Branchen-Magazin für Sozialmarketing | Spenden | Vereine | Stiftungen 2|2022

FUNDRAISING magazin

BEREIT?

Digitaler Wandel im Fundraising: Was heute schon erfolgreich ist

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

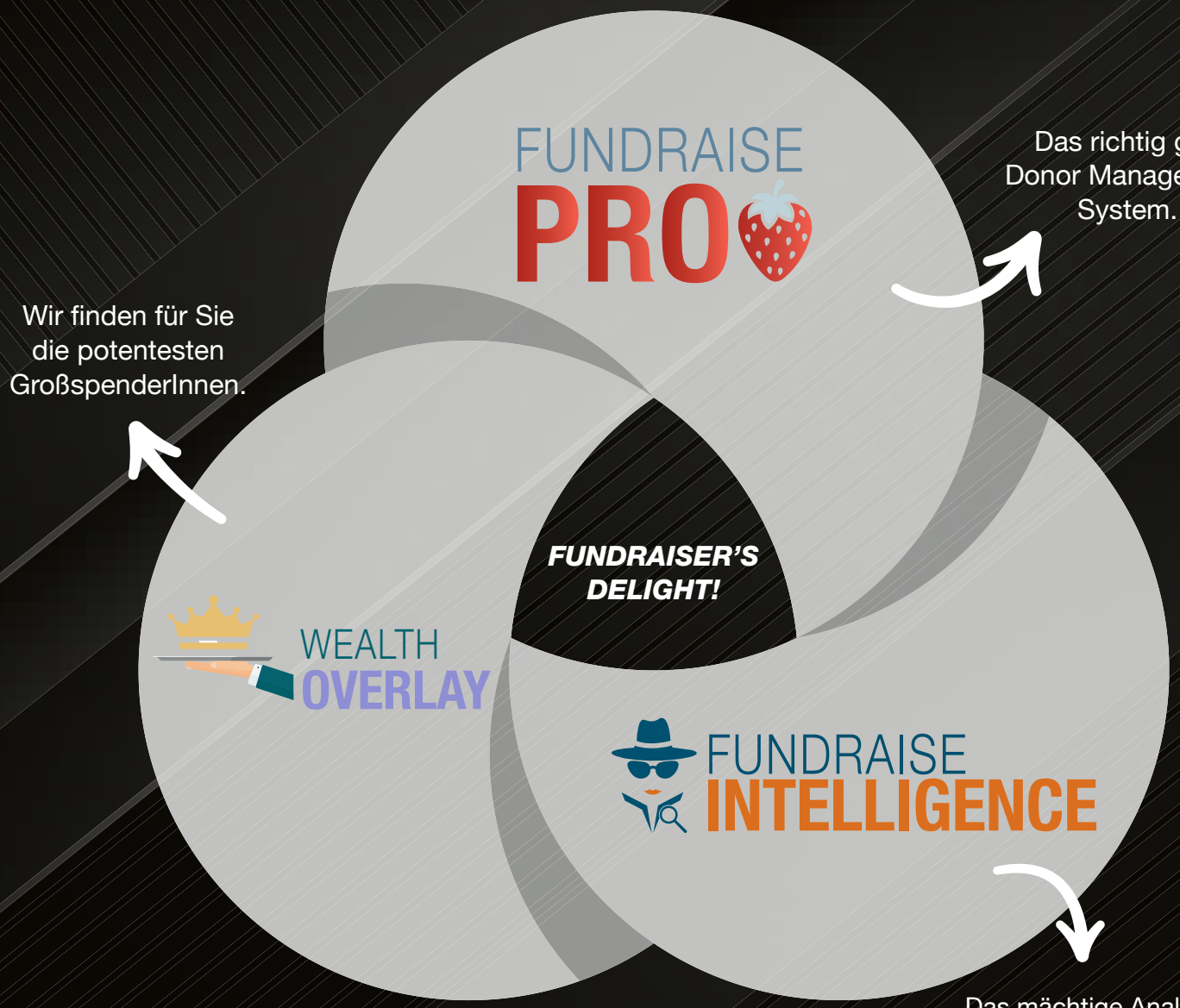
Fundraising-Jobs
Kostenlose Job-Börse für
NGOs rund ums Fundraising:
fundraising-jobs.de

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

WIR HABEN ALLES, WAS SIE BRAUCHEN!

Administration, Fakten und Werkzeuge für Ihr Fundraising

Vom Donor Management über die Datenaufbereitung bis zur wirtschaftlichen Betrachtung all Ihrer Aktivitäten: Mit den Werkzeugen und Dienstleistungen von stehli software dataworks sind Sie von A bis Z rundum richtig gut betreut.



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,

sind wir bereit für den digitalen Wandel im Fundraising? Oder sind wir schon mittendrin? Ist Ihr Büro schon durchdigitalisiert? Und wie steht es um die Kommunikation? Machen Sie auf Ihrer Digitalisierungs-to-do-Liste überall schon ein Häkchen oder gibt es aktuelle Baustellen? Und was passiert dabei mit den Menschen? Unser Themenschwerpunkt dieser Ausgabe liegt bei eben diesen Fragen (ab Seite 18).

Im letzten Fundraising-Magazin erschien ein Kommentar zum neuen Lobbyregister des Deutschen Bundestages. Kritikpunkt: NGOs müssen, wenn sie im Register gelistet sind, die Namen ihrer Großspender veröffentlichen. Welcher Großspender will das schon! Es erreichten uns zahlreiche Wortmeldungen zu diesem Problem. Nicht auf alle konnten wir persönlich antworten, doch wir haben sie alle gelesen. Vielen Dank dafür! Ab Seite 30 erklärt Imke Dierßen, politische Geschäftsführerin bei LobbyControl, warum das Lobbyregister dennoch ein Gewinn für die Demokratie ist.

Und sonst? Wir stellen wieder spannende Menschen und inspirierende Projekte vor. Kennen Sie eine Person oder eine Organisation, über die wir doch einmal berichten sollten? Dann schreiben Sie uns gern an *redaktion@fundraising-magazin.de*

Eine interessante 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. Sehr beliebt 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

Digitaler Wandel im Fundraising: Was heute schon erfolgreich ist

Thema

Digitaler Wandel: Nicht ohne uns Menschen! 20
Warum uns die Technik nicht ersetzen wird

Ein Job „mit Sinn" allein reicht nicht 22
Wie digitale Tools die Bewerbung erleichtern und attraktiv machen können

Goethe wäre begeistert 24
Cloudlösungen sind das Daten-Management von heute

360°-Sicht auf spendende Menschen 26
Weshalb die Integration von Systemen die Relevanz von Personas beeinflusst

Change or die! 28
Digitalisierung in britischen NGOs: „The Status of UK Fundraising 2021"

Projekte & Stiftungen

Selber machen! 34
Ein Münchner Verein hatte heutige Ideen schon vor Jahrzehnten

Plötzlich eine Fremde 36
Fragile Swiss machen Hirnverletzungen und deren Auswirkungen auch für Kinder verständlich

Viel zu gewinnen 44
Warum sich Stiftungen mit Fundraising immer noch (zu) schwertun

Auf einem guten Weg 46
In Quedlinburg können sich Stifter im Straßenpflaster verewigen lassen

Über Grenzen hinweg 48
Die Stiftung Berliner Mauer will einen vielfältigen Zugang zu Geschichte fördern

Praxis & Erfahrung

In Balance: Personalisierung und Kosten 68
Mailingkampagnen mit Multi-Channel-Ansatz

Vorbereitung ist alles 70
Goldene Regeln für das Haustür-Fundraising (in der Schweiz)

Wandel braucht Ehrlichkeit 72
Ein Geschäftsführerwechsel kann in NGOs eine sehr persönliche Sache sein

Direkte Verbindung 74
Lead-Telefonie im Fundraising kann vielfältig eingesetzt werden

Versuch macht klug 76
Wie die Stiftung „Menschen für Menschen" ihre junge Zielgruppe digital erreicht

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

Menschen

Manuela Roßbach

... die Geschäftsführerin des Bündnisses „Aktion Deutschland Hilft“ steht wegen schleppender Auszahlungen von Fluthilfen im Fokus der Medien. Ein offenes Gespräch über Verantwortung und Empathie. **14**

Philipp von der Wippel

... der 26-jährige Social Entrepreneur hat sich gemeinsam mit der von ihm mitgegründeten Organisation ProjectTogether den Ansatz der Open Social Innovation auf die Fahne geschrieben. **38**

Stefan Diefenbach-Trommer

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

Meinungen

Persönliche Gedanken

Harald Meyer-Porzky: Über Frösche und über Geld, das seine Rolle wechselt **12**

Kommentare aus der Redaktion

von Matthias Daberstiel **6**

von Rico Stehfest **32**

von Ute Nitzsche **42**

Aktuell

Verdeckte Lobbyarbeit verhindern **30**

Das Lobbyregister ist ein Gewinn für die Demokratie – wenn man es richtig macht

Rubriken

Schöner scheitern **11**

Köpfe & Karrieren **54**

Branche **58**

Dienstleisterverzeichnis **60**

Fundraising-Kalender **78**

Bildung **80**

Fach- und Sachbücher **84**

Wissen testen & gewinnen **88**

Das Letzte **90**

Vorschau & Impressum **90**

Autorinnen und Autoren

... dieser Ausgabe:

Matthias Daberstiel, Imke Dierßen, Eduard Goßner, Nahed Hatahet, Albert Linner, Matthias Marx, Holger Menze, Harald Meyer-Porzky, Roger Müller, Daniela Münster, Ute Nitzsche, Carola von Peinen, Manuel Prazak, Simon Scriver, Rico Stehfest, Dr. Kim Teubner, Miriam Wagner Long, Dirk Wolf, Tobias Wunden

Weiterhin

... liegt dieser Ausgabe eine Beilage der Firma **stiftungsmarktplatz.eu GbR** 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

IT-Profis wünschen sich mehr Corporate Volunteering

Viele IT-Fachleute möchten sich ehrenamtlich engagieren – werden aber von ihren Arbeitgebern nicht unterstützt. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie, die CIO (Portal für Chief Information Officer), IDC (Marktforschungsinstitut International Data Corporation) und WHU (Otto Beisheim School of Management) unter IT-Spezialisten in Deutschland durchgeführt haben. Teilgenommen haben 393 Personen aus dem Raum D-A-CH. Die Mehrheit – nämlich 86 Prozent – der Befragten wünscht sich, von ihrem Arbeitgeber bei der Ausübung ehrenamtlicher Tätigkeiten aktiv unterstützt zu werden. Das ist in der Regel jedoch leider nicht der Fall. Nicht einmal 20 Prozent der europäischen Arbeitgeber halten Corporate-Volunteering-Initiativen für wichtig, um positive Mitarbeitererfahrungen zu ermöglichen.

▶ www.cio.de

Und sonst noch …

Eine Stiftung zum Totlachen

Bereits vor einem Jahr hat die Amerikanerin Tawny Platis den Podcast „Death is Hilarious“ ins Leben gerufen. Darin geht sie im Gespräch mit verschiedenen Leuten der Frage nach, wie man mit schwarzem Humor Trauer bewältigen kann. Jetzt macht sie den nächsten Schritt. Auf gofundme sammelt sie Spenden für die Gründung einer Stiftung namens „Death is Hilarious Grief Relief Foundation“. Der Hintergedanke dabei: Inklusion. Alle sollen sich gesehen fühlen: LGBTQ+, Indigene, polyamouröse Witwen und so weiter. Jede und jeder soll die Gelegenheit bekommen, auf angemessene Weise zu trauern. Für alle soll es nach Möglichkeit das passende Angebot in jeder Lebenslage geben. Oder besser: in jeder Todeslage.

▶ www.deathishilarious.com

MEINE MEINUNG

„Ordnung muss sein! Echt jetzt?“

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

In Deutschland geht alles einen geregelten Gang. Bürokratie sorgt für Ordnung, auch wenn das vielen nicht passt. Allerdings ist Bürokratie kein Selbstzweck. Sie ist anpassbar. Doch leider ist sie oft der Grund, dass alles so bleibt, wie es ist. Von der Flutkatastrophe im Ahrtal waren auch viele Winzer betroffen. Ihr unter Wasser stehender Flaschenwein wurde von einer ehrenamtlichen Initiative als Flutwein verkauft, und der Erlös sollte den geschädigten Winzern zugutekommen. Als Spende. Doch da macht das Finanzamt nicht mit. Für sie ist das ein Verkauf und damit fällt auf sieben Millionen Euro Umsatzsteuer an. Ordnung muss sein! Echt jetzt?

Nun, rechtlich ist das richtig. Allerding nur, wenn man annimmt, dass der Flutwein tatsächlich noch trinkbar und ein Wirtschaftsgut und nicht nur eine symbolische Geste ist, die man großzügig mit null Euro bewerten kann. Die neue Bundesregierung will, dass künftig Wirtschaftsgüter gespendet werden können, ohne dass Umsatzsteuer anfällt. Doch die Regelung lässt auf sich warten. Auch weil das Finanzministerium in den letzten Jahrzehnten bei dem Thema noch nie durch besondere Agilität aufgefallen ist. Man könnte ja Geld einbüßen. Das man auch etwas als Gesellschaft gewinnen kann – geschenkt! Der Staat legt fest, was gemeinnützig ist und gefördert wird und was nicht. Dabei ginge es viel einfacher: Jeder, der Gewinne ausschüttet, ist ein zu besteuerndes Unternehmen. Wer nicht, ist gemeinnützig oder gemeinwohlorientiert. So einfach wäre das. Aber bürokratisch ist das natürlich nicht.

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

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

Drei Fragen an … Jordi Jannausch

Konkurrenzbeobachtung bei Spendenbriefen? Geht!

? Sie sammeln in Deutschland Mailings ein und werten sie aus. Auch von Non-Profit-Organisationen?

Natürlich. Wir stellen bei Privatleuten, Firmen, Vereinen sogenannte Wert-Boxen auf, die mit personalisierten Werbesendungen und auch Spendenbriefen gefüllt werden. Sind die Boxen voll, holen wir diese kostenfrei ab. Wir analysieren die Absenderadressen für unsere Kunden. Durch die Boxen mit den Briefen bleiben wir aktuell und haben einen Adressbestand von ca. 130 000 werbeaktiven Unternehmen.

? Was machen Sie noch mit den Werbesendungen und Spendenbriefen?

Wir erfassen zusätzlich Merkmale wie Automatenhülle, Portohöhe und Art des Drucks. Auch die Versandhäufigkeiten der Mailings können wir dank einer gut gepflegten Datenbank bestimmen. Wir können sogar häufig anhand von technischen Parametern ermitteln, welcher Lettershop versendet, welche Druckerei druckt und wie hoch die Auflage ist.

Jordi Emanuel Jannausch …

… ist Vertriebsleiter der Jannausch Dialogmarketing GmbH in Vlotho und macht Vereinen und Stiftungen ein spannendes Angebot zur Konkurrenzbeobachtung.

? Was könnten Non-Profit-Organisationen damit anfangen?

Zum Beispiel ist eine Konkurrenzanalyse möglich. Wir bieten mit unserem Know-how aber auch Datenmanagement und Datenanalyse an. Wir haben unter anderem jede Menge Vereine, die Spendenbriefe verschicken, in unserer Datenbank. Unser Adressbestand von werbeaktiven Unternehmen ist vielleicht auch für die ein oder andere Organisation interessant. Wir freuen uns, wenn Vereine und Stiftungen unsere Wertboxen aufstellen und darin alle Werbemailings sammeln, die sie erhalten. Als Gegenleistung stellen wir für jede volle Box zehn Spendenbriefe der Mitbewerber zur Verfügung. So bleibt man auf dem Laufenden.

▶ www.jannausch.de

Kurzgefasst …

Schweiz: QR-Einzahlungsschein

Die Zewo hat eine neue Website erstellt, die alle wichtigen Informationen zum Thema Spenden mit dem QR-Einzahlungsschein bereithält. Ein leicht verständliches Erklärvideo der Organisation für Altersfragen ProSenectute und viele weiterführende Links sind Teil des Angebots. Eine weitere Website ist in Planung: Spenden sammeln mit dem QR-Einzahlungsschein.

▶ www.zewo.ch/de/spenden-mit-dem-qr-einzahlungsschein

Best Practice Guide: Telefonmarketing

Der Deutsche Dialogmarketing-Verband hat seinen Best Practice Guide „Rechtliche Grundlagen des Telefonmarketings" neu aufgelegt. Inhalt sind die im letzten Jahr aktualisierten Vorgaben zu Out- und Inbound, Monitoring und Sonderfragen wie Spendenwerbung oder Marktforschung. Der Guide steht kostenlos zum Download bereit.

▶ www.ddv.de

Transnational Giving: Rückgang des Spendeneingangs

Deutlich weniger große, allerdings viel mehr kleine Spenden: 2021 schließt das Transnational-Giving-Programm bei Spendeneinnahmen von 15 952 Millionen Euro von 41 500 einzelnen Spenderinnen und Spendern. Im Vergleich dazu waren es 2020 insgesamt 25 063 Millionen von nur 13 438 Spenderinnen und Spendern. Die Anzahl der Spenden jedoch hat um das Dreifache zugenommen.

▶ www.maecenata.eu

E-Book „Zusammenhalt"

Ob die Flutkatastrophe in Rheinland-Pfalz oder ein Anti-Rassismus-Training mit VR-Brille: Das E-Book „Zusammenhalt" erklärt allgemein verständlich die Facetten des Konzepts Zusammenhalt und zeigt ganz konkret, wie sich Engagierte in ganz Deutschland für ein vertrauensvolles und solidarisches Miteinander starkmachen.

▶ www.opentransfer.de/zusammenhalt

LEGO Foundation: 143 Millionen Dollar Fördermittel

Um Herausforderungen in der frühkindlichen Entwicklung anzugehen, hat die LEGO Foundation einen mit 143 Millionen US-Dollar dotierten globalen Fördermittel-Wettbewerb ausgeschrieben. Organisationen, die sich bewerben möchten, müssen sich bis zum 7. April anmelden – die Frist für die Einreichung der Vorschläge endet am 17. Mai.

▶ www.learningthroughplay.com/build-a-world-of-play/the-challenge

Zukunftsstudie Zivilgesellschaft

Im Rahmen des Projekts „Foresight Zivilgesellschaft“ hat ZiviZ im Stifterverband das Zusammenspiel möglicher Entwicklungen untersucht und sowohl positive als auch negative Zukunftsszenarien für die Zivilgesellschaft erstellt. Die Studie macht zudem Vorschläge, wie auf erwünschte „Zukünfte“ hingewirkt und unerwünschten entgegengewirkt werden kann. Das Projekt wird von der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE) gefördert.

▶ www.ziviz.de/zukunft-der-zivilgesellschaft

Spenden-Almanach 2021

Erweiterte Informationen zur Spendenentwicklung in Deutschland

Mit dem Spenden-Almanach veröffentlicht das Deutsche Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI) jährlich Fakten und Einschätzungen über das aktuelle Geschehen auf dem deutschen Spendenmarkt sowie Fachbeiträge zu wichtigen Themen des Spendenwesens. Im Almanach 2021 sind dies unter anderem die Artikel „Effektiver Altruismus als philosophische Ethik und soziale Bewegung – eine kritische Betrachtung“ von Prof. Dr. Georg von Schnurbein und der Beitrag „Initiative Transparente Zivilgesellschaft – ein Logo als freiwilliger Mindeststandard für Transparenz“, der gemeinsam von Autoren des DZI und von Transparency International Deutschland verfasst wurde. Der Spenden-Almanach veröffentlicht auch die wichtigsten DZI-Spenden-Tipps und Arbeitshilfen für Spendenorganisationen sowie die Einzelporträts aller 230 Spenden-Siegel-Organisationen. Deutlich erweitert wurde in der aktuellen Ausgabe der statistische Teil mit Angaben zur Spendenentwicklung in Deutschland, sodass ein aussagekräftiges, transparentes Bild des Spendensektors insgesamt entsteht. Der 332 Seiten starke Almanach 2021 kann als E-Book kostenfrei auf der DZI-Website abgerufen oder als gedruckte Ausgabe zum Preis von 12,80 Euro (zzgl. Porto/Versand) beim DZI bestellt werden.

▶ www.dzi.de

Der wohnt hier nicht …

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.

von MIRIAM WAGNER LONG

Beziehungspflege ist das A und O im Fundraising. Kleinste Fehler können hier einen langen Rattenschwanz nach sich ziehen. Ich bekomme heute noch Herzrasen, wenn ich an den ärgerlichen Schnitzer während meiner Tätigkeit für eine Patientenorganisation in den USA denke – obwohl ich heute dankbar für die Erfahrung bin.

Die Aktivitäten der Organisation beruhten ursprünglich und fast ausschließlich auf einem Aktivisten-Fundraising – was selbstverständlich mit einem hohen Zeitaufwand verbunden ist. Unsere Datenbank hatten wir gezielt mit Kontakten aus dem Umfeld betroffener und engagierter Familien aufgebaut. Von unserem kleinen Büro außerhalb von Philadelphia steuerten wir Veranstaltungen in weiten Teilen des Landes – wie auch unsere jährliche Benefizgala in Manhattan.

Alles drehte sich um das Komitee, das aus mindestens zehn Personen bestand, die ihr persönliches Netzwerk öffneten. In den ersten Jahren druckten wir Einladungen, besuchten jedes Mitglied des Komitees und versendeten Einladungen gemeinsam, handadressiert. Etwa 400 Gäste und circa 400 000 Dollar erzielte die erste Gala.

Wer schon mal eine Gala vor- und nachbereitet hat, weiß, wie hoch der erforderliche Einsatz ist. Addiert man die für die Beziehungspflege benötigte Zeit dazu, wird es spannend. Auch wenn wir uns jedes Jahr aufs Neue vornahmen, rechtzeitig zu planen: Auch diesmal begannen wir wieder viel zu spät. Und selbstverständlich gaben wir nichts aus der Hand. In den vergangenen drei Jahren war die Teilnehmerliste für die Veranstaltung auf 600 Gäste angewachsen – ebenso das Ziel: 600 000 Dollar Spendeneinnahmen sollten erreicht werden. Entsprechend ist der Verteiler gewachsen, um alle Bekannten, Freunde, Arbeitskollegen, Firmenpartner und Familienmitglieder, die gemeinsam der seltenen Erkrankung den Kampf angesagt hatten.

4000 Einladungsschreiben wurden versendet – personalisiert mit dem Absendernamen eines Komitee-Mitglieds – und in Empfang genommen. Es dauerte nicht lange, da riefen die ersten Adressaten verwirrt bei uns an. Mir dämmerte, dass es sich nicht um Einzelfälle handelte.

Schnell stellten wir fest: Beim manuellen Bearbeiten des Verteilers waren die Spalten verrutscht. 4000 Einladungen waren zwar an die richtigen Adressen versendet worden – aber die Empfängernamen waren falsch. Eine sinnvolle Lösung musste schnell her.

Wir druckten ein persönliches Anschreiben, in dem wir offen und ehrlich den Fehler erklärten. Im Zusammenhang baten wir noch einmal höflich um ein Erscheinen zur Gala. Die Wirkung war positiv und die Gala ein Erfolg.

Dieser Fehler, so klein er in der Sache war, hat mich geprägt. Was ich daraus gelernt habe:

- die Datenbank effektiv zu nutzen
- stoßfestes Zeitmanagement mit Puffer in der Vorbereitung
- Stichproben im Vier-Augen-Prinzip
- Aufgaben abgeben – sich lösen von „Ach, ich mach das eben schnell selbst."
- Wenn mal etwas schiefgeht: kein blinder Aktionismus – strategisch denken!

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

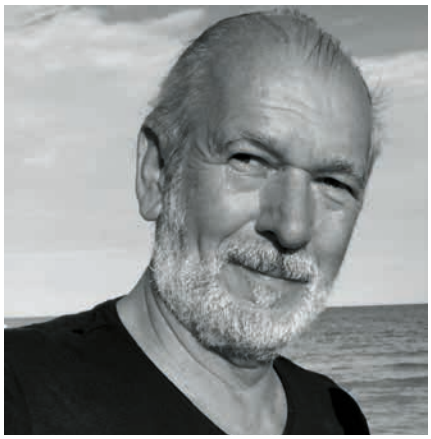
Über Frösche und über Geld, das seine Rolle wechselt

Persönliche Gedanken von Harald Meyer-Porzky

Haben wir als Fundraiser das Gefühl dafür verloren, was geht und was eben nicht geht, wenn wir Menschen zum Spenden animieren möchten? Sind wir die Frösche geworden, die den Teich trockenlegen sollen, in dem sie schwimmen?

Auslöser für meine Fragen ist eine Diskussion auf Facebook, die ich eine Weile verfolgt habe. Ein mit allen Wassern gewaschener Fundraiser (das sage ich mit Respekt) war sichtlich genervt von einem Neuspendermailing, das er in seinem Briefkasten vorfand. Es war ihm deutlich zu vollgepackt mit Incentives, zu aufdringlich, unangemessen, einfach zu teuer gemacht. Er bezweifelte aufgrund der eigenen Erfahrung, dass sich das jemals rechnen könnte und stellte mehr oder minder die Frage, ob eine Organisation, die so mit Spendengeldern umgeht, Mitglied im deutschen Fundraising-Verband sein dürfe. Letztere Frage mögen andere beantworten. Auch die Frage, ob man nun Kugelschreiber, Kalender oder ganze Musik-CDs beilegen soll, was viele tun und wozu immer gerne geraten wird.

Doch die Frage, was geht oder eben nicht geht, bewegt mich als Fundraiser ganz grundsätzlich schon lange. Menschen erwarten von uns Sparsamkeit. Viele werden jetzt sofort zustimmend nicken. Die meisten von uns dürften das mit der prozentualen Aufschlüsselung der Ausgaben und Einnahmen ihrer Organisation auch gut und griffig darstellen können und mit Siegeln, Zertifikaten und Testaten untermauern.



Sicherheit gibt es nie

Wie würden Spenderinnen und Spender reagieren, wenn sie immer auch alle Details aus den Etats kennen würden? Wie würden sie reagieren, wenn sie immer und jederzeit vor Augen gehalten bekämen, was zum Beispiel Neuspendende kosten? Wenn sie wüssten, wie ausgeklügelt wir sie motivieren, upgraden, reaktivieren, eben das tun, was wir als Fundraiser mit aller gebotenen ethischen und moralischen Begrenzung tun. Wenn sie beispielsweise permanent sehen, erkennen würden, dass viele Organisationen Neuspendende erst mal mit den Spenden ihrer treuen „Brot-und-Butter-Spendenden" über viele Monate subventionieren müssen.

Operativ und rechnerisch ist das alles richtig und okay. Wenn ich es gut mache, dann amortisiert sich diese Investition. Wer reaktiviert wurde, spendet für eine Weile weiter. Das rechnet sich fast immer. Wenn aufwendig gewonnene Neuspender zu treuen Spendern geworden sind, dann haben sie irgendwann ihre Kosten wieder eingespendet. Irgendwann zahlt sich das Investment aus. Hoffentlich, denn es bleibt eine Wette darauf. Sicherheit gibt es nie. Es dauert gern auch mal über ein Jahr und zunehmend länger, und unsere Toleranzschwelle als Fundraiser in puncto Kosten wächst an dem Punkt mit. Unsere Hoffnung auch.

Doch machen wir die Probe: Wenn Sie in dem Moment, in dem Sie von einem motivierten und ehrlich auftretenden Dialoger auf der Straße oder an der Haustür überzeugt wurden, Mitglied oder Dauerspenderin einer Organisation zu werden, wüssten, dass Ihr erster Jahresbeitrag

Harald Meyer-Porzky ist Fundraising-Manager (FA), Vorstandsvorsitzender der Ruth-Pfau-Stiftung und Vorstandsmitglied des Marie Adelaide Leprosy Center (MALC) in Pakistan. Bis Ende 2019 war er Leiter Öffentlichkeitsarbeit & Fundraising sowie Mitglied der Geschäftsführung der DAHW Deutsche Lepra- und Tuberkulosehilfe e.V. und Vorstandsmitglied von Bündnis Entwicklung Hilft – Gemeinsam für Menschen in Not e.V. (BEH).

(und manchmal mehr) vollständig in die Fundraisingkosten fließt, in den meisten Fällen erst einmal eine Agentur davon bezahlt wird, würden Sie Ihr Geld spenden? Erwarten und hoffen wir nicht eigentlich alle, dass mit diesem, meinem Geld konkret und sofort geholfen wird?

Das Geld wechselt die Rolle

Dieser Moment hat es mir angetan. Hier wechselt das Geld nämlich seine im Dialog entwickelte und beschriebene Rolle. Gerade eben war dieses konkrete Geld von mir beispielsweise noch eine Spende für jemanden in Not, und dann wechselt mein Geld in den großen Topf, wird ein prozentualer Anteil, und die Organisation finanziert damit die Fundraising-Maßnahme. Ich mute dem Gegenüber an der Stelle viel zu. Wie gut ist es, dass nicht alle Gebenden an dieser Stelle nachfragen? Klar können wir sauber argumentieren, nur ist das ein Wechsel der Erzählebene. Gerade eben habe ich noch die bewegende, motivierende Geschichte erzählt, wie ich mit der Spende konkret helfe, und plötzlich muss ich betriebswirtschaftliche Aspekte erläutern. Egal, wie gut ich Geschichten erzählen kann, jetzt betreten wir die Welt der nüchternen Zahlen.

Nicht unbemerkt zum Frosch werden

Wie gut, dass Menschen Aspekte auch ausblenden können und nicht immer alles hinterfragen. Der Zauber des Moments, das wunderbare Gefühl beim Spenden, welches weit über die Glücksmomente beim Shoppen hinausgeht, sie würden abrupt von der Rationalität gestört.

Ich klinge naiv, zweifle plötzlich an der eigenen Profession? Nun, ich will nur nicht unbemerkt zum Frosch werden. Mit wachsender Professionalisierung werden wir immer besser darin, Spenden zu bekommen. Immer mehr Einrichtungen und Organisationen sind auf das Fundraising angewiesen. Gleichzeitig bleibt die Zahl der spendenbereiten Menschen relativ konstant. Die Konkurrenz ist groß, gute Argumente für ihr Tun haben viele. Da wünsche ich uns, dass wir sensibel bleiben für diesen brüchigen Moment in unserem Fundraising, immer wieder aus dieser Situation zu lernen und mit den Spenderinnen und Spendern sowie unseren Organisationen daran zu wachsen.

Voiss

Erfolgreiches
Face to Face Fundraising.
Seit 5 Jahren.

