Branchen-Magazin für Sozialmarketing | Spenden | Vereine | Stiftungen 1|2022

FUNDRAIS!NG magazin

Jung und digital

das Ehrenamt

ISSN 1867-0563

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

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

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

Fragen zum Abonnement: service@fundraising-magazin.de | Telefon +49 (0)351 8 76 27 80 | **Infos:** www.fundraising-magazin.de

1,5+ MILLIONEN* BUCHUNGEN IN NUR 5 WOCHEN

Leistungsfähigkeit hat einen Namen:

FUNDRAISE PRO

* Mehr als 800.000 Zahlscheine analysiert.
Mehr als 600.000 Onlinespenden verbucht.
Mehr als 250.000 Quittungen / Woche ausgegeben.

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,

wir wissen es alle: Ohne Menschen, die sich ehrenamtlich engagieren, läuft in vielen Bereichen gar nichts mehr. Ob das erstrebenswert ist, darüber lässt sich diskutieren. Fakt ist, dass viele gesellschaftliche Aufgaben, beispielsweise in den Bereichen Katastrophenschutz, Gesundheit, Soziales und Bildung, in die Hände Freiwilliger ausgelagert werden – aus Kostengründen, aus Bequemlichkeit, einfach weil es funktioniert.

Bürgerschaftliches Engagement für das Gemeinwohl klingt auch viel besser als unbezahlte Arbeit, die sonst keiner macht. Das muss nicht per se schlecht sein. Schon in der Antike gehörte der individuelle Beitrag für die Allgemeinheit zu einem sinnerfüllten Leben. Immerhin engagieren sich allein in Deutschland über 30 Millionen Menschen in ihrer Freizeit für gute Zwecke – auch ich zähle dazu. Und es gibt wohl kaum eine NGO, die auf Freiwilligenarbeit verzichten will.

Das Ehrenamt ist daher auch der Themenschwerpunkt unserer aktuellen Ausgabe. Jung und digital – wie das funktioniert, lesen Sie ab Seite 20.

Und was noch? Wir stellen Ihnen in dieser Ausgabe spannende Frauen vor: eine Verfassungsschützerin, die auf NGOs achtet. Eine IT-Spezialistin, die auf Nachhaltigkeit durch Open-Source-Software setzt. Eine Fundraising-Preisträgerin, die von Preisverleihungen gar nicht so viel hält.

Eine inspirierende Lektüre wünscht Ihnen

Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

PS: Darf ich Sie zu einem kleinen Einkaufsbummel in unseren Shop einladen? Unter *www.shop.fundraising-magazin.de* finden Sie gute Fachbücher und nützliche Extra-Hefte aus unserem Verlag. Ganz neu sind die zwei Extra-Hefte zum Thema „Fundraising Digital“.

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

Jung und digital: das Ehrenamt

Mit Lust und Laptop 22
Digitales Ehrenamt in jedem Alter

Digital fürs Ehrenamt werben 24
Erfahrungen und Konsequenzen für die Kommunikation im Verein

Aus Ehrenwert wird Mehrwert 26
Wie professionelles Ehrenamtsmanagement ein Gewinn für alle ist

Hinterfragen des eigenen Engagements 28
Warum 18 euforia-Mitarbeiter freiwillig kündigten, um ihre Organisation neu zu erfinden

Projekte & Stiftungen

Orientierung in Europa 32
Verein bietet unterstützende Beziehungsangebote für Kinder und Jugendliche

Vernetzt gegen den Hunger 34
In Bangladesch kombiniert CARE Österreich digitale und analoge Maßnahmen

Gemeinsam gegen Goliath 36
Die Bürgerbewegung Finanzwende kämpft für ein Gegengewicht zur Finanzlobby

Anti-Aging 44
Neues Weiterbildungsangebot im Schweizer Stiftungssektor

Überschaubare Kosten, nachhaltige Wirkung 46
Preisverleihungen als Instrumente alltäglicher Stiftungsarbeit

Wachsende Weltreligionen 48
In Berlin ist ein Umweltprojekt mit künstlerischem Anspruch entstanden

Praxis & Erfahrung

Erfolgreich ins Bild gesetzt 68
Videos mit dem eigenen Smartphone produzieren: für NGOs so einfach wie nützlich

Helfen hilft Heilen 70
Klinikfundraising vor und während Corona

Mit der Vergangenheit in die Zukunft 72
Was Träume mit strategischer Planung zu tun haben

Segmentierter Versand 74
Erfolgreiches E-Mail-Marketing im Non-Profit-Bereich

Bewährter Türöffner 76
Warum auch die Generation Z weiterhin über E-Mail erreichbar ist

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

Menschen

Judith Faessler
... ist wissenschaftliche Mitarbeiterin des Bayerischen Verfassungsschutzes. Im Interview spricht sie über die Gefahr der extremistischen Vereinnahmung von Non-Profit-Organisationen. **16**

Petra Vogt
... leitet die Abteilung IT und Digitalisierung des BUND und will das Verhältnis zwischen Software-Anbietern und NGOs verbessern: durch Open Source zu mehr Nachhaltigkeit. **38**

Marianne Hengl
... hat unseren beliebten Fundraising-Fragebogen ausgefüllt und verrät allerhand Persönliches. **86**

Meinungen

Persönliche Gedanken
Georg Staebner: Veränderungsprozesse aktiv gestalten **14**

Kommentare aus der Redaktion
von Matthias Daberstiel **6**
von Rico Stehfest **30**
von Ute Nitzsche **42**

Rubriken

Schöner scheitern **13**
Köpfe & Karrieren **54**
Branche **58**
Dienstleisterverzeichnis **60**
Abo-Coupon **67**
Bildung + Kalender **78**
Fach- und Sachbücher **82**
Wissen testen & gewinnen **88**
Das Letzte **90**
Vorschau & Impressum **90**

Autorinnen und Autoren

... dieser Ausgabe:
Ilona Aziz, Matthias Daberstiel, Karin Feig, Patrick Hafner, Joanna Hoheisel, Severin von Hünerbein, Kristin Koschani-Bongers, Erika Kudweis, Kurt Manus, Daniel Mittler, Daniela Münster, Ute Nitzsche, Dominique Prescher, Dominik Sedlmeier, Georg Staebner, Ingo Stefan, Rico Stehfest, Thomas Stollenwerk, Thomas Wagensonner, Dr. Sebastian Weinert

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

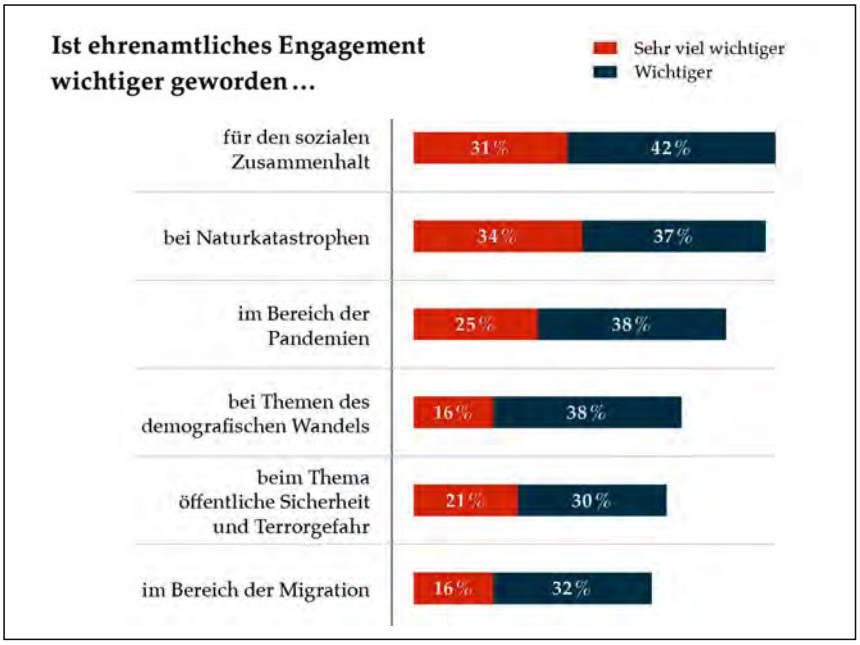
Lernen Sie unsere „Vögel“ kennen.

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

Ehrenamt: stagnierende Bereitschaft?



Trotz gestiegener Sorge vor Krisen und Katastrophen schätzen die Deutschen das ehrenamtliche Engagement zwar sehr, sind aber nur bedingt bereit, sich selbst regelmäßig ehrenamtlich zu engagieren. Das ist das Ergebnis des 1. Malteser Ehrenamtsmonitors für Deutschland. Obwohl rund 4 Prozent der Befragten angeben, ihr Bedürfnis, anderen Menschen zu helfen, sei in den letzten Monaten gestiegen, verspüren fast zwei Drittel keinen stärkeren Wunsch, ein Ehrenamt im Bevölkerungsschutz zu übernehmen. Nur 7 Prozent wären bereit, sich regelmäßig in einer Hilfsorganisation zu engagieren. Das entspricht genau der Prozentzahl, die angibt, bereits in einer der großen Hilfsorganisationen tätig zu sein.

▶ www.malteser.de/ehrenamtsmonitor

Und sonst noch …

Schulterklopfmaschine lobt Engagement

Gute Nachrichten wünschen wir uns alle. Ganz besonders in diesen Zeiten. Wer kann, sorgt selbst dafür: Jeden Tag eine gute Tat. Wer aber dankt es einem am Ende, wenn man sich engagiert? Wem der gebührende Applaus ausbleibt, der kann einen Abstecher nach Mettauertal in die Schweiz machen. Dort, in einer ausgedienten Telefonzelle, befindet sich tatsächlich seit zwei Jahren eine „Schulterklopfmaschine". Die haut einem aber zum Glück keine Körperteile wund. Stattdessen gibt es einen Touchscreen. Darauf gibt man die gute Tat einfach ein, kann aber auch aus einer Liste von Vorschlägen auswählen. Optional schießt der Apparat ein Foto für Facebook, das gleich gepostet wird. Wer eine E-Mail-Adresse angibt, bekommt einen Gutschein für den Bäcker um die Ecke. Was folgt, ist ein Video mit zu Volksmusik applaudierenden und jubelnden Menschen. Finden Sie Humbug? Vielleicht sollten Sie es einfach mal ausprobieren. Danach klopfen Sie sich vielleicht viel öfter mal selbst auf die Schulter. Kann in keinem Fall schaden.

MEINE MEINUNG

„Das Lobbyregister ist ein Eigentor des Dritten Sektors"

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

Pünktlich zum 1.1.2022 ist das neue Lobbyregister des Deutschen Bundestags in Kraft getreten. Lobbyisten, die auf Politikerinnen und Politiker zugehen, müssen nun nachweisen, wer sie sind, wie sie sich finanzieren und wie viel Geld sie für Lobbyarbeit ausgeben. Das alles steht dann öffentlich auf einer Website. Viele gemeinnützige Organisationen, die gegen Korruption und für mehr Transparenz in der Politik streiten, haben lange auf diesen Tag hingearbeitet, aktive Lobbyarbeit betrieben und feiern nun.

Nicht ganz so optimistisch sehen das aber spendenfinanzierte Organisationen, die ebenfalls Lobbyarbeit betreiben und das auch als Teil ihrer Arbeit sehen. Nämlich die, welche von einzelnen Menschen kumuliert mehr als 20 000 Euro im Jahr als Spende erhalten. Deren Namen müssen nämlich nun auch im Lobbyregister veröffentlicht werden. Egal, ob diese für ein Projekt in Mali oder wirklich für Lobbyismus spenden. Es steht zu befürchten, dass man sich deshalb zwischen Lobbyarbeit oder Spende entscheiden muss, denn wir alle wissen, wie empfindlich Mäzeninnen und Mäzene auf Öffentlichkeit reagieren. Alternative: Man verweigert die Aussage zu diesem Punkt und ist dann vom Wohlwollen der Politik abhängig. Etwa, ob man beispielsweise noch zu Ausschusssitzungen oder Beteiligungsverfahren eingeladen wird.

Die Politik benachteiligt so gemeinnützige Organisationen gegenüber professionellen Lobbyisten von Unternehmen und Verbänden. Für mich ein fatales Eigentor der Lobbyarbeit des Dritten Sektors.

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

marketwing®

ALBERT SCHWEITZER FAMILIENWERK

„Wenn mich jemand nach einer Fundraising-Agentur fragt, mit der unkompliziert Erfolge erreicht und gefeiert werden können, würde ich spontan marketwing nennen.
Den kreativen Köpfen gelingt der turnerische Spagat zwischen der richtigen Tonart bei der Ansprache unserer Förderer und den einfühlsamen Herausforderungen bei den schönen, aber auch nicht immer einfachen Projekten der Kinder- und Jugendhilfe.
Ebenso unkompliziert wie empathisch krempeln wir gemeinsam die Ärmel hoch und finden mit dem klassischen Brief, der digitalen Welt und Telemarketing richtig gute Wege.“

Jörg Grabowsky, Albert-Schweitzer-Familienwerk e.V.

Foto © Adobe Stock, Sunny studio

Drei Fragen an … Kathrin Hartkopf

Der Deutsche Fundraising-Verband würdigt Engagement für Kinderrechte

? Sie sind 2021 vom Deutschen Fundraising-Verband mit einem Sonderpreis ausgezeichnet worden. Kam diese Auszeichnung überraschend?

Es war in der Tat eine großartige Überraschung. Mit dem Preis würdigt der Deutsche Fundraising-Verband unseren Einsatz für Kinder und Kinderrechte. Mich freut, dass damit auch das Engagement unserer zahlreichen Stifter und Spender ausgezeichnet wurde, die mit ihrem großen persönlichen Einsatz Mädchen und Jungen unterstützen, ein selbstbestimmtes Leben zu führen.

? Welche Aspekte Ihrer Arbeit sehen Sie damit besonders gewürdigt?

Insbesondere beim Großspenden-Fundraising braucht es einen langen Atem – den haben wir bewiesen. Diese Arbeit ist nur möglich mit einem großartigen Team. Wir haben so viel Kraft in unsere Arbeit gesteckt und enge Verbindungen zu unseren Unterstützern aufgebaut. Dabei haben wir viel Persönliches von den Menschen erfahren. Sie alle eint, dass sie das Leben von Kindern auf dieser Welt verbessern möchten.

Kathrin Hartkopf …

… hat als Geschäftsführerin seit 2007 die „Stiftung Hilfe mit Plan" aufgebaut und maßgeblich zur Strategieentwicklung der „Stiftung Kinderhilfe mit Plan" beigetragen.

? Eine solche Auszeichnung verleiht sicher weiteren Schwung. Was steht für die Zukunft auf Ihrem Plan?

Es geht darum, unsere Netzwerke bei Plan International zu vergrößern. Wir müssen mit vereinten Kräften entschieden gegen die Auswirkungen der beiden globalen Krisen, Corona-Pandemie und Klimawandel, angehen. Insbesondere Mädchen und Frauen haben unter diesen Krisen zu leiden. Deshalb müssen sie endlich gleichberechtigt am politischen und gesellschaftlichen Leben teilhaben und ihre eigenen Rechte wahrnehmen können. Das ist der Schlüssel für Frieden und Wohlstand.

▶ www.plan.de

Eine starke Beziehung beginnt mit einem guten Gespräch!

Telemarketing ist das wichtigste Instrument zum Aufbau erfolgreicher Beziehungen zu Ihren Spender*innen.

Socialminds arbeitet mit bewährten Strategien, die auf einer nachhaltigen Betreuung Ihrer Spender*innen basieren.

Interessiert, was wir für Ihre Organisation tun können? Wir beraten Sie gern!

socialminds

030 30 80 96 49
info@socialminds.de
Hauptstraße 117, 10827 Berlin

In- und Outbound – Begrüßungsanrufe – Dauerspendengewinnung – Upgrading – Spendenservice

Kurzgefasst …

Central European University (CEU) unterstützt NGOs

Lehrende und Studierende der CEU unterstützen die Arbeit von NGOs in einem konkreten Projektzeitraum unentgeltlich (z. B. Recherchen, Fokus-Gruppen, Videoprojekte etc.). Themen sind unter anderem bürgerschaftliches Engagement, Ethik von Big Data oder deliberative Demokratie in der Praxis. Arbeitssprache ist dabei Englisch, Angebote werden nach Möglichkeit auch auf Deutsch gemacht.

▶ communityengagement.ceu.edu/call-ngos

Charlotte Rhyd an der Spitze der EFA

Die Schwedin Charlotte Rhyd ist neue Präsidentin der European Fundraising Association. Rhyd verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung in den Bereichen Großspenden-Fundraising, Alumni- und Spenderbeziehung, Freiwilligenmanagement und Marketing. Zudem war sie im Change Management für akademische Einrichtungen und NGOs in Schweden und international tätig.

▶ www.efa-net.eu

Misereor-Podcast: „Mit Menschen“

Prägnante Ansichten, relevante Informationen, leicht und locker präsentiert – das alles bietet der neue Podcast von Misereor „Mit Menschen“. Der Blick über den Tellerrand – und damit auch zu Menschen aus benachteiligten Regionen des Globalen Südens – ist fester Bestandteil des Programms. Zur Sprache kommt auch das Engagement des jeweiligen Gesprächspartners.

▶ www.misereor.de/podcast

WWF ist Mitglied im Forum Rezyklat

Die Naturschutzorganisation WWF ist seit letztem Jahr Mitglied im Forum Rezyklat, das sich für die Förderung der Kreislaufführung von Verpackungen einsetzt. Im Forum kommen Akteure aus allen Bereichen der Kreislaufwirtschaft zusammen, um verbrauchernahe Lösungen für recyclebare Verpackungen zu entwickeln und die Nutzung von Rezyklaten in Verpackungen voranzutreiben.

▶ www.forum-rezyklat.de

Kampagnenforum mit neuen Tools

Die Schweizer Agentur für Kampagnenorganisation „Kampagnenforum“ hat drei Tools lanciert, die neue Türen öffnen für erfolgreiches NPO- und Polit-Campaigning: Kampamonitor, Kampatest und Kampredict ermöglichen umfassendes Digitalmonitoring, experimentelle Argumente-Tests und Technologien für qualifizierte Prognosen zu Abstimmungs- und Thementrends.

▶ www.kampagnenforum.ch

Jahrbuch Schweizer Hilfswerke

Das im Dezember veröffentlichte Handbuch der Schweizer Hilfswerke 2021 der Uni Basel zeigt, dass trotz der globalen Krise die meisten großen Organisationen ihren Betriebsertrag im Vergleich zum Vorjahr steigern konnten. Unter kleineren Organisationen konnten nur Organisationen mit dem Tätigkeitsfeld „Soziales Inland“ sowie „Humanitäres Ausland“ im Durchschnitt einen Zuwachs im Betriebsertrag verbuchen. Nicht überraschend: Kleinere NGOs haben es schwerer.

▶ www.ceps.unibas.ch/de/publikationen/#c1165

Auf dem Weg zur Datenbank

Mit „Datenwelten“ hilft ein neues Portal bei der Suche nach geeigneten Systemen

Mit dem neuen Jahr hat das Portal „Datenwelten“ seine Tore geöffnet. Das Programm bietet Fortbildungen und Mentoring gerade für kleinere und mittelgroße Organisationen zum Thema CRM- und Fundraising-Datenbank-Systeme. Hinter der Idee stecken Doris Kunstdorff und Gisela Bhatti von der Digital-Agentur „Cloud und Rüben“. Dank der Förderung durch die Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt kann „Datenwelten“ bereits etliches an Material kostenfrei zur Verfügung stellen. In Videos, Texten und mit Checklisten können sich Interessenten im DIY-Stil durch „In 8 Schritten zur fundierten Datenbank-System-Entscheidung“ und „Besonderheiten eines Fundraising-Systems“ hindurcharbeiten. Das Material ist auf Selbstlernen angelegt und zielt auf Personen ab, die sich erstmals oder ohne erfahrenes Team im Hintergrund damit befassen, eine neue Fundraising- oder Kontakt-Datenbank einzuführen. Wem das Material allein nicht weiterhilft, in die Umsetzung zu kommen, findet weitere Möglichkeiten. So sind beispielsweise ein Mentoring, Sprechstunden und weitere interaktive Formate geplant.

▶www.datenwelten.org

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

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

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

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

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

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

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

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

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

So erreichen Sie werteorientierte Spender!

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

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

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

konpress Konfessionelle Medien

Gegen männliche Gewalt

Kurz vor Weihnachten hat die österreichische NGO „aufstehn" in den Landeshauptstädten mit einer Plakataktion gegen Gewalt von Männern gegenüber Frauen aufmerksam gemacht. Dabei handelt es sich eben nicht „nur" um ein Dauerproblem. In der Weihnachtszeitn häufen sich aggressive körperliche Ausfälle gegen Frauen vor allem im häuslichen Umfeld. Der Lockdown hat in diesem Bereich zu erhöhten Zahlen geführt, nicht nur in Österreich. Deshalb haben die Plakate gleich vier telefonische Möglichkeiten aufgeführt, unter denen sich Hilfesuchende Begleitung suchen können, natürlich auch Männer.

Die NGO „aufstehn" ist eine zivilgesellschaftliche Kampagnenorganisation mit einer Community von über 360 000 Menschen aus ganz Österreich. Sie setzen auf digitale Tools, um politische Mitbestimmung online sowie offline zu ermöglichen und Politik und Gesellschaft mitzugestalten – „für ein positives Miteinander, soziale Gerechtigkeit, faires Wirtschaften und den Schutz unseres Planeten".

▶ www.aufstehn.at

Schöner scheitern

… mit individueller Spenderansprache

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

Über die Wichtigkeit der persönlichen und individuellen Ansprache im Fundraising wissen mittlerweile alle Bescheid. Darum wollten auch wir bei unserem Weihnachtsmailing unser Können unter Beweis stellen und zeigen, was man dank etabliertem CRM-System sowie angeeignetem Know-how (mit allen Tricks und Kniffen, die Microsoft Office bei der Erstellung von Serienbriefen bietet) umsetzen kann. Nach dem Selektieren unserer exklusivsten Kontakte, welche die höchste Spendenbereitschaft versprachen, ging es frisch ans Werk. Ein in unseren Augen perfekt dem Anlass (Weihnachten) entsprechender Text, der auch thematisch zu unseren Organisationsinhalten passend ausformuliert war, lag samt vorgefertigter und bedruckter Überweisungsträger bereits in der Schublade. Um die Motivation der potenziell Spendenden noch zu steigern, enthielt der Brieftext eine rhetorische Frage, die so formuliert war, dass sie von der lesenden Person selbst als intrinsischer Gedankengang zu verstehen sei, welcher als Reaktion zu dem Schluss führen sollte, die Spende zu bejahen. Der Satz lautete: *„Kann ich, «Vorname» «Name», mit meiner Unterstützung zur Wissensvermittlung an Jugendliche ein Statement setzen für mehr Nachhaltigkeit statt Konsum?"*

So weit, so gut. Was wir jedoch nicht bedacht hatten, war die Tatsache, dass ein Großteil der Adressatinnen und Adressaten Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens sind, die auch gerne mal zitiert werden und auch medial im Fokus stehen. Nur kurze Zeit nach dem Versand hörten wir die ersten negativen O-Töne. So stellte sich heraus, dass namhafte Großspender den erwähnten Satz so auffassten, als wären sie allein in jedem einzelnen Brief unter Nennung ihres Namen zitiert worden – mit einer Aussage, welche sie so nie getätigt hatten. Manch anderer Großspender war von der Art der Ansprache irritiert, da man als Dauerspender ja ohnehin mit jeder vormaligen Spende ein Statement gesetzt habe, und wunderte sich, warum dies jetzt hinterfragt würde.

Erschwerend hinzu kam der angesprochene Konsumverzicht zugunsten einer nachhaltigeren Lebensweise, auf den wir explizit in unserem Text hinwiesen, um Spenden für unser Jugendbildungsseminar mit dem Thema „Postwachstumsökonomie" zu sammeln. Wie man sich vielleicht auch hätte denken können, waren die Unternehmerinnen und Unternehmer, welche Geld mit Vertrieb verdienen, nicht ganz so sehr von der Thematik Konsumverzicht zu begeistern, wie wir uns das erhofft hatten.

Zielgruppengerechtes Spendenmailing ist hier das Stichwort, denn wie bereits bekannt, muss der Köder nicht dem Angler, sondern dem Fisch schmecken. Doch auch im Scheitern liegt die wertvolle Erkenntnis verborgen, die eigene Zielgruppe wieder ein Stück weit besser kenngelernt zu haben. Diese Erfahrungswerte werden sich in jedem Fall auszahlen.

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

Mikrofasertücher
Made in Germany
Ein idealer Mailingverstärker
leicht und dünn
Verschiedene Formate - schnelle Lieferzeit
lupenmaxx®
...wir machen´s größer!
www.mikrofasertuch.de

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

Veränderungsprozesse aktiv gestalten

Persönliche Gedanken von Georg Staebner

Gemeinnützige Organisationen stehen aufgrund des digitalen und gesellschaftlichen Wandels unter Veränderungsdruck. Bei Themen wie „Ehrenamtliche gewinnen" und Fundraising wird offensichtlich, dass das, was vorher gut funktioniert hat, nicht mehr zum Erfolg führt. Es reicht nicht mehr, einen Stand bei einer Veranstaltung aufzustellen.

Beispiel: digitale Kommunikation. Mit Flyern, Briefen, E-Mails und der Zeitung wird ein Großteil der Engagierten nicht mehr erreicht! Sie informieren sich über das Internet und Social Media. Die Organisationen spüren, dass es nicht reicht, Social Media und Direktnachrichten zu verwenden. Organisationen, die die digitale Kommunikation nutzen, verändern sich auch in ihrer Struktur. Mit diesem Wandel werden sie alleine gelassen.

Nicht zuletzt hat eine weltweite Pandemie gezeigt, dass einfach nur Videokonferenzen einzuführen, nicht reicht. Die Frage ist somit: Wie kann der Veränderungsprozess aktiv gestaltet werden? Die folgenden vier Punkte sind für den Wandel entscheidend.

Den Wandel annehmen.

Wer jetzt noch sagt, unsere Organisation wird auch ohne digitale Werkzeuge in der

Zukunft existieren, nimmt den Wandel nicht an! Jede Organisation sollte sich beispielsweise fragen: Welche digitalen Werkzeuge sollten wir nutzen, um unsere Wirkung zu vergrößern?

Die bestehenden Kompetenzen nutzen.

Die eigene vorhandene Expertise in den Organisationen sollte genutzt werden, um in Verbindung mit digitalen Werkzeugen neue Dienste und Formate in der Zivilgesellschaft aufzubauen.

Wissen von außen dazu holen.

Es gibt bereits viele Angebote für zivilgesellschaftliche Organisationen, die bereits jetzt genutzt werden können, um das nötige Wissen zu erlangen. Beispielsweise die kostenlosen Bücher von Phineo, die vielen Tipps und Webinare von „D3 – so geht digital", die Online-Kurse der Betterplace Academy und von „Erzähl davon, dem Podcast für gute Kommunikation im Ehrenamt" sowie einige Pro-bono-Angebote.

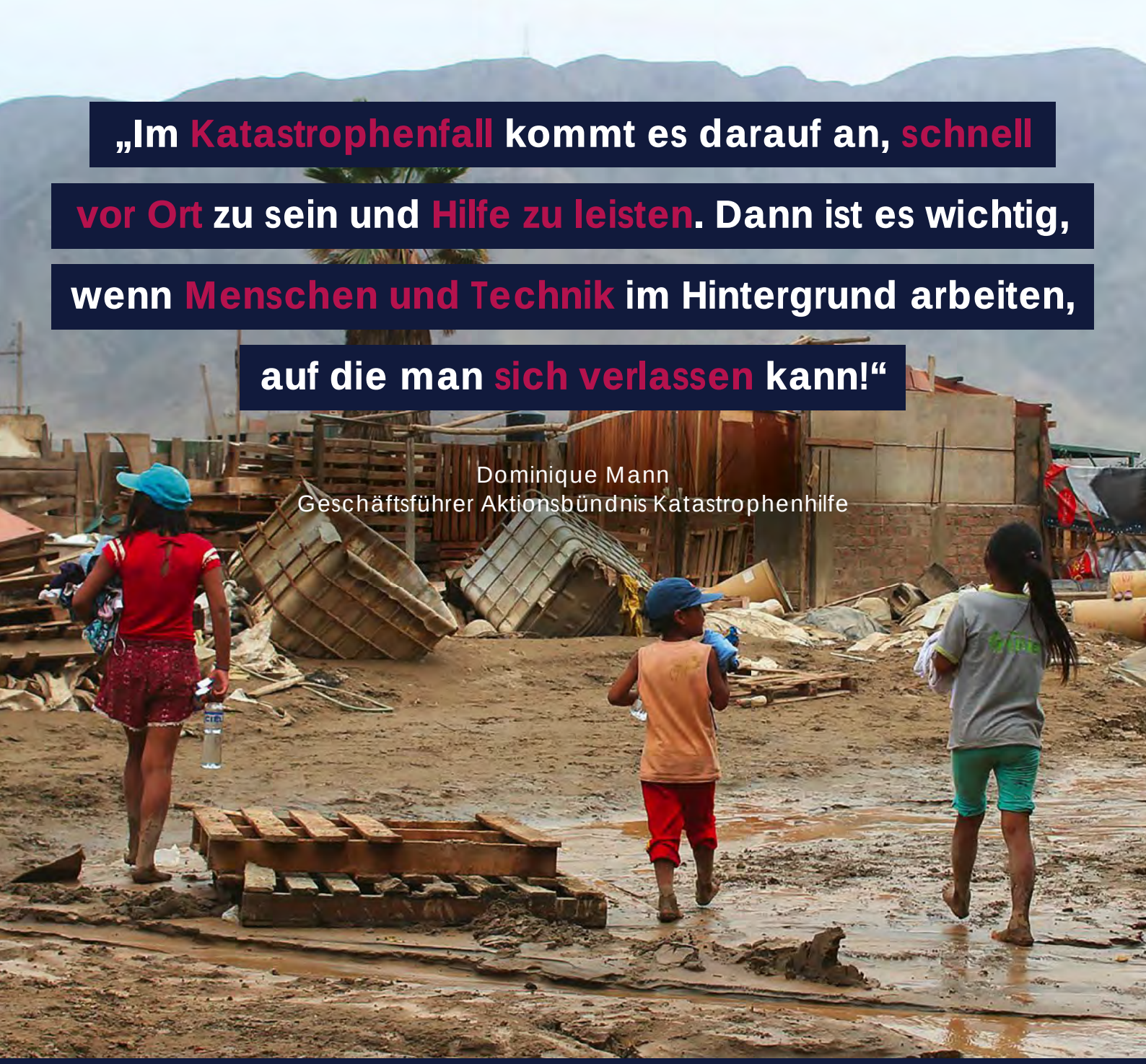
Die Transformation mit Begleitung von außen meistern.

Wir wissen es alle: Noch so viel Wissen und noch so großer Druck bringen keine Veränderung. Erst, wenn wir mit Unterstützung gemeinsam ins Handeln kommen und reflektieren, beginnt eine Transformation. Die Organisationen berauchen die Begleitung von Menschen mit den nötigen Expertisen. Mehr Engagement und mehr Ehrenamtliche alleine sind nicht die Lösung.

Wie ist die passende Expertise für die Organisationsentwicklung zu finden und zu finanzieren? Antworten auf diese Fragen zu geben ist das, was mich persönlich antreibt. Ich bin davon überzeugt, dass wir die Wirkung der Zivilgesellschaft enorm vergrößern können, wenn wir die Veränderungsprozesse aktiv angehen. Dazu müssen wir die Organisationen mit den Expertisen von Beratern und der finanziellen Unterstützung von Stiftungen beziehungsweise Unternehmen verbinden.

Georg Staebner ist Gründer der zivilgesellschaftlichen Beratung changeius und von helpteers, einer Plattform für soziales Engagement. Außerdem ist er Host des Podcasts „HeldenUndVisionaere.de". Er berät soziale Organisationen zu Themenbereichen des digitalen Wandels, insbesondere zu Kommunikation über digitale Kanäle. Das Ziel seiner Unternehmungen ist, Menschen, die unsere Gesellschaft positiv beeinflussen, zu unterstützen und zu verbinden, um die Wirkung der Zivilgesellschaft zu vergrößern.

▶ www.helpteers.com



„Im Katastrophenfall kommt es darauf an, schnell vor Ort zu sein und Hilfe zu leisten. Dann ist es wichtig, wenn Menschen und Technik im Hintergrund arbeiten, auf die man sich verlassen kann!“

Dominique Mann
Geschäftsführer Aktionsbündnis Katastrophenhilfe

Im Katastrophenfall müssen alle zusammenarbeiten. Alles muss im Vorfeld vorbereitet sein und jeder muss sich seiner Verantwortung bewusst sein.

