeit des Projektes sehr, sehr sinnvoll."

Angesichts solcher Worte dürften wohl einige NGOs gern den Kopf in den Sand stecken wollen. Obwohl man das besser bleiben lassen sollte. Schließlich haben ja gerade NGOs, so Hoos, „einen riesigen Vorteil gegenüber Unternehmen, denn sie bieten ganz viel Purpose". Und das ist das entscheidende „Kapital" für die Zukunft zur Mitarbeitergewinnung. Mit diesem Trumpf im Ärmel ist jede Organisation, die sich soziale, ökologische oder andere Bereiche der Nachhaltigkeit auf die Fahnen schreibt und glaubhaft misst und berichtet, ein attraktiver Arbeitgeber für jüngere Generationen. Letztere haben begriffen, dass unser aller Uhr immer lauter tickt und deshalb wollen sie sich sinnvoll einbringen. Dafür muss aber natürlich auch das Arbeitsumfeld stimmen. Heute klemmt es an diesem Punkt bei einigen Arbeitgebern noch. Da steht häufig der nach außen kommunizierte Purpose im Widerspruch zu internen Strukturen und gelebten Praktiken. Aber gerade dort, beim gelebten Purpose im Arbeitsalltag, können Social Entrepreneure als Rollenmodelle dienen.

Tech for Impact

Aber die wichtigste Stellschraube zur Erzielung nachhaltiger sozialer und ökologischer Wirkung bleibt das Geschäftsmodell. Auch in dieser Richtung hat Hoos noch ein paar Ideen. „Tech for Impact" ist sein Schraubenschlüssel dafür. Davon ist er überzeugt. Daran hat er bereits in seiner Zeit an der TU Berlin gebastelt. „Es geht um die Verbindung von Hightech und sozialer und ökologischer Wirkung. Neue Formen der Mobilität, neue Formen der Agrarproduktion, neue Formen von digitaler medizinischer Versorgung sind nur einige Beispiele, wo neue Technologien Teil der Lösung der ganz großen sozialen und ökologischen Herausforderungen sein können. Dazu gehört auch die Frage, wie wir zukünftig zusammenarbeiten und kommunizieren wollen, können und werden, über Ländergrenzen hinweg, ungeachtet persönlicher Hintergründe: „Mich fasziniert digitales, effizientes Lernen, das zu effizientem Arbeiten führt."

Demokratisierung der Bildung

Als Beispiel nennt er digitale Seminare, auf deren Basis ganz andere und viele Daten gesammelt werden könnten, die als Parameter für eine Analyse und damit für eine zukünftige Verbesserung eines Angebots genutzt werden könnten. Wie lange schaut sich jemand ein Online-Seminar an? An welcher Stelle wird häufig abgebrochen? Nutzt man diese Daten, kann ein solches Angebot mit der Anzahl der Lernenden stetig weiterentwickelt werden.

Das ist aber noch längst nicht alles. Hoos will auch die Demokratisierung guter Ausbildung anpacken. Er sieht, dass es in einigen Berufsfeldern weniger auf ein Bildungszertifikat als vielmehr auf wirklich vorhandene Fähigkeiten ankommt: „Abschlüsse könnten weniger relevant werden, unabhängig von einer Institution. Heute schon holen sich Studenten viele wichtige Qualifikationen neben dem Studium. Der eigentliche Abschluss ist dann kein Alleinstellungsmerkmal mehr." Es könnte also sein, dass Florian Hoos bald nicht mehr der einzige „Prakademiker" ist.

Sie wollen die **Armut** besiegen?

Wir bringen Wirkung auf den Punkt:

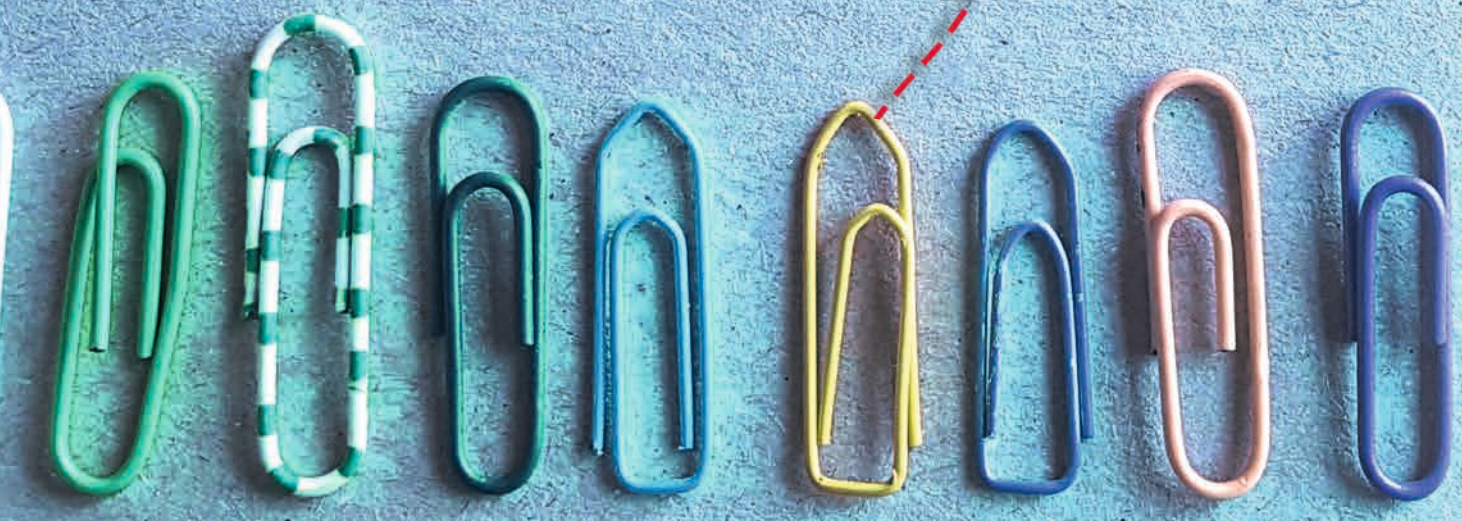
Von der Datenanalyse bis zur Strategie.
Von der Idee bis zur Kampagne.
Vom Konzept bis zum fertigen Werbemittel.

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

fundango
Fundraising ist mehr

Die Stiftung
IM FUNDRAISING:
Akteur + Förderer

In Kooperation mit
stiftungsmarktplatz.eu
und Stifter TV



Die Stiftung als Akteur und Partner

Die Rolle der Stiftungen hat sich in den letzten beiden Jahrzehnten stark gewandelt. War es vor der Jahrtausendwende noch der klassische Stiftungsantrag, der das Zusammenspiel zwischen Projekten und Stiftungen definierte, entwickelt sich mittlerweile die Stiftung zum Partner für gesellschaftliches Engagement oder setzt es gleich in Eigenregie um. Seite 22

Unverhoffte Großspende? Kein Problem!

Von einem plötzlichen Geldsegen kann jede NGO nur träumen. Was aber tun, wenn die erhaltene Summe den Bedarf zur unmittelbaren Zweckerfüllung der gemeinnützigen Institution übersteigt? Warum Vereine einen Stiftungsfonds gründen sollten. Seite 24

Die Stiftungsfonds-Kontroverse

Es gehört zu den Pflichten, die vielen Stiftungsverantwortlichen sicherlich am wenigsten Spaß machen, die aber dennoch erfüllt werden müssen: das Verwalten des Stiftungsvermögens. Warum die Fondsanlage die beste aller Delegationsmöglichkeiten für Stiftungen ist. Seite 26

Wissenschaftliche Heimat auf Zeit

Sich ganz der eigenen Forschung widmen, Gleichgesinnte treffen und neue Netzwerke knüpfen – diesen Wunsch haben die meisten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Die Darmstädter Schader-Stiftung stellt einen Ort zur Verfügung, an dem das gelingen soll. Seite 30

Kunst, die aus der Seele kommt

Künstler mit geistigen Einschränkungen finden immer noch kaum öffentliche Beachtung. Die Münchner Augustinum-Stiftung setzt sich bewusst dafür ein, die sogenannte Outsider Art bekannt zu machen und hat dafür mit dem „euward“ einen eigenen Preis ins Leben gerufen. Seite 32

Volljährig!

Im Jahr 2003 wurde als strategisch neues Fundraising-Instrument in einer Kampagne die „Stiftung der Evangelischen Gesellschaft Stuttgart (eva's Stiftung)“ gegründet. Ein Blick auf 18 Jahre Erfahrungen einer Gemeinschaftsstiftung. Seite 34

Social-Franchise-Anbieterin mit solider Basis

Altersarmut ist ein Thema. Hier setzt die Stiftung Generationen-Zusammenhalt an, deren Ursprung über das Jahr 2012 hinausgeht. Christine Worch hatte bereits damals Grundsteine gelegt. Warum sie mit ihrem Mann eine Stiftung gründete. Seite 36

Wer in Bildern denkt, bewegt

Für Stiftungen werden Spenden und Zustifter immer wichtiger. Es gilt, die eigene Stiftung, deren Zweck und die konkreten Projekte verstärkt in der Öffentlichkeit bekannt zu machen, will man im Wettbewerb um finanzielle Mittel eine Chance haben. Videos sind dafür prädestiniert. Seite 38

Die Stiftung als Akteur und Partner

Stiftungen fördern vielfältiger, als man denkt

Die Rolle der Stiftungen hat sich in den letzten beiden Jahrzehnten stark gewandelt. War es vor der Jahrtausendwende noch der klassische Stiftungsantrag, der das Zusammenspiel zwischen Projekten und Stiftungen definierte, entwickelt sich mittlerweile die Stiftung zum Partner für gesellschaftliches Engagement oder setzt es gleich in Eigenregie um.

Von KURT MANUS

Immer noch stark wachsend ist die Zahl der Bürgerstiftungen. Sie sind meist Gemeinschaftsstiftungen vieler Stifterinnen und Stifter, die sehr demokratisch in Stifterversammlungen beschließen, welche Ideen und Projekte in ihrer Stadt oder dem Kreis gefördert werden. Außerdem sind sie auch beliebte Träger für Stiftungsfonds oder Treuhandstiftungen vor Ort und so auch kompetenter Berater bei Stiftungsgründungen.

Stiftungszweck = Eigennutz?

Das Wachstum der Stiftungen wird aber auch durch Vereine vorangetrieben, die selbst Stiftungen gründen. Ziel ist dabei oft, eine langfristige Förderung sicherzustellen. Oft ist aber auch ein Nachlass der Auftakt für eine Stiftungsgründung. So beim Hamburger Spendenparlament, einem Verein, der seit 25 Jahren demokratisch über die Vergabe von Projekten entscheidet. Mit der Stiftung hat er nun ein zusätzliches Instrument, um gezielt Themen zu unterstützen, wie beispielsweise ein Corona-Sonderprogramm für benachteiligte Kinder und Jugendliche in Hamburg in Höhe von 300 000 Euro.

Kritik an Förderinhalten

Gerade dieses gezielte Fördern bestimmter Themen ist der Grund für viele Stiftungsgründungen von Privatpersonen. Gleichzeitig ist das auch der größte Kritikpunkt. Denn nicht immer wird etwas gefördert, das von der Mehrheit in der Gesellschaft als förderungswürdig angesehen wird.

So würde es die prächtige Sammlung, die Schweizerische Orchideenstiftung am Herbarium Jany Renz am Botanischen Institut der Universität Basel, wohl kaum geben. Doch der Hobby-Orchideen-Forscher Dr. Jany Renz, der gleichzeitig Direktor des Basler Pharmaunternehmens Sandoz war, war auf die Idee verfallen, sein in über 70 Jahren angelegtes Herbarium und die dazugehörige 2000-bändige Büchersammlung in eine Stiftung einzubringen. Diese fördert heute übrigens auch Naturschutzprojekte.

Altes Geld stößt Neues an

Damit sind wir bei einem weiteren Trend: Stiftungen waren früher verschlossen wie ein Schweizer Banktresor, und auch heute kommen immer noch viele ohne Website aus und fördern aus eigenem Gusto, wie es ihnen beliebt und ohne großartige Interventionsmöglichkeiten des Staates. Stiftungen sind meist Privatsache. Die Masse der Stiftungen jedoch ist sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung und Wirkung immer mehr bewusst und versucht, sich aktiv in die Gesellschaft einzubringen.

Und das geht oft weit über den klassischen Stiftungsantrag hinaus. Die gemeinnützige Hertie-Stiftung beispielsweise engagiert sich seit einiger Zeit für Demokratieprojekte. Gemeinsam mit der Plattform startnext hat sie den Crowdfunding-Contest „Mitwirken" ausgerufen, an dem sich in diesem Jahr 46 Projekte beteiligten. Die 20 besten erhielten aus einem Matching-Fund der Stiftung zusätzliche 200 000 Euro ausgezahlt. Per Crowdfunding kamen zudem über eine halbe Million Euro für die Projekte zusammen. So kann altes Geld neues Geld anstoßen.

Welche Stiftung passt?

Dass sich Stiftungen auch als Sponsoren, Kooperationspartner, Multiplikatoren, Impact-Investoren oder einfach Think Tanks sehen, ist auch nicht neu. Stiftungen können heute also deutlich vielfältiger fördern als nur über einen Stiftungsantrag. Schwieriger ist es, die richtige Stiftung zu finden, die für das eigene Thema passt. Dazu gibt unser Infokasten (links) einen Überblick.

Stiftungen als Partner finden

Deutschland

Bundesverband Deutscher Stiftungen e. V.
▶ *www.stiftungen.org*

Bündnis Aktive Bürgerschaft – Bürgerstiftungsverzeichnis
▶ *www.aktive-buergerschaft.de*

Förderlotse-Förderdatenbank
▶ *www.foerder-lotse.de*

Förderdatenbank der Deutschen Stiftung Engagement und Ehrenamt
▶ *www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de/foerderdatenbank/*

Schweiz

proFonds – schweizerische Dachverband der gemeinnützigen Stiftungen und Vereine
▶ *www.profonds.org*

Swissfoundations – Verband der Schweizer Förderstiftungen
▶ *www.swissfoundations.ch*

Stiftung Schweiz – Plattform für gemeinnütziges Engagement
▶ *www.stiftungschweiz.ch*

Fundraiso – das Verzeichnis für Stiftungen, Fonds und Sponsoren
▶ *www.fundraiso.ch*

Österreich

Verband für gemeinnütziges Stiften
▶ *www.gemeinnuetzig-stiften.at*

GemeinwohlInvest:

Vermögensverwaltung für gemeinnützige Organisationen und Stiftungen

Gemeinnützige Organisationen und Stiftungen befinden sich bei ihrer Vermögensanlage in einem Dilemma: Einerseits sind sie zum Erhalt ihres Kapitals verpflichtet. Andererseits schreibt ihre Satzung die zweckgebundene Verwendung von Erträgen vor. Erträge zu erwirtschaften und Rücklagen zu bilden, fällt jedoch zunehmend schwer. Komplexe Anlageentscheidungen sind von oftmals ehrenamtlich tätigen Gremien nur schwer im Blick zu behalten. Genau für diese Herausforderungen hat die Bank für Sozialwirtschaft gemeinsam mit investify TECH eine innovative digitale Lösung entwickelt.

„GemeinwohlInvest" unterstützt gemeinnützige Organisationen und Stiftungen bei der nachhaltigen und richtlinienkonformen Geldanlage. Die Anlagestrategie berücksichtigt gezielt das Spannungsfeld zwischen Verpflichtung zum Werterhalt und Ausschüttung von Erträgen zur Zweckverwirklichung.

Nachhaltig und richtlinienkonform

Hinzu kommt: Überschüssige Erträge können in einen separaten Rücklagentopf fließen. Dieser investiert nach gesonderten Anlagekriterien und trägt zum langfristigen Inflationsausgleich bei. Mit der Geldanlage in Wertpapieren sind natürlich auch Risiken verbunden. Die üblichen Kapitalmarktschwankungen können dazu führen, dass sich der Wert der Geldanlage während der Haltezeit verringert. Daher setzt die Vermögensverwaltung auf eine ausgewogene Risikostreuung.

Verständliche Reportings

Um die im gemeinnützigen Sektor oft ehrenamtlich besetzten Aufsichtsgremien effektiv zu informieren, stellt „GemeinwohlInvest" einfache Tools und Reportings bereit. Sie sind so gestaltet, dass auch Mandatsträger ohne professionellen Hintergrund die Inhalte schnell verstehen können. Eine digitale Vermögensverwaltung mit diesem speziellen Fokus hat es bisher nicht gegeben.

Weitere Informationen:
▶ www.gemeinwohlinvest.de

Bank für Sozialwirtschaft

GemeinwohlInvest – Die Vermögensverwaltung der Sozialwirtschaft

Sind Sie auf der Suche nach Finanz-Lösungen für gemeinnützige Organisationen? Dann nutzen Sie GemeinwohlInvest – Die Vermögensverwaltung der Sozialwirtschaft. Unser Lösungsansatz basiert auf der Entwicklung von transparenten, gemeinnützigkeitsrechtlichen und nachhaltigen Investmentkriterien.

Lassen Sie uns sprechen. Gemeinsam finden wir die bestmögliche Lösung.
Tel. 0221 97356-0 | info@sozialbank.de | www.sozialbank.de

Die Bank für Wesentliches

Unverhoffte Großspende? Kein Problem!

Warum Vereine einen Stiftungsfonds gründen sollten

Von einem plötzlichen Geldsegen kann jede gemeinnützige Institution nur träumen. Was aber tun, wenn im Zuge einer Erbschaft, einer Großspende oder einer erfolgreichen Fundraising-Kampagne ein großer Nachlass, eine große Schenkung tatsächlich kommen? Und die erhaltene Summe den Bedarf zur unmittelbaren Zweckerfüllung der gemeinnützigen Institution übersteigt?

Von BRITTA WILHELM

Solche und ähnliche Fragen werden regelmäßig von Stifterinnen und Stiftern sowie gemeinnützigen Organisationen, insbesondere Vereinen, an den gemeinnützigen, stiftungsähnlichen Verein GLS Treuhand herangetragen. Wir verwalten bei der „Dachstiftung für individuelles Schenken" neben rechtsfähigen und treuhänderischen Stiftungen rund 150 Stiftungsfonds. Mit einer 60-jährigen Expertise im Bereich des Stiftungswesens begleiten wir Stifterinnen und Stifter bei allen Fragen und Formen rund um das Thema Schenken, Stiften und Vererben. Denn – um nochmals auf das anfängliche Problem zu sprechen zu kommen – auch für den oftmals unverhofften Geldsegen bedarf es einer Lösung. Wie könnte diese aussehen? Zuallererst besprechen und durchdenken wir gemeinsam mit Vereinsvorständen, Geschäftsführern oder Fundraisern die Thematik. Denn jeder Fall ist einzigartig und in seiner Schenk-Intention höchst individuell.

Maßgeschneiderte Lösungen dank Stiftungsfonds

Oftmals steht der Solidaritätsgedanke im Vordergrund. Aber auch persönliche Ideen und der Wunsch, gesellschaftlich Verantwortung übernehmen zu können, finden sich darin wieder. Daher klären wir im Vorfeld Fragen wie: Was möchten Sie als Institution? Welche Vorteile ergeben sich für juristische Personen? Welche Spendensumme steht zur Verfügung? Wurden Immobilien vererbt? Was ist der Unterschied zwischen einer Stiftung und einem Stiftungsfonds? Kann ich als Schenkende bzw. Schenkender auch im Nachgang Einfluss auf die Mittelverwendungen haben?

Gerade die Form des Stiftungsfonds bietet individuelle, maßgeschneiderte Lösungen. Ein solcher Fonds ist, rein rechtlich betrachtet, als Sondervermögen zu verstehen. Wer also einer bereits bestehenden Stiftung eine Geldsumme dauerhaft schenkt, kann damit eine Art „kleine Stiftung", den Stiftungsfonds, gründen. Immer mehr gemeinnützige Organisationen nutzen diese Möglichkeit – auch für ein erfolgreiches Fundraising. Der Name kann dabei frei gestaltet werden. Hierfür wählen sie teilweise für ihren Fonds eine Wortkombination mit dem Zusatz „Stiftung" bzw. „Foundation", wenn die Stiftungsmerkmale erfüllt sind (insbesondere die Vermögensbindung). Damit nutzen sie die positiv konnotierte Wirkung des Begriffs für ihr Fundraising.

Vereinsarbeit befördern

Aber auch andere Vorteile eines Stiftungsfonds liegen klar auf der Hand. Während Spenden an gemeinnützige Organisationen

zeitnah zu verwenden sind, kann über das gestiftete Vermögen des Stiftungsfonds unter Beachtung der Vorschriften des Gemeinnützigkeitsrechtes sukzessive verfügt werden. Nämlich immer dann, wenn die Stifterin bzw. der Stifter ein passendes gemeinnütziges Anliegen unterstützen möchte. Somit kann ein Verein als Gründungsstifter sogar die eigene Vereinsarbeit befördern und mittelfristige Projekte realisieren oder sie auch über längere Zeiträume hinweg finanzieren.

Mit seiner flexiblen Struktur und einem geringen administrativen Aufwand im Vergleich zur rechtsfähigen Stiftung können bei einem Stiftungsfonds Änderungen schnell und unkompliziert umgesetzt werden. Der Zweck ist unter Berücksichtigung der Abgabenordnung frei wählbar; das Vermögen kann bei Bedarf vollständig verbraucht werden. Die Anlage der Stiftungsfondsgelder erfolgt dabei unter strengen sozialen und ökologischen Kriterien und entlang der gemeinnützigen Zwecke (Mission Investing).

Gründung ab 50 000 Euro

Darüber hinaus ist ein Stiftungsfonds insbesondere dann zweckmäßig, wenn die geplante Summe des Schenkgeldes für die Gründung einer treuhänderischen oder sogar rechtsfähigen Stiftung als zu gering erachtet wird oder für einen späteren Zeitpunkt vorgesehen ist. Die Gründung eines Stiftungsfonds ist nämlich schon ab 50 000 Euro möglich. Ein gewisses Stiftungs-Know-how ist jedoch stets ratsam. Zudem besteht die Möglichkeit, einen Stiftungsfonds später in eine treuhänderische oder rechtsfähige Stiftung umzuwandeln. Es besteht auch die Option der widerruflichen Schenkung für den Notfall. Und nicht zuletzt ist ein Stiftungsfonds auch ein niedrigschwelliger Einstieg in die Welt des Stiftens.

Wird all dies beachtet, so wird aus einem schönen „Problem" das, wofür Schenken eigentlich steht: die Entfaltung einer positiven (gesellschaftlichen) Wirkung.

Britta Wilhelm ist Stiftungsbetreuerin in der GLS Treuhand. Sie ist vor allem für die Betreuung von Stiftungsfonds zuständig und begleitet Stifterinnen und Stifter auf ihrem Weg, die passende Stiftungsform und Zweckbestimmung für ihr Anliegen zu finden. Davor war sie über 20 Jahre im Fundraising- und Stiftungsbereich tätig, überwiegend im universitären Kontext.

▶ www.gls-treuhand.de/stiften-schenken-und-vererben

Deutsches Rotes Kreuz

Für den Ernstfall proben. In der Stadt.

Humanitäre Hilfe in urbanen Räumen ist eine Herausforderung. Fehlende Vorbereitung kann verheerend sein. Investieren Sie mit uns in gute Planung und Ausbildung.

www.drk.de/stiftungen
IBAN: DE71 3702 0500 0005 0234 54
BIC: BFSWDE33XXX

Die Stiftungsfonds-Kontroverse

Warum die Fondsanlage die beste aller Delegationsmöglichkeiten für Stiftungen ist

Es gehört zu den Pflichten, die vielen Stiftungsverantwortlichen sicherlich am wenigsten Spaß machen, die aber dennoch erfüllt werden müssen: das Verwalten des Stiftungsvermögens. Im Sinn eines Do-it-Yourself-Trends versuchen sich hieran viele Vorstände selbst. Dabei wäre eine Delegation dieser Aufgabe anzuraten. Hierzu wiederum böten sich Stiftungsfonds als Anlageform an, in denen aber leider immer seltener auch noch genug Stiftung drinsteckt. Also was tun, da die Zinsen niedrig sind, Corona-Crashs an den Nerven zerren und die Ausgabenseite nicht groß eingedampft werden kann?

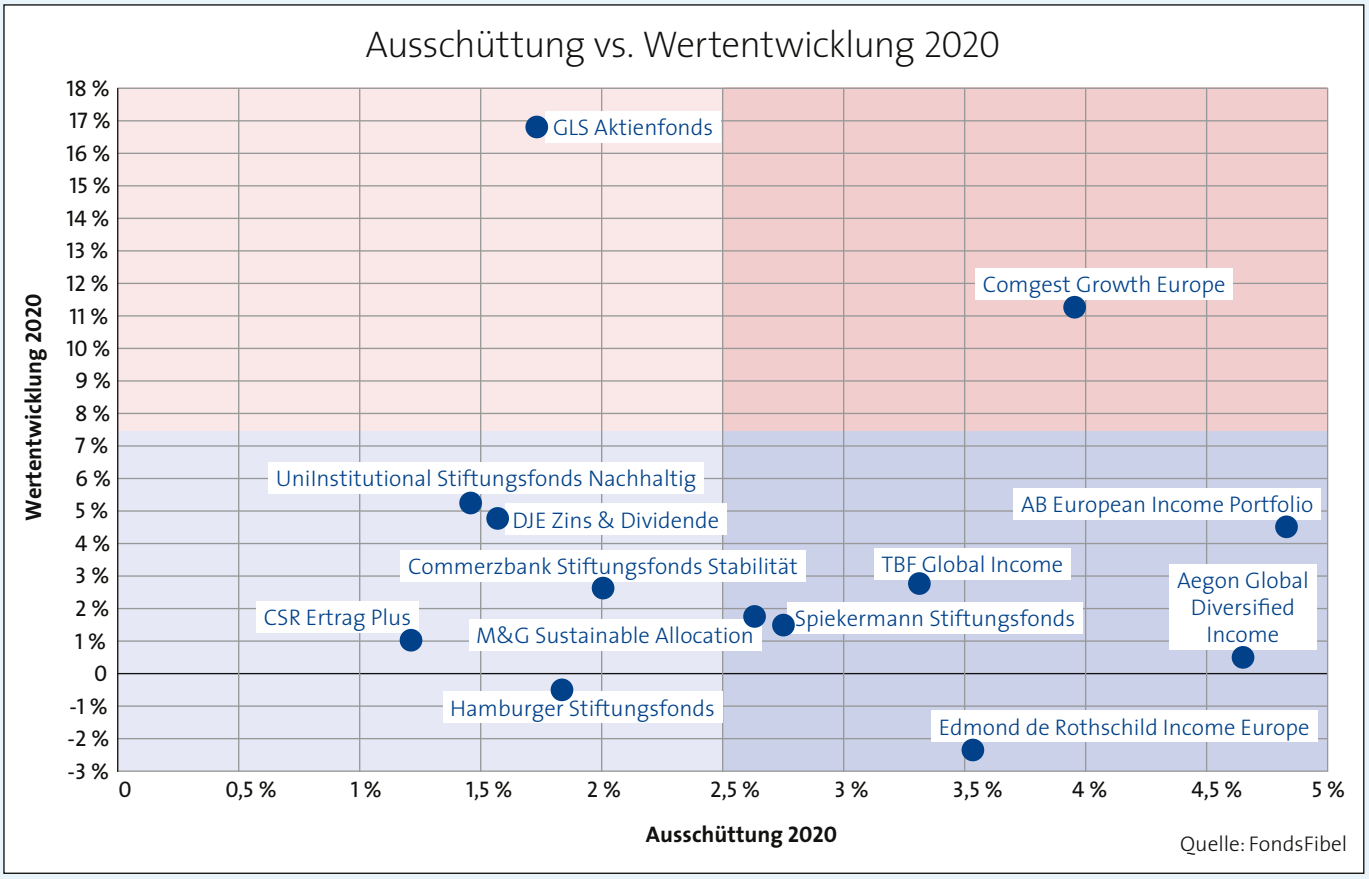
Von TOBIAS KAROW

Dass der Zins niedrig ist, ist keine Neuigkeit. Auch nicht, dass Stiftungsfonds als Kapitalanlage darunter leiden, in der Regel zu hohe Rentenanteile fahren zu müssen, weil dies einst so ins Anlagekonzept der Stiftung gegossen wurde. Die Delegation an Fonds, um der Herkulesaufgabe Verwaltung des Stiftungsvermögens Herr zu werden, ist aber dennoch die vermutlich beste aller Alternativen, zumindest für einen Großteil der hiesigen Stiftungen.

Drei Fragen sollten sich Stiftungsverantwortliche beantworten: 1) Haben Sie eine Anlagerichtlinie? 2) Können Sie das Markt- und Produktgeschehen nachverfolgen und auf Basis der hierauf fußenden Informationen sachgerechte Entscheidungen treffen? 3) Sind Sie in der Lage, das Thema Nachhaltigkeit besser für sich selbst zu eruieren, als dies erfahrene Fondslenker tun können (Erkennen Sie, ob ein Fondsmanager Nachhaltigkeit macht, weil er es möchte oder weil er es muss)?

Fondsanlage zahlt auf Diversifikationsgebot ein

Muss eine Stiftung diese Fragen mit Nein beantworten, kommt sie quasi an der Fondsanlage nicht vorbei. Mit Fonds kommen Stiftungen dem Diversifikationsgebot (gilt auch für das Streuen über verschiedene Anbieter hinweg) perfekt nach, über Fonds streuen sie nämlich breit und geraten auch nicht in den Verdacht, zu spekulieren (Spekulationsverbot). Fonds gewährleisten zudem eine Diversifikation hinsichtlich einzelner Anlageklassen, verschiedener Anlagestile ... ▶



Wirkt Ihr Kapital so sinnvoll wie Ihre Stiftung?