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

voiss.ch

+41 (0)44 544 22 48

„Ich würde schon gern die ganze Welt retten!“

Für den Stress, den sie gerade hat, wirkt die Geschäftsführerin des Bündnisses „Aktion Deutschland Hilft“ recht entspannt. Manuela Roßbach treffe ich, wie mittlerweile üblich, in einem Zoom-Call. Sie ist Profi in Interviews aller Art. Deshalb erwarte ich von ihr glatte Sätze, wohltemperiert und ausgewogen. Doch es wird ein Gespräch, das offen ist und in dem sie durchaus Kante zeigt.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Reden, reden, reden, so erlebt man Manuela Roßbach seit über einem halben Jahr. Omnipräsent scheint die Geschäftsführerin des Aktionsbündnisses „Aktion Deutschland Hilft“ im Fernsehen, Radio und der Zeitung. Der Grund dafür ist kein angenehmer. Die Weitergabe von Spenden für die Betroffenen des Hochwassers in Deutschland stockt. Doch Roßbach gehört nicht zu denen, die sich wegducken oder Zuständigkeiten vorschieben. Sie stellt sich, erklärt, argumentiert mit einer Engelsgeduld Dinge, für die gar nicht sie verantwortlich ist, sondern die Politik. Aber zunehmend merkt man ihr auch an: Es schlaucht sie.

Leidenschaftliche Gründerin

Manuela Roßbach gehört zu den Menschen, die das Bündnis deutscher Hilfsorganisationen, „Aktion Deutschland Hilft“, vor 20 Jahren gegründet haben. Mit dabei sind auch Heribert Röhrig vom Arbeiter-Samariter-Bund und Bert Hinterkeuser von der Arbeiterwohlfahrt. Damals war Manuela Roßbach noch Geschäftsführerin bei Care Deutschland.

Vorbilder für „Aktion Deutschland Hilft“ waren die Glückskette in der Schweiz und das Disasters Emergency Committee in Großbritannien. Auch andere deutsche Hilfsorganisationen lud das Gründungstrio ein, dabei zu sein, aber sie wollten nicht, sondern gründeten später eigene Bündnisse. Roßbach sieht das pragmatisch: „Gründen ist meine Leidenschaft. Etwas mit Gleichgesinnten auf den Weg zu bringen, hat etwas Erfüllendes, und ‚Aktion Deutschland Hilft‘ ist seit nun 20 Jahren ein gut funktionierendes Beispiel.“ 23 Organisationen gehören heute zum Bündnis. Nach dem Spendenaufruf zur Flutkatastrophe in NRW und Rheinland-Pfalz im Sommer 2021 hat das Bündnis mit Abstand die meisten Spenden erhalten: 278 Millionen Euro. Zum Vergleich: Bei der Flut 2013 waren es noch rund 38 Millionen Euro. Allein im Dezember 2021 kamen nochmals acht Millionen Euro aufs Konto. „Das war letztes Jahr wirklich der Wahnsinn“, staunt sie immer noch ungläubig. „Wir hatten kurz nach unserem Spendenaufruf im Sommer mehr als 250 000 Zugriffe pro Minute auf unsere Website und mussten Vorkehrungen treffen, dass die Seite nicht abstürzt.“

Ist Katastrophenhilfe gemeinnützig?

Doch dieser Erfolg droht nun einen echten Schaden zu erleiden. Immer noch sitzt die „Aktion Deutschland Hilft“ auf rund 130 Millionen Euro an Spendengeldern. Das frustriert Manuela Roßbach sichtlich. Sie sieht den Gesetzgeber in der Pflicht, das zu ändern. Denn das Finanzministerium definiert, was gemeinnützig ist. Den Zweck „Katastrophenhilfe“ gibt es nicht und deshalb gelten für die Weitergabe von Spenden die Regelungen für die Mildtätigkeit und Bedürftigkeit. „Wir müssen in Umwegen denken und bei Unsicherheit den Einzelfall durch das örtliche Finanzamt prüfen lassen. Können Sie sich vorstellen, wie lange das bei nur 10 000 Betroffenen dauert, wenn auch nur bei zehn Prozent Unsicherheiten bestehen? Und völlig ausgeblendet sind betroffene Kleinunternehmer, wie Landwirte oder Winzer. Die dürfen keine Spenden von uns bekommen. Das verstehen weder Betroffenene noch Spender noch Journalisten. Das geht an den tatsächlichen Bedarfen der Menschen, an der Realität vorbei. Mit einem neuen Zweck ‚Katastrophenhilfe‘, der für alle Betroffenen in der Region gilt und sich an den tatsächlichen Bedarfen orientiert, könnten wir sicher besser und schneller helfen.“

Frust über Bürokratie

Schnell merkt man, wie tief sich Manuela Roßbach mittlerweile im Zuwendungsrecht auskennt. Von der Politik fühlt sie sich in dieser Phase alleingelassen: „Stellen Sie sich vor, unsere Organisationen müssen den gesamten Nachweis – der ja für staatliche Wiederaufbauhilfe erfasst wurde – kennen und ihrerseits weitere detaillierte Informationen von den Betroffenen anfordern, weil sie ja auch die Bedürftigkeit nachweisen und dokumentieren müssen. Damit werden Prozesse nötig, die dem Label ‚schnelle und unbürokratische Hilfe‘ diametral widersprechen! Und dabei müssten wir es in Deutschland besser wissen, weil wir auch solche Herausforderungen bereits 2002 in Sachsen und 2013 in Bayern schon mal hatten!“ In diesem Moment spüre ich, wie der Frust der Katastrophenregionen in die Chefetage des Bündnisses vorgedrungen ist. „Warum muss jedes Mal wieder alles neu erfunden werden, nur weil eine Bundeslandgrenze dazwischen liegt? Ich würde mich freuen, wenn wir es diesmal schaffen, das Wissen, das wir bei dieser großen Katastrophe in Deutschland in den letzten sechs Monaten erlangt haben, zu teilen, dass andere daraus lernen und wir im Sinne der Katastrophenvorsorge beim nächsten Mal besser vorbereitet sind. Das wird nicht das letzte Hochwasser in Deutschland sein“, warnt sie eindringlich. Das Büro der „Aktion Deutschland Hilft“ liegt nur 40 km … ▶

... von den durch die Katastrophe getroffenen Orten in Rheinland-Pfalz und in NRW entfernt. Manuela Roßbachs Sohn ist Winzer und hat im überfluteten Ahrtal geholfen. Sie selbst war mit der AWO und den Johannitern vor Ort, half bei der Verteilung von Hilfsmitteln und beim Ausfüllen von Formularen. Man merkt ihr an, wie nah ihr das geht, dass sie sozusagen direkten Nachbarn nicht so helfen kann, wie sie möchte und wie es das Bündnis auch könnte. Sie beantwortet seit Monaten Journalistenfragen. Stellt sich der Kritik an Dingen, für die „Aktion Deutschland Hilft" wenig kann. „Die Stimmung ist schon im August in einigen Orten gekippt", stellt sie fest. Das wurde aber auch angeheizt. Besonders das Agieren der Bild-Zeitung in Ahrweiler stieß ihr negativ auf: „Es ist gut, berichten zu wollen, aber diese Berichterstattung hatte nur eine negative Richtung."

Zu wenig Zeit für Hilfe

Umso erstaunlicher, wie gelassen sie mit der Kritik umgeht. „Wenn mich jemand fragt, erkläre ich eben den Sachverhalt. Wir müssen im Austausch miteinander bleiben, das macht Gesellschaft aus." Gleichzeitig ärgert es sie, dass der Hilfe keine Zeit eingeräumt wird. „Die Infrastruktur wieder aufzubauen dauert nun mal. Wir sind ja nicht im Film", wird sie deutlich. Katastrophenbilder kann sie aber nicht einfach abschütteln: Etwa auch nach dem Tsunami 2004 und dann unmittelbar danach bei der Flut in Pakistan stellte sie fest, wie sie diese Bilder innerlich mitnehmen. „Meine Aufgabe ist ja, über die Katstrophe zu sprechen, darüber zu reden, wie es den Menschen geht. Das ist nicht immer leicht. Man darf die Schicksale nicht so an sich ranlassen. Ich würde schon gern die ganze Welt retten, das geht aber leider nicht so einfach."

Lust auf Veränderung

Manuela Roßbach wirkt enorm wach und aufmerksam. Sie ist in Königswinter zu Hause und dort auch in der Regionalpolitik als Stadträtin für eine freie Wählerliste aktiv. Warum? „Königswinter am Rhein ist so schön, aber in den letzten Jahren ziemlich runtergekommen. Ich hatte einfach Lust, die eingefahrene Politik der CDU nach 50 Jahren abzulösen und dabei parteilos aufzutreten. Mit Platz 13 auf der Liste hatte ich mir aber nicht viele Chancen ausgerechnet", gibt sie ehrlich zu. „Doch dann habe ich das Direktmandat in meinem Wahlkreis gewonnen. Ich war sehr verblüfft und fühle mich natürlich jetzt verantwortlich, gute bürgernahe Politik zu machen. Das ist gar nicht so einfach", gibt sie unumwunden zu. Ihren Humor hat sie jedenfalls nicht verloren. „Fragen Sie bloß meinen Mann nicht danach", wirft sie lachend ein, als ich sie auf die Balance von Beruf, Familie und Ehrenamt anspreche.

Klar ist für sie, dass sie in naher Zukunft Dinge abgeben muss, wie eines ihrer aktuellen Herzensprojekte: FIDAR. Übersetzt: Frauen in die Aufsichtsräte. „Wir haben ja schon viele kluge Männer in Gremien, aber ich denke, wir brauchen mehr Frauen, die wiederum Vorbilder für andere sind, um nach solchen Ämtern zu streben. Was mir noch fehlt, ist manchmal, dass man generell in diversen Teams denkt, um so bessere Lösungen für alle zu bekommen." Das schließt auch die Beteiligung von Menschen mit Behinderung ein. „Gerade in der humanitären Hilfe haben wir ja viele Bedarfe in dieser Richtung und da sollten die Betroffenen auch mehr mitreden."

Vorbilder im Fundraising

Im Fundraising sieht sie schon einige Kolleginnen, die eine Vorbildfunktion für ihre männlichen und weiblichen Kollegen haben. „Da fallen mir Dr. Marita Haibach, Susanne Anger, Melanie Stöhr, Veronika Steinrücke, Anja Trögner und Birgit Donath ein." Dabei sieht sie sich gar nicht so eng in der Fundraising-Szene vernetzt. „Ich schaue aber schon über den Tellerrand und sehe viele tolle Frauen, die spannende Projekte realisieren." Einblick hat sie da auch. Denn sie hat an der Fundraising-Akademie auch schon den Nachwuchs geprüft. „Ist schon interessant, wie vielfältig das Thema Fundraising da angegangen wird. Aber für mich ist es auch schön zu sehen, dass trotz der Unterschiede die Werte im Fundraising für alle gleich und wichtig sind."

DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND
Wir stärken **die Kultur des Gebens**

DATENSCHUTZ-BASISSCHULUNG

Machen Sie Ihre Mitarbeiter*innen fit in der richtigen Anwendung des Datenschutzes.

LIVE-WEBINAR
JEWEILS
10-12 UHR

03.05.2022
oder
05.07.2022

Jetzt anmelden.
Rabatt für DFRV Mitglieder

CRM-INTEGRATION

Lass unsere Technologie für dich arbeiten

Wir bieten dir eine **100% native CRM-Integration** zwischen der RaiseNow Fundraising-Plattform und Salesforce NPSP.

So landen Spendendaten **über alle Kanäle** - zum Beispiel dein Spendenformular oder deine Peer-to-Peer Spendenseite - **direkt und in Echtzeit** in deinem CRM.

salesforce.org

Jetzt alle Details kostenlos herunterladen

raisenow.com/salesforce

BEREIT?

Digitaler Wandel im Fundraising: Was heute schon erfolgreich ist

Digitaler Wandel: nicht ohne uns Menschen!

Die beschleunigte Digitalisierung stellt Organisationen und den darin agierenden Menschen vor eine der größten Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. Neu denken ist angesagt. Warum uns Technik nicht ersetzen kann. Seite 20

Ein Job „mit Sinn“ allein reicht nicht

Fachkräftemangel! Das hört man auch von gemeinnützigen Organisationen immer häufiger. Wie digitale Tools die Bewerbung erleichtern und attraktiv machen können. Seite 22

Goethe wäre begeistert

Ein bedeutsames Digitalisierungs-Thema in einer NGO ist das Dokumentenmanagement. Dafür gibt es Systemlösungen, die Arbeitsprozesse in einem überraschenden Umfang optimieren können. Ein Erfahrungsbericht. Seite 24

360°-Sicht auf spendende Menschen

Immer mehr Organisationen entwickeln Personas für eine zielgruppengerechte Ansprache im Fundraising. Bei deren Aktualisierung sind unterschiedliche Datenquellen und die Softwarelandschaft einer Organisation entscheidend. Seite 26

Change or die!

Der aktuelle Benchmark-Report „The Status of UK Fundraising 2021“ zeigt, welche Unterschiede es im britischen gemeinnützigen Sektor bei den Digitalisierungsprozessen der einzelnen Organisationen gibt. Seite 28

Digitalisierung für **Vereine, Verbände und Stiftungen**

Mit den wichtigsten Funktionen für die Verwaltung von Non-Profits ist unsere Softwarelösung der wahrscheinlich einfachste Einstieg in die Digitalisierung.

- **Online Fundraising**
  Projekte online präsentieren und Spenden einwerben
- **Mitgliederverwaltung**
  Alle Kontaktdaten und Beitragszahlungen zentral organisieren
- **Buchhaltung**
  Einnahmen und Ausgaben erfassen und mit einem Klick auswerten

Jetzt **30 Tage kostenlos** testen!
Mehr Infos unter **www.gettup.de**

gettup

gettup GmbH & Co. KG
Einsteinstraße 1
24118 Kiel

+49 (0)431 221 396 60
kontakt@gettup.de

Digitaler Wandel: Nicht ohne uns Menschen!

Warum uns die Technik nicht ersetzen wird

Der digitale Wind der Veränderung weht unheimlich schnell und dreht sich noch dazu laufend. Diese beschleunigte Digitalisierung stellt Unternehmen und den darin agierenden Menschen vor eine der größten Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. Neu denken ist angesagt und eines ist gewiss: So wie gestern wird es nicht mehr sein.

Von NAHED HATAHET

Die neue agile digitale Welt bietet neben enormen Potenzialen auch Gefahren. Künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen sind die neuen Megatrends und simulieren zum Teil bereits unsere menschlichen Fähigkeiten. Menschen haben berechtigterweise auch Angst vor dieser neuen von uns selbst geschaffenen digitalen Umwelt – und Angst war schon in der Vergangenheit kein guter Begleiter. Es liegt an uns, diese Technologien im Sinne einer besseren Welt und für uns Menschen einzusetzen. Es geht vor allem darum, die menschlichen Potenziale jedes Einzelnen von uns voll entfalten zu können.

Künstliche Intelligenz schürt die Ängste der Menschen

Künstliche Intelligenz und Maschinelles Lernen polarisieren bereits heute die Gesellschaft, und es gibt auch viele kritische Stimmen. Stephen Hawking meinte, dass diese Technologien das größte Potenzial für die Menschheit sein können – aber gleichzeitig auch die größte Gefahr. Auch Elon Musk hat sich kritisch geäußert, dass solche Systeme ein eigenes Bewusstsein entwickeln können, und er hat Angst davor, dass wir Menschen das vielleicht gar nicht mitbekommen. Der Historiker Yuval Noah Harari glaubt, dass wir uns selbst mittels Biotechnologie neu erschaffen und zur Gottheit „Homo Deus" mutieren werden. Wie man auch immer zu diesen Aussagen steht: Wir müssen das Thema künstliche Intelligenz unbedingt kritisch betrachten. Diese Technologien werden unsere Gesellschaft maßgeblich verändern und tun das bereits. Es ist gut zu hören, dass sich auch die Politik mit dem Thema Digitalisierung beschäftigt – wir brauchen dringend unter anderem entsprechende KI-Gesetze, um diese Technologien im Sinne einer besseren Welt und in einem entsprechenden Rahmen einsetzen zu können.

Intelligente virtuelle Kollegen übernehmen Routinearbeiten

Der Fachkräftemangel ist mittlerweile in vielen Branchen ein unerträglicher und vor allem täglicher Begleiter geworden. Was spricht also dagegen, dass wir virtuelle Kollegen schaffen und einsetzen, die diese für Unternehmen so notwendigen Arbeiten verrichten werden? Wir setzen in meinem Unternehmen bereits solche digitalen Begleiter ein. Diese haben die Fähigkeit, einfache repetitive Arbeiten zu übernehmen. Bei uns hat niemand Angst vor diesen Programmen. Im Gegenteil, sie werden von den bestehenden Mitarbeitern angelernt und mit Wissen gefüttert. Wir haben unsere Mitarbeiter aufgeklärt, was wir mit diesen neuen Technologien schaffen wollen und was unser strategisches Ziel ist: den Menschen nicht zu ersetzen, sondern vielmehr von Routinearbeiten zu befreien. Wenn wir diese Möglichkeiten in Zukunft vermehrt in Unternehmen nutzen wollen und einsetzen, könnte es vielleicht auch die Lösung für den Fachkräftemangel sein.

Kreativität, emotionale Intelligenz und Bewusstsein

Für uns Menschen bleiben die interessanteren Tätigkeiten übrig, also die kreativeren Arbeitsschritte zum Beispiel. Jene Arbeiten, für die wir vor allem unser menschliches Sein benötigen und die man nicht so einfach einer Maschine wird beibringen können. Kreativität, emotionale Intelligenz, aber auch Bewusstsein sind Eigenschaften, die uns Menschen auszeichnen und die wir wissenschaftlich in Wirklichkeit nicht erklären können.

Maschinen können sehr gut simulieren und nachmachen, diese Technologien

können aber nicht fühlen, spüren und vor allem nicht real erfahren. Wissenschaftler sind auch der Meinung, dass es wahrhaftig einen physischen Körper benötigt, der mit seiner Umwelt interagieren muss, um diese bewusst wahrnehmen zu können und ein Bewusstsein zu schaffen. Es wird wohl sehr schwer sein, einer Maschine diese so einzigartigen menschlichen Fähigkeiten beizubringen.

Macht und Profit sind keine guten Begleiter

Unser strategisches Ziel zum Beispiel ist es, dass unsere Mitarbeiter ihr ganz besonderes Potenzial finden und im Sinne des Unternehmens und ihrer Aufgaben entfalten können. Menschen haben nur dann Angst, wenn sie sich bedroht fühlen – wenn sie das Gefühl haben, ersetzt zu werden. Ich empfehle jeder Unternehmensführung, diese berechtigten Ängste ernst zu nehmen und aufzuklären. Ich bin fest davon überzeugt, dass die Digitalisierung uns dabei unterstützen wird, eine bessere Welt zu schaffen. Unternehmer, die nach wie vor nur auf Profit und Macht optimiert sind, werden es im 21. Jahrhundert sehr schwer haben, denn wir leben im Zeitalter, in dem der Mensch im Mittelpunkt stehen muss. Es ist aber zu wenig, nur davon zu reden – man muss es vor allem auch tun. Menschen spüren, wenn man es gut mit ihnen meint.

Im Digitalisierungszeitalter geht es um den Menschen

Wir Menschen sind hochkomplexe Organismen, die sich über Jahrmillionen entwickelt haben und wahrscheinlich aus dem Universum entstanden sind, sofern man wissenschaftlich denken will. So leicht wird man diese Komplexität nicht simulieren können, denn dafür müssten wir verstehen, wie das alles wirklich funktioniert – ein Ding der Unmöglichkeit, wie ich finde. Ich bin daher fest überzeugt, dass auch das Zeitalter der Digitalisierung nichts daran ändern wird – der Mensch bleibt im Mittelpunkt und ist der wichtigste Faktor des Digitalisierungszeitalters. Hoffentlich.

Nahed Hatahet ist Gründer und CEO von HATAHET productivity solutions und bringt mehr als 25 Jahre Berufserfahrung in der strategischen Beratung und Realisierung von digitalen Produktivitätslösungen ein. Als Digital-Experte und Spezialist für den Arbeitsplatz der Zukunft mit künstlich intelligenter Unterstützung begleitet er Unternehmen bei der strategischen digitalen Transformation und den dafür notwendigen Arbeitskulturwandel.
▶ www.nahedhatahet.eu

Jetzt auf Digitalisierung setzen

☝️

Weil der Generationenwechsel neue Chancen im Fundraising eröffnet.

🧠

Weil Sie so Ihr Fundraising crossmedial ausrichten können.

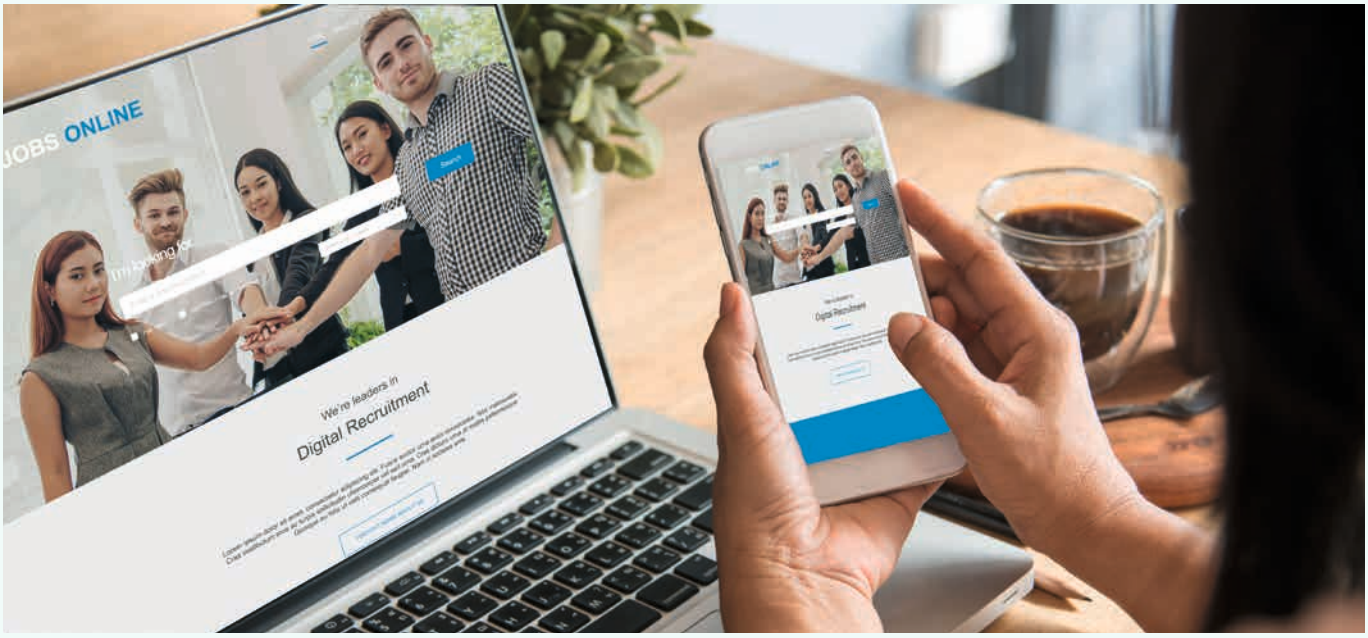
😍

Weil Sie mit digitalen Donor Journeys die Herzen Ihrer potenziellen Spender*innen im Sturm erobern.

Weitere Gründe pro Digitalisierung finden Sie hier!
www.getunik.com/digitalisierung

Möchten Sie uns kennenlernen? Kontaktieren Sie uns unter hello@getunik.com.

get_unik



Ein Job „mit Sinn“ allein reicht nicht

Wie digitale Tools die Bewerbung erleichtern und attraktiv machen können

Fachkräftemangel! Das hört man auch von gemeinnützigen Organisationen immer häufiger. Auch im Job-Portal des Fundraising-Magazins nimmt die Zahl der Ausschreibungen zu. Aber nur Stellenportale zu befüllen, reicht schon lange nicht mehr.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Candidate Experience, Online Assessment, Chatbots und sogar Künstliche Intelligenz. All das ist heute im Kampf um ein rares Gut im Einsatz: Bewerberinnen und Bewerber. Denn die Zahl der freien Stellen wächst, was den Jobsuchenden Vorteile eröffnet. Sina Talvia, HR-Managerin beim Kindernothilfe e. V. in Duisburg, stellt deshalb auch andere Ansprüche fest: „Die Bewerberinnen und Bewerber sind sich ihrer gewachsenen Position im Bewerbungsgespräch sehr bewusst. Zugenommen hat beispielsweise der Wunsch nach Teilzeit. Das ist schon eine deutliche Veränderung, die wir bemerken.“

Selbstbewusst können die Bewerbenden auch sein, denn sie haben eine reiche Auswahl an Möglichkeiten für den Karrierestart oder den Jobwechsel. Aktuell werden laut Deutscher Arbeitsagentur 1,2 Millionen Arbeitskräfte gesucht. Davon zwei Drittel Fachkräfte. Der Fachkräftemangel-Index der Schweiz legte im Vergleich zum Sommerhalbjahr 2020 um 27 Prozent zu. Auch in Österreich befindet sich der Fachkräftemangel laut der Wirtschaftskammer Österreich auf einem „Allzeithoch“.

Eigene Karrierewebsite

Gut, wer da schon vor Jahren begonnen hat, am Employer-Branding, also der Arbeitgebermarke, zu arbeiten. Denn der gesamte Bewerbungsprozess ist viel digitaler geworden. Als Arbeitgeber muss man auffindbar sein. Bei der Kindernothilfe kann das Personalteam unter anderem mit Hilfe einer sogenannten Heatmap das Nutzerverhalten auf der eigenen Karriereseite analysieren und feststellen, dass die mobile Jobsuche und mobile Bewerbungen deutlich zugenommen haben. Deshalb wird der Bewerbungsprozess auch vereinfacht. Wer sich dort bewerben will, kann einfach seine Xing- und LinkedIn-Daten nutzen und in das Bewerbungsformular übernehmen. Ein Service, der positiv ankommt: „Unsere Karrierewebsite ist das wichtigste Instrument, um Interessentinnen und Interessenten anzuziehen. Wir sind aber auch auf Karrierenetzwerken wie Xing und LinkedIn mit eigenen Profilen unterwegs, auf Stellenportalen natürlich auch oder auf Bewertungsportalen wie kununu“, so Talvia.

Digitale Steuerung des Bewerbungsprozesses

Um die Candidate Experience, also die Gesamtheit der Erfahrungen, die eine Person im Bewerbungsprozess macht, erfolgreich zu gestalten, investierte die Kindernothilfe schon vor Jahren in etliche digitale Tools. Beispielsweise zur Medienbeobachtung oder in eine Software, über die der gesamte Bewerbungsprozess gesteuert wird. Keine interessierte Person fällt so durchs Raster,

denn das könnte sich die NGO auch gar nicht leisten. Bewerberinnen und Bewerber bekommen so rechtzeitig Feedback, wo sie im Bewerbungsprozess stehen, können sich sogar im digitalen Bewerbungsportal selbst Gesprächstermine auswählen und vorab in einem fundierten Matching-Tool ihre Passgenauigkeit zur Organisationskultur der Kindernothilfe prüfen.

Kulturelle Passgenauigkeit

„Der Cultural Fit Test gibt den Interessentinnen und Interessenten einen Einblick, ob sie zur Kultur unserer Organisation passen. Wir bitten alle, vor einem persönlichen Gespräch diesen Test zu machen. Viele haben das zu dem Zeitpunkt bereits getan", berichtet Talvia. Gefragt wird darin unter anderem nach der eigenen Bewertung von Arbeitsabläufen, Freiheit und Selbstbestimmung und der Form der Zusammenarbeit im Team. „Die fachliche und professionelle Eignung ist für uns natürlich wichtig: Aber nicht nur uns, auch den Bewerbenden kommt es darauf an, zueinander zu passen", beschreibt die HR-Managerin.

Gerade den Interessentinnen und Interessenten einen digitalen Einblick zu geben, ist wichtig. Deshalb hat die Kindernothilfe sich eine Employer Value Proposition erarbeitet, um auf allen Kanälen konsistent zu kommunizieren. „Unser Bewerbungsmotto lautet: Bei uns geht es jeden Tag um mehr", so Talvia. Die Managerin würde sich aber noch viel mehr digitale Inhalte für die Website wünschen. „Eine Idee ist gerade ein 360°-Video, um einen noch besseren Einblick in unsere tägliche Arbeit zu geben. Wir könnten uns auch noch mehr Video- und Bildmaterial vorstellen, was aber auch eine Budgetfrage ist. Auch mit VR-Brillen auf Events haben wir schon experimentiert. Das würde dann auch gut zum 360°-Video passen."

Die große Stärke der Kindernothilfe liegt zudem in ihrem Alumni-Praktikanten-Netzwerk. „Etwa 20 Prozent unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben bei uns vorher mal ein Praktikum gemacht", berichtet Talvia. „Wir bleiben da gern in Kontakt." Es gibt sogar einen Newsletter für die Alumni.

Künstliche Intelligenz im Bewerbungsprozess

Unternehmen experimentieren auch mit Chatbots, die beim Online-Bewerbungsverfahren helfen, oder mit Künstlicher Intelligenz (KI). Amazon erlebte allerdings mit seiner KI gerade Schiffbruch. Die KI lernte offenbar auch entsprechende Vorurteile und benachteiligte Frauen im Bewerbungsprozess. Sie wurde deshalb von Amazon wieder vom Netz genommen. Digital ist eben nicht automatisch gut. Es muss zur Organisation und den Menschen passen.

GOB SOFTWARE & SYSTEME

UNITOP® FUNDRAISING
DIE GANZHEITLICHE LÖSUNG

Sie wollen mehr erfahren? Dann vereinbaren Sie jetzt Ihr unverbindliches Strategiegespräch mit unserem Experten:

TIM WAGEMANS | t. +49 2151 394-1130 | tim.wagemans@gob.de | www.unitop-welt.de

Goethe wäre begeistert

Cloudlösungen sind das Daten-Management von heute

Ein bedeutsames Digitalisierungs-Thema in einer NGO ist das Dokumentenmanagement. Dafür gibt es Systemlösungen, die Arbeitsprozesse in einem überraschenden Umfang optimieren können.

Von EDUARD GOSSNER

Selbst Genies sind vor den Untiefen der Arbeitsorganisation nicht gefeit. Das wusste schon Johann Wolfgang von Goethe, dem das Zitat zugeschrieben wird: „Gegenüber der Fähigkeit, die Arbeit eines einzigen Tages sinnvoll zu ordnen, ist alles andere im Leben ein Kinderspiel."

Die Arbeit zu ordnen, also Arbeit zu organisieren und somit Arbeitsprozesse zu steuern, ist eine entscheidende Voraussetzung für den Erfolg. Für NGOs stellt sich die Frage, wie sich dabei Digitalisierung einsetzen lässt. „Ein Dokumentenmanagementsystem, das Arbeitsprozesse steuert und dabei Verantwortlichkeiten transparent macht, kann einen Quantensprung in der Organisationsentwicklung darstellen", so Carola Orszulik, Geschäftsführerin der IT-Consultingfirma COB, die NGOs bei der Einführung der Dokumentenmanagement-Plattform DocuWare berät.

