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

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

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

SUPERHELD SEIN
DIGITALDRUCK · LETTERSHOP · SEMINARE
SIEVERTDRUCK&SERVICE.
Potsdamer Straße 220
D-33719 Bielefeld
www.druck-u-service.de

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.

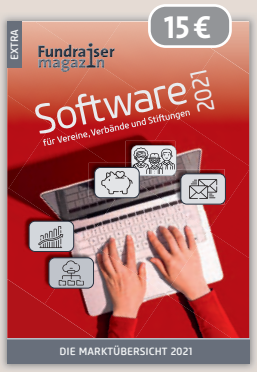
Den öffentlichen Diskurs mitgestalten

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

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.

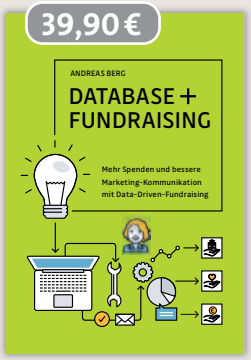
20 €

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

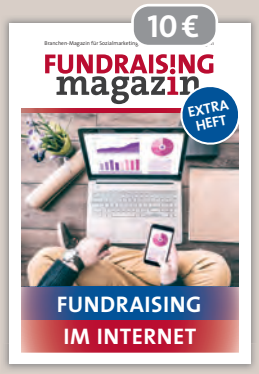
FACHBUCH
Großspenden-Fundraising
von
Marita Haibach
und
Jan Uekermann

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

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

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

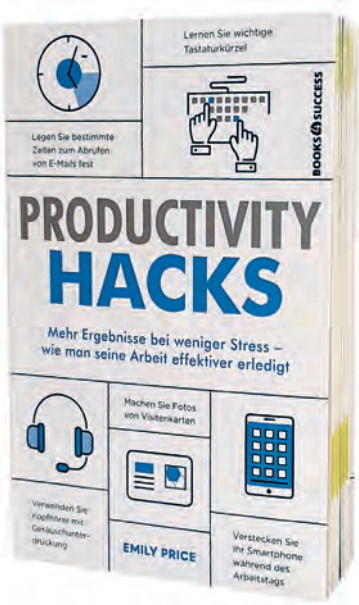
Verknüpfen Sie Ihr Bankkonto mit der FundraisingBox

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

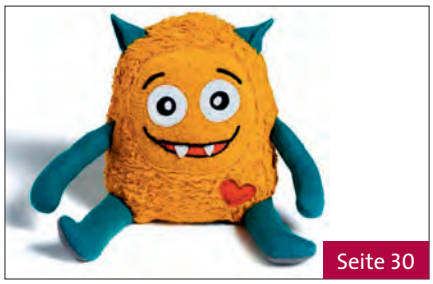
Wissen testen und gewinnen



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!

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