Sie und Ihre Kolleg*innen leisten Tag für Tag einen wichtigen Beitrag für eine bessere Zukunft. Aber wirkt Ihr Stiftungskapital ebenso sinnvoll? Gestalten Sie gesellschaftliche Entwicklung auch durch Ihre Anlageentscheidung! Bei der GLS Bank geht es nicht nur um Chancen und Risiken, sondern vor allem um die sozial-ökologische Wirkung Ihrer Investitionen. Und das bereits seit 1974. Lassen auch Sie Ihre Stiftung zum Impulsgeber für ganzheitliche Veränderungen werden. Wir beraten Sie gerne!

gls.de/stiftungen

GLS Bank
das macht Sinn

... und auch Anlageräume. Dazu reduziert solch ein Fonds-Portfolio den buchhalterischen Aufwand – statt einzelner Positionen werden nur die wenigen Fondspositionen und deren ordentliche Erträge gebucht – und unterstützt eine sachgerechte Entscheidung beispielsweise über historische Daten zu den Ausschüttungen. Nicht zuletzt lassen sich Fonds ohne Ausgabeaufgeld (also Vorab-Kosten) und zu niedrigen Kauf- und Verwahrspesen erwerben.

Stifterwille gibt die Richtung vor

Aber auch der Stifterwille spielt der Fondsanlage in die Karten. Für einen Stiftungsvorstand ist der Stifterwille das oberste Gesetz. Der Stifterwille gibt vor, was auf der Zweckseite passieren soll, dazu hat das Stiftungsvermögen eine dienende Funktion. Ist der bisherige Weg der Bewirtschaftung des Stiftungsvermögens nicht mehr zielführend, auch, weil viele, wenn nicht alle Mittel ausgeschöpft wurden, dann braucht es eine Alternative, die direkt auf die Verwirklichung des Stifterwillens einzahlt.

Allerdings haben Stiftungsfonds, die dem Namen nach auf die besonderen Anlagebedürfnisse von Stiftungen ausgerichtet sind, heute ein Problem: Hohe Anleiheanteile bedingen im Umfeld historisch niedriger Zinsen rückläufige ordentliche Erträge. Sprich: Stiftungsfonds schütten immer weniger aus.

„Stiftungsgeeignet" beinhaltet global streuen

Auch hier hilft Stiftungen aber das Diversifikationsgebot – und die jüngste Stiftungsrechtsreform. Stiftungen können immer noch Fonds finden, die ausschüttungsorientiert aufgelegt wurden; das sind dann häufig Income-Fonds, bei denen eben immer noch mindestens eine zwei vor dem Komma steht, häufig aber gar eine drei oder vier, geschuldet einer globaleren und anlageklassenseitig breiteren Vermögensallokation. Dazu gibt es gering mit den normalen Märkten korrelierte Fonds aus den Segmenten Immobilien, Mikrofinanz oder Infrastruktur und auch Aktienfonds. Gerade Letztere scheinen vor einer Renaissance im Stiftungsbereich zu stehen oder vielleicht gar vor einer strukturellen Neuentdeckung. Die Stiftungsrechtsreform macht es möglich. Stiftungen dürfen nämlich jetzt Umschichtungserlöse auch für die Zweckverwirklichung verwenden. Dies macht einerseits Stiftungsfonds gegebenenfalls wieder flexibler, ihre Anlagepolitik anzupassen, zum anderen öffnet es Stiftungen quasi den Weg in das Universum der Aktienfonds.

So finden Sie den richtigen Stiftungsfonds

- Schauen Sie auf die Ausschüttungshistorie seit der Auflage! Je stabiler, desto besser.
- Prüfen Sie, ob und in welcher Form in der Anlagepolitik die Kriterien E für Umwelt, S für Soziales und G für eine gute Unternehmensführung, kurz ESG, berücksichtigt sind!
- Untersuchen Sie die maximalen Wertverluste seit Auflage! Hätte Ihre Stiftung diese zwischenzeitliche Wertminderung „ausgehalten"?
- Wird stiftungsspezifisch informiert? Gibt es einen Ansprechpartner für Stiftungen?
- Wurde der Fonds von unabhängiger Stelle auf seine Stiftungseignung hin durchleuchtet?
- Lassen sich Fondsanteile an der Insti-Tranche kaufen? Kostenersparnis!

Ordentlicher Ertrag hat oberste Priorität

Trotzdem muss hierbei eines klar sein: Der ordentliche Ertrag ist aus Stiftungssicht zu priorisieren, denn dieser ist es, der planbar auf die Verwirklichung des Stiftungszwecks einzahlt. Erträge aus Umschichtungen im Aktienbereich, so schön das in den letzten fünf Jahren geklappt hätte, sind dagegen nicht planbar; die Liquiditätsplanung also darauf abzustellen, wäre vielleicht nicht fahrlässig, aber in jedem Fall nicht zu empfehlen. Eine Kombination entsprechender Fondskonzepte ist damit das Mittel der Wahl und der Zeit. Stiftungen brauchen ein Fonds-Portfolio, das zu allen Zeiten lieferfähig und die Finanzstruktur stetig zu stärken in der Lage ist – und genau hierzu braucht es auch Fonds, die ihre Leistung über den Wertzuwachs definieren. Bei der Fondsauswahl gilt es dann, zwei Punkte gegebenenfalls auch in der Anlagerichtlinie zu verankern. Einmal sollten sich Stiftungen einen Kriterienkatalog zusammenstellen mit Dingen, die für sie wichtig sind. Dort gehören Ausschüttungen genauso hinein wie die Fragenkomplexe ESG, Kosten und maximaler Wertverlust. Daneben sollten Stiftungen diese Ideenliste aber mit einem unabhängigen Berater reflektieren.

Agenda Stiftungsvermögen 2030

Die Fondsanlage dürfte für viele Stiftungen die beste aller Alternativen sein, um die Agenda Stiftungsvermögen 2030 derzeit mit Inhalt zu füllen. Fonds machen das Ziel der ertragreichen und sicheren Anlage des Stiftungsvermögens erreichbar, gleichzeitig geben sie Stiftungsverantwortlichen Möglichkeiten an die Hand, sowohl an der Ertrags- als auch an der (Kapital)erhaltschraube zu drehen. Dabei sollten sich Stiftungen aber von einem Begriff lösen: dem des Stiftungsfonds. Denn stiftungsgeeignet ist ein Fonds nicht zwangsläufig deshalb, weil Stiftung draufsteht.

Tobias Karow ist Gründer von stiftungsmarktplatz.eu, einem Marktplatz für Stiftungsexperten. Zur Plattform gehören der Blog #stiftungenstärken, die FondsFibel als führende Arbeitshilfe zur Fondsanlage von Stiftungen, der FreitagsPodcast „AHOI, NPO!" sowie der „Virtuelle Tag für das Stiftungsvermögen".
▶ www.stiftungsmarktplatz.eu
▶ www.fondsfibel.de

Entwicklungspolitischer Impact messbar gemacht

Die EB-SIM als wertebasierter Asset Manager für ethische-nachhaltige Kapitalanlagen und die KfW-Tochter DEG setzen für die Wirkung ihrer getätigten Investitionen auf das von der DEG entwickelte SDG-Reportingtool – das Development Effectiveness Rating (DERa).

Die DEG mit ihrer fast 60-jährigen Erfahrung und Expertise in der Entwicklungsfinanzierung ermöglicht den Zugang zu attraktiven Investitionsmöglichkeiten in Emerging Markets mit historisch geringen Ausfallraten. Sie unterstützt die finanzierten Unternehmen mit hoher Beratungskompetenz. Die EB-SIM wählt unter den Co-Investitionsmöglichkeiten der DEG Fremdkapitalinvestments aus, die die wirtschaftliche Entwicklung von kleinen und mittleren Unternehmen (SME) im besonderen Maße fördern. Finanzierungsmittel werden somit Finanzinstituten in Entwicklungs- und Schwellenländern bereitgestellt.

Mit dem „EB-SME Finance Fund Emerging Markets" („EB-SME Finance Fund") wird Investoren ein Co-Investment in ein von der EB-SIM ausgewähltes Kreditportfolio der KfW-Tochter DEG ermöglicht. Finanzierungsmittel gehen an dortige lokale Finanzinstitute und dienen zur zweckgebundenen Finanzierung und zum Aufbau mittelständischer Strukturen vor Ort. Der Fonds co-investiert nur in Finanzierungen, an denen sich die DEG in mindestens gleicher Höhe ebenfalls beteiligt. Die Darlehensvergabe des Fonds wird über unterschiedliche Kontinente hinweg diversifiziert. Bisher konnten bereits Projekte in Afrika und Lateinamerika finanziert werden. In der Regel sind die SME-Fremdfinanzierungen des Fonds auf mehr als 5 Jahre ausgelegt – ein entscheidender Aspekt, um durch Langfristigkeit einen wesentlichen Impact leisten und nachweisen zu können.

Missing Middle im Fokus

Das Wachstumspotenzial von kleinen und mittleren Unternehmen, der „Missing Middle", vollumfänglich auszuschöpfen, steht bei der DEG und der EB-SIM im Fokus. Die DEG ist nicht nur Vorreiter in diesem Segment, sondern stellt mit ihren Beratungsprogrammen den Finanzinstituten direkte Hilfe – nämlich zur Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen und zur Verbesserung des Risikomanagements – zur Verfügung. So fördert die DEG eine optimale Betreuung von kleinen und mittleren Unternehmen in Entwicklungs- und Schwellenländern. Aufgrund von ökonomischen Sonderprogrammen und regulatorischen Ausnahmeregelungen konnten etwaige signifikante negative Auswirkungen der COVID-19 Pandemie auf die finanzierten Finanzinstitute weitestgehend verhindert werden.

Eine Eintrübung der Profitabilität ist zu erkennen, die Gesamtlage spricht aber nicht für eine substanzielle Verschlechterung der wirtschaftlichen Performance der vom Fonds finanzierten Institute. Es wird ersichtlich, dass Finanzintermediäre mit höheren Rückstellungen sowie der Stärkung ihrer Kapitalausstattung und Liquiditätsposition reagiert haben. Die Auswirkungen der Pandemie auf das globale Wirtschaftsgeschehen wurden auch du rch das beherzte Agieren der Weltgemeinschaft, insbesondere durch Kreditvergabe von multilateralen Finanzgebern wie IWF und Weltbank, mitigiert.

Kontinuierliche Impact-Messung auf SDG-Basis

Jede Finanzierung im „EB-SME Finance Fund" wird bezüglich fünf Kategorien und den entsprechenden Merkmalen anhand des Development Effectiveness Rating (DERa) der DEG bewertet. Als Resultat steht den Investoren eine Beitragserhebung der dem Fonds zugrunde liegenden Projekte auf Ebene der 17 SGDs zur Verfügung und aggregiert diese im Rahmen der FondsÜbersicht. Dadurch, dass der Impact des Fonds transparent und messbar wird, kann die entwicklungspolitische Leistung der DEG und EBSIM nicht nur als zeitliche Einmalaufnahme bewertet, sondern auch über einen längerfristigen Zeitrahmen nachverfolgt werden.

Andreas Fiedler
Director
Institutional Clients

Dr. Cora Voigt
Senior Investment Manager

Firmenporträt

Die EB-SIM, eine 100-prozentige Tochter der Evangelische Bank eG, der größten Kirchenbank Deutschlands, betreut mit 42 Mitarbeitern 5,4 Milliarden Euro in mehr als 100 Mandaten bzw. Fonds. Das wertebasierte Asset-Management bildet seit mehr als 30 Jahren eines der Kerngeschäftsfelder der Evangelischen Bank und wurde im Dezember 2018 als eigenständiges Geschäftsfeld ausgegründet. Der Sitz der EB-SIM GmbH ist in Kassel. Das Unternehmen wird durch die Geschäftsführer Dr. Oliver Pfeil (CIO), Michael Hepers (CCO) und Christoph Glatzel (COO) geleitet. Alle Anlagekonzepte des Unternehmens entsprechen mindestens den Kriterien des EKD-Leitfadens für ethisch-nachhaltige Geldanlagen. Darüber hinaus orientiert sich das Portfolio-Management der EB-SIM bei seinen Investitionen an den 17 Zielen der Vereinten Nationen für eine nachhaltige Entwicklung (SDGs).

Kontakt

EB – Sustainable Investment Management GmbH
Ständeplatz 19, 34117 Kassel

Telefon: +49/561/45 06 03-3730
E-Mail: andreas.fiedler@eb-sim.de

Telefon: +49/561/45 06 03-3741
E-Mail: cora.voigt@eb-sim.de

Internet: www.eb-sim.de

Wissenschaftliche Heimat auf Zeit

Die Schader-Residence der gleichnamigen Stiftung beherbergte die erste Bewohnerin

Sich ganz der eigenen Forschung widmen, Gleichgesinnte treffen und neue Netzwerke knüpfen – diesen Wunsch haben die meisten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Die Darmstädter Schader-Stiftung stellt mit der Schader-Residence seit diesem Jahr einen Ort zur Verfügung, an dem das gelingen soll.

Von UTE NITZSCHE

Privatdozentin Dr. Anna-Lisa Müller war die Erste. Die Geografin und Soziologin zog am 15. April 2021 für drei Monate in die Schader-Residence in Darmstadt-Bessungen. Diese ist Teil des Hauses Schader, in dem bis 2018 der Stifter Alois M. Schader und seine Frau wohnten. Nach ihrem Auszug überließen sie das komplette Gebäude der Stiftung zur Nutzung. „Die Schader-Stiftung ist seit gut dreißig Jahren ein Ort des Dialogs zwischen Gesellschaftswissenschaften und der Praxis“, sagt Vorstandsreferentin Laura Pauli. „Unzählige Persönlichkeiten aus Wissenschaft, Verantwortliche aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Zivilgesellschaft, Kunst und Kultur sind auf dem Schader-Campus ein- und ausgegangen.“ Denn Zweck der Stiftung ist die Förderung der Gesellschaftswissenschaften durch Kommunikation und Kooperation, und so stand schnell fest, dass neben einer Galerie, Büros und Tagungsräumen eine Wohnung geschaffen werden soll, in der junge Wissenschaftler, Journalisten und Künstler eine Zeitlang bleiben und an gesellschaftlichen Themen und Projekten mit Bezug zur Stiftung arbeiten können.

Präsentationen und Tischgespräche

Die Fellows, wie die Bewohnerinnen und Bewohner genannt werden, sollen sich in der Zeit ihres Aufenthaltes vor allem mit dem wissenschaftlichen Kollegium und dem Netzwerk der Stiftung austauschen. Sie nehmen an Teamsitzungen teil und sind auch aktiv in Veranstaltungen eingebunden. „Es entstehen derzeit eigene Dialogformate, wie Lesungen, Präsentationen, Fachgespräche und Tischgespräche, die von der Schader-Stiftung begleitet werden“, so Laura Pauli. Letztere beispielsweise entwickelten sich während des Fellowships von Anna-Lisa Müller. Bei den Tischgesprächen tauschen sich aktive Persönlichkeiten der Wissenschaftsstadt Darmstadt miteinander aus. Anna-Lisa Müller bildete hierbei sozusagen die Schnittstelle. Sie vertritt im Sommersemester 2021 die Marsilius-Professor für Humangeografie Nordamerikas und Stadtgeografie am Geografischen Institut der Uni Heidelberg und widmete einen großen Teil ihrer Zeit in der Schader-Residence dem Austausch mit der Stadtgesellschaft von Darmstadt. Ein zweites Veranstaltungsformat sind die europäischen Hausparlamente in Zusammenarbeit mit Pulse of Europe, die sich in den vergangenen Monaten vor allem mit internationalen Perspektiven der Corona-Pandemie beschäftigten.

Regionale und internationale Kooperationen

Und wie wird man Fellow? „Wir freuen uns über Initiativbewerbungen. Die Motivation der potenziellen Fellows für eine Zeit in der Wissenschaftsstadt Darmstadt sollte deutlich werden sowie die gesellschaftlichen Themenstellungen, an denen für die geplante Zeit gemeinsam gearbeitet werden kann“, erklärt Laura Pauli. Die nächsten Bewohnerinnen und Bewohner der Schader-Residence sollen deren Profil maßgeblich mitgestalten; regionale und internationale Kooperationen seien bereits etabliert oder in Vorbereitung. Noch in diesem Jahr soll dann die oder der nächste Fellow einziehen.

▶ www.schader-stiftung.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**

STEUER RECHT CONSULTING BILDUNG

Wir können Gemeinnützigkeit!

Unser Universum sind die Galaxien der Non-Profit-Organisationen: Stiftungen, Vereine und andere steuerbegünstigte Rechtsformen durchlaufen gewaltige Veränderungen und stehen vor neuen Herausforderungen.

Mit unseren Netzwerkpartnern begleitet die IQ Steuerberatung ausschließlich gemeinnützige Körperschaften und juristische Personen des öffentlichen Rechts.

Die Komplexität des NPO-Management verlangt ganzheitliche Lösungen. IQ unterstützt Sie hierbei. Wir freuen uns auf Sie und Ihre Mission.

Telefon 0341 2001935 www.iq-stiftungsforum.de

Ausstellung mit Werken von Felix Brenner, einem der drei Preisträger

Kunst, die aus der Seele kommt

Die Augustinum-Stiftung hat zum achten Mal den „euward“ vergeben

Künstler mit geistigen Einschränkungen finden immer noch kaum öffentliche Beachtung. Die Münchner Augustinum-Stiftung setzt sich bewusst dafür ein, die sogenannte Outsider Art bekannt zu machen und hat dafür mit dem „euward“ einen eigenen Preis ins Leben gerufen.

Von SAMUEL BAYER

Das Engagement der Augustinum-Stiftung begann bereits im Jahr 2000. Seitdem vergibt sie alle drei Jahre den „euward“ – den „Europäischen Kunstpreis für Malerei und Grafik im Kontext geistiger Behinderung“. Das Augustinum ist ein gemeinnütziges Sozialdienstleistungs-Unternehmen mit drei Geschäftsbereichen: Leben im Alter, Fachklinik und pädagogische Einrichtungen im Großraum München, vereint unter dem Dach der gemeinnützigen Augustinum-Stiftung. Sie ermöglicht mit Spenden und Zustiftungen besondere Projekte der augustinischen Einrichtungen. Im Zentrum der Spendenprojekte steht die Unterstützung von Kindern, Jugendlichen, Erwachsenen und Senioren mit besonderem Förderbedarf und geistiger oder Mehrfachbehinderung sowie mit Demenz. Das Leitbild des Augustinum, Menschen in besonderen Lebenssituationen Freiräume zu eröffnen und zu erhalten, ist gleichermaßen Zweck und Ziel der Stiftung. Als Mitglied im Diakonischen Werk der Evangelischen Kirche bekennt sich das Augustinum bewusst zu den christlichen Werten.

Individuelle Förderung

Kunst als sinnlich wahrzunehmende Dimension hat im Augustinum seit seinem Beginn eine besondere Rolle gespielt, von den Kunstwerken Walter Habdanks in den Seniorenresidenzen bis zum Kulturprogramm. Bereits 1995 hat das Atelier Augustinum, noch unter dem Namen „HPCA-KUNSTwerkstatt“, die Förderung von Künstlern mit einer kognitiven Beeinträchtigung begonnen. Begleitet durch Mitarbeiter arbeiten fünfzehn Künstlerinnen und Künstler in diesem Arbeitsbereich der Augustinum-Werkstätten für Menschen mit Behinderung. Neben der individuellen Förderung werden ihre Werke durch das Atelier in der sogenannten Outsider Art vertreten.

Sichtbarmachung von Outsider Art

„Der ‚euward‘ macht außergewöhnliche Kunst sichtbar, die am Rand der Kultur entsteht. Vor allem aber ist es eine Kunst, die ganz aus der Seele kommt“, betont Kurator Klaus Mecherlein. Outsider Art entsteht außerhalb des institutionellen Kunstbetriebs. Immer häufiger finden sich hier auch Künstler mit einer geistigen Einschränkung. Als aktive Kulturschaffende spielen Menschen mit Einschränkungen in der Gesellschaft jedoch bis heute kaum eine Rolle. Genau dort setzt der „euward“ an: Der europäische Kunstpreis für Malerei und Grafik, der dieses Jahr das achte Mal vergeben wurde, will das künstlerische Schaffen von Menschen mit einer kognitiven Beeinträchtigung als Teil unserer Kultur etablieren. Ziel ist, ihre

Situation konkret zu verbessern, ihre Benachteiligungen auszugleichen und sogar aufzuheben. Von 341 Künstlerinnen und Künstlern aus 22 europäischen Nationen wählte die mit international anerkannten Experten besetzte Jury schließlich die drei Preisträger des „euward8“: Den ersten Platz belegte Andreas Maus, Platz zwei und drei gingen an Felix Brenner und Kar Hang Mui.

Forum in der öffentlichen Kunstwelt

Mit der öffentlichen Verleihung des Kunstpreises in einem der führenden Ausstellungshäuser Europas, dem Haus der Kunst in München, wurde die Qualität ihrer Arbeit einer breiten Öffentlichkeit zugänglich. Die Werke der drei Preisträger und aller Nominierten waren dort in einer großen Ausstellung für 15 Wochen zu sehen. Andreas Maus, Felix Brenner und Kar Hang Mui wurden dabei erstmals im regulären Jahresprogramm im Haus der Kunst präsentiert. So gelingt es, für das künstlerische Schaffen von Menschen mit einer geistigen Behinderung ein Forum in der offiziellen Kunst- und Museumswelt zu etablieren. Ein weiterer Schritt der Inklusion. Neben der Ausstellung umfasst der Kunstpreis ein Preisgeld und die Publikation eines Kunst-Katalogs für die Preisträger.

Die Suche nach Bewerbern, die Jurierung der Preisträger und zuletzt die Durchführung der Preisverleihung – der „euward8“ musste sich von Anfang an erschwerten Bedingungen durch die Corona-Pandemie stellen. So fand die Preisverleihung und Ausstellungseröffnung erstmals als Live-Stream statt und erreichte, übersetzt in vier Sprachen, Menschen aus ganz Europa. Die Ausstellung „Felix Brenner, Andreas Maus, Kar Hang Mui. euward8“ im Haus der Kunst wurde zusätzlich als digitale 360°-Ausstellung kostenlos „vom Sofa aus“ virtuell begeh- und erlebbar.

Im Rückblick war die Pandemie für den „euward“ ein Digitalisierungskatalysator und hat dazu beigetragen, die Künstler und ihre Werke einer noch breiteren Öffentlichkeit vorzustellen.

Mehr zum „euward“ und Einblicke in die 360°-Ausstellung gibt es unter
▶ www.euward.de

Samuel Bayer ist Leiter Fundraising im Augustinum. Als Pfadfinder und Sozialpädagoge prägt ihn die Bedeutung von gemeinwohlorientiertem Engagement. Während der Weiterbildung zum Fundraising-Manager begann er im Jahr 2018 mit dem Aufbau eines strategischen Fundraisings im Augustinum. Vergangenes Jahr wurde nach mehrjähriger Vorbereitung der Bereich Spenden und Engagement an der Augustinum-Stiftung gebündelt. In diesem Zuge begleitete er die Vergabe des „euward8“.
▶ www.augustinum.de/stiftung

Volljährig!

18 Jahre Erfahrungen einer Gemeinschaftsstiftung

Die Evangelische Gesellschaft Stuttgart (eva) ist eine breit aufgestellte diakonische Einrichtung. Sie finanziert sich vor allem aus öffentlichen Geldern sowie bereits seit 1830 aus Spenden. Der Autor hat für die eva im Jahr 2003 als strategisch neues Fundraising-Instrument in einer Kampagne die „Stiftung der Evangelischen Gesellschaft Stuttgart (eva's Stiftung)" gegründet. Rund eine Million Euro kamen dafür von 98 Gründungsstiftern zusammen.

Von KAI DÖRFNER

Zum 18. Geburtstag im Jahr 2021 hat die Stiftung eine stolze Bilanz: gut 20 Millionen Euro Kapital, darunter 14 Wohneinheiten, 251 Stifter und 494 geförderte Maßnahmen. Die Volljährigkeit der Stiftung ist ein guter Anlass, auf die Entwicklungs- und Reifejahre zu blicken. Folgende Erfahrungen kann ich weitergeben:

Jede Stiftung wird „mehrfach" errichtet: Immer dann, wenn Sie von Stiftungsgründung hören, aber bereits im Rahmen einer bestehenden Stiftung arbeiten (sollen), denken Sie sich: Dieses Wissen kann ich genauso für den Aufbau von thematischen Fonds und Treuhandstiftungen anwenden. Denn jede durch Fundraising aufgebaute und wachsende Stiftung wird nur einmal gegründet und x-mal wieder neu erfunden.

Stiftung richtig dimensionieren: Eine Stiftung zu haben, heißt noch nicht, dass man Vermögen oder Erträge hat. Der gute Ruf einer Stiftung bewirkt noch nichts. Wer eine Stiftung, einen Fonds oder eine Treuhandstiftung errichten möchte, sollte gleich eine ausreichende Kapitalausstattung anstreben und sich nicht mit einem Mindestbeitrag zufriedengeben.

(Zu-)stiften muss teuer sein: Eine Stiftung lebt von einem hohen Vermögen und den Erträgen daraus. Wir müssen also um hohe Beträge bitten, damit bei einer überschaubaren Zahl möglicher Stifter das Wunschkapital zustande kommt. Stiften darf nicht billig sein, darf nicht wie eine Spende aussehen. Erspartes ist reichlich vorhanden – auch bei Menschen, die Sie nicht so einschätzen.

Basis ist die Hausliste: Ein Stiftungsaufbau hat die beste Chance, wenn bereits eine stabile Hausliste vorhanden ist, welche als „Reservoir" für Stifter dient. Wer aus der Hausliste heraus Stifter wird, wird sein normales Spendenverhalten mindestens halten, eher noch verstärken.

Stifter müssen keine Millionäre sein

Stifter müssen keine Millionäre sein: Die meisten Stifter sind Menschen, die mit ihrem Ersparten nachhaltig Gutes tun wollen. Andere sind in ihrer Lebensmitte, haben etwas geerbt und möchten, da sie gut versorgt sind, einen Teil des Erbes weitergeben.

Jährlich werben: Stiftungsfundraising endet nie. Jedes Jahr kommen andere Menschen in die Situation, dass die Beteiligung an einer Stiftung biografisch oder finanziell passt. Achtung: Wer aus einer NPO heraus für eine Stiftung wirbt, muss aufpassen, dass die „normalen" Spender des Themas Stiftung nicht überdrüssig werden.

Begeistern und Beziehung pflegen: Eine Gemeinschaftsstiftung lebt nicht nur vom gestifteten Geld, sondern von der Kommunikation. Mit einer gelungenen Austauschkultur können Sie sich von Mitbewerbern absetzen. Kommunikation ist die Basis für weitere Zustiftungen und Vermächtnisse.

Lebendige Gremien: Füllen Sie Vorstand oder Kuratorium mit Leben (Kompetenzen, Aufgaben), damit die Menschen gerne mitwirken! Wählen Sie nur solche Menschen in Ihre Stiftungsgremien, die sich mit der Stiftung identifizieren.

Gute Stifterversammlungen: Stifterversammlungen müssen nicht in der Satzung vorgesehen sein. Sie sind keine Mitgliederversammlung mit Abstimmungen. Sie dienen primär der Motivation und Bestätigung der Stifter und Interessenten. Lassen Sie Praktiker aus den geförderten Maßnahmen berichten!

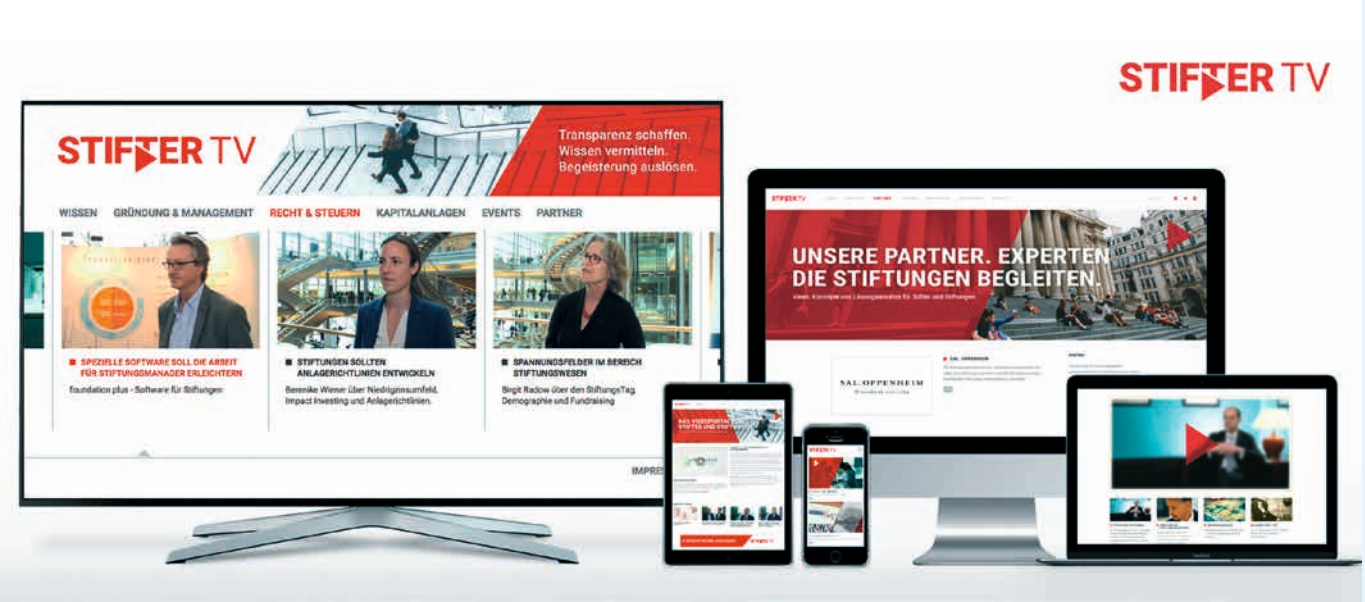
Stifter möchten wirken

Mit der Wirkung werben: Beim Stiftungsaufbau dreht sich noch (fast) alles ums Geld. Danach muss es darum gehen, wie die Stiftung wirkt. Welchen Unterschied macht die Stiftung und damit jede Zustiftung? Das wird umso wichtiger, je vermögender eine Stiftung ist. Stifter möchten nicht, dass ihre Zustiftung in der Masse untergeht.

Stiftungs- und Nachlassfundraising harmonisieren: Die Motive von Stiftern und Erblassern überschneiden sich stark. Viele Menschen möchten, dass ihr Nachlass langfristig Gutes bewirkt. Eine Stiftung bildet daher ein gutes Fundament oder Angebot für die Nachlass-Strategie einer NPO.