Automatisierung von Arbeitsprozessen

Dank Cloud-Zugang ermöglicht das System den Zugriff auf alle eingestellten Dokumente – sowohl im Homeoffice als auch aus den entlegensten Winkeln der Welt. Von überall kann gemeinsam und zeitgleich an Projekten gearbeitet werden. Ein echter Problemlöser im Sinne von Goethes plakativer Formulierung wird das System durch die Fähigkeit, Arbeitsprozesse zu automatisieren. Das Zauberwort dafür heißt Workflow. Wenn ein Mitarbeiter einen Workflow startet, kann er Kollegen Aufgaben zuweisen. Das System informiert diese dann selbstständig – nach Wunsch sequenziell oder parallel – über ihre jeweilige Aufgabe. Bei sequenzieller Steuerung reicht das System nach Erledigung durch den ersten Bearbeiter die Aufgabe weiter an den nächsten Bearbeiter – Fristenbeobachtung und Erinnerung inklusive. Dabei wird die Einhaltung von Verfahrensleitlinien gewissermaßen nebenbei mit abgesichert, etwa bei Beschaffungsprozessen. Zudem ist in allen Bereichen eine Dokumentation möglich – relevant zum Beispiel beim Nachweis von Informationspflichten gegenüber Mitarbeitenden.

Intelligente Suchmöglichkeiten

Die Bandbreite der Nutzungsmöglichkeiten des Systems ist überraschend groß. Intelligente Suchmöglichkeiten unterstützen zum Beispiel die schnelle Erstellung von Auswertungen und Analysen. Im Ergebnis wird der Zeitaufwand für die Verwaltung reduziert, und die Mitarbeiter können sich besser ihren Kernaufgaben widmen.

Eine NGO, die auf diesem Weg ihre Digitalisierung vorangetragen hat, ist „Hoffnungszeichen – Sign of Hope e. V.". Reimund Reubelt, erster Vorstand der Organisation, war von Anfang an überzeugt: „Non-Profit-Organisationen müssen immer mehr Auflagen und Vorgaben beachten. Dazu kommt auch noch ein besonders hoher Transparenzanspruch. Für uns war deshalb klar, dass eine digitalisierte Prozesssteuerung nicht nur ein großer Fortschritt ist, sondern eigentlich eine unvermeidbare Notwendigkeit."

Dokumente schnell finden

Hoffnungszeichen hat zunächst verschiedene Plattformen geprüft. Die Endauswahl grenzte sich dann letztlich auf die

Marktführer ein. Bei diesen zeigten sich keine wesentlichen Unterschiede in der Funktionalität bei den Kernanforderungen. An vorderster Stelle im Lastenheft standen die revisionssichere Archivierung bei gleichzeitiger schneller Auffindung von Dokumenten durch ein organisationsweites Auskunfts- und Recherchesystem beziehungsweise eine übersichtliche Ablagestruktur, die Beseitigung von Versionskonflikten, die Unterstützung von Workflows sowie die umfassende Steuerung von Zugriffsrechten. Die Entscheidung für DocuWare fiel dann letztlich aufgrund der Faktoren Kosten (für Lizenzen, Hosting/Cloud, Wartung), Umfang der Dienstleistungen sowie hochwertige Projektabwicklung durch einen überzeugenden Einführungsplan.

Nach Abschluss des Auswahlprozesses ging es an die Gestaltung der Systemeinführung inklusive der Erstellung der Workflows entsprechend den Organisationserfordernissen. „Das muss sehr gut gemanagt werden", so Reimund Reubelt. „Wir haben deshalb großen Wert auf eine kompetente Begleitung gelegt." Das ist ganz sicher ein sehr guter Rat – und eine gute Investition, die am Ende eher Geld einspart.

Anpassung an die Organisation

Bei der NGO „Hoffnungszeichen", die jährlich weltweit rund 70 Projekte in etwa 20 Ländern durchführt, lief die Einführung nach Erfahrung der COB-Geschäftsführerin Carola Orszulik sehr gut: „Die Einführung des Systems bei „Hoffnungszeichen" ist ein Best-Case-Beispiel für gelungene Digitalisierung in der NGO-Branche. Dank Digitalisierung wird der Anspruch auf eine hohe Transparenz mit einem geringeren Kosteneinsatz erfüllt." Aber selbst mit einer externen Begleitung und Beratung bedeutet die Einführung einer DMS-Plattform für eine Organisation einen gewissen Kraftakt, denn sie erfordert das Umdenken aller Mitarbeiter. Da sieht Carola Orszulik die Organisation gefordert: „Das geht nicht von extern. Das muss von innen gepusht werden."

Und was hätte Goethe dazu gesagt? Zur optimalen Prozesssteuerung hat er leider nichts hinterlassen, doch im „Faust" heißt es mahnend: „Gebraucht der Zeit, sie geht so schnell von hinnen, doch Ordnung lehrt Euch Zeit gewinnen!"

Eduard Goßner ist Referent Print- und Fundraisingkommunikation bei „Hoffnungszeichen – Sign of Hope e.V.", wo er auch als stellvertretender Leiter des Referats Spenderbetreuung und Öffentlichkeitsarbeit fungiert. Seit 25 Jahren ist er in unterschiedlichen Funktionen im Medienbereich als Journalist, Redakteur und Öffentlichkeitsarbeiter tätig.
▶ **www.hoffnungszeichen.de**

360°-Sicht auf spendende Menschen

Weshalb die Integration von Systemen die Relevanz von Personas beeinflusst

Immer mehr Organisationen entwickeln Personas für eine zielgruppengerechte Ansprache im Fundraising. Sind diese definiert, stehen Fundraiser vor der Herausforderung, Personas aktuell zu halten. Denn Menschen ändern sich und somit auch Personas. Bei der Aktualisierung spielen nicht nur unterschiedliche Datenquellen, sondern auch die Softwarelandschaft einer Organisation eine zentrale Rolle.

Von TOBIAS WUNDEN

Erfolgreiche Organisationen kennen ihre Spenderinnen und Spender. Für ein konkreteres Bild der Zielgruppe entwickeln sie Personas und damit fiktive Repräsentanten idealer Spender. Zentrales Ziel ist es, neben den Merkmalen der Zielgruppe auch die Bedürfnisse, Erwartungen oder das Verhalten einer Persona zu bestimmen, um deren Ansprache zu optimieren.

Doch Personas zu definieren, reicht nicht aus. Sie müssen regelmäßig auf ihre Aktualität überprüft werden. Aktuelle Studien zeigen, dass sich der Markt und seine Zielgruppen ständig verändern. Schneller als wir denken „altern" Personas und werden so mit jedem Tag etwas weniger empfänglich für die gewählte Botschaft. Brauchen wir demnach ab sofort jedes Jahr einen weiteren Workshop, in dem die Personas der geänderten Realität entsprechend neu entwickelt werden?

Genau hier kommt die Softwarelandschaft ins Spiel, denn Veränderungen können anhand der Datenflüsse in Systemen wie dem CRM-System, ERP-System oder dem Newsletter-Tool gemessen werden. Eine weitere hilfreiche Maßnahme ist das Anreichern mit Daten wie beispielsweise der Erwerb zusätzlicher Attribute oder ergänzender, ähnlicher Datensätze.

Die Komplexität der Systemlandschaft nimmt zu

Veränderungen bei Personas in den eigenen Daten zu suchen, liegt daher nahe. In einer perfekten Fundraising-Welt wären alle Daten über jede Spenderin und jeden Spender auf Knopfdruck leicht verfügbar und zeigten ein zusammenhängendes Bild des Spenderlebenszyklus und der Interaktionen an den verschiedenen Kontaktpunkten. Die Realität zeigt ein anderes Bild: Daten sind in unterschiedlichen Systemen gespeichert und mangelhaft integriert.

Das Chaos mit den Schnittstellen

Heute generieren nicht mehr nur das CRM-System, sondern auch viele weitere Systeme Daten für die Ausgestaltung der Donor Journey. Und mit der wachsenden Zahl der Systeme steigt die Menge an Daten und das Risiko, Datensilos aufzubauen. Damit drängt sich immer stärker die Frage nach der Integration der Systeme und ihrer Daten auf. Ohne Integration rückt der Wunsch nach einer 360°-Sicht auf die Spender in weite Ferne.

Die typische Softwarelandschaft einer mittleren bis größeren Non-Profit-Organisation setzt sich aus mehreren Bestandteilen

wie zum Beispiel dem CRM-, ERP-System und dem Newsletter-Tool zusammen. Dabei sind die Bestandteile via Schnittstellen direkt miteinander verbunden. Integriert sind meist aber längst nicht alle Systeme und Daten, was zur Bildung von Datensilos, manuellem Im- und Export und weiteren unschönen Effekten führt. Möchten Organisationen eine stärkere Integration erreichen, müssten zwischen jedem System Schnittstellen existieren. Daraus würde eine schwer überschaubare und kaum zu verwaltende Anzahl von Schnittstellen resultieren. Das Schnittstellenchaos wäre perfekt. Verbinden Organisationen alternativ alle Bestandteile mit einem einzigen, „führenden" System wie dem CRM-System, entsteht durch die vielfache Integration dieses zentralen Systems eine starke Abhängigkeit.

Eine zukunftsweisende Möglichkeit der Systemintegration bietet eine Donor Data Platform. Bei dieser Lösung findet die Datenintegration nicht über die direkte Verbindung der Systeme statt. Stattdessen werden die Daten der einzelnen Bestandteile „in der Mitte" zusammengeführt.

Integration dank Donor Data Platform

Jeder Bestandteil ist mit nur einer Integration in die Plattform eingefügt. Dadurch wird ein zentraler Hub geschaffen, der den Datenaustausch zwischen den Systemen sicherstellt. Dabei bleiben die einzelnen Bestandteile weitgehend unabhängig voneinander. Damit können beispielsweise Newsletter- und Spender-Daten oder Daten aus der Finanzbuchhaltung leichter integriert werden.

Wie stark Daten und Systeme miteinander verbunden sind, beeinflusst auch die Weiterentwicklung der Personas. Je höher die Integration, desto eher kann eine 360°-Sicht auf die Spender erreicht werden. Je umfassender die Sicht auf die Spender, desto eher können Organisationen ihre Personas aktuell und über längere Zeiträume relevant halten und damit ein wichtiges Kriterium für den Fundraisingerfolg erfüllen.

Tobias Wunden ist seit Anfang 2019 Geschäftsführer der ANT-Informatik AG. Er ist Software-Ingenieur und Unternehmer mit einem umfangreichen Erfahrungsschatz in den Bereichen Software-, Cloud- und Organisations-entwicklung. Darüber hinaus beschäftigt er sich im Rahmen von Softwareentwicklung intensiv mit der Abbildung und Aktualisierung von Personas in der Datenbank.
▶ www.ant-informatik.ch

Change or die!

Digitalisierung in britischen NGOs: „The Status of UK Fundraising 2021“

Eins steht fest: NGOs passen sich zusehends an und lernen, die Dinge anders zu machen. Trotzdem zeigt der Benchmark-Report „The Status of UK Fundraising 2021“, dass es zumindest im britischen Sektor nach wie vor große Unterschiede bei den Digitalisierungsprozessen der einzelnen Organisationen gibt.

Von SIMON SCRIVER
Deutsch von RICO STEHFEST

Der britische Cloud-Computing-Anbieter Blackboud, der auf den gemeinnützigen Sektor spezialisiert ist, hat zum zweiten Mal seinen Benchmark-Report über den Digitalisierungszustand der NGOs auf der Insel herausgebracht. Deutlich wird darin, dass die Organisationen, die in digitale Transformation investieren, auch den wirtschaftlichen Nutzen erkennen. Trotzdem gibt es noch immer Skepsis, was den Nutzen und die Bedeutung anbelangt. Nur zwölf Prozent der Befragten bezeichnen sich selbst als digital fit, wobei eine von acht NGOs (13 %) digitale Transformation als nicht wichtig erachtet. Immerhin 39 Prozent der NGOs sind in dem Bereich aktiv und optimistisch gegenüber neuen Technologien eingestellt. Zwar beunruhigt es, dass es fast so viele Skeptiker gibt wie „Experten“, aber es überrascht nicht.

Analoge Methoden integrieren

Fundraiser in kleineren Organisationen haben viel zu viel zu tun und dafür nicht ausreichend Zeit. Angesichts der rasanten Entwicklungen kann es schwierig sein, auf den Zug aufzuspringen und am Ball zu bleiben. Es kann sich überwältigend anfühlen und oft auch ohne Ergebnis. Da ist es bequemer, bei dem zu bleiben, was man kennt. Allerdings bedeutet die Einführung digitaler Transformation nicht, dass

analoge Methoden aufgegeben werden. Sie werden lediglich integriert und optimiert.

Es lohnt sich

Die Zahlen sprechen für sich: 43 Prozent der NGOs, die ein CRM nutzen, verzeichneten laut Report im letzten Jahr erhöhte Einnahmen, wohingegen bei 41 Prozent der Organisationen ohne CRM die Ergebnisse rückläufig waren. Fast 88 Prozent der NGOs, die sich in Sachen Digitalisierung selbst als gut gerüstet ansehen, gaben an, dass die genutzten Tools und Programme zu einer effektiveren Arbeitsweise führen. Bei der Gesamtheit der Befragten waren das aber nur alarmierende 53 Prozent. Der Report zeigt auch, dass die Gesamteinnahmen im letzten Jahr erneut gesunken sind, was mittlerweile einen Drei-Jahres-Trend ausmacht. Fundraising-Ziele sind zusehends schwerer zu erreichen. Wie also können gemeinnützige Organisationen digitale Technologien so einsetzen, dass sie mit deren Unterstützung ihre Ziele erreichen?

Unterstützung notwendig

Es ist deutlich erkennbar, dass viele Akteure des Sektors in diesem Bereich Unterstützung benötigen. Und da fast 47 Prozent der Befragten von einem Fehlen des Digital Leaderships sprachen, wird deutlich, dass hier der Schwung von unten kommen muss. Überzeugende Cases for Support werden den Budget-Verantwortlichen das nötige Vertrauen vermitteln, das sie brauchen, um die nötigen Investitionen für ihre Mitarbeiter und die Zukunft der Organisation freizugeben.

Attraktivität als Arbeitgeber

Fest steht, dass durch digitales Capacity Building und Investitionen in passende digitale Technologien und Partner NGOs nicht nur für die Zukunftssicherung ihrer Organisation und regelmäßige Einnahmen sorgen. Auf diesem Weg schaffen sie auch die Art von Arbeitsumgebung mit entsprechenden Möglichkeiten, die gute Talente anzieht und hält. Mit oder ohne digitale Werkzeuge, was NGOs einzigartig macht, sind ihre Mitarbeiter.

So lässt sich für die Zukunft sagen, dass es entscheidend ist, existierende Aktivitäten immer wieder auf den Prüfstand zu stellen, zu verbessern sich von Überholtem zu trennen. Dazu gehört auch das Testen. Es gilt, herauszufinden, welche digitalen Aktivitäten die deutlichsten Ergebnisse erbringen. In diese Richtung sollte jede Organisation weiter blicken. Wer noch nicht ganz so fit ist, sollte den Austausch zu anderen „digitalen Neulingen“ suchen, aber auch zu bereits stärker aufgestellten NGOs, um von dort Unterstützung und nützliche Insights zu bekommen.

Simon Scriver ist professioneller Fundraising-Berater, Coach, Trainer, Keynote Speaker, Podcast-Host und Mitgründer der Beratungs-Agentur „Fundraising Everywhere“. Er ist regelmäßiger TEDx-Speaker und Mitglied des Beratungs-Panels des Fundraising-Thinktanks Rogare. Simon Scriver bietet Beratung und Training für Non-Profits, um deren Fundraising kosteneffektiver zu gestalten.
▶ www.fundraisingeeverywhere.com

Fotos: AdobeStock©auergraphics, ©Syda Productions

Das persönliche Gespräch ist durch nichts zu ersetzen.

*People give to people. Diese Fundraising-Grundregel gilt in Zeiten von Distanz und Digitalisierung erst recht. Deshalb setzen wir auf gute Gespräche von Mensch zu Mensch. Als erfahrener Spezialist für Telefon-Fundraising unterstützen wir Sie dabei, mit Ihren Spender*innen und Förderer*innen in wertvollem Kontakt zu bleiben. Durch das persönliche Gespräch schaffen wir eine dauerhafte (Ver-)Bindung. Rufen Sie uns an und lassen Sie uns Ihre Wünsche hören.*

TeleDIALOG
Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

Verdeckte Lobbyarbeit verhindern

Das Lobbyregister ist ein Gewinn für die Demokratie – wenn man es richtig macht

Seit Jahresbeginn hat sich etwas Grundlegendes geändert im politischen Berlin: Wer im Kontakt mit Deutschlands Bundestag und Bundesregierung Interessen vertritt, muss sich – gesetzlich vorgeschrieben – in eine Datenbank beim Bundestag eintragen und einige Angaben machen. LobbyControl hat sich gemeinsam mit anderen lange für ein solches Lobbyregister eingesetzt, das in vielen Ländern bereits Standard ist. Zentrale Funktionen eines Lobbyregisters sind es, sichtbar zu machen, wer in wessen Auftrag und mit welchen Mitteln politische Entscheidungen beeinflussen will, und verbindliche Regeln für die Lobbyarbeit festzulegen.

Von IMKE DIERSSEN

In der letzten Ausgabe des Fundraising-Magazins wurde kritisiert, das neue Lobbyregister benachteilige gemeinnützige, spendenfinanzierte Organisationen gegenüber den Profi-Lobbyisten aus der Wirtschaft. Die Kritik ist nicht ganz unberechtigt, doch fehlt ihr eine wichtige Perspektive.

Die Beteiligung an politischer Meinungs- und Entscheidungsfindung ist ein Wesensmerkmal der Demokratie. Doch durch Intransparenz und ein großes Macht- und Ressourcengefälle bekommen Gesetze und Entscheidungen zu oft eine Schlagseite: Einzelinteressen booten Allgemeininteressen aus, kurzfristige Wirtschaftsinteressen verhindern nachhaltige Regulierung. Vor diesem Hintergrund ist Transparenz darüber, wer wie und womit Einfluss nimmt, zentral für eine faire und lebendige Demokratie. Das Lobbyregister in Kombination mit der geplanten Fußspur für Gesetze kann dazu beitragen, besonders einseitige, irreführende oder verdeckte Einflussnahme zu verhindern und der kritischen Arbeit von Medien und Zivilgesellschaft wichtige Informationen liefern.

Auch viele gemeinnützige Vereine versuchen, Einfluss auf politische Entscheidungen zu nehmen. Wenn sie nicht zum Eintrag in das Lobbyregister verpflichtet wären, wäre das kein aussagekräftiges Instrument. Viele von ihnen haben Transparenz zudem längst als gesellschaftlichen Wert und als wichtig für ihre Glaubwürdigkeit begriffen.

Entscheidend ist daher, dass spendenfinanzierte Organisationen durch das Register nicht gegenüber anderen Lobbyakteuren benachteiligt werden. Das ist im geltenden Gesetz nicht gelungen. So müssen Schenkungen über 20 000 Euro offengelegt werden. Das ist besonders streng, denn professionelle Lobbydienstleister müssen dagegen zwar Auftraggeber benennen, aber keine weiteren Angaben zum finanziellen Volumen oder Zweck des Auftrags machen – das ist eine problematische Transparenzlücke und eine deutliche Ungleichbehandlung.

Bei der von der Regierung bereits angekündigten Nachbesserung des Gesetzes muss es daher das Ziel sein, solche Lücken zu schließen und zugleich zu einem angemessenen Maß an Spendentransparenz zu kommen. Klar ist: Alle Akteure sollten aussagekräftige Angaben zu Auftraggebenden und finanziellen Hintergründen machen, auch die Zivilgesellschaft. Nur so lässt sich verdeckte Lobbyarbeit verhindern und der politische Einfluss von Geldgebenden sichtbar machen – dann ist das Lobbyregister ein echter Gewinn für die Demokratie.

Imke Dierßen ist politische Geschäftsführerin bei LobbyControl. Sie ist in dieser Rolle für die Weiterentwicklung der inhaltlichen Strategie und die Planung verantwortlich. LobbyControl ist ein gemeinnütziger Verein, der über Machtstrukturen und Einflussstrategien in Deutschland und der EU aufklärt. Der Verein hat sich im Januar 2022 im Lobbyregister eingetragen und veröffentlicht die Namen von Spendern ab einer Höhe von 10 000 Euro seit Langem im Jahresbericht und auf der Website.
▶ www.lobbycontrol.de

Mit Gamification spielend Spendende binden

Neugier, Spass, Anerkennung: Gamification spielt mit natürlichen Bedürfnissen und Instinkten. Das macht sie zu einem echten Game Changer in der Bindung von Spenderinnen und Spendern. Mit diesen Praxistipps verstärken Sie die Wirkung.

Foto: Marian Fiehl@AdobeStock

Ziel und Zielgruppe

- Das Wichtigste vorweg: Seien Sie mit Ihrer Gamification einzigartig. Ein bestehendes Konzept nachzuahmen, funktioniert nur selten.
- Legen Sie Ihr Ziel fest. Wollen Sie zum Beispiel die Spendenden zu höheren Spenden motivieren oder ihnen spielerisch eines Ihrer Projekte vorstellen?
- Bestimmen Sie die Hauptzielgruppe und finden Sie heraus, welche Spielart am besten zu ihr passt.

Konzeption

- Betrachten Sie Gamification nie als Einzelmassnahme. Überlegen Sie sich, wie Sie die spielerischen Elemente mit den weiteren Massnahmen zur Bindung Ihrer Spendenden verzahnen.
- Sorgen Sie mit kleinen virtuellen Belohnungen dafür, dass die Spendenden das Spiel positiv wahrnehmen.
- Definieren Sie schon bei der Konzeption einen einfachen Registrierungsprozess und berücksichtigen Sie die Datenschutzrichtlinien im Umgang mit den Daten der Spendenden.

Umsetzung

- Beginnen Sie früh mit Tests. So vermeiden Sie Abbrüche und Frustration bei den Spielenden, weil das Game nicht richtig durchdacht ist oder technisch nicht funktioniert.
- Entscheidend für den Erfolg sind ausserdem eine kurze Spieldauer und der passende Schwierigkeitsgrad: Die Zielpersonen sollten das Spiel ohne viele Informationen begreifen und sich gleichzeitig genügend herausgefordert fühlen. Im Idealfall passt sich das Level den Usern an.

Vermarktung

- Motivieren Sie die Zielgruppe kanalübergreifend, am Spiel teilzunehmen.
- Integrieren Sie «Social Sharing»-Funktionen, damit die Spielenden ihr Ergebnis digital teilen können und das Spiel mehr Reichweite erhält.
- Ebenfalls eine starke Wirkung erzielen adressierte oder unadressierte Mailings. Gestalten Sie diese so spielerisch, dass sie Lust aufs eigentliche Game machen.

Warum Gamification wirkt

Die Spieltechniken der Gamification zielen auf den natürlichen Spieltrieb der Menschen und ihre Instinkte ab. Sie wollen Neues ausprobieren, Herausforderungen meistern, sich mit anderen messen und Anerkennung erhalten. Ganz egal, ob ein Game mit einem Erfolgserlebnis endet oder bloss die Motivation stärkt, sich beim nächsten Mal zu verbessern: Immer sind Emotionen im Spiel. Das macht Gamification zu einem wirksamen Instrument für die Bindung von Spendenden. Fühlen sie sich emotional verbunden, wandern sie nicht gleich zu anderen NPOs ab, sobald diese sie mit intensivem Fundraising umwerben.

Wie Sie als NPO richtig auf Digital Natives zugehen

Junge Menschen, die mit Internet und Smartphone aufgewachsen sind, wollen eine authentische und relevante Kommunikation – gerne auch mit Gamification. Die Expertinnen und Experten der Schweizerischen Post wissen, wie Sie als NPO Ihr Fundraising auf Digital Natives ausrichten müssen. Jetzt unverbindlich beraten lassen:

▶ *www.post.ch/D-gamification*

„Planet or Plastic?“

Die Abhängigkeit von Plastik hat sich zu einem weltweiten Problem entwickelt. Die National-Geographic-Ausstellung „Planet or Plastic?“ will auf die globale Plastikmüllkrise aufmerksam machen und Lösungen aufzeigen. Vom 30. April bis zum 28. August wird sie erstmals von einem Museum in Deutschland präsentiert. Gemeinsam mit der Agentur Mediavanti zeigt das „Landesmuseum Natur und Mensch Oldenburg“ die Ausstellung in einer ehemaligen Gleishalle neben dem Oldenburger Hauptbahnhof.

▶ www.naturundmensch.de

Aktiv für Menschenrechte

Bildungsportal für Themen von Diskriminierungsschutz bis Inklusion

Der „Kompass Menschenrechte“ bietet als digitale Plattform eine Fülle an Bildungsmaterial zu den Themen Menschenrechte, Diskriminierungsschutz, Demokratie- und Friedensbildung sowie Inklusion und Partizipation. Die barrierefreie Website soll dazu beitragen, Materialien der Menschenrechtsbildung für alle Interessierten zugänglich zu machen. „Bildung findet seit Beginn der Corona-Pandemie zunehmend auch online statt. Deshalb bauen wir unsere digitalen Angebote aus, aktuell mit diesem neuen Web-Tool“, erklärt Sandra Reitz, Leiterin der Abteilung Menschenrechtsbildung des Deutschen Instituts für Menschenrechte. „Lehrkräfte der schulischen und außerschulischen Bildung finden hier schnell und übersichtlich Materialien zu zentralen Menschenrechtsthemen, technisch optimiert für PC, Smartphone und Tablet.“

Das Herzstück der Website bilden 57 Übungen zu Menschenrechten, die nach Thema, Dauer, Gruppengröße und Suchbegriff gefiltert werden können. Vorschläge zur Weiterarbeit, Hintergrundinformationen zu zentralen Menschenrechtsthemen sowie Videos und Weblinks runden die Materialien ab. Die Website ist ein Angebot des Deutschen Instituts für Menschenrechte auf Basis der Publikation „KOMPASS – Handbuch zur Menschenrechtsbildung für die schulische und außerschulische Bildungsarbeit“.

▶ www.kompass-menschenrechte.de

MEINE MEINUNG

„Die Komplexität des Fundraisings unterschätzt“

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Dass nach wie vor ein Teil der Bevölkerung ein schlechtes Bild von NGOs und deren Bemühen um Spenden hat, ist Tatsache. Naheliegt, den Grund für eine ablehnende Haltung im Unverständnis und mangelnder Information über das Spendenwesen zu suchen. Wie das konkret aussehen kann, durfte ich während der Corona-Zeit erleben, als mich eine befreundete Geschäftsführerin eines Unternehmens um Beratung bat: Sie wollte zur Überbrückung der wirtschaftlichen Durststrecke ihre Kunden um Spenden bitten. Zwar sagte ich ihr, dass ich Journalist und kein Fundraiser sei, tat aber mein Bestes, sie auf grundlegende Dinge hinzuweisen und versuchte, ihr zu verdeutlichen, welche Aspekte sie unbedingt beachten sollte. Im Zuge unserer sehr intensiven Gespräche merkte ich sehr schnell, dass sie zum einen die Komplexität der Sache und zum anderen den zusätzlichen Arbeitsaufwand völlig unterschätzt hatte. Tatsächlich hatte sie gedacht, um Spenden bitten könne man „einfach mal schnell so“, dann würde die Kasse schon klingeln. Gleichzeitig zeigte sie selbst ein deutliches Unbehagen gegenüber ihrer Spendenbitte, welche sie als „Bettelei“ ansah. Ihr war unklar, dass es sich in Wirklichkeit ja um eine Bitte um Unterstützung handelt. Natürlich bekam sie Spenden. Das könnte durch die Corona-Situation und die Tatsache, dass es für ihr Unternehmen ein Novum war, gepusht worden sein. Sie hätte aber mehr erreichen können. Bewusst ist ihr das mit Sicherheit nicht, aber vielleicht hat sie jetzt ein anderes Bild vom Fundraising.

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

Kurzgefasst …

Oya und Pünktchen – ein Mutmachbuch

Wie erklärt man Kindern das komplexe Thema Krebs? Mit einer einfachen Geschichte, deren Protagonisten Pünktchen ein Marienkäfer und Oya eine Mutmach-Hummel sind. Geeignet ist das Buch für Kinder im Alter zwischen vier und zwölf Jahren und ist ein Projekt der Rexrodt von Fircks Stiftung für krebskranke Mütter und ihre Kinder.

▶ www.rvfs.de

Crowdfunding für Erfurt

Auch die Stadt Erfurt, besser gesagt, deren Stadtwerke, bieten jetzt auch eine Online-Plattform für lokale Crowdfunding-Kampagnen des bürgerlichen Engagements. Wie die meisten kommunalen Plattformen dieser Art nutzt auch Erfurt die White-Label-Plattformlösung des Anbieters Fairplaid. Noch ist die Zahl der Projekte dort übersichtlich, aber das braucht Zeit.

▶ www.erfurt-crowd.de

„Städte gegen Food Waste"-Initiative

Das Social-Impact-Unternehmen Too Good To Go, bekannt durch die App zur Rettung von überschüssigen Lebensmitteln, geht in seinem Engagement gegen Lebensmittelverschwendung einen Schritt weiter. Mit der Initiative „Städte gegen Food Waste" bringt es deutschlandweit Städte in einem Netzwerk zusammen, um die Lebensmittelrettung auf lokaler Ebene voranzutreiben.

▶ www.toogoodtogo.de

step4help: Charity Walk sucht „Mitschreiter"

Bewegungsmangel für Kinder beeinträchtigt ihre Entwicklung. Ski-Ass Felix Neureuther, Ex-Schwimm-Star Franziska van Almsick, Ex-NBA-Champion Dirk Nowitzki und Fußball-Weltmeister Thomas Müller starten deshalb mit „step4help" der fit4future foundation im Juni einen Charity-Walk, um Aufmerksamkeit und Gelder für Kinder-Bewegungsprojekte in Deutschland zu generieren.

▶ www.step4help.de

Lidl: 500 000 Euro für die Tafel

Als einer der Hauptpartner unterstützt der Lebensmittel-Discounter Lidl die Tafel Deutschland und die Tafel-Akademie mit 500 000 Euro für den Zukunftsfonds. Die Spende hilft dabei, die Tafel-Arbeit digitaler und damit zukunftsfähig zu machen. Zusätzlich haben Lidl-Kunden an den Pfandautomaten mittlerweile 24 Millionen Euro gespendet.

▶ www.tafel.de

Seminar, Präsenz & Online

10. Mai 2022, 9:00-17:30 Uhr, Berlin

Erbschaftsfundraising in und für Stiftungen

Legate erfolgreich gewinnen und professionell abwickeln

Jetzt zum Frühbucherpreis anmelden!

Erbschaftsfundraising ist für alle gemeinnützigen, mildtätigen und kirchlichen Organisationen, insbesondere Stiftungen, die **„Königsdisziplin des Fundraisings"**. Neben den – nicht nur – finanziellen Möglichkeiten sind gerade bei der Akquise und der nachfolgenden Abwicklung von Nachlässen eine **Vielzahl von sowohl rechtlichen und steuerlichen als auch ethischen Aspekten** zu beachten.