Durch langjährige Erfahrungen im Spendenmanagement im Bereich Non-Profit konnte unser Service Team umfangreiches Know-how sammeln, das besonders im Katastrophenfall von besonderem Wert ist. Durch den Einsatz modernster Technik garantieren wir Ihnen darüber hinaus schnelle Reaktionszeiten. Das alles immer mit der zielgerichteten Orientierung auf den Erfolg Ihrer Mission.

Sie brauchen einen verlässlichen Partner an Ihrer Seite?
Sprechen Sie uns an, wir stehen bereit!

#DasWichtigeMachen

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

ifunds

„Dogmatismus ist ein Alarmzeichen“

Judith Faessler ist wissenschaftliche Mitarbeiterin des Bayerischen Verfassungsschutzes. Auf der letzten Alumni-Tagung der Fundraising-Akademie warnte sie vor extremistischer Vereinnahmung von Non-Profit-Organisationen. Wir sprachen mit ihr über dieses Problem, über ihre Familiengeschichte und über die Arbeit des Verfassungsschutzes.

? Wie kommt man als Orientalistin zum Bayerischen Verfassungsschutz?

Klar, ich bin eine Quereinsteigerin. Ich war vorher bei einer Entwicklungshilfeorganisation, und dann kam der 11. September. Dann hörte ich über Bekannte, dass der Verfassungsschutz Leute wie mich sucht, und dann habe ich mich initiativ beworben.

? Der Verfassungsschutz hat nicht unbedingt ein Top-Image. Können Sie das nachvollziehen?

Sicherheitsbehörden sind zwar rechtsstaatliche Institutionen, aber leisten meist nicht direkt etwas für den Bürger, wie zum Beispiel ein Krankenhaus. Die Personen, mit denen wir es beim Verfassungsschutz zu tun haben, sind ja Verbrecher oder Extremisten. Wir sind also nicht dafür da, gegenüber diesen Personen sehr freundlich zu sein.

? Aber auch in der Bevölkerung ist das Image nicht gut. Haben Sie Motivationsprobleme?

Teilweise schon. Aber ich bin davon überzeugt, dass der Verfassungsschutz als Nachrichtendienst aktuell nicht ersetzbar ist. Wir sind kein Geheimdienst, der mit Täuschungsmanövern oder verdeckten Operationen arbeitet. Das ist nicht unsere Aufgabe. Wir sind Teil der wehrhaften Demokratie, und wir werden auch nicht, wie im Film, ständig von geschickten Gaunern hinters Licht geführt. Wir sind auch sehr transparent, weil wir Methoden und Ergebnisse offenlegen müssen. Natürlich nicht zu laufenden Ermittlungen.

? Waren Sie sofort überzeugt von Ihrem Job?

Meine Familie hat mir schon immer eines mitgegeben: Demokratie ist ein Mitmachprojekt. Nur Institutionen zu kritisieren, weil sie da sind, ist nicht hilfreich. Die Vorstellung von „Vater Staat", der alles für uns regelt, finde ich sehr altmodisch. Sich selbst einbringen und verändern ist besser. Das war meine Motivation.

? Ihr Großvater Max Mannheimer veröffentlichte 1985 sein „Spätes Tagebuch", in dem er aus seinen Erfahrungen in fünf Konzentrationslagern berichtete und damit zum Zeitzeugen wurde. Was wussten Sie bis dahin von diesem Teil seines Lebens?

Da war ich noch ein Kind, aber Details habe ich erst nach der Veröffentlichung erfahren. Selbst, dass er Jude war, erfuhr ich erst spät. Wir sind keine religiöse Familie, und mein Großvater war das auch nicht. Ich wuchs in Frankreich auf. Da waren wir die Deutschen, hatten auch Anfeindungen auszuhalten. Dabei war meine Großmutter sogar im Widerstand.

? Haben wir aus der Geschichte zu wenig gelernt, wenn die Zeit des Nationalsozialismus als „Vogelschiss unserer Geschichte" bezeichnet wird?

An der Dummheit kann man schon verzweifeln. Jeder kann sich heute informieren. Aber viele ziehen daraus nur das, was ins eigene Weltbild passt. Das ist mir zu oberflächlich.

? Sie meinten auf der Tagung der Fundraising-Akademie: „Formale Bildung reicht nicht gegen extremistische Ideen." Wie meinen Sie das?

Wichtiger ist, das kritische Denken zu lernen. Argumente abzuwägen, Diskurse zu führen und einen eigenen Standpunkt auszubilden. Das ist ein viel mächtigeres Bollwerk gegen extremistische und demokratiefeindliche Ideen. Für meinen Großvater waren zwei Werte entscheidend: Menschlichkeit und Freiheit. Ich habe länger gebraucht, um zu erkennen, warum er diese beiden Werte nannte. Aber selbst gute Bildung und Argumentationsfähigkeit nützen nichts, wenn man in seinem Gegenüber nicht den Menschen sieht und kein Mitgefühl aufbringen kann. Mein Großvater wandte sich nicht mit Vorwürfen, nicht mit Hass und nicht mit Vorurteilen an die Menschen. Er, der unvorstellbare Gräueltaten erlebt hatte, ist jedem Einzelnen als Mensch und als Individuum begegnet. Die Menschenwürde wird so übrigens auch zu einem Unterscheidungsmerkmal, was extremistisch ist und was nicht. Menschen in Gruppen einzuteilen und Individuen ausschließlich als Teil dieser Gruppen einen Wert beizumessen und einer Gemeinschaft zu unterstellen, entspricht nicht der Menschenwürde und ist deshalb auch verfassungsfeindlich.

? Die Freiheit der Meinungen muss aber immer toleriert werden?

Freiheit heißt ja nicht, dass man unwidersprochen bleibt. Freiheit kann auch eine Zumutung für einen sein. Das muss man ertragen können. Offene Gesellschaften sind keine harmonischen Gesellschaften.

? Sie beschäftigen sich intensiv mit dem Thema Extremismus. Woran erkennt man Extremisten und ihre Organisationen?

Schwierig! Der Verfassungsschutz erkennt Extremisten an Bestrebungen, also öffentlichen Handlungen gegen die freiheitlich demokratische Grundordnung. Es geht also nicht um Gesinnungen. Der Wohnzimmerextremist geht den Staat nichts an. Als Wissenschaftler erkennt man an den Weltbildern den Extremisten. Zum Beispiel gibt es ein Schwarz-Weiß-Denken. Die Welt wird nur in Gut und Böse geteilt. Es gibt starke Feindbilder. Extremisten meinen auch, alle im Besitz einer Moral und einer Wahrheit zu sein. Sie lassen keine abweichende Meinung zu. Dieser Dogmatismus ist ein Alarmzeichen.

? Extremistische Organisationen interessieren sich zunehmend auch für Kooperationen mit Non-Profit-Organisationen. Warum?

Extremisten streben nach einer homogenen Gesellschaft, und sie versuchen dafür zu missionieren. Denn wenn man sich ... ▸

... abgrenzt, hat man kaum Kontakte. Sie wollen aber die Gesamtgesellschaft verändern, und da gehen sie strategisch vor. Einmal, indem sie Themen besetzen. Das sieht man in der Corona-Krise gerade sehr deutlich, wie über den Impfzwang gesprochen wird. Die neonazistische Kleinstpartei „Der III. Weg" versucht beispielsweise über Spendenaktionen für Tiere, Kinder, sogar Obdachlose zu punkten. Das klingt ja auch unverdächtig. Dabei verachtet diese Partei Obdachlose und selbstverständlich will sie nur Deutsche unterstützen.

? Wie kann man dem begegnen? Eine Zweckbindung der Spende ist ja möglich.

Die Annahme einer Spende ist noch keine Zusammenarbeit. Das ist ethisch schwierig. Oft ist es ja auch nicht so offensichtlich. Beispielsweise wird die Spende anonym geleistet, und dann feiert sich „Der III. Weg" öffentlich dafür, wie bei einer Spende für das Tierheim geschehen. Sie können nicht jede Spenderin oder jeden Spender auf deren Gesinnung testen. Aber Sie können natürlich Werte nach außen vertreten, die Sie unattraktiv für solche Gesinnungen machen.

? Sie warnen auch vor der Organisation Islamic Relief, weil dahinter die Muslimbruderschaft steckt. Muss man aber nicht zwischen der deutschen Sektion und der in Ägypten unterscheiden?

Wir sorgen für Aufklärung, und hinter beiden Sektionen stecken die gleichen Träger. Gerade bei islamistischen, ich sage bewusst nicht muslimischen Organisationen, beobachten wir eine sehr geschickte Form der Vereinnahmung. Sie versuchen sich beispielsweise gemeinsam mit jüdischen Organisationen ablichten zu lassen – das macht übrigens die AfD auch – um sich eben als aufgeklärt und gar nicht antisemitisch zu zeigen. Da sollte man sehr vorsichtig sein, sonst wird man zum Persilschein.

? Warum treten Extremisten überhaupt immer so sozial auf?

Jemand, der Gutes tut, kann ja gar nicht schlecht sein. Das wollen wir natürlich immer gerne annehmen. Auch die Presse fällt gern darauf herein, indem sie Grautöne ausblendet.

? In dem Zusammenhang stößt man auch immer mehr auf Verschwörungstheorien von Umvolkung oder Kontrolle durch Impf-Chips. Wie wichtig sind diese Theorien für das Weltbild von Extremisten?

Verschwörungstheorien werden oft belächelt. Aber sie sind enorm gefährlich, weil sie eine Zusammenarbeit verschiedener Extremisten befördern. Sie überspielen auch Widersprüche im Weltbild der Extremisten und sorgen für eine Radikalisierung. In unserer deutschen Geschichte gibt es beispielsweise die Dolchstoßlegende, die von der obersten Heeresleitung verbreitet wurde, um zu begründen, dass man im Ersten Weltkrieg auf dem Felde gesiegt hätte, aber durch demokratische Kräfte und das Judentum daran gehindert worden sei. Diese Legende war so effektiv, dass ein Großteil der deutschen Bevölkerung den Nationalsozialisten glaubte und dass selbst Kommunisten zu strammen Nationalsozialisten wurden. Man sah sich kollektiv als Opfer. Trump arbeitet übrigens ebenfalls mit der Legend, ihm sei der Wahlsieg geraubt worden!

„Sie können nicht jede Spenderin oder jeden Spender auf deren Gesinnung testen ..."

? Soziale Medien scheinen extremistische und teilweise absurde Positionen zu fördern. Woran liegt das?

Ich glaube, es liegt eher an den Denkfehlern von Menschen. Der Mensch filtert aus der Informationsflut das heraus, was ihn in seiner Meinung bestätigt. Das wird durch soziale Medien verstärkt, weil ähnliche Meinungen so viel einfacher zu einem durchdringen. Man ist in einer Filterblase.

? Aber dass Angela Merkel ein Echsenwesen ist, ist doch sehr unwahrscheinlich.

Ja, aber wenn Sie mit dieser Meinung bisher in Hintertupfing der Einzige waren, der das dachte, finden Sie über soziale Medien plötzlich 50 Gleichgesinnte. Auch wenn Sie etwas sehr oft hören, glauben Sie es eher. Man wird plötzlich Teil einer Gruppe und denkt, man sei schon die Mehrheit. Und wenn das dann auf die Wirklichkeit trifft, werden die Leute auch radikal, weil sie durchaus merken, dass ihr Weltbild einer Realitätsüberprüfung nicht standhält. Derart in die Defensive gedrängt, verbohren sie sich, weil das weniger schmerzhaft ist, als sich von einem identitätsstiftenden Weltbild zu verabschieden und den eigenen Irrtum einzugestehen. Missionarischer Eifer ist Teil des sich selbst Belügens und Ausdruck unterdrückter Zweifel.

? Was können da Vereine tun?

Wir geben mit einer Präventionsstelle ja auch Empfehlungen, wie man mit Verschwörungstheoretikern und Reichsbürgern umgehen kann. Beispielsweise sollte man die Menschen, gerade wenn man sie kennt, nicht abwerten, sondern ihnen auf Augenhöhe Fragen stellen. Mit konfrontativen Argumenten gewinnt man nichts. Diese Menschen müssen sich selbst der Widersprüche bewusst werden. Bei Jugendlichen heißt das subversive Verunsicherungspädagogik. Das künstliche extremistische Weltbild dieser Menschen ist recht fragil und bekommt dadurch Risse. Das dauert aber natürlich.

? Müsste der Verfassungsschutz nicht mehr warnen?

Wir läuten nicht täglich die Alarmglocke. Wir sind auch kein Frühwarnsystem der Zivilgesellschaft. Das muss die schon selber regeln und aufmerksam sein. Demokratie verlangt mündige Bürger, das wird den Bürgern durch den Verfassungsschutz nicht abgenommen.

Das Interview führte Matthias Daberstiel.

WAS IHNEN HILFT FÜR GUTE TATEN? GUTE DATEN.

DAS WICHTIGSTE IM FUNDRAISING SIND DIE SPENDERDATEN. MIT UNSEREN EXKLUSIVEN ANALYSE-WERKZEUGEN KÖNNEN WIR DIE DATEN SO AUFSCHLÜSSELN, DASS WIR DARAUS FÜR SIE MASSGESCHNEIDERTE LÖSUNGEN FÜR SPENDERBINDUNG, NEUSPENDERGEWINNUNG UND SPENDER-UPGRADES ENTWICKELN KÖNNEN. KONTAKTIEREN SIE UNS UNVERBINDLICH UNTER INFO@WSAG.CH ODER ÜBER WWW.WSAG.CH.

WALTER SCHMID
FUNDRAISING & DATA

Jung und digital:

das Ehrenamt

Mit Lust und Laptop

Je jünger, umso digitaler – gilt das auch beim Ehrenamt? Nutzen beispielsweise Millennials das Internet mehr als Baby-Boomer, um sich freiwillig zu engagieren? Und welche Motivation steckt dahinter? **Seite 22**

Digital fürs Ehrenamt werben

Die meisten Vereine haben nicht das Personal oder die Kompetenzen, um auf allen digitalen Plattformen mitzumischen. Im Wettbewerb um Aufmerksamkeit kann das ein Nachteil sein. Wie kann es trotzdem gelingen? **Seite 24**

Aus Ehrenwert wird Mehrwert

Wie professionelles Ehrenamtsmanagement ein Gewinn für alle ist. Der Österreichische Alpenverein – ein ehrenamtlich geführter Non-Profit-Verein, der in einer turbulenten Zeit weiterhin erfolgreich wächst – zeigt, wie es gehen kann. **Seite 26**

Hinterfragen des eigenen Engagements

Die Mitarbeiter einer Schweizer NGO haben sich gemeinsam selbst gekündigt. Ihnen war bewusst geworden, dass die Organisation sich immer mehr von sich selbst wegbewegt hatte. Was lässt sich daraus für die Freiwilligenarbeit lernen? **Seite 28**

Mit Lust und Laptop

Digitales Ehrenamt in jedem Alter

Je jünger, umso digitaler – grundsätzlich lässt sich die Internetaffinität der verschiedenen Generationen ungefähr auf diesen Nenner bringen. Doch gilt das auch beim Ehrenamt? Nutzen beispielsweise Millennials das Internet mehr als Baby-Boomer, um sich freiwillig zu engagieren? Und welche Motivation steckt dahinter?

Von UTE NITZSCHE

Newsletter erstellen, die Website pflegen oder einen Blog-Beitrag über den letzten Vereinsnachmittag schreiben – laut dem Fünften Deutschen Freiwilligensurvey (FWS) aus dem Jahr 2019 nutzen 57 Prozent der Engagierten das Internet für ihre freiwillige Tätigkeit. Dabei gehe es zum überwiegenden Teil darum, klassische, noch analog stattfindende Aufgaben mittels digitaler Möglichkeiten zu unterstützen. Der Anteil derer, die ihr Ehrenamt ausschließlich im Internet ausüben, ist dagegen mit 2,6 Prozent relativ gering.

Diese Zahlen haben aber offenbar wenig mit dem Alter zu tun, wie eine aktuelle repräsentative Studie zur Digitalisierung im Ehrenamt von Patagonia nahelegt. Die Outdoor-Marke engagiert sich auch im Umwelt- und Klimaschutz und hat mit „Patagonia Action Works“ eine Plattform geschaffen, die digitalaffine Freiwillige aus der Kreativ- und Tech-Branche mit Umweltgruppen zusammenbringt. Demnach haben sich durchschnittlich schon mehr als 30 Prozent der Befragten zwischen 18 und 65 Jahren digital engagiert. In der Gruppe der Baby-Boomer (55 bis 65 Jahre) haben bereits knapp 33 Prozent ein digitales Ehrenamt ausgeübt, ebenso viele wie bei den 35- bis 44-Jährigen. Den Spitzenplatz nehmen zwar tatsächlich die Millennials ein, jedoch nur ganz knapp mit 36 Prozent.

Intragenerational

Dass digitales Engagement keine Frage des Alters ist, bestätigt auch der Sozialpädagoge und Freiwilligenmanager Hannes Jähnert in einem Fachartikel für das Netzwerk von Ehrenamtlichen der Caritas-Konferenzen Deutschlands: „Vieler anderslautender Vermutungen der letzten Jahre zum Trotz zeigt sich, dass das Digitale im Ehrenamt nicht allein der Jugend vorbehalten ist. Das Ehrenamt verändert sich nicht ‚intergenerational‘ (von Generation zu Generation), sondern ‚intragenerational‘ (innerhalb einer Alterskohorte). In den letzten Jahren haben viele Menschen die Mittel und Möglichkeiten, die das Internet heute bietet, kennen, schätzen und nutzen gelernt.“

Flexible Zeiteinteilung

Die Möglichkeit, digital zu arbeiten, spielt dem freiwilligen Engagement in die Hände: „Die Studienergebnisse zeigen uns, dass für über die Hälfte der Befragten digitales Engagement in Zukunft in Frage kommt – noch vor einem Engagement vor Ort. Auch hier lässt sich erkennen, dass dies bei allen Altersgruppen der Befragten durchweg die bevorzugte Art des Engagements ist“, berichtet Birgit Grossmann, Enviro- und Marketing-Managerin bei Patagonia. Hauptgrund

dafür ist eindeutig der Faktor Zeit. Wer sein Ehrenamt im Internet ausüben kann, kann sich die Zeit dafür flexibel einteilen und ist nicht an einen Ort gebunden. „Bei allen Altersgruppen von 18 bis 54 Jahren gab jeweils über die Hälfte der Befragten an, dass sich digitales Ehrenamt gut mit dem Job oder dem Studium vereinbaren lässt. Nur bei den Baby-Boomern spielt dies eine geringere Rolle“, fasst Birgit Grossmann die Ergebnisse zusammen.

Beliebte Themen

Geht es um verschiedene Themen und Formen des digitalen Engagements, tut sich allerdings doch der ein oder andere Unterschied zwischen den Generationen auf. So macht sich knapp ein Viertel der Gen Z, also der 18- bis 24-Jährigen, für den Umweltschutz stark. Dabei haben sie vor allem Interesse an kreativen Aufgaben, wie Fotografie oder Design, sowie am Bereich Social Media. In anderen Altersgruppen sind besonders freiwillige Tätigkeiten im Projektmanagement und in der IT beliebt. Glaubt man der Patagonia-Studie, wollen 18 Prozent der Baby-Boomer gern strategisch beratend tätig werden, und 36 Prozent innerhalb der Generation X könnten sich vorstellen, Organisationen digital im Projektmanagement zu unterstützen.

Karriere-Plus

Und auch bei der Frage nach den Gründen, warum sie sich ausgerechnet für ein digitales Ehrenamt entschieden haben, antworteten 21 Prozent aller Befragten, dass sie sich dabei wohler fühlten als bei einem Einsatz vor Ort. Dies sei vor allem für die 18- bis 24-Jährigen ein Argument, wie Birgit Grossmann sagt. Für diese Altersgruppe spielt aber noch ein weiterer Punkt eine zentrale Rolle: der Zugewinn für ihre Karriere. So sind ganze 21 Prozent davon überzeugt, dass sich ihr digitales Ehrenamt gut im Lebenslauf mache, was eine wichtige Motivation für sie sei.

Ortsunabhängig

NGOs und gemeinnützige Organisationen können also von Freiwilligen, die ihre Zeit und Fähigkeiten auf digitalem Weg einbringen wollen, sehr profitieren. Sie sind dabei nicht zwangsläufig auf helfende Hände vor Ort angewiesen, was vor allem bei Ehrenamtlichen von Vorteil ist, die besondere Kompetenzen und Fähigkeiten mitbringen und diese unabhängig von ihrem Aufenthaltsort zur Verfügung stellen können. Gerade in Situationen, wie wir sie seit zwei Jahren mit der Corona-Pandemie erleben, kann die freiwillige Mitarbeit auf digitaler Basis ein entscheidender Pluspunkt sein, den gerade Gemeinnützige unbedingt in Erwägung ziehen sollten.

Voiss
Ehemals LesMecs

Face to Face Fundraising.

Infostand- und Haustürkampagnen in der Schweiz.
Qualitativ, transparent und digital.

voiss.ch

Digital fürs Ehrenamt werben

Erfahrungen und Konsequenzen für die Kommunikation im Verein

Heute gibt es unzählige digitale Kanäle, durch die Menschen erreicht werden können, die ehrenamtlich aktiv werden möchten. Die meisten Vereine haben nicht das Personal oder die Kompetenzen, um auf all diesen Plattformen mitzumischen. Im Wettbewerb um digitale Aufmerksamkeit kann das ein Nachteil sein. Wie kann es trotzdem gelingen?

Von DOMINIQUE PRESCHER

Im täglichen Austausch mit Vereinen machen wir bei GoVolunteer und GoNature die Erfahrung, dass der Digitalisierungsgrad von gemeinnützigen Organisationen und Initiativen in Deutschland weiterhin sehr unterschiedlich ist. Dies macht sich auch in der Kommunikation bemerkbar: Während einige, häufig jüngere Initiativen mit innovativen Ansätzen vorangehen, sind für die breite Masse der gemeinnützigen Projekte und Organisationen traditionelle Kommunikationsformate prägend, die die Möglichkeiten digitaler Kommunikation nicht ausschöpfen.

Grundlage für jede digitale Kommunikationsarbeit im Verein ist ein Bewusstsein für die eigene ehrenamtliche Zielgruppe: Findet das Engagement lokal statt oder können Freiwillige auch ortsunabhängig und online teilnehmen? Wie alt müssen Engagierte sein? Müssen sie körperlich fit sein? Welche Interessen, Fähigkeiten und Kompetenzen brauchen Menschen, um im Verein aktiv zu sein?

Die Engagement-Zielgruppe

Ein Verein, der diese Fragen beantworten kann, erhöht seine Erfolgschancen, denn er kann genau die digitalen Kanäle identifizieren, mit denen er die Zielgruppe erreicht, und kann somit potenzielle Freiwillige zielgerichtet ansprechen.

Eine Website mit Mehrwert

Besonders junge Menschen sind eine „On-Demand-Verfügbarkeit“ von digitalen Services inzwischen in fast allen Lebensbereichen gewohnt. Diese Erwartungshaltung überträgt sich auch auf den Bereich des ehrenamtlichen Engagements: Selbst wenn hohe Handlungsbereitschaft und Motivation vorhanden sind, ist die Akzeptanzschwelle für einen vorgelagerten Organisationsaufwand niedrig.

Ganz grundlegend bedeutet das für Vereine: Prüfen Sie Ihre Website daraufhin, ob sie genügend Informationen über Ihr Ehrenamt anbietet. Worum geht es im Projekt? Warum gibt es den Verein? Wieso sollte man die Organisation unterstützen? Was sind die konkreten Aufgaben im Engagement? Dabei ist es wichtig, dass die Informationen übersichtlich dargestellt sind. Als Vorbild kann hier das klassische Stellenangebot dienen. Außerdem sollte es eine digitale Kontaktmöglichkeit geben, zum Beispiel eine E-Mail-Adresse. Je geringer der Recherche- und Organisationsaufwand ist, desto eher werden Freiwillige vom Angebot des Vereins Gebrauch machen.

Lokale Communities auf sozialen Medien

In vielen Vereinen ist ein Ehrenamt lokal beschränkt. Das kann im digitalen Raum ein Vorteil sein. So gibt es etwa auf Facebook viele hyperlokale Gruppen, auf denen Menschen aus der Region Informationen teilen und diskutieren. Darüber hinaus gibt es, je nach Region, unterschiedliche Online-Foren

für lokale Themen und Aktivitäten. Suchen Sie diese Gruppen und Foren und diskutieren Sie mit! Viele dieser Gruppen sind sehr aktiv. Teilen Sie eigene Beiträge über Ihr Engagement-Angebot und verweisen Sie auf Ihre Website.

Online-Plattformen für Engagement

Auch Engagement-Plattformen bieten viele Vorteile, weil sie sich auf digitales Werben fürs Ehrenamt spezialisiert haben. Sie bieten Vereinen die Möglichkeit, für Menschen, die sich engagieren möchten, online sichtbar und erreichbar zu sein – auch ohne vertiefte digitale Kompetenzen im Verein. Dazu ist meistens nur das Ausfüllen eines Profils für den Verein nötig und eine aktive E-Mail-Adresse. Online-Plattformen für Engagement bieten außerdem individuelle Beratung und Coachings, digitale Weiterbildungen für Vereine und Vernetzungsrunden mit Projekten aus ganz Deutschland. Die gemeinnützigen Plattformen GoVolunteer.com oder GoNature.de sind sogar selbst eingetragene Vereine und bieten ihre Dienstleistungen komplett kostenlos an.

Zum Schluss der Haken: Erfolgreiches digitales Werben fürs Ehrenamt besteht nicht nur aus der digitalen Kommunikation traditioneller Engagementformate, sondern auch in der Flexibilisierung von ehrenamtlichen Strukturen.

Ehrenamt weiterdenken

Die Zukunft des ehrenamtlichen Engagements ist digital, flexibel und aktivistisch. Um die Motivation und den Handlungswillen einer neuen Generation von Engagierten zu nutzen, sind Veränderungen in der Funktionsweise des Ehrenamts in Deutschland notwendig: Digitaler Zugang muss vereinfacht werden und Strukturen im Ehrenamt müssen sich gegenüber der digitalen Alltagsrealität junger Menschen öffnen. Digitale Kompetenzen und Flexibilität für neue Wege müssen bei den Trägerinnen und Trägern des Engagements entwickelt werden. Engagierte junge Menschen müssen in ihrer Rolle als Wegbereiter für die Zukunft des Engagements bewusst bestärkt und gefördert werden.

Dominique Prescher ist Head of Communications bei Join-Impact, einer Dachorganisation für soziale Start-ups wie GoVolunteer und GoNature. Nach einem Studium der Europäischen Studien und politischer Kommunikation in den Niederlanden und der Türkei arbeitete er auch beim Digitalverband Bitkom. Im Mittelpunkt seiner Arbeit steht die Frage, wie Menschen für zivilgesellschaftliche Themen begeistert und aktiviert werden können.

▶ www.govolunteer.com ▶ www.gonature.de

Aus Ehrenwert wird Mehrwert

Wie professionelles Ehrenamtsmanagement ein Gewinn für alle ist

Der Österreichische Alpenverein ist ein ehrenamtlich geführter Non-Profit-Verein, der in einer turbulenten Zeit weiterhin erfolgreich wächst – ein guter Grund, sich umfangreich mit dem Ehrenamtsmanagement zu beschäftigen.

Von INGO STEFAN

Selbst die höchsten Entscheidungsgremien im Alpenverein sind ehrenamtlich besetzt. Neben den klassischen Funktionen wird aufgrund der sich wandelnden Gesellschaft auch ein kurzzeitiges Engagement als wichtig und vollwertig anerkannt, welches als „Mikro-Volunteering" bezeichnet wird. Dies ist insbesondere für die Jugend und (Jung-)Familien eine attraktive Möglichkeit, sich einzubringen. Freiwillig tätig zu werden ist durch das üppige Angebot eine Leichtigkeit. Angeboten werden unter anderem Umweltbaustellen und Bergwaldprojekte, Ferienlager, Pressepraktika im Umweltbereich sowie Biodiversitätsprojekte. Wesentlich ist dabei der Fokus auf ehrenamtlich tätige Menschen, welche mit zukunftsweisenden Ideen, mutigen Versuchen und entschlossenem Handeln die erforderlichen Veränderungen umsetzen. Sollte die Zusammenarbeit ins Stottern geraten, wird seit rund 15 Jahren das interne Alpenverein-Coaching mit individueller Begleitung direkt vor Ort angeboten.

Sinnstiftende Themen und Angebote

Dass sich aufgrund des vielfachen Angebotes an Vereinen dann sehr viele Menschen für ein Engagement im Alpenverein entscheiden, hat mit der hohen Identifikation mit den Werten und Themenfeldern des Alpenvereins zu tun. Dank umfassender Ausbildungsmöglichkeiten in einer anerkannten und zertifizierten Akademie in Trendsportarten rund um das Thema Bergsport wächst das Ehrenamt im Verein laufend. Aktuelle Themengebiete wie zum Beispiel Naturbeziehung und Naturschutz, Nachhaltigkeit, Bewegung und Gesundheit, alpine (Trend-)Sportarten, Umgang mit Verantwortung und Risiko stehen dabei im Vordergrund. Sich in diesen gehaltvollen „Baukasten" an Themenfeldern und Möglichkeiten einbringen zu können, wird von vielen Menschen als persönliche Chance wahrgenommen. Es ist somit ein geglücktes Geben und Nehmen zwischen der Organisation und ihren Ehrenamtlichen.

Die Entscheidung sich ehrenamtlich zu engagieren basiert auch darauf, dass die Menschen einen persönlichen Nutzen daraus ziehen.

Im Alpenverein wird daher auf die persönliche Weiterbildung besonders Wert gelegt, da hierbei vor allem der persönliche Nutzen motivierend wirkt. Möglichkeit dazu bietet die vor zehn Jahren gegründete Alpenverein-Akademie – eine mehrfach akkreditierte, zertifizierte und angesehene Bildungseinrichtung. Egal ob es sich um die Qualifikation für eine bestimmte

Funktion, um eine konkrete Bergsportdisziplin oder ein Programm zur Naturbeziehung oder Persönlichkeitsbildung handelt. Die Alpenverein-Akademie erhöht mit ihrem Programm den Professionalisierungsgrad im Ehrenamt und bildet die Basis für die hohe Zufriedenheit mit den Angeboten. So kann das Niveau nachhaltig gehoben werden, was wiederum für Ansehen und Wertschätzung sorgt und dem Ehrenamt zusätzlichen Auftrieb verleiht.

Jugend als Hebelprodukt

Die Motivation bei jungen Erwachsenen steigt stetig. Schon alleine deshalb, weil der junge Mensch dazu angehalten ist, sich bereits in der Schul- und Studienzeit ein diverses Portfolio an Erfahrungen zu gestalten, um persönliche Kompetenzen im Lebenslauf ergänzen zu können. Dies ist die gesellschaftliche Herausforderung, die wir der jungen Generation auf dem Weg in die Selbst- und Eigenständigkeit auferlegen. Zudem bietet das Ehrenamt die Möglichkeit sich auszuprobieren, zu entwickeln und zu lernen, wie es so in Schule und Studium nicht machbar ist. Erlebnisreich, unmittelbar und ungefiltert können Kreativität, Engagement, Tatendrang und das Umsetzen von (alpinen) Aktivitäten eingesetzt und entwickelt werden. Ganz nebenbei wird das Übernehmen von Verantwortung, das Treffen von Entscheidungen sowie der adäquate Umgang mit Risiko erworben, und das im attraktiven Umfeld der alpinen Bergnatur.

Return on Investment

Dem Alpenverein ist es erfolgreich gelungen, auf Basis seiner Werte seine Arbeitsstrukturen zu transformieren, für jede Funktion eine Qualifikationsmöglichkeit anzubieten und den persönlichen Nutzen durch Bildung zu maximieren. Dabei dienen die Alpenverein-Akademie und die Jugendarbeit als besondere Assets. Eine gelungene Win-Win-Situation und für die Gesellschaft ein enormer Mehrwert und Gewinn.

Ingo Stefan ist in der Alpenverein-Akademie Risk'n'fun-Trainer, Referent des Bundeslehrteams, Alpenverein-Coach, Leiter des Lehrgangs Alpinpädagogik, führt Seminare zu den Themenfeldern „Verein & Funktion" mit dem Fokus auf Partizipation und Ehrenamtsmanagement durch und findet dennoch ausreichend Zeit für seine privaten alpinen Bergabenteuer. Hauptberuflich ist Ingo Stefan seit 2006 selbstständiger Change Manager und gefragter Keynote Speaker von spannenden Vorträgen und gründete im Krisenjahr 2020 die „Akademie für Change Management".
▶ **www.alpenverein.at**

TeleDIALOG
Telefon-Fundraising
www.teledialog.com

Hinterfragen des eigenen Engagements

Warum 18 euforia-Mitarbeiter freiwillig kündigten, um ihre Organisation neu zu erfinden

Die Mitarbeiter der Schweizer Social-Change-Organisation euforia haben sich per Ende 2019 gemeinsam selbst gekündigt. Ihnen war bewusst geworden, dass die Organisation sich immer mehr von sich selbst wegbewegt hatte. Wie kam es dazu? Und wie wirkt sich das Vorgehen auf die heutige Freiwilligenarbeit aus?