Immobilien schenken und vererben lassen: Bei vielen Menschen ist das Ersparte als Immobilienbesitz gebunden. Das kann das ererbte Haus sein, häufiger ist es die als Teil der Altersvorsorge gekaufte Wohnung. Das Interesse ist groß, die eigenen vier Wände testamentarisch in gute Hände geben zu können. Selbst Wohnungsspenden kommen vor. Die oft über lange Jahre ersparten vier Wände bleiben dann „auf Dauer" sinnstiftend erhalten, die Mieterträge fördern den Stiftungszweck.

Kai Dörfner ist Soziologe, Fundraiser und Stiftungsmanager. Er ist seit 2002 Leiter des Bereichs Kommunikation/Freunde und Förderer bei der „eva Evangelische Gesellschaft Stuttgart". Außerdem ist er Geschäftsführer der von ihm vor 18 Jahren aufgebauten Stiftung „eva's Stiftung". Seine Schwerpunkte sind Spenderpflege, Großspenden, Stiftungsfundraising und Erbschaftsmarketing.
▶ www.evas-stiftung.de



Social-Franchise-Anbieterin mit solider Basis

Warum Christine Worch mit ihrem Mann eine Stiftung gründete

Altersarmut ist ein Thema, das immer wieder durch die Medien geht. Trotzdem gibt es unzählige Menschen, die einsam sind. Hier setzt die Stiftung Generationen-Zusammenhalt an, deren Ursprung über das Jahr 2012 hinausgeht. Christine Worch hatte bereits damals Grundsteine gelegt.

Von JAN UEKERMANN

„Als meine Mutter starb, war ich 49 Jahre. Damit hatte ich meinen demenzkranken Vater ‚geerbt', mit dem ich nie besonders viel Kontakt hatte. Aber jetzt brauchte er mich", erzählt Christine Worch, die in Hamburg lebt und arbeitet. Nach rund 25 Jahren im Marketing und Vertrieb wurde 2010 ihr Wunsch, den Profit-Bereich zu verlassen, so groß, dass sie ihn in die Tat umsetzte. Da war ihr Vater verstorben, den sie in drei anstrengenden Jahren durch seine Demenz begleitet hatte. Sie fühlte sich energielos – aber doch bereit für den Wechsel in den sozialen Sektor. Dazu wollte sie grundlegende Änderungen in ihrem beruflichen Leben vornehmen.

Freude am Fundraising

Während der Ausbildung an der Fundraising-Akademie machte sie zwei Praktika in Non-Profit-Organisationen und entdeckte schnell ihre Freude am Fundraising. Durch die Begleitung des Vaters waren Christine Worch die Themen Alter, Einsamkeit, Demenz vertraut geworden, und diese sollten künftig ihre Laufbahn als Fundraiserin bestimmen.

Zunächst machte sie sich 2012 selbständig und stand Organisationen in den Bereichen Alter, Demenz und Soziales als Beraterin zur Seite. Ab 2013 engagierte sie sich dann für eine Organisation, die wirtschaftlich benachteiligten Menschen kostenfrei Karten für Kulturveranstaltungen zur Verfügung stellt. Hier geriet etwas in ihren Fokus, das die Erfahrung mit Altersthemen ergänzte und deutlich machte: Altersarmut ist ein großes Thema in Hamburg und in Deutschland. Doch Christine Worch erkannte auch, dass viele der älteren Menschen die Karten gar nicht annehmen konnten, weil sie unsicher waren, wie sie zum Ort der Veranstaltung und zurück kommen könnten.

Ehrenamt stärken

So entstand die Idee zu „Kulturisten Hoch2", eine Initiative, die Alt und Jung aus einem Stadtteil mittels gemeinsamer Kulturbesuche verbindet. Da Worch von Beginn an die Umsetzung dieser „Unternehmung" auch mit hauptamtlich Beschäftigten sehr wichtig war, weil sie das frühe Ehrenamt junger Menschen stärken wollte, musste sie etwas Neues gründen, denn sonst wäre eine bereits zugesagte Förderung für die rein ehrenamtlich geführte Organisation Kulturloge e.V. zurückgezogen worden. So gründete sie 2015, mit einer Eigeneinlage von insgesamt 20 000 Euro, eine gemeinnützige Unternehmergesellschaft, kurz gUG.

Stiftungsgründung 2018

Bald nach der Gründung wurde die operative Arbeit aufgenommen und im Fundraising ein erstes Mailing umgesetzt, die ersten Stiftungsanträge gestellt. Mit den Einnahmen wurde eine 450-Euro-Kraft beschäftigt, um die Arbeit besser zu koordinieren und passende „Pärchen", sogenannte Kultur-Tandems, von alten und jungen Menschen zusammenzustellen. Weil größere Förderungen von etwa Soziallotterien mit der Rechtsform gUG nicht zu beantragen sind, haben Christine Worch und ihr Mann 2018 dann die Stiftung Generationen-Zusammenhalt gegründet – wiederum mit der Kapitaleinlage

ihres Mannes. Die frühere gUG und jetzige Stiftung Generationen-Zusammenhalt bringt Oberstufenschüler mit älteren Menschen zusammen, die wirtschaftlich und teilweise körperlich bedürftig sind und keine Möglichkeit haben, sich Karten für Kulturveranstaltungen selbst zu kaufen. Sie erhalten je zwei kostenfreie Karten, so dass sie die sie begleitende Schülerin oder den Schüler einladen können. Sie lernen einander auf dem Weg zur Veranstaltung kennen, erleben Kultur gemeinsam und werden auch auf dem Heimweg begleitet. Im besten Fall wird sogar das Interesse geweckt, sich erneut zu treffen.

Scham ob erlebter Altersarmut

„Ich habe zwei Jahre – auch mit externen Coaches – am Konzept gearbeitet, viel Feldforschung betrieben und mir überlegt, wie wir am besten Schülerinnen und Schüler finden, aber auch, wie wir die Menschen erreichen, die das Angebot annehmen würden", erzählt Christine Worch. Menschen in Altersarmut schämen sich häufig für ihre Situation und trauen sich nicht, dieses Angebot so ohne Weiteres wahrzunehmen.

Wege zu den Menschen finden

Strategisch sollen Schüler aus Schulen gewonnen werden, die in Stadtteilen mit hoher Altersarmut liegen. Diese Herausforderung war glücklicherweise einfach zu bewältigen, denn damals lagen für alle Bezirke offizielle Zahlen der Stadt vor. Ein theaterbegeisterter Schuldirektor machte den Anfang. Das Projekt und die Vision beeindruckten ihn so sehr, dass er „Kulturisten Hoch2" bereits 2015 mit seiner Zusage unterstützte. Ein Flyer mit dem Titel „Euer Einstieg ins Ehrenamt" informierte die Schüler über ihre Aufgabe und zur Auftaktveranstaltung kamen 125 geladene Gäste: Senioren, Schüler und Schulvertrer. Inzwischen nutzen in Hamburg durchschnittlich rund 300 Menschen pro Jahr die Angebote der Stiftung. Doch Christine Worch weiß auch: „Die offizielle Zahl altersarmer Menschen in unserer Stadt liegt bei um die 30 000 – die Dunkelziffer ist vermutlich viel höher. Darum denken wir immer wieder über neue Wege zu den Menschen nach, die isoliert leben."

Dabei denkt Christine Worch schon lange nicht mehr nur an Hamburg. Sie hat ein Social-Franchise-Angebot entwickelt, wie „Kulturisten Hoch2" auch in anderen Städten und Regionen angeboten werden kann. Kiel wird in diesem Jahr starten. Weitere Gespräche laufen. „Altersarmut gibt es überall – und manchmal braucht es gar nicht viel, damit sich diese Menschen wieder mehr als Teil unserer Gesellschaft fühlen."

▶ www.stiftung-generationenzusammenhalt.org

Näher dran ist besser dran

Warum nicht direkt dort sein, wo sich rund 10.000 Zuweiser*innen tummeln, statt sich von Gericht zu Gericht zu hangeln auf der Suche nach Geldauflagen. Das Geldauflagen-Jahrbuch ist das Standardwerk für alle, die mit Geldauflagen zu tun haben. Näher dran ist fast nicht möglich. Nutzen Sie die Chance.

www.gfs.de/jahrbuch

gfs. fundraising data-driven

Wer in Bildern denkt, bewegt

Videomarketing als Instrument des Fundraisings für Stiftungen

Aufmerksamkeit ist die Grundlage einer guten Fundraisingstrategie. Für Stiftungen werden Spenden und Zustifter immer wichtiger. Es gilt, die eigene Stiftung, deren Zweck und die konkreten Projekte verstärkt in der Öffentlichkeit bekannt zu machen, will man im Wettbewerb um finanzielle Mittel eine Chance haben. Videos sind dafür prädestiniert.

Von JÖRG BIRKELBACH

Um Stiftungen und ihre vielfältigen Projekte einer breiten Öffentlichkeit vorzustellen und damit auch die Chance auf Zustiftungen und Spenden deutlich zu erhöhen oder neue Projektpartner zu gewinnen, kann der Einsatz von Stiftungsporträts oder Videos über konkrete Projekte einer Stiftung ein Mittel der Wahl sein.

Begeisterung und Transparenz

Die emotionale Kraft bewegter Bilder kann in nur wenigen Minuten den Stiftungszweck oder die Idee einzelner Projekte vermitteln, aber auch den Einsatz der erforderlichen Finanzmittel erklären. Damit wird nicht nur Transparenz hergestellt, sondern auch Begeisterung beim Rezipienten ausgelöst. Durch ein stimmungsvolles Video kann so die Bereitschaft zum Spenden oder für Zustiftungen erhöht werden.

Unbegrenzte Abrufmöglichkeiten

Die vielfältigen Verwendungsmöglichkeiten von Videos sind ein weiteres schlagendes Argument für deren Einsatz. Videos lassen sich nicht nur auf der eigenen Webseite und auf den dazugehörigen Social-Media-Plattformen integrieren, sondern darüber hinaus aktiv im Fundraising einsetzen, in dem man es per E-Mail versendet, auf Roadshows und Messen den Besuchern präsentiert oder auf

entsprechenden Plattformen veröffentlicht.

Weitere Argumente, die für den Einsatz von Videoinhalten im Stiftungswesen sprechen, sind deren Änderungsfreundlichkeit etwa im Vergleich zu Broschüren und ihre lange Halbwertszeit. Ein gut gemachtes Image- oder Projektvideo kann über Jahre Bestand haben und mit nur geringem Aufwand aktuell gehalten werden.

Geteilt, geliked, weiterempfohlen …

Zudem ist der Einsatz von Videoinhalten für Suchmaschinen relevant. Videoinhalte können mittlerweile auf allen modernen Endgeräten, aber auch im Connected TV und via Amazon FireTV abgerufen werden. Selbst die Generation 60+ ist im Bedienen digitaler Endgeräte geübt und im Umgang mit sozialen Medien auf Augenhöhe. Und auf all diesen Plattformen spielen Videoinhalte eine große, wenn nicht sogar die entscheidende Rolle. Im Gegensatz zu traditionellen Spendenaufrufen können Videos weiterempfohlen, geteilt, geliked und bewertet werden und so eine enorme Reichweite und Eigendynamik entwickeln.

Videos sind Mittel zum Zweck

Ein Stiftungsvideo ist in erster Linie ein Instrument, mit dem man aktiv arbeiten muss, soll es erfolgreich funktionieren. Natürlich kommt es auch und vor allem auf die Machart an. Hier gilt die Regel: Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler. Eine der großen Herausforderungen beim Einsatz von Videomaterial ist es, geeignete Maßnahmen zu ergreifen, um die angestrebte Zielgruppe auf dem passenden Kanal zu erreichen. So sollte die eigene Ansprache an das Spendenverhalten der angestrebten Zielgruppe angepasst werden.

Auch ein noch so gut gemachtes Video muss aktiv eingesetzt und nicht nur auf der eigenen Webseite platziert werden. Bei sämtlichen Kommunikationsmaßnahmen und jedem erdenklichen Anlass sollte es mit einbezogen werden. Ein Videolink in der E-Mail-Signatur ist nur ein Beispiel.

Die große Leidenschaft und der unermüdliche Einsatz vieler Stifter, das Engagement der Projektbeteiligten und die Nutznießer einer Stiftung liefern täglich neue und hochemotionale Geschichten, die ein breites Publikum verdient haben. Wer in Bildern denkt, bewegt!

Jörg Birkelbach ist geschäftsführender Gesellschafter der FinanzplanerTV GmbH. Seit knapp 20 Jahren widmet er sich mit seinem Unternehmen dem Thema Bewegtbild-Kommunikation und Contentmarketing. Unter anderem produziert er das Videoportal Stifter-TV.com.
▶ www.Stifter-TV.com

Oliver Barthels
CRM-Projektleiter
DKMS

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

salesforce.org
nonprofit
cloud

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

http://bit.ly/NonprofitSuccess

FUNDRAISING VERBAND AUSTRIA

Gemeinnützige Stiftungen: Fundraising-Segment mit wachsender Bedeutung

Mit rund 70 bis 100 Mio. Euro fördern gemeinnützige Stiftungen in Österreich jährlich das Gemeinwohl. Ein wichtiger Beitrag zur Kinder- und Jugendhilfe, zum Tier- und Umweltschutz oder zur Realisierung von Kunst- und Kulturinitiativen, der allerdings eklatant geringer ausfällt als in den Nachbarländern. Das Konzept gemeinnütziger Förder-, Bürger- und Zustiftungen verbreitet sich hierzulande erst seit wenigen Jahren. Dementsprechend sind diese als Instrument im Fundraising noch relativ schwach entwickelt. Umso mehr Potenzial steckt für österreichische NPOs im Stiftungssektor.

Förderstiftungen sind nicht selbst Trägerinnen wohltätiger Einrichtungen und Projekte, sondern vielmehr Förderinnen von gemeinnützigen Vereinen und Körperschaften, die gemeinnützig aktiv sind. Die Basis einer Stiftung stellt ihr Grundstockvermögen dar, das ertragreich angelegt werden kann. Die daraus erwachsenden Erträge, wie Zinsen und Dividenden, kommen ebenso wie vor allem Spenden an die Stiftung bzw. Zustiftungen den im Stiftungszweck verankerten gemeinnützigen Zwecken zugute. Besonders für langfristig planende Organisationen können Stiftungen ein interessanter Baustein im Fundraising-Mix sein. Anders als beispielsweise regelmäßige Zuwendungen aus Mitgliedsbeiträgen erschließen sie speziell den Bereich Vermögender. Die Gründung sollte allerdings genau durchdacht werden und zur Fundraising-Gesamtstrategie passen. Nach ihrer Errichtung ist eine Stiftung nämlich in ihrer Grundkonzeption nahezu unveränderbar. Umso wichtiger ist die entsprechende Sorgfalt bei der Gründung.

Stiftungsland Schweiz im weltweiten Spitzenfeld

In Nordamerika und in vielen europäischen Ländern sind Förderstiftungen längst ein wichtiger Finanzgeber von gemeinnützigen Aktivitäten aller Bereiche. Erst seit wenigen Jahren erfreuen sich Förderstiftungen als langfristig angelegtes Fundraising-Instrument auch in Österreich steigender Beliebtheit. Insgesamt gibt es bundesweit derzeit 745 gemeinnützig tätige Stiftungen. Zum Vergleich: In Deutschland sind rund 30 Mal so viele aktiv. Mit über 13 000 gemeinnützigen Stiftungen weist die Schweiz eine sechsmal höhere Stiftungsdichte auf als die USA oder Deutschland. Gemeinnützige Schweizer Stiftungen fördern wohltätige Einrichtungen und Projekte jährlich mit zwei bis drei Mrd. Schweizer Franken – das 30- bis 40-fache des österreichischen Fördervolumens.

Zustiftungen: Erste Erfolge eines neuen Instruments

In Österreich wird das Potential gemeinnütziger Stiftungen im Fundraising erst langsam entdeckt. Die Gesetzesnovelle 2015 hat die Entwicklung unzweifelhaft beflügelt. Die Neugründungen gemeinnütziger Stiftungen und Fonds wiesen seither eine Steigerung um 23 Prozent auf. Im Sozialbereich wurden in Folge unter anderem die Caritas Stiftung Österreich, die „Aus Liebe zum Menschen Stiftung“ des Roten Kreuzes, oder die Stiftung Kinderhothilfe Österreich errichtet, mit dem Ziel das Großspendenfundraising weiter auszubauen. Sie bieten Spender*innen erstmalig in Österreich maßgeschneiderte Zustiftungs- und Spendenmodelle an, übernehmen Immobilien und erhalten Erbschaften. Ein neues Fundraising-Instrument im Sozialbereich wurde somit erfolgreich eingeführt. Parallel dazu starteten verschiedene Universitäten wie die TU Wien oder die Uni Innsbruck mit einem ähnlichen Konzept. Forschungseinrichtungen wie das Institute of Science and Technology Austria (IST Austria) und der Wissenschaftsfonds folgten. Letzterer

WEITERBILDUNGEN IM NPO-BEREICH

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

Online-Seminar am 9.11.
Database Fundraising

Online-Seminar am 17.11.
Storytelling für Fundraiser*innen

Online-Seminar am 25.11.
Nachlassfundraising: digital & crossmedial

28. Österreichischer Fundraising Kongress
„Visions for Change“
11.-13. Oktober 2021
Europahaus, Wien
fundraising.at/kongress

verwaltet nicht nur Spenden und Zustiftungen von Großspender*innen, sondern bietet anderen Wissenschaftsstiftungen Unterstützung bei der Suche und Auswahl von Projekten an – ebenfalls ein völlig neuartiges Modell! Der Wiener Wissenschafts-, Forschungs- und Technologiefonds wiederum bietet seinen Förder*innen ein Matching Funds-Modell an: Jeder Euro wird von der Stadt Wien verdoppelt und mit den eigenen Stiftungsmitteln verdreifacht.

Paradebeispiel für eine NPOs und Initiativen aus allen gemeinnützigen Bereichen fördernde Stiftung ist die bereits 2014 initiierte Stiftung Philanthropie Österreich, deren Grundvermögen von der Capital Bank – GRAWE Gruppe AG gestiftet wurde. Zu den unterstützen NPOs zählen u. a. das Kinderhospiz Sterntalerhof, Jugend Eine Welt, WWF und das Gustav Mahler Jugendorchester. Außerdem ist die Stiftung Philanthropie Österreich Initiator des bereits zu Beginn der Corona-Pandemie gestarteten Projekts „Stiftungen helfen Künstler*innen", das eine schnelle und unbürokratische Hilfe für besonders betroffene Kunstschaffende ermöglichte.

Im Kultursektor lässt sich vor allem auf die erste, allgemeine Kunst- und Kultur-Förderstiftung (Kärntner Kulturstiftung) Österreichs verweisen, die 2020 in Kärnten gegründet wurde. Mit 1,5 Mio. Euro dotiert, die von Mäzen*innen, Sponsor*innen und Förder*innen stammen, schrieb die Stiftung bereits vergangenen Herbst ihren ersten Call für Künstler*innen aller Sparten aus, mit einem Fördervolumen von 200 000 Euro. Die KKS ist auch ein zukunftsträchtiges Beispiel für eine Public private Partnership, denn auch das Land Kärnten hat sich mit 50 000 Euro am Stiftungsvermögen beteiligt, was Kofinanzierungen für Kulturprojekte möglich macht.

Herausragende Stifter*innen vor den Vorhang holen

Am 1. Oktober wird der „Europäische Tag der Stiftungen" zelebriert, mit dem Ziel, das Wirken von Stiftungen international stärker ins Licht zu rücken. Der österreichische Verband für gemeinnütziges Stiften verleiht zu diesem Anlass den Preis „Stifter*in des Jahres" und holt damit die engagiertesten Stifter*innen-Persönlichkeiten vor den Vorhang. Zuletzt wurde Patricia Kahane, langjährige Präsidentin der Kahane Stiftung, für ihr umfangreiches Engagement ausgezeichnet. Die im Jahr 1991 von Karl Kahane gegründete Stiftung hat seit ihrem Bestehen bereits 200 philanthropische Projekte in Österreich, Europa, der Türkei, dem Nahen Osten, Nordafrika u.a. Regionen finanziert. Angesichts der Corona-Pandemie hat die Kahane Stiftung auf sehr kurzem Weg den „Covid-19 Relief Fund" ins Leben gerufen und mit 3,8 Millionen Euro Akuthilfe geleistet. In Österreich arbeitet die Stiftung beispielsweise mit dem Roten Kreuz zusammen und finanziert zusätzliche medizinische Ausrüstung und Hilfeleistungen.

Gesetzgeber am Zug

Neben mehr öffentlicher Aufmerksamkeit für die wohltätigen Leistungen von Stiftungen braucht es für die weitere fruchtbare Entwicklung der österreichischen Stiftungslandschaft vor allem zusätzliche Verbesserungen der Rahmenbedingungen. Die steuerliche Begünstigung gemeinnütziger Stiftungsaktivitäten und die KEst-Befreiung für ökologische bzw. ethische Investitionen sind wichtige Maßnahmen in Richtung eines zeitgemäßen Regelwerks für das Stiftungswesen. Vor allem braucht es jedoch die unbegrenzte Fortführung der Spendenabsetzbarkeit, die vom Gesetzgeber zuletzt wieder nur um ein Jahr verlängert wurde. Zudem müssen Ungleichheiten endlich beseitigt werden. Während etwa Ausschüttungen an Schulen in Nachbarländern oder im Rahmen der Entwicklungszusammenarbeit steuerbefreit sind, gilt das nicht für Zuwendungen an österreichische Schulen oder Bildungs-NPOs. Ein doppelter Nachteil für Bildungsstiftungen: Die fehlende Spendenbegünstigung belastet ihr Förderbudget. Außerdem werden Zuwendungen nach dem geltenden Steuerrecht auch noch mit einer 27,5-prozentigen „Strafsteuer" (= Kapitalertragssteuer) belegt. Ein denkbar schlechter Anreiz für mehr Bildungs-Förderung von Stiftungen.

Die umfassendste Ausbildung Österreichs für Fundraiser*innen!
Diplomlehrgang Fundraising Operations & Management
Jänner-September 2022
fundraising.at/diplomlehrgang

7. Fachtagung für Kulturfundraising
„Die Kraft der Kunst"
5. Oktober 2021, Wien

Freiwilligenkonferenz
„Jünger, älter, engagierter: Freiwilliges Engagement in jeder Lebensphase"
2. Dezember 2021, Wien

#GIVINGTUESDAY
Der weltweite Tag des Gebens.
30. November 2021
Jede*r kann mitmachen!
giving-tuesday.at

#GIVINGTUESDAY

«Touchpoints» in der Donor Journey: Brief bleibt einer der wichtigsten Auslöser für Spenden

Die letzten Monate seit dem Lockdown haben in der Schweiz sowohl die digitale wie die analoge Spendenaufforderung vermehrt in den Mittelpunkt gerückt: Events und Face-2-Face-Massnahmen waren zeitweise nicht mehr möglich. Das hat Platz und Aufmerksamkeit geschaffen für die digitalen Spendenkanäle, aber eben auch fürs physische Spendenmailing: Der adressierte Brief hat mit einem Zuwachs von 5 Prozent als «Auslöser einer Spende» seine starke Stellung nochmals ausbauen können. Das zeigen die Zahlen in der eben veröffentlichten Swissfundraising-Analyse «Spendenmarkt 2020».

Von ROGER TINNER

Auf die gestützte Frage nach der Massnahme oder dem Mittel, die eine Spende auslösten, nannten die im Spenden- und Imagebarometer 2020 befragten Haushalte wie schon in den Vorjahren die Beitragsaufforderung mit verpflichtendem Charakter am häufigsten: bei konstanten 67 Prozent ist der konkrete Trigger die Mitgliedschaft und für 49 Prozent die Patenschaft bzw. eine regelmässige Spende. In einem Jahr mit eingeschränkter Bewegung und Homeoffice-Pflicht erstaunt wenig, dass physische Interaktionspunkte wie Informationsveranstaltungen oder Ansprachen auf der Strasse trotz intensivierter Aktivitäten im zweiten Halbjahr eher noch an Bedeutung verloren haben (absolut je –3 %) und dass digitale Kanäle Zuwachs erfuhren.

Höhere Beachtung von Telefon und Briefkasten

«Die grossen Gewinner der „Bitte bleiben Sie Zuhause-Zeit" nicht nur in den geschützten Bevölkerungsgruppen sind Telefon und Briefkasten», schreibt Ruth Wagner in ihrer Analyse (für Mitglieder im Swissfundraising-Intranet abrufbar): Zwar habe der telefonische Spendenaufruf insgesamt mit 10 Prozent am wenigsten Nennungen, sei aber um 66 Prozent im Vergleich zum Vorjahr gewachsen. Und mit einem Zuwachs von 5 Prozent konnte der adressierte Brief seine Stellung sogar noch weiter ausbauen. Die Zahlen im Swissfundraising DM-Panel 2020 bestätigen die Bedeutung klassischer Direktmarketingkanäle gerade in der Pandemie: Die Anzahl Massnahmen und insbesondere die Auflagen wurden sowohl in Streuwurf (von 17 auf 23 Mio. Auflage) als auch bei adressierten Outhousemailings (4.1 auf 6.1 Mio. Auflage) gegenüber dem Vorjahr massiv erhöht und dies bei Durchschnitts-Erstspenden auf «Rekordhöhe».

«Die Zahlen sind nicht eingebrochen», sagt auch Andreas Cueni, der die Swissfundraising-Fachgruppe zum Direct Mail Panel leitet: «Einige Kennzahlen waren sogar besser als im Vorjahr oder im Langfrist-Vergleich, wie zum Beispiel die Durchschnittsspende bei Briefen an bestehende Spender:innen, die 65 Franken erreichte. Weil der Response etwa gleich blieb und die Fundraising-Teams die Auflagen erhöhen konnten, brachten Inhouse-Aktionen rund 10 Prozent mehr Bruttoertrag als 2019.»

Markt zu einem Fünftel abgebildet

Im Direct Mail Panel erfassen über 60 Schweizer Organisationen aller Grössenordnungen und aus den Bereichen Entwicklungszusammenarbeit, Sozialhilfe, Gesundheit und Umwelt jährlich die Ergebnisse von rund 500 Direktmarketing-Aktionen, davon rund 100 Kampagnen zur Gewinnung neuer Spendenden. Sie brachten 2020 insgesamt 135 Millionen Franken an freiwilligen Zuwendungen. Damit dürfte etwa ein Fünftel der via Spendenbriefe und Streuwürfe im ganzen Land geleisteten Spenden statistisch erfasst sein.

Die Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit sorgten 2020 für eine ausserordentlich hohe Zahl von Spendensendungen mit ihren teils adressierten, teils in alle Haushalte verteilten Nothilfe-Appellen für Pandemieopfer. Die gedruckten und im Direct Mail Panel von Swissfundraising erfassten Exemplare wuchsen um 23 Prozent, und die Höhe der ersten Spende stieg im Vergleich mit dem Vorjahr um 10 Prozent.

Bekanntheit ist mitentscheidend

Die Spendenden wählten aber auch 2020 gezielt aus, wen sie berücksichtigten, und die Rücklaufquoten auf Akquisitionsmassnahmen stagnierten. Relativ unbekannte Organisationen fanden wie üblich im Vergleich mit den grossen viel geringere Akzeptanz. Akquisition deckt fast nie sofort die getätigten Investitionen.

Geschenkbeilagen legen die Organisationen gemäss ihren Selbstdeklarationen im Direct Mail Panel übers Jahr hinweg 30 Prozent ihrer Sendungen bei. Im Sommer gibt's traditionell fast nichts gratis, im November enthält jede zweite Aktion ein Give-away. Diese steigern zwar den Rücklauf über alles gesehen um fast 70 Prozent; gleichzeitig reduzieren sie die durchschnittliche Spende aber um ein Drittel.

Babyboomer im Fokus

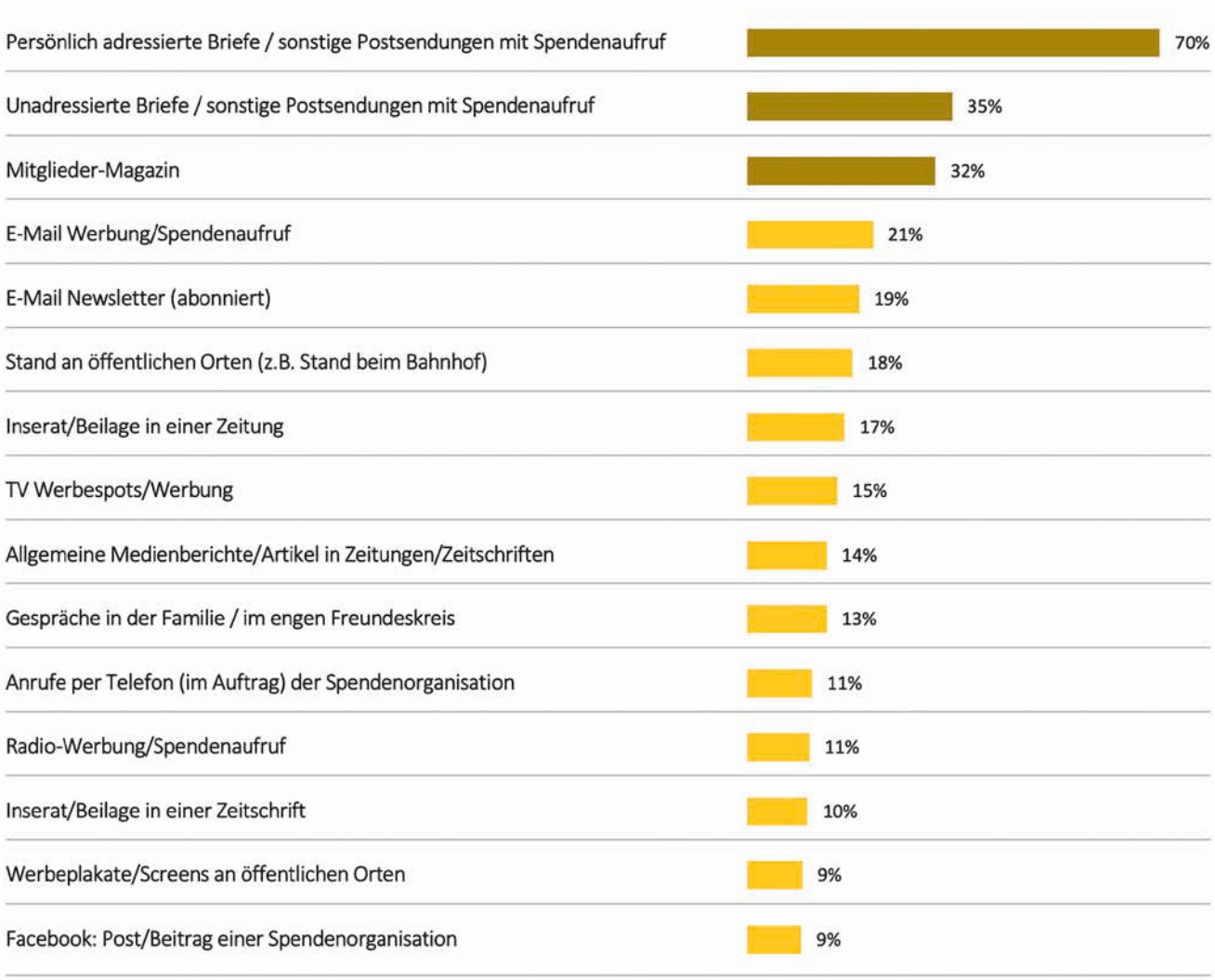
Die Schweizerische Post, eine der Hauptpartnerinnen für NPO bei ihrem Einsatz von Mailings, hat ausserdem im Mai 2021 durch

intervista eine repräsentative Befragung der Generation «Babyboomer» durchführen lassen. Pascal Reist, Projektleiter der Studie (die in gedruckter Form ab September unter dem Titel «Wie Babyboomer spenden» verfügbar sein wird), sagt zusammenfassend: «Persönlich adressierte Briefe stehen in der Donor Journey punkto Relevanz klar auf Platz 1. Kaum bedeutsam sind die Social-Media-Kanäle.»