Stimmen zur Veranstaltung:

»Sehr gelungen in Themen- und Referentenauswahl! Viele Detailhinweise für die tägliche Arbeit!«

Dieter Uitz, Stadt Augsburg, Wohnungs-und Stiftungsamt

»Unbedingt teilnehmen. Gilt für alle Verantwortlichen in Stiftungen, und für alle, die Stiftungen beraten.«

Thomas Pass, BPM Berlin Portfolio Management

Weitere Informationen und Anmeldung:

www.ESV-Akademie.de/Erbschaft

Vom RKI empfohlene Hygienevorschriften setzen wir in unseren großzügigen Räumlichkeiten optimal um.

Medienpartner:

ESV AKADEMIE

Stiftung & Sponsoring

Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG · ESV-Akademie · Genthiner Straße 30 G · D-10785 Berlin
www.ESV-Akademie.de · Tel. (030) 25 00 85-853/856 · info@ESV-Akademie.de

Selber machen!

Ein Münchner Verein hatte heutige Ideen schon vor Jahrzehnten

Das Haus der Eigenarbeit in der Wörthstraße in München wurde 1983 auf Initiative der gemeinnützigen Forschungsgesellschaft „Anstiftung & Ertomis" gegründet. Hierbei handelt es sich um eine Stiftung, die Projekte fördert und vernetzt, bei denen es um Eigenarbeit geht, seien es urbane Gärten, Repair-Cafés oder offene Werkstätten.

Von Dr. KIM TEUBNER

Über 1000 Menschen nutzen jährlich die Werkstätten im Münchner Repair-Café.

Diese Projekte dienen nicht nur der kreativen und sinnvollen Freizeitgestaltung, sondern eröffnen den Bürgern die Möglichkeit, nachhaltig mit Ressourcen umzugehen. Man entdeckt, was man alles selber kann, und kann sein Umfeld selbst gestalten. Seien es die selbst geschreinerten Möbel oder die selbst getöpferte Tasse. Gerade im urbanen Raum sind solche Orte wertvoll. Denn während viele Menschen, die auf dem Land wohnen, eine eigene Garage oder einen Keller zum Werkeln haben, fehlt den Menschen in ihren kleinen Stadtwohnungen dafür oft schlicht der Raum.

Unterstützung durch Fachleute

Aus dieser Idee wurde schnell ein Haus mit sieben Gewerken, in dem auch Fachleute des jeweiligen Handwerks den Nutzern mit Rat zur Seite stehen. Die Werkstätten für Schmuck, Papier, Keramik, Holz, Metall, Polster und Textil sind mit professionellen Maschinen und Werkzeug ausgestattet. Wer sich nicht selbstständig an ein Werkstück wagt, kann eins der über 40 Kursangebote nutzen, in denen die grundlegenden Techniken des jeweiligen Gewerkes vermittelt werden. Der Werkzeugverleih komplettiert das Angebot.

2012 wurde in Zusammenarbeit mit dem Haus der Eigenarbeit (HEi) das erste Repair-Café in München eröffnet, hauptsächlich für Haushalts- und Unterhaltungselektronik, die das Angebot des HEi bisher kaum abdeckte. In netter Atmosphäre, bei Kaffee und Kuchen, wird repariert. Das ist nicht nur nachhaltig, sondern bringt Menschen zusammen.

Erstes Repair-Café in München

Über 1000 Menschen nutzen jährlich die Werkstätten. Die Preise für die Nutzung sind moderat und decken nicht die Gesamtkosten des Hauses. Aus diesem Grund beteiligt sich die Kommune mit etwa 42 Prozent an den Kosten, und 58 Prozent werden durch Spenden und Einnahmen abgedeckt. Über 100 Fördermitglieder bringen dabei den Großteil der Spenden auf.

Die im Laufe der Jahrzehnte aufgebaute Vernetzung mit den städtischen Behörden, die Unterstützung durch die „Anstiftung" und eine intensive und gute Pressearbeit durch angestellte und ehrenamtliche Mitarbeiter haben das HEi fest in das örtliche öffentliche Bewusstsein als Ort des Selbermachens gerückt. Gezielte Spendenaufrufe für beispielsweise die Beschaffung einer neuen Maschine oder wie erst kürzlich für den Um- und Ausbau der Räume werden dadurch von den lokalen Medien aufgenommen und teilweise bis zum erfolgreichen Ende begleitet, was die hundertprozentige

Verwendung der Spendengelder so auch in der Öffentlichkeit aufzeigt und das Vertrauen in unseren Verein steigert.

Fundraising-Gruppe gegründet

Wir haben sicherlich auch das Glück, dass in den letzten Jahren Themen wie Umweltschutz, DIY und Wertstoffkreislauf sehr populär geworden sind. Das führte auch dazu, dass neben diverse Zeitschriften häufig auch Fernseh- und Radiosender unser Haus als ersten Ansprechpartner zu diesen Themen besuchen und über uns berichten. Nach solchen Berichten kommen neben einem erfreulichen Spendeneingang auch immer wieder Anträge auf Fördermitgliedschaft. Diesen bisher etwas vernachlässigten Bereich wollen wir jetzt mit einer eigens gegründeten Fundraising-Gruppe gezielter angehen. Die Teilnehmer arbeiten ehrenamtlich und konnten aus dem Umfeld der Fördermitglieder gewonnen werden. Neben den Einnahmen aus den Betriebsbereichen und den Spenden- und Mitgliedsbeiträgen haben wir uns auch um weitere Finanzierungsmöglichkeiten bemüht. Zur Zielsetzung des Hauses gehören auch Bildungsangebote und die Förderung von Menschen mit gesundheitlichen oder psychischen Einschränkungen.

Vielfältige Finanzierungsquellen

Die Räume im Haus, die als Café und Aufenthaltsraum genutzt werden, bieten wir rund ums Jahr Vereinen und Künstlern für Treffen und Ausstellungen an. Für dieses Angebot erhalten wir durch das Kulturreferat der Landeshauptstadt München ebenfalls eine Förderung. Und selbstverständlich bewerben wir uns bei allen uns bekannt werdenden Förderungen und Ausschreibungen, die die oben erwähnten Themen unterstützen wollen. Mal mit mehr, mal mit weniger Erfolg.

Unsere Finanzierung steht somit auf drei Beinen: Einnahmen aus den Werkstätten, städtische Förderung und Spenden. Die Einnahmen und die städtische Förderung sind seit 35 Jahren relativ stabil und die Stützpfeiler für unsere Planungen. Der Bereich der Spenden ist schwankend und unkalkulierbar. Wir setzen sehr auf die ersten Ergebnisse der Fundraising-Gruppe, die uns auch in diesem Bereich hoffentlich in eine stabilere Finanzierung bringen kann.

Dr. Kim Teubner studierte Germanistik und Philosophie in Aachen, arbeitete danach als Lehrerin für Deutsch und Englisch und ist seit 2017 für das Haus der Eigenarbeit tätig.

▶ www.hei-muenchen.de

Zielgruppe nicht erreicht?
Besuch sie doch Zuhause.

Persönliches Door-to-Door-Fundraising in der Schweiz.

lazoona

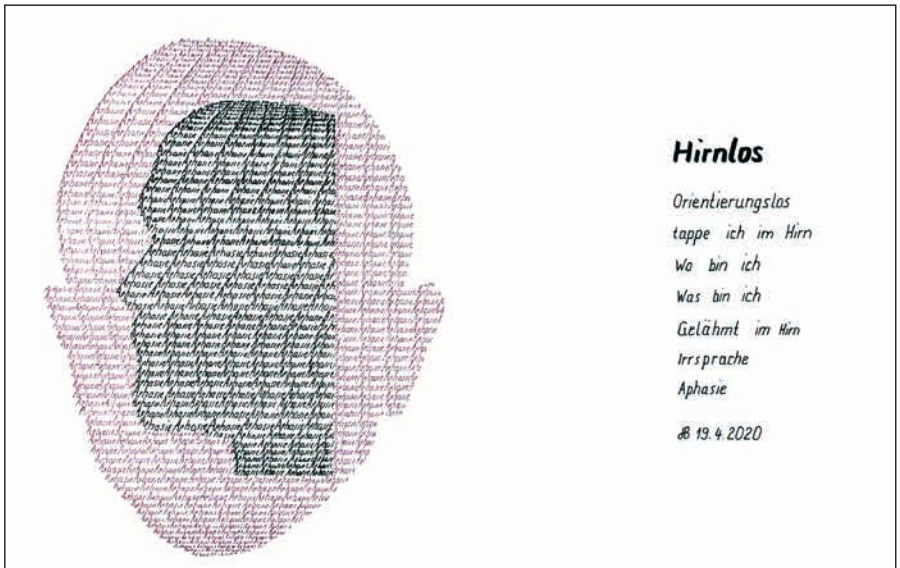
www.lazoona.ch

Plötzlich eine Fremde

Fragile Swiss machen Hirnverletzungen und deren Auswirkungen auch für Kinder verständlich

Schlaganfall, Hirnblutung, Schädel-Hirn-Trauma: Es gibt viele Ursachen für eine Hirnverletzung. Deren Behandlung ist das eine. Der Umgang mit den Folgen im Alltag ist eine Herausforderung, mit der sich nicht nur Betroffene konfrontiert sehen. Deshalb hilft Fragile Swiss hier bei der Aufklärung, mit einem besonderen Angebot auch für Kinder und Jugendliche.

Von RICO STEHFEST



Franco Biscioni: „Hirnlos“

Bereits 1987 gründete die Psychologin Erika Schwob einen Verein zur Unterstützung von Menschen mit Hirnverletzungen und deren Umfeld. Anfangs bestand der Kern der Aktivitäten im Aufbau mehrerer Selbsthilfegruppen, deren Zahl landesweit über die Jahre immer mehr anstieg. Später kamen Kurse und Weiterbildungen hinzu, sowohl für Betroffene als eben auch für Angehörige und sogar für Fachpersonal. Es folgten eine Help-Line, die sowohl telefonisch als auch per E-Mail erreichbar ist. Im Jahr 2005 wurden die Angebote um das Projekt „begleitetes Wohnen“ erweitert. Für Organisationen ist sogar ein Sensibilisierungsworkshop „Selbsterfahrung Hirnverletzung“ buchbar.

Sensible Aufklärung

Vor zwei Jahren wurde mit Fragile Family eine Website aus der Taufe gehoben, wo Kinder und Jugendliche besonders von betroffenen Elternteilen umfangreiche Informationen besonders leicht zugänglich finden. Dabei geht es um den grundlegenden Aufbau des Gehirns, dessen komplexe Funktionalität und enorme Bedeutung als zentrales Steuerorgan, um die Ursachen einer Hirnverletzung auf einfache Weise nachvollziehen zu können. Zusätzlich, und das ist der entscheidende Punkt, liefert die Seite umfassende Tipps und Ratschläge zum Umgang sowohl mit Betroffenen im persönlichen Umfeld als auch mit den eigenen Gefühlen. Wer als junger Mensch mit einer so schwierigen Situation konfrontiert wird, dass sich vielleicht sogar ein Elternteil durch einen Unfall oder eine Erkrankung von einem Tag auf den anderen im Verhalten deutlich verändert, ist zweifelsfrei mit der Situation zunächst überfordert. Unverständnis und konsequenterweise Ablehnung, aber genauso Unsicherheit oder Wut resultieren dann daraus.

Gefühle sind entscheidend

Jeder einzelne Bereich ist durch ein Erklärvideo und umfassende Texte strukturiert. Das Themenfeld der Gefühle ist sogar differenziert in einzelne Empfindungen wie Scham, Schuld oder Sorge. Hier werden nicht nur viele Fragen aufgeworfen, sondern genau die passenden Antworten geliefert, so auch auf die wichtige Frage „Hat er/sie mich noch lieb?“.

Was deutlich aus dem gesamten Ansatz hervorgeht, ist das Bemühen um psychologische Entlastung im Alltag, um den Kindern und Jugendlichen die Möglichkeit zu geben, einen weitestgehend sorgenfreien Alltag leben zu können.

Ausstellung macht Thematik sichtbar

Ab Ende April wird es ein besonderes Projekt zur Sichtbarmachung der Thematik geben. Dann eröffnet im Kunstraum Oktogon in Bern eine Ausstellung mit Gemälden, Fotografien und Skulpturen von Hirnverletzungen betroffener Künstler. Der Besuch der Ausstellung ist kostenfrei; ausgesuchte Werke stehen zum Verkauf. Da die dreiköpfige Jury angesichts der Einsendungen der verschiedenen Werke erkennen musste, dass trotz der hohen Qualität nicht alle Arbeiten ausgestellt werden können, wird es parallel eine digitale Ausstellung geben.

Ausstellung „Invisibile“: 29. April bis 21. Mai 2022 im Kunstraum Oktogon, Bern

- www.fragile.ch
- www.fragile-family.ch
- www.invisibile.ch

„Unsere Projekte helfen Kindern in prekären Lebenssituationen! Da muss es oft schnell und ohne viel Bürokratie gehen, denn die Hilfe wird rasch gebraucht. Genauso ist es auch mit den MitarbeiterInnen von Ifunds: schnelle und freundliche Hilfe durch ein sehr professionelles Team!“

Dr. Franziska Hutzler
Stiftungsleiterin der Natureheart Foundation for Kids

Natureheart Foundation for Kids

Bei der Einführung eines CRM Fundraising-Systems geht es darum, das Projekt so zu realisieren, dass sich alles nahtlos in die Abläufe der Organisation einfügt.

Die Abstimmung mit dem Kunden und die Transparenz bei der Umsetzung eines solchen Projekts sind ein wesentlicher Teil des Erfolges! Mit Ifunds Engage365 Fundraising schaffen wir unseren Kunden den Freiraum, sich um das Wichtige zu kümmern: Hilfe leisten!

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

„Wir verändern den Rahmen, wie über soziale Innovation nachgedacht wird“

Ein Schüleraustausch in England war der Beginn. Heute ist Philipp von der Wippel mit 26 Jahren schon eine ganze Weile Social Entrepreneur und hat sich gemeinsam mit der von ihm mitgegründeten NGO ProjectTogether den Ansatz der Open Social Innovation auf die Fahne geschrieben. Im Gespräch hat er gezeigt, wie es möglich ist, zivilgesellschaftliche Ideen in die Umsetzung zu bringen.

Von RICO STEHFEST

Dass ein Großteil der Bevölkerung Deutschlands optimistisch ist, wir alle hätten aus den letzten zwei Jahren durchaus etwas gelernt und dass wir uns mit Schwung nicht nur raus aus der Misere, sondern direkt rein in eine andere, positivere Zukunft aufmachen können, hat das Programm UpdateDeutsch-

land beispielhaft gezeigt. Dabei hat sich die Zivilgesellschaft mitten in der Krise auf digitalem Weg zusammengerauft, um Ideen und Wege zu finden, wie wir alle gemeinsam die dringlichsten Herausforderungen angehen können, unterstützt von der Bundesregierung. Voraus gingen dem vor zwei Jahren der Hackathon #WirVsVirus mit beeindruckenden 28 000 Teilnehmern und ein Umsetzungsprogramm im Anschluss.

Weniger bekannt ist, dass als Co-Initiatoren beider Ideen ProjectTogether dahinterstecken, eine gemeinnützige Organisation junger Menschen in Berlin, die bereits seit einigen Jahren in dieser Richtung unterwegs sind. Und das äußerst erfolgreich. Als Wegbereiter für gesellschaftlichen Wandel sehen sie sich. 2018 kam mit dem Europäischen Unternehmerförderpreis der EU-Kommission eine nicht zu unterschätzende Würdigung. Ganze 35 Leute arbeiten mittlerweile im Team, in Vollzeit. Bis dahin war es natürlich ein Stück Weg. Und ganz an dessen Anfang stand Philipp von der Wippel, Gründer und Co-Geschäftsführer von ProjectTogether.

Heute ist er 26 Jahre alt. Das Handelsblatt hat ihn gemeinsam mit der Boston Consulting Group zum „Vordenker 2021" ernannt. Wie das kommt? Ganz einfach: Philipp von der Wippel hat bereits mehr gewuppt, als manch anderer in seinem Alter. Was genau es ist, was er mit seinem Team tut, bringt er auf eine simple Formel: „Wir bringen die zusammen, die es braucht, um gesellschaftliche Veränderungen in die Umsetzung zu bringen."

Skype-Konferenzen mit Syrien

Begonnen hat alles bereits vor zehn Jahren. Damals lernte von der Wippel bei einem Schüleraustausch in England den syrischen Schüler Ebrahim aus Homs kennen. Dieser verstand die Lage nicht: In seiner Heimatstadt regnete es Bomben, aber die britischen Schüler machten entspannt ihr Ding. Also steckten die beiden die Köpfe zusammen. Als Ergebnis standen am Ende Skype-Konferenzen in der Schule, direkt mit Homs, für die Ibrahim Freunde und Bekannte ausfindig machte, die gerade Internet hatten und Englisch sprachen, wie von der Wippel erzählt: „Die Wirkung in der Schülerschaft war schon enorm. Da haben die Menschen in Syrien ganz banal ihren Alltag geschildert. Bei den Schülern hat das zu Entsetzen geführt, aber auch viele Kräfte freigesetzt." Die Idee machte die Runde, und es dauerte nicht lange, bis die Schüler ihr Projekt vor dem Britischen Parlament präsentierten. Mehr Aufmerksamkeit geht wohl kaum. Da wurde von der Wippel einiges klar: „Das ist eine interessante Dynamik. Da waren zwei 16-Jährige, die versucht haben, zu definieren, was man gerade tun kann, was in jenem Moment der größte Wirkungshebel ist, um eine solche globale Krisensituation wie den Krieg in Syrien sichtbar zu machen. In Richtung englischer Regierung zu agieren, war dabei der größte Hebel. Da haben sich ganz neue Handlungsspielräume gezeigt."

Start einer Schülerinitiative

Nach seiner Rückkehr hat der Schwung für Philipp von der Wippel ausgereicht, um gemeinsam mit Mitstreitern ProjectTogether zunächst als Schülerinitiative zu gründen. Zu Beginn stand die Vermittlung geeigneter Coaches im Mittelpunkt, um andere Projekte und Initiativen zu empowern. Zwar startete von der Wippel schließlich als Praktikant bei der BMW-Stiftung, war aber dort mit seinen Ideen genau richtig. So richtig, dass er den Freiraum und die Unterstützung bekam, ProjectTogether weiter zu entwickeln und zu professionalisieren. Von dort kamen auch die ersten 10 000 Euro. Bis heute ist die Stiftung ein wichtiger Förderer und Partner; eine Geschäftsführerin sitzt im Beirat. Seit seinem Studium in Oxford (Philosophie, Politik, Wirtschaft) widmet er sich voll und ganz der Organisation. Man könnte fast meinen, es wäre nur folgerichtig, dass er dabei auch Vorstandsmitglied des Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e. V. ist.

Durchhaltevermögen ist das, wovon von der Wippel spricht, wenn er an die ersten Jahre zurückdenkt. „Viele Akteure haben uns immer wieder gespiegelt, unsere Idee sei zu groß oder dass es das nicht bräuchte." Was er damit meint, ist das Schaffen von Innovationsplattformen, sind breite Beteiligungsprozesse und das Lösen von Problemen nach dem Bottom-up-Prinzip. „Dieses Machen, das selbst in die Hand nehmen, Dinge beweisen, indem man sie tut. Und Chancen sehen, die nicht da sind. Das hat mich immer sehr fasziniert. Dabei stand aber die Frage im Raum, in welche Richtung das gehen soll. Nicht nur machen um des Machens Willen. Unternehmerisch und gesellschaftlich engagiert zu sein, das ist die Summe dessen, was ich mache."

Herangehensweisen verbinden

Dabei spricht von der Wippel davon, dass er behütet aufgewachsen sei, eine tolle Ausbildung genossen habe. Das habe ihn sehr geprägt. Heute ist, wie er sagt, sein Schauplatz ein anderer. Sein Mindset aber hat er früh entwickelt.

Und dann stellte er sich eben irgendwann die Frage: Was anfangen mit diesen Privilegien? Er wollte die Zeit und Energie, die ihm zur Verfügung standen, darauf verwenden, einen Beitrag zu leisten. Wäre das effektivste Wirken über einen Weg in die Politik machbar? „Es braucht eine neue Form der Bürgergesellschaft für das 21. Jahrhundert. Genau das machen wir mit ProjectTogether. Ehrenamt ist nicht das eine und Politik etwas anderes. Wir verbinden verschiedenste Herangehensweisen", erklärt er.

Die großen Themen anpacken

Die Anfänge der Organisation haben tatsächlich die Arbeit bis heute im Kern geprägt. Unsere Gesellschaft habe schon oft Lösungen für Herausforderungen parat, so von der Wippel, nur sei man manchmal eben im entscheidenden Moment überfordert. Diese Herausforderungen sind inhaltlich die ganz großen Themen: Müll, Klimakrise, nachhaltige Landwirtschaft und Ernährung, Biodiversität, soziale Ungleichheiten. Die Liste ließe sich beliebig verlängern. Offenheit für Ideen bedeutet auch Offenheit für Themen. „Anfangs haben wir ... ▶

... erfahrene Coaches gesucht. Also simples Matching, was aber damals schon komplex genug war. Wir haben dann immer mehr Erfahrungen gesammelt und festgestellt, dass es nicht nur am Coaching-Bedarf scheitert. Viele Organisationen schaffen es erst gar nicht in die Breite. Die versanden einfach", so von der Wippel.

Positive Entwicklungen dank Corona

Eine Art Matching findet sich fast schon innerhalb des Teams selbst, so vielfältig wirken die einzelnen persönlichen Hintergründe. Da gibt es Mathematikerinnen, Politikwissenschaftler, eine Landwirtin, eine Chemikerin, einen Kindergärtner „und alles dazwischen, das volle Spektrum". Und wie es eben so ist im Bereich des Social Entrepreneurships, meint auch von der Wippel, seine Kollegen könnten in anderen Berufen deutlich mehr Gehalt einfahren. Dabei meint er, sei es aber das Ziel gesellschaftlicher Wirkung, das alle eint. „Wir unterstützen, begleiten und verändern den Rahmen, wie über soziale Innovation nachgedacht wird. Das sind systemische Belange."

Das Thema der Digitalisierung liegt bei einer so jungen Initiative zwar organisch in der Arbeitsweise, ist aber natürlich, nicht zuletzt aufgrund der Situation der letzten zwei Jahre, auch inhaltlich für Projekte relevant. So erzählt von der Wippel von einer Initiative, in der es um die mentale Gesundheit von Schülern geht und in deren Rahmen ein Krisen-Chat eingerichtet werden sollte. Da war die Kommune genauso gefragt wie Akteure der Wohlfahrt. Durch den Digitalisierungsschub seien „die klassischen Akteure" jetzt eher offen für digitales Arbeiten. „Das macht solche Prozesse, in denen es um kollektives Handeln geht, viel besser abbildbar", so von der Wippel. Es ist also nicht zu leugnen, dass Corona auch positive gesellschaftliche Entwicklungen befeuert hat. „Wir haben erkannt, dass in Ausnahmesituationen ganz andere gesellschaftliche Kräfte mobilisiert werden können. Wenn der Handlungswille da ist, ist vieles möglich. Gleichzeitig haben wir erkannt, dass wir alle komplett voneinander abhängig sind." Politik, Wirtschaft oder Wohlfahrtsverbände: Keiner schafft es allein.

Public Citizen Partnership

Und genau an dieser Stelle packt ProjectTogether an. Dafür sieht von der Wippel auch ganz klar die öffentliche Hand in der Verantwortung: „Welche sozialen Innovationen sind in den letzten Jahren denn so groß geworden, dass sie überall in Deutschland eingesetzt werden? Da haben wir bisher eine schlechte Rate. Wenn Innovationen im Kleinen funktionieren, dann müssen diese auch durch die öffentliche Hand groß gemacht werden können. Wenn eine neue Lösung wirksamer ist als eine aktuelle Maßnahme der Regelversorgung, dann muss man dafür sorgen, dass die neuen Prozesse umgesetzt werden. Dann entsteht auch eine Nachfrage nach sozialen Innovationen. Dann kommen auch die Anschubfinanzierungen. Wirklich in die Breite kommt das aber erst, wenn der Staat eine Pauschale für die Leistung erbringt. Wir nennen das ‚Public Citizen Partnership'. Am Ende muss die Aufgabe von Stiftungen und ähnlichen Akteuren sein, gesellschaftliches Risikokapital zu geben. Wenn die Potenziale nachgewiesen sind, muss die öffentliche Hand tätig werden."

Mehr als 2000 Initiativen hat ProjectTogether mittlerweile auf ihrem Weg in die breite Umsetzung geholfen. Sei es der Lüneburger Engagement-Finder „Mitwirk-O-Mat" oder das Start-up Traceless für eine kompostierbare Plastik-Alternative, das sich im letzten Jahr zwei Millionen Euro an Förderung durch die EU sichern konnte: Die Bandbreite ist enorm. Allerdings ist es keine klassische Start-up-Förderung, was ProjectTogether betreibt: „Als gemeinnütziger Akteur geht es uns darum, dass die Ansätze aus der kollektiven Intelligenz groß werden, nicht ein einzelnes Start-up. Dabei sind wir keine passiven Berater. Wir haben eine eigene Mission. Wir sind eine große Community. Und wir haben den Mut, die großen Prozesse zu organisieren."

- www.projecttogether.org
- www.lebendiges-lueneburg.de/mitwirk-o-mat
- www.traceless.eu

Major Giving INSTITUTE
Achtung Termin-änderung!
Berufsbegleitende Weiterbildung
Großspenden-Fundraiser:in
* Leitung: Dr. Marita Haibach & Jan Uekermann
* Weitere Referent:innen erfahrene Großspenden-Fundraiser:innen, Fachexpert:innen sowie Philanthrop:innen
* Seminarblöcke 18. - 21.05.2022 | 07. - 10.09.2022 in Tagungshäusern nahe Erfurt und Wiesbaden plus Online-Meetings und individuelles Coaching
Wege zu mehr Philanthropie:
Major Donors
finden
gewinnen
binden
www.major-giving-institute.org

6 Millionen

Förderinnen und Förderer

verwalten wir aktuell für unsere Partner-NPOs und motivieren erfolgreich dazu, gemeinnützige Arbeit **regelmäßig** zu unterstützen. Jedes Jahr kommen fast eine halbe Million SpenderInnen dazu. Gern unterstützen wir auch Sie bei Ihren Fundraising-Kampagnen. Sie sind **herzlich** willkommen!

marketwing®

Die Fundraising-Profis.

Von der Stange

Dies ist kein Ausblick auf die aktuellen Frühjahr-/Sommerkollektionen aus Paris, sondern ein Blick in die Ausstellung „Blue Elephant". Sie setzt sich mit den Lebens- und Arbeitsrealitäten in Taiwan auseinander. Als Sinnbild steht dabei vor allem die Textilindustrie. Das „Museum moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien" (mumok) zeigte damit Anfang des Jahres zum ersten Mal außerhalb Asiens eine Ausstellung des taiwanesischen Künstlers Huang Po-Chih.

▶ www.mumok.at

Neuer Branchenprimus

Europäische Philanthropie-Verbände tun sich zusammen

Das Donors and Foundations Networks in Europe (Dafne) und das European Foundation Center (EFC) haben sich zusammengetan zur Philanthropy Europe Association, kurz Philea. Mit dem Zusammenschluss sollen das enorme Potenzial sowie das Wissen und die jahrzehntelangen Erfahrungen beider Organisationen kombiniert und gemeinsam genutzt werden. Damit versteht sich Philea als „Stimme der europäischen Philanthropie". Als die drei wichtigsten Hauptthemen und Schnittmenge aller Organisationen stehen der Klimawandel, die Stärkung der Demokratie und die Gleichberechtigung auf der Agenda. Unter dem Dach von Philea sind über 10 000 Non-Profit-Organisationen vereint. Die neue Plattform will Gemeinnützige und Unterstützungsnetzwerke in über 30 Ländern fördern und hat nicht nur Mitglieder in Europa, sondern weltweit. Der Hauptsitz von Philea ist im Philanthropy House in Brüssel.

▶ www.philea.eu

MEINE MEINUNG

„Hier kann jeder an Demokratie teilhaben"

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Ich gestehe, ich bin Wiederholungstäterin. Eben habe ich wieder eine Online-Petition unterschrieben. Es ging darum, die Regenwaldvernichtung für den EU-Konsum zu stoppen. Mit der E-Mail-Kampagne will das Aktionsbündnis #Together4Forests, dem sich unter anderen der WWF, die OroVerde-Tropenwaldstiftung und „Robin Wood" angeschlossen haben, den Druck auf die Umwelt- und Agrarminister erhöhen. Es kommt häufig vor, dass ich Petitionen meine Stimme gebe. Besonders Natur- und Tierschutz liegen mir am Herzen. Wenn ich dann ein positives Update lese, habe ich das gute Gefühl, etwas zu einer Sache beigetragen zu haben, die mir persönlich wichtig ist: Das Restaurant hat die Gänsestopfleber von der Karte genommen, der Moderne Fünfkampf findet fortan ohne die Disziplin Reiten statt, und zu Silvester wurde ein Verkaufsverbot für Böller durchgesetzt. Freilich erreicht nicht jedes Anliegen sein Ziel. Dann kommt bei vielen schnell der Gedanke auf: Was kann ausgerechnet meine Unterschrift bewirken? Ich meine, sehr viel. Hier kann jeder ganz einfach an Demokratie teilhaben. Die Hürden sind denkbar niedrig, ein einziger Klick genügt. Der ist zwar eventuell nur der berühmte Tropfen auf den heißen Stein, alle Klicks zusammen können jedoch zu einer medialen Welle werden, deren bloßes Heranrollen schon mal kräftig Aufmerksamkeit generiert. Und darum geht es doch, wenn sich auf lange Sicht etwas ändern soll.

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

Kurzgefasst …

Frühling im Sommer

Wo Frühling draufsteht, ist nicht immer Frühling drin, dafür aber jede Menge nützliche Infos rund um das Thema Stiftungen. Beim sechsten Münchner Stiftungsfrühling vom 5. bis 10. Juli 2022 können sich wieder Stiftungen und andere Akteure der Zivilgesellschaft austauschen und vernetzen. Der neue Termin ist der Corona-Pandemie geschuldet. Save the Date!

▶ www.muenchnerstiftungsfruehling.de

Stärken im Mittelpunkt

Die Schweizer Stiftung MyHandicap hat unter dem Namen „EnableMe“ ein neues Portal eröffnet. Es soll weltweit Menschen mit Behinderungen und chronischen Krankheiten bei ihren Herausforderungen unterstützen und Austauschmöglichkeiten bieten. Dabei geht es vor allem darum, die Stärken und Fähigkeiten von Personen mit Handicap in den Mittelpunkt zu rücken.

▶ www.enable.ch

Wissenschaftsstiftung des Jahres

Die Deutsche Universitätsstiftung und der Stifterverband haben die Daniel-Barenboim-Stiftung zur Wissenschaftsstiftung des Jahres gekürt. Sie wurde 2008 als Dachstiftung für die musikalischen Bildungsprojekte gegründet, die der Pianist und Dirigent Daniel Barenboim zusammen mit dem palästinensischen Literaturwissenschaftler Edward Said initiiert hat.