Von SEVERIN VON HÜNERBEIN

Ende 2019 entschieden sich die Mitarbeitenden von euforia einstimmig dazu, ihre Angestelltenverhältnisse bei der Organisation zu beenden. In der Vergangenheit hatten sie viele Ressourcen in die Mittelbeschaffung gesteckt, um die Strukturkosten für die Verfolgung der Vision zu finanzieren. Dabei merkten die sogenannten euforians, dass sie genau dadurch mehr und mehr ihre Vision aus den Augen verloren.

2020 änderte sich unsere Organisationsstruktur fundamental. Seither fungiert euforia als Netzwerk von Freiwilligen und Freiberuflern. Durch die neue Organisationsform sind die Menschen in und um euforia finanziell leichter unterwegs und fühlen sich besser in die Lage versetzt, dem Purpose der Organisation zu folgen. Projekte und Initiativen entstehen organisch da, wo Energie und Ressourcen vorhanden sind. Es passiert nichts mehr aus finanziellem Druck. Euforia gibt dem Neuen damit viel mehr Raum und verbindet das, was entstehen will, mit der Kraft und Kreativität des Netzwerks.

Im März 2021 führte euforia auf dieser Basis die Perfect Week durch, ein „Brave Space Festival", in dem 120 Teilnehmerinnen und Teilnehmer in diversen Sessions die Möglichkeit hatten, Transformationen auf individueller, organisationaler und gesellschaftlicher Ebene zu erkunden, dezentral und selbstorganisiert.

Der Neuanfang – ein Phönix?

Diese Erfahrung zeigte uns auf, wie viel Potenzial besteht, wenn Menschen fernab ihrer klassischen Arbeit individuelle Leidenschaft mit einem kollektiven Zweck verbinden. Die Grundlage dafür: Euforians setzen sich stärker als je zuvor damit auseinander, worauf sie Lust haben und worin sie einen Sinn sehen. Parallel dazu entschied sich die jüngere Schwesterorganisation Step Into Action, einige der erfolgreichen Programme von euforia auf ihre Weise mit jüngeren Menschen neu zu lancieren. Diese Entwicklung wäre ohne ein wirkliches Loslassen auf Seiten euforias nicht möglich gewesen.

Die Gemeinschaft als Kraftquelle

Euforia war immer weit mehr als ein Team von Mitarbeitern. Die Energie der Organisation nährt sich aus der Gemeinschaft, einer geteilten Sicht auf die Welt und aus kraftvollen Methoden, die Freiwillige, Teilnehmer, Partner- und Kundenorganisationen zu neuen Lösungen einladen.

Ein Fokus der aktuellen Arbeit richtet sich deswegen auf die Herstellung und Erhaltung emotionaler Verbindung und psychologischer Sicherheit, vor allem im virtuellen Raum. Durch die physische und teilweise emotionale Distanz, die viele Menschen in Pandemie-Zeiten erleben, entsteht bisweilen ein Riss im sozialen

Zusammenhalt. Einen guten Umgang damit zu finden, ist eine große Herausforderung für viele Teams und Organisationen.

Insbesondere in der Freiwilligenarbeit erscheint es euforia wichtig, diese Verbundenheit mit sich selbst, dem Team und dem größeren Sinn erlebbar zu machen. Im neuen Setting von euforia entscheidet jede Person selbst, inwiefern sie mit Freiwilligenarbeit beitragen will oder wo sie die eigenen Grenzen sieht.

Individuelle Entscheidungen als Basis

Euforia bietet als Netzwerk, Plattform und Marke Möglichkeiten, die eigenen Projekte finanzieren zu lassen – durch Stiftungen, durch direkte Finanzierung von Dienstleistungen und durch jede andere kreative Art der Ressourcenbeschaffung, die den Verantwortlichen für das jeweilige Projekt nützlich erscheint, zum Beispiel durch Crowdfunding. Die Grenze von bezahlter und freiwilliger Arbeit wird dadurch mehr und mehr zu einer individuellen Entscheidung – losgelöst von fixen Strukturen, die oft Ungerechtigkeiten und Missmut schaffen. Diese neue Form vereint ein hohes Maß an Solidarität mit umfangreicher Freiheit.

Da unsere Plattform kein zentrales Steuerorgan hat oder über hierarchische Druckmittel verfügt, ist die Organisation aufgefordert, eine Form der Zusammenarbeit zu finden, die sinnstiftend, verbindend und zielgerichtet ist. Diesbezüglich versteht sich euforia als eigenes Experimentierfeld. Die Organisation testet mutig und stetig neue Formate und Räume aus, die die Zusammenarbeit stärken.

Wir sind ein großes Netzwerk engagierter Personen, die verteilt in unterschiedlichen Ländern leben. Die Integration von verschiedensten Lebensentwürfen und eine „work is part of my life"-Einstellung sind wichtig für das Verstehen der Steuerung innerhalb von euforia. Was uns dabei auszeichnet, ist der Mut, ehrlich und radikal zu betrachten, was es braucht, um den Purpose zu erfüllen, auch wenn dies Konflikte auslöst. Alle Beteiligten sind bereit, auch unangenehme Fragen zu stellen und für sich zu beantworten – mit der Konsequenz, dass sie beispielsweise selbst ihre Jobs kündigen.

Severin von Hünerbein ist ein erfahrener Organisationsentwicklungs- und Workshop-Moderator im privaten sowie öffentlichen Sektor mit dem Fokus auf Zusammenarbeit, Leadership, sozialer Innovation und New Work. Er verfügt über einen Abschluss in Internationalen Beziehungen der Universität St. Gallen, ist ausgebildeter Radical-Collaboration-Trainer und Gastdozent an der Universität St. Gallen und an der HWZ Zürich.

▶ www.euforia.org

Fundraising TAGE

TAGUNGEN 2022

ZUR FINANZIERUNG GEMEINNÜTZIGER ARBEIT

WISSEN, INSPIRATION, SPANNENDE GESPRÄCHE

Hier treffen sich Engagierte aus Vereinen und Stiftungen, lernen gemeinsam Neues und tauschen sich fachlich aus. Melden auch Sie sich gleich an!

FACHWISSEN AUS DER AKTUELLEN PRAXIS

Referenten aus Non-Profit-Organisationen oder der Fundraising-Branche vermitteln praktisches, anwendungsorientiertes Wissen aus erster Hand.

KONTAKTE KNÜPFEN UND VERTIEFEN

Sponsoren und Aussteller kommen direkt mit interessierten Vertretern der NGOs ins Gespräch. Nutzen auch Sie diese Gelegenheit!

GELSENKIRCHEN
DIENSTAG, 17. MAI 2022

STUTTGART
MITTWOCH, 1. JUNI 2022

MÜNCHEN
DIENSTAG, 13. SEPTEMBER 2022

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

EINE VERANSTALTUNGSREIHE DES FUNDRAISING magazin

Schau hin!

Unsichtbar, ausgeschlossen und benachteiligt: Zum Welttag der Menschen mit Behinderungen Anfang Dezember hat die Christoffel-Blindenmission auf die Fakten verwiesen. Es gibt weltweit mehr als eine Milliarde Menschen mit Einschränkungen, aber oft werden sie übersehen und vergessen. Mit der Aktion „Hinschauen" fordert die Organisation alle Menschen, Institutionen und die Politik auf, die Augen nicht zu verschließen und sich für die Chancengerechtigkeit von Menschen mit Behinderungen einzusetzen.

▶ www.cbm.org

Emmo deeskaliert

Kinderschutz Schweiz will mit einem Plüschmonster körperlicher und psychischer Gewalt vorbeugen

„Oft übersehen Eltern in stressigen Alltagssituationen die Gefühle ihrer Kinder, oder die Kinder können diese nicht in Worte fassen. Das Mönsterli hilft den Kindern zu zeigen, wie es ihnen geht und den Eltern, emotionale Situationen zu erkennen, bevor diese eskalieren", so Regula Bernhard Hug, Leiterin der Geschäftsstelle von Kinderschutz Schweiz. Das Mönsterli Emmo ist an und für sich gut gelaunt und strahlt übers ganze Gesicht. Krempelt man es aber auf links, zeigt sich ein trauriges Gesicht mit einem gebrochenen Herzen (Foto). Dadurch wird Emmo zum emotionalen Stellvertreter für Kinder und kommt zukünftig auch in der Präventionsarbeit zum Einsatz. Der Prototyp und die Erstauflage wurden von der Non-Profit-Organisation Social Fabric hergestellt, die sich für die Arbeitsintegration und Ausbildung von Menschen mit Fluchthintergrund in der Schweiz einsetzt.

▶ www.kinderschutz.ch

MEINE MEINUNG

„Wir tun mehr, als wir denken"

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Mit Schwung, mit Optimismus, mit guten Vorsätzen und am liebsten mit guten Nachrichten: Jedes Jahr aufs Neue wünschen wir uns einen positiven Start in die kommenden zwölf Monate. Und? Immer das Gleiche? Same procedure as every year? Wir wissen alle, wie schwer das ist. Und machen wir uns nichts vor: Das letzte Jahr haben wohl die meisten von uns aus dem Kalender gestrichen, wie wohl auch den Großteil des Jahres davor. Wann hatten Sie noch mal das eine, schöne Erlebnis? War das 2020 oder 2021? Irgendwie ist das alles zu einem Erinnerungsbrei geworden, der ziemlich zäh zu sein scheint. Positiver Outlook? Zuversicht? Woher nehmen, wenn nicht stehlen …

Tatsächlich ist das aber nicht mal die halbe Wahrheit. Wir haben mehr, als wir denken. Wir tun mehr, als wir denken und vor allem erreichen wir viel mehr, als wir mitunter wahrnehmen. Wie ich darauf komme? Ganz einfach: Blättern Sie mal dieses Magazin komplett durch! Wenn der Groschen dann noch nicht gefallen ist, dann kramen Sie gern mal in Ihrem Archiv (oder in unserem digitalen). Da sehen Sie seitenweise unermüdliches Schaffen, gemeinsam, für andere, für uns alle. Wir in unserer Redaktion haben die wunderbare Aufgabe, den Spotlight auf all diese Bemühungen zu richten, für die Sie immer wieder die Ärmel hochkrempeln. Anders gesagt: Ihre Projekte, Initiativen und Kampagnen sind überhaupt erst der Grund, warum wir dieses Magazin machen. Sie sehen: Läuft.

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

Kurzgefasst …

Neue Lernplattform: Digital ins Engagement

Der Verein GoVolunteer begleitet gemeinnützige Organisationen bei der digitalen Transformation. Mit Unterstützung der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt hat der Verein eine interaktive Lern-Plattform geschaffen – mit Lernangeboten und Online-Events rund um digitale Zusammenarbeit, Gewinnung von Freiwilligen im Netz und Social-Media-Marketing.

▶ www.impact-werkstatt.de

Jugendliche für Jugendliche

Identitätssuche, Angst vor Mobbing, Gruppendruck – über solche Themen spricht es sich leichter mit Gleichaltrigen als mit Erwachsenen. Genau das will die Onlineplattform OPENtalk.at möglich machen: Das Projekt bringt betroffene Jugendliche ab 14 Jahren per Chat in Kontakt mit geschulten Personen aus ihrer Altersgruppe, um sich über Probleme auszutauschen.

▶ www.opentalk.at

Planet Hero Award 2021

Der rrreefs e.V. aus Berlin hat den Planet Hero Award 2021 der Zurich-Gruppe Deutschland in der Rubrik „Biodiversität" erhalten. Das 2020 durch Crowdfunding gegründete wissenschaftliche Start-up erschafft mithilfe von Tonmodulen neue Riffe und baut durch verschiedenste Umwelteinflüsse zerstörte Riffe in ihrer Struktur wieder auf. Dafür erhält der Verein bis zu 100 000 Euro.

▶ www.rrreefs.com

Recycelte Mode

Das Schweizer Projekt Tanam (Tamil = Spenden) sammelt Kleidungsstücke, lässt diese umgestalten und verkauft die Secondhand-Artikel mit Eigenmarke zu einem fairen Preis weiter. Während die Hälfte des Erlöses an die Personen geht, die das Design kreieren, wird die andere Hälfte gespendet. Dafür wurde die Initiative mit dem YoungCaritas Award 2021 der Caritas Schweiz ausgezeichnet.

▶ www.instagram.com/official_tanam

„Omafluencerin"

Sie nennt sich selbst die „Marmeladenoma", ist 90 Jahre alt und betreibt gemeinsam mit ihrem Enkel Janik nicht nur einen Social-Media-Kanal. Märchen liest sie genauso vor, wie sie auch zeigt, dass ältere Menschen keine Angst vor Technik haben (müssen). In der Kategorie „Sozial Handeln" des Smart Hero Awards gab es für die Marmeladenoma den 2. Platz und noch den Publikumspreis dazu.

▶ www.marmeladenoma.de

„Soziale Kompensation"

Schweizer Plattform für bewusstere Fernreisen mit social impact

Der Gedanke eines CO_2-Ausgleichs liegt dem Schweizer Projekt Changemakers zugrunde, nur eben auf eine „soziale" Weise. Für Fernreisen soll eine zusätzliche Gebühr erhoben werden, die einem „Changemaker" und deren oder dessen Projekt vor Ort zugutekommt. Aktuell ist das für Reisen nach Südafrika möglich. Unter den Changemakern findet sich eine Krebsüberlebende, die zur Agrar-Pionierin wurde, und ein Graffiti-Künstler, der vernachlässigte Viertel verändert und Kinder durch kreative Kunst von der Straße holt. Weitere Changemaker sind Programmierer für benachteiligte Kinder, Umweltschützer und Menschenrechtsverteidiger. Reisende, die das Programm nutzen, bekommen die Möglichkeit, den Changemaker zu treffen und seine soziale Initiative kennenzulernen – ein prägendes, authentisches Erlebnis. Die Plattform bietet verschiedene Möglichkeiten des Engagements – von finanziellen Beiträgen über ehrenamtliches Engagement bis hin zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit.

▶ www.meetchangemakers.com

Orientierung in Europa

Verein bietet unterstützende Beziehungsangebote für Kinder und Jugendliche

Kinder brauchen Aufmerksamkeit, Orientierung und Halt, doch manchmal bekommen sie diese nicht in dem Ausmaß, wie sie sie gerade brauchen. Wenn dieser Mangel über einen längeren Zeitraum auftritt, gerät das Kind in eine Notsituation.

Von ERIKA KUDWEIS

Kinder und Jugendliche können in schwierige Situationen geraten, weil ein Geschwisterkind oder Elternteil um sein Überleben kämpft, weil ein Geschwisterkind chronisch erkrankt ist, weil eine Trennung oder Scheidung den alleinerziehenden Elternteil sehr fordert, weil das Kind durch Flucht seine Familie oder einen Großteil der Familie verloren hat. Dies sind nur einige Beispiele, in Wirklichkeit ist der Bedarf enorm, die Gründe sind sehr vielfältig, und die Corona-Pandemie verstärkt den Bedarf zusätzlich.

„PatInnen für alle" ist ein gemeinnütziger Verein. Er vermittelt und begleitet Patenschaften für Kinder und Jugendliche von sieben bis 18 Jahren in Österreich – für junge Menschen in Not. Eine Patenschaft ist ein Beziehungsangebot, das Halt und Orientierung bietet. Diese Patenschaften sind eine institutionalisierte Form generationenübergreifender Solidarität, mit dem Zweck, affektive und soziale Beziehungen familienähnlicher Art zu schaffen. Die Patenschaft steigert die Resilienz des Kindes, ist Teil einer Strategie der Prävention und der Unterstützung einer gesunden Entwicklung. Aktiv ist der Verein in und um Wien, in Niederösterreich und neu auch in und um Villach in Kärnten.

Französisches Vorbild

Im Herbst 2015 traf ich die Schriftstellerin Catherine Enjolet, die in Frankreich den Verein „Parrains Par Mille" (übersetzt etwa: Patenschaften für Tausende – gemeint: für alle) bereits 1990 gegründet hatte. Dieser Verein vermittelt und begleitet Patenschaften für alle Kinder, nicht nur für unbegleitete minderjährige Flüchtlinge, wie dies zumeist in Österreich bei Patenschaftsprojekten jedoch der Fall war. So entstand der Verein „PatInnen für alle" im April 2016 mit der Intention, allen Kindern in Not, die es brauchen, diese Hilfe einer Patenschaft organisieren zu können. Der Verein hat seinen Standort in Pressbaum westlich von Wien und hat mit Jahreswechsel einen weiteren Standort in Wien eröffnet.

Begleitung durch den Verein

Zur Vorbereitung der Patinnen und Paten werden seitens des Vereins Info-Abende und Ausbildungsmodule unter Einbeziehung einer externen Psychologin sowie persönliche Gespräche angeboten. Kinderschutz ist hierbei ein wichtiger Faktor. Die Vermittlung der Kinder erfolgt in Zusammenarbeit mit deren Schulen beziehungsweise

in Zusammenarbeit mit Familien- oder Frauenberatungsstellen.

Die Begleitung durch den Verein nach Vermittlung der Patenschaft erfolgt durch regelmäßige Reflexionsrunden für Patinnen und Paten, Beratung, Weiterbildungsmöglichkeiten und gemeinsame Aktivitäten.

Im Zentrum der Vereinstätigkeit stehen die Patenschaften, doch sobald ein spezieller Unterstützungsbedarf festgestellt wird, entstehen dadurch Projekte, die aufgrund ihres Erfolgs bereits mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet wurden.

Zu den Angeboten des Projekts zählen „Workshops gegen die Angst", Kommunikationsworkshops, die junge Geflüchtete stärken, mit ihnen Kommunikationskompetenzen erarbeiten und sie so auf eine Einvernahme oder Verhandlung im Asylverfahren vorbereiten.

Die Arbeit des Vereins geht aber noch weiter: „CoEUr – Mit ganzem Herzen für Europa – De tout coeur avec l'Europe" ist ein von der EU kofinanziertes Erasmus Plus-Projekt, das in Kooperation mit dem französischen Verein „ActForRef" in Lyon/Frankreich umgesetzt wird. Ziel von „CoEUr" ist es, jungen Geflüchteten das Friedensprojekt „Europa" näher zu bringen, ihnen sowohl politische Artikulations- und Partizipationsmöglichkeiten zu eröffnen als auch ihnen zu helfen, im transnationalen Raum ihr Netzwerk untereinander aufzubauen.

Weiterentwicklung

Für die professionelle Umsetzung der Kinderpatenschaften ist ein eigenes Büro in Wien wichtig, denn dies wird einen geschützten Raum bieten, um mit den Familien über ihre familiären Probleme und ihren Bedarf an einer Patenschaft vertraulich sprechen und sie gut beraten zu können. Auch die Aufstockung der hauptamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist von großer Bedeutung, um dem zunehmenden Bedarf entsprechen zu können.

Für die Umsetzung und Absicherung dieser Weiterentwicklung sucht der Verein noch weitere starke Partner in Form von Kooperationspartnern und Großspendern, die durch ihre Unterstützung Kindern in Not eine liebevolle Patin oder einen liebevollen Paten zur Seite stellen möchten.

Erika Kudweis ist Mutter von drei Kindern, wird demnächst Großmutter, begleitet vier Patensöhne und ist Gründerin des Vereins „PatInnen für alle". Ihren ältesten Patensohn Ali lernte sie 2014 kennen. Damals waren gerade ihre beiden Söhne ausgezogen, und sie freute sich über die Aufgabe, sich um einen jungen heranwachsenden Menschen kümmern zu dürfen.

▶ **www.patinnenfueralle.at**
▶ **www.coeur-europe.eu**

22

Alles Gute im neuen Jahr!

Und wenn Sie sich gemeinsam mit uns den Zahlen zuwenden wollen, könnte in diesem Jahr etwas wirklich Schönes entstehen:

Fragen Sie uns einfach nach den aktuellen Erfolgsfaktoren für Patenschaften, Online-Leads, Direct Mailing, Kennzahlen, Software-Lösungen,... Wir bieten ganze 35 Jahre an Fundraising-Erfahrung und **viel Herz!**
Neujahrs-Aktion: Kostenloses Consulting, speziell auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt.
—>michael.hirsch@directmind.de

DIRECT mind

22

Vernetzt gegen den Hunger

In Bangladesch kombiniert CARE Österreich digitale und analoge Maßnahmen

Sadhna Rani lebt in Domar, einem Dorf im Norden Bangladeschs. Die Menschen dort haben immer wieder mit Ernährungsunsicherheit zu kämpfen. Gerade werdende und stillende Mütter sowie Kinder leiden unter mangelndem Zugang zu gesunden Lebensmitteln.

Von THOMAS STOLLENWERK

In der Bevölkerung fehlt es an Wissen über gesunde Ernährung von Schwangeren und Kindern. „Ich hatte selbst keine Ahnung von den gesundheitlichen Aspekten einer Schwangerschaft", gibt Sadhna zu. Als sie schwanger wurde, trat sie deshalb einer Frauengruppe bei, die von der Hilfsorganisation CARE im Rahmen des mehrjährigen Projekts JANO (Joint Action for Nutrition Outcome) initiiert wurde. Bei den Treffen werden Fragen der Ernährung und allgemeine Hygiene- und Gesundheitsthemen besprochen. Über 600 dieser Community Support Groups werden im Rahmen des Projekts gegründet und geschult.

Gemeinsam mit lokalen Partnern arbeitet CARE im JANO-Projekt daran, speziell die Unterernährung von Kindern unter fünf Jahren zu senken und die gesunde Ernährung von schwangeren und stillenden Frauen zu fördern. Die Frauengruppen sind dabei nur eine der Maßnahmen. Es werden außerdem Module zu Gesundheit, Hygiene und Ernährung in die Lehrpläne der Schulen aufgenommen. In über 300 Schulgärten wird ganz praktisch Wissen über landwirtschaftliche Methoden, die an die lokalen Auswirkungen des Klimawandels angepasst sind, vermittelt. Das Lehrpersonal erhält entsprechende Fortbildungen. Wissen gelangt so über die Kinder in die Familien.

Info-Apps zu Gesundheit und Ernährung

Neben diesen Maßnahmen hat das Projekt eine starke digitale Komponente. Es werden Apps entwickelt, die Informationen über Gesundheit und Ernährung, über sanitäre Grundversorgung, Hygiene und klimaschonende Landwirtschaft zugänglich machen. Außerdem entsteht eine Online-Plattform, mit deren Hilfe die Vernetzung zwischen Gemeinden, nationalen Behörden und Akteuren des Lebensmittelsektors verbessert wird. Die digitale Komponente ist Teil einer nationalen Digitalisierungsoffensive.

Informationszugang für effizienteren Anbau

Bei der Entwicklung der digitalen Tools arbeitet CARE eng mit dem Sozialunternehmen mPower aus Dhaka zusammen. Der dort verantwortliche IT-Spezialist Zaki Haider sieht darin eine große Chance: „Die mangelnde Vernetzung und der fehlende Informationsaustausch haben die Nahrungsmittelversorgung bislang stark beeinträchtigt. Die Ernährungssituation

hängt von der Produktivität der Bauern ab, die mehr als 70 Prozent der Bevölkerung ausmachen. Wegen ihres begrenzten Informationszugangs haben sie kaum die Möglichkeit, sich über optimale, neue Bewirtschaftungsmethoden zu informieren und können nur traditionelle Anbaumethoden nutzen, die zu geringen Erträgen führen."

Hürden bei digitaler Kompetenz und Hardware

Mithilfe der Apps soll sich der Informationszugang für Bäuerinnen und Bauern verbessern, und sie soll auch den Zugriff auf hochwertiges Saatgut erleichtern. Die Entwicklung verläuft jedoch nicht ohne Hindernisse. Dass die Endnutzer teilweise nur begrenzte digitale Kenntnisse und kaum geeignete Endgeräte haben, spielt eine Rolle. Und auch die mangelnde Geschwindigkeit der Internetverbindungen ist eine Herausforderung. Dazu werden Verbindungen immer wieder durch Stromausfälle unterbrochen. Bei den lokalen Behörden fehlt es zum Teil noch an der nötigen digitalen Infrastruktur. Das Projekt ist allerdings langfristig angelegt und soll digitale Strukturen schaffen, die nachhaltig die Situation der Bevölkerung im Norden Bangladeschs verbessern. Das betont auch Haider: „Wir befinden uns im Zeitalter der vierten industriellen Revolution. Digitale Technologien verändern die Art und Weise, wie wir leben und arbeiten. Entwicklungsorganisationen sind davon keine Ausnahme."

Internationale Zusammenarbeit

Insgesamt unterstützt CARE mit dem Projekt, das von der Europäischen Union sowie der Austrian Development Agency (ADA) aus Mitteln der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit gefördert wird, 4,3 Millionen Menschen. Sadhna Rani und ihr kleiner Sohn aus Domar sind zwei davon. „Dank des Projekts habe ich ein tieferes Verständnis dafür bekommen, wie gesunde Ernährung mit einer gesunden und glücklichen Schwangerschaft und einem gesunden Kind zusammenhängt. Ich bin dankbar, dass ich meinen Kleinen jeden Tag zu einem gesunden und glücklichen Kind heranwachsen sehe", erzählt sie.

Thomas Stollenwerk arbeitete bis November 2021 im Team von CARE Österreich im Bereich Communication & Donor Visibility. Der studierte Politikwissenschaftler war zuvor als Journalist tätig und berichtete über die vielfältige Projektarbeit von CARE weltweit.
▶ **www.care.at**

Gemeinsam gegen Goliath

Die Bürgerbewegung Finanzwende kämpft für ein Gegengewicht zur Finanzlobby

Viele Menschen haben sich gewundert, als unser Vorstand Gerhard Schick im September 2018 ankündigte, den Bundestag zu verlassen. Noch etwas mehr Verwunderung erzeugte dieser Schritt, da er nicht mit einem Wechsel in die Wirtschaft verbunden war. Er verließ den Bundestag, um als Aktivist in die Zivilgesellschaft zu wechseln, zur frisch gegründeten Bürgerbewegung Finanzwende.

Von DANIEL MITTLER

Warum nimmt jemand ein solches Risiko nach 13 Jahren erfolgreicher Bundestagsarbeit auf sich? Warum schlossen sich viele Personen aus verschiedensten Parteien der Bewegung direkt an?

Ein Grund liegt in der Macht der Finanzlobby, die an vielen Stellen schädlichen Einfluss nimmt. Sei es beim Milliardensteuerraub CumEx, der Reform der Wirtschaftsprüfungsgesellschaften oder strengeren Anforderungen für die Banken nach der Finanzkrise – am Ende machte die Lobby den Stich. Die einzelnen Kräfte, die sich dagegenstemmten, brachten in der Regel nicht das Gewicht auf die Waage, um wirklich nachhaltig etwas daran zu ändern.

Nach der Finanzkrise 2008 gab es ein breites öffentliches Bewusstsein dafür, dass sich unser Finanzsystem ändern muss. Viele waren entsetzt über die Exzesse an den Finanzmärkten und haben sich deshalb zu finanzpolitischen Themen eingebracht. Doch als die Bankenpleiten von den Titelseiten verschwanden, schaltete sich die Finanzlobby wieder verstärkt ein und zu vieles blieb beim Alten. Nur das Unwohlsein gegenüber der Finanzbranche blieb zurück. Wichtige Reformen aber wurden wieder durch die Lobby verwässert oder gänzlich blockiert.

So konnte das Fazit von vielen Fachleuten zum zehnten Jahrestag des Höhepunktes der Finanzkrise, der Lehman-Pleite, nur lauten: „Wenn wir etwas längerfristig ändern wollen, dann müssen wir uns zusammenschließen und dauerhaft Druck aus der Bevölkerung machen."

Druck aus der Bevölkerung

Deshalb kamen Menschen aus der Wissenschaft, von Gewerkschaften und von verschiedenen Parteien zusammen. Sie wollten nicht länger hinnehmen, dass der Finanzmarkt nicht nachhaltig, instabil und oft verbraucherfeindlich ist. Die Bürgerbewegung Finanzwende war geboren, und schnell schlossen sich viele Menschen an. Mittlerweile beziehen Zehntausende den Newsletter, über 6000 Menschen sind Fördermitglieder, andere spenden regelmäßig – ein großer Erfolg drei Jahre nach Gründung. Aber längst nicht genug, um der Finanzlobby an allen Stellen Paroli zu bieten. Wir sind also auf die Unterstützung vieler weiterer Menschen angewiesen, auch um mit unserer Herangehensweise, die Finanzierung auf möglichst breite Schultern zu legen, erfolgreich zu sein.

Unterstützung für alle

Wir setzen ganz bewusst auf die Beteiligung von möglichst vielen Bürgerinnen und Bürgern. Nur so kann Veränderung am Finanzmarkt erzwungen werden. Durch Unterschriftenaktionen, Studien und Aktionen bauen wir Druck auf. Bei der Auswahl der Themen achten wir genau darauf, uns für alle starkzumachen. Wir setzen uns für bessere Altersvorsorgeprodukte oder fairere Steuern genauso ein, wie für geringere Dispozinsen oder einen günstigeren Kontozugang für Menschen mit wenig Geld. Denn oft haben genau die Menschen, die am dringendsten Unterstützung brauchen, keine Lobby.

Den öffentlichen Diskurs mitgestalten

Ein wichtiger Teil unserer Aufgabe ist es, den öffentlichen Diskurs mitzugestalten. Das heißt, Finanzthemen in den Fokus zu rücken und komplexe Inhalte für die Öffentlichkeit aufzubereiten mit dem klaren Ziel, Veränderungen herbeizuführen. Als Finanzwende ist es unser Ziel, Finanzmarktthemen aus den Fachzirkeln herauszuholen, in denen fast immer die Lobbyisten die Oberhand haben. Wenn viele Leute mitmachen und wir die Gesellschaft bei Finanzfragen nachhaltig aktivieren, hat die Finanzlobby kein freies Feld mehr. Wir werden wohl nie das Budget der Finanzlobby haben, wir werden nie so viele Menschen anstellen können, aber wir können unfaire Praktiken am Finanzmarkt und Lobbyeinfluss öffentlich machen und durch die Masse an Unterstützenden Druck auf die Politik ausüben. Um mehr Kleinspender und Förderer zu finden, sucht Finanzwende aktuell auch eine Fundraiserin oder einen Fundraiser.

Daniel Mittler, Geschäftsführer der Bürgerbewegung Finanzwende, war elf Jahre Politischer Direktor von Greenpeace International. Zuvor leitete er das Deutschlandprogramm der European Climate Foundation. In der Geschäftsführung der Bürgerbewegung Finanzwende ist er insbesondere für die Bereiche Kampagnen, Fundraising und Kommunikation zuständig.
▶ www.finanzwende.de

Verlorene Spendende sind nicht verloren

In inaktiven oder verlorenen Spendenden schlummert ein enormes Spendenpotenzial. Um sie zu reaktivieren, brauchen NPOs einen strukturierten Rückgewinnungsprozess. Fünf Schlüsselfaktoren bilden die Leitplanken dafür.

Foto: jackfrog@AdobeStock

1. Planung

Die Basis, um Spendende zurückzugewinnen, ist die regelmässige Überprüfung der Spenderhistorien. Dafür müssen NPOs klare Zuständigkeiten festlegen. Die Hauptrolle im Prozessmanagement spielt das Fundraising-Team. Es hat via CRM-System die Spendegewohnheiten der Spendenden auf dem Radar und setzt die Rückgewinnungsaktivitäten um. Nach der letzten Spende sollte dabei nicht zu viel Zeit verstreichen. Je länger eine Intervention ausbleibt, desto weiter entfernen sich die Spendenden mental von der NPO. Eine weitgehende Automatisierung des Rückgewinnungsprozesses bietet Gewähr, frühzeitig zu handeln.

2. Botschaften

Bei vielen inaktiven Spendenden lässt sich nur schwer eruieren, weshalb sie der NPO den Rücken gekehrt haben. Oft steckt keine bewusste Entscheidung dahinter. Um solche stillschweigenden Abgängerinnen und Abgänger zurückzuholen, muss die NPO ein klares Zeichen der Wertschätzung setzen. Es geht darum, ihnen den roten Teppich auszurollen und glaubwürdig zu kommunizieren, wie wichtig die Spenderin oder der Spender für die NPO ist. Weiter gehört zur Rückgewinnung eine individualisierte Aufforderung zum Spenden. Im Idealfall nimmt sie Bezug auf zuletzt getätigte Spenden.

