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

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

94

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

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

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.

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

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

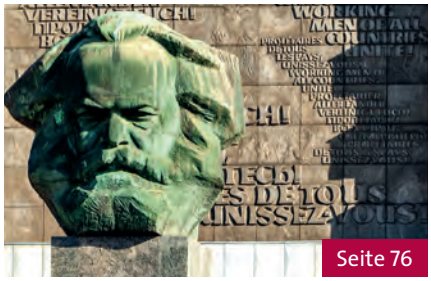
Wissen testen und gewinnen

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!

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



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

KIND) Biografischer Bezug
BIND) Qualitätssiegel
WIND) Testimonials

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!

Selber lesen oder verschenken

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

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

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

Abonnement-Coupon: Druckfrisch im Briefkasten

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

www.abo.fundraiser-magazin.de

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

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

.....
Organisation / Firma

.....
Abteilung / Bereich

.....
Anrede Titel

.....
Vorname Name

.....
Straße Hausnummer

.....
PLZ Ort

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

.....
Datum, Unterschrift

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

.....
Organisation / Firma

.....
Abteilung / Bereich

.....
Anrede Titel Vorname Name

.....
Straße Hausnummer

.....
PLZ Ort

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

.....
Datum, Unterschrift