▶ www.daniel-barenboim-stiftung.org

Seelisch gesund auch im Alter

In einer neuen Schulung der Stiftung Deutsche Depressionshilfe sollen Pflegekräfte und Angehörige von Senioren lernen, wie sie mit Altersdepressionen und Suizidgefährdung bei älteren Menschen umgehen können. Die kostenlose Online-Schulung dauert 90 Minuten und kann mittels Audioguide auch unterwegs genutzt werden. Eine Anmeldung ist nicht erforderlich.

▶ www.deutsche-depressionshilfe.de/online-schulung-altersdepression

Neues Filmmuseum in Bielefeld

In Bielefeld hat die Stiftung „Tri-Ergon Filmwerk“ ein neues Filmmuseum eröffnet, das den beiden Söhnen der Stadt, dem Regisseur Friedrich Wilhelm Murnau und dem Tonfilmerfinder Josef Massolle, gewidmet ist. Neben der Dauerausstellung zu Leben und Werk der beiden Persönlichkeiten gibt es auch eine Sonderausstellung zur Bielefelder Kinogeschichte.

▶ www.muma-forum.de ▶ www.tri-ergon-filmwerk.de

Guckst du!

Die „TV-Show“ rund ums Stiftungsvermögen

Bereits zum dritten Mal findet am 27. April „Der virtuelle Tag für das Stiftungsvermögen“ statt. Was sich im November 2019 noch niemand vorstellen konnte, hat sich zur ersten „TV-Show“ zum Thema entwickelt. Der Livestream startet um 9.30 Uhr und wird von Katrin Tönshoff, der früheren Geschäftsführerin der Dietmar-Hopp-Stiftung, moderiert. In diesem Jahr soll es um Stiftungsvermögen 2030, die Stiftungsrechtsreform sowie um resilienteres Stiftungsvermögen gehen. Der #vtfds will Stiftungen Impulse und Denkanstöße geben, wie sie ihr Vermögen verwalten können. „Das Umfeld an den Kapitalmärkten ist zu komplex, als dass Stiftungen hierauf im Stiftungsvermögen statisch reagieren sollten“, sagt Initiator Tobias Karow. Mit dabei sind unter anderen Hannes Banzhaf von der Carl-Zeiss-Stiftung, Dr. Katja Bär von der „Hans und Ilse Breuer Stiftung“ und Dr. Stefan Nährlich von der Stiftung Aktive Bürgerschaft. Das Fundraising-Magazin ist Medienpartner der Veranstaltung.

▶ www.vtfds.de ▶ www.stiftungenstärken.de

Viel zu gewinnen

Warum sich Stiftungen mit Fundraising immer noch (zu) schwertun

Die Zahl an Stiftungen mit eigener Fundraising-Strategie dürfte proportional betrachtet auch im Jahr 2022 weit hinter der Zahl an Vereinen, die eine solche besitzen, zurückliegen. Die Gründe dafür sind vielfältig, sollten das Fundraising von Stiftungen jedoch keinesfalls ausbremsen.

Von MATTHIAS MARX

Warum mangelt es Stiftungen – meinem Eindruck nach – weiterhin mehrheitlich an der Bereitschaft einer vertieften Auseinandersetzung mit dem Thema Fundraising? Sind der durch Niedrigzinsphase und Inflationsanstieg ausgelöste Handlungsdruck, der den Vermögenserhalt an die Stelle des Vermögensaufbaus rückt, noch nicht groß genug, die Stiftungs-Tresore nach wie vor zu gut gefüllt? Bieten sich ihnen attraktivere, weniger aufwendige Handlungsoptionen wie Kosteneinsparung, Wirkungssteigerung, Kooperationen, veränderte Vermögensanlage?

Meiner Beobachtung nach liegen drei Hauptgründe vor: Zum Ersten ein im Vergleich zu anderen Non-Profit-Organisationen anderes Selbstverständnis, das in enger Verbindung mit der Gründung, der Genese der Organisation steht – eine Stiftung besitzt Geld, sie bittet nicht darum. Zum Zweiten eine überwiegende Zahl an Stiftungen mit oftmals begrenzten Ressourcen. Und zum Dritten in einer dem Fundraising abträglichen Prioritätensetzung und einer verengten Betrachtung des Fundraisings von Stiftern und Stiftungsvorständen oder -geschäftsführungen.

Wem gehört eine Stiftung?

In Lehrgängen zum Stiftungsmanagement lernt man, die Stiftung gehört – anders als ein Verein, eine GmbH oder AG, die von Mitgliedern, Gesellschaftern oder Aktionären bestimmt werden – sich selbst. Aber stimmt das? Im juristischen Sinne ja, im praktischen Sinne nein. Auch die Stiftung ist letztendlich das Ergebnis willentlicher Entscheidungen von Menschen: Sie müssen über die notwendige Überzeugung verfügen, ins Fundraising zu investieren, und sich bei Bedarf Rat von außen holen.

Bürgerstiftungen mit Potenzial

Das Potenzial des Fundraisings – auch und gerade für Stiftungen – zeigen meiner Meinung nach in besonderer Weise Bürgerstiftungen auf. Dabei geht es nicht um die Höhe ihres Stiftungskapitals, sondern um die fundraisingbezogene Dynamik und „Lebendigkeit" dieser Stiftungen. Was machen sie anders als andere Stiftungen? Sie bieten niedrigschwellige Beteiligungsformen für Zeit-, Ideen- und finanzielle Stifter, nutzen die exklusiven Merkmale der Rechtsform Stiftung – Solidität, Dauerhaftigkeit, besondere steuerliche Privilegien für Zustifter – und bieten durch ihren lokalen Bezug ein hohes Identifikationspotenzial. Aber vor allem treten sie nach außen, sie laden ein,

sie kommunizieren. Fundraising ist und bleibt Kommunikation. Zudem sind sie sich meines Eindrucks nach „von Geburt an" der Notwendigkeit des Einwerbens von Zustiftungen und Spenden und der Bedeutung von Beziehungen bewusst.

Stiftungszweck als Orientierung

Kann eine Stiftung, deren Stifter vor Jahrzehnten oder Jahrhunderten verstorben ist oder die sich einem sehr exklusiven „unpopulären" Stiftungszweck verschrieben hat, einen ähnlichen Kurs einschlagen? Es gilt, den Einzelfall näher zu betrachten und die für die jeweilige Stiftung geeignete Strategie aus einer Analyse der Chancen ihres Umfelds und ihrer individuellen Stärken zu finden. Dabei hilft oftmals bereits, sich auf den Ursprung der Stiftung und den Stifter, seine Geschichte und Motivation zurückzubesinnen.

Viele Stiftungen, die die Wichtigkeit des Fundraisings erkannt haben, haben ihm dennoch in ihrer Prioritätenliste einen der hinteren Ränge zugewiesen oder zuweisen müssen. Bekanntlich werden insbesondere kleinere Stiftungen von „Allroundern", Ein-Frau- oder Ein-Mann-Think-Tanks geführt, die sich um die Entwicklung oder Auswahl von Projekten, die Buchhaltung, die Einhaltung des Gemeinnützigkeitsrechts, die Personalführung kümmern müssen. Da braucht es schlichtweg „ein Mehr an Mensch". Ob Großspenden- oder Erbschafts-Marketing, Event-, Face-to-Face- oder Online-Fundraising die richtige Wahl sind oder ob doch eher Sponsoring, Antrags-Fundraising, Geldauflagen-Marketing oder die Verwaltung von Treuhandstiftungen und Stiftungsfonds die passende Form zur Vermögenssteigerung sind, diese Frage muss individuell beantwortet werden. Dabei sind Bedenken gegen einzelne Fundraising-Maßnahmen legitim. Alles kann, nichts muss. Ich bin überzeugt, jede Stiftung kann Fundraising, wenn die Menschen, die sie vertreten, dazu bereit sind. Dabei können auch Stiftungen nichts verlieren, aber ganz viel gewinnen.

Matthias Marx ist bei der EngagementZentrum GmbH, der gemeinwohlorientierten Tochtergesellschaft der Volksbank BraWo, in Braunschweig tätig und hat sich nach seinem sozialwissenschaftlichen Studium als zertifizierter Fundraising-Referent (Fundraising-Akademie) und zertifizierter Stiftungsberater und -manager (Deutsche Stiftungsakademie) auf die Bereiche Fundraising und Stiftungsgründung spezialisiert. Er berät regelmäßig Vertreterinnen und Vertreter gemeinnütziger Organisationen bei der Entwicklung von Fundraising-Strategien.
▶ **www.engagementzentrum.de**

Gesucht? Gefunden!

Setzen Sie auf konsequentes Geldauflagenmarketing. Mit gezielter Ansprache von Top-Zuweisern und kreativen Mailing-Kampagnen. So liegt Ihr Anliegen oben auf dem Tisch der Zuweiser*innen. Und die Suche nach Geldauflagen hat ein Ende.

gfs. fundraising data-driven

www.gfs.de

Auf einem guten Weg

In Quedlinburg können sich Stifter im Straßenpflaster verewigen lassen

Es ist mittlerweile unnötig zu erwähnen, dass die anhaltenden Niedrigzinsen Stiftungen zu neuen Wegen zwingen, um Gelder zu akquirieren. Die Bürgerstiftung für Quedlinburg hat das wörtlich genommen und den „Stifterweg" entwickelt.

Von UTE NITZSCHE

Zwei Kilometer ist der Stifterweg lang und führt durch das historische Zentrum der 1100 Jahre alten Stadt in Sachsen-Anhalt. Das Prinzip ist einfach: Wer sich mit Quedlinburg verbunden fühlt, egal ob Einzelperson, Personengruppe oder Institution, kann eine Stiftermedaille aus Bronze erwerben, die 15 mal 15 Zentimeter groß ist und mit einem persönlichen Schriftzug und einem Bild versehen wird. Zur Auswahl stehen drei Quedlinburg-Motive, die durch einen Gestaltungswettbewerb an den Grundschulen der Stadt entstanden sind. Mitglieder der Bürgerstiftung, Vertreter der Stadt und Kunsterzieher der Schulen haben anschließend drei Vorschläge ausgewählt; zum einen ein stilisiertes Motiv mit einer kleinen Krone, weiterhin eine Krone mit dem Schriftzug „Heinrich", angelehnt an Herzog Heinrich I., und schließlich die Stadtsilhouette. Gefertigt werden die Medaillen von einem Quedlinburger Handwerksbetrieb, der die Zeichnung und den jeweiligen Wunschtext der Stifter in eine Gravur für die Medaillen umsetzt. Dann werden sie entlang des Stifterweges ins Natursteinpflaster eingepasst.

Einjähriger Entwicklungsprozess

Bevor die erste Medaille verlegt wurde, gab es einen Entwicklungsprozess von über einem Jahr, wie Jörg Finck, Vorstandsmitglied der Bürgerstiftung, berichtet: „In mehreren Treffen von Vorstand und Kuratorium wurden Ideen entwickelt und verworfen, bis am 14. September 2015 erstmals in einem echten ‚Brainstorming' die Idee eines Stifterweges als gemeinsames Projekt der Bürgerstiftung und der Welterbestadt Quedlinburg aufkam und letztendlich mit sehr viel Enthusiasmus weiterentwickelt und verwirklicht wurde." Im Oktober 2016 war es dann so weit, und neben der Roland-Statue am Rathaus wurde die erste Medaille eingesetzt, gestiftet durch alle Mitglieder des Vorstandes und des Kuratoriums.

Q wie Quedlinburg

Inzwischen sind weitere 73 Exemplare hinzugekommen, die letzten fünf erst im Februar 2022. Nun führt der Stifterweg entlang des Rundgangs „Einkaufserlebnis historische Innenstadt" als Ringweg über historisch gepflasterte Gassen und kann nur zu Fuß beschritten werden. „Ergänzt durch den Weg vom Marktplatz zum Schlossberg hat der Weg die Form eines Q wie Quedlinburg", erklärt Jörg Finck. An der vorgegebenen Route sind in festen Abständen mehrere

Verlegestellen vorgegeben, innerhalb derer sich die Stifter den Standort ihrer Medaille aussuchen können. „Darüber hinaus sind auch Wunschstellen möglich, verbunden mit einem höheren Spendenanteil."

Zustiftung oder Spende

Je nach Motiv kostet eine Medaille insgesamt 963,47 Euro bzw. 999,17 Euro. Der Betrag beinhaltet die Kosten für die Herstellung sowie 400 Euro für den guten Zweck. „Mit dem Erwerb einer Medaille kann jeder selbst entscheiden, ob sein Geld als Zustiftung oder Spende für satzungsgemäße Zwecke genutzt wird", betont Jörg Finck und ergänzt: „Die Stifter haben sich bisher zu fast 100 Prozent für eine Spende entschieden, welche dann durch die Bürgerstiftung direkt in die Förderung von Projekten, gemäß unserer Satzung innerhalb der Welterbestadt Quedlinburg, fließt." Die Bürgerstiftung setzt sich unter anderem für Kunst und Kultur, Bildung und Erziehung, Jugend- und Altenhilfe sowie auch für Wissenschaft und Forschung in Quedlinburg ein. Auch karitative und kirchliche Zwecke unterstützt sie.

Außerdem gibt es fünf sogenannte Premium-Standorte am historischen Ort Finkenherd, der Teil des Stifterwegs ist und wo im Jahr 919 dem bereits erwähnten Sachsenherzog Heinrich die Königskrone überbracht worden sein soll. Wer sich an dieser exklusiven Stätte verewigen lassen möchte, kann das für einen Spendenanteil von 5000 Euro tun. Eine Medaille wurde dort bereits verlegt. Die Stifterin, die diesen besonderen Ort gewählt hat, offenbarte sich als „Kätzchenmama von ‚Bauaufsicht Tobi' und Bollechen" und ließ auch die Namen ihrer beiden tierischen Lieblinge in die Medaille eingravieren. So gut wie jeder Stifter werde bei der Inschrift persönlich, so Jörg Finck. Meist würden Namen genannt, verbunden mit einem Dankeschön. Auf anderen Plaketten ist zum Beispiel zu lesen: „Gestiftet von Udo Glathe – mit Leib und Seele Quedlinburger" und „In love to my wonderful wife – connected forever – Ekaterina Dulamova". Und auch Jörg Finck und seine Frau sind bereits Teil des Stifterweges. Sie wählten folgenden Satz: „In Sachsen geboren. In Quedlinburg angekommen. Cathrin und Jörg Finck."

Alle Medaillen werden im Beisein der Stifter, von Vertretern des Rathauses und der Bürgerstiftung verlegt. In der Regel möglichst immer fünf Stück auf einmal, denn die Herstellung einer Medaille kann bis zu acht Wochen dauern. Das Positivmodell zum Bronzeguss können die Stifter behalten, wenn sie möchten, und sich so ihr ganz persönliches Stück Quedlinburg auch nach Hause holen. Ganz nach dem Motto: Der Weg ist das Ziel.

▶ www.buergerstiftung-quedlinburg.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

Über Grenzen hinweg

Die Stiftung Berliner Mauer will einen vielfältigen Zugang zu Geschichte fördern

Es geht um mehr als Erinnerungsorte und historische Fakten. Mit einem umfangreichen Programmangebot können Besucherinnen und Besucher aller Altersgruppen nicht nur die Ereignisse rund um die Berliner Mauer kennenlernen, sondern auch jede Menge Bezüge zu aktuellen Themen herstellen.

Von UTE NITZSCHE

„Das, was heute ist, kann man durch Impfungen und medizinische Maßnahmen begleichen und es ist absehbar, dass es irgendwann vorbei ist. Was ich erlebt habe, war nicht absehbar. Wir wussten nicht, wie lange es geht." Brigitta Heinrichs Antwort in einem Gespräch mit Jugendlichen auf deren Frage hin, ob sie die Isolierung durch Corona mit der Isolierung der Menschen in der DDR vergleichen könne, ist eindeutig. Als Zeitzeugin berichtet sie Schülerinnen und Schülern von ihrem damaligen Alltag im Ostteil Berlins nur wenige Meter von der Berliner Mauer entfernt. Die Szene ist Teil eines knapp achtminütigen Films, den die Stiftung Berliner Mauer im vorigen Jahr zum 60. Jahrestag des Mauerbaus präsentierte.

Aus der Geschichte lernen

Er gibt einen Einblick in die vielfältige Arbeit der 2008 gegründeten Stiftung, die vom Bund und vom Land Berlin getragen wird, und zeigt, wie das historische Thema mit der Realität heutiger Generationen verknüpft werden kann. Nicht allein die historischen Fakten sollen im Vordergrund stehen, sondern eben auch das, was wir aus der Geschichte für die Gegenwart und Zukunft lernen und welche Parallelen wir ziehen können. Zur Stiftung gehören neben der Gedenkstätte Berliner Mauer auch die Erinnerungsstätte Notaufnahmelager Marienfelde, die East Side Gallery, der ehemalige Grenzübergang Checkpoint Charlie, die Gedenkstätte Günter Litfin und das Parlament der Bäume, ein Kunstprojekt gegen Krieg und Gewalt.

Demokratie und Menschenrechte

Neben den verschiedenen Ausstellungen bieten rund 70 Bildungsangebote wie Führungen an den originalen historischen Orten, Workshops, Seminare und eben auch Gespräche mit Personen, die die Teilung Berlins selbst miterlebt haben oder aus der DDR geflüchtet sind oder flüchten wollten, verschiedenen Zielgruppen einen Zugang zum Thema. „Über historische Fragen hinaus werden dabei Bezüge zu aktuellen Themen wie Grenzen und Grenzregime, Migration, Demokratie und Menschenrechte hergestellt", erklärt Hannah Berger, die für die Stiftung im Bereich Kommunikation und Veranstaltungen arbeitet. Inzwischen gibt es auch den Podcast „Grenzerfahrung" rund um die Ereignisse des Mauerbaus am 13. August 1961 und eine App zum Checkpoint Charlie.

Anfang des Jahres wurde zudem die Online-Ausstellung „Nach der Flucht. Wie wir leben wollen" veröffentlicht, in der Geflüchtete, die vor rund zehn Jahren nach Deutschland kamen, ihre individuellen Erlebnisse schildern. Die Ausstellung beleuchtet dabei gleichzeitig die Gesellschaft, in die diese Menschen aufgenommen wurden, und auch die Grenzen und Diskriminierungen, auf die sie dabei gestoßen sind.

Grenzerfahrungen

Die Stiftung Berliner Mauer will bewusst auch Sichtweisen von Menschen aufgreifen, für die die Wende 1989/90 nicht zwangsläufig ein positives Ereignis war, die nach dem Mauerfall beispielsweise mit Rassismus oder Ausgrenzung aufgrund von Hautfarbe, Religion oder sexueller Orientierung konfrontiert waren. Denn wer enge räumliche und gedanklich aufgezwungene Grenzen kennengelernt hat, wie die anfangs zitierte Zeitzeugin Brigitta Heinrich, weiß aktuelle Ereignisse differenzierter einzuordnen.

▶ www.stiftung-berliner-mauer.de
▶ www.nachderflucht.de

OM hebt ab!

creati</> SOFTWARE

WIR MACHEN KOMPLEXES EINFACH

FUNDRAISING VERBAND AUSTRIA

Neuspender*innen! Aber wie?

Ob in NPOs oder Agenturen, gut ausgebildete Fundraiser*innen bringen heute ein Bündel an Online- und Offline-Kanälen sowie modernste technologische Lösungen zum Einsatz, wenn es darum geht, Spenden für gemeinnützige Anliegen zu akquirieren. Die Herausforderung, neben bestehenden auch laufend neue Unterstützer*innen zu überzeugen, erfordert allerdings stets spezielle Zugänge.

Face-to-Face-Aktionen, personalisierte Mailings und Newsletter gehören heute ebenso zur gut abgestimmten Methodenpalette erfolgreicher Fundraiser*innen wie Direct-Response-TV, die Einbindung in Crowdfunding-Plattformen oder Mikrospendenangebote. Der Digitalisierungsschub der vergangenen Jahre hat den Trend hin zur Spender*innenansprache im Web noch einmal beschleunigt und wiederum neue Wege hervorgebracht. Der Umgang gemeinnütziger Vereine mit dieser wachsenden Zahl an digitalen Optionen variiert erheblich. Es gibt jene, die tendenziell eher bei ihren über viele Jahre erprobten und bewährten Methoden bleiben, und jene, die ausprobieren und mit neuen Tools und Portalen experimentieren. Online-Fundraising, das mit klassischen Instrumenten bestens abgestimmt und als Teil einer Gesamtstrategie betrieben wird, ist noch relativ selten anzutreffen.

Erweiterung der Zielgruppe

Dass Online-Fundraising von den NPOs selbst als wichtigster Zukunftsbereich der Branche gesehen wird, ist spätestens seit der „Altruja-Online Fundraising Studie“ 2019 klar. Auch aktuellere Untersuchungen, wie die „Spender:innen-Studie 2021“ von RaiseNow unterstreichen die steigende Bedeutung des digitalen Spendens. Während die Spendenbeteiligung, insgesamt betrachtet, mit steigendem Alter tendenziell zunimmt, werden über die Online-Kanäle offensichtlich erfolgreich jüngere Zielgruppen angesprochen: Rund 41 Prozent aller Online-Spenden im DACH-Raum stammen bereits von 18- bis 34-Jährigen. Junge Spendende informieren und engagieren sich vielfach direkt über Plattformen wie betterplace, Respekt.net oder impactory, wobei das jeweilige Projekt bzw. der konkrete Zweck und nicht eine bestimmte Organisation mit ihrem Werten im Vordergrund stehen. Dennoch liegt für NPOs die Hoffnung darin, sie womöglich langfristig als Förder*innen gewinnen zu können.

Neuakquise nur mehr digital?

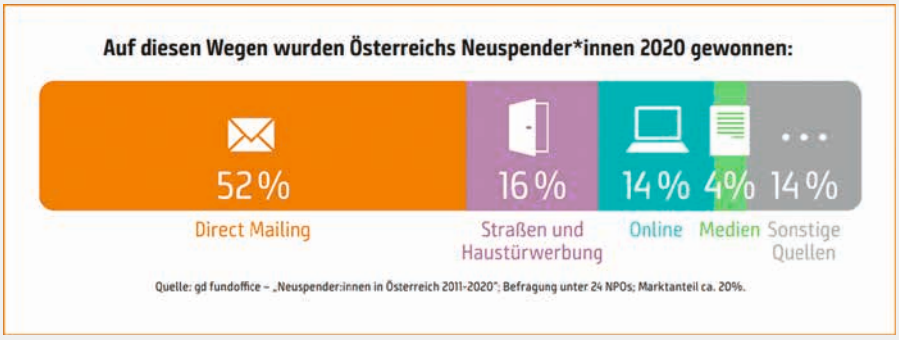
Bedeutet dies nun, dass die digitalen Kanäle bereits zentraler Faktor bei der Gewinnung neuer Spender*innen sind? Die Ansprache neuer Unterstützender nimmt in der Spendenwerbung einen besonders wichtigen Bereich ein. Denn Jahr für Jahr verlieren Organisation im Schnitt ca. 10 Prozent ihrer Spender*innen dadurch, dass diese ihre Spende anderweitig vergeben oder versterben. NPOs müssen also laufend in die Akquise neuer Spendender investieren, allein um den Abgang auszugleichen. Online-Fundraising ist dabei allerdings – zumindest in Österreich – nur bedingt das Mittel zum Erfolg: Der Online-Bereich verzeichnete zwar in den vergangenen Jahren den größten Bedeutungszuwachs – allein von 2017 bis 2020 hat der Anteil von unter 6 auf fast 14 Prozent zugenommen. Mit Abstand wichtigste Triebfeder ist aber weiterhin das Direct Mailing. Dieses klassische Instrument hat in den vergangenen zehn Jahren kontinuierlich an Bedeutung verloren, zeichnet aber noch immer für mehr als die Hälfte aller gewonnen Neuspender*innen verantwortlich. Deutlich zugelegt hat im vergangenen

UNSERE NÄCHSTEN TAGUNGEN

FACHTAGUNG KULTURFUNDRAISING & -SPONSORING
28.04.2022, Wien

FACHTAGUNG SCIENCEFUNDRAISING
19.05.2022, Wien

LIVE ONLINE-LEHRGANG „DIGITAL FUNDRAISING“ 2022
02.05.2022 - 27.06.2022



Jahrzehnt auch Face-to-Face Fundraising. Über 24 Prozent aller neuen Förder*innen wurden 2019 in der Öffentlichkeit oder an der Haustür gewonnen, 2020 folgte allerdings Corona bedingt ein zwischenzeitlicher Rückgang auf 16 Prozent. Insgesamt ist die Zahl der Neuspendenden in Österreich rückläufig, wobei die von Elementarereignissen geprägten Jahre (2011, 2015 und das erste Jahr der Pandemie, 2020) als Ausnahmen hervorstechen.

Mit der individuellen Strategie zum Erfolg

Erfahrungen zeigen, dass die Zauberformel für den Fundraising-Erfolg insgesamt immer mehr in der engen Vernetzung einer gesamtheitlichen Strategie mit der gekonnten Kommunikation der Wirksamkeit des gemeinnützigen Schaffens liegt. Selbstverständlich sind aber die Voraussetzungen und dementsprechend auch die Ausgangspunkte für das Fundraising nicht überall gleich: Kultureinrichtungen wenden sich tendenziell an eine wohlhabende Zielgruppe, wesentlich höhere Durchschnittspenden als zum Beispiel für den Umweltschutz sind die Folge. Für die soziale Unterstützung haftentlassener Personen Geld zu sammeln ist in der Praxis aufwändiger als für ausgesetzte Haustiere, da Spendende für ersteres Anliegen mehr Informationen und Hintergrundwissen benötigen. Wie das jährliche Ranking der beliebtesten Spendenziele zeigt, sprechen bestimmte Themen, wie Kinder und Tiere, an sich einen größeren Teil der Bevölkerung an. Hinzu kommt, dass manche wohltätigen Anliegen leichter und rascher, andere schwieriger und langwieriger zu kommunizieren sind. Im Fall einer Naturkatastrophe muss nicht im Detail erklärt werden, warum rasche Hilfe notwendig ist, ein komplexes Wissenschaftsprojekt benötigt hingegen mehr Aufbereitung und Erklärung. In dieser Hinsicht führen jeweils andere Strategien und Methoden zum Erfolg. Entscheidend ist aber, dass diese definiert und bewusst eingesetzt werden.

NEUE FÖRDERNDE MIT QUALITÄTSVOLLEM FACE-TO-FACE-FUNDRAISING GEWINNEN!

Wussten Sie, dass Face-to-Face Fundraising als Methode zur Neuspender*innen-Ansprache vor über 25 Jahren in Österreich erfunden wurde? Heute setzen NPOs in mehr als 50 Ländern auf allen Kontinenten auf diese Praxis. In Österreich werden im Schnitt jährlich 100 000 neue Unterstützer*innen über F2F für gemeinnützige Projekte gewonnen. Etwa 80 Prozent von ihnen bleiben den Organisationen langfristig treu. Verantwortlich für diesen großen Erfolg sind in erster Linie rund 2500 engagierte Werber*innen pro Jahr allein in Österreich. Ebenso großen Anteil hat aber auch die „Qualitätsinitiative Fördererwerbung", die seit vielen Jahren sicherstellt, dass die Gespräche höchst qualitätsvoll, professionell und nach einem einheitlichen Regelwerk stattfinden. Mit der Plattform *www.jobforgood.at* und einer eigens geschaffenen Ombudsstelle für Beschwerden sorgt die Initiative zudem nachhaltig für ein positives Image des Jobs und wirkt als Triebfeder im Recruiting.

Alle Infos zum ersten internationalen „Face2Face Congress" 2023 in Wien gibte s auf *www.f2f-fundraising.com*.

LIVE ONLINE-LEHRGANG „GROSSSPENDEN-FUNDRAISING" 2022
27.04.2022 - 22.06.2022

AUS UNSEREM SEMINARPROGRAMM

Online-Seminar: Storytelling für Fundraiser*innen
04.05.2022

Online-Seminar: Influencer-Marketing für NPOs
11.05.2022

Online-Seminar: Facebook-Challenges
18.05.2022

ANMELDUNG & MEHR SPANNENDE WEITERBILDUNGEN:

FUNDRAISING.AT/AKADEMIE

Die Swissfundraising-Community wächst und entwickelt sich

Seit über zehn Jahren zeigt die Anzahl Mitglieder bei Swissfundraising in eine Richtung: nach oben. 2010 waren gut 460 Mitglieder registriert, vier Jahre später waren es bereits 600 und sechs Jahre später wurde die 900er-Marke durchbrochen. Wie hat sich die Community 2021 entwickelt? Wo war Swissfundraising 2021 aktiv? Was folgt heuer? Ein kurzer Bericht der Geschäftsstelle.

Von MARIO TINNER

«Das anhaltende Wachstum unseres Verbands ist sehr erfreulich», zieht Swissfundraising-Geschäftsführer Roger Tinner eine positive Bilanz: «Schliesslich ermöglichen unsere Mitglieder mit ihrem Engagement – und ihren Jahresbeiträgen – erst die Arbeit und Weiterentwicklung von Swissfundraising.»

Hohe Fluktuation

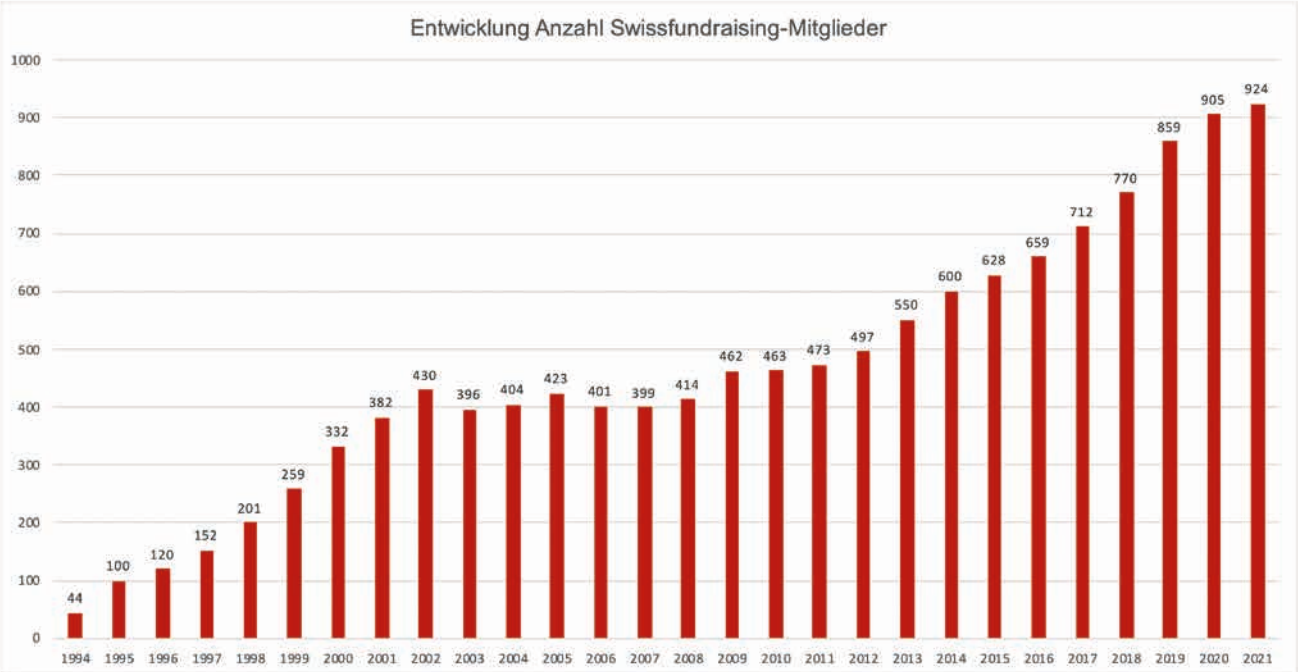
Über insgesamt 155 Neumitglieder durfte sich die Swissfundraising-Familie im letzten Jahr freuen. Dem standen übers ganze Jahr jedoch auch 136 Austritte gegenüber. «Natürlich wünschten wir uns eine niedrigere Fluktuationsrate», meint der Geschäftsführer. Die Austrittsgründe haben in den meisten Fällen aber nicht mit der Verbandsarbeit selbst zu tun: Die einen wurden pensioniert, andere orientierten sich beruflich neu ausserhalb der Fundraisingbranche. Und dann gibt es noch jene, die als Mitglied zurückkehren, wenn sie eine neue Stelle angetreten haben. Für kritisches Feedback hat man bei der Geschäftsstelle wie im Vorstand aber immer ein offenes Ohr, damit sich der Service auch weiterentwickeln kann. Das Vertrauen und die Treue vieler Mitglieder ist vor allem dank der gegenseitigen Unterstützung sehr hoch: «Wir haben sehr viele langjährige Mitglieder, die sich auch ehrenamtlich bei uns engagieren», so Tinner.