3. Dialog

Der Verlust von Spendenden lässt sich mit einer abgebrochenen Beziehung vergleichen. Deshalb sollte die Rückgewinnung durch einen personalisierten Dialog erfolgen. Eine solche emotionale Ansprache zeugt von Einfühlungsvermögen und unterstreicht das ehrliche Interesse der NPO. Bei besonders wichtigen Spendenden kommt nur das persönliche Gespräch in Frage, bei den übrigen empfehlen sich Dialogmedien wie individualisierte physische Mailings.

4. Erfolgskontrolle

Um die Wirkung der Rückgewinnungsmassnahmen zu beurteilen, müssen sie messbar sein. Zu den wichtigen Messgrössen zählen beispielsweise die Erfolgsquote des Rückgewinnungsprogramms, die Veränderung der Fluktuationsrate oder der Return on Investment. Genauso zu berücksichtigen sind qualitative Aspekte wie der Reputationsgewinn.

5. Prävention

Die erfolgreiche Rückgewinnung einer Spenderin oder eines Spenders ist zwar erfreulich, aber die gerettete Beziehung noch fragil. Die NPO muss nun beweisen, dass sie ihr Versprechen von Wertschätzung ernst meint. Deshalb verdienen zurückgewonnene Spendende besondere Aufmerksamkeit. Eine CRM-gestützte Führung der Beziehung ermöglicht etwa, Informationsbedürfnisse zu erkennen und zu erfüllen.

Gewinnen Sie Spendende zurück – aber nur die lohnenden

Wollen Sie wirklich Spendende zurückgewinnen, die viel Arbeit, aber wenig Spenden bringen? Bestimmen Sie mittels Scoring-System den Wert von verlorenen Spendenden. Die praktische Vorlage von DirectPoint, der Dialogmarketing-Plattform der Schweizerischen Post, macht es Ihnen leicht, gezielt die richtigen Spendenden anzusprechen.
Jetzt kostenlos anfordern: *www.post.ch/D-kunden-zurueckholen*

„Open Source ist für mich die Brücke zu Nachhaltigkeit“

Die Diplom-Wirtschaftsinformatikerin Petra Vogt hat seit 2020 die Abteilungsleitung IT und Digitalisierung des BUND inne. Dabei hatte sie ursprünglich eine geisteswissenschaftliche Richtung eingeschlagen. Heute denkt sie über Nachhaltigkeit in der IT nach und will unter anderem das Verhältnis zwischen Software-Anbietern und NGOs verbessern. Dazu bräuchte es auf beiden Seiten ein verändertes Mindset. Das vergleicht sie mit Bio-Produkten im Sortiment eines Discounters.

Von RICO STEHFEST

Von einem bunten Lebenslauf spricht sie selbst, der aber trotzdem einen roten Faden habe. Mit einem Studium der Kunstgeschichte, Philosophie und Germanistik fing es bei Petra Vogt an, bei dem sie lernte, wie man „richtig über die Dinge nachdenkt“. Ein paar Ausflüge in den Journalismus, bald hatte sie ihr erstes Buch geschrieben: „Erfolgreiche Präsenz im Internet“. „Das Thema Internet hatte mich ziemlich schnell gepackt, weil es im Kern Kommunikation ist“, erklärt sie. IT wurde schnell ihr Ding. Dabei unterscheidet sie zwischen „alter“ und „neuer“ IT. Früher stand Hardware eher im Fokus. Heute: sehr viel mehr Software, Prozesse, Ziele. Und IT ist für sie ganz klar menschenzentrierter geworden.

Das Gefühl „Just do it!“

Gut zehn Jahre war Petra Vogt für US-amerikanische Start-ups unterwegs, genoss den Aufbruchsgeist, die Flexibilität in der Arbeit, das Gefühl „Just do it!“. Das hat sie langfristig beeinflusst. Am Ende wollte sie aber nicht in den USA leben. Nachdem sie dann europaweit große Dax-Konzerne durchgeturnt hatte, hängte sie das Consultant-Leben an den Nagel. Sie machte ihren Abschluss in Wirtschafts-Informatik und beschloss: „Ab jetzt mache ich, was mir Spaß macht.“ Mit Fotografie-Themen machte sie sich selbstständig, mit Fokus auf der IT. Bis es zu einer größeren Lücke zwischen zwei Projekten kam und ein Reflexionsprozess einsetzte. Engagieren wolle sie sich, nicht einfach nur „etwas Nettes machen“. Um Sinn ging es ihr, wie so vielen heute: „Ich wollte das Gefühl haben, dass das, was ich tue, ein Beitrag zum großen Ganzen ist“, erklärt sie.

IT-Herausforderungen beim BUND

Ihre Stelle beim BUND war neu geschaffen worden: „Die IT war bis dahin kein eigenständiger Bereich, aber irgendwann wurde klar, dass das aber mehr ist, als nur ein paar Rechner aufzustellen, auch durch die Digitalisierung eine komplexe Thematik, die weit in die föderalen Strukturen des Verbandes hinein reicht. Deshalb ist meine Stelle auch direkt an die Geschäftsführung angebunden.“ Petra Vogt erscheint das optimal. Der operative Betrieb liegt jetzt in ihren Händen, die Haus-IT, Betriebskonzepte für Software, alles vom Support bis zum Datenschutz und den zentralen IT-Services für den Verband. Das soll aber nicht heißen, dass das Thema oder vielmehr der Prozess der Digitalisierung für den BUND damit abgeschlossen wäre, daher liegen auch die Digitalisierungsprojekte in ihrer Abteilung. Petra Vogt sieht noch viele Herausforderungen: „Wie können wir uns mit Hilfe digitaler Tools zukunftsfähiger aufstellen? Wo müssen wir bei Bestehendem noch nachschleifen?“

Digitalisierung im politischen Kontext

Wie also kann oder sollte Nachhaltigkeit in der IT aussehen? Für den BUND sind das natürlich zuvorderst Umweltschutzaspekte. Bei der Organisation sieht das konkret so aus, dass seit letztem Jahr auch eine Stelle existiert, deren Aufgabe darin besteht, Digitalisierung im politischen Kontext zu betrachten. Bis da eine entsprechende Position verabschiedet ist, versucht Vogts Abteilung schon mal, in die richtige Richtung zu gehen. Das bricht sich herunter in Aspekte wie nachvollziehbare Lieferketten, die Nutzung ressourcenschonender IT-Zentren oder das Engagement für das „Recht auf Reparatur“. Der BUND kauft beispielsweise nur noch aufbereitete Smartphones.

Einsatz von Open-Source-Technologien

Im Kern findet sich außerdem die Frage danach, wie sich IT noch besser einsetzen ließe, um die eigenen Themen nach vorn zu bringen. Und das ganz klar unter dem Credo der Unabhängigkeit: „Wir legen Wert auf den Einsatz von … ▸

... Open-Source-Technologien." Dass das aber so einfach oder von heute auf morgen mal eben machbar sei, der Illusion gibt sich Petra Vogt nicht hin: „Das ist ein langer, schwieriger Weg, weil Open-Source-Software und das ganze Ökosystem drum herum noch gar nicht so entwickelt ist, dass es den Anforderungen einer Organisation, die kaufmännisch funktionieren muss, an allen Stellen gerecht wird. Bislang wird Open Source vor allem in bestimmten Bereichen wie etwa im Server-Umfeld eingesetzt."

Um das zu verdeutlichen, zieht sie den Vergleich zu Bio-Produkten in einem beliebigen Discounter. Es gab eine Zeit, so beschreibt sie, zu der man für Bioprodukte in den Nachbarort fahren musste. Dort gab es vielleicht ein Reformhaus mit entsprechender Auswahl. Heute finden sich diese Angebote in jedem Discounter, und zwar nicht in der hintersten Ecke.

Brücke zur Nachhaltigkeit

Vogt spricht dabei von einem Mindshift, der auch in der IT notwendig sei, denn das Bewusstsein für die Abhängigkeit von Software wachse in vielen Organisationen erst langsam, wie sie sagt. In gewisser Weise handele es sich also um einen Zug, auf den man nicht unbedingt schnell noch aufspringen müsse, bevor er abfahre. Dennoch sieht Vogt in Open Source ein sehr wichtiges Zukunftsthema: „Viele halten die Idee für politische Spielerei. Für mich ist das aber die Brücke zur Nachhaltigkeit, sich also auf möglichst lange Sicht effizient aufzustellen", betont Vogt. „Bislang war es oft so, dass ein Dienstleister eine Organisation in der Hand hatte, weil man zentrale Tools wie ein CRM nicht mal eben so umstellt und eine Organisation vor massiven Problemen stehen konnte, wenn ein Tool-Dienstleister verkauft oder vom Markt genommen wurde. Das kann auch ein Kostenfaktor sein. Mitglieder- und spendenfinanzierte Organisationen sollten also besonders schauen, wie sie strukturell unabhängiger werden können", so Vogt.

Dabei erinnert sie sich auch an Diskussionen, die sie auf dem letzten Fundraising-Kongress in Berlin geführt hat. Auf ihre Nachfrage hin, ob Dienstleister planten, Angebote im Bereich Open Source zu machen, kam die ablehnende Replik, man würde dann ja kein Geld mehr verdienen. Ganz falsch, findet Petra Vogt. „Es ist ja nicht so, dass man mit Open Source nichts verdient, die Software muss ja immer noch (weiter)entwickelt werden." Nur die Entscheidungen darüber, was gebraucht und was getan werde, liege hier an anderer Stelle. „Bei herkömmlicher Software entscheidet der Hersteller. Vielleicht, weil es der größte Kunde will. Bei Open Source dagegen entscheidet der Markt direkter. Es geht nicht darum, dass wir kein Geld dafür zahlen oder jemandem den Profit nicht gönnen wollen. Aldi etwa macht immer noch Profit, auch wenn der Discounter Bio-Produkte anbietet."

> „Das Bewusstsein für die Abhängigkeit von Software wächst in vielen Organisationen erst langsam."

Ziele gemeinsam gestalten

In Community-getriebenen Entwicklungen sieht sie die Lösung. „Wenn man beispielsweise für das Freiwilligenmanagement die Open-Source-Software CiviCRM nutzt, kann der Dienstleister als Broker für mehrere NGOs agieren, um Funktionen im Interesse aller weiterzuentwickeln und gemeinsam größere Pakete finanzieren zu lassen. Wahlweise können sie Spezialfunktionen für die eigenen Bedarfe entwickeln lassen." Zwar müsse diese neue Arbeitsweise erst gelernt werden und sei auch mit Stress verbunden, wenn sich die Dinge änderten. Aber das biete auch riesige Chancen. Man könne ohnehin nicht mehr alles selbst programmieren. Ein Ansatz, vor dem sie durchaus sogar warnt. Viel zu komplex sei Software mittlerweile. Deshalb sieht sie an dieser Stelle die Notwendigkeit des Wissensaustauschs der Organisationen untereinander. Ins Gespräch kommen, Interessen bündeln. Was bis dato eine gefühlte Macht dargestellt hat, indem eine NGO entscheidet, ob sie mit einem Dienstleister zusammenarbeitet oder nicht, würde abgelöst werden durch den Ansatz, Ziele gemeinsam gestalten zu wollen. Deshalb begrüßt sie auch die Tatsache, dass sich einige Bundesländer in Deutschland zusammengetan und das Zentrum für Digitale Souveränität der Öffentlichen Verwaltung (ZenDIS) gründen. Dadurch entstehe die entsprechende Nachfrage für die Weiterentwicklung von Open-Source-Produkten, so Vogt.

Komplexität und Ganzheitlichkeit

„Es passiert ein Mindshift an vielen Stellen. Auch in puncto Diversität in der IT." In der Vergangenheit sei IT „zu stark fokussiert auf Insider-Wissen, exklusiv, exkludierend" gewesen, so Vogt. Das entspreche nicht den Anforderungen einer immer volatiler und komplexer werdenden Welt, die viel stärker auf Zusammenarbeit setzen müsse, um erfolgreich zu sein. Frauen sehen häufiger die Komplexität und Ganzheitlichkeit." So berichtet sie auch von einem NGO-IT-Treffen, an dem tatsächlich nur Frauen in Leitungspositionen beteiligt waren. „Das ist immer noch eine große Ausnahme, aber die NGOs scheinen da ihrer Zeit voraus zu sein", kommentiert sie. „In meiner Abteilung habe ich gerade ein Übergewicht an Frauen hergestellt. Das ist ungewöhnlich. Darauf bin ich ein bisschen stolz, habe aber auch lange darüber nachgedacht, denn Diversität ist mir ein hoher Wert. Aber letztlich geht es um das Mindset, nicht um das Geschlecht."

▶ www.bund.net

Neues und Gutes aus dem FUNDRAISING magazin SHOP

EXTRA-HEFT

Software für Vereine, Verbände und Stiftungen

Etwa 60 Software-Anbieter und Systemhäuser im Vergleich. Die große Marktübersicht.

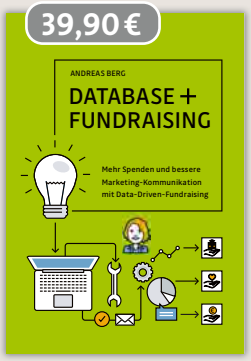
20 €

beide EXTRA-Hefte zusammen nur

EXTRA-HEFT

Alles Wichtige für Ihre Spenden-Briefe

Fast 40 Dienstleister rund um das Thema Mailing zeigen, wie man Spendenbriefe optimieren kann.



FACHBUCH
Database + Fundraising
von Andreas Berg

FACHBUCH
Großspenden-Fundraising
von
Marita Haibach
und
Jan Uekermann

FACHBUCH
Fundraising-Grundlagen von Jan Uekermann

Das aktuelle Fundraising-Magazin als Einzelheft

EXTRA-HEFT
Fundraising
DIGITAL 1

EXTRA-HEFT
Fundraising
DIGITAL 2

EXTRA-HEFT
Fundraising
IM INTERNET

Fundraising-Magazin
ältere Ausgaben als Einzelhefte
solange der Vorrat reicht

8 €

Wir liefern versandkostenfrei innerhalb Deutschlands.

shop.fundraising-magazin.de

Unersetzbar

Von diesem Kunstwerk der Hamburger Design-Agentur Rocket & Wink gibt es genau 380 Exemplare. Das sind genauso viele, wie es noch Buschhasen gibt. Das Bild ist Teil der Kampagne „NFA: Non-Fungible Animals“ des WWF, der dafür zehn Künstler aus der ganzen Welt bat, einen Beitrag zur Artenschutzarbeit der Organisation zu leisten. Die Anzahl der jeweiligen Werke ist dabei auf die Anzahl der noch lebenden Exemplare in freier Wildbahn limitiert. Die Kunstwerke basieren auf der Technologie der „Non Fungible-Tokens“ und sind einzigartige virtuelle Sammlerstücke, die man nicht austauschen kann und die auch „nicht ersetzbar“ sind. Übersetzt für den Artenschutz zeigen sie „nicht ersetzbare Tiere“, also „Non-Fungible Animals“.

▶ www.wwf.de/nfa

Dauerbrenner Rente

Das Rentenniveau sichern, Kriminalität bekämpfen und die Gesundheitsvorsorge gewährleisten – glaubt man der aktuellen Untersuchung der BAT-Stiftung für Zukunftsfragen, sind das Deutschlands größte Herausforderungen. Die Stiftung hat dafür 3000 Personen ab 18 Jahren befragt, welche Probleme der Staat ihrer Ansicht nach am dringendsten lösen muss. Die Besonderheit der Untersuchung ist der Langzeitvergleich zwischen 1989 und 2021. Neu in den Fokus gerückt sind nun u.a. die Spaltung der Gesellschaft, die Terrorismusbekämpfung und das Bildungsniveau.

▶ www.zukunftserwartungen.de/deutschlands-groesste-herausforderungen

MEINE MEINUNG

„Bildung ist auch Informationskompetenz“

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Laut Zukunftsmonitor der BAT-Stiftung wünschen sich 45 Prozent der deutschen Bevölkerung ein höheres Bildungsniveau. Bei der Befragung 1989 tauchte dieser Punkt in den Antworten hingegen überhaupt nicht auf. Ich habe eine Weile gegrübelt, ob die Bildung in Deutschland innerhalb von drei Jahrzehnten wohl komplett den Bach runtergegangen ist. Eigentlich will ich das nicht glauben, machen doch zum Beispiel inzwischen viel mehr Schülerinnen und Schüler ein Abi als noch vor einigen Jahren. Doch als ich dann heute Morgen beim Blick in eine Dresdner Tageszeitung wieder einmal lesen musste, dass Querdenker, Impfverweigerer, Corona-Leugner oder wie auch immer man diese Realitätsverweigerer nun nennen will, gegen „Giftspritzen“ und „Maßnahmenterror“ demonstrieren, wurde mir klar, dass Bildung nicht zwangsläufig mit schulischen Lehrplänen gleichzusetzen ist. Faust I und II, die Französische Revolution oder die Photosynthese sind ohne Frage wichtige Lehrstoffe. Was sich jedoch tatsächlich in den letzten dreißig Jahren verändert hat, ist unser Zugang zu Informationen. Und aus deren Fülle die relevanten herauszufiltern und richtig einzuordnen, ist eine Fähigkeit, die ganz oben auf heutigen Lehrplänen stehen müsste. Bildung ist auch – und zwar zum großen Teil – Informationskompetenz. Betrachtet man die Zahlen aus dem Zukunftsmonitor so, müssen aus den 45 Prozent dringend noch viel mehr werden.

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

Kurzgefasst …

Ab jetzt elektrisch

In der weltbekannten Felsenstadt Petra in Jordanien ersetzen ab sofort elektrische Golfwagen die Pferdekutschen für Touristen. „Vier Pfoten – die Stiftung für Tierschutz" setzt sich seit 2015 gemeinsam mit der Princess Alia Foundation (PAF) und der Tourismusbehörde von Petra für die Pferde vor Ort ein und kann nun endlich diesen Erfolg verzeichnen.

▶ www.vier-pfoten.org

Musikalischer Mathe-Fan

Die Stiftung Rechnen hat eine neue Botschafterin. Jennifer Haben, Sängerin, Songwriterin und Frontfrau der deutschen Symphonic-Metal-Band „Beyond the Black" gibt an, dass Mathe – neben Musik – tatsächlich ihr Lieblingsfach in der Schule gewesen sei. Sie wird sich besonders für die Finanzbildungsinitiative „finance yourself" (fiuse) engagieren.

▶ www.stiftungrechnen.de

Jubiläumsausgabe

Die Hanns-Seidel-Stiftung hat mit dem Dezember-Heft ihre 500. Ausgabe der „Politischen Studien – Magazin für Politik und Gesellschaft" herausgegeben. Die Zeitschrift erscheint im 72. Jahrgang und sieht sich als Informationsquelle für politisch interessierte Bürger. Alle Ausgaben seit 2010 können unter *www.hss.de/politische-studien* heruntergeladen werden.

▶ www.hss.de

Online-Portal für den Spitzensport

Mit „Meine Sporthilfe" hat die Stiftung Deutsche Sporthilfe eine Online-Plattform für Athletinnen und Athleten gelauncht. Diese erhalten darin einen Überblick über Förderprogramme, aktuelle News sowie Angebote zur beruflichen Entwicklung und der persönlichen Karriereplanung. Über das Portal können auch Förderanträge gestellt werden.

▶ www.sporthilfe.de

Fonds für Empowerment

Um einen Beitrag zum Empowerment der trans* Community im deutschsprachigen Raum zu leisten, hat die Hannchen-Mehrzweck-Stiftung (hms) zusammen mit Zustifterin Janka Kluge den Waltraud-Schiffels-Fonds errichtet. Der Waltraud-Schiffels-Preis ist mit 1000 Euro dotiert und wird jährlich vergeben. Bewerben können sich Initiativen, Vereine und Einzelpersonen.

▶ www.hms-stiftung.de

Gut angelegt

Digitale Vermögensverwaltung für Stiftungen

Stiftungen, die ihr Vermögen in Fonds anlegen wollen, können das jetzt über die neue Online-Plattform *www.stiftungsfonds.digital* tun. Ab einer Anlagesumme von 50 000 Euro haben sie die Möglichkeit, in Strategien renommierter Vermögensverwalter zu investieren. Zum Start der Plattform sind rund 20 Strategien freigeschaltet, sodass jede Stiftung eine für sich passende findet.

Und das geht wie folgt: Zuerst müssen sich Stiftungen kostenlos über die Website registrieren und ihren Vermögensverwalter passend zu ihrer Anlagephilosophie und zu historischen Kennzahlen wählen. Im zweiten Schritt eröffnen sie ein individuelles Wertpapierdepot bei DAB BNP Paribas und überweisen den Anlagebetrag. Ist das Geld eingegangen, investieren die Stiftungen online in die Strategien ihrer ausgewählten Vermögensverwalter. Diese können im Übrigen kostenfrei und mit nur wenigen Klicks geändert werden. Die Stiftungen haben online jederzeit die Kontrolle über ihre Kapitalanlage.

▶ www.stiftungfonds.digital

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

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

Q!SH Qualitätsinitiative Straßen- und Haustürwerbung

Anti-Aging

Neues Weiterbildungsangebot im Schweizer Stiftungssektor

Wie begeistert man Millennials für ein Engagement in einem Stiftungsrat? Mit dem Stipendienprogramm Board for Good genau zu diesem Zweck geht die gleichnamige Stiftung seit Herbst auf Nachwuchssuche.

Von UTE NITZSCHE

Auf die Frage, welches die längerfristigen Ziele von Board for Good sind, sagt Präsidentin Beate Eckhardt: „Dass es uns nicht mehr braucht!“ Die Strategie- und Philanthropie-Beraterin hat im Juni 2021 zusammen mit Prof. Dr. Georg von Schnurbein vom Center for Philanthropy Studies an der Uni Basel die gemeinnützige Board for Good Foundation gegründet. Was ist das für eine Stiftung, die sozusagen auf ihre eigene „Nutzlosigkeit“ hinarbeitet?

Für Altersdiversität im Schweizer Stiftungssektor

Die Board for Good Foundation will mehr Altersdiversität in den Schweizer Stiftungssektor bringen. Sie bietet jungen Menschen unter 35 Jahren Stipendien für Stiftungsratsweiterbildungen an. Denn Fakt ist, dass gerade einmal fünf Prozent der Stiftungsratsmitglieder in der Schweiz zur Generation der Millennials gehören. Das ergab eine Umfrage vom Geneva Center on Philanthropy unter 720 Personen. Das Ergebnis: 75 Prozent der befragten Stiftungsratsmitglieder waren älter als 50. „Durch das System der Kooptation fehlt der Stiftung ein Wahlorgan wie eine Mitglieder- oder Generalversammlung. Der Stiftungsrat konstituiert und wählt sich selbst. Damit wird das Ausgreifen auf jüngere Generationen deutlich erschwert. Zumal Stiftungsräte häufig im Nebenamt oder gar ehrenamtlich tätig und professionelle Ausschreibungen eher selten anzutreffen sind. Die Suche nach jungen, geeigneten Stiftungsrätinnen und Stiftungsräten wurde fast wie diejenige nach der Nadel im Heuhaufen empfunden“, erläutert Beate Eckhardt die Gründe. Gleichzeitig wachse aber auch im Stiftungssektor der Wunsch nach mehr Diversität. Beim Schweizer Stiftungssymposium 2019 habe das Thema „Vielfalt und Alter im Stiftungsrat“ rasch an Fahrt aufgenommen. Am Ende stand die Idee eines Stipendienprogramms für junge Stiftungsrätinnen und Stiftungsräte.

Weiterbildungsstipendien

Board for Good veranstaltet mehrtätige Stiftungsratsseminare und schreibt dafür pro Jahr rund 30 Weiterbildungsstipendien aus. Ausbildungspartner der Board for Good Foundation sind die Foundation Board Academy und die Rochester-Bern, eine Schweizer Stiftung, die Weiterbildungen im Verwaltungssektor anbietet und eng mit den Universitäten Rochester (USA) und Bern zusammenarbeitet. Auf dem Stundenplan der angehenden Stiftungsratsmitglieder stehen zum Beispiel die Aufgaben eines Stiftungsrates, rechtliche Rahmenbedingungen sowie Themen und Trends aus dem Stiftungssektor. Aber auch wie sich ein Stiftungsrat konstituiert und erneuert, welchen Stellenwert Diversität und Partizipation einnehmen, was die strategischen

und die operativen Themen der Stiftungsführung sind und wie das Zusammenspiel der verschiedenen Ebenen funktioniert sind Fragen, mit denen sich das Weiterbildungsangebot auseinandersetzt. Anhand von Beispielen aus Praxis und Theorie werden die Themen Förderung, Finanzen und Führung vertieft. Um das Abschluss-Zertifikat „Good Foundation Expertise“ zu erhalten, muss die Teilnehmerin oder der Teilnehmer außerdem eine praxisrelevante Case Study schriftlich bearbeiten.

Wie attraktiv ist das Angebot?

Es stellt sich die Frage, ob die Zielgruppe der unter 35-Jährigen überhaupt Interesse an Stiftungsarbeit und damit an einem solchen Angebot hat, schließlich nehmen Stiftungen nicht unbedingt die vordersten Plätze ein, wenn es um Innovationen und jugendlichen Spirit geht. Doch dieses Argument kann Beate Eckhardt schnell zerstreuen, im Gegenteil: „Das Interesse an unserem Stipendienprogramm ist überwältigend. Für die ersten rund zwanzig Stipendienplätze haben sich in kürzester Zeit fast 100 Personen beworben. Und das nur über eine Ausschreibung in den sozialen Medien und unsere Website. Die Qualität der Bewerbungen war zudem sehr hoch. Der Sektor kann sich auf eine großartige junge Generation freuen. Wir hatten tatsächlich die Qual der Wahl.“

Alumni-Netzwerk

Anfang November haben nun die ersten acht Stipendiaten ihre Ausbildung in Basel absolviert und waren begeistert, wie Beate Eckhardt berichtet. Die Rochester-Bern und die Foundation Board Academy sind deshalb bereit, bis Ende 2023 ein Drittel ihrer Plätze in den Stiftungsratsseminaren für die Stipendiatinnen und Stipendiaten zu reservieren.

Um nun zur eingangs erwähnten Frage nach der Zukunft zurückzukehren, so präzisiert Beate Eckhardt die Aussage wie folgt: „Wir hätten unser Ziel erreicht, wenn junge Menschen ihren Zugang zum Stiftungssektor gefunden haben und die Altersdiversität in Stiftungsräten gemeinnütziger Stiftungen zugenommen hat. Mittelfristig werden wir unsere Absolventinnen und Absolventen aber erst mal in ein Alumni-Netzwerk aufnehmen und versuchen, sie im Sektor so sichtbar wie möglich zu machen. Aktuell denken wir über ein 360-Grad-Mentoringprogramm nach. Es bleibt spannend.“ Nicht nur für das Stipendienprogramm von Board for Good, sondern auch, was die Zukunft für Stiftungen bereithält.

▶ www.boardforgood.org

spenden manufaktur
powered by adfinitas

Wir sprechen mit Erfahrung

- Nachlass-Telefonie
- Reaktivierung
- Dauerspendengewinnung
- Upgrading
- Leads
- Begrüßungs- und Dankesanrufe
- Servicegespräche
- Chat
- Beratung

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

Mitglied im Deutschen Dialogmarketing Verband e.V.

Überschaubare Kosten, nachhaltige Wirkung

Preisverleihungen als Instrumente alltäglicher Stiftungsarbeit

Die Ausschreibung von Preisen gehört zum typischen Instrumentarium sozialer Organisationen. Viele schreiben eigene Preise aus, organisieren aufwendige Veranstaltungen zur Übergabe der Auszeichnungen und wenden erheblichen Aufwand dafür auf, die Preisverleihungen erfolgreich zu gestalten. Doch warum tun sie das eigentlich?

Von DR. SEBASTIAN WEINERT

Die Verleihung von Auszeichnungen ist unter vielen gemeinnützigen Organisationen verbreitet und gehört oftmals zu den Höhepunkten ihres Jahreskalenders – unabhängig davon, ob es sich um operative oder rein fördernde Organisationen handelt und auf welchen gesellschaftlichen Gebieten diese aktiv sind.

Der Grund für Stiftungen, das zu tun, liegt darin, dass Preisverleihungen Antworten auf grundlegende Herausforderungen von Stiftungen bei der Umsetzung ihres Satzungszweckes geben. Das betrifft vor allem die Generierung von öffentlicher Aufmerksamkeit, die Planbarkeit der Stiftungsaktivitäten und den effektiven Einsatz von Stiftungsmitteln. Diese drei Aspekte werden im Folgenden näher ausgeführt. Dafür greife ich zum Teil auf meine Erfahrungen bei der Organisation des Forschungspreises für herausragende Arbeiten auf dem Gebiet der neurologischen Rehabilitation der Fürst Donnersmarck-Stiftung (FDST) zurück.

Preise setzen auch bei begrenzten Mitteln Akzente

Stiftungen stehen vor der Herausforderung, ihren Satzungszweck mit teilweise begrenzten Mitteln umzusetzen. Dies ist gerade dann ein Problem, wenn es sich um breite Ziele handelt, die eigentlich einer größeren finanziellen Ausstattung bedürfen, um nachhaltige Wirkungen zu erzielen. Die Verleihung von Preisen ist daher auch für kleinere Organisationen eine Möglichkeit, eigene Impulse zu setzen. Denn Preise lenken die Aufmerksamkeit auf bestimmte Themen und Fragestellungen. Auch bestärken sie die ausgezeichneten Akteure, im Sinne des Preises weiterzuarbeiten.

Als sich die FDST dazu entschied, im Jahr 2006 erstmalig ihren Forschungspreis auszuschreiben, spielten für sie derartige Überlegungen ebenfalls eine Rolle. Ihrem Stiftungszweck entsprechend wollte die Stiftung ihr Engagement im Bereich der (neurologischen) Forschung intensivieren. Um in diesem sehr kostenintensiven Umfeld aber nachhaltige Wirkungen zu erzielen, wären hohe Investitionen aus Stiftungsmitteln notwendig gewesen. Durch die Ausschreibung des mit 30 000 Euro dotierten Forschungspreises konnte die FDST dagegen bestimmte Formen der neurologischen Forschung fördern, ohne direkt Eigenmittel in einem unübersehbaren Maß einsetzen zu müssen.

Die Ausgaben für Preise sind langfristig planbar

Eine wichtige Aufgabe für Stiftungen ist die langfristige Sicherstellung der eigenen Handlungsfähigkeit, also die Bewahrung des eigenen Stiftungskapitals. Die Ausschreibung von Preisen hat in dieser Hinsicht den Vorteil, planbare Ausgaben zu generieren, die zudem flexibel an die verfügbaren Ressourcen angepasst werden können. Dies fördert

die Verlässlichkeit der Stiftungsarbeit, auch über einen langen Zeitraum hinweg. Je länger der Preis verliehen wird, umso stärker löst sich seine Bedeutung zudem von der eigentlichen Höhe des Preisgeldes ab, da er zunehmend als besondere Auszeichnung verstanden wird.

Preise erregen Aufmerksamkeit

Preisverleihungen entsprechen in besonderem Maße den Regeln der medialen Aufmerksamkeitsökonomie. Es handelt sich nämlich um einmalige Aktionen, die häufig mit einem gewissen Status und unter Beteiligung prominenter Persönlichkeiten verbunden sind. Dadurch resonieren sie gut mit journalistischen Relevanzkriterien (Nachrichtenfaktoren) und erregen leichter öffentliche Aufmerksamkeit. Dies macht Preisverleihungen auch für operative Organisationen interessant, die seltener mediales Interesse erfahren. Auch im Falle der Fürst Donnersmarck-Stiftung führen die Preisverleihungen regelmäßig zu einer Zunahme der Berichterstattung insbesondere in Fachmedien.

Entscheidende Erfolgsfaktoren

Die Verleihung von Preisen kann ein wichtiges Instrument für gemeinnützige Stiftungen sein, um den eigenen Satzungszweck auch nachhaltig umzusetzen. Um Preisverleihungen dauerhaft erfolgreich als Instrument der eigenen Arbeit nutzen zu können, müssen gleichwohl einige Faktoren beachtet werden:

- Die Rahmenbedingungen der Preisvergabe müssen klar geregelt sein.
- Die Inhalte der Preise müssen direkt auf den Stiftungszweck einzahlen und mit der übergreifenden Strategie abgestimmt sein.
- Es braucht eine klare Strategie sowohl zur Verbreitung der Ausschreibung als auch zur anschließenden Kommunikation der Ergebnisse.

Werden diese Faktoren beachtet, können Preisverleihungen sowohl nach innen in die Organisation als auch nach außen ein wichtiger Teil der eigenen Stiftungsarbeit sein.