Tatsächlich gaben 70 Prozent aller Befragten Spenderinnen und Spender in der intervista-Befragung an, dass sie dem adressierten Brief in den letzten fünf Monaten begegnet sind. Das ist ein doppelt so hoher Wert wie bei den unadressierten Briefen und zeugt von einer einzigartigen Reichweite. Knapp dahinter folgt das Mitgliedermagazin. Danach nehmen die Nennungen kontinuierlich ab. Hinter dem Spendenaufruf per E-Mail (21 %) rangieren der Stand an einem öffentlichen Ort, Fernsehwerbung, Medienberichte, Anrufe per Telefon und Radiowerbung. 9 Prozent der Befragten sind einer NPO auf Facebook begegnet. Die weiteren Social Media erreichen bei dieser Generation allesamt Werte unter 2 Prozent oder werden nicht genannt.

Bei der quantitativen Online-Befragung gaben 1002 Spenderinnen und Spender mit den Jahrgängen 1952 bis 1966 Auskunft zu ihrem Spendenverhalten. Die Studie ist repräsentativ für die Generation der Babyboomer in der deutschen und französischen Schweiz.

Reichweite der Touchpoints



Grafik: Intervista

Übersicht über die Reichweite der Touchpoints gemäss Intervista-Befragung der Generation «Babyboomer» in der Schweiz. Antwort auf die Frage: „Auf welchen Kanälen sind Ihnen in den letzten 5 Monaten Spendenorganisationen begegnet?“ (1002 Befragte, mehrere Antworten möglich).

Harter Sound – weiches Herz

Metallica haben angekündigt, die Betroffenen der Hochwasserkatastrophe in NRW und Rheinland-Pfalz über ihre „All Within My Hands Foundation" zu unterstützen. Die US-amerikanische Metal-Band spendet die Einnahmen aus den deutschland-exklusiven Single-Editionen ihres Song-Klassikers „Enter Sandman". Dieser wurde am 20. August anlässlich des Re-Release ihres legendären „Black Album" in drei verschiedenen Versionen veröffentlicht. Das „Schwarze Album" erschien 1991 und verkaufte sich fast 30 Millionen Mal.

▶ www.allwithinmyhands.org

Balkonien all inclusive

Reiseverhalten in der Zukunft

Das Fernweh nach den letzten anderthalb Pandemie-Jahren ist groß, aber werden wir auch weiterhin so viel wegfahren wie zuvor? Die Stiftung für Zukunftsfragen hat die Deutschen zu ihren Reiseplänen befragt. Heraus kam, dass fast zwei Drittel in Zukunft nicht mehr jedes Jahr in den Urlaub fahren wollen. Stattdessen können sie sich vorstellen, die Ferien auch mal zu Hause zu verbringen. Das gaben vor allem Singles, Familien und jüngere Senioren an. Gründe sind laut der Stiftung für Zukunftsfragen zunehmende „Flugscham", keine Lust auf Massentourismus, die Angebote in der eigenen Stadt, hohe Kosten, steigende Angst vor Naturkatastrophen und Terroranschlägen sowie die Tatsache, dass vor allem durch das Internet viele Orte auf der Welt bereits bekannt sind. Die Gruppe der 18- bis 24-Jährigen hingegen will weiter verreisen, um neue Menschen kennenzulernen und die Welt zu entdecken.

▶ www.zukunftserwartungen.de/verliert-das-reisen-seine-faszination

MEINE MEINUNG

„Freiwilligkeit bringt selten gewünschte Ergebnisse"

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Wie viele alte Handys haben Sie denn noch so in der Schublade? Erwischt? Bei uns zu Hause sind es insgesamt sechs. Damit liegen in unseren Schränken auch wertvolle Rohstoffe wie Seltene Erden, Kobalt, Silber, Gold, Nickel, Kupfer oder Tantal herum. Die Deutsche Bundesstiftung Umwelt hat nun über eine Forsa-Umfrage herausgefunden, dass die Mehrheit der Deutschen ein Pfandsystem für Smartphones befürwortet. Dass unsere Wegwerfwirtschaft nicht mehr funktioniert, haben inzwischen die meisten begriffen. Deshalb wird auch unsere Mentalität, immer das neueste Modell besitzen zu müssen, auf Dauer nicht aufgehen. Doch wie können wir die kostbaren Ressourcen, die in unseren alten Handys schlummern, recyceln? Dafür braucht es Anreize, denn Freiwilligkeit ist gut gemeint, bringt aber leider selten die gewünschten Ergebnisse. Warum auch sollte man sein altes Smartphone korrekt entsorgen, wenn das mit zusätzlichem Aufwand verbunden ist? Das Prinzip ist dasselbe wie beim Einkaufen. Damit alle ihren Wagen aufräumen, braucht es schon einen Euro. Genauso könnte es auch für Handys funktionieren. Und mit einem Pfand, das man schon direkt beim Handykauf obendrauf zahlen muss, würde sich bestimmt so mancher überlegen, ob es denn wirklich gleich ein neues sein muss oder ob es das alte nicht doch noch eine Weile tut. Smartphones sind schließlich längst kein Luxusgut mehr, sondern Gebrauchsgegenstände.

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

Kurzgefasst …

Von A bis Z

Das Internetportal „Wegweiser Bürgergesellschaft" der Stiftung Mitarbeit hat ein neues Feature freigeschaltet. Ab sofort finden Nutzer ausgewählte Methoden und Verfahren der Bürgerbeteiligung von „Aktivierender Befragung" bis „Zukunftswerkstatt" alphabetisch aufgelistet vor. Hinzu kommen aktuelle Beispiele aus der Praxis. Die Datenbank wurde vollständig überarbeitet und aktualisiert.

▶ www.buergergesellschaft.de/mitentscheiden/methoden-verfahren

Neue Förderinitiative

Um die Beziehungen zwischen Mensch und Umwelt intensiver zu erforschen, hat die Volkswagen-Stiftung eine Förderinitiative gestartet. Internationale Teams können bis 4. November 2021 bis zu 1,5 Millionen Euro beantragen. Innerhalb einer Projektgruppe sollen die Geistes- und Sozialwissenschaften sowie die Natur-, Lebens- oder Ingenieurwissenschaften vertreten sein.

▶ www.volkswagenstiftung.de/unsere-foerderung

Gepflegte Stiftung

Lavera, eine der bekanntesten deutschen Naturkosmetikmarken, wird in eine Stiftung überführt. Erfinder und Inhaber Thomas Haase, der 1987 die ersten Produkte auf den Markt brachte, will damit ein Zeichen für Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung setzen. Lavera engagiert sich schon seit Jahren für verschiedene Klima- und Tierschutzprojekte.

▶ www.lavera.de

Save the Date I

Der Schweizer Stiftungstag steht dieses Jahr unter dem Motto „30 Jahre proFonds" und ist für den 3. November 2021 geplant. In welcher Form er stattfinden wird, ist noch offen. Im letzten Jahr hatte proFonds, der Schweizer Dachverband der gemeinnützigen Stiftungen, seine jährliche Tagung wegen der Corona-Pandemie komplett virtuell ausgetragen.

▶ www.profonds.org

Save the Date II

Am 25. November lädt die Pax-Bank gemeinsam mit der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft BDO von 16 bis 19 Uhr zum 3. Kölner Stiftungsforum ein. Es geht um aktuelle wichtige Entwicklungen rund um Vermögensverwaltung und Anlagemöglichkeiten. Das Forum findet als Präsenzveranstaltung in Köln statt, eine Online-Teilnahme wird aber ebenso angeboten.

▶ www.pax-bank.de

„Müde und genervt"

Aktuelle Jugendstudie der TUI-Stiftung

Für junge Menschen in Europa hat sich die Lebenssituation während der Corona-Pandemie deutlich verschlechtert. Zu diesem Ergebnis kommt die fünfte Jugendstudie „Junges Europa" der TUI-Stiftung. Das Meinungsforschungsinstitut YouGov hat dazu 6253 Personen zwischen 16 und 26 Jahren in Deutschland und sechs anderen europäischen Ländern befragt. So beschreibt fast jeder Zweite den eigenen Gefühlszustand als „müde", „unsicher", „genervt" und „gestresst". Konkret verloren 39 Prozent während der Pandemie ihren Job oder mussten finanzielle Einbußen hinnehmen. Als besonders belastend empfinden die Jugendlichen die Beschränkungen im öffentlichen und sozialen Leben. Genau 72 Prozent gaben an, dass sie geschlossene Geschäfte, Sportvereine und der verminderte Kontakt zu Freunden und Familie stresst. 60 Prozent sorgen sich, dass dies auch in Zukunft so bleibt. Trotzdem halten sich nur 19 Prozent der jungen Europäerinnen und Europäer nicht an die Corona-Regeln.

▶ www.tui-stiftung.de

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

Schulen helfen Schulen

Das Netzwerk Freie Schulsoftware unterstützt digitalen Unterricht

Anfang Juli hat der gemeinnützige Verein Digitalcourage ein neues Hilfsprojekt für Schulen gestartet: Im „Netzwerk Freie Schulsoftware" finden alle Rat und Hilfe, die sich hinsichtlich digitaler Bildung von der Politik, den Ministerien oder Schulträgern im Stich gelassen fühlen: Lehrerinnen und Lehrer, die datenschutzfreundlichen, digitalen Unterricht umsetzen möchten, aber nicht wissen, wie sie anfangen sollen oder denen vermeintlich die Hände gebunden sind. Eltern, die sich immer wieder anhören müssen, es gäbe nur wenige funktionierende Lösungen. Schulen, die Microsofts und Apples Lock-Angeboten hörig sind und eigentlich doch wissen, dass digitale Lösungen im Bildungsbereich freier gestaltet werden sollten: mit quelloffenen, lizenzfreien, datensparsamen Programmen, von denen unzählige nur darauf warten, genutzt zu werden. Dass vorrangig freie Software an Schulen eingesetzt werden sollte, ist bei bildungsnahen Politikerinnen und Politikern beinahe unstrittig, doch die Umsetzung ist miserabel: zu langsam, zu inkonsequent und zu zurückhaltend finanziert.

Wer bereits gute Erfahrungen mit dem Einsatz von freier Software an Schulen gemacht hat, kann sich auf der Website des Netzwerks eintragen und andere zum Austausch einladen. Ob Videokonferenzen, Dateiablagen, Messenger, Lernmanagement-Systeme oder digitale Werkzeuge für einzelne Unterrichtsfächer – für alle gängigen kommerziellen und datensammelnden Software-Produkte gibt es freie Alternativen.

▶ **www.digitalcourage.de/netzwerk-freie-schulsoftware**

Freiwilligenbörse für Österreich

Caritas Österreich hat eine landesweite Plattform für Engagement entwickelt

Über 57 000 Freiwillige engagieren sich im Rahmen von 1600 Projekten und Einrichtungen der Caritas Österreich und ehrenamtlich in den Pfarren. Die Organisation sieht es als eine ihrer Aufgaben an, freiwillig Engagierten Angebote und Strukturen zur Verfügung zu stellen, die die Arbeit der Caritas bestmöglich unterstützen. Diesem Ziel entsprechend wurde kürzlich eine österreichweite Freiwilligenbörse lanciert, die die breite Palette an Möglichkeiten zur freiwilligen Mitarbeit sichtbar macht. Gregor Jakob-Feiks, Leiter des Freiwilligenengagements der Caritas Österreich: „Die Palette an Möglichkeiten zur freiwilligen Mitarbeit bei der Caritas ist sehr breit. Einmal mehr zeigt das die neue Freiwilligenbörse. Hier finden alle Interessierten ihre Form des Engagements bei der Caritas. Durch einfache Suchparameter wie zum Beispiel ‚Wo will ich helfen?', ‚Wem will ich helfen?' oder ‚Wann habe ich Zeit?' wird die Suche konkret und liefert passgenaue Möglichkeiten."

▶ **www.caritas.at/freiwillig**

In der Tat gut! 100 Jahre Auslandshilfe der Caritas

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

Luftbrücke im Biafra-Konflikt 1968. *Foto: Deutscher Caritasverband e.V.*

Im Jahr 1921 startete der Deutsche Caritasverband erstmals eine Hilfsaktion für notleidendende Menschen außerhalb von Deutschland. Im Rahmen der Hilfsaktion „Brüder in Not" wurden Lebensmittel und Medikamente in die damalige Sowjetunion geschickt, wo nach einer verheerenden Missernte eine Hungersnot ausgebrochen war. Seitdem steht die Hilfsorganisation bei Krisen und Katastrophen weltweit an der Seite von Menschen in Not und leistet mit ihren Partnern aus dem internationalen Caritasnetzwerk Not- und Katastrophenhilfe.

Man kann die Geschichte von Caritas international, dem Hilfswerk der Deutschen Caritas, als eine nicht enden wollende Aneinanderreihung von Krisen, Katastrophen und Kriegen lesen – von der damaligen Not in Sowjetrussland über die Hungersnot in Biafra, den Krieg in Vietnam, die schreckliche Dürre in Äthiopien, den Tsunami in Südostasien bis hin zum Krieg in Syrien heute – überall dort hat Caritas international geholfen und steht in diesen Regionen der Welt auch heute noch Menschen zur Seite.

Man kann die Historie aber auch aus einem ganz anderen Blickwinkel betrachten. Neben der Hilfe für Menschen in Not sind die vergangenen 100 Jahre stark geprägt von Hoffnung, Tatkraft und der grenzenlosen Solidarität der Spenderinnen und Spender, welche die zahlreichen Hilfen erst möglich machen.

Dafür richtet Caritas International ihr Fundraising in Deutschland besonders auch auf christliche Spenderinnen und Spender aus. Bereits seit vielen Jahren nutzt sie hierfür die zielgenaue und messbare Anzeigen- und Beilagenschaltung in den Publikationen der KONPRESS-Medien eG, die sich als erfolgreiches Marketinginstrument zur Neuspenderakquise erweist.

Die Chance, gemeinsam mit den Betroffenen etwas ändern zu können, die positiven Aufbrüche zu erkennen, Menschen zu befähigen, ihre Lage zu verbessern – darum geht es! Dass Familien, die vertrieben wurden, wieder ein Zuhause finden, dass Jugendlichen eine Berufsausbildung ermöglicht wird, Menschen zu helfen, sich besser vor Naturkatastrophen zu schützen – das ist es, was sich wie ein roter Faden durch die Hilfen der vergangenen 100 Jahre zieht.

Dank des weltweiten Caritas-Netzwerkes ist das Hilfswerk heutzutage nicht mehr nur in Russland, sondern fast überall auf der Welt vor Ort und hilft mit Rat und Tat innerhalb von mehr als 700 Projekten in mehr als 80 Ländern.

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

Mahnung der Steine

Im August 2020 erschütterte eine massive Explosion die Stadt Beirut. Die Agentur Territory will gemeinsam mit dem Verlagshaus Gruner + Jahr ein Zeichen gegen das Vergessen setzen und gleichzeitig Spenden sammeln. Herzstück des Projekts ist das Buch „Stones of Beirut". Auf rund 250 Seiten erzählen Journalisten bewegende Geschichten von besonderen Menschen und Gebäuden rund um den Explosionsherd im Hafen der Metropole. Das Buch ist auf Steinpapier gedruckt, das statt Zellulose Kalk aus zerstörten Häusern der Stadt enthält, und ist auf 1500 Exemplare limitiert.

▶ www.stones-of-beirut.com

„Villa Viva"

Social Business: Viva con Agua hat mit „The Backpack" das älteste Hostel in Kapstadt übernommen

Die NGO Viva con Agua ist unter die Hostelbetreiber gegangen. Mit diesem Schritt schreibt die Organisation, die sich weltweit für einen sicheren Zugang zu sauberem Trinkwasser und sanitärer Grundversorgung einsetzt, ein neues Kapitel im Bereich Social Business. Finanziert wird das Projekt „Villa Viva" für mindestens zehn Jahre durch 20 befreundete Investoren, unter denen sich auch die Hamburger Agentur BrinkertLück befindet. Sie unterstützt die „Villa Viva" mit insgesamt 50 000 Euro. „Ich habe schon lange überlegt, wie sich unsere Agentur verstärkt für einen weltweit verantwortungsvollen Umgang mit Wasser einsetzen und Viva con Agua unterstützen kann. Die ‚Villa Viva' ist nunmehr die perfekte Option. Ich bin überzeugt, dass unsere Welt mehr Raum für kreative Lebensfreude mit sozialem Mehrwert benötigt", lässt sich Raphael Brinkert, Geschäftsführer und Gründer von BrinkertLück, in einer Mitteilung zitieren. Mit der „Villa Viva" entstehe in Kapstadt ein Ort, an dem sich Freunde und Supporter von Viva con Agua treffen und zusammen mit engagierten Locals an Projekten und Ideen arbeiten können. Die Erlöse aus den Übernachtungen und der Gastronomie fließen direkt in regionale Projekte der Organisation.

▶ www.vivaconagua.org/news/villa-viva-in-suedafrika

MEINE MEINUNG

„Das ist eine dringend notwendige Debatte"

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Kürzlich kam es in der Schweiz zu einem gar nicht ganz so kleinen Aufreger. Das dortige Bundesamt für Landwirtschaft hatte den Gedanken angeregt, ein Verbot für Billigfleisch-Werbung einzuführen. Und wie das so ist, waren bei diesem Thema augenblicklich die Fronten verhärtet. Bei Nahrungsmitteln hört schon lange der Spaß auf, zu sehr ist deren Konsum aktuell mit vermeintlichen moralischen Aspekten aufgeladen. Von umweltrelevanten mal abgesehen. Klar ist, dass es keinerlei Argumente für Billigfleisch gibt.

Was aber würde ein Verbot solcher Werbung bringen? Nichts. Aber das ist auch gar nicht der Punkt. Zwar ist der Ansatz von Verboten immer ein falscher. Anreize hingegen sollten das Mittel der Wahl sein, weil dieser Weg nachweislich erfolgreicher ist. Trotzdem ist es gut, dass überhaupt irgendein Vorstoß versucht wurde, der über wirkungslose Siegel oder Ampeln auf Verpackungen hinausgeht. So gesehen heiligt der Zweck schon wieder die Mittel, ganz gleich, ob es jemals zu einem solchen Verbot kommen wird oder nicht. Gekauft werden derartige niedrigpreisige Produkte doch sowieso weiterhin.

Das Formulieren eines möglichen Werbeverbots hat aber gezeigt, wie es diesbezüglich unter dem Deckel offensichtlich ordentlich brodelt und worum es eigentlich geht: unser aller Bewusstsein und Verantwortung im Konsum. Hier zeigt sich, dass wir dringend eine öffentliche Debatte brauchen, nicht nur in der Schweiz.

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

Kurzgefasst …

Wirtschaft kann Kinder: Spendenrekord

Der Verein „Wirtschaft kann Kinder“ hat im Juli im Rahmen seines 8. Charity Race in Leipzig 400 000 Euro an Spenden eingesammelt. Das Geld geht an die Off Road Kids Stiftung, den Bundesverband Kinderhospiz e. V. für dessen Projekt „Frag OSKAR“, den Straßenkinder e. V. Leipzig, das Kinderhospiz Bärenherz Leipzig e.V. und das Elisabethstift für dessen Projekt „Mehr ABC durch WLAN“.

▶ www.wirtschaftkannkinder.de

Nextbike für Bäume

Seit Anfang Juli spendet der Bike-Sharing-Anbieter Nextbike pro verkauftem Monatstarif einen Euro an die gemeinnützige Organisation „Aktion Baum“. Damit wird die Pflanzung von zwei Setzlingen (Eiche, Kiefer, Ahorn) in einem Waldgebiet in Deutschland finanziert. Die Kooperation läuft zunächst bis zur kommenden Pflanzperiode im November.

▶ www.nextbike.net/aktion-baum

Fotoservice Pixum spendet 500 000 Euro

Der Fotoservice Pixum hat die im letzten Jahr gesenkte Mehrwertsteuer in Spenden umgewandelt: Die Kunden konnten bei einem Kauf selbst entscheiden, ob sie die Steuer einsparen oder spenden wollten. Das Ergebnis waren mehr als 500 000 gespendete Euro. Ein Komitee hat elf Projekte ausgewählt, die jeweils 11 111 Euro erhalten haben; weitere Projekte jeweils 7777 Euro.

▶ www.pixum.de/spenden

App ins Beet

Die Deutsche Bundesstiftung Umwelt hat die Gärtner-App „Alphabeet“ finanziell gefördert. Das Ergebnis ist ein digitaler Ratgeber für alle, die selbst erfolgreich Gemüse im eigenen Garten anbauen wollen. Das schmeckt nicht nur am besten, gleichzeitig sensibilisiert das „Selbermachen“ für umweltfreundlicheres Konsumverhalten. Mehr als 80 000 Nutzer sind schon davon überzeugt.

▶ www.alphabeet.org

84 421 846 Schritte = 14 000 Euro

Die Versicherungsgruppe „Die Bayerische“ und die Nürnberger Versicherung hatten die User ihrer Fitness-Apps zu einer sportlichen Challenge aufgerufen: innerhalb von 20 Tagen insgesamt 60 Millionen Schritte zurückzulegen und so eine Spende an den Bundesverband Kinderhospiz e. V. auszulösen. Mehr als 84 Millionen Schritte führten am Ende zu einer Spende von 14 000 Euro.

▶ www.bundesverband-kinderhospiz.de

Klimagerechtigkeit

Die Caritas Schweiz zeigt, was unser Verhalten im globalen Süden anrichtet

Die Klimakrise verschärft Hunger und Armut. Aber was geht das uns an? Was heißt „gerecht“ in diesem Zusammenhang? Und was ist nachhaltige Entwicklungspolitik in Zeiten der Klimakrise? In einer dreiteiligen Filmserie – entwickelt und redaktionell begleitet von der Agentur Schroten in enger Zusammenarbeit mit Caritas Schweiz – geht Moderator Hannes Hug den Dimensionen der Klimakrise nach, unterhält sich mit Experten aus den Bereichen Klima, Ethik und Entwicklungspolitik und lässt sich zeigen, was Caritas Schweiz in Tadschikistan, in Bolivien und Mali unternimmt, um den Bauern zu helfen. Zudem kommen direkt Betroffene aus diesen Ländern zu Wort und legen dar, wie der durch die Industriestaaten verschuldete Klimawandel sie vor große und bedrohliche Herausforderungen stellt. Die drei rund fünfminütigen Filme beleuchten die große globale Herausforderung Klimagerechtigkeit und unseren realistischen, aktiven Umgang damit.

▶ www.caritas.ch

Diese Spendenquittung hat Gewicht.

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

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

SPENDENSTEIN

Fundraising mit Mehrwert!
NEU!
www.spendenstein.de

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

Come on, Buddy!

Ein österreichisches Social Business verbindet junge Menschen

Dass Chancen und Bildungszugänge ungleich verteilt sind, ist nicht neu. Dass diese abhängig von Herkunft und Wohnort sind, auch nicht. Dass man diesem Umstand jedoch entgegenwirken kann, beweist das Wiener Social Business Sindbad. Die Vision: eine Welt, in der Bildung und Chancen gerecht verteilt sind, in der Jugendliche ihr Leben frei gestalten und ihre Zukunft nach ihren Talenten und Leidenschaften ausrichten, unabhängig ihrer sozialen Herkunft.

Von FELIX FRÖHLICH

Als Mentor unterstützte Simon (rechts) seinen Mentee Justin tatkräftig bei der Ausbildungswahl und verhalf ihm zu einer Lehrstelle als Elektroanlagen- und Betriebstechniker.

2016 kam bei den drei Freunden Andreas Lechner, Joseph Kap-herr und Matthias Lovrek der Wunsch auf: Jugendliche sollen ein selbstbestimmtes Leben führen und ihren Bildungsweg bewusst gestalten können. Die Vision, die Gesellschaft ein wenig chancengerechter zu machen, trieb sie voran. Am Markt gab es zwar schon einige Online-Angebote und Beratungsstellen für Jugendliche, doch ein Mentoringprogramm, das auf eine persönliche 1:1-Beziehung für den Bildungsübergang setzt, gab es noch nicht. Sie waren der Überzeugung, dass eine individuelle und reflektierte Begleitung einen enormen Mehrwert für die Jugendlichen haben würde. Hier war eine Marktlücke, die geschlossen werden sollte. Die drei Freunde begannen, im Freundeskreis zu fragen, wer sich vorstellen könnte, einen Jugendlichen „an die Hand zu nehmen" und dabei in eine andere Lebenswelt einzutauchen.

900 Begegnungen

Die erste Sindbad-Staffel begann, die ersten 27 Mentoren wurden geboardet und mit ebenso vielen Mentees „gematcht". Und es hat funktioniert. Fünf Jahre später hat Sindbad über 900 Jugendliche erreicht und somit mehr als 1800 junge Menschen miteinander in Verbindung gebracht.

Und wie funktioniert das Programm genau? In einem, je nach Saison acht- oder zwölfmonatigen Mentoring-Programm werden Jugendliche (Mentees) im letzten Pflichtschuljahr, im Schnitt also zwischen 14 und 16 Jahren, mit jungen Berufstätigen oder Studenten (Mentoren) in Verbindung gebracht. Die Schüler aus benachteiligten Verhältnissen profitieren von einer persönlichen Begleitung bei der Entscheidungsfindung bezüglich ihrer Zukunft nach der Pflichtschule. Weiterführende Schule oder Lehre? Wo und wie bewerbe ich mich richtig? Wo melde ich mich im Fall der Fälle krank? Die Jugendlichen haben oft niemanden, dem sie diese Fragen stellen können. Mit einem (ehrenamtlichen) Mentor haben sie bei Sindbad eine Ansprechperson, die ihnen auf niederschwellige Art Fragen beantworten und Informationen leicht zugänglich machen kann. Oft geht diese Beziehung auch über die professionelle Ebene hinaus. Viele Beteiligte gehen gemeinsam zum Sport, ein Eis essen oder reden über ganz alltägliche Dinge. Zwischenmenschliche Beziehungen entstehen

Bildungsgerechtigkeit als Ziel

„Ich habe einen Job mit Sinn und arbeite mit Menschen, die ich mag", sagt Janet Kuschert, Geschäftsführerin von Sindbad Österreich. Der Sinn? „Bildungsgerechtigkeit ist in Österreich bei Weitem noch nicht

Realität, Bildungswege werden vererbt, das ist schade. Wir lassen als Gesellschaft extrem viel Potenzial liegen, das man anders nutzen könnte, und es wäre viel mehr möglich, wenn man Jugendlichen Unterstützungsmöglichkeiten zur Verfügung stellen würde." Dafür kämpft Sindbad.

Die Bedeutung von Beziehung

Soziales Kapital wird hier großgeschrieben. Denn nicht nur die Jugendlichen sollen von dem Programm profitieren. Die jungen Erwachsenen (zwischen 20 und 35 Jahren) lernen einen jungen Menschen kennen, den sie sonst vermutlich nie getroffen hätten und begleiten sie oder ihn ein Stück weit in einer wichtigen Lebensphase. Die Mentoren vertiefen dabei ihre sozialen Fähigkeiten, erwerben Führungsqualitäten und übernehmen gesellschaftliche Verantwortung. Die Folge: ein gesamtgesellschaftlicher Mehrwert auf vielen Ebenen.

Zwischenmenschlicher Austausch als Grundlage

Und was sind die nächsten Ziele? „Dass unsere Kick-Off-Events endlich wieder in persona stattfinden können. In Zeiten von Corona mussten wir diese ins Digitale verlegen. Diese Phase haben wir gut gemeistert. Aber Sindbad lebt nun mal von Beziehung und zwischenmenschlichem Austausch und der funktioniert im ‚wahren Leben' einfach besser", so Kuschert weiter.

Auch das Mentoring selbst hat in den letzten anderthalb Jahren unter der Pandemie gelitten. Persönliche Treffen waren kaum möglich, die Kommunikation fand großteils online statt, freie Lehrstellen: Mangelware. Wichtiger denn je, nah an den Jugendlichen dranzubleiben und Unterstützung anzubieten.

Sindbad gibt es mittlerweile an sieben Standorten österreichweit. Das nächste große Ziel: neun Standorte und damit in jedem Bundesland Österreichs vertreten zu sein. Und wer weiß, vielleicht ja auch irgendwann einmal in Deutschland.