Frauenanteil bei knapp ⅔

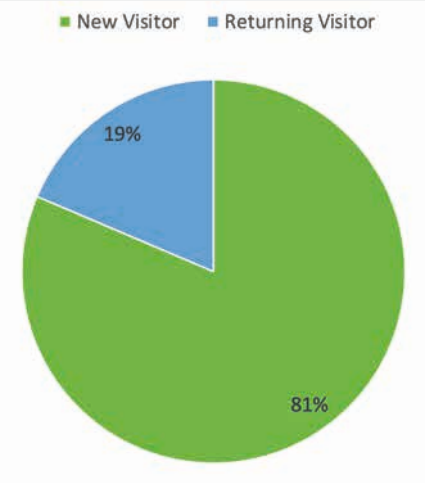
Von den insgesamt 924 Einzelmitgliedern, die Swissfundraising per Ende 2021 zählte, sind 584 weiblich und 330 männlich. 817 Mitglieder sind deutschsprachig, 107 sprechen Französisch. 2021 lag das Durchschnittsalter der Neumitglieder bei gut 42 Jahren. Fun Fact: Das entspricht fast genau dem Altersdurchschnitt zwischen dem ältesten (1958) und jüngsten (1999) Neuzugang im letzten Jahr.

Beliebter Mix aus Online- und Offline-Angeboten

Die Pandemie macht(e) auch die Fundraisingszene digitaler: Spenden über digitale (Zahl)Kanäle sind gewaltig gestiegen und



«Digital Fundraisers» sind gesucht wie nie. Bei Swissfundraising gibt es ab diesem Jahr eine oder sogar zwei Fachgruppen zum Thema «Digital Fundraising». Auch das Angebot an Online-(Weiterbildungs-) Formaten hat sich in den letzten beiden Jahren enorm vergrössert. Swissfundraising konnte 2021 sowohl digital als auch analog viele Seminare, Treffen, Webinare und auch den SwissFundraisingDay erfolgreich durchführen. Über alle Formate hinweg gab es fast 1500 Teilnehmer:innen. Am SwissFundraisingDay, der unter strengen Covid-Auflagen stattfinden konnte, waren etwa 350 Teilnehmende dabei – also mehr als ein Drittel der Mitglieder. Das eigene Online-Format talkingtuesday war ebenfalls wieder sehr beliebt mit einer durchschnittlichen Teilnehmer:innen-Zahl von 55. Die 16 Seminare konnten etwa je zur Hälfte «live vor Ort» und im digitalen Raum durchgeführt werden und waren ebenfalls gut besucht.



Über 80 Prozent der Besucher:innen von swissfundraising.org sind «neue» Nutzer:innen.

Von der Website zur Webplattform

Die Website von Swissfundraising wird rege genutzt: Im letzten Jahr gab es weit über 138'000 Seitenaufrufe und knapp 36'000 Nutzer:innen, von denen nur jede:r Fünfte zu den wiederkehrenden Besucher:innen gehörte (siehe Grafik). Etwa zwei Drittel steigen über die Desktop-Variante ein, mit dem Smartphone sind es «nur» gut 30 Prozent, auf dem Tablet besuchen gar nur rund 1 Prozent der Nutzer:innen die Website.

Anfang letzten Jahres begann mit der Lancierung von «Transforming Swissfundraising» ein neues Projekt: In einem Design-Prozess wurden Konzepte für eine Erfahrungs- und Wissensaustausch-Plattform erarbeitet, die mit und dank dem Feedback der Mitglieder zu einem gemeinsamen Konzept gebündelt wurden. Eine erste Demo (community.swissfundraising.org) verzeichnete eine gute Anzahl Registrierungen, das Engagement war jedoch noch nicht sehr hoch. Es handelt sich allerdings auch noch um ein «unfertiges» Produkt. Im Zuge der geplanten Neugestaltung der Website wird die Geschäftsstelle in Abstimmung mit dem Vorstand nun eine komplett neue Webplattform entwickeln, die alle wichtigen Elemente (Website-Inhalte, Community-Tool, Wissenstransfer, etc.) integriert. Der Launch der Plattform ist für den Spätsommer 2022 geplant.

Spendenreport 2021: Corona, digitale Spenden und Politik prägten das Spendenland Schweiz

Die Corona-Pandemie löste eine grosse Solidarität bei den Spendenden aus. Sie prägte die Berichte der Medien, veränderte das Spendenverhalten und förderte den digitalen Wandel von NPO. Das geht aus dem Spendenreport 2021 von Swissfundraising und der Stiftung Zewo hervor. Der Bericht greift auch die Debatte um die Konzernverantwortungsinitiative auf, die den NPO-Sektor 2020 bewegt hat.

Weitere Informationen und den Spendenreport zum Download finden Sie unter:
swissfundraising.org/spendenreport

Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Online-Performance-Marketing-Verstärkung

Die Fundraising-Agentur Zielgenau begrüßt **Jessica Andic** als neuestes Mitglied im Team. Die interdisziplinäre Online-Marketing-Managerin aus Hamburg bringt rund 20 Jahre Erfahrungen in Web Analytics, Social Media und Perfomance Marketing mit. Zuletzt war sie für einige Jahre als Referentin für Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising bei der „Behindertenhilfe Bergstrasse", einer gemeinnützigen Organisation, welche die Eingliederungshilfe unterstützt, tätig und lernte dort den Non-Profit-Bereich kennen. Mit der Verstärkung des Teams baut die Agentur Zielgenau ihre Expertise im Bereich Online-Performance-Marketing weiter aus. Künftig wird Jessica Andic gemeinnützigen Organisationen bei ihren digitalen Projekten strategisch und operativ zur Seite stehen.

Geschäftsführer bei Helfende Hände

Oliver Jaschek ist seit Januar 2022 neuer Geschäftsführer der Helfende Hände gGmbH. Zuvor war der gelernte Erzieher, studierte Sozialpädagoge und langjährige Schulleiter als Geschäftsführer bei der Jugend- und Erwachsenenhilfe Seitz gGmbH tätig. Nun leitet er das operative Geschäft bei Helfende Hände und ist damit verantwortlich für alle Einrichtungen der Organisation zur Förderung und Betreuung von Menschen mit schweren Mehrfachbehinderungen.

Wechsel in die Presseabteilung

Susanne Bauer hat Anfang 2022 die Pressearbeit der Bank für Sozialwirtschaft (BFS) übernommen. Damit löst sie Stephanie Rüth ab, die nun die Stabsstelle Investor Relations leitet. Susanne Bauer ist seit 2013 in der Unternehmenskommunikation der BFS tätig und verantwortlich für die Redaktion der Kundenzeitschriften „Sozialus" und „BFS-Trendinfo". Zuvor war sie Leiterin des BFS-Europabüros in Brüssel und Förderberaterin bei der NRW.BANK in Düsseldorf.

Von den USA zurück in die Schweiz

Nach zwei Jahren in San Francisco ist **Frida Wechsler** zurück in der Schweiz und wieder als Beraterin in der Agentur für Fundraising und Organisationsberatung Dunekamp GmbH eingestiegen. Frida Wechsler hat in ihrer 28-jährigen Fundraisingkarriere Erfahrungen im In- und Ausland bei Organisationen in der Kultur, in der Entwicklungszusammenarbeit und im Gesundheitsbereich gesammelt. Sie hat sich auf Großspenderfundraising und Stiftungsakquise spezialisiert.

Personalkarussell beim Bonifatiuswerk

Das Bonifatiuswerk der deutschen Katholiken hat sich personell neu aufgestellt. Seit dem 1. Februar 2022 leitet **Katrin Sijbom** den Bereich Fundraising. Bereits seit acht Jahren ist sie im Bonifatiuswerk in Paderborn tätig und war dort zuletzt Referentin für den Bereich Fundraising. Katrin Sijbom hat Politikwissenschaft in Bamberg studiert und hat über ein Jahr in Tansania und Südafrika verbracht. Neuer Pressesprecher des Bonifatiuswerks ist seit Jahresanfang **Matthias Band**. Er übernimmt diese Aufgabe von Patrick Kliebold, der zur Bonifatius GmbH wechselt. Matthias Band hat Geschichtswissenschaft, Philosophie und Literaturwissenschaft an der Uni Bielefeld studiert und war zuvor stellvertretender Redaktionsleiter beim „Westfälischen Volksblatt".

Fließender Übergang bei der Daniel-Theyson-Stiftung

Nach elf Jahren als Vorstandsvorsitzender der Daniel-Theyson-Stiftung hat Gerhard Andreas zum Jahresende 2021 seine Aufgaben an **Hans G. Pieper** abgegeben und scheidet aus dem Vorstand aus. Der langjährige Stiftungsmanager übernimmt jetzt die wieder ins Leben gerufene Position des Geschäftsführers. In dieser Funktion will er nun seine Kenntnisse und Erfahrungen an seinen Nachfolger im Amt des Vorstandsvorsitzenden weitergeben, sodass ein fließender Übergang entsteht. Hans G. Pieper steht seit 2003 der Daniel-Theyson-Stiftung als externer Berater zur Seite und hat seitdem verschiedene Funktionen in der Stiftungsarbeit übernommen. Der Diplomkaufmann ist Geschäftsführer der DPG Deutsche Performancemessungs-Gesellschaft und betreut unter anderem Stiftungen.

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

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

Start-up-Gründer führt die Geschäfte der Start-Stiftung

Seit 1. Februar 2022 ist **Farid Bidardel** Geschäftsführer der Start-Stiftung. Er folgt auf Stefanie Kreyenhop, die sich wieder ihren Aufgaben als Justiziarin der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung widmet. Farid Bidardel hat Erziehungswissenschaft und Psychologie studiert. Seit fast neun Jahren ist er Dozent an der Philipps-Universität Marburg und hat in seiner Laufbahn bereits als Business Coach, Sales Trainer und Team Leader gearbeitet. Von 2015 bis 2018 war er Projektmanager sowie Programmdirektor bei der Social Impact gGmbH. Er hat vielseitige Erfahrungen in der Entwicklung von Stipendienprogrammen und ist mehrfacher Start-up-Gründer mit Fokus Digitalkompetenzen und Migrationskontext. Bei der Start-Stiftung will er u.a. das Programm weiterentwickeln.

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

PR-Profi wechselt in die Geschäftsführung

Dr. **Diana Gregor-Patera** ist seit Januar 2022 die neue Geschäftsführerin der Stiftung Kindertraum und übernimmt damit die Aufgaben ihrer Vorgängerin Gabriela Gebhart, die in den Ruhestand geht. Diana Gregor-Patera ist promovierte Kommunikationswissenschaftlerin mit mehr als 15 Jahren Berufserfahrung in der PR- und Medienwelt. Zuvor war sie u.a. für den Umweltdachverband, den Rat für Forschung und Technologieentwicklung und Gaisberg Consulting tätig.

Neue Gesellschaft mit neuer Fundraiserin

Mit der Ausgründung der RDW HN – Regionale Diakonische Werke in Hessen und Nassau gGmbH aus der Diakonie Hessen hat der Bereich Fundraising in der neuen Gesellschaft auch ein neues Gesicht bekommen. Bereits seit dem 1. Juni 2021 ist **Sarah Koschinski** für die Steuerung und Koordination verantwortlich. Sie hat einen Master-Abschluss in Non-Profit-Management und Governance und bringt Erfahrung im internationalen Großspendenfundraising und im Non-Profit-Bereich mit.

Marketingleiterin wird Geschäftsführerin

Die action-medeor-Stiftung hat eine neue Geschäftsführerin. Die promovierte Germanistin Dr. **Angela Zeithammer** übernimmt das Amt von Bernd Pastors, der die Geschäfte seit über zwei Jahrzehnten geleitet hat. Angela Zeithammer ist ebenfalls schon seit 19 Jahren als Bereichsleiterin Marketing und Kommunikation bei action medeor. Zuvor war sie u.a. in der PR und Kundenberatung tätig. Ihre Aufgaben als Geschäftsführerin übt sie ehrenamtlich aus.

Erste Doppelspitze bei VENRO

Der Verband Entwicklungspolitik und Humanitäre Hilfe (VENRO) hat zum ersten Mal eine Doppelspitze. **Mathias Mogge** ist Generalsekretär der Welthungerhilfe und seit 2013 Vorstandsmitglied bei VENRO, zuletzt als stellvertretender Vorsitzender. Ihm zur Seite steht **Martina Schaub**, die seit 2017 ebenfalls Mitglied im Vorstand ist. Außerdem ist sie Vorständin von OroVerde – Die Tropenwaldstiftung. Die beiden neuen Vorstandsvorsitzenden folgen auf Bernd Bornhorst.

Trauer um „Mister Glückskette“

Der langjährige Radiomoderator und Kommunikationsleiter der Schweizer „Glückskette“ ist tot. **Roland Jeanneret** verstarb am 17. Dezember 2021 im Alter von 74 Jahren. Er studierte Deutsche Literatur, Publizistik und Theaterwissenschaften und präsentierte im Schweizer Fernsehen die „Kindernachrichten“, bevor er zum Radio wechselte, wo er die Sendung „Rendez-vous“ moderierte. Für sein Engagement bei der „Glückskette“ erhielt er mehrere Preise.

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

Marktforschung per Klick

Tagesaktuelle Fundraising-Kennzahlen

Wer aussagekräftige Marktdaten für den Bereich Fundraising in Deutschland sucht, kommt meist bis zum Deutschen Spendenmonitor und zum GfK Charity Panel. Diese erscheinen jedoch nur einmal jährlich. Hier setzt die Grün-Software-Group an. Der „Data Monitor Fundraising“ soll eine innovative Marktforschung auf Basis anonymisierter Daten aus dem Grün-Datenpool ermöglichen. Mehr als 1000 Organisationen verwalten bereits ihre Spenden von insgesamt über eine Milliarde Euro mit Grün-Software. Das ist eine erhebliche Größe im deutschen Spendenmarkt und eine relevante und valide Datenbasis für Marktforschung im Bereich Fundraising. Alle Organisationen, die Lösungen der Grün-Software-Group zur Verwaltung ihrer Spenderdaten nutzen, können am Data-Monitor teilnehmen. Mit der Zustimmung zur regelmäßigen Einspielung ihrer anonymisierten Daten in den Datenpool erhalten die NGOs automatisch anschaulich und übersichtlich aufbereitete, tagesaktuelle Fundraising-Kennzahlen, die mit einem Klick zur Verfügung stehen. Für die Organisationen entstehen dafür weder Kosten noch zusätzlicher Aufwand.

▶ www.gruen.net/plattformen/data-monitor

Diese Spendenquittung hat Gewicht.

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

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

SPENDENSTEIN

Fundraising mit Mehrwert!

NEU!

www.spendenstein.de

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

Kurzgefasst …

Linke spenden Diätenerhöhung für Frauenprojekte

Die Linksfraktion im Berliner Abgeordnetenhaus hat angekündigt, den Nettobetrag der geplanten Diätenerhöhung für 2022 zu spenden. Die knapp 26 000 Euro sollen dem Sozialdienst katholischer Frauen (SkF) zugutekommen. Die Diätenerhöhung ist umstritten: Der Bund der Steuerzahler Berlin kritisierte sie als völlig unbegründete Aufblähung des Politikbetriebs.

▶ https://skf-berlin.de

Zeit für faire Verhältnisse

Der Verein „Fair Share of Women Leaders“ erhebt seit drei Jahren aktuelle Zahlen von mittlerweile 180 NGOs und Stiftungen, die zusammen mehr als 900 000 Menschen beschäftigen. Mit dem Fair-Share-Monitor veröffentlicht der Verein jährlich eine Bestandsaufnahme der Zivilgesellschaft und ihrer Bemühungen um Geschlechtergerechtigkeit und repräsentative Führungsteams. Der Monitor für 2021 liegt nun aktuell vor.

▶ https://fairsharewl.org

Netto-Kunden sind spendabel

Hohe Spendenbereitschaft zeigten 2021 auch Kundinnen und Kunden des Netto Marken-Discount, die gemeinsam mit dem Lebensmittelhändler im Rahmen der Netto-Spendeninitiative verschiedene soziale Hilfsorganisationen unterstützten. Insgesamt kamen dank der Kundenspenden an Kassen und Pfandautomaten, durch einzelne Spendenaktionen und Netto-Unternehmensspenden 2 301 843 Euro zusammen. Wer alles das Geld bekommt, findet man detailliert auf

▶ netto-online.de/spenden

Smart Hero Award: noch bis 2. Mai bewerben

Zum neunten Mal in Folge sucht die „Stiftung Digitale Chancen“ in Zusammenarbeit mit Meta (Facebook) Menschen und Organisationen, die ihr ehrenamtliches und soziales Engagement erfolgreich in und mit Social Media umsetzen, und zeichnet diese mit dem Smart Hero Award aus. Bis zum 2. Mai können Bewerbungen und Projektvorschläge hier eingereicht werden:

▶ www.smart-hero-award.de/bewerbung/interessensbekundung

IBM unterstützt NGOs mit globalen Programm

Non-Profit-Organisationen mit dem Fokus auf saubere Energie können sich online um einen Platz im neuen weltweiten Pro-Bono-Umweltprogramm „IBM Sustainability Accelerator“ bewerben. In zwei Phasen unterstützt IBM mit Technologien und Know-how die Umweltlösungen gemeinnütziger Organisationen. Die Bewerbungsfrist läuft bis zum 30. April.

▶ https://webportalapp.com/sp/ibm-csr-proposal

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.

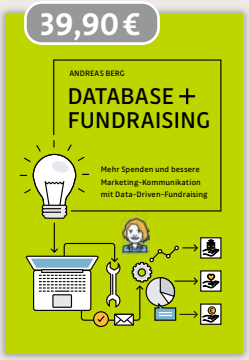
20 €

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

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 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

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

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

Klosterwiesgasse 101b/EG/Ge1 · 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

Mehr entdecken.
koopmann.de
Eine Technik, 1000 Möglichkeiten für Ihr Fundraising
koopmanndruck

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

Erfolg kommt nie aus der Mode.
adfinitas

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

Dienstleistungen im Bereich Fundraising seit 1984

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

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

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

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

Ihr Dienstleister-Eintrag (Standard)
erscheint 1 Jahr lang im Dienstleisterverzeichnis unter
www.fundraising-dienstleister.de
und in 6 Ausgaben des gedruckten Magazins.
149, + MwSt.

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

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

ANT-Informatik GmbH
Gutes besser tun
Mit unseren Softwarelösungen, Dienstleistungen und unserer Beratung legen wir gemeinsam mit Non-Profit-Organisationen die technologischen und organisatorischen Grundlagen für erfolgreiches Fundraising. Unser Angebot:
- Implementierung von Branchen- und Cloudlösungen
- Serviceleistungen im Bereich des Datenmanagements
- Beratung

Wilhelmstraße 56 · 53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 8987030
info@ant-informatik.de | www.ant-informatik.de

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

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

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
Gutes besser tun

Mit unseren Softwarelösungen, Dienstleistungen und unserer Beratung legen wir gemeinsam mit Non-Profit-Organisationen die technologischen und organisatorischen Grundlagen für erfolgreiches Fundraising.
Unser Angebot:
- Implementierung von Branchen- und Cloudlösungen
- Serviceleistungen im Bereich des Datenmanagements
- Beratung

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

Voiss
Face to Face mit Voiss
Qualitativ, transparent und digital.

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

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

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

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

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

Im Dienstleisterverzeichnis des Fundraising-Magazins finden Sie Rat und Tat für Ihre Projekte rund um die Themen Fundraising, Stiftungen & Sponsoring.

Ihr Unternehmen fehlt hier noch? Gleich eintragen unter:

fundraising-dienstleister.de

In Balance: Personalisierung und Kosten

Mailingkampagnen mit Multi-Channel-Ansatz

Die Digitalisierung von Kampagnen ermöglicht eine individuellere Ansprache in Online- sowie Print-Mailings. Dies verhilft nicht nur zu mehr Spendeneinnahmen, sondern verringert Streuverluste – und damit Kosten.

Von MANUEL PRAZAK

Aus dem Marketing und vielen Studien wissen wir: Je gezielter die Ansprache, desto überzeugender und effektiver sind Mailings. Die Zeiten, in denen der Name ein Spendenmailing individuell machte, sind vorbei – persönlicher und kostensparender sollen Kampagnen sein.

Baukastensystem: online und offline

Spender haben sich längst daran gewöhnt, in ihrem Interesse und mit individueller Ansprache abgeholt zu werden. Voraussetzung für die Personalisierung über die Ansprache hinaus sind Daten und deren Pflege. Die Basis dafür ist die Kombination aus ERP- und CRM-Systemen und eine DSGVO-konforme Datennutzung.

Die Individualisierung von Inhalten geht über Interesse bis hin zum (vorhersagbaren) Verhalten. Haben Spender bereits gespendet? Wofür und wie viel? Welche Muster lassen sich im Verhalten erkennen? Diese Daten fließen in die Kreation von Inhalten für verschiedene Segmente. So können Sie je nach Thema verschiedene Textbausteine individuell zu Mailings zusammenstellen. Dabei ist es unerheblich, ob es sich im Ergebnis um Post oder E-Mail handelt. Unterschiedliche nach Interessen und Spendenverhalten erstellte Textbausteine können für jeden Empfänger, auch im Druck, individuell ausgegeben werden. Ganz gleich wie viele Exemplare gedruckt werden sollen.

Kreativität im Themenbezug

Die Textbausteine beziehen sich auf Themen, die Empfänger besonders interessiert (geklickt) oder für die sie gespendet haben. Hier ist Kreativität gefragt. Segmentieren Sie etwa, wann der Spender spendet (13. Gehalt, Geburtstag, einmalig) und triggern Sie mit kreativen Inhalten zum richtigen Zeitpunkt zusätzliche Spenden.

Kosteneffiziente Print-Mailings

Das Medium eines Mailings sollte nicht nach Kosten, sondern nach Wirkung gewählt werden. Wichtig ist, zu erkennen, wer wirklich ein Printmailing möchte, also ob ein Printmailing bewegt. Die Königsdisziplin ist das Kombinieren von Daten der Online- und Offline-Kanäle – sowohl in der Customer Journey als auch in der Analyse. Durch QR-Codes können Spender von einem Brief auf eine individualisierte Landingpage geführt und über den Medienbruch hinweg erkannt werden. Ein QR-Code muss dabei für die Empfänger sinnvoll sein – etwa um Zahlungen direkt anzuweisen, zum Download der Spendenbescheinigung oder um die Website zu besuchen und mehr über ein Projekt zu erfahren (Transparenz). Andersfalls wird er nicht genutzt.

Kosten beim Printmailing entstehen heute zu 80 Prozent durch das Porto. Während es in Österreich einen Spezialtarif für NGOs gibt, gilt in Deutschland der übliche Preis – samt der neuesten Portoerhöhung. Hinnehmen müssen dies Fundraiser aber nicht. Alternative Zustelldienste betreiben oft Partnerschaften, durch die Portokosten optimiert werden können. Im Durchschnitt können 45 Prozent der Briefe über andere Anbieter zugestellt werden – das spart je nach Volumen bis zu 33 Prozent der Portokosten gegenüber der Deutschen Post.

Optimierung der Prozesse und Kosten

Eine dezentrale Kampagnen-Steuerung verhilft durch kurze Wege und Verträge mit lokalen Zulieferern zu einer sehr schnellen Zustellung und einer geringeren CO_2-Belastung im Vergleich zu zentral produzierten und verteilten Mailing-Kampagnen. Wer Kostensicherheit für sämtliches Prozess- und Risiko-Management haben möchte, kann einzelne oder alle Schritte von der Kampagnenkonzeption über die Adressqualität bis hin zur Portooptimierung bei schneller Umsetzung auslagern.

Adressqualität spart neben Porto das meiste Budget

Je besser die Datenlage ist, desto weniger Rückläufer und Kosten verursachen Post-Mailings natürlich. Damit das Mailing auch die gewünschten Empfänger sicher erreicht und nicht verschwendet wird, ist ein Adress-Check vor jedem Versand sehr wichtig. Dadurch werden die Adressen auf den aktuellen Stand gebracht und Datensätze auf definierbare Parameter wie „unzustellbar", „verstorben" oder „verzogen" überprüft.

Für individuelle Mailings werden im Fundraising künftig immer mehr Informationen entlang der Kommunikationskanäle gesammelt, die in Datenbanken zusammenlaufen. Die detaillierte Datenpflege, passende Auswahl der Ausspielungskanäle und Zusammenarbeit mit Partnern ermöglichen kosteneffiziente und erfolgreiche Kampagnen durch individuelle Ansprache. Auch die Individualisierung der Post-Mailings ist grenzenlos, wenn interne Voraussetzungen wie Datenpflege gegeben sind.

Manuel Prazak betreut als Key Account Manager bei Paragon Customer Communications DACH- & CEE-Unternehmen und NGOs bei allen Themen rund um innovative Kunden- und Mitarbeiterkommunikation.
▶ www.paragon-cc.com

Vorbereitung ist alles

Goldene Regeln für das Haustür-Fundraising (in der Schweiz)

Haustür-Spendenwerbung ist während der Corona-Pandemie eine Herausforderung geworden. Wer einige Tipps beachtet, kann trotzdem Spendenerfolge feiern.

Von ROGER MÜLLER

Im Corona-Krisenjahr 2020 spendete die Schweizer Bevölkerung zehn Prozent mehr als im Vorjahr. Insgesamt haben die Schweizer Hilfswerke rund zwei Milliarden Franken Spenden erhalten. Mehr als die Hälfte der Spendeneinnahmen stammt von Privathaushalten. Das zeigt die Statistik der Schweizer Stiftung ZEWO. Was die Statistik auch zeigt: Von 100 Franken überwiesen die Spenderinnen und Spender nur rund zwei Prozent via digitale Zahlungskanäle. Zum Vergleich: Per Lastschriftverfahren und Debit-Direct-Zahlungen waren es zwölf Prozent. Viele Schweizer Fundraising-Agenturen kombinieren mittlerweile das persönliche Informationsgespräch mit digitalen Tablet-Präsentationen und elektronischen Spendenmöglichkeiten via SMS, Bank-, Post- oder Kreditkarte. Eine Person kann so an der Haustür eine Dauer- oder Einzelspende tätigen. Die an der Tür digital erfassten Spenderdaten fließen per Mobilfunk innert Sekunden ins Datenmanagement. Der Pluspunkt bei Haustürkampagnen: Interessenten befinden sich in ihrem gewohnten Lebensumfeld und haben meist Zeit für ein Gespräch.

Vorbereitung ist entscheidend

Das Vorwissen eines Haustür-Fundraisers über die Privathaushalte beeinflusst den Spendenerfolg. Interessant ist hier, ob ein Haushalt schon beim beworbenen Hilfswerk gespendet hat oder nicht. Aber welche Themen eignen sich am besten für Haustür-Kampagnen? Carmela Zumbach ist Projektleiterin Fundraising beim Schweizerischen Gehörlosenbund in Zürich. Sie sagt: „Das Thema sollte nicht zu abstrakt und gut nachvollziehbar sein. Einfache, schnell verständliche Themen eignen sich gut – wie etwa Alltagssituationen gehörloser Kinder und ihrer Familien."

Fingerspitzengefühl

Jacqueline Brunner ist Senior Fundraising Managerin bei der Schweizer Stiftung Pro Juventute. Sie sagt über ihre Erfahrungen mit Haustürkampagnen: „Nebst den Standaktionen geben sie uns die Möglichkeit, auf eine andere Art die Leute direkt zu erreichen und ins Gespräch mit ihnen zu kommen. Wir arbeiten mit zwei Dienstleistern, die unterschiedliche Ansätze gewählt haben – Mitgliedschaften mit Lastschriftverfahren und Einzahlungsscheine. Mit dieser kombinierten Lösung sind wir sehr zufrieden." Das richtige Fingerspitzengefühl sei in jedem Fall wichtig, denn die Menschen würden in ihrem privaten Umfeld sehr direkt ange-

Fundraising an der Haustür

Die Adressenselektion ist entscheidend.

Dauerspenden sparen Mahnbriefe und Telefonanrufe sowie weitere Spendenmailings.

Der Spendendienst einer Organisation muss wissen, wo die Haustür-Dialoger jeweils vor Ort sind (Rückfragen aus der Bevölkerung).

Fakultativ eingeholte Kontaktdaten wie Adressen, E-Mail, Telefonnummern und Opt-ins sind nützlich für nachfolgende Fundraising-Aktionen.

Die digitale Spenderdatenerfassung spart Zeit und eine manuelle Nacherfassung.

Eine umgehende Spenden-Verdankung ist wichtig.