Sebastian Weinert ist promovierter Historiker und beschäftigte sich intensiv mit der Geschichte von Menschen mit Behinderung sowie der Entwicklung des deutschen Sozialsystems. Unter anderem verfasste er die Festschrift anlässlich des 100-jährigen Bestehens der Fürst Donnersmarck-Stiftung. Seit 2017 ist er Referent für Öffentlichkeitsarbeit der Stiftung und verantwortet in dieser Position die Ausschreibung und Verleihung des Forschungspreises.
▶ www.fdst.de

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

Wachsende Weltreligionen

In Berlin ist ein Umweltprojekt mit künstlerischem Anspruch entstanden

Gärten gelten auf der ganzen Welt als Orte des Friedens und der Begegnung. Mit einer Gartenanlage, die an jüdische Kultur und Traditionen angelehnt ist, hat die Allianz-Umweltstiftung die Realisierung eines besonderen Herzensprojekts initiiert und finanziell unterstützt.

Von UTE NITZSCHE

Feigen, Wein und Mandeln mitten in Marzahn? Was zunächst so klingt, als hätte sich im Berliner Osten ein Trupp Guerilla-Gärtner ausgetobt, ist Teil eines ganz besonderen Gartenprojektes. Am 19. Oktober 2021 wurde auf 2000 Quadratmeter der Jüdische Garten eröffnet. Er ist Teil der „Gärten der Welt", einer Parkfläche im Berliner Bezirk Marzahn-Hellersdorf, die 1987 noch in der ehemaligen DDR als „Berliner Gartenschau" entstanden ist und bis zum Beginn des neuen Jahrtausends als „Erholungspark Marzahn" ein beliebtes Ausflugsziel war. 2017 war das Gelände auch Schauplatz der Internationalen Gartenausstellung. Wer die „Gärten der Welt" heute besucht, kann auf 42 Hektar durch elf Themengärten, neun internationale Gartenkabinette und vier kunstvolle Wassergarten-Installationen spazieren und so zum Beispiel die Stille eines Japanischen Gartens genießen, mit allen Sinnen in einen üppigen Orientalischen Garten eintauchen oder very British eine Tasse Tee im Cottage des Englischen Landschaftsgartens schlürfen.

Anhaltendes Engagement

Den Stein für die Errichtung des Jüdischen Gartens hat die Allianz-Umweltstiftung ins Rollen gebracht und mit 250 000 Euro gefördert. Für die in Berlin ansässige Stiftung ist

es nicht das erste Projekt dieser Art. Sie setzte sich schon 2005 für den Aufbau eines Islamischen Gartens und sechs Jahre später für die Gestaltung eines Christlichen Gartens ein. Damit präsentiert der Jüdische Garten innerhalb der „Gärten der Welt“ nun die dritte der großen monotheistischen Weltreligionen. Die Idee dazu hatte die Stiftung bereits Anfang der 2000er Jahre. „Das von Allianz-Umweltstiftung und GrünBerlin GmbH erdachte Konzept zu diesem Trio entstand nach den Anschlägen des 11. September und ist der Versuch, mit den Mitteln der Gartenkunst dem Auseinanderdriften der Kulturen entgegenzuwirken“, erklärt Landschaftsarchitekt Peter Wilde von der Allianz-Umweltstiftung.

Landschaftsarchitekten und Künstler

Bevor der Jüdische Garten Realität wurde, schrieben die GrünBerlin GmbH des Landes Berlin und die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen einen Wettbewerb aus, den die Allianz-Umweltstiftung zusammen mit der Axel Springer Stiftung und der Deutschen Bundesstiftung Umwelt finanzierte. Wissenschaftler, Künstler und Vertreter des jüdischen Kulturkreises sowie auch der Zentralrat der Juden und die Jüdische Gemeinde zu Berlin standen beratend zur Seite und gehörten auch der Jury an. Gewonnen haben die Landschaftsarchitekten vom Atelier le Balto mit den Künstlern Manfred Pernice und Wilfried Kuehn.

Keine spezifische jüdische Gartenkunst

Und so wachsen nun in Sichtweite des Christlichen Gartens neben den anfangs erwähnten Feigen- und Mandelbäumen und den Weinreben Obstbäume wie Apfel, Kirsche und Birne sowie Magnolien, Kastanien und Ulmen. Auch Sträucher und Stauden, einjährige Gewächse, aber auch Zwiebel- und Kletterpflanzen sollen die „typische“ Vegetation zeigen. Die Pflanzen wurden nach gründlicher Recherche in Briefen und anderen Schriftstücken jüdischer und dem Judentum verbundener Autorinnen und Autoren ausgewählt. Denn im Unterschied zu anderen Kulturkreisen gibt es keine spezifisch jüdische Gartenkunsttradition. Es war vielmehr so, dass das jüdische Volk während seiner Vertreibung in der Regel kein eigenes Land besaß und ihm meist einfach ein kleines Stück Erde genügen musste, um Pflanzen als Nahrungsmittel und eventuell für zeremonielle Rituale anzubauen. So diente ein Garten in erster Linie der Ernte von Obst, Gemüse und Kräutern. Notgedrungen musste man sich also auch immer den Gegebenheiten vor Ort anpassen und Pflanzen auswählen, die mit dem jeweiligen Klima zurechtkamen, ohne die jüdische Tradition dabei zu vernachlässigen. Ein Beispiel dafür ist Pflaumenwein statt Wein aus Weinreben.

Nutzgarten mit künstlerischem Konzept

Die Herausforderung für die Landschaftsarchitekten war deshalb, eine Art Nutzgarten zu erschaffen, der sich gleichzeitig in das künstlerische Konzept der „Gärten der Welt“ einfügt. So mag der Jüdische Garten im Gegensatz zu seinen Nachbargärten eher schlicht anmuten. Ein Netz aus Wegen soll sinnbildlich für das Leben in der Diaspora und die jüdische Kultur auf der ganzen Welt stehen. Zwischen dem Wegenetz liegen unterschiedlich geformte Felder, auf denen Pflanzen kultiviert werden. Außerdem wurden zwei Pavillons errichtet, die als Treffpunkte gedacht sind und zum Ausruhen dienen.

Für die Allianz-Umweltstiftung war die Fertigstellung des Jüdischen Gartens ein großer Schritt, wie Esra Kücük vom Stiftungsvorstand bei der Eröffnung betonte: „Der Jüdische Garten ist eines der bedeutendsten Förderprojekte unserer Stiftung.“ Und ein weiterer Punkt der Ruhe und Begegnung im Gartenparadies am Rande der hektischen Millionenmetropole.

▶ www.gaertenderwelt.de
▶ www.umweltstiftung.allianz.de

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

FUNDRAISING VERBAND AUSTRIA

Intensiv-Seminar am 10.-11.2.
Fundraising Grundlagen

Online-Seminar am 16.2.
Stiftungsfundraising

Intensiv-Seminar am 24.-25.2.
Public Fundraising II

Online-Seminar am 4.3.
Legate Fundraising für Einsteiger

Online-Seminar am 16.3.
Fundraising auf der eigenen Website

Intensiv-Seminar am 24.-25.3.
Public Fundraising III

Online-Seminar am 30.30.
Facebook Spendentools

Online-Seminar am 8.4.
Legate Fundraising für Fortgeschrittene

Intensiv-Seminar am 27.-29.4.
Institutional & Corporate Fundraising

Größtes Wachstum des Jahrzehnts für Österreichs Spendenorganisationen

Auf die zahlreichen Gesichter der Not und die kreativen Spendenkampagnen der NPOs haben die Menschen in Österreich mit einer noch nicht dagewesenen Großzügigkeit reagiert. Der vom Fundraising Verband Austria 2020 prognostizierte Spendenrekord wurde noch um beeindruckende 60 Mio. € übertroffen – 12 % mehr als 2019 und damit das größte Wachstum der vergangenen zehn Jahre. Besonders erfreulich: Der positive Trend setzt sich fort. 850 Mio. €werden 2021 erwartet.

Seit 12 Jahren nimmt der Fundraising Verband im Spendenbericht das Spendenverhalten und die Entwicklung des Gebens in Österreich unter die Lupe. Wie die Ausgabe 2021 zeigt, haben die Pandemie, aber auch die zahlreichen Elementarereignisse der vergangenen zwei Jahre – beispielsweise die verheerende Explosion im Libanon und das schwere Erdbeben in Haiti – die Großzügigkeit von Österreichs Spender*innen eindeutig beflügelt. Das Ergebnis ist ein Spendenrekord von 810 Mio. € im Jahr 2020.

Kein einheitlicher Trend

Doch nicht alle Organisationen konnten von dieser Entwicklung profitieren. Die bekanntesten NPOs legten überproportional zu. Unter den 100 größten verzeichneten überraschenderweise Entwicklungshilfeorganisationen die stärksten Zuwächse, gefolgt von karitativen Vereinen. Umwelt- und Tierschutzeinrichtungen wuchsen mit einem Plus von 8 % ebenfalls deutlich. Verlierer der Krise waren die Universitäten, die rund ein Viertel ihrer Einnahmen einbüßten, Vereine, die auf Bargeldsammlungen setzten, sowie Museen, die ihr Niveau nur durch großzügige Kunstschenkungen halten konnten. Viele Kultureinrichtungen verzeichneten Rückgänge durch ihre Abhängigkeit von Fundraising-Events.

Fachkundiges Fundraising und Internationalisierung als Erfolgsformel

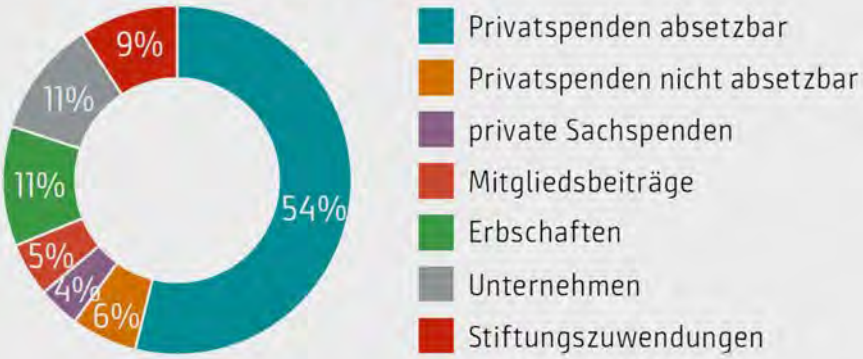
Hinter allen NPOs, die ihr Wirken durch ein höheres Spendenaufkommen ausdehnen konnten, steht nicht zuletzt die steigende Professionalisierung als ausschlaggebender Erfolgsfaktor. Die Zahl der Organisationen, die mit hauptamtlichen Mitarbeiter*innen arbeiten, nimmt ebenso konsequent zu, wie die Internationalisierung. Österreichische NPOs weiten ihre Fundraising-Aktivitäten zunehmend in Nachbarstaaten aus, während sich gleichzeitig internationale Einrichtungen in Österreich ansiedeln. So schloss etwa das Salzburg Global Seminar gerade eine weltweite Fundraising Kampagne mit 18 Mio. USD erfolgreich ab.

So spendet Österreich

Privatspenden aus der Bevölkerung sorgen für beeindruckende 80 % des gesamten Aufkommens. Spendende widmen ihr Engagement besonders den zwei Themen Kinderhilfe und Tierschutz (je 30 % Zustimmung). Insgesamt 71 % der Menschen im Land beteiligen sich am Spenden. Durchschnittlich geben sie 114 €, wobei Salzburg, Tirol und Vorarlberg positiv hervorstechen. Dort werden im Schnitt 162 € pro Spender*in gegeben, in Wien sind es 90 €.

Nur 2 % aller Spenden liegen über 1000 €. Damit ist Österreich im Vergleich zu anderen europäischen Ländern keine Nation der Großspender*innen. Entscheidend sind hingegen die zahlreichen Beträge unter 200 €, die 85 % aller Spenden ausmachen. Als Rückgrat des Spendens sticht der Mittelstand hervor: Personen mit Einkommen über 31 000 € brutto geben am meisten für wohltätige Zwecke (33 % des abgesetzten Aufkommens), gefolgt von Einkommen über 18 000 € (28 %).

So setzt sich das Spendenaufkommen in Österreich zusammen



Quelle: Erhebung Fundraising Verband Austria

Im europäischen Mittelfeld

Der Vergleich von Spendenkulturen weltweit macht deutlich, dass Österreich trotz der positiven Entwicklungen noch ein beachtliches philanthropisches Potential aufweist. Das unterstreicht auch Philanthropie-Experte Andreas Schiemenz, der das Netto-Geldvermögen der privaten Haushalte in Österreich aktuell mit 537 Mrd. € beziffert. Gemessen an der Bevölkerungszahl weist Österreich eine Pro-Kopf-Spende von 90,50 € auf – mehr als zum Beispiel in Ungarn (34 €), aber deutlich weniger als in der Schweiz (222 €) oder Großbritannien (280 €). Auch Deutschland oder Frankreich liegen im Europavergleich mit je 126 € klar vor Österreich. Spendenweltmeister ist einmal mehr die USA, wo pro Einwohner*in 1245 € jährlich gespendet werden.

13 Jahre Benachteiligung einzelner Spendenbereiche

Die Einführung der Spendenbegünstigung – also die Möglichkeit, Spenden steuerlich abzusetzen – im Jahr 2009 hat das jährliche Aufkommen nachhaltig beflügelt. Doch nicht alle Spendenbereiche durften von der Entwicklung profitieren. Bis heute sind Spenden für die Sportförderung, den Tierschutz und die Bildung per Gesetz ausgeschlossen, wobei die Regelung neben bürokratischen Hürden auch einige Kuriositäten bereithält – zum Beispiel, dass Spenden zur Bildungsförderung in Entwicklungsländern absetzbar sind, zur Verbesserung der Situation an österreichischen Brennpunktschulen hingegen nicht. Die legislativen Lücken sind dabei offenkundig ein Hemmnis für eine höhere Spendenbereitschaft. EcoAustria rechnet in einer Studie im Auftrag des Verbandes für gemeinnütziges Stiften mit rund 35 Mio. € an zusätzlichen Spenden und Stiftungszuwendungen für die Bildung jährlich. Bildungsstiftungen, die gemeinsam mit den engagierten NPOs einen wichtigen Beitrag zur Bewältigung des Bildungsnotstands leisten könnten, werden zusätzlich auch noch mit der fehlenden KESt-Befreiung blockiert. 27,5 % von ihren Zuwendungen müssen an die Finanz abgegeben werden und können nicht den Bildungsprojekten zugutekommen.

Das war der #GivingTuesday 2021

Zum dritten Mal beteiligte sich Österreichs NPO-Sektor 2021 am internationalen Tag des Gebens – #GivingTuesday (30.11.). Angeregt vom Unterstützungsaufruf von Bundespräsident Alexander Van der Bellen und dem Österreichischen Parlament engagierten sich 150 Organisationen und Unternehmen mit Spendenaktionen!

Auf der Website des Verbandes steht der vollständige Spendenbericht zum Download zur Verfügung: ▶ www.fundraising.at

WEITERBILDUNGEN IM NPO-BEREICH

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

Diplomlehrgang „Fundraising Operations & Management"
Februar-September 2022

9 Monate, 7 Module, 100 % Fundraising Wissen

Die umfassendste Ausbildung Österreichs für Fundraiser*innen

Hey, Fundraiser:innen, wir Babyboomer:innen leben noch (lange)

Der Generationenwechsel bei den Spender:innen ist ein häufig diskutiertes Thema. Allerdings ist die Perspektive oft einseitig. So sieht es zumindest der Swissfundraising-Geschäftsführer als Vertreter der Babyboomer-Generation.

Von ROGER TINNER

An Fundraising-Konferenzen, Erfa-Treffs, in Fachgruppen, beim kollegialen Austausch – früher oder später sprechen Fundraiser:innen immer wieder über dasselbe Thema: Wie kann es gelingen, die jüngeren Generationen als Spender:innen zu gewinnen, wo uns doch die älteren Generationen nach und nach «wegsterben». Und dann wird über Kanäle und Massnahmen diskutiert, über die möglichst rasche Ablösung analoger durch digitale Spendenaktionen, und eine:r ist sicher dabei, der dann triumphierend den Satz sagt: «Wir zum Beispiel sind schon auf Tiktok.» Und schon verstummen die Gespräche, man spürt förmlich die schlechten Gewissen der anderen und man denkt sich: Wir sollten auch längst viel digitaler unterwegs sein.

Zum Einen: Das stimmt. Die meisten NPO stehen grundsätzlich und beim Fundraising speziell noch ganz am Anfang der Digitalisierung. Oft sieht das Digitale im «Schaufenster» ganz gut aus: Die NPO ist zumindest auf den populären Social Media-Kanälen kommunikativ präsent. Spenden ist über ein eigenes Spendenformular, über Twint und Kreditkarte selbstverständlich auf der eigenen Website und auf Spenden-Plattformen möglich. Die Anbindung an das eigene CRM, die Digitalisierung von Prozessen und Spendenaktionen sind allerdings oft noch von Workarounds und Medienbrüchen geprägt.

Zum Anderen: Das stimmt zwar, ist aber überhaupt (noch) kein Problem. Denn: Die Digitalisierung ist wichtig, aber nicht so dringlich, wie wir oft meinen. Die NPO sollten sie an die Hand nehmen, klar, aber nicht panisch und kurzfristig, sondern gelassen und mittel- bis langfristig. Und es gibt gute Gründe für diese Gelassenheit.

Babyboomer:innen leben noch 15 bis 30 Jahre

Die jährliche Befragung der Bevölkerung im Swissfundraising-Spendenbarometer zeigt, dass die Menschen ab 55 Jahren die höchste Spendenbereitschaft haben. Sie geht mit der Pensionierung nur leicht zurück. Ob die Spendenbereitschaft kommender Generationen in diesem Alter ebenso hoch sein wird, können wir nicht voraussagen. Was wir jedoch mit Sicherheit wissen: Die Babyboomer:innen, also die geburtenstärksten Jahrgänge zwischen ca. 1952 und 1966, sind jetzt im spendenfreudigsten Alter und werden nach heutiger Lebenserwartung in

Foto: Dreamstime.com

Babyboomer:innen gehören zu den «Silver Surfern» und bleiben noch lange ein attraktives Spender:innen-Segment.

Westeuropa durchschnittlich noch 15 bis 30 Jahre leben und spenden. Sie sind – im Gegensatz zur Generation der Wiederaufbauer:innen eine Generation, die zumindest in der Schweiz keine kollektive Not erleben musste. Sie ist die Generation des «Immer mehr», was das wirtschaftliche Wachstum und auch die Kultur und Erwartungen im Fundraising prägt.

Diese Generation bestimmt heute dank ihren Führungspositionen stark die Kultur in Wirtschaft wie NPO und wird diese zumindest in Verwaltungs- und Stiftungsräten oder auch als Stiftungsgründer:innen noch weitere 10 bis 15 Jahre prägen – wenn wir vom Ausscheiden im Alter von 70 ausgehen. Wir Babyboomer:innen sind die erste Generation, die selbst ein Berufsleben lang tendenziell steigende Löhne und flächendeckende Pensionskassenlösungen erlebt haben. Und wir sind eine Generation, die oft nicht nur selbst etwas vererben kann, sondern selbst auch von den Eltern etwas erbt. Kein Wunder, dass die Konsumgüterindustrie ganz auf diese «Silver Surfer» setzt.

Bei den NPO ist eine solche (Marketing-)Strategie aus meiner Sicht nicht zu sehen. Stattdessen drehen sich unsere Diskussionen, wie erwähnt, um die Frage, wie stark wir auf Insta(gram) und Tiktok präsent sein sollen. Und natürlich: Auch wir Silver Surfer schauen da rein und möchten dabei sein bei diesen zeitgemässen Kommunikationsformen, nicht immer zur Freude unserer Kinder und Enkelkinder. Aber wir lesen auch (noch) Zeitungen, Zeitschriften und Mailings, die bei einer Touchpoint-Analyse und als Auslöser fürs Spenden wichtig bleiben, wie jüngst auch eine Studie der Post ergeben hat. «Unsere» NPO sehen wir gern auf Social Media (Stichwort «Imagetransfer»), aber wir verstehen auch noch Begriffe wie «Gönner:innen» – für Leute unter 30 definitiv ein Fremdwort.

Potenzial nutzen …

Mein Rat – und zwar als spendender Babyboomer – an die NPO: Mit dem jetzigen Personal und den heutigen Kanälen und Massnahmen (von klassischen Mailings bis zu Online-Spendentools) könnt ihr Spenden und Unterstützung bei unserer Generation sicher noch zwei Jahrzehnte «abholen». Dabei wird auch das Potenzial bei den Legaten und Erbschaften in den nächsten Jahren noch stark wachsen: Konzentriert euch auf diese Generation, die mit euch Verantwortlichen in den NPO älter geworden ist und noch viel älter werden wird. Diese Aussicht schafft Sicherheit auf eurer Einnahmenseite und für die kurz- bis mittelfristige Zukunft eurer Institution. Unsere Generation, und wohl auch noch ein Teil der nachfolgenden Generation X bringen Vorteile für eure Spendenakquisition (wir wissen etwa, dass 20 Spenden à 10 Franken an verschiedene Organisation nicht sehr sinnvoll sind), aber auch Nachteile: Wir sind deutlich kritischer, glauben weder dem Dorfarzt noch der Pfarrerin noch einem NPO-Mailing alles, und wir wollen Transparenz und persönliche Ansprache.

…und ganz neue Wege gehen

Weniger gut aufgestellt sind die meisten NPO für die jüngeren Generationen, die allerdings auch noch nicht die «kaufkräftigen» Spender:innen sind. Natürlich kann auch ein Babyboomer wie ich auf TikTok unterwegs sein, er/sie spricht jedoch eine ganz andere Sprache. Glaubwürdige Kommunikation – formal wie inhaltlich – und damit auch Fundraising erfolgt am besten über Leute im gleichen Alter. Über Menschen, die dem letzten Schrei auf Social Media nicht deswegen folgen, weil sie es beruflich müssen, sondern deshalb, weil sie es privat und freiwillig und mit Lust sowieso machen. Diese Generationen müssen wir also aktiv in die NPO und ins Fundraising holen. Die Voraussetzungen dafür sind gut: Kaum eine Generation vorher hat so klar «Purpose» (also Sinn und sinnvolle Arbeit) für den eigenen Arbeitsplatz gefordert. Und wer könnte das besser bieten als NPO? Allerdings: In den Strukturen und Prozessen von gestern, mit Hierarchien und klar begrenzten Aufgabengebieten lässt sich diese «Purpose» jungen Menschen nur schwer vermitteln. «Immer mehr» (vom Gleichen) ist nicht mehr die Devise bei den jüngeren Generationen, eher «Mehr von Anderem»: Während wir Fundraising machen, um Menschen oder die Umwelt aus einer Not zu retten, an der unsere Art des Wirtschaftens und Zusammenleben mitschuldig ist, wollen sie solche Not gar nicht erst entstehen lassen und daher Grundsätzliches in Wirtschaft und Gesellschaft ändern. Das ist ein ganz anderes Narrativ!

Wir brauchen deshalb – ähnlich wie in der Wirtschaft – viel mehr «Startup-Spirit» in der NPO-Welt. Die Gründer:innen gibt es bereits, zahlreiche «Social Entrepreneurs» sind unterwegs, für die unsere Trennung zwischen kommerzieller und NPO-Welt kein tauglicher Ansatz mehr ist. Und viele Junge schaffen sich mit ihren Kleinst-NPO auch die eigene «Purpose». Dieses Potenzial an Ideen, Fähigkeiten und Motivation für die bestehenden NPO zu erschliessen und so für die künftigen Spender:innen-Generationen attraktiv zu bleiben bzw. zu werden – das ist die grosse Aufgabe, der wir uns in den kommenden Jahrzehnten zu widmen haben. Ich halte es für einen guten Ansatz, dies in Spinoffs von NPO oder in neu gegründeten NPO zu tun, an der sich traditionelle Hilfswerke oder auch Stiftungen – mit den Mitteln, die sie bei uns Babyboomern akquirieren! – beteiligen. Solche Startups können sich von Anfang an rein digital aufstellen und treffen auch sofort den Ton der jungen Generationen, werden dann mit ihnen älter und alt – so wie die heutigen NPO mit uns gealtert sind.

Zusammengefasst: Wir sollten uns als Fundraiser:innen möglichst auf jene Generation fokussieren, zu der wir gehören oder die wir noch gut verstehen. Wir Babyboomer:innen also auf unsere Alterskolleg:innen, die weniger werdenden Wiederaufbauer:innen und die uns folgende Generation X. Für die Generationen Y, Z, Alpha und Beta (die ab 2022 auf die Welt kommen) müssen auch wir investieren: in Fundraiser:innen mit diesen Jahrgängen!

Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Theologe wird Direktor der Caritas Schweiz

Die Caritas Schweiz hat einen neuen Direktor gewählt. Im April 2022 wird **Peter Lack** seine neue Stelle antreten. Er studierte Theologie an den Universitäten Luzern, Berkeley (USA) und Freiburg und hat auch ein Nachdiplomstudium in Verbands- und NPO-Management abgeschlossen. Peter Lack war Seelsorger, Coach und Supervisor und hat als Dozent und Autor zu medizinethischen Fragestellungen gearbeitet. Außerdem hat er viele Jahre lang Erfahrungen im Management von Non-Profit-Organisationen gesammelt, u.a. bei der Gesellschaft für das Gute und Gemeinnützige (GGG) Basel und als Geschäftsführer der Stiftung für krebskranke Kinder der Regio Basiliensis. Derzeit ist Peter Lack noch als Direktor des Schweizerischen Samariterbundes SSB tätig.

Fundraising-Fachmann neu bei fundango

Martin Fischer ergänzt seit Dezember 2021 das Team der fundango GmbH. Der Fundraising-Manager (FA) und Stiftungs-Manager (DSA) wird mit seiner Expertise Organisationen aus den Bereichen Entwicklungszusammenarbeit, Gesundheit, Umwelt und Soziales ganzheitlich im Fundraising unterstützen. Die Kölner Agentur sieht sich damit gut gerüstet für neue Herausforderungen. Martin Fischer kommt von der van Acken Fundrasing GmbH, wo er Kundenbetreuer war.

Neu im Team von Ifunds Germany

Seit dem 1. Januar 2022 unterstützt **Luisa Baeskow** das Analyse-Team beim Software-Entwickler und Servicedienstleister Ifunds Germany. Bereits während ihres Studiums der Sozialwissenschaften sowie Communication and Information Sciences war sie im Non-Profit-Bereich tätig. Zuletzt arbeitete Luisa Baeskow als Datenanalystin im Bereich der Marktforschung.

Vorstandswechsel im Caritasverband

Am 1. April 2022 wird **Steffen Feldmann** neuer Finanz- und Personalvorstand des Deutschen Caritasverbandes. Er folgt auf Hans-Jörg Millies, der zum 31. März 2022 nach zehn Jahren aus privaten Gründen von seinem Amt zurücktritt. Steffen Feldmann ist studierter Ingenieur und MBA-Absolvent und leitet aktuell noch den Caritasverband für das Bistum Hamburg. Seit 2006 ist er bei der Caritas. Zuvor war et Unternehemsberater, unter anderem in den Vereinigten Staaten.

Vom Diako Mannheim zur Beratungsstelle Amalie

Die studierte Diplomtheologin, Sozialarbeiterin und Betriebswirtin **Astrid Fehrenbach** hat am 2. Januar 2022 die Leitung von Amalie, einer Mannheimer Beratungsstelle für Frauen in der Prostitution, übernommen. Sie war zuvor in verschiedenen sozialen Einrichtungen in der Frauenarbeit tätig, sowohl in der psychosozialen Beratung als auch in Führungspositionen. So hat sie als Leiterin des Frauenhauses Aschaffenburg und Leiterin des Sozialpsychiatrischen Zentrums Dörnigheim gearbeitet. Bis Ende 2021 war sie Hausoberin im Diako Mannheim, wo sie als Sprecherin u.a. für die Bereiche Ethik, Seelsorge, Unternehmenskultur- und Kommunikation verantwortlich war. Bei Amalie wird Astrid Fehrenbach vielfältige Aufgaben übernehmen, darunter auch das Fundraising.

Deutsches Stiftungszentrum mit neuem Vorsitz

Matthias Schmolz übernimmt den Vorsitz der Geschäftsführung des Deutschen Stiftungszentrums (DSZ) und ist damit seit dem 1. Januar 2022 Nachfolger von Erich Steinsdörfer, der 2023 in den Ruhestand gehen wird. Bis dahin bleibt er stellvertretender Geschäftsführer. Matthias Schmolz studierte Volkswirtschaftslehre, Geschichte und Philosophie und hat einen Abschluss als Diplom-Volkswirt. Er war Lehrbeauftragter an der Uni Hamburg und an der Fachhochschule für öffentliche Verwaltung in Hamburg und arbeitete viele Jahre beim Nachrichten-Magazin „Spiegel", anfangs als Dokumentationsjournalist, später als Verlagsleiter und Geschäftsführer von „Spiegel online" und „Spiegel TV". Außerdem war er Kanzler der Zeppelin-Universität Friedrichshafen.

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

„Glückskette“ erstmals mit weiblicher Spitze

Die Schweizer „Glückskette“ hat die Genferin **Miren Bengoa** zur neuen Direktorin der Stiftung gewählt. Sie ist damit die erste Frau in dieser Position und folgt auf Roland Thomann, der die Stiftung im Sommer 2021 verlassen hat. Miren Bengoa bringt viel Erfahrung im Stiftungs- und NPO-Bereich mit. Sie leitete fast zehn Jahre die Chanel-Stiftung in Paris, war für Ärzte ohne Grenzen Schweiz und Terre des Hommes tätig und für die Vereinten Nationen bereits in Afrika und Lateinamerika im Einsatz. Außerdem verfügt sie über umfangreiche Kenntnisse im Finanz- und Projektmanagement und hat sich auf die Gebiete Stiftungsmanagement, Bekämpfung von sozialen Ungleichheiten, Entwicklung von Vereinen und eine inklusive Vision sozialer Entwicklung spezialisiert.

zh aw School of Management and Law

Möchten Sie Ihre Kompetenzen im Fundraising vertiefen?

Neuer Master Fundraising Management

Berufsbegleitende Weiterbildung mit flexibler Modulwahl der Zertifikatslehrgänge:
– Fundraising Operations
– Fundraising Strategies
– Fundraising Leadership

Auch für Teilnehmende aus Deutschland.

www.zhaw.ch/zkm/fundraising

Online-Infoveranstaltung
15. März 2022

Caritasverband begrüßt erste Präsidentin

Als erste Frau an der Spitze des Deutschen Caritasverbandes wurde **Eva Maria Welskop-Deffaa** zur Präsidentin gewählt. Sie tritt damit die Nachfolge von Prälat Dr. Peter Neher an. Eva Maria Welskop-Deffaa ist bereits seit 2017 Vorstandsmitglied und zuständig für die Fach- und Sozialpolitik. Als Präsidentin leitet sie die Organe des Verbandes und trägt die Ressortverantwortung für Strategie, Verbandsentwicklung, Sozialpolitik, Kommunikation und Digitale Transformation.

Neuer Leiter für Mozarts Erbe

Mit dem Kunsthistoriker **Linus Klumpner** haben die Museen der Stiftung Mozarteum Salzburg seit Jahresbeginn einen neuen Leiter. Unter seiner Führung sollen Mozarts Geburtshaus sowie dessen Wohnhaus als Museen weiterentwickelt und die Inhalte zeitgemäß präsentiert werden. Linus Klumpner hat bereits bei der Österreichischen Galerie Belvedere, bei der Heidi Horten Collection sowie für das Bundesministerium für EU, Kunst, Kultur und Medien gearbeitet.

Finanz- und Immobilienprofi wechselt zu Stiftung

Zum 1. Oktober 2021 hat **Leopold von Bredow** den interimistischen Geschäftsführer der Berliner Fürst Donnersmarck-Stiftung, Udo Hartmann, in seinem Amt abgelöst. Leopold von Bredow studierte Philosophie und Volkswirtschaftslehre und hat einen Master of Business Administration. Er war mehrere Jahre in der Finanzbranche und später dann in der Immobilienbranche tätig und ist nun der fünfte Geschäftsführer der Fürst Donnersmarck-Stiftung seit 1945.

Aufgabenteilung bei der Siemens-Stiftung

Die Siemens-Stiftung hat seit Oktober 2021 einen Zweiervorstand. **Dr. Nina Smidt** und **Klaus Grünfelder** führen gemeinsam die Geschäfte, wobei Nina Smidt als Sprecherin die operative Gesamtleitung der Stiftung übernommen hat und für die Bereiche Kultur, Bildung und Entwicklungskooperation sowie den Bereich Kommunikation verantwortlich ist. Klaus Grünfelder ist als hauptamtlicher Vorstand für Vermögensverwaltung, Personal und Finanzen zuständig.