Felix Fröhlich, in Wien geboren und lebend, ist Teil von Sindbad Social Business. Nach einem Studium der Film- und Medienproduktion verschlug es ihn in verschiedenste Richtungen, wobei der Aspekt der sozialen Nachhaltigkeit ihn stets begleitete. Dies führte dazu, dass er zu Beginn dieses Jahres bei Sindbad Österreich anheuerte und dort für die Bereiche Standortbetreuung sowie Öffentlichkeitsarbeit zuständig ist.
▶ www.sindbad.co.at

FUNDRAISINGBOX

SALESFORCE-CONNECTOR

Salesforce wird zum Fundraising-Tool

Verknüpfen Sie die FundraisingBox mit Salesforce und nutzen Sie das Beste aus beiden Welten:

- Digitale Fundraising-Tools
- Alle Zahlungsarten und automatische Abwicklung
- Datensychronisation in Echtzeit
- Arbeiten nur in Salesforce
- Individuelles Setup inklusive

fundraisingbox.com/salesforce

Die Gunst der Stunde

Mit SOLOCharity Ride im Lockdown zum Fundraising-Coup

Sportveranstaltungen zum P2P-Fundraising zu nutzen, ist längst kein Geheimtipp mehr. Neben Lauf-Events nehmen dabei gerade Fahrrad-Veranstaltungen zu. Für die McDonald's Kinderhilfe Stiftung gingen seit einigen Jahren mehrere Teams beim niederländischen Home Ride an den Start, einer Radtour, die als Staffel über 24 Stunden und 500 Kilometer gefahren wird. Als im Frühjahr 2020 die pandemiebedingte Absage verkündet wurde, war das keine Überraschung. Ein Rad-Event mir mehreren hundert Teilnehmern war im Jahr von Social Distancing schlicht undenkbar. Tatsächlich?

Von CHRISTIAN BÄCKER

SOLOCharityRide 2021: Das Team Kinderhilfe der McDonald's Kinderhilfe Stiftung ist natürlich auch mit am Start.

So wirklich mochte sich bei der Kinderhilfe niemand von der grundsätzlichen Idee verabschieden: Radfahren an der frischen Luft, das musste doch trotzdem irgendwie möglich sein, waren sich das Fundraising-Team und der Vorstand sofort einig. Und tatsächlich stand schnell ein Motto im Raum: Alleine auf dem Rad, gemeinsam für Familien schwer kranker Kinder. Anstatt alle Teilnehmer an einem Ort zu versammeln, würde einfach jeder Fahrer eine selbstgewählte Strecke zurücklegen. Es kommt dabei nicht auf Zeit, Kilometer oder den Grad des sportlichen Vermögens an, sondern darauf, dabei zu sein und Spenden zu sammeln. Der Veranstaltungsname ergab sich dabei fast von selbst: SOLOCharity Ride.

Eventcharakter dank sozialer Medien

Das Gemeinschaftsgefühl würde dabei digital entstehen: In den sozialen Medien posten die Fahrer unter dem Hashtag #solocharityride Fotos und Videos von ihrer Tour und füllen den Eventcharakter so mit Leben. Als prominente Schirmherrin war Sky-Moderatorin Nele Schenker das Gesicht der Aktion und bewarb den Ride auf ihren Kanälen.

Für die Umsetzung blieben rund acht Wochen. Die Teilnehmer sollten sich über die Kinderhilfe-Website anmelden, indem sie eine persönliche Online-Spendenaktion anlegen. Die entsprechende Infrastruktur bestand bereits, sodass die Landingpage innerhalb weniger Tage aufgesetzt war. Pro gemeldetem Fahrer wurde eine Start-Gebühr von 20 Euro in Rechnung gestellt. Im Gegenzug erhielt jeder ein Starter-Kit mit gebrandetem T-Shirt, Startnummer sowie einigen gesponserten Give Aways. So konnten die Veranstaltungskosten gedeckt werden, und alle Spenden kamen zu 100 Prozent dem Stiftungszweck zugute.

Zwei unterschiedliche Zielgruppen

In der kurzen Bewerbungsphase haben wir zwei Spendergruppen in den Fokus gestellt. Erste Zielgruppe: Familien, die bereits in einem Ronald-McDonald-Haus der Stiftung gelebt hatten und in ihrem Bekanntenkreis ein Herzensprojekt bewerben wollen. Zweite Zielgruppe: Unternehmen, die über Volunteering-Gruppen ein Team-Event suchen und zusätzlich eine Spende tätigen möchten.

Das Ergebnis war so unerwartet wie grandios: 400 offiziell registrierte Teilnehmer und über 100 000 Euro an Spendeneinnahmen. Demgegenüber standen lediglich die Kosten für Produktion und Versand der Starter-Kits, welche durch die Teilnehmergebühr weitestgehend gedeckt waren.

Upgrade im zweiten Jahr

Dass es 2021 eine Fortsetzung geben sollte, war schnell klar – mit einigen entscheidenden Upgrades. Durch die längere Vorlaufzeit konnten vor allem die Teilnehmer-Akquise optimiert und noch mehr Spendergruppen angesprochen werden. Die Akquise fand dabei zum einen national statt, über die Kanäle der Stiftung. Zum anderen wurde das Tool verstärkt regional durch die einzelnen Ronald-McDonald-Häuser, die auch am Event-Tag mit Verpflegungsstationen aktiv eingebunden waren, genutzt. Dadurch wurde das Gemeinschaftsgefühl, das wieder virtuell entstand, auch physisch gestärkt.

Neben der Ansprache bestehender Kontakte wurde per Social-Media-Werbung Awareness generiert. Mit vollem Erfolg! Die Teilnehmerzahl konnte im Vergleich zum Vorjahr mit 1 500 gemeldeten Fahrern fast vervierfacht werden. Der Spendenzähler steht knapp zwei Wochen nach der Veranstaltung bei rund 300 000 Euro.

Funktioniert es auch ohne Lockdown?

Was sich eindeutig gezeigt hat: Ein Spenden-Event kann auch digital ein Gemeinschaftsgefühl erzeugen, wenn es entsprechend moderiert wird.

Die Herausforderung für die Zukunft liegt ganz klar in der Frage, ob das Konzept auch ohne Lockdown trägt. Stellschrauben wie eine engere Zielgruppen-Definition, ergänzende Disziplinen wie Läufe oder das Ausweiten der Aktion auf einen ganzen Monat statt nur eines konkreten Veranstaltungs-Tags bieten hier die Möglichkeit, das Projekt stets neu anzupassen. Klarer Plus-Punkt: Der relativ geringe Aufwand im Vergleich zum Spendenertrag. Als ergänzendes Fundraising-Tool zu Präsenz-Veranstaltungen ist das Konzept des SOLOCharity Rides bei der Kinderhilfe auf jeden Fall etabliert.

Nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre in Augsburg und ersten Erfahrungen im Vertrieb kam **Christian Bäcker** 2010 zur McDonald's Kinderhilfe Stiftung. Seit 2013 ist er für das Fundraising der Stiftung in Deutschland verantwortlich. 2014 schloss er dazu das Studium zum Fundraising-Manager (FH) an der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften ab.
▶ www.mcdonalds-kinderhilfe.org

TeleDIALOG
Telefon-Fundraising
www.teledialog.com

Die Spenden-Flut kanalisieren

Aufmerksamkeit für hochwassergeschädigte Vereine: Flutspenden.de

Als im Sommer Bayern, Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen und dann auch Sachsen vom Hochwasser getroffen wurden, zog die Redaktion des Fundraiser-Magazins wieder die Gummistiefel an – allerdings nur symbolisch. Mit der Website Flutspenden.de stellen wir ein Online-Portal bereit, das hilft, die Spenden-Flut zu den passenden Projekten vor Ort zu leiten.

Von PIA RAST

Schon 2013 zur Elbeflut hatten wir die Website Flutspenden.de ins Leben gerufen, um Vereine, die selbst betroffen oder vor Ort aktiv waren, zu unterstützen. Menschen, die zum Beispiel einer „abgesoffenen" Kita oder einem verwüsteten Tierheim in einem bestimmten Ort mit Spenden helfen wollten, konnten auf Flutspenden.de entsprechende Projekte mit Spendenkonten finden, durch uns auf Seriosität geprüft.

Klar, dass dieses nützliche Portal wieder online gehen sollte. Allerdings war die Website technisch veraltet und auf mobilen Geräten nur sehr eingeschränkt nutzbar.

Doch wozu sind wir gut vernetzt?! „Da ich gerade selbst aus der Eifel zurückkomme und gesehen habe, wie schlimm die Zustände dort sind, finde ich die Aktion großartig und unterstützenswert", schrieb Eva Hieninger, Chefin der Fundraising-Agentur getunik, per E-Mail. Und sie machte auch gleich ein faires Angebot: „Gerne möchten wir auch einen Teil dazu beitragen. Wir haben vor Kurzem unser neues Digital Fundraising Kit gelauncht. Der auf Wordpress basierende Website Builder ist auf kleine Spendenorganisationen oder -aktionen ausgelegt. Da wir das Produkt sehr standardisiert haben, können wir das Set-up auch in Rekordzeit erledigen."

Konkrete Hilfe vor Ort ermöglichen

Gesagt, getan: Zügig, unkompliziert und für Flutspenden.de kostenfrei setzte das getunik-Team die Website neu auf. Via Zoom gab es eine technische Einweisung, eine Ansprechperson war immer für unsere Fragen und Wünsche erreichbar, sogar sonntags. Auch das schicke Logo stammt aus dem Hause getunik.

Die Redaktion des Fundraiser-Magazins recherchiert seitdem laufend seriöse Spendenkonten von Organisationen und Kommunen und stellt diese über das Content-Management-System auf die Website. So sind die Spendenprojekte auch von Google und Co. besser auffindbar. Menschen, die mit ihrer Spende konkret vor Ort helfen und später sehen wollen, was mit dem Geld bewirkt wurde, können sich auf Flutspenden.de informieren und das Passende auswählen. Bei Redaktionsschluss waren schon 70 geprüfte Projekte online.

Projekte überhaupt sichtbar machen

Viele Vereine stehen nach der Hochwasserkatastrophe nun vor einem kompletten Neuanfang. „Wir möchten die große Spendenbereitschaft auch zu den vielen kleinen und mittleren Initiativen vor Ort lenken. Sie können sich aktuell gar nicht um ihr Fundraising kümmern. Durch Flutspenden.de erfährt man von diesen Organisationen überhaupt erst", erläutert Matthias Daberstiel, der den Kontakt zu den Vereinen knüpft und pflegt. Vom Hochwasser betroffene Projekte können sich unter *kontakt@flutspenden.de* melden.

▶ www.flutspenden.de
▶ https://fundraising-kit.getunik.com/de

Wir helfen Ihnen über den Berg.

Ifunds hat die erfahrenen Bergführer*innen.

Wenn der Berg an administrativen Arbeiten mal wieder nicht zu bewältigen erscheint, hilft nur eine erfahrene Seilschaft. Wir von Ifunds stehen an Ihrer Seite und übernehmen gerne einen Teil Ihrer zeitraubenden Arbeit. Ganz egal ob Spenderdaten-Check, die richtige Zielgruppenauswahl oder die Beratung bei DSGVO-Themen: Wir übernehmen die Arbeiten, für die Sie eigentlich gar keine Zeit haben. Damit Sie sich auf das Wesentliche konzentrieren können: Hilfe leisten!

Kontaktieren Sie uns!

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

ifunds

„Der Philanthropie stehe

Mit der Aussage, 90 Prozent ihres Vermögens spenden zu wollen, und ihrer Forderung nach einer Vermögenssteuer für das oberste ein Prozent machte die österreichische Millionenerbin Marlene Engelhorn im Frühjahr Schlagzeilen. Mit unserer Redakteurin Ute Nitzsche sprach die Studentin aus Wien über Steuergerechtigkeit, die Verantwortung Vermögender gegenüber der Gesellschaft und was für sie echter Reichtum ist.

? Was bedeutet Ihnen Geld und was ist für Sie Reichtum?

Schon Ihre Frage zeigt, wie privilegiert ich bin. Für die allermeisten Menschen stellt sich diese Frage nämlich nicht abstrakt, sondern ganz konkret: Wie erarbeite ich genug Geld, um für meine Familie ein gutes Leben zu ermöglichen? Wie schaffe ich es, über die Runden zu kommen? Wie kriege ich es hin, dass es meine Kinder einmal besser haben als ich? Reichtum wird auch in meinem Kopf zunächst einmal mit Geld assoziiert. Finanzielle Freiheit und Sicherheit sind wichtig, darum wünsche ich mir auch, dass sie kein Luxusgut bleiben. Reichtum im weiteren Sinne drückt sich für mich in der Qualität von Beziehungen aus, der Freiheit zu tun, was einem wichtig ist, und in der Sorglosigkeit, was die eigenen Grundbedürfnisse angeht.

? Seit wann wissen Sie, dass Sie einmal mehrere Millionen erben werden und was war Ihr erster Gedanke, als Sie es erfahren haben?

Ich habe den Jackpot im Geburtenlotto geknackt. Das weiß ich natürlich schon seit meiner Jugend, allerdings wurde es erst mit der Ankündigung des Erbes real. Konkret beschäftige ich mich nun seit bald zwei Jahren sehr aktiv mit dem Thema.

? Bekommen Sie schon jetzt Anfragen von Organisationen, die gern einen Teil Ihres Vermögens haben wollen, wenn Sie Ihr Erbe erhalten? Wie viele lassen sich schon „vormerken"?

Die Anfragen, die ich erhalte, sind in der Regel ausgesprochen respektvoll, und die meisten wünschen sich zunächst einmal generell den Austausch.

? Warum haben Sie sich entschieden, mit Ihren Plänen an die Öffentlichkeit zu gehen?

Wer über so viel Geld verfügt wie Superreiche, verfügt auch über Macht: Das kann in einer Demokratie keine private Angelegenheit sein. Meine Sonderstellung als vermeintlich „Betroffene" verschafft mir Aufmerksamkeit. Die nutze ich, um mich für Steuergerechtigkeit einzusetzen: Es ist ja auch in meinem Interesse, wenn es den Menschen gut geht, mit denen ich hier, in dieser Stadt, in diesem Land, in einer Gesellschaft zusammenlebe.

? Wollen Sie den Druck auf andere Superreiche erhöhen und Nachahmereffekte erzeugen?

Welchen Druck meinen Sie? Den Druck, Macht und Geld endlich gerecht zu verteilen, zum Wohle und im Sinne aller? Ich möchte mich für die demokratisch geführte Debatte starkmachen, und wenn sich andere dadurch bestärkt fühlen, sich auch für Steuergerechtigkeit einzusetzen, dann freut mich das.

ich skeptisch gegenüber“

? Haben Sie schon konkrete Vorstellungen, wofür Sie spenden wollen? Nach welchen Kriterien werden Sie entscheiden, wer das Geld bekommt?

Die Gerechtigkeitsfrage kann und soll doch eine einzelne Person nicht beantworten müssen. Im deutschen Grundgesetz steht dazu ein ganz wichtiger Satz: „Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen.“ Diesen Grundsatz haben wir in den letzten Jahrzehnten aus den Augen verloren. Wer Vermögen hat, hat eben auch eine Verantwortung. Die gilt es auch zu übernehmen: Und wenn das heißt, dass eine Handvoll Menschen unfassbar viel Geld und damit Macht und Einfluss anhäuft, dann bedeutet Verantwortung zu übernehmen, dass wir uns und unser Vermögen in den Dienst der Demokratie stellen.

? Sie fordern eine Vermögenssteuer für das oberste ein Prozent sowie eine radikale Umverteilung. Wie soll die aussehen und welche Reaktionen erhalten Sie darauf, vor allem von vermögenden Personen?

Demokratisch organisierte Gesellschaften lösen die Verteilungsfrage über Steuern. Die Frage ist nicht, ob wir Steuern brauchen, sondern wie wir sie gestalten. Bereits bei einem sehr kleinen Jahreseinkommen wird das Arbeitseinkommen in Österreich mit 20 Prozent besteuert. Das verlangen wir von jeder alleinerziehenden Mutter, die ihre Kinder mit einem Teilzeitjob durchbringt, ganz selbstverständlich. Warum machen wir bei den Superreichen da eine Ausnahme?

Thomas Piketty, ein französischer Ökonom, schlägt beispielsweise vor, fünf Prozent des Steueraufkommens eines Landes über Erbschafts- und Vermögenssteuern zu lukrieren und dann umzuverteilen mit einem Erbe für alle: Jeder Bürger und jede Bürgerin erhält mit dem 25. Geburtstag 120 000 Euro. Diese Idee hat im Blick, dass Vermögen eben mehr ist als Geld: Damit sind Lebenschancen verknüpft, Möglichkeiten. Jedenfalls: So, wie es jetzt ist, war es nicht immer. Und so wie es jetzt ist, muss es nicht bleiben. In den Netzwerken, in denen ich aktiv bin, machen sich Vermögende die gleichen Gedanken wie ich, der Zuspruch ist groß und der Rückhalt stark. Ich bin wirklich nicht alleine mit meinen Forderungen.

? Ich habe als Reaktion auf ein Interview von Ihnen im ORF eine Meinung gelesen, dass unter einer Vermögenssteuer auch Unternehmer „leiden“ könnten, die sich ihr eigenes Unternehmen selbst aufgebaut haben. Andere sind der Meinung, dass die Superreichen mit der Einführung einer Vermögenssteuer dann einfach das Land verlassen. Was entgegnen Sie solchen Argumenten?

Auch Superreiche leben sehr gern in gut ausgebauten Wohlfahrtsstaaten. So gut wie alle entwickelten Industrienationen besteuern Erbschaften wie Vermögen mehr als Österreich. Klar würde es mit Einführung dieser Steuern Ausweicheffekte geben, das will ich gar nicht bestreiten. Aber langfristig schadet es mehr, mit Blick auf diesen überschaubaren Effekt, alle extrem Vermögenden aus ihrer Verantwortung zu entlassen. Oder anders formuliert: Wir wissen, dass es in jedem Land der Welt passiert, dass Menschen inoffiziell und an der Steuer vorbei arbeiten. Würden wir daher ernsthaft die Sinnhaftigkeit von Lohnsteuern in Frage stellen? Es gibt sehr gute und unterschiedliche Modelle für Vermögens- und Erbschaftssteuern, über die sollten wir uns aber alle gemeinsam ernsthaft unterhalten.

? Ist Ihnen Philanthropie unabhängig von Ihrem finanziellen Wohlstand wichtig oder geht es Ihnen vor allem darum, Vermögen gerechter zu verteilen und weil Spenden letztendlich auch dem eigenen Gewissen gut tut?

Brecht schreibt: „Wär ich nicht arm, wärst du nicht reich“, und er hat recht. Reichtum und Armut sind strukturell miteinander verknüpft: Das liegt an der Art und Weise, wie unser Wirtschaftssystem funktioniert. Reich wird man in der Regel nicht einfach nur durch Arbeit, Klugheit oder Fleiß, sondern entweder so wie ich, indem man erbt, und zwar nicht nur Geld, sondern auch Zugang zu den besten Institutionen aller Art – ein immenser Startvorteil. Oder indem man andere für sich arbeiten lässt – kein Manager kann behaupten, alles hänge allein von ihm ab. Verschärft wird die Ungleichheit noch dadurch, dass Reiche starken Einfluss auf die Politik nehmen können. Eine Folge davon: Sie zahlen kaum Steuern. Und dann geben wir den Reichtum von Generation zu Generation weiter – wieder steuerfrei. So wächst die Ungleichheit mit jedem Tag weiter. Wer sich ernsthaft sozial engagieren will, darf das nicht außer Acht lassen. Die Verteilungsfrage ist zuallererst eben auch eine Machtfrage. Der Philanthropie stehe ich skeptisch gegenüber: Zuerst an allen Ecken und Enden auf der ganzen Welt Steuern „sparen“ und dann mit einem Bruchteil des Vermögens demonstrativ wohltätig sein, ist nicht ehrlich.

? Sie setzen sich schon jetzt neben Ihrem Studium für verschiedene Initiativen ein, wie für die Guerrilla Foundation und Millionaires for Humanity. Was genau machen Sie dort?

Lernen, lernen, lernen und mitarbeiten, wo ich kann. Ich möchte mit diesem Erbe so sinnvoll und verantwortungsbewusst umgehen wie möglich. Es sollte aber nicht eine einzige Person entscheiden, was sinnvoll ist. Jedenfalls will ich mich für Steuergerechtigkeit einsetzen und auch andere vermögende Menschen davon überzeugen, dafür zu kämpfen.

? Wo sehen Sie Ihre persönliche Zukunft?

Vermutlich werde ich noch eine Weile mit dem Einsatz für Steuergerechtigkeit beschäftigt sein und danach werde ich weitersehen.

▶ guerrillafoundation.org
▶ taxmenow.eu

Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Marketing-Profi wechselt in die Schweiz

Die Fundraising- und Digital-Expertin **Sabine Wagner-Schäfer** wechselt zum 1. Oktober zur Schweizer Agentur Qmart in Zürich. Sie wird als Mitglied der Geschäftsleitung und Direktorin Digital-Marketing und Fundraising ihre langjährige Expertise als strategische Beraterin und Expertin für Digital-Marketing, Dialog-Marketing und als Fundraising-Expertin im Schweizer Non-Profit-Bereich einbringen. Zuvor prägte sie sieben Jahre lang das digitale Fundraising bei der AZ fundraising services GmbH in Gütersloh und entwickelte dort unter anderem das bekannte Online-Fundraising-Forum. Durch ihr Know-how wird Qmart, bekannt als Agentur für Campaigning, Automation und Data Services, den Bereich Digital-Marketing und Fundraising ausbauen.

zh aw School of Management and Law

Sinnvolles bewirken

Masterdiplom Fundraising Management
Berufsbegleitende Weiterbildung

Infoveranstaltungen:
19. Oktober 2021
30. November 2021

Auch für Teilnehmende aus Deutschland

www.zhaw.ch/zkm/mas-frm

Jetzt informieren!

Vom Umweltschutz zur Kinder- und Jugendhilfe

Seit 1. Juli ist **Jan Schlink** Leiter Marketing und Kommunikation bei der Schweizer Stiftung Pro Juventute mit Sitz in Zürich. Nach fast zehn Jahren beim WWF Schweiz, wo der studierte Soziologe verschiedene Leitungspositionen im Bereich Marketing und Kommunikation innehatte, kümmert er sich bei Pro Juventute mit seinem Team aus Kommunikations- und Marketing-Experten zukünftig um die Belange von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen.

Generationenwechsel bei B.A.U.M.

Professor Dr. Maximilian Gege übergibt den Vorstandsvorsitz des Netzwerks für nachhaltiges Wirtschaften B.A.U.M. an **Yvonne Zwick**. Die Diplom-Theologin durchlief verschiedene Positionen in der Geschäftsstelle des Rats für Nachhaltige Entwicklung. Zuletzt war sie stellvertretende Generalsekretärin und Leiterin des Büros Deutscher Nachhaltigkeitskodex. In ihrer neuen Position will sie sich für bessere Rahmenbedingungen für nachhaltiges Wirtschaften starkmachen.

Viel Know-how im Eventmanagement

Bereits seit April 2021 verstärkt **Rani Dhupia** als Veranstaltungsmanagerin das Team der Stiftung Aktive Bürgerschaft. Daneben arbeitet sie freiberuflich im Bereich Grafikdesign. Bevor sie zur Stiftung wechselte, war Rani Dhupia als Veranstaltungs- und Projektmanagerin für verschiedene Nichtregierungsorganisationen tätig. Sie ist gelernte Fremdsprachenkorrespondentin und hat Indienstudien und Spanisch an der Georg-August-Universität Göttingen studiert.

Vom Hotelbetrieb in den gemeinnützigen Sektor

Corinne Denzler hat am 1. Juli die Führung der Geschäftsstelle der Stiftung „Synapsis – Alzheimer-Forschung Schweiz AFS“ von Franco Rogantini übernommen, der sich in den Ruhestand verabschiedet hat. Corinne Denzler leitete zwölf Jahre die Schweizer Tschuggen Hotel Group. Neben ihrer Funktion als Group CEO betreute sie verschiedene Neueröffnungen an den Standorten Arosa, Ascona sowie St. Moritz und realisierte zahlreiche Projekte und Bauvorhaben. Bevor sie die Geschäftsführung der Stiftung Synapsis übernommen hat, war Corinne Denzler Direktorin des Hotels „Chenot Palace“ in Weggis. Als Vizepräsidentin der Schweizer Jugendherbergen sammelte sie Erfahrung in einer Non-Profit-Organisation, mit der sie die Stiftung Synapsis nun in die Zukunft führen will.

Führungswechsel am Deutschen Meeresmuseum

Der Ozeanograf Professor **Burkard Baschek** wird nach dem Sommer designierter wissenschaftlicher Direktor am Deutschen Meeresmuseum in Stralsund, das 1994 in eine Stiftung bürgerlichen Rechts überführt wurde. Der gebürtige Heidelberger studierte Physik und anschließend Physikalische Ozeanografie. Er promovierte in Kanada und verbrachte mehrere Jahre in den USA. Baschek wechselt vom Helmholtz-Zentrum Hereon, wo er seit 2012 in Geesthacht arbeitet, nach Stralsund. Er ist außerdem als Professor an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel tätig. International engagiert sich Burkard Baschek als Vorsitzender des internationalen Expertenrats eines „Sicheren Ozeans“ für die Eröffnungsveranstaltungen der UN-Dekade der Meeresforschung für nachhaltige Entwicklung.

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

Weibliches Spitzentrio bei der Caritas-Stiftung

Birgit Strohbach (im Bild rechts), die dem Vorstand der Caritas-Stiftung in der Diözese Rottenburg-Stuttgart seit 2017 angehört, hat zum 1. Juli mit **Angelika Hipp** (links) und **Katrin Öhler** (Mitte) Verstärkung bekommen. Die beiden Frauen wurden vom Stiftungsrat gewählt und von Bischof Gebhard Fürst in ihren Ämtern bestätigt. Angelika Hipp studierte Erziehungswissenschaften und ist seit 2011 Stiftungsreferentin und seit 2015 Geschäftsführerin bei der Caritas-Stiftung „Lebenswerk Zukunft". Die Politologin Katrin Öhler arbeitete bei der Caritas Fils-Neckar-Alb, zunächst als Leitungsassistenz, dann als Leitung Wirtschaft und Finanzen und später als Fachleitung Solidarität. Birgit Strohbach war bereits viele Jahre stellvertretende Vorsitzende des Stiftungsrates von „Lebenswerk Zukunft".

Neue Führungsstruktur am Mozarteum in Salzburg

Die Salzburger Stiftung Mozarteum hat eine neue Doppelspitze. Der Opernsänger **Rolando Villazón** (links im Bild) wurde zum neuen künstlerischen Leiter der Stiftung bestellt. Der gebürtige Mexikaner ist bereits Intendant der Mozartwoche und internationaler Mozartbotschafter für die Stiftung Mozarteum. Mit seiner neuen Aufgabe übernimmt er nun auch die Gesamtverantwortung für den laufenden Konzertbetrieb und alle künstlerischen Aktivitäten der Stiftung. Ihm zur Seite steht der Österreicher **Rainer Heneis** als neuer Geschäftsführer. Er ist Diplom-Kaufmann und arbeitet seit vielen Jahren als Medien- und Kulturmanager. Seit 2019 ist er für die Stiftung Mozarteum tätig und verantwortete bisher als Chief Marketing Officer das Marketing und die Kommunikation.

ALLIANZ FÜR DAS GEMEINWOHL

Gemeinsam erreichen wir,
was niemand alleine schaffen kann:
den Anteil gemeinnütziger Erbschaften
zum Wohle aller deutlich vergrössern.

Die Allianz für das Gemeinwohl setzt sich als Dachorganisation dafür ein, dass zukünftig mehr Vermächtnisse an Vereine und NPOs gehen.

Werden Sie jetzt Mitglied und profitieren Sie von vielen Vorteilen.
www.allianzgemeinwohl.ch

Neuer Vorsitzender des Kuratoriums

Dr. Christof Bosch hat den Vorsitz des Kuratoriums der Robert-Bosch-Stiftung an **Christoph Kübel** übergeben, der im vergangenen Jahr in den Gesellschafterkreis der Stiftung berufen wurde. Er ist bereits seit über drei Jahrzehnten bei Bosch, begann als Trainee und übernahm später verschiedenste Aufgaben, unter anderem in den Bereichen Umweltschutz und Informationssicherheit. Bis Ende 2020 war er Geschäftsführer und Arbeitsdirektor der Robert Bosch GmbH.

Hamburger NGO entwickelt Fortbildungen

Die Botschaft steckt im Namen. **Regine Wagenblast** (im Bild links), NGO-Profi, und **Susanne Alm-Hanke**, die zuvor bei dpa/news aktuell tätig war, gründen den Verein „nextARTlevel" und stellen in Kooperation mit Kunstschaffenden und Wissenschaftlern Erzieherinnen und Erziehern Methoden zur Wiederentdeckung der eigenen Kreativität zur Verfügung. Im nächsten Schritt fördern diese anschließend als Role Models auch die Kreativität der Kinder langfristig.

Misereor-Beirat mit neuem Vorstandsvorsitz

Felix Prinz zu Löwenstein hat am 1. August das Amt des Beiratsvorsitzenden von Michael Schöpf übernommen. Zu Löwenstein ist promovierter Agrarwissenschaftler und Biobauer und seit 19 Jahren Vorstandsvorsitzender des Bunds Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW). Er engagiert sich im Naturland-Verband, auf politischer Ebene und als Buchautor für eine umweltfreundlichere und nachhaltigere Landwirtschaft und war zuletzt Mitglied der von der Bundesregierung einberufenen Zukunftskommission Landwirtschaft. Misereor ist für Felix Prinz zu Löwenstein aber kein unbekanntes Terrain, denn er hat bereits zehn Jahre als Entwicklungshelfer und Evaluierer in Misereor-Projekten in Haiti und in mehreren Ländern Afrikas gearbeitet.

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

Respekt!

Das 500. Projekt erfolgreich finanziert

Keine Sommerpause herrschte auf der Crowdfunding-Plattform der zivilgesellschaftlichen Initiative Respekt.net, die seit zehn Jahren sozialen und gemeinnützigen Projekte bei der Finanzierung hilft. Inzwischen konnte das 500. Projekt erfolgreich unterstützt werden. Das Jubiläumsprojekt ist „Independence Dogs Austria". Isabella, die an einer komplexen posttraumatischen Belastungsstörung leidet, kann mit den erreichten 10 450 Euro nun ihren Hund Lio zum Assistenzhund ausbilden lassen. Lio gibt ihr Tag und Nacht Sicherheit, er führt sie verlässlich nach Hause oder an die Universität, wenn sie die Orientierung verliert. Lio unterbricht ihre Dissoziationen und bringt ihr ihre Medikamente.