Ein professionelles Datenmanagement vereinfacht die Nachfolgeprozesse und die Ausstellung der Spendenbescheinigung.

sprochen. Jacqueline Brunner erklärt: „Die Dialogerinnen und Dialoger müssen gut geschult werden und sehr diplomatisch und vertrauenserweckend vorgehen.“ Franziska Schlegel, bei Amnesty International Schweiz zuständig für den Bereich Direct Dialog, fügt hinzu: „Man trifft bei Haustürkampagnen andere Leute an als auf der Straße, öfters auch ältere Leute, und kommt in Gebiete, in denen man sonst nie ist.“ Es sei zudem wichtig, dass eine Organisation Dienstleister finde, mit denen die Kommunikation gut funktioniere: „Es wird immer wieder zu kleineren und größeren Problemen kommen, da ist Vertrauen wichtig.“

Aufdringliche Wirkung vermeiden

Martina Ziegerer, Geschäftsleiterin der Stiftung ZEWO, sagt zum Thema Haustür-Spendensammlungen: „Die Organisationen sollten beachten, dass Spendensammlungen an der Haustüre eine aufdringliche Wirkung haben und sich die besuchten Personen nicht zur Spende gedrängt fühlen. Das Gespräch oder der Besuch ist sofort abzubrechen, wenn die kontaktierte Person zu erkennen gibt, dass sie keine Fortsetzung des Gesprächs wünscht.“

Homeoffice vergrößert Zeitfenster

Face-to-Face-Dienstleistungen haben unter der Corona-Pandemie kein leichtes Dasein – dies gilt auch für Haustür-Spendenkampagnen. Zu Beginn der Pandemie hatten viele Agenturen sowohl auf der Seite der Dialoger als auch bei den potenziellen Spendern mit Unsicherheiten zu kämpfen – mit einem eigenen Schutzkonzept und der Einführung der Impfung hat sich dies jedoch spürbar entspannt. Ein weiterer Effekt der Pandemie ist die generelle höhere Akzeptanz von Homeoffice. Wir stellen fest, dass wir während der sonst weniger frequentierten Zeiten mehr Menschen an der Haustüre antreffen. Wir gehen davon aus, dass dieser Trend bestehen bleibt und sich auch nach der Pandemie bis zu einem gewissen Grad zeigen wird.

Roger Müller ist seit 2003 im Face-to-Face-Fundraising tätig. Nach vielen Jahren als Außendienstleiter Schweiz bei der Corris AG amtet er nun als Geschäftsleiter des Start-ups lazoona, eine Marke der Corris. Die 2001 gegründete Corris AG mit Hauptsitz in Zürich ist in der Schweiz die führende Agentur im Face-to-Face-Fundraising. lazoona ist – wie die Corris – in der gesamten Schweiz tätig und hat Büros in Bellinzona, Lausanne und Zürich.

- www.lazoona.com
- www.corris.ch
- www.talkingjob.ch

Wandel braucht Ehrlichkeit

Ein Geschäftsführerwechsel kann in NGOs eine sehr persönliche Sache sein

Eine Trennung ist nicht immer leicht – im Privaten, aber auch insbesondere im Beruflichen. Was tun, wenn nach vielen Jahren der gemeinsamen Zusammenarbeit ein Mitglied der Führungsriege den Hut nimmt? Wie geht man mit den Emotionen um, die dann aufkommen, und wie mit der Lücke, die sich auftut?

Von CAROLA VON PEINEN

Anfang 2021 sahen wir uns bei Talents4Good mit diesen Fragen konfrontiert, als sich meine Mit-Gründerin und Mit-Geschäftsführerin Anna Roth entschlossen hatte, sich aus der Geschäftsführung zurückzuziehen. Erst einmal standen die Emotionen im Vordergrund, denn Anna war nicht nur Mit-Gründerin und Mit-Geschäftsführerin, sondern über die Jahre auch Freundin für mich geworden. Doch wie es bei fast allen Hürden und Herausforderungen im Leben ist: Kommunikation hilft!

Reibungsloser Übergang ist möglich

Im Frühjahr 2021 habe ich unserer langjährigen Mitarbeiterin Annika Behrendt die Nachfolge angeboten, inzwischen führen wir die Geschäftsführung gemeinsam fort. Judith Hartmann vervollständigt als kaufmännische Leiterin und Prokuristin das neue Leitungstrio. Wir alle sind sehr stolz darauf, wie reibungslos der Wechsel funktioniert hat, doch nicht immer gelingt solch ein Wechsel ohne Probleme, Streit und Ärger.

Wir wollen hier unsere Erfahrungen zum Thema „Transition – Wie kann so ein Wechsel ohne Streit gelingen?“ teilen, denn wir wissen auch aus Gesprächen mit unseren Kunden, dass dieses Thema viele umtreibt und manchmal Organisationen auch lahmlegen kann. Essenziell für einen erfolgreichen Transitionsprozess sind eine gute Vertrauensbasis sowie Offenheit und Ehrlichkeit. Wir haben die Karten auf den Tisch gelegt, unsere Bedürfnisse klar kommuniziert und auch schmerzhafte Dinge angesprochen.

Begleiteter Prozess und Förderung potenzieller Nachfolgerinnen

Bei Anna und mir war das glücklicherweise schon immer so, trotzdem haben wir uns in diesem Prozess begleiten lassen, denn man kann die Situation durchaus mit einer Trennung vergleichen, wie wir sie aus dem Privaten kennen. Nach fast zehn Jahren gemeinsamer Unternehmung bleiben Enttäuschungen und Verletzungen nicht aus. Mit Hilfe unserer Beraterin ist es uns gelungen, nicht nur die Business-Seite hinzubekommen, sondern auch unsere Freundschaft am Leben zu erhalten. Eine weitere Basis war die Tatsache, dass wir Menschen im Unternehmen schon früh gefördert haben, sodass zum Zeitpunkt des Wechsels die Nachfolge bereits in den Startlöchern stand. Wir haben unsere Nachfolgerinnen ab dem ersten Tag unterstützt und ihnen Raum gegeben, sich zu entwickeln. Ohne genau zu wissen, wohin die Reise geht und ohne zu wissen, ob wir in Zukunft eine adäquate Position für sie haben werden.

Bedeutung der neuen Rolle

Als es dann so weit war, Anna gehen zu lassen, hat sich beides sehr stimmig ineinandergefügt. Und immer, wenn die Kolleginnen den nächsten Schritt gemacht haben, haben wir uns auch intensiv damit beschäftigt, was die neue Rolle für sie bedeutet. Das hat geholfen, Irritationen und

Unklarheiten aufgrund des Rollenwechsels schnell zu adressieren. Denn vermeiden kann man sie nicht.

Über den jetzigen Job hinaus denken

Was letztendlich sehr hilfreich für uns war: Dass wir schon vom ersten Tag an darüber gesprochen haben, was uns wichtig ist im Leben und was wir uns in Zukunft außerhalb von Talents4Good vorstellen können. Wir waren uns also immer bewusst, dass die gemeinsame Reise auch wieder enden kann. Ich glaube, dass das in vielen Startups nicht so ehrlich besprochen wird und entsprechend viele Verletzungen verursacht – obwohl es eigentlich in der DNA vieler Gründer verankert ist, nach einiger Zeit weiterzuziehen und etwas Neues zu beginnen.

In manchen Organisationen ist es nach dem Ausstieg einer Mit-Geschäftsführerin oder eines Mit-Geschäftsführers gang und gäbe, die Geschäftsführung alleine weiterzuführen und gar keine Nachfolge zu bestimmen. Doch ich wusste schon immer, dass Teamwork für mich der Schlüssel zum Erfolg ist und mir die Arbeit dann auch am meisten Spaß macht.

Teamwork federt Risiken ab

Wenn Verantwortung auf mehreren Schultern liegt, kommen viele Perspektiven zusammen, die wiederum Risiken abfedern und Chancen sichtbar machen. Außerdem muss niemand immer da sein und Leistung bringen – Elternzeiten, Sabbaticals, aber auch schwierige persönliche Zeiten führen nicht zum Kollaps des Systems. Hinzu kommt, dass wir sehr stärkenorientiert arbeiten. Wenn ich aber nur das tue, was ich am besten kann, dann fehlen noch ein paar Komponenten für eine gute Unternehmensführung. Und all das ist bereits im Unternehmen vorhanden oder kann sich entwickeln. Dass Annika und Judith jetzt bereit sind, in die Verantwortung zu gehen, ist für mich das größte Geschenk. Wenn Sie sich gerade mit dem Thema beschäftigen, so beachten Sie, dass ein solcher Prozess nicht nur eine transparente Kommunikation erfordert, sondern auch Zeit. Binden Sie die Person peu à peu ein und lassen Sie sie erst einmal ankommen in der neuen Rolle.

Carola von Peinen ist studierte Betriebswirtin. 2012 gründete sie Talents4Good, die Personalvermittlung- und beratung für gemeinnützige Organisationen und gemeinwohlorientierte Unternehmen in Deutschland. Talents4Good findet die richtigen Menschen für die wichtigsten Jobs und berät Organisationen, sich zukunftsfähig aufzustellen.
▶ www.talents4good.org

Direkte Verbindung

Lead-Telefonie im Fundraising kann vielfältig eingesetzt werden

Telefon-Fundraising ist aus dem Fundraising-Mix vieler gemeinnütziger Organisationen nicht mehr wegzudenken. In Zeiten der Pandemie hat es sich endgültig als hochwertiger Spenden- und Bindungskanal etabliert.

Von HOLGER MENZE

Am Telefon geht es meist um Bindung und Dauerspenden per Lastschrift. Die Logik: Spenden per Lastschrift sind wichtig für die Projektplanung und administrativ günstiger als Einzelspenden.

NGOs denken oft, dass Telefon-Fundraiser ein profundes Wissen über die Projekte haben müssen. Dem ist nicht so, denn beworben wird nicht die Projektarbeit, sondern der beste Weg, diese zu unterstützen. Trotzdem werden sie als Vertreter der jeweiligen NGO wahrgenommen: „Seit über 20 Jahren betreue und steuere ich kontinuierlich Telefon-Fundraising-Kampagnen zur effektiven Einwerbung neuer oder zusätzlicher Mittel", so Dr. Thomas Röhr, Leitung Fundraising und Marketing bei Rote Nasen Deutschland e.V. „Zusätzlich erschließen mir Gespräche mit Förderern über unsere Arbeit inhaltlich oft mehr als viele Studien aus diesem Bereich. Voraussetzung ist ein in Gemeinnützigkeit erfahrener Dienstleister, denn die Telefon-Fundraiserinnen und -fundraiser repräsentieren im Moment des Gesprächs die Organisation. Aktuell lagern wir einen Teil des Inbounds aus, um in Stresssituationen oder Saisonzeiten unseren Service-Level halten zu können."

Einsatzmöglichkeiten

Telefon-Fundraising ist zyklisch, als Faustregel gilt ein Anruf pro Jahr. Zielgruppen können sich überschneiden und Kampagnen müssen sorgfältig geplant werden. Upgrade-Kampagnen werden jährlich oder

Mögliche Lead-Kampagnen

Begrüßung/Pre-debit-call: Begrüßung vor dem 1. Bankeinzug zur Senkung der Stornoquote
Begrüßung/Konversion: Begrüßung und Konvertierung zur Dauerspende
Katastrophenspende: Einzelspenden nach Katastrophen. Funktioniert gut im Middle-Donor-Segment und darüber
Konversion Mehrfachspender: Spender ab der 2. Spende werden Dauerspender
Upgrade-Kampagne: Bestehende Lastschriften werden erhöht
Reaktivierung: Inaktive Spender (bis 24 Monate) werden (dauerhaft) reaktiviert
Leads: F2F oder Facebook/Petitionen-Leads werden zu Dauerspendern konvertiert
DRTV: Inbound-Calls nach einem Fernsehspot, in dem um Dauerspenden geworben wird
Nachlass: Qualifizierungsanrufe zur Eingrenzung der Zielgruppe

alle zwei Jahre durchgeführt. Die Zahl der Anrufversuche liegt zwischen vier und acht. Besonderes Augenmerk sollte dabei auf die Erstspender gelegt werden: „Telefon-Fundraising ist für den Volksbund seit vielen Jahren ein gutes Instrument zur Reaktivierung inaktiver Spender sowie Erst-Spenden-Begrüßung oder Upgrade-Kampagnen“, sagt Christina Rudolph, Leiterin Direktmarketing beim Volksbund. „Die Zielgruppe ist meist älter und hat aufgrund persönlicher Schicksalserfahrungen durch einen Angehörigen-Verlust in einem der beiden Weltkriege einen besonderen Kommunikationsbedarf. Telefon-Fundraising ist also auch ein Bindungs- und Kommunikationskanal.“

Die Sache mit den Opt-ins

Telefon-Fundraising fällt unter die e-Privacy-Verordnung, die voraussichtlich erst 2023 verankert wird, mit Übergangsfristen danach. Der gegenwärtige Entwurf gestattet Anrufe nur mit vorliegenden Opt-ins, die nach zwei Jahren verfallen können. Auch ein Werbepräfix zur Nummer, die den Anruf als Werbeanruf kennzeichnet, ist im Gespräch.

Es gilt also abzuwägen beim Einholen von (Future) Opt-ins, denn einmal gegebene Opt-outs verjähren nicht. Zurzeit reicht eine Interessenabwägung vor jeder Kampagne, in der das Interesse der Organisation an weiterführender Kommunikation gegen das Privacy-Interesse der Spenderinnen und Spender abgewogen wird. Liegt die letzte Spende nicht länger als 24 Monate zurück, überwiegt das Interesse der Organisation.

Telefon-Fundraising ist ein schnelles und agiles Instrument, Fehler in der Planung können während der Kampagne bereinigt werden. Im Anschluss ist eine Auswertung der Ergebnisse natürlich auch hier unerlässlich: „Telefon-Fundraising hat seinen festen Platz im Fundraising-Mix von terre des hommes. Es festigt die Bindung zu unseren Spenderinnen und Spendern und trägt zur Steigerung der Spenden bei. Wir werten auch die Entwicklungen nach den Kampagnen aus: Wer reagiert auf das nachfolgende Mailing, wer spendet im Nachlauf der Kampagne über unsere Webseite? Das ist spannend und aufschlussreich“, so Stephan Stolze, Leiter Fundraising bei terre des hommes e. V.

Holger Menze ist seit fast 20 Jahren dem Telefonfundraising verbunden. Er ist einer der Mitbegründer der FRC Spenden Manufaktur GmbH in Berlin, die seit 2004 besteht. Seit 2009 ist er dort als Geschäftsführer tätig. In den vergangenen Jahren hat er mit diversen internationalen NGOs zusammengearbeitet und kennt die Vorzüge und Risiken des Telefonfundraisings im Detail.
▶ www.spenden-manufaktur.de

Bank
für Sozialwirtschaft

Sicher online Spenden sammeln.

Entdecken Sie unser Spendenportal sozialspende.de! Als Kunde der Bank für Sozialwirtschaft AG erhalten Sie einen kostenlosen Zugang zu unserem Spendentool BFS-Net.Tool XXL und zum Spendenportal. Sie können direkt loslegen und den Eingang Ihrer Spendenströme auf Ihr Konto automatisieren. Zusätzlich können Sie Ihre Projekte auf sozialspende.de realisieren und finden zahlreiche Onlinespenden. Sprechen Sie gerne direkt mit Ihrem persönlichen Kundenbetreuer oder lassen Sie sich von unseren Fundraising-Experten beraten.

Sprechen Sie mit uns. Wir haben die Lösung.
Telefon 0221 97356-0 | fundraising@sozialbank.de | www.sozialbank.de

Die Bank für Wesentliches

Versuch macht klug

Wie die Stiftung „Menschen für Menschen“ ihre junge Zielgruppe digital erreicht

„Ich wette, dass nicht einmal ein Drittel von Ihnen Zuschauern eine Mark einbezahlt.“ Mit diesen Worten legte Karlheinz Böhm 1981 den Grundstein für die Stiftung „Menschen für Menschen“. Ein spontaner Aufruf, für den Böhm aber mit der Samstagabend-Show „Wetten dass ...?“ bewusst die größtmögliche mediale Bühne wählte.

Von ALBERT LINNER

40 Jahre später ist die Medienlandschaft viel diversifizierter und viele Zielgruppen sind nicht mehr am besten, geschweige denn ausschließlich über lineares Fernsehen zu erreichen. Gleichzeitig befindet sich „Menschen für Menschen“ auch knapp acht Jahre nach dem Tod des Gründers in einem Prozess der Transformation. Das auf Böhm zentrierte Fundraising, das lange Zeit sehr erfolgreich war, ist heute nicht mehr geeignet, die alternde Stammspenderschaft zu verjüngen. Neue Wege sind gefragt.

Online-Kampagne

Zum 40. Geburtstag von „Menschen für Menschen“ setzten wir uns zum Ziel, die Markenbekanntheit vor allem bei jüngeren Zielgruppen zu steigern, und setzten dabei auf eine Online-Kampagne mit 40 kreativen Aktionen und einer live gestreamten Spendengala als finalem Höhepunkt. Denn Böhms Erbe, der nachhaltige Ansatz der Hilfe zur Selbstentwicklung, ist aktueller denn je und nach wie vor dazu geeignet, auch jüngere Menschen im Alter zwischen 30 und 50 Jahren zu überzeugen, die Arbeit der Stiftung zu unterstützen.

Bandbreite der Aktionen

Der Fokus auf diese Altersgruppe gab ebenso wie pandemiebedingte Einschränkungen den Charakter der Kampagne vor: Die Aktionen fanden vor allem online, in den sozialen Medien, statt – einerseits mit „klassischen“ Prominenten, vor allem aber auch mit der Unterstützung von Influencern auf Plattformen wie Instagram und Youtube.

Das Ziel: die Spender von morgen in ihrer digitalen Lebensrealität abholen. Um möglichst viele dieser Lebensrealitäten zu erreichen, hatten die 40 Aktionen eine große Bandbreite, die wir als kleines Team nur mit der Produktionsfirma Riverside Entertainment als engagiertem Partner realisieren konnten. Gemeinsam entwickelten wir einen Mix aus Influencer Marketing, Content Marketing und klassischen Fundraising-Aktionen – eben digital.

GIF-Challenge auf Instagram

Zu letzteren gehörten Online-Auktionen, in denen das Fußballtrikot von Manuel Neuer einen Rekorderlös erzielte. Der Torwart verschaffte uns zudem mit einer „GIF-Challenge“ auf Instagram hohe Engagement-Raten. Auf User-Engagement zielten auch andere Social-Media-Aktionen wie eine Fußballtrick-Challenge mit Nationalspielerin Dzsenifer Marozsán oder Charity-Yogastunden von Fitness-Influencern via Instagram live.

Verlosungen, an denen man mit oder ohne Spende teilnehmen konnte, lockten viele neue Webseitenbesucher an. Dabei waren nicht-käufliche Gewinne die beliebtesten, etwa eine Mailbox-Ansage von Oliver Rohrbeck, der Stimme von Justus Jonas von den „Drei Fragezeichen“.

Nicht alle Aktionen führten zum gewünschten Erfolg: Mit bekannten Techno-DJs wollten wir Spenden für unsere Wasser-Projekte sammeln. Trotz einer Followerschaft von zusammen über vier Millionen stieß diese Aktion auf wenig Resonanz. Eine Erkenntnis daraus: Quantität führt beim Influencer Marketing nicht zwangsläufig zum Erfolg für NGOs. Vielmehr braucht es eine gute inhaltliche Anbindung an die eigenen Themen und eine spürbare Identifikation der Protagonisten mit der Sache. Ist das gegeben, sind passende Midi- oder Micro-Influencer mit weniger Fans, die aber hohes Engagement zeigen, die bessere Wahl. So waren die Aktionen am wertvollsten, die auch inhaltlich den konkretesten Bezug zu unserer Arbeit hatten. In Zusammenarbeit mit Medizin-Influencern entstand ein Instagram-Video zum Thema Frauengesundheit in Äthiopien, das breite Resonanz fand und nicht zuletzt ein gutes Spendenergebnis einbrachte.

Fast Verdoppelung der Online-Spenden

Allein über unsere eigenen Social-Media-Kanäle erreichten wir im Kampagnenzeitraum über eine Million Menschen. Ein Vielfaches dieser Reichweite erzielten die Aktions-Posts von Prominenten und Influencern. Und auch wenn sich bestätigte, dass der digitale Spendenmarkt in Deutschland nach wie vor verhalten ist, konnten wir die Anzahl der Online-Spenden im Vergleich zum Vorjahr fast verdoppeln. Nicht nur die gestiegene Markenbekanntheit und die Neuspender bieten die Chance nachzuhalten, sondern auch Inhaltliches: Ein Video von Youtuber Joseph DeChangeman über die Notwendigkeit von Bildung wird künftig fester Bestandteil unserer Schulvorträge sein.

Albert Linner studierte Kommunikationswissenschaften und arbeitete als Journalist in mehreren Online-Redaktionen. Seit 2019 ist er bei „Menschen für Menschen“ für die digitale Kommunikation der Stiftung zuständig. Neben der redaktionellen Betreuung der Online-Kanäle befasst er sich schwerpunktmäßig mit einer strategischen Weiterentwicklung des Online-Fundraisings.
▶ www.menschenfuermenschen.de

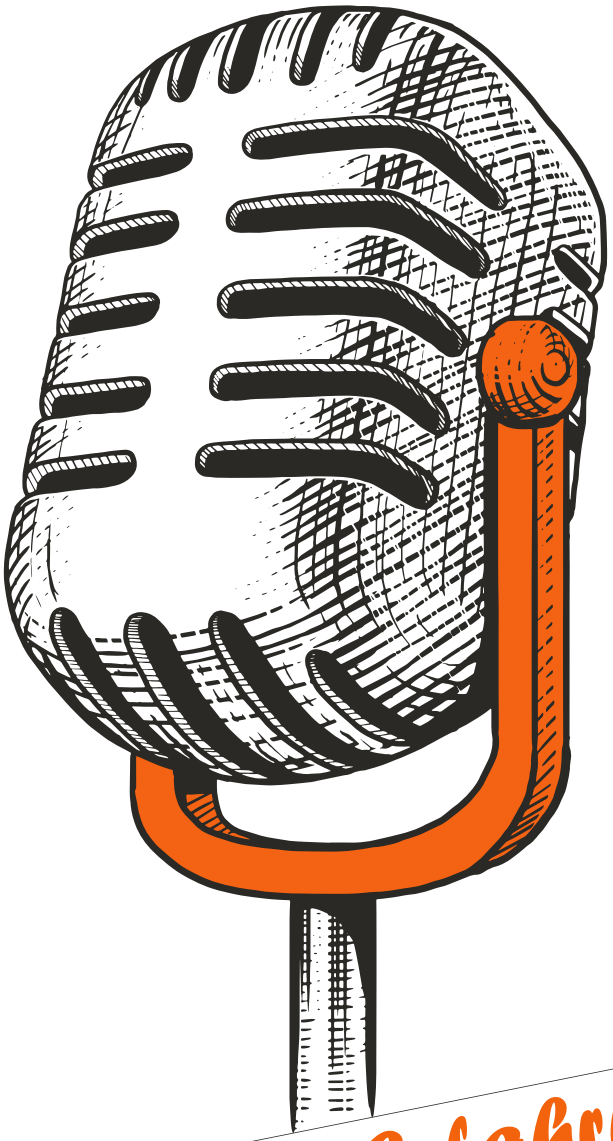
spenden manufaktur
by adfinitas

„Das Beste in der Musik steht nicht in den Noten“, wusste schon Gustav Mahler und so verhält es sich auch mit unseren Gesprächen. Wir bauen Vertrauen auf und kreieren so eine Verbindung, die die Herzen der Menschen öffnet und sie zum Spenden bewegt.

Wir sind Ihre Stimme

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

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



Wir sprechen mit Erfahrung

Mitglied im Deutschen Dialogmarketing Verband e.V.

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

Seminare und Tagungen im Überblick

MÄRZ

Seminar: Online-Fundraising
28.03., Wien
www.npo-academy.com

Seminar:
Medium- und Großspenden-Fundraising
29.03., Wien
www.npo-academy.com

Seminar: Kosten- und Leistungsrechnung in NPOs und öffentlicher Verwaltung
29. & 30.03., Wien
www.controller-institut.at

Digital Social Summit
29. & 30.03., Stuttgart und online
digital-social-summit.de

Workshop: Kultur-Fundraising
30.03.–01.04., Wolfenbüttel
www.bundesakademie.de

Basiskurs FreiwilligenkoordinatorIn
31.03.–02.04., München
www.ebw-muenchen.de

APRIL

DFRV-Regionalgruppentreffen Ostwestfalen/Lippe
01.04., Bielefeld
www.dfrv.de

Seminar: Fundraising
02.04., Zürich
www.vitaminb.ch

Seminar: Gemeinnützigkeitsrecht – Grundlagenseminar
04.04., Dortmund
www.endriss.de

Start Zertifikatslehrgang Nonprofit Governance & Leadership
04.04., Basel
www.ceps.unibas.ch

Moderationstraining
06. & 07.04., Berlin
www.ehrenamt.de

Fundraising Lehrgang 2022
06.04.–28.07., München
www.ibpro.de

Seminar: Buchführung und Rechnungslegung in gemeinnützigen Organisationen
15.04., Hamburg
www.endriss.de

13. Berliner Stiftungswoche
19.–29.04., Berlin
www.berlinerstiftungswoche.eu

Fair handeln – Internationale Messe für Fair Trade und global verantwortungsvolles Handeln
21.–24.04., Stuttgart
www.messe-stuttgart.de

Workshop: Stiftungsmanagement
22.–26.04., Münster
weiterbildung.uni-muenster.de

Seminar: Gemeinnützigkeitsrecht – Grundlagenseminar
25.04., München
www.endriss.de

Norddeutscher Fundraisingtag
25. & 26.04., Hamburg
www.norddeutscher-fundraisingtag.de

Intensiv-Seminar: Institutional & Corporate Fundraising 2022
27.–29.04., Wien
www.fundraising.at

Ausbildungsgang Strategisches Freiwilligenmanagement (Modul 1)
27.–29.04., Berlin
www.ehrenamt.de

Seminar: Berichtswesen in NPOs und öffentlicher Verwaltung
28.04., Wien
www.controller-institut.at

Fachtagung für Kulturfundraising & -sponsoring
28.04., Wien
www.fundraising.at

WBK Basics Fundraising Management
28. & 29.04., Winterthur
www.zhaw.ch

Seminar: Gönner, Patenschaften und Co.: mit Dauerspenden zu stabileren Einnahmen
29.04., Zürich
www.kampagnenforum.ch

MAI

Testamente und Vermächtnisse: Was Vereine, Stiftungen und NPOs für eine rechtssichere Zuwendung beachten müssen
03.05., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Buchführung und Rechnungslegung in gemeinnützigen Organisationen
05.05., Mannheim
www.endriss.de

Bürgerstiftungskongress 2022
06. & 07.05., Hannover
www.buergerstiftungen.org

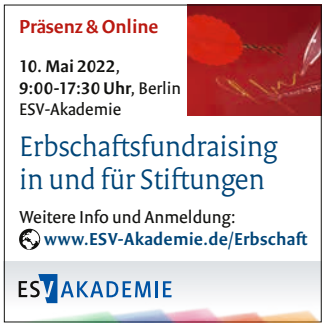
Erbschaftsfundraising in und für Stiftungen: Legate erfolgreich gewinnen und professionell abwickeln
10.05., Berlin und online
www.esv.info

Einführung in die Gemeinwohl-Bilanz
10.05., München
www.ibpro.de

Seminar: Erfolgreiche Korrespondenz mit Spenderinnen und Spendern: Mit gelungenen Texten ansprechen und binden
12.05., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Change Management – Veränderungen wirksam gestalten
12. & 13.05., Berlin
ehrenamt.de

9. Spendengütesiegel-Forum
13.05., Wien
www.osgs.at



Workshop: Kommunikation als Herausforderung – Öffentlichkeitsarbeit für beteiligungsorientierte Projekte
13. & 14.05., Königswinter
www.mitarbeit.de

Intensiv-Seminar: High Value Fundraising 2022
16. & 17.05., Wien
www.fundraising.at

Fundraisingtag NRW 2022
17.05., Gelsenkirchen
www.fundraisingtage.de

Fundraising Forum Frankfurt
17. 05., online
www.fundraising-evangelisch.de

Seminar: Die Vereinsgeschäftsführung
18.05., Köln
www.bfs-service.de

Start Weiterbildungskurs Großspenden-Fundraiser:in
18.05., Erfurt
www.major-giving-institute.org

Seminar: Stiftungs-Fundraising: Wie Sie erfolgreich Gelder von Stiftungen einwerben
18.05., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Strategisches Management in NPOs und öffentlicher Verwaltung
18. & 19.05., Wien
www.controller-institut.at

Seminar: Gemeinnützigkeit und Umsatzsteuerrecht sozialer Betriebe
19.05., Köln
www.bfs-service.de

Seminar: Kinder- und Jugendmarketing für Veranstaltungen
19.05., Berlin und online
www.kbw.de

UPJ Jahrestagung 2022
19. & 20.05., Berlin
www.upj-jahrestagung.de

Seminar: Nachlass-Marketing – Erfolgreich um Testamentspenden werben
20.05., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Kurs: Leadership Live (Teil 2)
20. & 21.05., Münster
weiterbildung.uni-muenster.de

Seminar: Gemeinnützigkeitsrecht – Grundlagenseminar
23.05., Köln
www.endriss.de

Seminar:
Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)
23.05., Berlin
www.endriss.de

Engagementberatung (Modul 1)
23.–25.05., Berlin
www.ehrenamt.de

Seminar: Netzwerkmanagement und Netzwerkkoordination professionalisieren
30. & 31.05., Berlin
www.ehrenamt.de

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

JUNI

Fundraisingtag Stuttgart 2022
01.06., Stuttgart / Filderstadt
www.fundraisingtage.de

Seminar: Buchführung und Rechnungslegung in gemeinnützigen Organisationen
02.06., Düsseldorf
www.endriss.de

Seminar: Wirkungsmessung für Non-Profit Organisationen
02.06., Bern
www.kampagnenforum.ch

Nah dran: Fachtagung des Bundesprogramms „Zusammenhalt durch Teilhabe"
02. & 03.06., Potsdam
www.zusammenhalt-durch-teilhabe.de

23. Juni 2022
Kursaal, Bern

Swiss-Fundraising-Day

swissfundraisingday.ch

Schweizer Stiftungssymposium 2022
02. & 03.06., Basel
www.swissfoundations.ch

NPO-Management im Spannungsfeld von Ethik – Fachlichkeit – Wirtschaftlichkeit
07.06., Wien
www.wu.ac.at

Seminar: Gemeinnützigkeitsrecht – Grundlagenseminar
08.06., Hannover
www.endriss.de

re:publica 2022
08.–10.06., Berlin
re-publica.com

DHV-HRK-Fundraising-Kongress 2022
09.06., Bonn
www.hochschulverband.de

Workshop: Funktionen & Dimensionen des Nonprofit Sektors
09.06., Wien
www.wu.ac.at

Seminar: Präsidium / Vorstandsführung
10.06., Zürich
www.vitaminb.ch

Workshop: Wirksam werden! – Kampagnen planen und umsetzen
10. & 11.06., Bremen
www.mitarbeit.de

Intensiv-Lehrgang: Freiburger Management-Modell für NPO
12.–17.06., Sigriswil
www.vmi.ch

Seminar: Erfolgreiche Korrespondenz mit Spenderinnen und Spendern – Mit gelungenen Texten ansprechen und binden
13.06., Wien
www.npo-academy.com

Fachtag Kultur-Fundraising 2022
13.06., Berlin
www.dfrv.de

Seminar: Kommunikation, Öffentlichkeits- und Medienarbeit für Verwaltungen und Vereine
14.06., Berlin und online
www.kbw.de

Hamburger Stiftungstage
15.–21.06., Hamburg
www.hamburger-stiftungen.de

Seminar: Agiles Arbeiten mit Ehrenamtlichen
20. & 21.06., Berlin
www.ehrenamt.de

Intensiv-Seminar: Strategisches Fundraising Management 2022
22.–24.06., Wien
www.fundraising.at

SwissFundraisingDay 2022
23.06., Bern
swissfundraising.org

Seminar: Projektförderung für gemeinnützige Organisationen – Zuwendungen von Stiftungen und öffentlicher Hand
23. & 24.06., Berlin
www.kbw.de

Seminar für Stiftungsräte
23.–25.06., Bern
www.swissfoundations.ch

Seminar: Präsidium / Vorstandsführung
24.06., Zürich
www.vitaminb.ch

Seminar: Wie Sie Menschen und Spenden für Ihre guten Projekte gewinnen: Fundraising-Grundlagen
24.06., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Netzwerk Bürgerbeteiligung – Netzwerktreffen 2022
24.06., Köln
www.mitarbeit.de

Seminar: Gemeinnützigkeitsrecht – Grundlagenseminar
27.06., Stuttgart
www.endriss.de

26. acn Konferenz
27.–29.06., Leipzig
www.alumni-clubs.net

Seminar: Die Stiftungsgeschäftsführung
28.06., Berlin
www.bfs-service.de

Workshop: Moderation von Meetings in demokratischen Organisationsstrukturen
28.06., Wien
www.wu.ac.at

NEU
Fachgruppe Forschung und Zivilgesellschaftsdaten
jetzt mitmachen
DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND
Wir stärken die Kultur des Gebens

Seminar: Schwierige Gespräche mit Freiwilligen
28.–30.06., Olten
www.kampagnenforum.ch

Updatekurs Stiftungs- und Gemeinnützigkeitsrecht
29.06.–01.07., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Ausbildungsgang Strategisches Freiwilligenmanagement (Modul 2)
29.06.–01.07., Berlin
www.ehrenamt.de

Seminar: Buchführung und Rechnungslegung in gemeinnützigen Organisationen
30.06., Frankfurt
www.endriss.de

JULI

Vertiefungskurs Digitale Freiwilligengewinnung
04. & 05.07., Berlin
www.ehrenamt.de

Münchner Stiftungsfrühling 2022
05.–10.07., München
www.muenchnerstiftungsfruehling.de

Auf der Suche nach dem Ehrenamt von morgen
08. & 09.07., Loccum
www.loccum.de

Kreativ-Workshop: Mit originellen Spendenaktionen zu mehr Einnahmen
11.07., München
www.ibpro.de

Seminar: Vorstandsnachfolge erfolgreich meistern
14.07., München
www.ibpro.de

Social Media – Chancen und Risiken im Marketing-Mix
28.07., Berlin und online
www.kbw.de

AUGUST

Sommerakademie Stiftungsmanagement
15.–25.08., Schwanenwerder bei Berlin
www.stiftungsakademie.de

Start Zertifikatslehrgang Wirkungsmanagement in NPO
22.08., Basel
ceps.unibas.ch

Engagementberatung (Modul 2)
22.–24.08., Berlin
www.ehrenamt.de

CAS Betriebswirtschaft und finanzielle Führung in NPO
23.08.–08.03., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Fair Friends 2022
26.–28.08., Dortmund
www.fair-friends.de

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

Thematische Vielfalt live vor Ort

Fundraisingtage in Gelsenkirchen und Stuttgart

Jeweils mehr als zehn Seminare stehen zur Auswahl, dazu drei Vorträge und richtig viel Zeit zum Vernetzen: Die Fundraisingtage in Gelsenkirchen und Stuttgart finden endlich wieder live und in Farbe vor Ort statt und laden alle Fundraiserinnen und Fundraiser zu einem Weiterbildungsangebot ein, das wie immer jede Menge geballte Informationen bereithält.