Verstärkung bei der BHF Bank-Stiftung

Die ehemalige Generalsekretärin des Deutsch-Französischen Jugendwerks (DFJW) **Béatrice Angrand** wird Kuratoriumsmitglied der Frankfurter BHF Bank-Stiftung. Sie ist Präsidentin der französischen Agentur für den Zivil- und Freiwilligendienst und hat bis 2005 in einer leitenden Funktion beim TV-Sender Arte gearbeitet. Für ihre Verdienste wurde sie u.a. mit dem höchsten französischen Verdienstorden, dem Nationalen Orden der Ehrenlegion, ausgezeichnet.

Haben Sie Neuigkeiten?

Sie haben eine neue Aufgabe übernommen oder begrüßen eine neue Kollegin oder einen neuen Kollegen in Ihrem Team? Lassen Sie es uns wissen! Wer, woher, wohin? Das interessiert unsere Leser und die gesamte Branche. Schicken Sie uns Ihre personellen Neuigkeiten inklusive eines druckfähigen Fotos bitte an *koepfe@fundraising-magazin.de*

vanacken
Fundraising

Kennen Sie uns schon?

Es gibt viele bunte Vögel da draußen …

Welcher passt zu Ihnen?

Erfolgreiches Fundraising mit System

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

van Acken – mehr als nur eine Agentur.

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

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

Neue Markenarchitektur

Fullservice: Walter Schmid Dialog Group

Die Walter Schmid AG tritt seit 1. Januar 2022 mit einer neu aufgebauten Markenarchitektur auf. Das ist der logische nächste Schritt, denn die Walter Schmid AG hat sich inhaltlich und konzeptionell immer weiterentwickelt. Aus dem Unternehmen, das sich einen Namen als verlässlicher Adresslieferant für Non-Profit-Organisationen gemacht hat, wurde ein Fullservice-Dienstleister im Fundraising. Daher ist es nur sinnvoll, die bestehenden und neuen Geschäftsfelder mit einer Dachmarke zu klammern. Diese Dachmarke heißt von nun an Walter Schmid Dialog Group. Die beiden Brands, die sich aus der Dachmarke ableiten, sind nun unterteilt in Fundraising & Data sowie Production & Graphic. Konkret bedeutet das: Aus der Walter Schmid AG wird die Walter Schmid Fundraising & Data AG. Und aus der MailTec AG wird die Walter Schmid Production & Graphic AG. Von der Bereitstellung der Adressen, der Analyse der Spender-Daten, dem gezielten Einsatz für die jeweiligen Zielgruppen bis hin zur Verzahnung mit der Produktion und grafischen Aufbereitung der Dialog- und Werbemittel kann die Walter Schmid Dialog Group ihren Kunden die komplette Prozesskette aus einem Haus anbieten. ▶ www.wsag.ch

Kurzgefasst …

2,2-Mio.-Dollar-Spende an WikiLeaks

Als gemeinnützige Organisation ist WikiLeaks auf Spenden angewiesen. Die kontroverse Natur der Veröffentlichungen hat jedoch dazu geführt, dass mehrere Zahlungsunternehmen Finanztransaktionen an die Organisation blockieren. Daher setzt WikiLeaks auf Kryptowährungen. Ende 2021 erhielt WikiLeaks eine Krypto-Spende im Wert von 2,2 Mio. Dollar.
▶ https://wikileaks.org

Mobiles Arbeiten besonders bei Jüngeren gefragt

Eine Langzeitstudie der Universität Konstanz hat festgestellt, dass besonders jüngere Menschen dem Arbeiten im Homeoffice positiv gegenüberstehen. Ein Sechstel von ihnen würde für garantierte Homeoffice-Tage sogar Gehaltseinbußen in Kauf nehmen. Nur 18 Prozent der Befragten meinen, dass Homeoffice Produktivität und Arbeitsprozesse stört. Unter den befragten Führungskräften liegt dieser Wert mit 26 Prozent deutlich höher.
▶ www.uni-konstanz.de

LesMecs heisst jetzt Voiss

Die Face-to-Face-Agentur LesMecs hat einen Namenswechsel hinter sich. Seit Oktober 2021 ist die Agentur unter dem Namen Voiss AG bekannt. Zeitgleich wurde auch das Face-to-Face-Fundraising-Angebot erweitert und es werden nun neben Infostandaktionen auch Haustürkampagnen angeboten.
▶ www.voiss.ch

Finanzielle Förderung für Digitalkultur

Ein 2021 erstmals ausgeschriebenes Förderprogramm der Kulturstiftung des Freistaates Sachsen unterstützt Projekte, die digitale Technologien mit kreativen Mitteln erforschen, erproben und erfahrbar machen. Im Zentrum stehen dabei die künstlerisch-ästhetische Reflexion von digitaler Kultur, die kreative Aneignung digitaler Technologien und die aktive Gestaltung digitaler Praktiken im Bereich Kunst und Kultur. Für das Jahr 2022 stehen dem neuen Förderprogramm bis zu 150 000 Euro zur Verfügung.
▶ www.kdfs.de/foerderung/programmfoerderung/digitalkultur

Jugend forscht: 2022 zahlreich und sehr weiblich

Trotz der andauernden Corona-Pandemie gibt es bei Deutschlands bekanntestem Nachwuchswettbewerb 2022 nur geringen Rückgang bei der Beteiligung. Insgesamt haben sich 8527 Jungforscherinnen und Jungforscher für die 57. Wettbewerbsrunde angemeldet. Zugleich erreicht der Mädchenanteil bei den Anmeldungen mit 40,5 Prozent den höchsten Wert in der Jugend-forscht-Geschichte.
▶ www.jugend-forscht.de

dialog4good

Wir übernehmen Ihren Inbound Service.

Digital per Telefon, E-Mail, Brief und Chat

Illustration: Shutterstock

MITGLIED IM DEUTSCHEN FUNDRAISING VERBAND
Ethisch & Transparent
DFRV.DE

Telefon 030 / 232 553 000 · mail@dialog4good.de · www.dialog4good.de
dialog4good GmbH • Boxhagener Straße 119 • 10245 Berlin

DDV MITGLIED IM:
Die treibende Kraft der Data Driven Economy

INTERNATIONAL

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

BPA
BUSINESS PROCESS AUTOMATION
IHR PROFESSIONELLER PARTNER FÜR SPENDEN- & MITGLIEDERORGANISATIONEN

BPA Solutions GmbH
Wir bieten eine modulare Branchensoftware, die die Prozesse von Spenden- und Mitgliederorganisationen optimal abbildet. Mit
- Personenverwaltung
- Marketing und Fundraising
- Nebenbuchhaltung und Zahlungsverkehr
- Online-Spenden
- Abo-Verwaltung
- Warenwirtschaft
- Projektverwaltung
- Kampagnen-Analyse

werden Ihre Anforderungen effizient abgedeckt.

Esteplatz 8/6 · 1030 Wien
Telefon: +43 (0)1 7145135
office@bpasolutions.at | www.bpasolutions.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
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
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
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
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
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
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

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
info@akb-fundraising.de | www.akb-fundraising.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
trucken@timeprints.de | www.timeprints.de

GRÜN spendino

Ihr Partner für Online-Fundraising, Social-Media- und SMS-Fundraising.

Spendenlösungen:
- Spendenbutton, Spendenformular, Spenden-widget, 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
info@spendino.de | www.gruen.net/spendino

Spenden Manufaktur GmbH

powered by adfinitas

Die 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
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
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 70229134
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
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
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
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 FundraisePro
- Wealth Overlay – Großspenderpotenzialanalyse Wir helfen Ihnen, Ihre Großspender zu identifizieren

Kaiserstraße 18 · 25524 Itzehoe
Telefon: +49 (0)4821 9502-0
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
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
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
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
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
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
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
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
info@komserv-gmbh.de | www.komserv-gmbh.de

AZ fundraising services GmbH & Co. KG
AZ bietet Multi-Channel-Lösungen für Neuspendergewinnung und Spenderbindung:
- Spenderstruktur-Analysen
- Zielgruppenadressen und Targeting
- Digitales Fundraising (SEA, Social Media, Display, E-Mail)
- Emergency-Marketing
- effiziente Werbemittelproduktion

DDV-Qualitätssiegel für Datenverarbeitung, Adressverlag und Listbroking

Carl-Bertelsmann-Straße 161 S · 33311 Gütersloh
Telefon: +49 (0)5241 802864
az-fundraising@bertelsmann.de
www.az-fundraising.com

bewegen consulting
- Markt- und Meinungsforschung
- Spenderbefragungen & Communities
- Fokusgruppen & Gruppendiskussionen
- Moderation von Diskussionen, Workshops, Veranstaltungen
- Coaching für Führungskräfte
- Seminare zu Marktforschung und Datenanalysen
- Innovations- und Kreativworkshops
- Design Thinking
- Rent a Researcher

Sonderkonditionen für Gemeinnützige!

Sonderburger Straße 32 · 33605 Bielefeld
Telefon: +49 (0)521 45362661
borcherding@bewegen-consulting.de
www.bewegen-consulting.de

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
info@druck-u-service.de | www.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 · 40549 Düsseldorf
Telefon: +49 (0)211 54080810
andreas.eickel@nasconception.de
www.nasconception.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
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
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
info@optigem.com | www.optigem.com

Benefit Informationssysteme AG
OpenHearts unterstützt alle zentralen Abläufe großer und kleiner NPOs 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
info@benefit.de | www.benefit.de

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

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

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

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

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

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

Fundraising und System
Analysen Software Beratung
„Du verstehst unsere Sprache" – Dolmetscherin zwischen NPO und Software
- Unabhängige Beratung zu Fundraising-Software
- Analyse von Spendendaten
- Seminare Database-Fundraising und Fundraising-Kennzahlen
- Unterstützung für neues SEPA-Lastschriftverfahren
- Informationen zur Potenzialberatung NRW (Fördermittel für Beratungsprozesse)

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

Conversio Institut
Fundraising-Management + Organisationsentwicklung
Wir beraten Sie auf dem Weg, Spenderbeziehungen zu verankern und Fundraising zu einer stabilen Säule in der Finanzierung Ihrer Organisation zu machen. Außerdem bieten wir
- Coaching (Einzel + Team)
- Seminare, Trainings
- Fundraising-Forschung
- kompetente Beratung
- strategische Positionierung
- Befragungen (SpenderInnen, MitarbeiterInnen, etc.)

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

van Acken Fundraising GmbH
Dienstleistung im Fundraising seit 1975
Wir bieten:
- Strategie (Markforschung, Konzeptentwicklung, Adressauswahl, Erfolgskontrolle)
- Projektmanagement (Beratung, Koordination, Terminplanung, Etatüberwachung)
- Produktion (Druck, Personalisierung, Lettershop, Postversand)
- Print- und Außenwerbung
- Direktkommunikation (Mailings, Beilagen, telefonische Spenderbetreuung)
- Markenbildung
- Internet (Online-Marketing, Social Media)

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

GOB Software & Systeme
GOB ist weltweit einer der größten Microsoft Partner im Non-Profit-Sektor und Marktführer von Fundraising-Software in Deutschland. Mit über 300 Mitarbeitern unterstützen wir Sie mit ausgezeichnetem Beratungs-Know-how und Support bei der erfolgreichen Implementierung Ihres Software-Projektes.

Europark Fichtenhain A 5 · 47807 Krefeld
Telefon: +49 (0)2151 349-3000
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
info@hp-fundconsult.de | www.hp-fundconsult.de

DEUTSCHLAND PLZ 5

Spring Global Delivery Solutions
G3 Worldwide Mail (Germany) GmbH
Flexibel, individuell, kosteneffizient: Spring Global Delivery Solutions ist die 100-prozentige Tochter der PostNL Group, in über 190 Ländern aktiv und unterhält 13 Landesniederlassungen auf drei Kontinenten. Ihr Versanddienstleister für
- Geschäftspost
- Direktmarketing
- Dialogbrief
- International / National

We listen. We inspire. We deliver.

Lise-Meitner-Straße 9 · 50259 Pulheim
Telefon: +49 (0)2234 4345-519
kam-germany@spring-gds.com
www.spring-gds.com/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
info@fundango.de | www.fundango.de

steinrücke+ich gmbh
Kommunikation und Fundraising für soziale Anliegen
Entwicklung und Umsetzung von Fundraisingkampagnen und -maßnahmen | Gewinnung von Neu- oder Dauerspenden | Reaktivierung von Inaktiven | Testamentsspenden | Aktivierung Ehrenamtlicher | Konzept, Text, Grafik und Produktion von Materialien | Internetauftritt, Newsletter, Social-Media | Events | Sponsoren und Unternehmenskooperationen | Pressearbeit

Bismarckstraße 12 · 50672 Köln
Telefon: +49 (0)221 569656-00
info@steinrueckeundich.de
www.steinrueckeundich.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
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

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

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
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
verwaltung@gruen.net | www.gruen.net

GRÜN alpha GmbH
Fundraising / Kommunikation
GRÜN alpha ist die Fullservice-Agentur für Fundraising und Kommunikation. Wir sind Teil der GRÜN-Gruppe, bundesweit im Einsatz und arbeiten für viele NGOs, Stiftungen, Vereine und Verbände. Schwerpunkte sind strategische Beratung, Gewinnung und Bindung von Spendern, Online-Spendenverwaltung sowie alles rund ums klassische und digitale Fundraising.

Pascalstraße 6 · 52076 Aachen
Telefon: +49 (0)241 9278830
kontakt@gruenalpha.net
www.gruenalpha.net

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

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

Kensik.com Datenanalysen.
Andreas Kensik Business Intelligence
Mit Business Intelligence den Erfolg im Fundraising und Dialogmarketing optimieren. Kensik BI bietet unabhängige strategische Beratung und langjährige Expertise in den Bereichen:
- Datenmodelle & BI-Reporting
- Analysen zur Spendergewinnung und -bindung
- Kündigerprävention
- Reaktivierung
- Agiles BI Projektmanagement
- Individuelles BI-Coaching

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

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
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
info@buschconsult.org | www.buschconsult.org

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

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

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
info@gfs.de | www.gfs.de

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

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

Krebsaueler Straße 49 · 53797 Lohmar
Telefon: +49 (0)2206 8628010
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
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
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
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
fundraising@agentur-zielgenau.de
www.agentur-zielgenau.de

BluFoxx
Advising Organisations
Mit langjähriger Erfahrung und Innovationskraft begleiten wir Sie zu nachhaltigem Wachstum über Analyse, Strategie, Konzeption, Umsetzung, Controlling und Optimierung. Leistungen: Markenpositionierung, Produktentwicklung, Doner Experience, Direktmarketing, Programme für Dauerspender, Mittel- und Großspender, Legate, Online, Akquise, Emergency.

Berliner Ring 89 · 64625 Bensheim
Telefon: +49 (0)1511 5676400
kontakt@blufoxx.org | www.blufoxx.org

DTV-Germany GmbH
Wir bieten Ihnen alles für ein erfolgreiches DRTV-Programm: Konzeption, Kreation, Media, Response-Management, Controlling, Nachbetreuung. TV, Online oder Social Media - Bewegtbild über alle Kanäle für kleine, mittlere und große Organisationen. Erfahrung im Bewegtbild aus über 35 Ländern. Sprechen Sie uns an.

Berliner Ring 89 · 64625 Bensheim
Telefon: +49 (0)1511 5676400
kontakt@dtv-germany.de
www.dtv-germany.de

BQ Consilia Beratung GmbH
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

Leberberg 10 · 65193 Wiesbaden
Telefon: +49 (0)611 950172-30
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
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
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
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
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
post@bussgeld-fundraising.de
www.bussgeld-fundraising.de

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

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

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
mail@januekermann.com | www.januekermann.com

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

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

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

GALLAFiLZ GmbH
GALLAFiLZ ist eine Fundraising-Agentur und unterstützt gemeinnützige Organisationen seit mehr als 20 Jahren bei der Gewinnung und Bindung von Spender:innen.
Die Entwicklung von Fundraisingstrategien, deren Umsetzung und Evaluierung ist die Kernkompetenz von GALLAFiLZ: Wir verstehen den Markt, die verschiedenen Zielgruppen und ihre Motivation.

Residenzstraße 27 · 80333 München
Telefon: +49 (0)89 2111290
muenchen@gallafilz.com | www.gallafilz.com

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
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

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
kontakt@brakeley.de | www.brakeley.de

Friendly Relations
Manu Kai Freese-Wagner
Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising & Social Media
Öffentlichkeitsarbeit:
Pressearbeit von A-Z, Events, Kampagnen
(Online-)Fundraising:
Mailings, Newsletter, Auswahl der Spendentools, Fördermittelrecherche
Social Media:
Content-Strategie, Online-Events, Text

c/o Das Arbeitszimmer · Helene-Weber-Allee 17 · 80637 München · Telefon: +49 (0)173 5122274
info@friendly-relations.de | www.friendly-relations.de

AGENTUR FÜR ERBEN
Karla Friedemann
Unsere Kompetenz liegt in der umfangreichen Nachlassabwicklung. Stiftungen, gemeinnützige, mildtätige und kirchliche Organisationen sind unsere Zielgruppen.
Wir bieten:
- bundesweite Abwicklung von Nachlässen
- Organisation von Veranstaltungen u. a.

Wir verfügen über:
- langjährige Erfahrung
- exzellentes Management
- ein hohes Maß an Flexibilität

Allacher Straße 140 · 80997 München
Telefon: +49 (0)171 7028919
info@erbagentur.de | www.erbagentur.de

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

Kirchenweg 41 · 83026 Rosenheim
Telefon: +49 (0)8031 80660
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
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
kontakt@compact-dialog.de
www.compact-dialog.de

DEUTSCHLAND PLZ 9

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

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

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

Berner Straße 2 · 97084 Würzburg
Telefon: +49 (0)931 660574-224
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	Premium-Eintrag (Standard + Stopper-Anzeige)
149 €	**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
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
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
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 ZHAW Zentrum für Kulturmanagement bietet im Bereich des Fundraising Managements diverse berufsbegleitende Weiterbildungsmöglichkeiten (Master- und Diplomlehrgänge, sowie einzelne Zertifikatslehrgänge) mit Fokus auf Strategieentwicklung, Leadership und Philanthropie an und bereitet Sie so optimal auf Herausforderungen in der Branche vor.

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
info@wsag.ch | www.wsag.ch

Voiss AG

Voiss (ehemals LesMecs) ist eine der führenden Face-to-Face-Fundraising-Agenturen der Schweiz.
Die Kombination aus langjähriger Erfahrung und modernster Technologie ermöglicht es uns, qualitatives, digitales und authentisches Face to Face Fundraising anzubieten.

Wir übernehmen sämtliche Leistungen, welche für die erfolgreiche Durchführung einer Infostand- oder Haustürkampagne erbracht werden müssen. Dazu gehören:

- Mitgliederwerbung per LSV+ / DD
- Lead Generation & Cross-Selling
- Rekrutierung und Ausbildung der Dialoger*innen
- Kampagnengestaltung und Beratung
- Datenverwaltung
- Lettershop

Kriesbachstrasse 30 · 8600 Dübendorf
Telefon: +41 (0)44 5442248
info@voiss.ch | www@voiss.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
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
info@saz.net | www.saz.com

Creativ Software AG

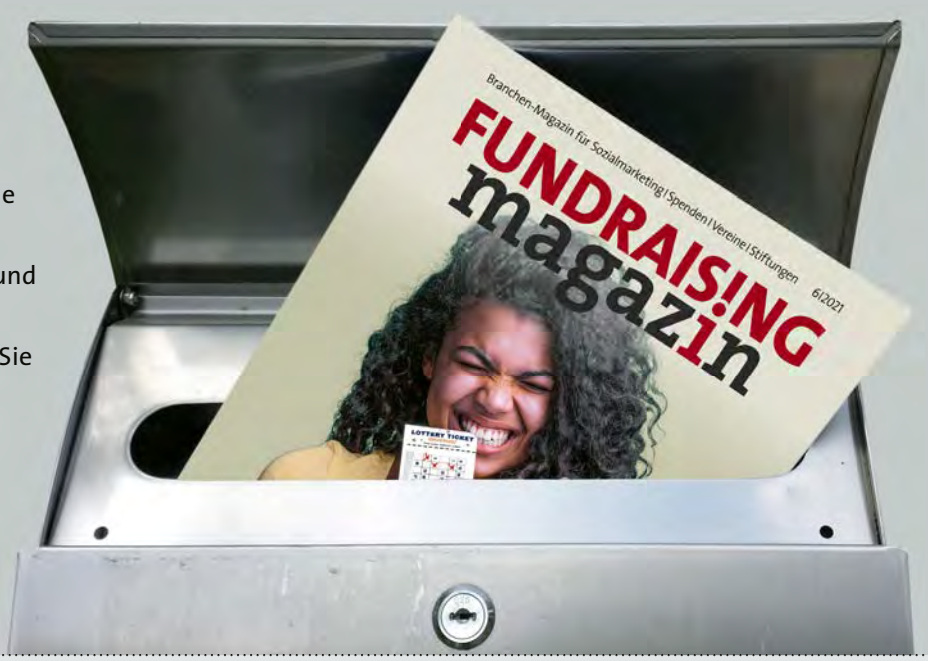
Die Creativ Software AG entwickelt Standard-Softwarelösungen für alle Bereiche des Büroorganisations-Managements sowie Branchenlösungen für Non-Profit-Organisationen, Verbände, Gewerkschaften, Parteien, Verlage, Beraterfirmen, Softwarehersteller, usw.
OM (Organisation Management) ist eine umfassende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

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

Selber lesen oder verschenken

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

Das Fundraising-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 Fundraising-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@fundraising-magazin.de** oder **per Post** an Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden. Noch einfacher können Sie das Fundraising-Magazin im Internet abonnieren unter

www.abo.fundraising-magazin.de

Hiermit bestelle ich das Fundraising-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 Fundraising-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 Abonnent/in):

Organisation / Firma

Abteilung / Bereich

Anrede Titel

Vorname Name

Straße Hausnummer

PLZ Ort

E-Mail-Adresse für den Rechnungsversand

Datum, Unterschrift

Bitte senden Sie das Fundraising-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

Erfolgreich ins Bild gesetzt

Videos mit dem eigenen Smartphone produzieren: für NGOs so einfach wie nützlich

Video ist heute das zentrale Element der Onlinekommunikation. Ob auf der eigenen Website, auf YouTube, Facebook oder Instagram: Bewegte Bilder schaffen Aufmerksamkeit, binden Zuschauer und eröffnen neue Zugänge und Zielgruppen. Auch im Fundraising ist Video als Kommunikationsmittel nicht mehr wegzudenken.

Von ILONA AZIZ und THOMAS WAGENSONNER

Videoproduktionen durch externe Dienstleister sind häufig zeitaufwendig und auch kostspielig. Professionelle Videokameras sind für Laien komplex; die Ausrüstung in der Regel teuer. Das Smartphone bietet hier eine brauchbare Alternative. Die Bildqualität ist in vielen Bereichen von der klassischer Kameras nicht zu unterscheiden. Die Bedienung ist durch die tägliche Nutzung vertraut. So lassen sich mit Hilfe des Smartphones Bewegtbild-Inhalte relativ einfach, schnell und kostengünstig in Eigenregie umsetzen. Vor allem für NGOs und Fundraiser ist das interessant, denn es bietet die Möglichkeit, unmittelbar, flexibel (auch mobil von unterwegs) und authentisch über Geschehnisse zu berichten, kleine Geschichten zu erzählen und somit für das eigene Anliegen zu werben.

Übersichtliche Ausstattung

Für die Umsetzung braucht es nicht viel: ein Smartphone, sinnvolles Zusatzequipment wie Stativ und Mikrofon, eine Schnitt-App und etwas Basiswissen zu Bildgestaltung, Licht, Ton und Videoschnitt.

Mit genau dieser Grundausstattung hat Foodwatch im Jahr 2017 mit der Videoproduktion in Eigenregie gestartet. Die ersten Smartphone-Videos wurden im eigenen Büro in Berlin gedreht. Hierfür hat Foodwatch das Serienformat „Aufgespießt“ entwickelt. Für die erfolgreiche Bewegtbild-Kommunikation sei es sinnvoll, kontinuierlich Video-Beiträge zu veröffentlichen, sagt Andreas Winkler, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Foodwatch. So kann eine „Community“ im sozialen Netz aufgebaut werden. Manchmal dauert es seine Zeit, bis die eigenen Videos gefunden und geklickt werden.

Einfaches Konzept

Die Produktionen von Foodwatch sind dabei einfach gehalten: Vor der Kamera spricht eine Person über ein aktuelles Thema. Angereichert wird das Erzählte durch sogenannte Themenbilder beziehungsweise Schnittbilder, die das Geschilderte visuell begleiten.

Die Themen sind vielfältig und reichen von „gefährlichen Mineralöl-Brotaufstrichen“ über „süße Krankmacher“ bis hin zum „Etikettenschwindel-Preis“ der NGO, dem „Goldenen Windbeutel“.

Wenn man sich an einige Tipps und Tricks hält, schafft man es mit wenig Mitteln, ansehnliche Clips zu erstellen.

Nachbearbeitung mit Schnitt-Apps

Auch die Nachbearbeitung des Videomaterials kann direkt am Smartphone erfolgen. Das geht mit entsprechenden Video-Nachbearbeitungs-Apps auch ohne viel Vorwissen. Hier kann das Material angeordnet, geschnitten, mit Text und auch Musik unterlegt werden. Wichtig ist beim Schnitt auf dem Smartphone, die Projekte nicht zu

So gelingen Videos

Tipp 1: Horizontal oder vertikal? Je nach Kanal (z.B. YouTube oder Stories) für ein Format entscheiden und dabei bleiben.

Tipp 2: Guter Ton! Vor allem im Freien ist die Stimme ohne Mikrofon nicht zu verstehen. Für die Zuschauer ein klarer Abschaltimpuls.

Tipp 3: Ruhiges Bild. Wackelbilder sind Weggucker! Mit Stativ wird das Bild immer besser.

Tipp 4: Gutes Licht – ist entscheidend bei Foto und Film. Auf gute Lichtverhältnisse achten und Gegenlicht-Situationen meiden.

Tipp 5: Goldener Schnitt. Ein Bild wirkt spannender, wenn das „bildwichtige Element" nicht zentriert gesetzt wird, sondern am linken oder rechten Bildrand.

komplex anzulegen. Der kleine Bildschirm erfordert spitze Finger und etwas Übung. Leichter geht es auf dem Tablet. Die entsprechenden Schnitt-Apps funktionieren auch dort.

Foodwatch veröffentlicht seine Videos unter anderem auf YouTube und Facebook. Vor allem die zum Teil sechsstelligen Klickraten auf Facebook untermauern den Erfolg der Serie. Andreas Winkler gibt allerdings zu bedenken, dass mit dem Smartphone zwar relativ schnell und einfach alles inhouse umgesetzt werden kann, aber trotzdem ein gewisser Zeitaufwand nötig ist.

In kleinen Schritten vorangehen

Das Format „Aufgespießt" wurde deshalb – auch wegen der erschwerten Corona-Arbeitssituation – im letzten Jahr nicht fortgeführt. Mit dem Smartphone produziert werden Statements auf Pressekonferenzen oder bei Aktionen vor Ort. Zu solchen eher niederschwelligen Formaten rät Andreas Winkler vor allem am Anfang der Arbeit mit Smartphone-Videos: kleine, einfache Beiträge – ohne sich dabei zu überfordern.

Ilona Aziz ist Diplom-Soziologin, Werbekauffrau und selbstständige Beraterin und Produzentin. **Thomas Wagensonner** ist Amerikanist und selbstständiger Video-Projekt-Manager und Berater. Beide sind unter anderem für Redaktion und Projektentwicklung für „museumsfernsehen" verantwortlich. Gemeinsam betreiben sie die Beratungs- und Produktions-Agentur „Visuell Kommunizieren".
▶ **www.visuell-kommunizieren.de**

FUNDRAISINGBOX

FUNDRAISINGBOX BANK SYNC

Verknüpfen Sie Ihr Bankkonto mit der FundraisingBox

und verwalten Sie alle Spendeneingänge in einem System

- Überweisungsspenden einfach synchronisieren
- Spenden bekannter Kontakte automatisch zuordnen
- Spendenquittungen auch für Offline-Spenden erstellen
- FundraisingBox-CRM unkompliziert für Offline-Spendende nutzen
- Reporting für alle Spendeneingänge erstellen

www.fundraisingbox.com/bank-sync

Helfen hilft Heilen

Klinikfundraising vor und während Corona

„Wer in die Fußstapfen anderer tritt, hinterlässt keine Spuren" (Wilhelm Busch). Diese Gefahr bestand für mich vor vier Jahren bei meinem Stellenantritt nicht. Im gerade fusionierten ökumenischen Klinikverbund gab es für mich noch kein strategisches Fundraising, sondern nur das Ziel, mindestens eine Million Euro Spendengelder für den Neubau einzuwerben.

Von KARIN FEIG

Beim Personalgespräch wurde ich mit den Worten begrüßt: „Sie sind Fund... was?" Heute, vier Jahre später, sind wir definitiv weiter. Das Fundraising ist eingebettet in die Klinikstruktur. Es existiert ein Wir-Gefühl, verbunden mit der Erkenntnis, dass Fundraising weit mehr ist als das Einwerben von Spendengeldern. Inzwischen gibt es einen Freundeskreis „1851", dessen Name auf das Gründungsjahr der Kliniken verweist. Die Website „Helfen hilft Heilen" macht Initiativen sichtbar. In den Fluren der Kliniken lächeln dankbare Patienten von Plakaten und laden niederschwellig dazu ein, das Gesundheitswesen zu unterstützen. Zur großen Freude des Vorstands wurden in den vergangenen Jahren rund fünf Prozent des zu erbringenden Eigenkapitals für das derzeit größte Bauprojekt im Gesundheitswesen in Baden-Württemberg eingenommen, den ersten Bauabschnitt der Kliniken.

Wertvolle Orientierung durch Kollegen

Angetreten war ich als frisch an der Fundraising-Akademie ausgebildete Fachkraft nach dem Lesen einer von Marita Haibach erstellten Machbarkeitsanalyse. Als BWL-Studentin, erfahrene Unternehmerin und jahrelang im Ehrenamt tätige Fundraiserin im Kreisverband des Kinderschutzbundes konnte ich Zahlen lesen und verstand den Spagat zwischen der Eingliederung in ein hierarchisches, gering budgetiertes System und der selbstständigen, kreativen Tätigkeit inmitten von Gesellschaft, Politik und Unternehmertum. Hilfreich waren für mich auch die von Birgit Stumpf organisierten Fachtage im Gesundheitswesen.

Duale Krankenhausfinanzierung und Bedarf

Einen Bedarf zu erläutern setzt voraus, diesen zu verstehen und darlegen zu können. Wo sind die Wurzeln der Kliniken, wie wird der Auftrag heute umgesetzt, welche Menschen stehen täglich im Dienst der Kliniken? Welche Rolle spielt in einer christlichen Klinik die Seelsorge und was versteht man unter dualer Krankenhausfinanzierung? Das zu verstehen war zunächst die Basisarbeit.

Dies der Öffentlichkeit zu vermitteln war die Aufgabe im Zusammenspiel mit der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Ich gewann Sponsoren für eine Bauzaunbanner-Reihe mit Fotoserie und Nutzenargumenten entlang der Baustelle. Mitarbeiter wurden eingeladen, Projekte zu benennen, um die Gemeinschaft zwischen Gesellschaft

und Klinik zu stärken. Regelmäßige Vorträge und Informationen förderten das interne Verständnis. Ein separat eingerichtetes Spendenkonto mit Referenznummern ermöglichte ein lückenloses Controlling.

Umdenken durch Corona

Und dann kam Corona. Keine Veranstaltungen und keine Auslage von Printmedien mehr. In Windeseile wurde die Website www.helfen-hilft-heilen.de erarbeitet und dank der hilfreichen Informationen im Fundraising-Magazin ein Online-Tool mit CRM ausgewählt. Facebook-Posts informierten über Bedarf und Erfolge. Für den Freundeskreis „1851“ wurden digitale Fachvorträge zum Thema Corona gehalten sowie ein Newsletter ins Leben gerufen. Ich nutzte meine Kontakte und suchte nach Schutzkleidung, Spenden für Sicherheitsdienste und für Zusatzkosten durch überhöhte Preise. IPads als Ersatz für entfallende Besuchergespräche wurden erbeten und Spendenquittungen für Hunderte von Sachspenden ausgestellt. Ohne die digitalen Medien hätten wir den Aufwand nicht stemmen können. Durch Gottes Hand geleitet konnte ich eine Spendenzusage in Millionenhöhe für die Kliniken gewinnen. Dank dieser lassen sich im Klinikneubau enorme Zusatznutzen realisieren.