„Es ist sehr befriedigend für uns als Verein, diese runde Zahl vor Augen zu haben – es ist der zweite schöne Erfolg in diesem Jahr, nachdem wir im Februar schon die 3-Millionen-Euro-Spendenmarke überschritten haben", erklärt Bettina Reiter, Präsidentin von Österreichs spendenbasierter Crowdfunding-Plattform Nummer eins.

▶ www.respekt.net

Kurzgefasst …

Kentaa feiert Premiere in Deutschland

In den Niederlanden ist Kentaa als Plattform für Online-Fundraising sehr bekannt. Nun kommt der niederländische Marktführer nach Deutschland. Kentaa bietet NGOs kostenlos die Möglichkeit, sich schnell und einfach eine Website für Spendenaktionen, Fundraising-Events oder Crowdfunding-Kampagnen zu erstellen, ohne große Programmierkenntnisse. Zusätzlich gibt es noch Premium-Lizenzen, mit denen innovative Fundraising-Tools für die Organisation maßgeschneidert werden können.

▶ www.kentaa.de

Stiftung Leaders of Tomorrow gUG gegründet

Miriam Wagner Long, Jan Uekermann und Christian Osterhaus haben die Stiftung Leaders of Tomorrow gUG gegründet – als gemeinnütziges Unternehmen. Sie wollen sich verstärkt dem Thema Führungskräftefortbildung in der Zivilgesellschaft widmen und bieten auch Kurse an.

▶ https://de.leaders.ngo

Jürgen Litz macht auch die Schweiz

Bereits seit 2009 leitet Jürgen Litz die Geschicke des Herstellers für Kundenmanagement-Software „cobra – computer's brainware GmbH" mit Sitz in Konstanz. Nun bekommt er einen weiteren Zuständigkeitsbereich hinzu: Im März dieses Jahres hat er die Geschäftsführung der „cobra – computer's brainware AG" in Tägerwilen übernommen und hat seitdem auch die Zügel in der Schweiz in der Hand.

▶ www.cobra.de

Marketwing im Deutschen Journalisten-Verband

Fundraising ist zum Teil auch journalistische Arbeit – deshalb hat sich Marketwing mit Geschäftsführer Alexander Thurow offiziell dem Deutschen Journalisten-Verband (DJV) angeschlossen. Eine Mitgliedschaft ist nun möglich, nachdem sich der DJV ein Bild von der redaktionellen Arbeit des Fundraising-Dienstleisters gemacht hat und Marketwings Kommunikation mit Förderinnen und Förderern im Auftrag namhafter Non-Profit-Organisationen als Öffentlichkeitsarbeit bewertete.

▶ www. marketwing.de

Eigentümer-Wechsel bei der Connectum AG

Der Zahlungsverarbeiter Connectum AG, der mit vielen Fundraising-Agenturen und Dienstleistern in der Schweiz zusammenarbeitet, hat neue Eigentümer: René Müller, neuer Verwaltungsrats-Präsident, und Stephan B. Suter, neuer Geschäftsführer und Mitglied des Verwaltungsrates, sind langjährige Geschäftspartner.

▶ www.connectum.ch

Newsletter besser umsetzen

Der CRM-Anbieter Salesforce startet eine „Marketing Cloud for Nonprofits". Aktuelle Zahlen zeigen, dass etwa ein Drittel der gemeinnützigen Organisationen nach einer Newsletter-Anmeldung innerhalb von 90 Tagen keine einzige E-Mail verschicken. Zudem sind nicht einmal die Häfte der Newsletter mit den Namen der Unterstützer personalisiert. Hier setzt die „Marketing Cloud for Nonprofits" von Salesforce an und stellt unter anderem moderne Templates für Kampagnen, Segmentierungsmöglichkeiten, Analytics und viele weitere Funktionalitäten bereit. NGOs können so die Kommunikation mit ihren Unterstützern verbessern und eine nachhaltige Beziehung aufbauen.

▶ www.salesforce.com

Neue E-Payment-Schnittstelle

Das IT-Unternehmen Wikando, das mit der FundraisingBox eine umfangreiche Plattform für gemeinnützige Organisationen bereitstellt, hat nun auch eine Schnittstelle zum Salesforce NPSP im Angebot. Der „Salesforce Connector" ist eine bi-direktionale, hoch individualisierbare Schnittstelle, die durch automatische Datensynchronisation Digital-Fundraising-Tools und E-Payment in Salesforce integriert. Das unterstützt die Digitalisierung und Automatisierung in Non-Profits. Die Wikando GmbH entwickelt seit über zehn Jahren innovative Lösungen für digitales Fundraising und macht so technologische Neuerungen unkompliziert für die Branche nutzbar.

▶ www.fundraisingbox.com

Bitcoin Cash, Litecoin und Stellar

Amnesty International Schweiz nimmt ab sofort auch Spenden in Form der Kryptowährungen Bitcoin Cash, Litecoin und Stellar entgegen. Verarbeitet werden sie von der Liechtensteiner Bank Frick. Das Geldinstitut hat ein Modell entwickelt, das den Angaben zufolge eine „zuverlässige, regulatorisch konforme und sichere" Annahme von Kryptospenden ermöglicht. So könne man Zahlungen zuordnen und nachverfolgen sowie in Schweizer Franken wechseln. Dabei gelten die selben strengen gesetzlichen Massstäbe wie bei klassischen Finanztransaktionen: Wer spendet, muss Name, Adresse, Geburtsdatum, die Absender-Wallet-Adresse sowie die Herkunft der Gelder angeben.

▶ www.amnesty.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

Christian Gahrmann Philanthropy Consulting
Strategische Fundraising-Beratung
Experte für strategisches Fundraising und passionierter Geschichtenerzähler. Wir bringen Ihre Spenden nach oben. Für große & kleine Organisationen.
- Fundraising-Strategie
- Storytelling/Texten
- Externer Fundraiser auf Honorarbasis
- Mailings
- (EU-)Fördermittel-Akquise
- Spenden-Kampagnen
- Online Fundraising
- Seminare/Vorträge

Bismarckstraße 12 · 50996 Köln
Telefon: +49 (0)221 27644161
christian.gahrmann@web.de
www.christian-gahrmann.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
Schwieriges einfach machen ist seit über 20 Jahren mein Motto als Berater. Meine Schwerpunkte sind
- Database Fundraising
- Auswahl und Einführung von Fundraising-Datenbanken & CRM-Systemen
- Change-Management
- Fundraising-Analysen und Reporting
- Fundraising-Strategie

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

Auf der Suche nach Inspiration?
Kostenlose E-Mail-Serie "25 Fundraising-Inspirationen" abonnieren!
www.JanUekermann.com
uekermann

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

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

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

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

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
Telefon-Fundraising
„Unser Telefon-Job macht die Welt ein Stück besser."
www.teledialog.com

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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 (Face2-Face), Haustür-Werbung (Door2Door), Datenverwaltung, Callcenter und Lettershop.

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

getunik AG
Digital-Agentur für Non-Profit Organisationen

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

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

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

Bitten Sie noch oder laden Sie schon ein?

Beziehungen zwischen Fundraiser und Förderer dürfen nicht asymmetrisch sein

Werfen Sie einen Blick in die Literatur – egal, ob es sich um deutsche oder anglo-amerikanische handelt – lesen Sie dort: Fundraiser müssen um eine Spende bitten. Ohne auf den Unterschied zwischen dem amerikanischen „Ask" und dem deutschen „Bitten" hier näher eingehen zu wollen, fällt ein Punkt auf: die Asymmetrie der Beziehungen und die damit verbundene implizite Angst vor Zurückweisung.

Von Dr. KAI FISCHER

In der Regel werden Beziehungen von Fundraisern zu ihren Förderern asymmetrisch angelegt: Die Förderer haben Geld oder andere Ressourcen, die Fundraiser erhalten wollen, um damit die Projekte und Programme zu finanzieren, mit deren Hilfe die Mission erfüllt werden soll. Ein komplizierter Satz für eine nicht ganz einfache Beziehung. Schaut man ihn sich von hinten an, dann wird deutlich, was gemeint ist und wie viele Förder-Beziehungen im Fundraising ausschauen: Organisationen, Stiftungen und Sozialunternehmen haben eine Mission, wie sie die Welt ein Stück besser machen wollen. Um die Mission zu erfüllen, werden Projekte und Programme aufgelegt. Um diese umsetzen zu können, werden Ressourcen benötigt. Diese sollen Förderer zur Verfügung stellen. Damit sie dies tun, werden Förderer um Förderung angefragt oder um eine Spende gebeten.

Beziehung als Einbahnstraße?

Definieren Sie so die Beziehungen zu Ihren Förderern, bestehen nur sehr eingeschränkte Beziehungen der Förderer zur Mission und zum Thema. Und Sie stehen immer vor der Frage, warum Förderer die notwendigen Ressourcen zur Verfügung stellen sollten. Da die Beziehung zur Mission nur eine indirekte ist, stellt sich außerdem die Frage nach dem Nutzen, den Förderer aus der Beziehung ziehen könnten – oder wie sie überzeugt werden können, Ihnen etwas zu geben.

Angst vor Zurückweisung

Und was darin auch deutlich wird: Auf der einen Seite steht derjenige mit den notwendigen Ressourcen und auf der anderen Fundraiser, die diese Ressourcen gerne hätten. Daraus ergibt sich eine grundsätzliche Asymmetrie zwischen beiden Akteuren, die häufig eine Ursache für das Unbehagen mit Fundraising ist.

In asymmetrischen Beziehungen besteht häufig auch eine Angst vor Zurückweisung. Es kommt in diesen Beziehungen vor, dass Sie als Person um die Spende oder Förderung bitten müssen. In so einem Fall wird die Beziehung zwischen Personen konstruiert,

die sich sympathisch sind. Ein „Nein" kann dann als Zurückweisung der Person erlebt werden. Das wiederum ist etwas, vor dem wir alle Angst haben. Denn als soziale Wesen suchen wir nach Anerkennung und Teilhabe. Zurückgewiesen werden kann als verletzend erlebt werden.

Direkte Beziehung zwischen Förderer und Mission

Sie könnten die oben beschriebene Beziehung zu Ihren Förderern aber auch ganz anders definieren: Ihre Organisation hat eine Mission. Sie laden Mitstreiter ein, die Mission gemeinsam mit Ihnen zu erfüllen. Um gemeinsam die Mission erfüllen zu können, werden unterschiedliche Ressourcen benötigt. Jeder steuert den Teil bei, der für ihn oder sie am einfachsten ist: Die einen geben Know-how oder Arbeit, die anderen stellen die Ressourcen zur Verfügung.

Sehen Sie den Unterschied? Im zweiten Fall wird direkt eine Beziehung zwischen den Förderern und Ihrer Mission hergestellt. Es werden Menschen eingeladen, diese gemeinsam mit Ihnen zu erfüllen. Dadurch entsteht eine symmetrische Beziehung: Gemeinsam will man etwas erreichen. Förderer werden zu einem Teil einer Bewegung, die sich aufmacht, einen sozialen Missstand zu beseitigen oder dessen Folgen abzumildern.

Bei der Frage, wer was gibt, um an das Ziel zu kommen, existiert auch die Angst vor Zurückweisung nicht mehr. Denn alle, die sich auf den Weg machen, tragen ihren Teil zum Erfolg bei: Förderer stellen die notwendigen Ressourcen zur Verfügung, die Mitarbeiter setzen die Projekte und Programme um, und die Fundraiser organisieren die Bewegung, damit am Ende alle am gleichen Strang ziehen und das gemeinsame Ziel erreicht wird.

Bitten oder einladen?

Wie schaut es mit Ihren Spendenaufrufen aus? Bitten Sie noch um eine Spende oder laden Sie Förderer ein, gemeinsam mit Ihnen die Mission zu erfüllen? Welche Art von Beziehung bauen Sie zu Ihren Förderern auf? Schauen Sie doch mal in Ihren letzten Mailings und finden Sie heraus, welche Art von Beziehung hier angeboten wird und was das mit Ihnen und Ihren Förderern macht.

Eine nachhaltig finanzierte Zivilgesellschaft, die die Welt ein Stück besser macht und ohne Ausbeutung und Selbstausbeutung auskommt, ist die Mission von Dr. **Kai Fischer.** Deshalb beschäftigt er sich seit mehr als 20 Jahren mit dem Aufbau langfristiger Beziehungen zu Förderern und bietet hierfür Strategie-Beratungen, Inhouse-Workshops und Seminare an.
▶ www.mission-based.de

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

Digitalisierung

ab € 12,50 / Monat

gettup bietet mit den wichtigsten Funktionen zur Verwaltung von Projekten, Kontakten und Finanzen einen einfachen Einstieg in die Digitalisierung von Non-Profits. Und das zum Preis einer guten Pizza vom Italiener um die Ecke.

- **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

Nadel im Heuhaufen?

Fundraising-Datenbanken und Kontaktnetzwerke als Grundlage für Großspenden-Fundraising

Dem aktiven Großspenden-Fundraising stehen oftmals Glaubenssätze entgegen wie: „Wir kennen keine reichen Menschen", oder „Unsere Spender unterstützen uns mit Beträgen von 50 Euro, höchstens mal 200 oder 500 Euro, doch Großspender haben wir keine." Doch bei vielen Organisationen, die heutzutage erfolgreich Großspenden-Fundraising betreiben, musste anfangs mit ähnlichen Aussagen aufgeräumt werden.

Von Dr. MARITA HAIBACH und JAN UEKERMANN

Eine wesentliche Voraussetzung für erfolgreiches Großspenden-Fundraising ist es, die Identifizierung von Einzelpersonen und Familien, die in der Lage sind, hohe Förderbeträge zu geben, als einen eigenen Tätigkeitsbereich zu installieren und geeignete Maßnahmen festzulegen. Welche Formen der Identifizierung eingesetzt werden, hängt von den Gegebenheiten in einer Organisation ab. Häufig kommen mehrere Formen parallel zum Einsatz.

Die kontinuierliche Identifizierung von potenziellen Großspendern führt dabei in der Regel nicht direkt zur Förderbitte. Vielmehr bildet sie die Grundlage für Recherchen und eine mehrstufige und passgenaue Beziehungsgestaltung.

Mit den eigenen Spendern starten

Sofern eine eigene Basis von Spendern vorhanden ist, empfiehlt es sich, mit der eigenen Datenbank zu starten. Hier liegen vielerorts große Potenziale brach. Doch mittlerweile gelingt es einigen Spendenorganisationen hierzulande gut, diese Schätze durch aktives Großspenden-Fundraising besser zu heben. Durch Datenbankabfragen und die Interpretation von Nutzerprofilen (wie Zahl und Höhe der Spenden, Alter, Geschlecht, Adresse, Beruf, Freizeitbeschäftigungen, Förderinteressen) lassen sich Informationen, Muster und Zusammenhänge ableiten, die darauf hindeuten, dass das Potenzial der Einzelnen höher sein könnte.

Auch alle Mitarbeiter in der Organisation, die direkt und indirekt mit dem Fundraising und mit Spendern zu tun haben, gilt es stetig für „Anzeichen" potenzieller Großspender zu sensibilisieren. Möglicherweise hat ein Spender in einem Telefonat von seinem Haus in Florida berichtet oder eine Spenderin erzählt von ihren vielen weiteren Spenden-Engagements.

Wealth Screening als komplexe Aufgabe

Eine weitere Form der Identifizierung von möglichen Großspendern ist das Wealth Screening. Dabei wird die eigene Förderer-datenbank mit dem externen Datenpool vermögender Menschen eines Dienstleisters abgeglichen. Eine ganze Reihe von Organisationen haben dies bereits getan. Doch ein „Treffer" bedeutet nicht automatisch, dass die Fundraiserin nun schnell zum Telefonhörer greifen und anrufen kann. Es ist letztendlich „nur" die Identifizierung einer Person, die potenziell mehr spenden könnte – es folgt die „normale" Arbeit im Großspenden-Fundraising, und das bedeutet vor allem den Aufbau von Verbindungen und der Beziehung. Mittlerweile haben allerdings einige der Wealth-Screening-Dienstleister aufgrund der durch die DSGVO verschärften Datenschutzregelungen ihr Angebot wieder eingestellt.

Im Großspenden-Fundraising ist die Nutzung von persönlichen Kontakten und Verbindungen zur Organisation von großer Bedeutung, ganz besonders da, wo noch keine Fundraising-Datenbank vorhanden

ist. Doch auch, wenn es bereits eine solche gibt, sollte daran gearbeitet werden, diese zu erweitern. Durch gezielte Befragung von Akteuren in der Organisation und deren Umfeld werden Namen von Menschen zusammengetragen, die entweder selbst als Großspender oder aber aufgrund ihrer guten Vernetzung als Kontaktgeber in Frage kommen. Häufig sind die Ergebnisse verblüffend – im positiven Sinne.

Beziehungen nutzen

Allerdings sind es viele Menschen nicht gewohnt, ihr Netzwerk von Freunden, Kollegen oder Bekannten zu öffnen. Dahinter stecken Ängste, dass möglicherweise die eigene Beziehung zu dem Betreffenden darunter leiden könnte, wenn dieser den Namen preisgibt und dann auch noch der Fundraiser diese Person kontaktiert. Die Bedenken können jedoch meist dadurch ausgeräumt werden, dass Namensgeber und Fundraiser Hand in Hand arbeiten. Ein häufig zu hörendes Argument ist auch: „Ich kenne doch niemanden, der in Frage käme." Durch sanftes und zugleich beharrliches Nachhaken fällt dem einen oder anderen dann doch jemand ein.

Ins Blaue hinein ohne Anhaltspunkte – meist nicht zielführend

Es gibt zahlreiche öffentlich zugängliche Quellen wie Internet (inkl. Social Media), Zeitschriften (wie etwa die „Reichsten Deutschen" des Manager-Magazins), Bücher, Unternehmens- und Stiftungsverzeichnisse, um Informationen über Einzelpersonen, Unternehmen und Stiftungen zu erhalten.

Externe Informationsquellen sind in der Phase der Identifizierung von Großspendern ebenfalls relevant, doch sogenannte Kaltansprachen von Wunsch-Großspendern funktionieren – abgesehen von ganz wenigen Ausnahmen – nicht, es sei denn, es besteht ein persönlicher Link. Besonders die Milliardäre, die die Listen der reichsten Deutschen, Schweizer oder Österreicher anführen, schotten sich in starkem Maße ab und sind über Briefe oder E-Mails nicht zu gewinnen.

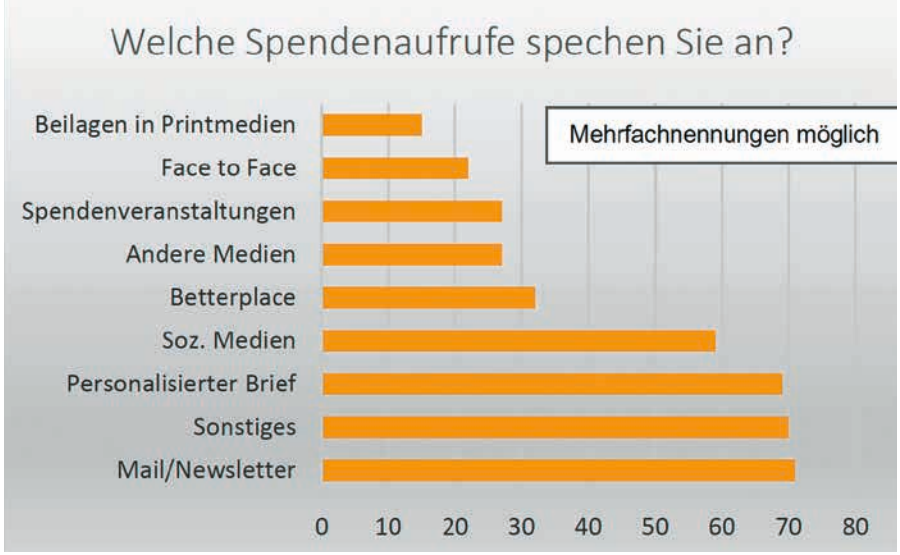
Dr. Marita Haibach und Jan Uekermann gründeten und betreiben das Major Giving Institute, das sich dafür einsetzt, Philanthropie aktiv zu fördern, die Wertschätzung für das Engagement von Großspendern zu erhöhen sowie Anzahl und Volumen hoher Förderbeträge zu steigern.
▶ www.major-giving-institute.org

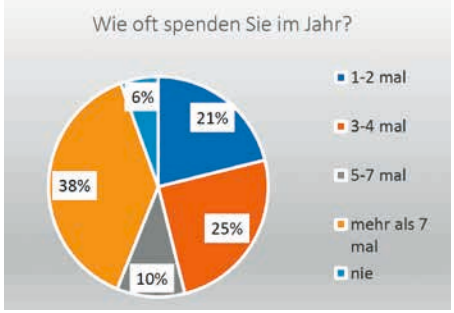
Projektbezug, Transparenz und Ehrlichkeit

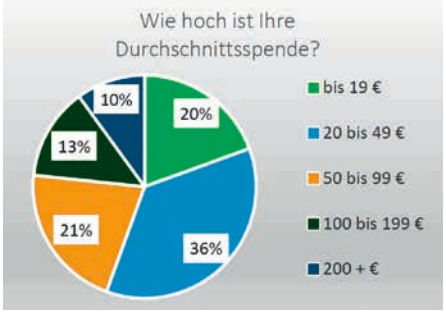
So tickt der Osten Deutschlands beim Spenden

Regionales Spendenverhalten ist kaum erforscht. Die meisten Zahlen beziehen sich auf Gesamtdeutschland. Eine Umfrage ergab nun: Die ostdeutschen Spenderinnen und Spender sind digitaler erreichbar als gedacht und möchten die Welt lebenswerter machen.

Von SUSANNE THARUN







Laut Deutschem Spendenmonitor spendeten 2019 insgesamt 42 Prozent der Westdeutschen und 33 Prozent der Ostdeutschen. Doch warum dieser Unterschied? Mittels qualitativer Interviews für eine Masterarbeit und einer Online-Befragung sollten die Gründe für diese Diskrepanz „Spendenverhalten in Ostdeutschland" 2021 aufgedeckt werden, in dem Wissen, dass die Gehälter in Ostdeutschland im Schnitt 20 Prozent niedriger als in Westdeutschland sind.

An der Online-Umfrage (März bis Mai 2021) beteiligten sich 180 in Ostdeutschland lebende Bürgerinnen und Bürger. Sie gaben Auskunft zu ihrer Soziodemografie sowie zu Motivation und Spendenverhalten. Mit knapp 30 Prozent beteiligten sich die 40- bis 49-Jährigen am stärksten, die Gruppe der bis 29-Jährigen machte hingegen nur fünf Prozent aus. Alle anderen Altersgruppen nahmen ausgeglichen teil. Mehrheitlich sind die Befragten mit ihren Lebensumständen zufrieden. 80 Prozent der Teilnehmenden haben einen Hochschulabschluss, knapp 70 Prozent leben in einer Großstadt und 34 Prozent sind religiös.

Einige Zahlen im Bundesdurchschnitt

Die deutliche Mehrheit der Bürgerinnen und Bürger im Osten Deutschlands spendet mehr als sieben Mal im Jahr, im Schnitt 20 bis 49 Euro. Diese Zahlen decken sich mit dem Bundesschnitt. Laut „Bilanz des Helfens 2020" liegt er bei sieben Spenden jährlich mit 40 Euro im Schnitt. Bei der Auswahl der Spendenthemen konnten mehrere Zwecke angegeben werden. Knapp 60 Prozent gaben an, für soziale Zwecke zu spenden, gefolgt von Natur- und Katastrophenhilfe sowie Kunst und Kultur mit jeweils fast 45 Prozent. Spenden für Kirche und Religion liegen im Osten bei 26 Prozent. In Gesamtdeutschland – laut „Bilanz des Helfens" – nur bei 24 Prozent. Das Schlusslicht stellt der Sport mit sechs Prozent dar. Der bundesdeutsche Schnitt liegt hier mit gut einem Prozent deutlich dahinter zurück.

80 Prozent der Befragten gaben an, regional tätige Organisationen zu unterstützen. Auch hier konnten mehrere Spendenziele angegeben werden. So erhalten überregional tätige Organisationen bereits von 60 Prozent der Befragten Spenden. Knapp die Hälfte bespenden kleine und mittlere Organisationen. Hier zeichnen sich zum Bundesdurchschnitt deutliche Unterschiede ab. 34 Prozent spenden an regionale/lokale Organisationen, 26 Prozent an überregionale/nationale Organisationen.

Qualitätssiegel kaum von Bedeutung

Spenden- oder Transparenzsiegel spielen bei ostdeutschen Spenderinnen und Spendern bei der Wahl des Spendenziels kaum eine Rolle. Als Spendenkanäle werden Spendenaufrufe via E-Mail, Newsletter, personalisierten Briefen sowie Aufrufe in Sozialen Medien favorisiert.

Fundraiserinnen und Fundraiser sollten auch im Osten Deutschlands viel Wert auf den Beziehungsaufbau legen und das

Vertrauen der Spenderinnen und Spender stärken. Die Hälfte der befragten Personen sieht die Unterstützung ihrer Herzensangelegenheit als wichtigste Grundlage für eine Spende, gefolgt von biografischen Bezügen, wobei Fördermitgliedschaften und Ehrenamt in den jeweiligen Organisationen folgen.

Regionaler Bezug und persönliche Ansprache

Für drei Viertel der Ostdeutschen ist „gute Arbeit" die Grundlage für Vertrauen, gefolgt von Transparenz und ehrlichen Spendenbitten. Wegen dieses erworbenen Vertrauens hatte auch die Corona-Pandemie keinen negativen Einfluss auf das Spendenverhalten. 44 Prozent der Befragten spenden unverändert, 33 Prozent mehr und 23 Prozent spenden weniger bis gar nicht mehr. Bei Anmerkungen wurde deutlich, dass der regionale Bezug den Beziehungsaufbau erleichtert. Besonders wenn Organisationen die Spenderinnen und Spender persönlich für konkrete Projekte ansprechen, besteht eine sehr hohe Spendenbereitschaft. Die Möglichkeit, sich persönlich von erfolgreich umgesetzten Projekten zu überzeugen, schafft Transparenz und fördert das Vertrauen in die Organisation. Persönlicher Kontakt zu Mitarbeitern und „Teil eines Ganzen zu sein", rundet das gute Spendengefühl ab.

Die Welt besser machen

Über die langfristige Bindung an eine Organisation hinaus wird auch nach dem Motto „Kleinvieh macht auch Mist" an verschiedene Organisationen gespendet. Kurzum: Ostdeutsche Spender möchten die Welt lebenswerter machen. Daher sind unpersönliche Spendenaufrufe auch nicht zielführend, so die Anmerkung einer Befragten.

Das Spendenverhalten der Ostdeutschen lässt sich also durchaus mit dem Verhalten in ganz Deutschland vergleichen, wobei der Fokus der Ostdeutschen besonders auf Organisationen „gleich um die Ecke" liegt. Diese Erkenntnisse decken sich mit den Ergebnissen der qualitativen Umfrage von 2020.

Susanne Tharun arbeitet seit 2015 als Fundraiserin und in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in gemeinnützigen Organisationen. 2020 hat sie ihr berufsbegleitendes Master-Studium „Fundraising-Management und Philanthropie" an der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen erfolgreich abgeschlossen. Weitere Umfragen, speziell zum Spendenverhalten in Ostdeutschland, sind geplant, Kontaktaufnahme dazu ist ausdrücklich gewünscht:
▶ **umfrage@fundraising-in-ostdeutschland.de**

Vom Shoppen zum Spenden?

Online-Fundraising mit PayPal

PayPal ist mittlerweile einer der beliebtesten Zahlungswege für Online-Spenden. Die große Verbreitung und die einfache Nutzung machen es zu einem unverzichtbaren Bestandteil des Online-Fundraisings.

Von JONA HÖLDERLE

Online-Shopping und Online-Spenden haben viel miteinander gemein. Da im Internet deutlich mehr gekauft als gespendet wird, werden hier Handlungen eingeübt, die auch beim Spenden eine Rolle spielen. Kaufen Menschen regelmäßig online, sinkt auch die Hemmschwelle, auf diesem Weg zu spenden.

Da sich die Lastschrift aufgrund der einfachen Erstattung für Bestellungen nicht so gut eignet und Kreditkarten sich in Deutschland nie so ganz durchgesetzt haben, bietet PayPal für viele Menschen die einfachste Möglichkeit, online zu bezahlen. Dies gilt insbesondere auf mobilen Geräten. Zusätzlich bietet PayPal einen halbwegs guten Schutz bei Betrug. Das hat dazu geführt, dass PayPal mit nun etwa 30 Millionen Nutzenden zum beliebtesten Online-Bezahlsystem der Deutschen aufgestiegen ist.

Auch für Spendenzahlungen nutzbar

Auch für Online-Spenden ist PayPal mittlerweile eines der wichtigsten Zahlungsmittel. Bei den großen Software-Anbietern FundraisingBox und Altruja liegt der PayPal-Anteil am Spendenumsatz bei etwa 40 Prozent. Noch leicht hinter der Lastschrift, aber mit steigender Tendenz. Auf der Spendenplattform Betterplace hingegen wurden im letzten Jahr schon über 60 Prozent der Spenden mit PayPal getätigt. PayPal wird dabei mit einer Durchschnittsspende von unter 50 Euro vor allem für kleinere Spenden genutzt. Die Situation ist dabei stark landesspezifisch. So sind beispielsweise in der Schweiz Kreditkartenspenden nach wie vor sehr populär. Zudem gibt es mit TWINT eine nationale Alternative zu PayPal, welche laut dem Anbieter RaiseNow bereits den größten Anteil kleiner Spenden ausmacht.

PayPal im Spendenformular

PayPal wird im Online-Fundraising dabei unterschiedlich eingesetzt. Auf keinen Fall fehlen sollte PayPal als Zahlungsmittel im professionellen Spendenformular. Hier werden in der Regel verschiedene Zahlungswege angeboten, wobei für Einzelspenden PayPal und Lastschrift die wichtigsten sind. In verschiedenen Tests ließ sich durch das Hinzufügen von PayPal als zweitem Zahlungsweg die Zahl der Spenden signifikant erhöhen. In den meisten Fällen lohnt sich PayPal damit noch vor der aufwendigeren Einführung von Kreditkartenspenden.