Kultivierung und Dank

Die Kultivierungsarbeit und die Ehrung der erhaltenen Großspende im persönlichen Zusammenspiel mit der Spenderfamilie zählen zu den wunderbarsten Erlebnissen in meiner bisherigen beruflichen Laufbahn. Stolz sind wir vor allem auf ein Gemeinschaftsprojekt mit der regional ansässigen Keramik-Manufaktur. Gemeinsam mit einem 3-D-Künstler realisierten wir die Vision, eingescannte Hände der Spender – ähnlich der antiken Bildhauer – in Keramik zu drucken. Mit Zitaten versehen vermittelt die daraus entstehende Ehrungssymbolik den Besuchern und Patienten des Neubaus eine Vorstellung von der Kraft der Philanthropie. Fundraising ist ein wunderbarer Beruf. Er hilft Sinnvolles zu tun, bereichert und lässt einen über sich selbst hinauswachsen.

Nach einem dualen BWL-Studium in der Reisebranche war **Karin Feig** Mitgründerin einer international agierenden Vermögensverwaltung. Sie machte eine Weiterbildung zum Coach, zur Mediatorin (Freie Uni Berlin) und Fundraiserin (Fundraising-Akademie Frankfurt). Als Gründerin des Projektes Kinderreich Rems-Murr (Kinderschutzbund) und Inhaberin eines nachhaltig agierenden Coworking-Space (Cowirken GmbH) hat sie Erfahrungen im CSR und im gesellschaftlichen Nutzenbieten. Bis Ende 2021 leitete sie das Fundraising bei den ViDia Christliche Kliniken Karlsruhe.
▶ **www.helfen-hilft-heilen.de**

Mit der Vergangenheit in die Zukunft

Was Träume mit strategischer Planung zu tun haben

Das Jahr schreitet voran. Fundraiserinnen und Fundraiser haben ihre Jahresplanung nicht nur erarbeitet, sie stecken bereits mitten in der Umsetzung. Wie sind Sie diesmal Ihre Planung angegangen?

Von PATRICK HAFNER

Ich beginne (strategische) Planungsprozesse sehr gerne mit einer Traumübung. Dabei erlaube ich mir eine kurze oder längere Gedanken- und Gefühlsreise in die Zukunft, wie ich sie mir wünsche. Persönliche Träume oder Visionen sind meist sehr intuitiv, manchmal sogar irrational. Wenn wir aber mutig genug sind, an einen Traum zu glauben und über ihn zu sprechen, dann wird dieser Traum nicht nur zum Ziel unseres Tuns, sondern zur kraftvollen, beinahe unerschöpflichen Ressource unseres Wirkens. Daher sollte für mich ein Traum am Beginn jeder Planung stehen. Und wer sollte besser träumen können als wir Fundraiserinnen und Fundraiser, Menschen, die an eine noch bessere und noch schönere Welt glauben und bereit sind, sich dafür einzusetzen?

Träume sollen Wirklichkeit werden

Klar, ein Traum alleine reicht nicht. Ihn Wirklichkeit werden zu lassen ist wohl die wahre Kunst. Nennen wir diese Kunst strategische Planung in sechs Schritten.

Beginne damit zu träumen und visualisiere deinen Traum: Zeichne ihn, male ihn. Schreibe Schlagworte auf Post-its und klebe sie an die Wand oder ans Fenster. Fülle alles in eine Excel-Tabelle. Wie es dir am besten liegt. Aber jedenfalls spüre deinen Traum und visualisiere ihn.

Mache im zweiten Schritt deinen Traum greifbar. Beantworte folgende Frage(n): Falls ich dem Traum näher komme, wie schaut mein Tätigkeitsfeld in drei oder fünf Jahren aus? Fühle dich auch hier in die zukünftige Situation hinein, tu so, als wäre sie schon eingetreten und zeichne ein möglichst konkretes Bild. Wie geht es dir? Wie sieht dein Arbeitsalltag aus? Wie haben sich deine Spenderkontakte entwickelt? Nur einige der Fragen, die du wiederum auf eine für dich stimmige Art visualisierst.

Eingrenzung der Ziele

Konkretisiere dann deine Ambitionen: Was werde ich in drei bis fünf Jahren erreicht haben? Leite aus dieser Frage einige wenige strategische Ziele ab. Drei bis sechs sollten reichen, es geht um die Vogelperspektive.

Nun erst folgt der Schritt zum Geld: Wie würde sich diese Situation in Einnahmen widerspiegeln? Geld sollte nie das primäre Ziel unserer Fundraising-Aktivitäten sein, nur die Folge. Falls du deiner Vision näher kommst, wie würde sich das in drei bis fünf Jahren an den Einnahmen zeigen? Wirf eine Zahl aus deinem Bauch, denke nicht zu viel darüber nach, ob sie realistisch ist oder nicht. Nur darüber, ob sich die Zahl so richtig gut anfühlt, in dir ein Kribbeln und auf deinen Lippen ein Lächeln erzeugt. Sie darf ruhig

auch etwas Angst machen, dann ist genug Adrenalin im Spiel. Diese Zahl hältst du als Fundraising-Ambition fest. Gib sie aber nicht ins Budget, höchstens als optimistisches Szenario in den Forecast.

Realistisches Szenario

Schalte nun einen Gang zurück: Fühle in dich hinein und adaptiere die erste Zahl so lange, bis das unangenehme Angstgefühl kleiner wird oder verschwindet. Wie sollte die projizierte Zahl angesetzt sein, damit sie sich gut und machbar anfühlt? Fixiere diese Zahl – nach ein oder zweimal darüber schlafen – als Fundraising-Budget oder realistisches Szenario im Forecast.

Als sechsten und abschließenden Schritt gehst du nun von deinem Zielbild – Traum, Ambition, (Einnahmen)Ziele – rückwärts und überlegst, was du im nächsten Jahr oder den nächsten zwei Jahren tun musst, um dieses Zielbild zu erreichen. Das ist dann deine Jahresplanung, dein Maßnahmen- oder Aktivitätenplan.

Die Vergangenheit mit der Zukunft verknüpfen

Gehst du von der Zukunft in die Vergangenheit, bist du offener darin, neue Wege zu beschreiten und weniger Bestehendes zu replizieren. Funktionierendes wirst du trotzdem mitnehmen, denn der Nährboden deines Traums ist die Vergangenheit. Mehr zum Thema kannst du unter dem Schlagwort „Strategic Foresight" im Internet nachlesen. Durch die Visualisierung deines Traums – und du solltest ihn zu Beginn jedes deiner Strategy Monitoring-Meetings hervorholen – prägst oder grundierst du dich auch in diese positive Richtung. Eine äußerst interessante Vertiefung zu diesem als „Priming" bezeichneten Vorgang bietet dir dazu Daniel Kahneman, Nobelpreis für Wirtschaft, in seinem Buch „Schnelles Denken, langsames Denken".

Nelson Mandela sagte: „A winner is a dreamer who never gives up." Lasst uns weiter träumen. Wir sind damit Ressource für eine bessere Welt. Klingt pathetisch, ist es auch. Weil es wunderschön ist, berührend, erschreckend, beängstigend und wundervoll zugleich.

Patrick Hafner ist selbständiger Fundraising- und Strategieberater, Organisationsentwickler und Trainer. Er ist seit über 20 Jahren in der NPO-Welt tätig, zuletzt als International Fundraising Director bei Light for the World und Campaign Manager an der Wirtschaftsuniversität Wien. Seit 17 Jahren ist Patrick Hafner zudem als CliniClown aktiv.
▶ **www.patrickhafner.at**

Segmentierter Versand

Erfolgreiches E-Mail-Marketing im Non-Profit-Bereich

Der „E-Mail-Marketing Benchmark Report 2021" der Agentur für digitales Marketing Optimizely attestiert der NGO-Branche eine gute Gesamtperformance. Doch um notwendige Unterstützer und Spender weiterhin zielgruppengerecht und effizient adressieren zu können, lohnt ein Blick auf die datengestützten, quantitativen Ergebnisse des Reports.

Von JOANNA HOHEISEL

Non-Profit-Organisationen sind vornehmlich auf Einnahmen aus Mitgliederbeiträgen und Spenden angewiesen. Diese erhalten sie vor allem durch eine aussagekräftige Präsentation ihrer Inhalte. Ohne ein attraktives Informations-Marketing wird man niemanden zum Spenden animieren können. Doch auch regelmäßige Spender müssen hin und wieder an ihren Beitrag erinnert werden. Zusätzlich hatte die Corona-Pandemie direkte Auswirkungen auf die NPO-Branche – Spendeneinnahmen und Fördermittel sanken, während Projektausgaben tendenziell zunahmen.

Schlüsselrolle des Dialog-Marketings

Hierbei nimmt das Dialog-Marketing eine Schlüsselrolle ein, da es informative und transaktionale Elemente beinhalten kann. Eine umfangreiche Datensammlung über Projektinteressen oder das Spendenverhalten ermöglicht es Organisationen, den Empfängern zielgruppenorientiert Inhalte zu kommunizieren und somit die Relevanz und die Spendenbereitschaft zu steigern.

Pandemie lässt Versandvolumen steigen

Insgesamt zeigt sich im Vergleich zum Vorjahr, dass die Pandemie einen starken Effekt auf die Performance im Newsletter-Marketing hatte: In den Monaten April und Mai 2020 – also den Monaten nach dem ersten harten Lockdown – lag das Versandvolumen 30 Prozent über dem Vorjahresniveau. Eine mögliche Ursache könnten ausbleibende Spenden gewesen sein, die durch zusätzliche Versendungen kompensiert werden sollten oder es gab einen erhöhten, durch die Pandemie begründeten Spendenbedarf.

Newsletter sind beliebt

Im Jahr 2020 konnte die Branche der Non-Profit-Organisationen im Newsletter-Marketing trotz Pandemie eine gute Gesamt-Performance erzielen. Die unique Öffnungsrate von 37,0 Prozent zeigt, dass sich die Newsletter guter Beliebtheit erfreuten. Die Klickperformance überzeugte mit überdurchschnittlichen Werten – so lag die effektive Klickrate mit 21,9 Prozent sogar an erster Stelle im branchenübergreifenden Vergleich. Die gute Performance kann auch darin begründet sein, dass Empfänger die Kommunikation oft als Herzensangelegenheit wahrnehmen und daher aktiver öffnen und klicken als im kommerziellen Kontext.

Drei Empfehlungen für ein erfolgreiches E-Mail-Marketing

Mit den folgenden drei Empfehlungen können Organisationen ihr E-Mail-Marketing verbessern und wichtige KPIs wie Öffnungs- und Klickrate dauerhaft steigern.

1. Kleine Verteiler sorgen für einen Performance-Boost

Eine Faustregel im E-Mail-Marketing lautet: Je kleiner und segmentierter der Versand, desto besser ist die Performance der Kampagne. Aus der Analyse geht hervor, dass sich gerade Organisationen diese Regel zu Herzen nehmen – die durchschnittliche Verteilergröße pro Kampagne lag 85 Prozent unter dem branchenübergreifenden Durchschnitt. Versender aus dieser Branche erzielten überdurchschnittlich gute Öffnungs- und Klickraten. Unsere Empfehlung ist folglich, weiter auf diese segmentierten Versendungen zu bauen und mithilfe von

Zielgruppen genau die Empfänger zu kontaktieren, für die die Inhalte am relevantesten sind. Auch empfehlen wir die Listenhygiene weiter voranzutreiben und beispielsweise inaktive Abonnenten zu reaktivieren oder aus dem Verteilerkreis zu entnehmen.

2. Personalisierter Betreff

Feldfunktionen in der Betreffzeile können die Performance verbessern, da sie dem Newsletter einen persönlicheren Charakter verleihen. Es ist also naheliegend, schon im Betreff erste personenbezogene Elemente einzubauen, um so einen Blickfang in der Inbox zu erzeugen. Solche Personalisierungsmaßnahmen können sehr unterschiedlich aussehen: Angefangen vom Vor- oder Nachnamen können hier auch Details zu früheren Spenden oder zu hinterlegten Interessen aufgeführt werden. Mails mit personalisiertem Betreff waren über alle KPIs hinweg erfolgreicher. Die Zahlen zeigen also, dass der selektive Einsatz von Personalisierungsmaßnahmen in der Betreffzeile eine Verbesserung der Performance bewirken kann.

3. Die perfekte Versandzeit für alle gibt es nicht

Über 90 Prozent der Mails wurden in der Zeit zwischen 9 und 19 Uhr versendet. Die Performance aller KPIs ist über die Hauptversandzeiten konstant hoch. Jedoch fällt auf, dass Non-Profit-Organisationen um 7 und um 8 Uhr eine besonders gute Performance verzeichnen. Die guten Öffnungs- und Klickraten zwischen 7 und 9 Uhr bestätigen, dass es sich lohnt, außerhalb der bekannten Zeiten zu versenden. Generell lohnt es sich, den für den eigenen Verteiler passenden Versandzeitpunkt durch Tests zu ermitteln oder – sofern die technischen Gegebenheiten es erlauben – eine Versandzeitoptimierung zu nutzen, die den Versandzeitpunkt für jeden Empfänger entsprechend der persönlichen Lesegewohnheiten wählt.

Der komplette Report ist kostenfrei unter www.optimizely.com erhältlich.

Joanna Hoheisel leitet das Business Consulting Team bei Optimizely und bringt in diesen Bereich jahrelange Erfahrung aus den früheren Stationen ihres beruflichen Werdegangs als Teamleiterin und Trainerin bei eBay und als Senior Customer Success Manager beim Personalization-Anbieter Peerius. Damit verantwortet sie zusammen mit ihrem Team den Know-how-Transfer zu Dialogmarketing, Marketing-Automation und Personalisierung als erfolgstreibende Bestandteile der digitalen Welt.
▶ www.optimizely.com

Wir schaffen Ordnung.

Daten und Kennzahlen sind das eigentliche Kapital Ihrer Organisation. Man muss allerdings ihre Sprache sprechen. Unser Dashboard übersetzt die Daten für Sie und gibt die passenden Antworten auf Ihre Fragen. Damit haben Sie eine fundierte, datengestützte Basis für Ihre Entscheidungen und können zielgenau agieren.

www.gfs.de

gfs. fundraising data-driven

Bewährter Türöffner

Warum auch die Generation Z weiterhin über E-Mail erreichbar ist

Die Ergebnisse einer Umfrage durch den Online-Vermarkter United Internet Media im Raum D-A-CH belegen, dass die jüngere Generation keineswegs nur über Social-Media-Kanäle wie TikTok oder Instagram anzusprechen ist, sondern dass diese für ihre Kommunikation auch weiterhin E-Mails nutzen. Doch wieso bleiben E-Mails solch ein wichtiger Touchpoint und wie können Organisationen die Generation Z per Mail ansprechen?

Von DOMINIK SEDLMEIER

Als Generation Z bezeichnet man in etwa alle Personen, die rund um die Jahrtausendwende geboren wurden. Verallgemeinert handelt es sich also um alle jene, deren Geburtsjahr etwa zwischen 1995 und 2010 liegt. Was die Gen Z verbindet? Sie sind Digital Natives. Sie sind im und mit dem Internet groß geworden. Umso mehr überrascht das Ergebnis der Studie: 90 Prozent der befragten 16- bis 35-Jährigen kommunizieren privat und 96 Prozent formell immer noch über E-Mails. Ein Erklärungsansatz hierfür liegt wohl im formellen Aspekt der Mail: Schulen, Universitäten und Unternehmen ziehen meist E-Mails als Kommunikationsmittel heran. Demnach ist auch die Generation Z weiterhin an den Mailverkehr gebunden und belegt ihn mit Seriosität und Vertrautheit.

Per Mail informieren

So ergibt sich die Chance, als Organisation im Marketing nicht nur Plattformen wie Instagram zu nutzen, um die jüngere Generation zu erreichen, sondern auch weiterhin auf E-Mail-Marketing zu setzen. Doch müssen NGOs verstehen, dass die Gen Z als Digital Natives mehrere Kanäle zur Kommunikation nutzen. Als Organisation gilt es hier, den richtigen Touchpoint

ausfindig zu machen. Während sich soziale Medien optimal dazu eignen, die Jüngeren auf die Organisation und gesellschaftsrelevante Themen aufmerksam zu machen, sollten E-Mails dazu eingesetzt werden, diese Themen aufzugreifen und zu vertiefen.

Die Generation Greta ist aktivistisch

Insbesondere NGOs, die sich mit zivilgesellschaftlichen Themen befassen, können von der aktivistischen Haltung der Gen Z profitieren. Nicht umsonst wird diese Generation auch gern als „Generation Greta" betitelt; sie zeichnet sich durch politisches Engagement und ihr Bewusstsein für gesellschaftspolitische Themen aus. Die jüngere Generation wird oftmals digital politisch aktiv, sie teilt relevante Inhalte online, unterschreibt Kampagnen und schließt sich im Netz zusammen. Viele sorgen sich um ihre Zukunft. Das ist ein wichtiger Grund, warum sie dazu bereit sind, sich zu engagieren und aktiv zu werden. Darauf sollte das E-Mail-Marketing für die Gen Z eingehen, hier sollte sie als eigenständige Zielgruppe mit ebendiesen speziellen Sorgen und Bedürfnissen adressiert werden.

Wie erreicht man nun die Generation Z?

NGOs können die Generation Z im Erstkontakt am besten per Social Media erreichen und so auf sich aufmerksam machen. Zugleich kann hier dazu aufgerufen werden, sich für einen Newsletter einzutragen oder als Unterstützer einer Kampagne eine Mailadresse zu hinterlassen. Ist der erste Touchpoint erreicht, können Organisationen E-Mail-Marketing dazu nutzen, um die Gen Z über aktuelle Kampagnen und Themen zu informieren. In der Ansprache sollte hierbei auf eine transparente Kommunikation geachtet werden; die Thematiken sollten für die Jüngeren ansprechend und verständlich aufbereitet werden. Zu viele Emojis, Memes oder eine gezwungene Jugendsprache wirken dabei eher deplatziert, viel eher wünscht sich die Gen Z als ernste und relevante Zielgruppe wahrgenommen zu werden. Denn die Generation Z, die sowohl online als auch offline aktiv ist, bietet für NGOs als aktivistisch interessierte Digital Natives ein enormes Potenzial. ◘

Die Studie „E-Mail-Nutzung in der Young Generation" ist kostenfrei erhältlich unter www.united-internet-media.de.

Dominik Sedlmeier ist PR-Manager und CEO der Markenagentur El Clasico Media GmbH, einem Netzwerk für Kommunikation und Markenentwicklung mit den Schwerpunkten Markenstrategie, Public Relations und Social Media. Er betreut die teils größten Marktführer verschiedener Branchen mit der optimalen Positionierung ihrer Kommunikationsstrategie und Pressearbeit.
▶ www.elclasico.de

OM hebt ab!

creati</> SOFTWARE

WIR MACHEN KOMPLEXES EINFACH

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

8. ONLINE FUNDRAISING FORUM 2022
DIGITAL EXPERT:INNEN ZEIGEN ADVANCED DIGITAL TRENDS FÜR IHR FUNDRAISING
15.02.2022 Design Offices Köln
17.02.2022 Kulturhaus Kosmos Zürich

Webinar 14.03.2022, 15-18 Uhr
Aktuelle Praxisfragen zum Vereinsrecht
Von der Gründung bis zur Auflösung
www.ESV-Akademie.de/VereinsrechtWeb
ESV AKADEMIE

Fundraising Symposium
Digitaler Wandel im Fundraising
24. & 25. MÄRZ 2022
GOETHE-UNIVERSITÄT FRANKFURT AM MAIN
fundraising-symposium.de

n|w Fachhochschule Nordwestschweiz
Berufsbegleitend Fundraising und Kommunikation für NPO studieren
www.fhnw.ch/weiterbildung

Fundraising TAGE
GELSENKIRCHEN, 17. MAI
STUTTGART, 1. JUNI
MÜNCHEN, 13. SEPTEMBER
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Kurzgefasst …

„Check 22“

Die Fundraising-Tagung in Loccum will dieses Mal einen gründlichen Blick in die Vergangenheit des Fundraisings in Deutschland der letzten Jahrzehnte werfen und dabei herausfinden: Was geht nicht mehr? Was haben wir gelernt? Und in welche Richtungen können oder sogar müssen sich Fundraiserinnen und Fundraiser entwickeln, um zeitgemäßes, erfolgreiches Fundraising zu betreiben? Die Antworten darauf gibt es im März.

21. Fundraising-Tagung der Landeskirche Hannovers am 7. und 8. März in Loccum
▶ www.loccum.de

Verbände

Zu gleich zwei Veranstaltungen lädt der Bundesverband der Vereins-, Verbands- und Stiftungsgeschäftsführer e.V. im März. Ehrenamt und bürgerschaftliches Engagement, Förderprogramme und Lobbyarbeit für Verbände, Mitgliederbindung, aber natürlich auch das große Thema der Digitalisierung sind Programmpunkte der beiden Tagungen. Sie sind für beide Veranstaltungen identisch.

Tag der Verbände Schleswig-Holstein am 10. März in Kiel
Tag der Verbände NRWn am 21. März in Neuss
▶ www.tag-der-verbaende.de

Transformation

Der Digital Social Summit 2022 legt den Fokus auf die Details der digitalen Transformation und richtet den Blick nach vorn: Wie gestalten wir heute nachhaltig unser digitales Morgen? Wie verstetigen wir die digitalen Prozesse, die wir bereits erreicht haben? Haben wirklich alle den Sprung mitmachen können? Wie setzen wir Digitalisierung sinnvoll und sozial gerecht ein?

Digital Social Summit am 29. und 30. März hybrid in Stuttgart und digital
▶ www.digital-social-summit.de

Fundraisingtag norddeutsch

Hamburg ist wieder Veranstaltungsort des Norddeutschen Fundraisingtags, der dieses Mal unter dem Motto „Sag mir, wo die Spender*innen sind …“ steht. Am ersten Tag stehen die ganztägigen Praxis-Workshops mit intensiver Arbeit im Zentrum. Nach einem abendlichen Get-together bietet der zweite Tag vor allem Impulsvorträge, Diskussionen und Präsentationen gelungener Projekte.

17. Norddeutscher Fundraisingtag am 21. und 22. Februar in Hamburg
▶ www.norddeutscher-fundraisingtag.de

Mehr Engagement

Der Mitteldeutsche Fundraisingtag lädt Anfang März wieder nach Jena. Den Eröffnungsvortrag wird Titus Molkenbur vom Sea-Watch e.V. halten. Sein Thema: Gemeinsam mehr Engagement wagen. Gute Kampagnen und gute Geschichten können aus jedem einen „Helden“ machen. Außerdem stehen auf dem Programm neben Online-Fundraising und Crowdfunding auch Spendenbriefe und erfolgreicher Einsatz von Fotos. Für Einsteiger ins Fundraising gibt es ebenso ein Seminar. Viele Referenten werden vor Ort auch für persönliche Beratung zur Verfügung stehen. Und Höhepunkt der Veranstaltung ist wie immer die Verleihung des Mitteldeutschen Fundraisingpreises.

19. Mitteldeutscher Fundraisingtag am 8. März in Jena
▶ www.fundraisingforum.de

Verantwortung

Unter der Trias „Resilienz, Wettbewerb, Nachhaltigkeit“ widmet sich der nächste Kongress der Sozialwirtschaft der großen Aufgabe „Verantwortung wahrnehmen“. Neben mehreren Plenumsvorträgen und Workshops bildet die Preisverleihung „Sozialkampagne“ der Bank für Sozialwirtschaft einen der Höhepunkte des ersten Veranstaltungstages. Themen der Workshops sind unter anderem strategische Zusammenarbeit, Potenziale von Genossenschaften und die Aktualität von Gemeinnützigkeit. Einen Blick in die Zukunft wagt Clara Mayer, Klimaschutzaktivistin von Fridays For Future, in ihrer abschließenden Keynote.

12. Kongress der Sozialwirtschaft am 31. März und 1. April in Magdeburg
▶ www.sozkon.de

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

„Mobil first“

Erneute kostenlose Webinar-Woche „Fundraising digital“

Seit fünf Jahren organisiert das Haus des Stiftens gemeinsam mit dem Fundraising-Magazin die Webinar-Woche „Fundraising digital“. Im letzten Jahr waren mehr als 6000 Interessierte dabei und haben von Profis erfahren, wie man digital in den Dialog geht.

Vom 28. bis 31. März 2022 heißt es dieses Mal „Mobil first – jederzeit erreichbar“. Die kostenfreie Anmeldung ist bereits möglich. Als Referentin mit dabei ist unter anderen Tamara Reinhard von der Paraplegiker-Stiftung aus der Schweiz, die über Social-Media-Fundraising für Einsteiger sprechen wird. Nora Henrike Jäger von den Seenotrettern aus Bremen zeigt, wie Fundraising über die mobile Website funktioniert. Christine Gediga spricht über Storytelling

für mobile Kommunikation. Journalist Tobias Dunkel widmet sich den Anforderungen und Chancen von Videoproduktion und Fotos auf und mit mobilen Endgeräten, und Sabine Wagner-Schäfer wird über Content-Strategien sprechen. Zwei Online-Seminare wird es pro Tag geben, die auch Möglichkeiten für Fragen bieten. Im Nachgang kann passenderweise mit den Referierenden in einer Facebook-Gruppe diskutiert werden. Die Seminarwoche wird von Fundraisingbox, GOB Software und der Schweizer Qmart AG unterstützt und ist daher kostenfrei. Wie der Name schon sagt, ist die Veranstaltung digital von überall her zu verfolgen. Deshalb schnell anmelden und einfach einschalten.

Kostenfreie Webinar-Woche „Fundraising digital“ vom 28. bis 31. März 2022
▶ www.fundraising-digital.org

Neues Stiftungsrecht

Mehrere Seminare geben Einblick in die Auswirkungen der Stiftungsrechtsreform

Im vergangenen Jahr wurde die Reform des Stiftungsrechts beschlossen. Das Ergebnis ist eine bundeseinheitliche Regelung des Stiftungszivilrechts. Damit werden das Nebeneinander von Bundes- und Länderregelungen beendet und einheitliche Vorgaben für Stiftungen, zu Rechten und Pflichten der Organmitglieder oder zu Satzungsänderungen und zur Auflösung von Stiftungen geschaffen. Themen der Seminare sind die neuen Haftungsregeln für Stiftungsorgane, die Einführung des Stiftungsregisters, veränderte Rahmenbedingungen des Stiftungsvermögens, der Satzungsgestaltung, der künftigen Rolle der Stiftungsaufsicht sowie der Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten besonders für kleine Stiftungen.

Reform des Stiftungsrechts – Neuerungen, Chancen und Risiken: 18. Februar in Köln, 21. Februar in Münster, 22. Februar in Nürnberg
▶ www.solidaris.de/seminare

Die Stiftungsrechtsreform – Neuerungen für die Stiftungs- und Beratungspraxis: 28. Februar, 10. Mai, 18. Oktober jeweils online
▶ www.stiftungsakademie.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

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

Stiftung aktuell

Der kommende Stiftungsrechtstag wird sich natürlich den Details der Reform des Stiftungsrechts widmen, das im Juli 2023 in Kraft treten wird. Darüber hinaus werden die politische Betätigung gemeinnützigkeitsrechtlicher Organisationen und das Gemeinnützigkeitsrecht im Fokus stehen. Welche Chancen und Risiken bringen die Neuerungen mit sich? Satzungsänderungen, Zusammenlegungen und eine mögliche Beendigung von Stiftungen bürgerlichen Rechts stehen auf dem Programm.

16. Stiftungsrechtstag am 11. Februar hybrid in Bochum und digital
▶ www.zrsweb.zrs.rub.de

Fundraising-Symposium

Diskussion des digitalen Wandels in Frankfurt

Dieses Format des Fundraising-Magazins bringt Non-Profit-Organisationen aus dem deutschsprachigen Raum zusammen, um gemeinsam über den digitalen Wandel des Fundraisings zu sprechen. Mit dabei sind wieder viele internationale Referentinnen und Referenten.

Im Fokus stehen weniger die Instrumente für digitales Fundraising, als vielmehr die Strategien, die es in NGOs dafür braucht. Etwa, wenn die Organisationsleitung voranschreitet, die Basis aber nicht mitzieht – oder umgekehrt. Wie können Prozesse in IT, Fundraising, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit verzahnt werden? Dafür bietet das Symposium mit seinen Thementischen am ersten und den Seminaren am zweiten Tag umfassend Raum für individuellen Austausch und Wissenszuwachs. Eingeladen werden wieder führende Fundraiserinnen und Fundraiser wie auch IT-Verantwortliche der NGOs.
Interessenten können sich bereits auf der Website vormerken lassen. Die Veranstaltung ist limitiert auf 100 Teilnehmer und wird als 2G-plus-Veranstaltung durchgeführt. Unterstützt wird die Tagung von der ANT Informatik AG , dem Zeit-Verlag sowie von der TeleDialog Fundraising GmbH.

Fundraising-Symposium am 24. und 25. März in Frankfurt
▶ www.fundraising-symposium.de

Gut ankommen in Online-Veranstaltungen

Wie Sie in Seminaren oder Konferenzen mit Zoom und Co. souverän auftreten

Online-Meetings und Videokonferenzen sind aus unserem beruflichen Alltag nicht mehr wegzudenken. Die Vorteile, an Tagungen, Seminaren und Konferenzen ohne lange Anfahrtswege teilzunehmen, liegen auf der Hand. Daher gilt es, auch digital souverän aufzutreten und entsprechend zu überzeugen.

Von KRISTIN KOSCHANI-BONGERS

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

Akustik und Licht nicht unterschätzen

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

Viele Businesslösungen für Videokonferenzen bieten die Funktion, dass andere Teilnehmer Ihren Desktop sehen, aktiv darauf zugreifen oder Sie selbst Bildschirme mit den Teilnehmenden teilen können. Räumen Sie also vorab Ihren Rechner auf! Denken Sie daran, dass Sie bei einem Videochat gesehen werden. Geben Sie Ihre Kamera also erst frei, wenn Sie sich richtig positioniert haben und alles bereitliegt.

Das Wo und Wie ist entscheidend

Wer vom Homeoffice aus zoomt oder skypt, sollte eine professionelle Umgebung schaffen, damit nicht der Raum, sondern Sie selbst während der virtuellen Veranstaltung im Mittelpunkt stehen. Durch das Bild laufende Haustiere oder Kinder können einen unprofessionellen Eindruck vermitteln.

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

Gesprächsebene

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

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

Keine Spielereien nebenher

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

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

Stiftungsrecht

Die aktuelle Reform des Stiftungsrechts brachte einige Veränderungen. Wichtigste Änderung: Das Stiftungsrecht wurde von den Landesstiftungsgesetzen in das Bundesrecht „hochgezogen" und damit vereinheitlicht. Zum ersten Mal werden auch Stiftungen einheitlich definiert. All diese scheinbaren Feinheiten, die aber rechtlich durchaus Wirkung zeigen werden, haben die Herausgeber im Buch „Stiftungsrechtsreform 2021" akribisch erfasst. Alte und neue Regelungen werden dabei gegenübergestellt und der Gesetzgebungsprozess ebenfalls in den Blick genommen. Außerdem tritt im Rahmen der Reform am 1. Januar 2026 das neue Stiftungsregister in Kraft, dem sich ein ganzes Kapitel widmet.

Das Buch ist nichts für Menschen, die Stiftungen gründen wollen, aber für alle rechtlich mit Stiftungen befassten Personen. Mit diesem gut dokumentierten und kommentierten Band ist man beim Stiftungsrecht up to date.

Kurt Manus

Kanzlei Peters, Schönberger & Partner (Hrsg.). Stiftungsrechtsreform 2021. Verlag Dr. Otto Schmidt KG. 2021. 400 Seiten. ISBN: 978-3-50420-703-8. [D] 44,80 €, [A] 46,10 €, CHF 62,65.

Energiewende

Sind erneuerbare Energiequellen unterm Strich tatsächlich ökologisch bessere Ansätze? Oder laufen wir teilweise Gefahr, den Teufel mit dem Beelzebub auszutreiben? Zur Beantwortung dieser Fragen braucht es nicht nur fortlaufende Forschung und Entwicklung, sondern auch den nötigen Austausch untereinander. Und damit wir alle mitreden können, haben die Autoren hier ein übersichtliches Buch vorgelegt, in dem die Nutzungsansätze der einzelnen erneuerbaren Energiequellen im Detail vorgestellt werden, begleitet von einer Vielzahl auflockernder Illustrationen und Grafiken. Der Text ist in seinem Stil schlicht und dank kurzer Sätze sehr einfach verständlich gehalten, sodass ein Einsatz dieses Buches auch im Schulunterricht durchaus denkbar wäre. Hier geht es um basale Fakten. Die wissenschaftliche Diskussion kann an anderer Stelle geführt werden.

Christian Holler, Joachim Gaukel, Harald Lesch, Florian Lesch. Erneuerbare Energien zum Verstehen und Mitreden. Verlag C. Bertelsmann. 2021. 176 Seiten. ISBN: 978-3-57010-458-3. [D] 18,00 €, [A] 18,50 €, CHF 25,15.

Deutschlandstipendium

Das Buch „10 Jahre Deutschlandstipendium, 10 Jahre Hochschulfundraising und Stipendienkultur in Deutschland“ ist sehr zu begrüßen. Denn immer noch hält sich hartnäckig die Mär, das Programm wäre gescheitert, weil die Hochschulen es noch nie schafften, den jährlich bereitgestellten Bundestopf zu leeren. Dabei geht es gar nicht darum, wie Matthias Johannes Bauer bereits im ersten Beitrag zeigt. Vielmehr sollen Menschen einen Anreiz erhalten, Talente mit Stipendien zu fördern.

Im Titel des Buches steckt aber noch eine zweite Wahrheit. Das Deutschlandstipendium hat auch Strukturprozesse an Hochschulen ausgelöst. An der Stelle ist auch Kritik angebracht, denn für eine Verstetigung von Fundraising-Strukturen, also Personal, investiert der Bund deutlich zu wenig, obwohl das Programm nun nachgewiesen hat, dass es leistungsfähig ist. Dieser Punkt kommt im Buch etwas zu kurz.

Spannend dagegen sind die wissenschaftlich fundierten Beiträge darüber, wie das Deutschlandstipendium die Beziehungen zu Förderern stärkt und ausbaut. Hervorzuheben ist hier das Kapitel von Valentina Agrello und Markus F. Langer, das das Deutschlandstipendium zum Major-Donor-Fundraising nach Marita Haibach in Beziehung setzt. Juliane Seip weist in ihrem Beitrag sogar nach, dass aus den Deutschlandstipendiaten sogar rege Förderer einer Universität werden könnten. Für Hochschulen ist dieses Buch Pflichtlektüre! Insbesondere für die, welche immer noch mit dem Thema Fundraising fremdeln.

Matthias Daberstiel

Matthias Johannes Bauer, Markus F. Langer (Hrsg.). 10 Jahre Deutschlandstipendium, 10 Jahre Hochschulfundraising und Stipendienkultur in Deutschland. utzverlag. 2021. 218 Seiten.
ISBN: 978-3-83164-915-0.
[D] 56,00 €, [A] 57,95 €, CHF 78,30.

„Grün“ reisen

Flugscham muss nicht sein. Dafür ist Europa groß genug und bietet jede Menge Ziele für bewussteren, möglichst nachhaltigen Urlaub. Die Autorin und Nachhaltigkeits-Bloggerin Julia-Maria Blesin bietet hier Tipps für Planung und Organisation, Hinweise für sinnvolles Packen und sogar ein Rezept für gesunde Müsli-Riegel. Zu Fuß oder mit dem Rad, mit der Bahn oder dem Boot: Das ist vor allem bewussteres Reisen mit Genuss. Was als erhöhter Aufwand daherkommt, führt zu intensiveren Erlebnissen. Und eine Linkliste macht Lust auf mehr.

Julia-Maria Blesin. Green Travelling. Einfach nachhaltig reisen. oekom Verlag. 2021. 192 Seiten.
ISBN: 978-3-96238-283-4.
[D] 17,00 €, [A] 17,50 €, CHF 23,75.

Systemfehler

Die Tatsache, dass es keine menschlichen Rassen gibt, ändert nichts an der Existenz eines systemischen Rassismus, weltweit. Die Autorin zeigt deshalb, was es bedeutet, Rassismus (selbst) nicht zu kennen, macht einen Schlenker über den Sklavenhandel und geht weiter über Black Lives Matter, White Supremacy und macht auch vor dem Problem der Klimagerechtigkeit nicht halt. Damit denkt sie die nötigen Aspekte zusammen und zeigt, dass es nicht „die anderen“ sind, die als „die Rassisten“ abgestempelt werden können.

Valentina Giannella. Nein zu Rassismus. Von Black Lives Matter bis Klimagerechtigkeit. Verlag Midas. 2021. 128 Seiten.
ISBN: 978-3-03876-546-2.
[D] 14,90 €, [A] 15,95 €, CHF 22,00.

„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

Handbuch Fundraising

Das „Handbuch Fundraising“ von Michael Urselmann ist enorm gewachsen. Die zweite Auflage glänzt mit einer Vielzahl neuer Autorinnen und Autoren aus dem praktischen Fundraising und aus der Wissenschaft. Dabei hat Urselmann auch viele aktuelle Trends aufgenommen, beispielsweise eine Betrachtung des effektiven Altruismus und auch die aktuelle Diskussion um die Führung als Teil des Fundraising-Managements. Das Online-Fundraising bekam gleich ein ganz eigenes Kapitel mit Themen wie Gamification, Online-Spendenaktionen und Crowdfunding. Auch das Thema Unternehmenskooperation ist nun vertreten. Einige Beiträge aus der Auflage aus dem Jahr 2016 hätten allerdings auch eine Auffrischung gebrauchen können, beispielsweise zum Thema Mailing. Vielleicht wäre an der Stelle sogar weniger mehr gewesen. Faktisch bekommt man nun zwei Ausgaben in einer. Der Titel „Handbuch“ ist damit endgültig gerechtfertigt. Die aktuelle Auflage wächst sich so zum Fundraising-Ratgeber aus, wobei es doch auch immer wissenschaftlich basiert bleibt.

Matthias Daberstiel

Michael Urselmann (Hrsg). Handbuch Fundraising.
Verlag Springer Gabler. 2020. 745 Seiten.
ISBN: 978-3-65818-210-6.
[D] 109,99 €, [A] 113,95 €, CHF 153,80.

Verkehrswende

Zwar gibt es viele Bemühungen um eine als notwendig erkannte Mobilitätswende, aber noch sind wir nicht dort, wo wir sein könnten oder eben sollten. Der Fortschritt von Technologien ist das eine, das andere sind individuelle Einstellungen in Sachen Lebensstil. Nicht zu vergessen ein bislang nicht zukunftsfähiges Netz öffentlicher Verkehrsmittel „auf dem Land“. Benedikt Weibel weiß um diese Misere. Seit Jahrzehnten ist er in Sachen Mobilität beruflich unterwegs; mehr als zehn Jahre war er Chef der Schweizerischen Bundesbahnen.

In seinem Buch versucht er einen ganzheitlichen Ansatz für sein Thema. Dabei richtet er seinen Fokus nicht allein auf den Ausstieg aus dem Verbrauch fossiler Brennstoffe, sondern schaut auch darauf, warum und wie der Mensch überhaupt mobil ist. Er schaut genauso in die Vergangenheit, wie er auch jede einzelne Mobilitätsform im Detail betrachtet. Die betonte Sachlichkeit macht dieses Buch zu einem grundsätzlichen Aufklärer.

Benedikt Weibel. Wir Mobilitätsmenschen.
Wege und Irrwege zu einem nachhaltigen Verkehr.
Verlag NZZ Libro. 2021. 200 Seiten.
ISBN: 978-3-90729-156-6.
[D] 34,00 €, [A] 35,00 €, CHF 33,95.

Antiglobalistisch

Wendet sich ein Buch explizit an „besorgte BürgerInnen“, sollte man auf der Hut sein. Das bezieht sich nicht auf das Gendern. Vielmehr stellt sich die Frage, welchen Ansatz ein Buch wählt, die eigene Argumentation schlüssig und überzeugend zu gestalten.

Für ein „antiglobalistisches Bündnis“, das konsequenterweise alle im Zusammenhang mit der Thematik der Globalisierung stehenden Probleme angehen will, sieht Peter Mattmann-Allamand die Notwendigkeit einer 180-Grad-Wende in der Politik. Seine vollmundige Lösung: ein ökologisch-demokratischer Ausweg. Dabei steht er ganz offen in der Tradition der 68er, sieht sich allerdings aufgrund deren Scheitern einige Schritte weiter. Nicht nur für Lokalisierung und „Regeneration von Klima und Ökosystem“ tritt er ein. Er geht tatsächlich noch weiter: Dekommerzialisierung, Deindustrialisierung, Demotorisierung. Genau das ist es, was der Autor fordert. Anderenfalls, so seine Worte, drohe „die Öko- und Impf-Diktatur“. So viel dazu. Oder wie man auch sagt: Weißte Bescheid.

Peter Mattmann-Allamand. Deglobalisierung. Ein ökologisch-demokratischer Ausweg aus der Krise.
Verlag Promedia. 2021. 264 Seiten.
ISBN: 978-3-85371-489-8.
[D] 22,00 €, [A] 22,00 €, CHF 30,75.

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

Zwei Visionäre

Es gibt sie, die Initiativen, unseren Planeten zu retten und gleichzeitig soziale Probleme weltweit an der Wurzel zu packen. Davon sind die beiden Autoren dieses Buches überzeugt: Sven Plöger ist Meteorologe, und mit Christoph Waffenschmidt hat er den Deutschland-Chef von World Vision an seiner Seite. Beide geben sich so visionär wie geerdet. So ist dem Text ein doppelseitiges Foto vorangestellt, das die beiden Autoren ganz effektvoll reflektierend vor einer brennenden Feuerschale in dunkler Nacht sitzend zeigt.

Das macht eine ganz klare Gefühligkeit auf, aber schlussendlich betonen die Autoren, dass sie hier dicke Bretter anpacken, die gebohrt werden wollen. Sie sind nicht diejenigen, die Lösungen für die großen Probleme parat haben. Vielmehr reißen sie mit ihrem Buch die Probleme an und zeigen, welche Ideen und Initiativen es bereits gibt. Nur fällt der dafür gewählte Ansatz etwas irritierend aus. Eine „erzählende Distanz" berichtet quasi von außen beschreibend über das Miteinander der beiden Autoren und stellt diese damit in ein Licht, das ihre jeweilige Person und ihre Reflexionsprozesse über einzelne Herausforderungen wichtiger erscheinen lassen als die Probleme selbst. Immer wieder fallen Formulierungen, die eine innige Beziehung zwischen Plöger und Waffenschmidt betonen. Dieses Privatime passt nicht zur Thematik des Buches. Damit geraten die persönlichen Positionen der beiden zu sehr in den Vordergrund. Und vordergründige Selbstdarstellung sieht leider schnell wie Selbstgefälligkeit aus.

Rico Stehfest

Sven Plöger und Christoph Waffenschmidt.
Besser machen! Hoffnungsvolle Entwicklungen und Initiativen für eine lebenswerte Zukunft.
Verlag adeo. 2021. 272 Seiten.
ISBN: 978-3-86334-306-4.
[D] 22,00 €, [A] 22,95 €, CHF 30,75.

„Fankultur"

Branding tut auch NGOs gut. Wer als Marke identifizierbar ist, der hat es geschafft, die eigene Mission auf eine klare Linie zu bringen und diese erfolgreich zu kommunizieren. Wie man eine solche Marke entwickelt, verrät der erste Abschnitt des Buches von Susanne Schulz. Da die eigene Stärke auch intern bestehen muss, folgt der Arbeitgeber als Marke. Und schlussendlich geht es auch hier um Digitalisierung: Das Marketing macht vor Instagram eben nicht halt. Damit liefert die Autorin viele allgemeingültige Orientierungspunkte, die eigenen Stärken sichtbar zu machen.

Susanne Schulz. Erfolgreiche Marken haben keine Kunden, sondern Fans. Eigenverlag. 2021.
124 Seiten. ISBN: 978-3-00068-420-3. [D] 15,90 €.

Grundeinkommen

Mittlerweile gibt es Bücher zum Konzept des bedingungslosen Grundeinkommens wie Sand am Meer. Die Idee gewinnt dabei in den letzten Jahren tatsächlich vermehrt Zulauf und Unterstützer. Das zeigt auch die Verleihung des Publikumspreises für die Initiative „Expedition Grundeinkommen" im Rahmen des Deutschen Engagementpreises 2021. Wer sich also noch nicht mit der Idee vertraut gemacht hat, wird mit diesem Buch von Grund auf informiert, allerdings ist das keine locker-leichte Bettlektüre. Dafür ist die Sache dann doch zu komplex.

Thomas Straubhaar. Grundeinkommen jetzt!
Nur so ist die Marktwirtschaft zu retten.
Verlag NZZ Libro. 2021. 288 Seiten.
ISBN: 978-3-90729-152-8.
[D] 23,00 €, [A] 23,95 €, CHF 24,95.

Was Sie schon immer über
Data-Driven-Fundraising
wissen wollten ...

„Jedem (zukünftigen) Fundraiser zu empfehlen"

„Das Buch ist weitgehend frei von Fachchinesisch und daher für Anfänger wie Fortgeschrittene gleichermaßen geeignet."

„Eine gelungene Verbindung von Empirie und Erfahrungswissen"

„Schon jetzt ein Standardwerk!"

Jetzt versandkostenfrei bestellen:
shop.fundraising-magazin.de
oder im Buchhandel Ihres Vertrauens

Ein Produkt aus der Edition FUNDRAISING magazin
Fachlektüre, die Spaß macht.

Fragebogen: Für Marianne Hengl sind Preise

Im Einsatz um Inklusion und gesellschaftliche Gleichstellung von Menschen mit Behinderung zählt Marianne Hengl zu den engagiertesten Persönlichkeiten Österreichs. Als Behindertenaktivistin kämpft die Tirolerin seit über 30 Jahren für bessere Lebensbedingungen und mehr gesellschaftliche Akzeptanz von Menschen mit Behinderung. Selbst von Geburt an körperlich schwer behindert, lebt die von Papst Franziskus zur „Botschafterin des behinderten Lebens" ernannte Buchautorin und Fernsehmoderatorin Zeit ihres Lebens vor, dass es für Menschen mit Behinderung keinerlei Grenzen gibt. Marianne Hengl begann als Fundraiserin beim „Slw Soziale Dienste der Kapuziner" und baute danach als Obfrau den Verein „RollOn Austria – Wir sind behindert" von 1989 bis heute zur wichtigsten und stärksten Lobbygruppe Österreichs für beeinträchtigte Menschen auf. „Mit ihrem unermüdlichen Einsatz um Unternehmenspartnerschaften und der unentwegten öffentlichen Repräsentanz des Sektors ist Marianne Hengl als Fundraiserin eine wahre Ausnahmeerscheinung. Die von ihr ins Leben gerufenen Partnerschaften – von eigenen ORF-Fernseh- und Radiosendungen über umfassende Aufmerksamkeitskampagnen bis hin zur jährlichen RollOn-Gala – haben wesentlich dazu beigetragen, Menschen mit Behinderung und ihren Bedürfnissen eine breite Öffentlichkeit zu verschaffen", betonte Günther Lutschinger, Geschäftsführer des Fundraising-Verbands Austria, bei der Prämierung Marianne Hengls als „Fundraiserin des Jahres" 2021.

▶ www.rollon.at ▶ www.m-hengl.com

1. Was wollten Sie als Kind werden?

Kinder-Krankenschwester. Trotz meiner schweren körperlichen Beeinträchtigung war in meiner Gedankenwelt nichts unmöglich. Ich musste dann natürlich umdisponieren, trotzdem hat mein Wille Berge versetzt und ich konnte vieles erreichen. Dinge, die mir keiner zugetraut hat.

2. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Korruption! Ich finde es unendlich traurig, dass unserer Politik jegliche Werterhaltung abhandengekommen ist. Macht, Egoismus, Lug und Betrug regieren die Welt! Die Eigenschaften Zivilcourage, Verantwortung und Vorbildfunktion findet man bei jenen Menschen, die im Hintergrund das System aufrechterhalten.

3. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Um ein selbstbestimmtes Leben zu führen, braucht es in allen neun österreichischen Bundesländern für Menschen mit Behinderungen „Persönliche Assistenz". Ich kann es absolut nicht nachvollziehen, dass wir es bis heute nicht geschafft haben, diesbezüglich ein einheitliches Gesetz umzusetzen.

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

Diese Frage stellt sich mir nicht, denn ich freue mich auf eine hoffentlich spannende Zukunft.

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

Preisverleihungen haben für mich ganz oft einen bitteren Beigeschmack, da sie meist nur kurze Blitzlichter sind und oft oberflächlich abgearbeitet und behandelt werden. Selbstkritisch muss ich mich da auch immer wieder „an der Nase nehmen", denn das Wort Wertschätzung hat so viele Facetten, die man beleuchten und gemeinsam mit den „ausgezeichneten" Menschen authentisch ins Rampenlicht stellen soll.

kurze Blitzlichter

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

Hallo oder Grüß Gott!

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

… sind oberflächliche und arrogante Menschen, denen es nur um sich selbst geht.

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

Diese Situation kommt selten vor. Aber wenn es so ist, dann genieße ich die Zeit mit meiner Familie, in der schönen Natur oder mit einem schönen Buch.

9. Worüber können Sie lachen?

Meine Fröhlichkeit und meine Lebensfreude sind bekannt. Wenn ich gemeinsam mit meiner Schwester Evi unterwegs bin und wir treffen auf außergewöhnliche Persönlichkeiten, dann können wir lachen, dass uns die Luft wegbleibt.

10. Wann reißt Ihr Geduldsfaden?

Leider sehr oft, denn ich bin schon von klein auf ein sehr ungeduldiger Mensch. Ungeduld ist übrigens eine meiner schlechtesten Eigenschaften.

11. Was war früher besser?

Der Zusammenhalt in den Familien, weniger Stress, es gab nicht so oft verheerende Unwetter-Katastrophen.

12. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

In meiner Heimatgemeinde Weißbach (Salzburger Land), dort wo ich aufgewachsen bin und wo meine Familie zu Hause ist.

13. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Mein Lieblingszitat: „Nicht alle Stürme kommen, um dein Leben zu erschüttern. Manche kommen, um dir den Weg freizumachen.“

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

… eine wertschätzende Unterstützungsmaßnahme, so unter dem Motto „Hilfe zur Selbsthilfe“.

Damit Sie Gutes tun können, geben wir unser Bestes

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

Ausgezeichnete Sicherheit

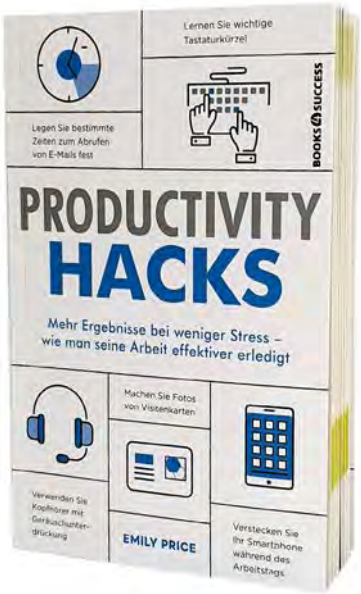
Enterbrain ist als einziger der Branche ISO/IEC 27001 zertifiziert.

www.enterbrain.eu

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

ENTERBRAIN

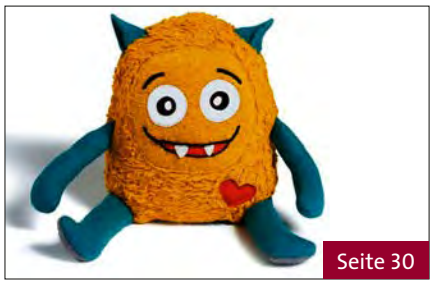
Wissen testen und gewinnen



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

Unter allen richtigen Einsendungen verlosen wir diesmal drei Exemplare des Buches „Productivity Hacks“ von Emily Price. Dabei geht es um die täglichen Herausforderungen in Homeoffice und Büro: Die To-do-Listen werden immer länger und eigentlich weiß man schon lange nicht mehr, wo man anfangen soll. Das Telefon hört nicht auf zu klingeln und die E-Mails nehmen kein Ende. Abends fragt man sich dann, was genau man eigentlich geleistet hat. Das Buch bietet über 500 Tipps und Tricks, die dabei helfen, die eigene Produktivität zu steigern und die Zeit wieder sinnvoll und effektiv zu nutzen. Darüber hinaus gibt es Empfehlungen für hilfreiche Online-Ressourcen und Apps. Denn das Geheimnis des Erfolgs ist nicht nur Fleiß, sondern eben auch das „Output“.

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



1 Den Trend zum wendbaren Kuscheltier greift auch der Kinderschutz Schweiz auf. Wie heißt der kleine Helfer?

AR) Wendy
PA) Emmo
BAL) Knüffeli

2 Der WWF hat limitierte Kunstwerke herausgebracht. Sie zeigen „limitierte“ Tiere. Welches ist hier zu sehen?

US) Buschhase
BE) Feldhamster
AN) Mauswiesel

3 Die Allianz-Umweltstiftung realisierte eine Parkanlage in den „Gärten der Welt“. Wo befindet sich diese?

CE) Potsdam-Sanssouci
IT) Sissinghurst Castle
EN) Berlin-Marzahn

So geht's: Die Buchstaben aus den Fragen 1 bis 3 ergeben das Lösungswort. Senden Sie dieses an *gewinnen@fundraising-magazin.de*. Vergessen Sie bitte die Postadresse nicht, damit Ihr Gewinn Sie auch erreicht! Diese Daten werden nur im Zusammenhang mit dem Gewinnspiel verarbeitet und nicht an Dritte weitergegeben. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Einsendeschluss ist der 15. Februar 2022. Viel Glück!

Fundraising Symposium

Fachwissen, Vertiefung und Impulse zum Thema

Digitaler Wandel im Fundraising

Erfahrungsaustausch zwischen Fundraising-Profis
aus Deutschland, Österreich und der Schweiz

Möchten Sie teilnehmen?
Dann bleiben Sie
aktuell informiert:
www.fundraising-symposium.de

24. UND 25. MÄRZ 2022
GOETHE-UNIVERSITÄT
FRANKFURT AM MAIN

EINE VERANSTALTUNG DES
FUNDRAISING magazin

Jaume Plensa: „Body of Knowledge“, 2010 gestiftet von der Johanna-Quandt-Stiftung

FREUNDLICH UNTERSTÜTZT VON

SEXTANT SUPPORTS YOU.

DIE ZEIT VERLAGSGRUPPE

TeleDIALOG Telefon-Fundraising

www.fundraising-symposium.de/informiert-bleiben

Weltverbesserer Fabian F. Fröhlich hat die Zeichen der Zeit erkannt

Einmal im Jahr räume ich meinen Schreibtisch gründlich auf. Weil das länger dauert und die Chefin wissen will, was ich in der ganzen Zeit geleistet habe, schreibe ich in unseren Team-Kalender immer „Wiederherstellung der Arbeitsfähigkeit" und kennzeichne das als Ganztagsaktivität. Das ist unglaublich spannend und produktiv, denn ich finde da Dinge wieder, die wertvoll und nützlich sind. Zum Beispiel diesen Text hier, den ich vor gefühlt zehn Jahren mal geschrieben habe:

Der Mensch lebt nicht vom Brot allein, er soll auch was für die Seele haben! Sport wäre eine Möglichkeit, wird aber anstrengend. Besser ist soziales Engagement vor der eigenen Haustür. Mein Kollege und ich sind einem Förderverein beigetreten, wo wir nicht nur einfach Geld hin überweisen, sondern richtig mitarbeiten! Jeden Montag treffen wir – die Mitglieder des MaDiWeBe e. V. – uns in der Schulturnhalle zur Vereinssitzung. Neulich stand die mangelhafte Arbeit der Ö-Gruppe zur Diskussion: Eine nichtrepräsentative Blitzumfrage unter Gästen in „Rudis Eck" hatte ergeben, dass fast hundert Prozent unseren Markennamen MaDiWeBe nicht kennen! Aber weil wir alle voll engagiert sind, schritten wir gleich zur Tat. Holger kochte erst mal Kräutertee und entzündete eine aromatische Duftkerze. Dann stand Situationsanalyse an. Wir zogen uns die Schuhe aus und setzten uns im Kreis auf den Boden. In der Mitte legten unsere Schatzmeisterin Friedel und Karl-Heinz, der Schriftführer, gemeinsam ein Mandala aus Post-it-Haftnotizen. Jeder sollte zuerst sagen, was er an dem heutigen Tag Gutes erlebt hatte. Dabei gaben wir den Gesprächsstein – eine alte Glasmurmel – an den nächsten Redner weiter. Denn nur wer den Gesprächsstein in der Hand hält, hat Rederecht. Auf diese Weise näherten wir uns entspannt und konzentriert der Lösung des Problems: Gudrun erklärte, dass sie in ihrem Netzwerk einen Vertriebsexperten hat, der eine Werbegrafikerin kennt. Die soll doch mal ein Kommunikationskonzept erstellen. Wir stimmten ab, die Sache war beschlossen. Wir fühlten uns gut, denn wir hatten etwas bewegt an diesem Abend! Bald würden alle wissen, wofür der Macht-die-Welt-besser-Efau steht! Dann, erst dann, macht es Sinn, sich der eigentlichen Projektarbeit zu widmen.

Na, das hat doch an Aktualität kaum eingebüßt! Kann man heute immer noch bringen! Okay … persönliche Treffen und brennende Kerzen in der Schule sind nicht mehr zeitgemäß. Aber die strategische Herangehensweise dieses Vereins ist sehr lobenswert! Noch irgendwas Digitales dazu, ein Crowdfunding vielleicht, bissel Social Media und ein paar Buzzwords à la Gamechanger, Transformation und Konfliktkommunikationskompetenz – schon sind wir voll in 2022 angekommen.

Kaufen Sie mein Buch, da finden Sie noch mehr alte Texte von mir:
„Das Letzte – Kolumnen aus dem Fundraiser-Magazin", Taschenbuch
für Leser/innen des Fundraising-Magazins NUR 10 EUR
bestellen unter: ► shop.fundraising-magazin.de

Ausgabe 2/2022 erscheint am 28. März 2022 unter anderem mit diesen Themen

- Geschäftsführungswechsel in NGOs
- Fundraising an der Haustür
- Digitaler Wandel im Fundraising

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 2/2022 ist der 14.02.2022.

ISSN 1867-0563 | 17. Jahrgang

Branchen-Magazin für Sozialmarketing | Spenden | Vereine | Stiftungen

FUNDRAISING magazin

erscheint 2-monatlich.
Alle vorherigen Ausgaben stehen im Internet unter *archiv.fundraising-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@fundraising-magazin.de, www.fundraising-magazin.de

Redaktionsleitung:
Daniela Münster (v. i. d. P.), redaktion@fundraising-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. 15 vom 1.11.2021

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 2/2022, die am 28.03.2022 erscheint, ist der 14.02.2022.

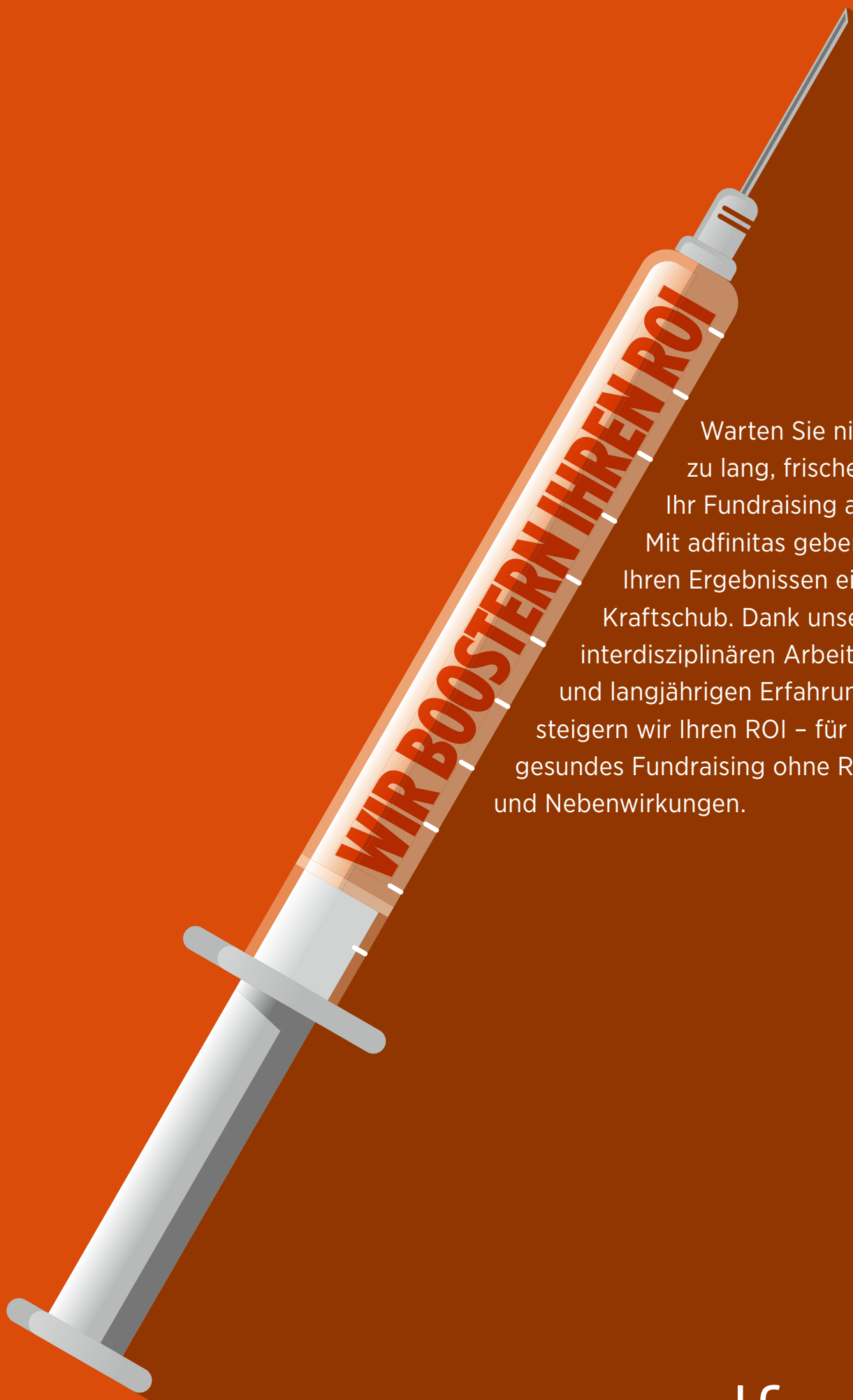
Fotonachweise:
Titelseite: Rawpixel.com@AdobeStock | S. 3: René Grodde/www.atri.eu | S. 4 (THEMA) & 20: Rawpixel.com@AdobeStock | S. 5: Alessandra Schellnegger (FAESSLER), Simone M. Neumann (VOGT), Charly Lair/Die Fotografen (HENGL), S. 6: René Grodde/www.atri.eu | S. 8: Jenner-Egberts Foto+Film | S. 12: Mercan Sümbültepe, S. 13: PrettyVectors@AdobeStock | S. 16: Alessandra Schellnegger | S. 20: Rawpixel.com@AdobeStock | S. 21 & 22: Farknot Architect@AdobeStock | S. 21 & 24: sitthiphong@AdobeStock | S. 27: Simon Schöpf | S. 30: Anika Büssemeier/CBM (OBEN), Paul Glaser (STEHFEST) | S. 32: Roland Unger | S. 33: Anna Stöcher | S. 34: Care | S. 38: Simone M. Neumann | S. 42: René Grodde/www.atri.eu (NITZSCHE) | S. 44: stokkete@AdobeStock | S. 46: Nattakorn@AdobeStock | S. 48 & 88: Manfred Pernice, Wilfried Kuehn und atelier le balto, S. 54: Gaetan Bally (LACK), Philippe Ramakers (BAESKOW), Achim Rizvani/Caritas im Norden (FELDMANN) | S. 55: Sven Lorenz (SCHMOLZ) |, S. 56: Wolfgang Lienbacher (KLUMPNER) | S. 57: Konrad Fersterer (SCHMIDT & GRÜNFELDER), eveleen007@AdobeStock (AVATAR) | S. 68: DC Studio@AdobeStock | S. 69: Bucher+Prexel (BEIDE) | S. 71: KamilasPhotography | S. 73: Fabio Eppensteiner | S. 74: Tierney@AdobeStock | S. 75: Optimizely | S. 76: Jane Kelly@AdobeStock | S. 79: ponsulak@fotolia.com | S. 81: Kateryna@AdobeStock | S. 86: Charly Lair/Die Fotografen | 90: oza@fotolia.com | alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der Fundraising Akademie

Vorhang auf für die Königinnendisziplin. Denn bei der Gewinnung neuer Spender:innen kommt es auf jeden Euro und jedes Zehntelprozent Response an. Ganz gleich, ob Sie mit Ihrer Organisation schnell oder eher organisch wachsen wollen: Wir entwickeln eine nachhaltig erfolgreiche Strategie für Sie. Mit einer Kreation, die das Herz wärmt und Ihr Spendenkonto zum Glühen bringt. Sprechen Sie uns an!

Brückenstraße 1-3 · 50667 Köln · Telefon 0221 / 677 845 - 90
www.fundango.de · kontakt@fundango.de

fundango
Fundraising ist mehr



Warten Sie nicht zu lang, frischen Sie Ihr Fundraising auf: Mit adfinitas geben Sie Ihren Ergebnissen einen Kraftschub. Dank unserer interdisziplinären Arbeitsweise und langjährigen Erfahrung steigern wir Ihren ROI – für ein gesundes Fundraising ohne Risiken und Nebenwirkungen.

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

adfinitas