Auch Dauerspenden sind mit PayPal mittlerweile möglich. Hier machen Lastschrifteinzüge aber noch den weitaus größten Anteil der Spenden aus. Das liegt auch an den Kosten, die den Organisationen durch PayPal entstehen. Während die Lastschrift fast kostenlos ist, entstehen bei PayPal Transaktionsgebühren. Diese belaufen sich für gemeinnützige Organisationen in der Regel auf 1,5 Prozent der Spendensumme plus 35 Cent pro Spende. Dies bedeutet bei einer 70-Euro-Spende Kosten von zwei Prozent, während bei einer Spende von fünf Euro schon Kosten von mehr als acht Prozent

entstehen. Auch der Buchhaltung können diese Kosten manchmal Probleme bereiten. Sie müssen in der Regel in einer zweiten Buchung als Nebenkosten des Geldverkehrs gebucht werden.

PayPal als Spendenplattform

PayPal hat sich mittlerweile aber auch selbst auf gemeinnützige Organisationen eingestellt. Mit dem PayPal-Spenden-Button können kleinere Organisationen direkte Spenden über PayPal anbieten. Ohne die Eingabe weiterer Daten öffnet sich hier PayPal und die Zahlung kann sofort vorgenommen werden. Dies ist eine gute Möglichkeit, wenn die Spendenden ein PayPal-Konto besitzen. Zwar gibt es auch eine Möglichkeit, ohne Konto via PayPal zu bezahlen, aber Menschen ohne PayPal-Konto fühlen sich hier oft abgeschreckt. Da viele insbesondere ältere Spenderinnen und Spender kein PayPal-Konto haben, sollte im professionellen Fundraising immer mehr als ein Zahlungsmittel angeboten werden.

Shoppen und spenden

Mit „Spenden mit PayPal" steht auch eine eigene Spendenplattform zur Verfügung. Hier kann direkt über paypal.com/fundraiser/hub an eine Vielzahl von Organisationen gespendet werden. Besonders spannend ist der neueste Schritt. Mit ausgewählten Partnern wird aktuell getestet, Online-Spenden auch ins normale Shopping zu integrieren. Hier wird bei einer beliebigen PayPal-Zahlung angeboten, einen Euro für einen guten Zweck zu spenden.

Professionelles Online-Fundraising kommt ohne PayPal mittlerweile nicht mehr aus. Fundraiser müssen aber aufpassen, trotz der Einfachheit von PayPal auch andere Spendenwege anzubieten, um es allen Alters- und Nutzungsgruppen zu ermöglichen, einfach und bequem zu spenden. Bei Zahlungswegen gilt ausnahmsweise der vielfach überstrapazierte Spruch, dass der Köder dem Fisch schmecken muss, also die Zahlungswege angeboten werden sollten, die dafür sorgen, dass mehr Menschen unkompliziert spenden können.

Jona Hölderle begleitet gemeinnützige Organisationen im Online-Fundraising. Als Student gründete er ein soziales Netzwerk für junge Journalistinnen und Journalisten und erlernte anschließend beim NABU das praktische Fundraising. Jetzt überträgt er als Berater und Sparringspartner die wertvollen Aktivitäten von Vereinen und Verbänden ins digitale Zeitalter. Zudem leitet er den Online-Fundraising-Kurs an der Fundraising-Akademie, schreibt auf sozialmarketing.de und podcastet im Fundraising-Radio.
▶ **www.pluralog.de**

Seemannsgarn spinnen kann jeder … Wir bringen es lieber auf den Punkt.

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

Zehn Gebote für kirchliches Fundraising

Über Werte, Glaubwürdigkeit und ethische Grundsätze

Fundraising ist kein Selbstzweck, sondern zeigt immer wieder auch die Möglichkeiten der Organisation, Stiftung oder Gemeinde auf. Einen neuen Blickwinkel einzunehmen, ist dabei oft hilfreich: Zehn Grundlagen für kirchliches Fundraising, die auch nichtkirchliche Menschen inspirieren können.

Von GUNNAR URBACH

Als „die Kunst des Bettelns" wurde das Fundraising früher beschrieben – und für manche ist es das leider noch heute. Dabei bietet Fundraising eine neue Perspektive auf das kirchliche Handeln.

1. Fundraising vermittelt Werte

Fundraising braucht eine Mission oder Vision, aus der heraus ein Projekt mit dem Ziel einer Veränderung einer gesellschaftlichen Herausforderung entwickelt und gestartet wird. Fundraising vermittelt daher zwei Botschaften: ein materielles Ziel und eine immaterielle Begründung, die die zugrun-de liegenden Werte und die angestrebten gesellschaftlichen oder nachhaltigen Wirkungen des Projektes beschreibt.

2. Fundraising erfordert Haltung

„Nur der kann sich der Not in ihrer ganzen Breite entgegenstellen, der den Mut hat zur ersten kleinen Tat." (Johann Hinrich Wichern) Fundraising macht sichtbar, wofür Kirche steht und trägt damit zu gesellschaftlichen Diskussionen und Veränderungen bei, solange die Werte klar kommuniziert und auch gegen zu erwartende Proteste durchgehalten werden.

3. Fundraising braucht Glaubwürdigkeit

Es reicht nicht, Werte zu haben und diese zu kommunizieren. Sie müssen auch gelebt und glaubwürdig vertreten werden. Fundraising braucht authentische Personen, die sich selbst für die Kirche und ihre Projekte engagieren, von ihrer eigenen Begeisterung dafür erzählen und so andere für „ihr" Projekt oder die Kirche(ngemeinde) gewinnen können.

4. Fundraising weckt Begeisterung

Fundraising spricht das Herz an, nicht den Kopf. Es braucht deshalb emotional ansprechende Bilder statt nüchterner Zahlen, Daten oder Fakten. „Nur wenn das Feuer in dir selber brennt, kannst du es in anderen entzünden." (Augustinus) Fundraising lebt von gut erzählten Geschichten mit positiven Botschaften, die die Gefühle der Menschen ansprechen und sie damit für das jeweilige Projekt begeistern.

5. Fundraising schenkt Glücksgefühl

Geben macht glücklich. Dafür braucht es eine offene Ansprache und eine Wertschätzung der Menschen, die ihnen die Möglichkeit gibt, sich aus innerer Freiheit heraus jeweils neu zu entscheiden, ob und wie sie ein Projekt unterstützen wollen oder können.

6. Fundraising bietet Beteiligung

Beteiligung ist mehr als eine Wahl zwischen Spendentöpfen. Fundraising ist Gemeindeaufbau, bei dem Menschen sich über ihre Verbundenheit mit einem Projekt oder ihrer Kirchengemeinde engagieren. Dies setzt die Offenheit für Menschen unterschiedlicher Einstellungen, Herkunft, Kultur, Hautfarbe und Religion voraus.

7. Fundraising bildet Netzwerke

„Zweifle nie daran, dass eine kleine Gruppe engagierter Menschen die Welt verändern kann – tatsächlich ist dies die einzige Art

und Weise, in der die Welt jemals verändert wurde." (Margaret Mead) Fundraising lebt durch die von der eigenen Begeisterung getragene Vervielfachung einer Projektidee in die unterschiedlichen Netzwerke hinein. Die jeweils handelnden Personen brauchen das Vertrauen und die Freiheit, dass sie das Projekt engagiert und glaubwürdig vertreten.

8. Fundraising fördert Profil

Diakonie und Caritas sind sehr starke Marken – bundesweit! Der Kirche fehlen dagegen Identitätsbildung und Alleinstellungsmerkmal. Fundraising ist ein systematisches und langfristiges Vorgehen, bei dem die Kirchengemeinde ihr Profil (Marke) schärft, sich ihrer grundlegenden Werte (Mission) bewusst wird, ihren gesellschaftlichen Auftrag (Vision) definiert und das jeweilige Projekt so formuliert und kommuniziert, dass Geldgeber sich dafür begeistern (Emotion/Story).

9. Fundraising berührt ethische Grundsätze

„Geld ohne Liebe ist wie Salz ohne Kraft." (Martin Luther King) Die Kirche steht in der Spannung zwischen Wahrheit, Macht und der Liebe Gottes auf der einen und Logik, Leistung und Funktion des Geldes auf der anderen Seite. Sie darf nicht verschweigen, dass sie für ihre Arbeit Geld benötigt und muss offen dafür eintreten. Sie muss auch im Umgang mit Geld glaubwürdig bleiben. Alle Fundraising-Maßnahmen sind auf Vereinbarkeit mit dem christlichen Auftrag zu prüfen.

10. Fundraising hat Grenzen

Das Kirchensteueraufkommen wird in den nächsten Jahren sinken. Deshalb wachsen auch die Erwartungen an das Fundraising, das möglichst viele Lücken schließen soll. Fundraising ist keine Lücken-Finanzierung eines Defizits, sondern eine ergänzende Finanzierung für Projekte, die auf der Grundlage der eigenen Werte und des Auftrags begonnen werden und eine soziale oder gesellschaftliche Wirkung erzielen.

Gunnar Urbach ist Pastor, Kommunikationswirt und Fundraising-Manager. Seit 2012 ist er als (Senior-) Fundraiser für den Evangelisch-Lutherischen Kirchenkreis Hamburg-West/Südholstein tätig. Als „Ideenheber" ist er zusätzlich seit 2020 freiberuflich unterwegs.
▶ www.ideenheber.de

Begeisterung will gut vorbereitet sein

Wie eine gute Planung Crowdfunding-Projekte erfolgreich macht

Crowdfunding gibt es im deutschsprachigen Raum schon seit über zehn Jahren. Doch noch immer gibt es viele Fragen zur Kampagnenplanung. Wir haben die wichtigsten Empfehlungen für die Schwarmfinanzierung zusammengetragen.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Crowdfunding für NGOs funktioniert heute in vielen Ausprägungen. Am bekanntesten sind spendenbasierte Aktionen bei betterplace.de, helpdirect.de, spendeninfo.at oder spendenbuch.ch und auf einem Gegenwert basierendes Crowdfunding bei startnext.de, wemakeit.com oder vielen anderen Plattformen. Einen umfassenden Überblick gibt die Seite Crowdfunding.de.

Geld-zurück-Garantie

Gegenwert-basiertes Crowdfunding oder auch Reward-based-Crowdfunding setzt auf einen wichtigen Effekt. Die Unterstützer können sich sicher sein, dass das Projekt erst beim Erreichen von 100 Prozent der einzuwerbenden Summe zustande kommt. Gelingt das nicht, erhalten sie ihr Geld zurück. Das motiviert insbesondere jüngere Zielgruppen. Die avisierten Gegenleistungen im Erfolgsfall sorgen auch für Beteiligung. Deshalb ist Reward-based-Crowdfunding steuerlich eher als Sponsoring zu betrachten und nicht als Spende.

Erfolgsfaktoren für Crowdfunding

Startnext gehört mit über 1,8 Millionen Usern zur verbreitetsten Plattform im deutschsprachigen Raum für gegenleistungsbasiertes Crowdfunding. Die Plattform definiert die drei wichtigsten Erfolgsfaktoren für Projekte wie folgt. Erstens: die eigene Idee gut auf den Punkt bringen. Zweitens: die Macher und das Projekt authentisch in einem Pitch-Video vorstellen. Und drittens: die Idee in die Welt hinaustragen und die passende Zielgruppe für das Projekt gezielt ansprechen.

Von Fehlern und Erfolgen lernen

Das klingt einfach, ist aber nur mit einer Planung gut umzusetzen, denn man hat im Crowdfunding nur einen begrenzten Zeitraum, um das 100-Prozent-Ziel zu erreichen. Um die Kampagnenzeit effektiv zu nutzen, braucht es gute Vorbereitung. Die Plattformen selbst sind ein riesiges Archiv erfolgreicher Projekte, aber auch für Fails. Daher empfiehlt es sich, zunächst zu recherchieren und vergleichbare Projekte zu suchen. Grundsätzlich ist es empfehlenswert, selbst ein Crowdfunding-Projekt zu unterstützen. So merkt man schnell, was man an der eigenen Kampagne verbessern würde.

Projekte vorher testen

Wer denkt, alle wissen, was Crowdfunding ist, irrt gewaltig. Gerade mal 15 Prozent der Deutschen haben schon einmal Geld für ein Crowdfunding-Projekt gegeben. Viele Projekte scheitern daran. Die Methode muss deshalb am besten im Kampagnenvideo kurz erläutert werden.

Aus dem Grund sind die Planungsphase und die Phase, in der das Projekt auf der Plattform bereits zu sehen, aber noch nicht in die Finanzierungsphase eingetreten ist, so wichtig. Hier kann man noch testen, mit Freunden und Unbeteiligten sprechen und das Projekt vorstellen. Man kann die Kampagne auf Verständlichkeit hin abklopfen, um Fragen vorzubauen. Es gilt also von Anfang an, die Unterstützerinnen und Unterstützer – kurz die Crowd – dafür zu gewinnen, sich auch inhaltlich einzubringen. Sympathie für das Projekt äußert sich auch in konstruktiver Kritik.

Ohne Werbung geht es nicht

Ein wichtiger Punkt ist, die Zielgruppe zu identifizieren und zu erreichen. Besonders in der Mitte einer Crowdfunding-Kampagne wird es schwierig. Dort sinkt die Aufmerksamkeit deutlich ab. In dieser Phase die Unterstützung hochzuhalten, gelingt nur, wenn man gezielt kommunikativ gegensteuert. Kooperationen mit reichweitenstarken Partnern, permanente Kommunikation zum Stand des Projektes und Kanäle wie Pressearbeit, Flyer oder Events können da helfen. Auch Unternehmen für einen Matching-Fund zur Spendenverdopplung zu gewinnen, ist eine Idee.

Zeitlicher Planungsvorlauf

Ein Trugschluss ist, dass die Plattformwahl entscheidend für den Erfolg der Kampagne ist. Das ist sie nur, wenn man Werbeleistungen der Plattform kaufen will. Dann spielt die Reichweite eine Rolle. Ansonsten müssen die Projekteinsteller ihre Crowd auf die Plattform bringen. Das alles braucht Zeit. Sechs Wochen Planung, bevor das Projekt auf die Plattform gestellt wird, sind als Minimum für eine erfolgreiche Kampagne anzusehen.

Matthias Daberstiel kann auf jahrzehnte-lange Fundraising-Erfahrung bauen. Zu DDR-Zeiten begann er 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
CREATION
IMPACT

MEHR SPENDEN GENERIEREN?

WIR HABEN IHR
ZIEL IM AUGE

Als gemeinnützige Organisation wissen Sie, dass es gar nicht so einfach ist, Spenden zu sammeln. Auch wir wissen das und haben Taktiken entwickelt, wie es doch funktioniert. Daher möchten wir Ihnen dabei helfen, ab sofort mehr Spenden zu generieren. Und mit Ihnen gemeinsam eine effiziente Fundraising-Strategie entwickeln. Was wir machen, funktioniert.
Lassen Sie uns einen Termin vereinbaren!

socialminds

Zoé Garnier | info@socialminds.de | 030 30 80 96 49 | www.socialminds.de

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

Kurzgefasst …

Stiftungstag I

Bereits seit mehr als zehn Jahren veranstaltet auch Berlin einen eigenen Stiftungstag. Da das genaue Programm der Tagung zu Redaktionsschluss noch nicht feststand, ist offen, inwieweit die Erfahrungen der digitalen Umsetzung aus dem letzten Jahr dieses Mal eventuell eine Hybrid-Lösung ermöglichen werden. Also gilt es, zuversichtlich zu sein und zu hoffen, dass die Besucher wieder im Roten Rathaus zusammenkommen können.

12. Berliner Stiftungstag am 19. November
▶ www.berliner-stiftungstag.info

Stiftungstag II

Anfang Oktober wird europaweit der Tag der Stiftungen begangen. Der Bundesverband Deutscher Stiftungen bietet zu diesem Anlass eine digitale Veranstaltung. Unter dem Titel „Zwischen Tradition und Zukunftsgestaltung – was brauchen Stiftungen im 21. Jahrhundert?“ wird der Journalist und Jurist Prof. Dr. Heribert Prantl eine Keynote halten, die im Anschluss durch eine Diskussion ergänzt werden wird.

Europäischer Tag der Stiftungen am 1. Oktober
▶ www.stiftungen.org

Stiftungstag III

ProFonds, der Schweizer Dachverband für Stiftungen und NGOs, feierte 2020 sein 30-jähriges Jubiläum. Der Schweizer Stiftungstag soll deshalb zum Anlass genommen werden, auf das Erreichte zurückzublicken. Welche Fragen werden für die Zukunft relevant sein? Der Fokus wird auf Themen des Stiftungs- und Gemeinnützigkeitssektors gerichtet, auf die Interessenwahrung sowie den Wissens- und Erfahrungsaustausch.

Schweizer Stiftungstag am 3. November in Zürich
▶ www.profonds.org

Stiftungstag IV

Seit nunmehr einem Jahr ist die Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE) zur Förderung zivilgesellschaftlichen Engagements und der Stiftungslandschaft angetreten. Welchen Nutzen hat sie bislang stiften können? Was bewegt die DSEE und wie arbeitet sie mit Stiftungen, NPO und Ehrenamtlichen zusammen? Diese Fragen werden in einer Diskussionsrunde Anfang Oktober beleuchtet werden. Die Teilnahme ist kostenfrei.

18. StiftungsIMPACT: 1 Jahr Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt am 6. Oktober in Berlin
▶ www.esv.info

Visions for Change

Ganze 38 Workshops und Keynotes bietet der Österreichische Fundraising-Kongress im Oktober. Das sollte man sich nicht entgehen lassen. Wer bislang noch kein Ticket gebucht hat, hat nicht mehr viel Zeit. Der Fundraising-Verband Austria als Veranstalter hat die Zeichen der Zeit erkannt und rückt die Themen Innovationen, Digitalisierung und Online-Fundraising in den Mittelpunkt der zweitägigen Veranstaltung. Die Verleihung der Fundraising-Awards findet übrigens gleich am ersten Abend statt. Und am dritten Tag gibt es, wie immer, die Masterclasses.

28. Österreichischer Fundraising Kongress am 11. und 12. Oktober in Wien (Masterclasses am 13.10.)
▶ www.fundraising.at/kongress

Einzigartig vielfältig

Die ConSozial ist als bedeutende Fach- und Kongressmesse der sozialen Szene in Nürnberg zuhause und lädt auch in diesem November Fach- und Führungskräfte der Sozialpolitik, der Sozialwirtschaft und des Sozialwesens ins Messezentrum. Das Event der Sozialwirtschaft bietet innovative Produkte und Lösungsansätze für Entscheider und Akteure der Sozialbranche. Dazu gehören die soziale Szene, Politik, Social Entrepreneurship, Wirtschaftsunternehmen, soziale Organisationen und Verbände sowie die freie und öffentliche Wohlfahrtspflege. Der ConSozial-Kongress, der begleitende KITA-Kongress sowie ein Rahmenprogramm runden die zweitägige ConSozial ab.

ConSozial 2021 am 10. und 11. November in Nürnberg
▶ www.consozial.de

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

Einmal im Jahr

Konferenz Europäischer Stiftungen

Klima, Demokratie, Philanthropie und Gesellschaft: Das sind die vier großen Kernthemen, um die sich die Breakout-Sessions im Rahmen der Jahres-Konferenz des European Foundation Centre drehen werden. . Ein weiteres Schmankerl im Programm sind die Coffee House Talks, im Rahmen derer eine Gruppe von maximal 20 Teilnehmern tatsächlich in einem Wiener Café-Haus zusammenkommt, um abseits vom Trubel der Konferenz ausgewählte Themen zu diskutieren. Auch dieses Mal werden mehr als 650 Teilnehmer aus ganz Europa erwartet.

European Foundation Centre: Annual Conference vom 17. bis 20. Oktober in Wien
▶ www.efc.be/annual-conference

Gut kommunizieren

Stuttgarter Non-Profit-Forum

Mehr Teilhabe, mehr Effizienz, mehr Wertschätzung: Diese Faktoren lassen sich mit erfolgreicher Kommunikation wesentlich verbessern. Das Stuttgarter Non-Profit-Forum hat sich das Thema für dieses Jahr auf die Fahne geschrieben und lädt im November wieder zur Tagung ins Stuttgarter Rathaus. Keynote-Speaker wird der Rechtsanwalt Prof. Klaus Hekking sein. Mit seinem Input widmet er sich unter anderem den Faktoren unternehmerischen Erfolgs in gemeinnützigen Organisationen. Erstmals wird es in diesem Jahr die Tagung als Präsenz- und Digital-Veranstaltung geben.

Stuttgarter Non-Profit-Forum am 11. November
▶ www.stuttgarter-non-profit-forum.de

Kunst

Keine Frage: Kunst und Kultur haben wie viele weitere gesellschaftliche Sektoren im letzten Jahr besonders arg gedarbt. Veranstaltungsausfälle sind dabei das eine, damit einhergehende langfristige Finanzierungsprobleme das andere. Hier kann und muss Fundraising ansetzen. Deshalb lädt der Fundraising-Verband Austria Anfang Oktober zur nächsten Fachtagung für Kulturfundraising und Sponsoring. Einige der Themen im Programm sind Marketing und Resilienz.

7. Fachtagung Kulturfundraising & Sponsoring am 5. Oktober in Wien
▶ www.fundraising.at

Erbschaft

Die Fundraising-Akademie bietet im Oktober ein zweiteiliges Seminar in Kassel, das mit Großspenden und Erbschaften zwei Themen miteinander verbindet, die nicht selten Schnittmengen aufweisen. Dabei versteht sich der erste Teil als Basis- und der zweite als Aufbauseminar. Beide Seminare sind unabhängig voneinander buchbar. Erbrechtliche Grundkenntnisse werden dabei genauso vermittelt wie Aspekte der Unternehmensnachfolge.

Seminar: Von der Großspende zur Erbschaft am 7. und 8. Oktober in Kassel
▶ www.fundraisingakademie.de

Zertifikat

„Fundraising in Vereinen und NPOs" lautet der Titel des kompakten Zertifikatslehrgangs der NPO-Akademie im November in Berlin, der das Rüstzeug für eine Professionalisierung im Fundraising bietet. An sechs Tagen werden die Themen Strategie, Großspenden, Unternehmenskooperationen, Online, Database und Mailings bearbeitet. Insgesamt fünf Seminarleiterinnen und Seminarleiter sorgen für abwechslungsreiche Perspektiven. Jedes Seminar ist auch separat buchbar.

Fundraising in Vereinen und NPOs vom 8. bis 13. November in Berlin
▶ www.npo-academy.com

n|w Fachhochschule Nordwestschweiz

Kommunikation und Fundraising Management für Nonprofit-Organisationen (NPO)

Erfolgreiches Kommunizieren und Management der Ressourcenbeschaffung in NPO motiviert Mitarbeitende, überzeugt Geldgeber und sorgt für eine positive Medienpräsenz. Gewinnen Sie beruflichen Vorsprung mit unseren berufsbegleitenden Studiengängen in Kommunikation und Fundraising-Management für Fachpersonen von NPO und Verbänden!

Information und Anmeldung: marianne.bucca@fhnw.ch, Telefon +41 (0)62 9 57 22 26

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

Hast du schon gehört?
Am 11.11.2021 findet wieder das Stuttgarter Non-Profit Forum statt, diesmal nicht nur im Stuttgarter Rathaus, sondern auch digital.
Das Thema in diesem Jahr ist:
„**Mehr Teilhabe, mehr Effizienz, mehr Wertschätzung**".

Non-Profit-Forum?
Was ist das, was machen die?

Da treffen sich einmal im Jahr Verantwortliche, Entscheider und Berater von Non-Profit-Organisationen. Es gibt Vorträge und Diskussionsrunden zu den Themen Organisation, Recht und Steuern. Und die Teilnahme ist für uns NPOler sogar kostenlos.

Klingt spannend.

Schau mal, hier gibt's noch mehr Informationen:
www.stuttgarter-non-profit-forum.de

Super, ich schau mal rein und dann denke ich, sehen wir uns im Herbst.

Klasse, ich freu mich drauf!

SNPF®
STUTTGARTER
Non-Profit-Forum
Organisation | Recht | Steuern

Profit vs. Non-Profit?

Der Basler Stiftungsrechtstag fasst im Oktober mögliche Wechselwirkungen zwischen dem Profit- und dem Non-Profit-Sektor ins Auge. Unternehmensstiftungen sind hierfür ein sichtbares Beispiel, ebenso wie die allgemein zunehmend eingeforderte soziale Verantwortung von Unternehmen. Rechtsgebiete, die wie das Stiftungs-, Rechnungslegungs-, Wettbewerbs- und Steuerrecht in besonderer Weise durch die Teilung von wirtschaftlicher und nichtwirtschaftlicher Tätigkeit geprägt sind, sehen sich durch die genannten Entwicklungen herausgefordert.

7. Basler Stiftungsrechtstag am 22. Oktober
▶ www.ceps.unibas.ch

Leaders of Tomorrow

Auch und ganz besonders das Fundraising braucht dringend gute Führungskräfte. Dass Fundraiser das können, haben mehrere Untersuchungen und Umfragen gezeigt. Deshalb haben sich Miriam Wagner-Long (Fundraising-Expertin), Christian Osterhaus (Berater für Führungskräfte) und Jan Uekermann (Fundraising-Berater) zusammengetan und mit „European Leadership Development" eine Stiftung gegründet, die das Entwicklungsprogramm „Leaders of Tomorrow" als innovative Fortbildung für (zukünftige) Führungskräfte anbietet.

Leaders of Tomorrow vom 14. bis 19. November
in Pfofeld-Langlau bei Nürnberg
▶ www.de.leaders.ngo

Gemeinnützigkeitsrecht

Der Verein Kommunales Bildungswerk e.V. lädt Anfang Dezember nach Berlin zu einem Fachtag für Gemeinnützigkeitsrecht. Das vergangene Jahr hat in diesem Bereich einige Neuerungen gebracht. Diese werden in einem eröffnenden Vortrag beleuchtet. Michael Röcken, Rechtsanwalt, stellt darin die aktuellen Änderungen des Anwendungserlasses sowie die finanzgerichtliche Rechtsprechung ausführlich dar und zeigt, welche Folgerungen steuerbegünstigte Organisationen hieraus ziehen müssen. Weitere Themen sind Digitalisierung und Kooperationen.

Fachtag Gemeinnützigkeitsrecht 2021
am 6. Dezember in Berlin
▶ www.kbw.de

Sinn geben, Nachhaltigkeit sichern

Der 27. NPO-Kongress lädt nach Wien

Der NPO-Kongress ist das Jahresforum für die öffentliche Verwaltung, NPOs und Sozialunternehmen. Wie schon in den vergangenen Jahren geht es auch in diesem Jahr um den persönlichen Austausch der Fach- und Führungskräfte aus dem Non-Profit-Bereich. Das diesjährige Thema: „Die Frage nach dem Warum – Sinn geben, Nachhaltigkeit sichern" ist dabei voll auf der Höhe der Zeit. Zumal der Aspekt der Nachhaltigkeit in allen Facetten betrachtet werden wird. Denn nicht zuletzt durch die Initiative von NPOs und der Zivilgesellschaft hat sich die Sustainability Challenge in den Organisationen etabliert. Deshalb werden folgende Fragestellungen im Fokus stehen: Wie entwickeln wir Strategien und Geschäftsmodelle möglichst sinnbezogen und nachhaltig? Welche innovativen Ansätze und Zugänge müssen wir damit verfolgen? Wie agieren wir als Organisationen, aber auch als Entscheidungsträger vor allem in Bezug auf Klimawandel nachhaltig? „Covid-19 soll bei diesem Kongress kein eigener Platz gewidmet werden", verdeutlicht Dr. Christian Horak, fachlicher Leiter des NPO-Kongresses. „Es geht vielmehr darum zu erkennen, wo wir Learnings aus Corona für unsere Kernthemenstellungen mitnehmen können. Was bedeutet das jetzt für die NPOs, öffentlichen Verwaltungen, Sozialunternehmen und Stiftungen selbst? Welche Chancen, aber auch welche Herausforderungen ergeben sich dadurch?"

Der Kongress wird als Hybridveranstaltung durchgeführt werden.

27. NPO-Kongress am 20. und 21. Oktober in Wien

▶ **www.npo-kongress.at**

Akademie
Beratung
Wissen

Fundraising Akademie
WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

Unternehmerische Verantwortung als Beruf

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

www.fundraisingakademie.de

In Kooperation mit FundConsult

#transnational

KulturInvest!-Kongress 2021 in Dresden

„#transnational – Solutions for a culture beyond.“ ist das Motto des 13. KulturInvest!-Kongresses, der im November auf dem einzigartigen Kunst-, Kultur- und Kreativareal Kraftwerk Mitte in der Kunst- und Kulturmetropole Dresden stattfindet.

Innerhalb Europas führendem Kulturkongress diskutieren 150 Experten sowie 650 Teilnehmende über Transnationalismus und seine Bedeutung für Kultur und Wirtschaft, für Lokalität und Globalität sowie über neue, innovative und zukunftsweisende Lösungen für eine grenzüberwindende Kulturarbeit. Auf der diesjährigen Agenda stehen unter anderem Diskussionsrunden zu Bürgerbeteiligungen und

transnationalen Kulturprojekten sowie Fachvorträge zu Kulturfinanzierung, kulturellem Erbe und digitaler Revolution. Mit dem Motto #transnational soll ein wichtiger Beitrag zur Entwicklung von Innovationen und Investitionen im globalen und lokalen Kulturmarkt geleistet werden – für eine Gesellschaft, die über Grenzen hinausblickt und in der interkultureller Diskurs zum Alltag gehört.

In drei Hauptforen und 18 innovativen Parallelforen zeigt der Kongress die aktuellen Trends im europäischen Kulturmarkt auf und reflektiert Entwicklungsperspektiven des grenzenüberwindenden Zusammenwirkens von Kultur und Wirtschaft sowie Öffentlicher Hand und Medien.

KulturInvest!-Kongress 2021
vom 10. bis 12. November in Dresden
▶ www.kulturmarken.de

NPO academy
Berlin • Köln • München • Wien • Zürich

Sehr geehrte Fundraiserin,
sehr geehrter Fundraiser,

Sie sind an hochwertiger und kompakter Fortbildung im Fundraising interessiert? Sie möchten Ihr Wissen zu ganz spezifischen Fundraising-Themen vertiefen?

Dann kommen Sie zu unserem **Zertifikatslehrgang „Fundraising in NPOs“** oder einem unserer **mehr als 70 internationalen und nationalen Fundraising-Spezialseminare** an unseren Standorten in Berlin, Köln, München, Wien und Zürich!

Wollen Sie **Ihre Kompetenzen** in anderen Bereichen wie zum Beispiel **Öffentlichkeitsarbeit & Kommunikation, Finanzen & Controlling, Marketing** oder **Personalwesen** mit Lehrgängen und Seminaren, welche die Besonderheiten von Non-Profit-Organisationen berücksichtigen, vertiefen oder ausbauen? Sind Sie auf der Suche nach **international ausgerichteten Weiterbildungsangeboten in englischer Sprache**, um sich auf zukünftige Aufgaben vorzubereiten?

Dann besuchen Sie uns auf:

www.npo-academy.com

Wir bringen Sie weiter!

Ihre NPO-Academy

Buchvorstellung

Zum „Handbuch Fundraising“ gibt es eine Veranstaltungsreihe

Die Agentur AZ fundraising services stellt im November die zweite Auflage des „Handbuch Fundraising“ im Rahmen einer Veranstaltungsreihe vor und fördert damit den Austausch zwischen Forschung und Praxis. 30 Wissenschaftler aus Deutschland, Österreich und der Schweiz fassen in dem Buch ihre neuesten Forschungsergebnisse rund um das Thema Fundraising in 36 Beiträgen praxisgerecht zusammen. Die neue Auflage wurde um Themen wie CSR, agile Führung und Online-Fundraising erweitert. Herausgeber Prof. Michael Urselmann wird mit einigen ausgesuchten Autoren in einem halbtägigen Event vor Ort sein und die Möglichkeit bieten, direkt mit den Autoren ins Gespräch zu kommen. Jeder Teilnehmer kann in zwei Table Sessions seine Lieblingsthemen vertiefen. Anschließend besteht ausreichend Gelegenheit zu individuellen Gesprächen und vertiefenden Diskussionen. Zum Ende der Veranstaltung erhält jeder ein persönliches Exemplar des „Handbuch Fundraising“.

Vorstellung „Handbuch Fundraising“: 12. November Berlin, 19. November Köln, 26. November Zürich, 25. März 2022 Wien
▶ www.az-fundraising.de

marketwing®

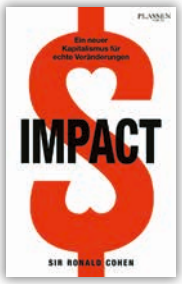
WMF Barmherzigkeit e.V.

Verein zur Hilfe bedürftiger Menschen in aller Welt

„Seit mehr als 20 Jahren arbeitet WMF Barmherzigkeit e.V. erfolgreich mit den Fundraising-Experten von marketwing aus Garbsen zusammen. Gemeinsam mit unseren Partnerorganisationen in Österreich und in der Schweiz haben wir enorm viel auf die Beine gestellt und sind immer wieder begeistert, dass Ergebnisprognosen über Jahre hinaus punktgenau eingehalten – und sogar übertroffen werden. Wir freuen uns auf zukünftige Herausforderungen."

Fritz Harms, Geschäftsführender Vorstand
WMF Barmherzigkeit e.V.

Impact



Der wirtschaftlichen Geschäftsmodelle sind gar viele. In den letzten Jahren sind immer mehr Ansätze in den Blick gerückt, die eine Abkehr vom bis dato geheiligten reinen For-Profit-Credo bedeuten. Der Begriff des Sinns und der Sinnhaftigkeit gesellt sich immer mehr zu dem der Nachhaltigkeit. Wirkung, Impact, das ist das, was immer beliebter wird bei der Entstehung neuer Unternehmungen. In diese Richtung blickt auch der Investor und Philanthrop Sir Ronald Cohen mit diesem Buch. Dabei legt er mit Impact Investing ein Thema auf den Tisch, das vielen Akteuren des gemeinnützigen Sektors nicht unbekannt ist. Und als sensibler Beobachter weiß der Autor, wovon er spricht. Wenn er gleich von Anfang an auf einer globalen Skala denkt, wirkt das ganz und gar nicht größenwahnsinnig. Stattdessen blickt Cohen einfach auf bekannte Zusammenhänge, wirtschaftliche Abhängigkeiten mit deren Machtgefälle und Abhängigkeiten. Sein Ansinnen der sozialen Gerechtigkeit kommt leise, aber desto fundierter daher. Ein kluges Buch, das sich mit seinem fortschrittlichen Ansatz erstaunlich leicht liest.

Sir Ronald Cohen. Impact. Ein neuer Kapitalismus für echte Veränderungen. Verlag Plassen. 2021. 272 Seiten. ISBN: 978-1-5291-0805-7 [D] 22,90 €, [A] 23,90 €, CHF 31,95.

Gutes wollen

Wer sich für die Gesellschaft engagiert, tut das nie aus reinem Selbstzweck heraus. Irgendetwas möchte jeder für sich aus einem solchen Akt mitnehmen. Das ist keine Schande, sondern war schon immer so. Das will der Leseband von Peter-Claus Burens, ehemaliger Vorsitzender des Deutschen Fundraising-Verbands, deutlich machen, indem die ersten Kapitel einen unterhaltsamen Rückgriff ganz weit in die Geschichte und Tradition des Gebens darstellen.

Darauf folgen vier fiktive Kurzgeschichten, die jeweils exemplarisch sichtbar überspitzt aufzeigen, wie gesellschaftliches Engagement genau eben nicht aussehen sollte, aber bedauerlicherweise wohl immer noch und immer wieder so „zelebriert" wird. Da macht Fremdschämen Spaß.

Im letzten Teil stimmt Burens ein Plädoyer für eine allgemeine innere zivilgesellschaftliche Verpflichtung eines jeden an, ohne die er den Fortbestand einer liberalen Demokratie gefährdet sieht. Das sind alles Anregungen für eigene Reflexionen, bei denen man sich nicht gleich das Gehirn verrenken muss.

Peter-Claus Burens. Gutmenschen sind auch nur Menschen. Ein politisches Sach- und Lesebuch. Verlag tredition. 2021. 128 Seiten. ISBN: 978-3-34725-645-3. [D] 13,80 €, [A] 14,95 €, CHF 27,70.

Klimaschutz

Was kann ich allein schon ausrichten? Die Frage stellt sich in Sachen Klimaschutz nicht mehr. Wir müssen es tun! Das ist vielen Menschen bewusst, das Umdenken und Bemühen findet statt. Was aber haben wir bislang erreicht? Diesen Blick zu wagen, ist nicht jedermanns Sache, einfach ist er schon gar nicht, angesichts globaler Zusammenhänge. Genau da will das Buch von Klaus Simon ansetzen. Bei allen Bemühungen um klare Antworten liegt es auf der Hand, dass der Autor die Komplexitäten nicht gänzlich auf einfache Muster herunterbrechen kann. Trotzdem ist sein Buch nicht für eine Expertenleserschaft geschrieben; Unmengen an Abbildungen, Grafiken und Tabellen lockern den Lesefluss auf und schaffen es, einzelne Aspekte zu visualisieren, um sie eher greifbar und somit verständlich zu machen.

Die Nachvollziehbarkeit der Ausführungen wird auch dadurch ermöglicht, dass Simon mit grundsätzlichen Erläuterungen beginnt: Was ist Klima? Was genau ist unser Problem? Damit doziert er nicht über die Köpfe der Leser hinweg, sondern zeigt erfolgreich die tatsächliche Relevanz der Probleme für alle auf.

Klaus Simon. Warum Klimaschutz bisher verpufft und wie er gelingt. Verlag Büchner. 2021. 278 Seiten. ISBN: 978-3-96317-217-5. [D+A] 24,00 €, CHF 27,95.

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

Kommunal mitwirken

Es braucht nicht viel, um zu erkennen, dass sich der Wohlfahrtsstaats über Jahrzehnte aus immer mehr Verantwortungsbereichen entfernt hat. Diese so entstandenen Lücken versuchen gemeinnützige Organisationen mit ihrem Engagement zu füllen. Ebenso offensichtlich ist, dass niemand aus dem Dritten Sektor weder in der eigenen Blase arbeiten kann noch will. Die Zusammenarbeit mit der öffentlichen Hand, mit den Kommunen und Ländern ist nicht nur notwendig, sondern tatsächlich sinnvoll. Hier liegt Einfluss-Potenzial für NGOs, gesellschaftliche Strukturen und deren Verwaltungsformen zukunftsfähig mit zu entwickeln. Wie solche neuen Formen aussehen können, zeigt dieser Sammelband.

Zentrale Stichwörter sind hier Digitalisierung, Bürgerbeteiligung, Demokratiestärkung, ländlicher Raum, Smart City und viele weitere. Der Band wendet sich auch an Einsteiger ins Open Government, indem im ersten Beitrag die Grundlagen des Themas ausführlich dargelegt werden. Die einzelnen Beiträge zeigen Möglichkeiten auf, die bereits realisiert worden sind und machen dabei keinen Bogen um (bisherige) Grenzen des Machbaren und was daraus gelernt werden kann. So reicht es beispielsweise nicht, Digital Natives eine digitale Plattform vor die Füße zu werfen und davon auszugehen, dass dieses Angebot zu aktiver Beteiligung automatisch genutzt wird. Und wenn im ländlichen Raum datenintensive digitale Prozesse (z. B. Videokonferenzen) nur unzulänglich umgesetzt werden können, weil die notwendige infrastrukturelle Basis nicht gegeben ist, sieht es trüb aus mit der Beteiligung.

Rico Stehfest

Ralf Laumer (Hrsg.). Kommunales Open Government. Grundlagen, Praxis, Perspektiven. Verlag Büchner. 2021. 272 Seiten. ISBN: 978-3-96317-246-5. [D+A] 22,00 €, CHF 26,55.

Kooperationen

Für den Non-Profit-Sektor bedeuten Unternehmenskooperationen in der Regel etwas anderes als für all jene, die in der Privatwirtschaft unterwegs sind. Genau deshalb ist es auch für alle Gemeinnützigen mit Interessen in diesem Gebiet entscheidend, zu wissen, wie „die andere Seite" tickt. Nur so lassen sich Allianzen zu gegenseitigem Nutzen schmieden. Die Einblicke, die dieses Buch bietet, sind zwar äußerst praxisrelevant, trotzdem aber nicht für jeden Leser geeignet, da die wirtschaftlichen Aspekte hier auf recht akademischem Niveau abgehandelt werden.

Marcel Tiemann. Unternehmenskooperationen in disruptiven Zeiten. Erfolgsfaktoren für strategische Allianzen und Innovationsführerschaft. Verlag Schäffer Poeschel. 2021. 202 Seiten. ISBN: 978-3-79105-057-7. [D+A] 49,95 €, CHF 41,45.

Gemeinsam virtuell

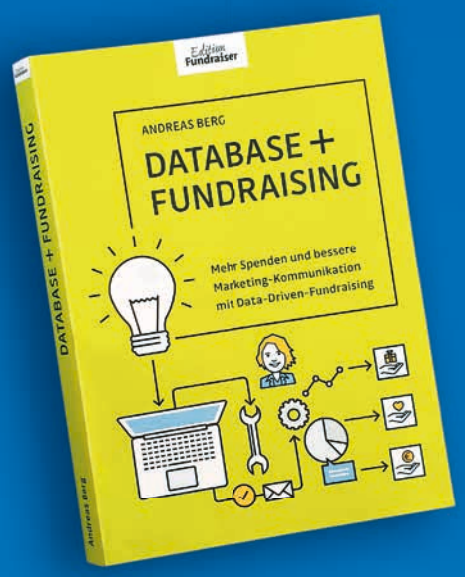
Wir gewöhnen uns immer mehr daran, mit Kolleginnen und Kollegen zusammenzuarbeiten, mit denen wir nicht im gleichen Raum sind. Dafür benötigt es ganz neue Strategien und Organisationsstrukturen. Die Rede ist dabei nicht von einer einfachen Zoom-Konferenz. Dieses Buch widmet sich den komplexeren Strukturen eines erfolgreichen Team-Aufbaus wie auch der Leitung einer solchen Arbeits-Konstellation. Interessant ist das nicht nur für Führungskräfte. Jeder ist schließlich Teil des Virtuellen, und neue Tools verändern nun mal auch die Kommunikation.

Sebastian Sukstorf. Virtuelles Teammanagement. Erfolgreiche Führung im digitalen Raum. Verlag Haufe. 2021. 180 Seiten. ISBN: 978-3-64814-817-4. [D] 39,95 €, [A] 39,20 €, CHF 55,85.

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.

„Großspenden können Großes bewirken.“

NEUE AKTUALISIERTE AUFLAGE

Das Standardwerk von **Dr. Marita Haibach** und **Jan Uekermann** zum Großspenden-Fundraising

- **Grundlagen**
- **Strategien**
- **Praktische Umsetzung**

„Hervorragender Praxisbezug durch Beispiele und eigene Erfahrungen der Autoren“

Jetzt bestellen unter shop.fundraiser-magazin.de ... oder im Buchhandel

Reich!

Geld macht glücklich? Wohl kaum. Und wer erbt, steht nicht selten vor unerwarteten Herausforderungen. Das betrifft nicht nur die „Verwaltung“ des Geldes. Auch soziale Beziehungen können darunter leiden. Müssen sie aber nicht. Deshalb hat die Autorin einen kleinen Ratgeber verfasst, der die häufigsten emotionalen Herausforderungen im Zusammenhang mit einer Erbschaft aufgreift: Scham, Angst, Misstrauen oder Wut. Sie zeigt, wie man als Erbin und Erbe entspannt damit umgehen kann, um sich vom Geld nicht die Lebensqualität vermiesen zu lassen.

Nicole Rupp. Unendlich reich. Mehr Freiheit, Leichtigkeit und Lebensfreude mit Deinem Erbe. Die sechs größten emotionalen Herausforderungen und wie Du sie löst. Eigenverlag. Der Titel ist für 20 Euro direkt bestellbar unter www.unendlichreich.com.

Spaß auch virtuell

Konstruktive Verbindungen zwischen Beteiligten eines Meetings aufzubauen, ist jedes Mal aufs Neue eine Herausforderung, unabhängig davon, wie gut man sich kennt. Wird das Ganze auch noch digital angegangen, ist die Herausforderung ganz klar noch mal eine Nummer größer. Wie erreicht man seine Mitstreiter und verhindert, dass jemand einschläft? Spaß machen soll es. Dazu vermittelt dieser Band jede Menge Tipps aus der Rhetorik und der Psychologie und zeigt, wie wichtig eben auch die Körpersprache bei einem Zoom-Call ist.

Andrea Heitmann. Online-Meetings, die begeistern! Digitale Rhetorik mit Spaß und Struktur. Verlag Haufe. 2021. 227 Seiten. ISBN: 978-3-64815-141-9. [D] 29,95 €, [A] 29,40 €, CHF 41,85.

Nachhaltig mobil

Die Wende im Kopf ist da. Wer ein Auto noch immer als Prestigeobjekt ansieht, ist von gestern. Der gesellschaftliche Druck auf eine solche Haltung wächst. Dabei ist das Auto als solches bekanntlich nur das zentrale Symbol für das Thema (individuelle) Mobilität und damit im Zusammenhang stehende infrastrukturelle Veränderungen für die Zukunft, städtebaulicher Art nicht zuletzt. Dieser Sammelband will tatsächlich die Hälfte aller Autos zukünftig überflüssig machen. Dass vieles möglich ist, hat auch der Fahrrad-Boom im letzten Jahr gezeigt. Im Weg herumliegende und in Flüssen versenkte E-Scooter sind nur eine Etappe auf dem Weg zu einer neuen Verkehrspolitik. Entscheidend ist, dass hier Klimaschutz und Lebensqualität parallel gedacht werden müssen.

Der Band greift in seiner Aktualität erste Erkenntnisse aus den Zeiten des Lockdowns und damit in Verbindung stehende Veränderungen auf und versucht, gesellschaftspolitische Lehren daraus abzuleiten. Aktuelle Machbarkeits-Szenarien der deutschen Verkehrspolitik stehen im Zusammenhang mit komplexen EU-Richtlinien. Auch diesem Bereich widmet sich der Band und zeigt, in welche Richtung der European Green Deal hier momentan weist. Auf dieser Basis kommt die Verkehrspolitik Deutschlands nicht gerade gut weg. Und darum geht es ja. Was ist machbar? Aber vor allem: Was ist dringend notwendig? Mit E-Mobilität allein ist kein Blumentopf zu gewinnen. Deshalb zeigt dieser Band, welcher grundlegende Strukturwandel absolut nottut.

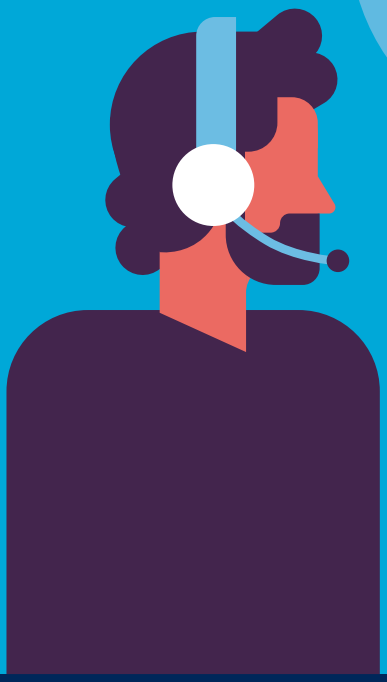
Rico Stehfest

Peter Hennicke, Thorsten Koska, Jana Rasch, Oscar Reutter, Dieter Seilfried (Hrsg.). Nachhaltige Mobilität für alle. Ein Plädoyer für mehr Verkehrsgerechtigkeit. Verlag oekom. 2021. 432 Seiten. ISBN: 978-3-96238-279-7. [D] 28,00 €, [A] 28,80 €, CHF 39,15.

dialog4good

UNSER ANGEBOT:
Telefon-Fundraising

Wir verstehen Dialog



Fundraising-Kommunikation, die Bindung schafft.

UNSER ANGEBOT:

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

Illustrationen: shutterstock.com

IHRE ANSPRECHPARTNER:

Sebastian Maetzel · Manuela Ewert · Johannes Bausch

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

dialog4good GmbH • Boxhagener Straße 119 • 10245 Berlin

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

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

Fragebogen: Gabriele Maier braucht

Gabriele Maier hat nach dem Studium der Anglistik und Germanistik ein Zeitungsvolontariat absolviert und als Redakteurin, Autorin und Pressesprecherin gearbeitet, unter anderem bei „Ökotest", dem Bioland Bundesverband und der Öko-Prüfzeichen GmbH. Sie schloss eine berufsbegleitende PR-Weiterbildung beim Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP) in Frankfurt an und leitete diesen Fernstudiengang bis 2005. In der Weiterbildung von Öffentlichkeitsreferentinnen und -referenten erkannte sie, dass für die meisten Organisationen weniger eine zielgruppenadäquate Öffentlichkeitsarbeit die Herausforderung war, sondern diejenige, sich weitergehende Finanzierungsoptionen zu erschließen. Deshalb machte sie eine Weiterbildung zur Fundraiserin am Verbandsmanagement-Institut (VMI) an der Universität Fribourg/Schweiz. Seit 2005 arbeitet sie nun als Fundraiserin, zunächst sechs Jahre bei EVIM (Evangelischer Verein für Innere Mission) in Wiesbaden und anschließend bei der Diakonie Stetten, wo sie den Bereich Spenden, Förderer und Events neu strukturierte.

Gabriele Maier hat außerdem die Gründung mehrerer Stiftungen begleitet und Fundraising-Abteilungen und -Teams aufgebaut. Mehrere Jahre war sie in diakonischen Einrichtungen tätig, bevor sie in den Hochschulbereich wechselte. Aktuell arbeitet sie an der Hochschule für Musik Karlsruhe und betreut dort die private Hochschulförderung. Den Aufbau des Fundraisings der neu gegründeten Förderstiftung der Hochschule finanziert ein Mäzen für drei Jahre.

▶ www.hfm-karlsruhe.de

1. Was wollten Sie als Kind werden?

Weiß ich nicht mehr.

2. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Tierwohl-Label

3. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

wirksamen Klimaschutz auf der Basis vernünftiger Entscheidungen – verbunden mit einer breiten Diskussion darüber, was es für ein glückliches Leben eigentlich braucht und welche Rolle Gerechtigkeit dabei spielt

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

Rückwärts reisen finde ich nicht so spannend. 1990 würde ich mich vermutlich langweilen.

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

allen Mutigen, die sich mit vollem Risiko autokratischer und die Demokratie gezielt und geplant zerstörender Repression und Gewalt entgegenstellen

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

Als reichster Mensch der Welt werden Sie sicherlich von vielen bewundert. Aber Sie haben es bestimmt auch schwer, denn ich stelle mir vor, Besitz kann auch Last sein. Teile der Last könnten Sie abgeben, dann hätten Sie es leichter. Und Sie können anderen eine Freude machen mit dem, was sie losgeworden sind. Das wäre doch praktisch, oder? Alle würden was gewinnen.

kein Klein-Klein

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

… ist Lebenszeit auffressendes Klein-Klein, Tellerränder, die den Blick auf die Weite der Welt zustellen, und den Satz: Dafür bin ich nicht zuständig.

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

Ich genieße den Ausblick in den Garten. Oder ich höre die Cello-Suiten von Bach.

9. Worüber können Sie lachen?

Über den Film „Wir können auch anders" – ich habe ihn unzählige Male gesehen und finde viele Stellen immer wieder überraschend komisch.

10. Wann reißt Ihr Geduldsfaden?

So gut wie nie, ich habe sehr viel Geduld.

11. Was war früher besser?

am ehesten die Zukunft

12. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

auf der Schwäbischen Alb

13. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

kein Eintrag

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

… materialisierte Lebensleistung, die Demut, Respekt und Gesehenwerden verdient, von der kleinsten bis zur größten.

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

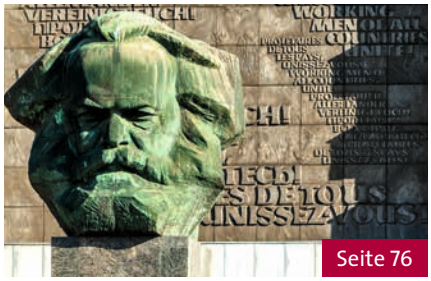
Bestimmt haben Sie das Magazin aufmerksam gelesen – dann sind die folgenden Fragen kein Problem für Sie. Oder Sie sind sowieso fit rund um das Thema Fundraising.

Unter allen richtigen Einsendungen verlosen wir diesmal drei Multifunktions-Hubs von InLine. Stolze Besitzer eines neuen Mac- oder Ultrabooks merken schnell: Oft geht die beeindruckende Schlankheit mit gestrichenen Anschlüssen einher. Einem Autoschlüssel ähnelnd, weist das Gadget zwei USB-A-, einen USB-C- und einen HDMI-Port auf. So ist rasanter Datenaustausch mit einer externen Maus oder Tastatur bzw. einem zweiten Bildschirm oder Beamer möglich. Bei Nichtgebrauch verweilt das Typ-C-Verbindungskabel elegant im Gehäuse. Ein nützliches Tool! Und falls das nichts für Sie ist, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!

Seite 44

1 Die US-amerikanische Metal-Band Metallica hat auch eine eigene Stiftung. Wie heißt die Foundation?

VOR) Nothing Else Matters
VIER) The Four Horsemen
VER) All Within My Hands


Seite 76

2 Eine aktuelle Studie hat das Spendenverhalten Ostdeutscher erforscht. Was spielt dabei für „Ossis“ kaum eine Rolle?

KIND) Biografischer Bezug
BIND) Qualitätssiegel
WIND) Testimonials

Seite 82

3 Gut geplant ist halb gewonnen, das gilt auch fürs Crowdfunding. Welcher Planungsvorlauf ist sinnvoll?

LOS) mindestens 48 Stunden
HEUT) mindestens 10 Tage
UNG) mindestens 6 Wochen

So geht's: Die Buchstaben aus den Fragen 1 bis 3 ergeben das Lösungswort. 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 31. Oktober 2021. Viel Glück!

Erfreue deine Spender. Langfristig.

Wir führen Charities und Spender zusammen!

RaiseNow
raisenow.com

Besuche jetzt unsere Website!

Nachwuchs-Schriftsteller Fabian F. Fröhlich arbeitet an seiner Karriere

Ich komme langsam in ein Alter, in dem sich zu viel Stress auf Gesundheit und Nervenkostüm auswirkt. Beim Tippen längerer Texte schwillt in letzter Zeit immer mein linker Mittelfinger an, wenn ich versuche, auf der Tastatur das große i zu treffen. Und dann ständig diese Deadlines! Zettel mit dem Datum klebe ich mir schon drei Wochen vorher an den Monitor, an meinen Kühlschrank, übers Bett und an den Zahnputzbecher. Von den nächtlichen Albträumen, in denen meine Chefin auf einem Stapel Fundraiser-Magazine über meiner Bettdecke schwebt, fange ich gar nicht erst an …

Deshalb habe ich mir mal Gedanken über meine beruflichen Perspektiven gemacht. Meine Suchkriterien im Stellenportal: brillanter Denker, Feingeist, beherrscht die deutsche Sprache in Wort und Schrift, keine körperlichen Anstrengungen erwünscht. Mal sehen: Brand and Communications Officer bei einem Mineralölkonzern. Nee, von Benzindämpfen kriege ich so komische Halluzinationen (#Chefin)… Meeting Coordinator/Administrator Stakeholder Committees … Da muss man bestimmt ständig von einem Meetingraum zum nächsten rennen. Hört sich eher an wie Leistungssport.

Aber ich bin fündig geworden: Ich werde Underwriter! Das klingt nach einer wertschöpfenden Tätigkeit und einem echten Karrieresprung. Übung habe ich bereits: In der Redaktion quittiere ich immer den Eingang sämtlicher Pakete. Als professioneller Unterschreiber versehe ich nun auch alle Fotos und Grafiken mit einer Unterschrift – einer Bildunterschrift. Mein erster Bestseller zum Thema ist auch bereits in Arbeit: „Best of BU – Die schönsten Bildunterschriften von Fabian F. Fröhlich".

In absehbarer Zeit will ich Head of Underwriting werden. Dann erstelle ich nicht nur die Bildunter-, sondern auch die -Überschriften. Sobald das Business richtig läuft, erweitere ich meinen Leistungsumfang auf Keywords, Tags, Metabeschreibungen und Alt-Attribute.

Bevor Sie jetzt übereilt die Kündigungsfrist Ihres Fundraiser-Abos raussuchen – keine Angst! – ich bleibe dem Fundraiser-Magazin erhalten. Mein Steuerberater hat mir empfohlen, erst mal im Nebenerwerb zu beginnen. Schauen, wie sich das neue Business entwickelt. Einen Plan B hab ich auch schon. Notfalls sattele ich um auf Loss Control Manager. Im Kontrolleverlieren kann ich mit jahrelanger Erfahrung glänzen. Habe ich bei diesem Heft erst wieder bewiesen: Auf den Zetteln mit der Deadline stand noch das Datum von der letzten Ausgabe.

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

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

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

Ausgabe 6/2021 erscheint am 22. November 2021 unter anderem mit diesen Themen

- Lotterie-Mittel
- Fundraising für Neubauten
- Digitale Transformation in NGOs

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 6/2021 ist der 13.09.2021.

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 6/2021, die am 22.11.2021 erscheint, ist der 13.09.2021.

Fotonachweise:
Titelseite: magneticmcc@AdobeStock (gelbe büroklammer), domnitsky@AdobeStock | S. 3 & 6: René Grodde/www.atri.eu (münster) | S. 3 & 28: Astrid Schmihuber (karow) | S. 3: PhotoEdit@AdobeStock (gummistiefel) | S. 4 (thema) & 20: mazolafoto@AdobeStock (hintergrund mit büroklammern), magneticmcc@AdobeStock (gelbe büroklammer) | S. 6: Energie-Trendmonitor 2021/Stiebel Eltron | S. 13: PrettyVectors@AdobeStock | S. 14: René Grodde/www.atri.eu | S. 24: Florian Dürkopp/GLS Treuhand | S. 25: Tanja Münnich/münnich fotografie | S. 32: Maximilian Geuter | S. 34: carballo@AdobeStock | S. 38: sodesignby@AdobeStock | S. 44 & 96: Kreepin Deth (metallica) | S. 44: René Grodde/www.atri.eu (nitzsche) | S. 46: Alexas@pixabay | S. 48: Meiko Hermann (grosses bild), Paul Glaser (stehfest) | S. 51: Felix Hohagen | S. 52: Tin-Kai Chan | S. 54: Martin Seifert@WikimediaCommons | S. 58: Anne Hufnagl (zwick) | S. 59: Anke Neumeister (baschek), Tom Kawara (denzler) | S. 60: Thomas Wilk (caritas-stiftung), ISM/Nadine Kröpfl (heneis/villazon) | S. 61: Bjoern Haenssler, www.bopicture.de (hübel), Jenny Schäfer/jennyschaefer.de (nextartlevel) | S. 72: foto:kunst:foto@AdobeStock | S. 73: Sebastian Engels | S. 78: Jirapong@AdobeStock | S. 79: pluralog | S. 80: Latra@fotolia.com | S. 82: René Grodde/www.atri.eu | S. 87: charlottees@pixabay | S. 88: andreasmetallerreni@pixabay | S. 96: Sina Ettmer@AdobeStock (nischl), Gerd Altmann@pixabay (ortsschild) | 90: oza@fotolia.com | alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der
Fundraising Akademie
WIRKE GESTALTEN BIEN'FÖRDERN

ANT-INFORMATIK SPURT DIE NÄCHSTE STUFE DER DIGITALISIERUNG VOR

Ihre Fundraising-Lösung unterwegs in die Zukunft.

SEXTANT
SUPPORTS YOU.

sextant-npo.net

Wo wird Ihr Mailing sein Kreuzchen setzen?

In diesen Tagen stehen wieder große Entscheidungen an. Wenn Sie Ihr Mailing im Briefkasten zum Spitzenkandidaten küren 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