Konzept der Fundraisingtage ist es, Begeisterten des Fundraisings aus dem gemeinnützigen Bereich Inhalte auf verschiedensten Niveaus zu vermitteln. Vom Anfänger bis zum Super-Profi ist die Teilnehmerschaft entsprechend gemischt. Das bietet hervorragende Möglichkeiten, spannende Menschen mit inspirierenden Projekten kennenzulernen.

Entsprechend breit gefächert sind auch die Themen. Von Capital Campaigns über Social Media, Unternehmenskooperationen, Data Base Fundraising und Institutional Readiness bis hin zu Impact Investing, Erbschaftsfundraising und Mitgliedergewinnung für den Verein reichen die Angebote. Angesichts dessen erscheint es schon als schade, dass die Teilnehmer nur zwei Seminare besuchen können. Noch mehr Input wird aber allen Teilnehmern geboten, indem im Anschluss an die Veranstaltung die Skripte aller Workshops online verfügbar sein werden. Die Referentinnen und Referenten der Keynotes standen zu Redaktionsschluss noch nicht, fest steht aber ohnehin, dass in jedem Fall wieder hochkarätige Experten auf der Bühne stehen werden. Damit ist klar, dass jeder von der Vielfalt des Programms profitieren wird.

Für gemeinnützige Organisationen gibt es einen deutlich ermäßigten Frühbucherpreis.

Fundraisingtag NRW
am 17. Mai in Gelsenkirchen
Fundraisingtag Stuttgart
am 1. Juni in Filderstadt
▶ www.fundraisingtage.de

zh aw School of Management and Law
AACSB ACCREDITED Seit 2015

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

Infoveranstaltung 3. Mai 2022

Für die Kultur

Der Fundraisingverband Austria lädt zur Fachtagung

Experten und Kulturmanager aus dem In- und Ausland treffen sich Ende April in Wien zum Austausch mit der heimischen Kulturszene. Interessierte erwartet dabei eine informative und interaktive Tagung mit vielen Neuerungen. Das Programm ist so kompakt wie peppig gestaltet, mit Beginn am frühen Nachmittag und einem besonderen Ausklang am Abend. Die diesjährige Fachtagung Kulturfundraising bietet einen Mix aus bewährten Formaten wie Vorträge und Workshops, gespickt mit viel Raum für diskursive Sessions. Sind Sie interessiert an ausgewählten Anekdoten aus der Welt der Kultur und der Welt der Vermögenden? Und was haben diese mit Großspenden-Fundraising zu tun? Den Abschluss bildet erstmals die Verleihung der neu geschaffenen Kulturfundraising-Awards, die herausragende Spenden- und Sponsoringprojekte im Kunst- und Kultursektor vor den Vorhang holen wird.

Fachtagung Kulturfundraising und -sponsoring
am 28. April in Wien
▶ www.fundraising.at/kultur

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

Kurzgefasst …

Gemeinnützigkeitsrecht – Grundlagen

Die Steuer-Fachschule Dr. Endriss bietet am 25. April in München ein Grundlagenseminar, in dem die Teilnehmer erfahren, unter welchen Voraussetzungen eine Organisation gemeinnützig wird und was man tun muss und kann, um gemeinnützig zu bleiben. Die Fakten dazu liegen sowohl im rechtlichen als auch im steuerlichen Bereich.

▶ www.endriss.de

Workshop Digitalisierung

Die Wirtschaftsuniversität Wien bietet am 26. April online ein kompaktes und effektives Angebot namens „NPO-Digital-Sprint: Fahrplan für eine erfolgreiche Umsetzung Ihrer Digitalisierungsstrategie/eines Digitalisierungsprojektes“, um mit professioneller Begleitung und bewährten Methoden eine Lösung für strategische oder digitale Herausforderungen zu entwickeln. Dabei ist alles drin: Kernprozesse digitalisieren, digitale Lösungen einführen und Prototyping von Lösungen.

▶ www.wu.ac.at/npoaustria

Stiftungsrecht

Wer fit ist in den Grundlagen des Stiftungs- und Gemeinnützigkeitsrechts, kann hier sein Wissen vertiefen: Die Stiftungsakademie vermittelt am 10. Mai online die Neuerungen der im letzten Jahr beschlossenen Stiftungsrechtsreform. Teilaspekte sind dabei unter anderen erweiterte Haftungsregeln, Satzungsgestaltungen und die Einführung des Stiftungsregisters.

▶ www.stiftungsakademie.de

Das beste Alumni-Fundraising

Der DHV-HRK-Fundraisingkongress lädt am 9. Juni 2022 in die La Redoute in Bonn-Bad Godesberg. Thema des Kongresses sind Best Cases im Alumni-Fundraising für Hochschulen und Bildungsträger. Sprechen wird beispielsweise Dr. Donald Tillman Geschäftsführer der ETH Zürich Foundation über Philanthropie als Motor für mehr Wettbewerbsfähigkeit. Prof. Dr. Markus Vinzent stellt die 250 Mio. Euro Alumni-Kampagne des Kings College vor.

▶ www.hochschulverband.de

Erbschaft für Stiftung

Bei der Legat-Akquise und der nachfolgenden Abwicklung von Nachlässen ist eine Vielzahl von organisatorischen, rechtlichen und steuerlichen sowie ethischen Aspekten zu beachten. Diese vermittelt das Seminar „Erbschaftsfundraising in und für Stiftungen – Legate erfolgreich gewinnen und professionell abwickeln“ der Akademie des Erich-Schmidt-Verlags am 10. Mai in Berlin. Eingeladen sind Stiftungsmitarbeiter, Fundraiser und Beiräte.

▶ www.esv.info

Für die Kirche

Das Fundraising-Forum Frankfurt bleibt digital

Nachdem die letzten beiden digitalen Ausgaben des Fundraising-Forums Frankfurt aus der Not der Planungsunsicherheit geboren wurden, hat sich das Team inzwischen dauerhaft für das digitale Format entschieden: „Mit Blick auf die Reichweite des Forums wäre uns der Wechsel zurück zum Physischen wie ein Rückschritt vorgekommen“, so Katrin Lindow-Schröder, Fundraising-Referentin der Evangelischen Kirche in Hessen und Nassau, die zu den Veranstaltern gehört.

Der bekannte Arzt und Kabarettist Eckart von Hirschhausen ist als Gast dabei. Mit seiner Stiftung „Gesunde Erde – Gesunde Menschen“ will er das gesellschaftliche Bewusstsein stärken, dass es gesunde Menschen nur auf einem gesunden Planeten geben kann.
Einen Frühbucherrabatt gibt es bis zum 15. April.

Fundraising-Forum Frankfurt am 17. Mai 2022 online

▶ www.fundraising-evangelisch.de/fundraising-forum

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 +++

„Ganz schön persönlich“

Die Berliner Stiftungswoche hat sich mit „Ganz schön persönlich“ ein kreatives Motto gewählt. Mit diesem geht es an elf Tagen im April um die Arbeit der Stiftungen in Berlin sowie um die gesellschaftlichen Themen, zu denen sie tätig sind. Doch vor allem blickt die Veranstaltungsreihe auf die Menschen, die sich in Stiftungen, für Stiftungsfragen und für die Themen der Zivilgesellschaft engagieren. Das Motto ist bewusst gewählt, denn es gibt auch eine Kehrseite persönlichen Engagements. Wer sich für Geflüchtete einsetzt oder für mehr Geschlechtergerechtigkeit kämpft, erlebt schnell die hässliche Seite der Sozialen Medien, erntet Shitstorms oder Hatespeech, wird vielleicht sogar bedroht – auch dies geschieht „ganz schön persönlich“. Auch für diese Phänomene will die Stiftungswoche Bewusstsein schaffen.

13. Berliner Stiftungswoche vom 19. bis 29. April in Berlin
▶ www.berlinerstiftungswoche.eu

Für Vereine

Die NPO Academy startet Ende April einen mehrmonatigen Zertifikatslehrgang „Fundraising in Vereinen und NPOs“. Vermittelt werden im ersten Modul ein Überblick und eine Einführung über die Instrumente des Fundraisings. Die darauffolgenden Module behandeln vertiefend die wichtigsten Instrumente, um Fundraising auf eine professionelle Basis zu stellen oder weiterzuentwickeln. Zielgruppe sind Geschäftsführungen, Fundraiser, die ihr Wissen aktualisieren wollen, sowie Neueinsteigende im Fundraising.

Zertifikatslehrgang „Fundraising in Vereinen und NPOs“ vom 29. April bis 9. Juni online
▶ www.npo-academy.com

Fair Handeln

Die „Fair Handeln“ ist eine Messe für alle, die sich engagiert für ein global verantwortungsvolles und nachhaltiges Handeln einsetzen. Sie bietet im April einen Marktplatz, der fair gehandelte Produkte, Nahrungsmittel, Textilien, Kosmetik, Blumen, Kunst und vieles mehr bietet. Darüber hinaus sind CSR, nachhaltiges Finanzwesen, nachhaltiger Tourismus und Entwicklungszusammenarbeit vorrangige Themen, die vorgestellt und in zahlreichen Forumsbeiträgen beleuchtet und diskutiert werden können.

Fair Handeln – Internationale Messe für Fair Trade und global verantwortungsvolles Handeln vom 21. bis 24. April in Stuttgart
▶ www.messe-stuttgart.de/fairhandeln

Management

„Strategisches Management in NPOs und öffentlicher Verwaltung“ lautet der Titel eines zweitägigen Workshops, zu dem das österreichische Controller Institut im Mai nach Wien lädt. Von der Analyse und Konzeption bis hin zum gekonnten Einsatz von Hilfsmitteln für eine erfolgreiche Strategieumsetzung erfahren die Teilnehmer, worauf es im strategischen Management ankommt. Dazu gehören Umfeld- und Organisationsanalyse genauso wie Erfolgsfaktoren und Fallstricke von Strategieentwicklungsprozessen.

Workshop „Strategisches Management in NPOs und öffentlicher Verwaltung“ am 18. und 19. Mai in Wien
▶ www.controller-institut.at

Dauerspenden

Es wird viel von Relationship- und Donor Centered Fundraising gesprochen. Zu Recht, denn es wird immer schwieriger, neue Zielgruppen als Spender zu erschließen. Deshalb bietet das Kampagnenforum im April das Tagesseminar „Gönner, Patenschaften und Co. – Mit Dauerspenden zu stabileren Einnahmen“ an. Klassische Bindungsprodukte wie Freundeskreis, Gönner-, Mitglied- und Patenschaften sind ein probates Mittel für langfristige Einnahmen. Dabei lernen die Teilnehmer, wie man Bindungsprodukte entwickelt und erfolgreich vermarktet.

Seminar „Gönner, Patenschaften und Co. – Mit Dauerspenden zu stabileren Einnahmen“ am 29. April in Zürich
▶ www.kampagnenforum.ch

Hauptamtlich

Zumindest im Vergleich zum Profit-Bereich finden sich im gemeinnützigen Sektor mitunter atypische Beschäftigungsformen. Darin liegt auch ein Spannungsfeld zwischen hauptamtlichen und ehrenamtlichen Tätigkeiten. Die Rahmenbedingungen, die diese verschiedenen Beschäftigungsformen regeln, werfen immer wieder Fragen auf. Deshalb widmet sich ein Webinar der IGO Interessenvertretung Gemeinnütziger Organisationen Österreichs genau diesem Thema. Für IGO-Mitglieder ist die Teilnahme kostenlos.

Webinar „Arbeits- und Beschäftigungsformen in gemeinnützigen Organisationen“ am 4. Mai online
▶ www.gemeinnuetzig.at

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

Für Einsteiger

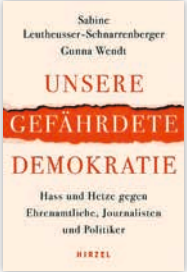
Das Buch „Das Einmaleins des Fundraisings – Einführung in Theorie und Praxis“ von Herausgeberin Wiebke Doktor glänzt mit zwei absoluten Fundraising-Profis als Co-Autoren: Christoph Müllerleile steuert die Grundlagen des Fundraisings bei. Mit breitem Wissen führt er durch Geschichte, Strategien und Methoden. Dr. Marita Haibach erörtert das Fundraising bei Privatpersonen und Unternehmen und den dafür notwendigen Strukturen. Auch sie beschäftigt sich mit Methoden, was zu einer gewissen Redundanz gegenüber dem ersten Teil führt.

Der Teil zum Stiftungs-Fundraising ist aus meiner Sicht der spannendste. Wiebke Doktor und Sandra Spiegel geben ihre Erfahrungen präzise wieder. Auch EU-Mittel werden kurz betrachtet. Gut ist die Übersichtlichkeit des Buches, die Einsteigern hilft, das Thema Fundraising gut zu erfassen. Die Beispiele sind aber eher von großen Organisationen, was ein kleines Manko ist. Dafür glänzt das Buch mit klarer Sprache, Checkboxen und Praxistipps. Für mich eine Empfehlung.

Matthias Daberstiel

Wiebke Doktor (Hrsg.). Das Einmaleins des Fundraisings. Einführung in Theorie und Praxis. Apollon University Press. 2021. 384 Seiten. ISBN: 978-3-94300-161-7. [D] 39,90 €, [A] 41,95 €, CHF 55,80.

Gespaltene Gesellschaft?



So schockierend es auch ist: Beschimpfungen, Beleidigungen, Bedrohungen und leider tatsächlich auch tätliche Übergriffe auf Politiker, aber auch Journalisten, Polizisten oder Rettungspersonal haben zugenommen. Das lässt sich nicht leugnen. Die ehemalige Bundesministerin der Justiz Sabine Leutheusser-Schnarrenberger hat sich hier mit der Soziologin und Psychologin Gunna Wendt zusammengetan. Gemeinsam kommen sie zu einem Schluss, der erst einmal gewiss nicht jedem schmecken mag: Haltung, Respekt und Toleranz sind exakt die grundlegenden Punkte, mit denen wir solchen Tendenzen gesellschaftlicher Verrohung begegnen müssen. Toleranz als Reaktion auf Intoleranz?

Sinnvollerweise lassen die Autorinnen hier mehrere Betroffene zu Wort kommen und suchen nach Quellen und Ursachen für aktuelle Radikalisierung. Schnell kommen sie dabei auf das Internet und die sozialen Medien als Informationsquellen. Klugerweise bleiben sie dort nicht stehen, sondern zeigen umfassend auf, welche Ansätze wir individuell und gesamtgesellschaftlich wählen können, um Lösungen zu finden. Ein wichtiges und kluges Buch.

Rico Stehfest

Sabine Leutheusser-Schnarrenberger, Gunna Wendt. Unsere gefährdete Demokratie. Verlag Hirzel. 2022. 248 Seiten. ISBN: 978-3-77763-013-7. [D] 20,00 €, [A] 20,95 €, CHF 25,15.

Nachhaltig

Umwelt, Klima, Menschenrechte: Unser Konsum wird immer mehr mit dem Aspekt individueller Verantwortung aufgeladen. Immer wieder und immer noch stellt sich dabei für jeden Einzelnen die Frage: Wie lässt sich nachhaltiger, bewusster Konsum im Alltag gestalten? Sebastian Salaske-Lentern meint dazu in seinem Buch, es sei eine Aufgabe des Staates, der Wirtschaft und auch zivilgesellschaftlicher Organisationen, einen solchen Konsum überhaupt zu ermöglichen. Beteiligungsgerechtigkeit ist dabei eines seiner zentralen Stichwörter. Er verurteilt also Konsum nicht als solchen. Stattdessen geht es ihm um Mündigkeit des Einzelnen. Dafür beleuchtet er, was Konsum überhaupt ist und durch welche Einflussfaktoren unser Konsumverhalten bestimmt werden kann.

Wie kann dabei die Aufgabe der Verantwortungsübernahme angegangen werden? Die Richtung des Autors, aus der er für diese Fragestellung kommt, ist die der christlichen Sozialethik. Mit dem diesem Ansatz zugrunde liegenden Menschenbild nimmt er die Notwendigkeit genereller Befähigung von Konsumenten in den Blick.

Rico Stehfest

*Sebastian Salaske-Lentern. Nachhaltiger Konsum und Beteiligungsgerechtigkeit. Impulse aus der christlichen Sozialethik zur Stärkung kritischer Konsument*innen. oekom Verlag. 2021. 296 Seiten. ISBN: 978-3-96238-312-1. [D] 34,00 €, [A] 35,00 €, CHF 47,55.*

Sichere Daten

Das „Handbuch Datenschutz und IT-Sicherheit“ bietet eine gute Übersicht über wesentliche Aspekte der genannten Themen. Schon der Umfang macht deutlich, dass es sich nicht an „normale“ Anwender richtet. Die Fundraiserin oder der Pfleger der Fundraising-Datenbank werden sich eher an Richtlinien ihrer Organisationen orientieren als an diesem Werk.

Verantwortliche hingegen (Vorstände/Geschäftsführer, sofern sie sich umfangreich kundig machen wollen) oder Berater (Datenschutzbeauftragte/IT-Sicherheitsbeauftragte) werden in dem Werk umfassend über alle Aspekte des betrieblichen Alltags informiert.

Dabei ist das Buch durchaus geeignet, interessierten Menschen die Themen umfangreich nahezubringen. Es behandelt in sechs Kapiteln von den rechtlichen Grundlagen des Datenschutzes in Europa bis zur konkreten Durchführung von Pen-Tests (Penetrationstests zur Prüfung der Wirksamkeit technischer und organisatorischer Maßnahmen) alle Aspekte aus den Themenfeldern Datenschutz und IT-Sicherheit. Dabei geht es zuweilen sehr in die Tiefe, ist aber in weiten Teilen durchaus verständlich geschrieben.

Im Gegensatz zu den bekannten Kommentaren (Kühling/Buchner, Auernhammer, Schwartmann/Jaspers/Thüsing/Kugelmann und andere) werden hier nicht Gesetzestexte interpretiert, sondern die Themenkomplexe einzeln abschließend praxisgerecht behandelt.

Der Fachfrau und dem Fachmann kann das Buch sowohl zur Vertiefung und Wiederholung von bereits Gelerntem als auch als Nachschlagwerk bei speziellen Fragen gute Dienste erweisen.

Dirk Wolf

Uwe Schläger, Jan-Christoph Thode (Hrsg.). Handbuch Datenschutz und IT-Sicherheit. Schmidt Verlag. 2021. 732 Seiten. ISBN: 978-3-50320-533-2. [D] 98,00 €, [A] 100,80 €, CHF 136,95.

Bottom up

Demokratie von unten! Klingt gut, klingt zeitgemäß, klingt sogar notwendig. Aber wie? Bürgerbeteiligung lässt sich nicht mit einem Fingerschnippen realisieren. Die augenscheinliche Erosion des Glaubens in die Staatsform Demokratie muss dazu gestoppt werden. Und der Anfang des guten Endes beginnt immer vor der Tür, mit eigenem Engagement und dem Wissen, dass „der Staat“ nicht dazu da ist, das Leben seiner Bürger in allen Details zu regeln. Eigenengagement ist gefragt. Dazu macht dieser kleine Schmöker wirklich Lust.

Patrizia Nanz, Charles Taylor, Madeleine Beaubien Taylor. Das wird unsere Stadt. Bürger:innen erneuern die Demokratie. Edition Körber. 2022. 112 Seiten. ISBN: 978-3-89684-292-3. [D] 14,00 €, [A] 14,95 €, CHF 19,55.

Bürgerrat

Mit „Deutschlands Rolle in der Welt“ gibt es seit letztem Jahr einen Bürgerrat, der einem ziemlich alten Prinzip folgt: Seine Mitglieder sind ausgelost worden. Warum das funktionieren kann, zeigen die Autoren dieses Buches und erklären, warum es eben andere Methoden als die althergebrachten braucht, wenn wir wirklich konstruktive gesellschaftliche Veränderungen erreichen wollen. Anhand konkreter Praxisbeispiele wird hier deutlich, welche Begrenzungen diesem Ansatz innewohnen, aber vor allem, welche Potenziale für uns alle darin stecken.

Katharina Liesenberg, Linus Strothmann. Wir holen euch ab! Wie wir durch Bürgerräte und Zufallsauswahl echte Vielfalt in die Demokratie bringen. oekom Verlag. 2022. 256 Seiten. ISBN: 978-3-96238-367-1. [D] 24,00 €, [A] 24,95 €, CHF 33,55.

„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

Fragebogen: Stefan Diefenbach-Trommer

Stefan Diefenbach-Trommer ist gelernter Journalist, studierter Arabist und erfahrener Campaigner. Ende 2014 baute er die Allianz „Rechtssicherheit für politische Willensbildung" mit auf, die er heute als Vorstand leitet. Daneben unterstützt er zivilgesellschaftliche Organisationen als freiberuflicher Berater für Fundraising, Öffentlichkeitsarbeit, Strategie und Organisationsentwicklung. Von 2008 bis 2014 rief er die Anti-Atom-Organisation „.ausgestrahlt" mit ins Leben und kümmerte sich dort unter anderem um die Finanzierung, also um Fundraising. Davor war er als Koordinator des Bündnisses „Bahn für Alle" tätig, das sich gegen eine Privatisierung der Deutschen Bahn einsetzt. Parallel zu seiner Arbeit in der Allianz engagierte sich Stefan Diefenbach-Trommer als Fundraiser auch ein Jahr lang für die globalisierungskritische NGO Attac. Er ist unter anderem Mitglied der Deutschen Gesellschaft für Politikberatung und des Deutschen Fundraising-Verbandes. Ehrenamtlich ist er seit 2016 als Vertreter der geförderten Projekte Mitglied des Stiftungsrates der Bewegungsstiftung, seit 2018 Vorstandsmitglied des Freundeskreises Marburg-Sfax. Für sein Engagement hat er 2020 das „Marburger Leuchtfeuer" erhalten. Der Preis wird einmal jährlich von der Universitätsstadt Marburg und der Humanistischen Union Marburg an Personen verliehen, die sich für gleichberechtigte Teilhabe einsetzen.

▶ www.zivilgesellschaft-ist-gemeinnuetzig.de

1. Was wollten Sie als Kind werden?

Kellner, eigentlich: Ober. Es ging mir wohl darum, andere zu unterstützen.

2. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Sicherheitskräfte

3. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Klimaschutz, natürlich. Will ich eigentlich seit 30 Jahren beschleunigen, mache ich nur zu wenig. Das rächt sich. Entschuldigung.

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

Ich würde versuchen, mich selbst in Marokko zu treffen und Filme vom Generalstreik in Fes zu retten, bevor die Polizei sie beschlagnahmt. (Filme, das ist so etwas wie Speicherkarten, da wurden früher Fotos als Negative drauf gespeichert und die Bilder konnten nicht sofort ins Netz gestellt werden. Ach, welches Netz?)

Es ist allerdings sehr gefährlich, wenn sich Zeitlinien kreuzen.

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

Ich glaube nicht, dass einzelne Personen einen Orden verdient haben. Das „Marburger Leuchtfeuer", das ich bekam, hat mich zwar erfreut, aber auch irritiert.

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

Was halten Sie von einer angemessenen Vermögens- und Erbschaftssteuer? Darf ich Ihnen helfen, dazu etwas beizutragen? #TaxMeNow

würde Filme retten

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

… ist ein eigenes Auto.

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

auf die Langeweile warten

9. Worüber können Sie lachen?

über Witze

10. Wann reißt Ihr Geduldsfaden?

bei zu oft wiederholten gleichen Fehlern

11. Was war früher besser?

Welches früher? 1990, 1945 oder 1935 … oder 1701?

12. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Marokko. Aber: Wären die meisten Menschen dort nicht arm, wäre ich dort nicht reich. Arm/reich auch an Freiheiten.

13. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Mein Wikipedia-Eintrag ist okay. In ein zehnbändiges gedrucktes Werk gehöre ich nicht.

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

… beglückend, egal, ob ich sie gebe oder empfange.

Wollen auch Sie diesen Fragebogen ausfüllen?

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

Damit Sie Gutes tun können, geben wir unser Bestes

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

Ausgezeichnete Sicherheit

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

www.enterbrain.eu

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

ENTERBRAIN

Wissen testen und gewinnen

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

Unter allen richtigen Einsendungen verlosen wir diesmal das Buch „Großspenden-Fundraising – Wege zu mehr Philanthropie. Grundlagen, Strategien und praktische Umsetzung“ von Dr. Marita Haibach und Jan Uekermann. Ein Bestseller aus unserem Verlagsprogramm, der sich unbedingt zu lesen lohnt. Weiterhin gibt es das Buch „Wohin wollen wir? Grundriss einer guten Gesellschaft“, erschienen im oekom-Verlag. Der Autor Michael Rosenthal führt wissenschaftliche Erkenntnisse auf und führt sie zu einem Ganzen zusammen. Dabei entsteht ein Bild, was eine gute Gesellschaft in der Zukunft für uns alle ausmacht – und wie wir dahin kommen können.
Und falls das alles nichts für Sie ist, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!

1 Jordi Jannausch sammelt im großen Stil Werbemailings und Spendenbriefe. Was macht er damit?

KLUG) Er stellt sie im Brief-Museum aus.
SUCH) Er upcycelt die Briefe zu Taschen.
BUCH) Er analysiert die Daten.

2 Solche Plaketten im Straßenpflaster kann man auf dem „Stifterweg“ einer mittelalterlichen Stadt sehen. Wo ist das?

KRA) Dinkelsbühl
STA) Quedlinburg
BLA) Nördlingen

3 Telefon-Fundraising wird normalerweise zyklisch eingesetzt. Eine Faustregel besagt, wie oft ein Anruf erfolgen soll:

BEN) einmal im Jahr
GEN) einmal pro Quartal
SEN) nur an runden Geburtstagen

So geht's: Die Buchstaben aus den Fragen 1 bis 3 ergeben das Lösungswort. Senden Sie dieses an *gewinnen@fundraising-magazin.de*. Schreiben Sie bitte auch, welches Buch Sie haben wollen. 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 1. Mai 2022. Viel Glück!

BERUFSBEGLEITENDER LEHRGANG

Fördermittelmanager/-in für gemeinnützige Organisationen (FLA)

Direkt für die Praxis – innovatives Blended Learning – mit qualifiziertem Abschlusszertifikat

FÖRDERLOTSE AKADEMIE

Für Mitarbeitende aus gemeinnützigen Organisationen und Berater/-innen für den Non-Profit-Bereich mit Berufserfahrung, die sich für den Verantwortungsbereich Fördermittelakquise fundiert und praxisorientiert qualifizieren möchten.

· zwölf Monate berufsbegleitend
· 4 mal 3 Präsenztage
· 11 E-Learningmodule im Umfang von 900 Minuten
· maximal 18 Teilnehmende
· qualifiziertes Zertifikat der Förderlotse Akademie (FLA)

· Leitung: Torsten Schmotz & Bernd Kreh
· Dozententeam mit den führenden Fachkräften für Fördermittelgewinnung in Deutschland

In Kooperation mit
bakd Bundesakademie für Kirche und Diakonie
DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND

Ein Angebot von
Förderlotse Torsten Schmotz

▸ Start des fünften Jahrgangs: 4. Oktober 2022

Infotelefon: 09874 – 322 516 E-Mail: info@fl-akademie.info www.fl-akademie.info

READY FÜR EINE CLOUDLÖSUNG?

Finde es heraus mit dem Cloud Readiness Assessment für NPO.

Was ist das NPO Cloud Readiness Assessment?

Analyse des Cloud-Reifegrades einer NPO anhand eines Kataloges mit mehr als 80 Fragen

Ermitteln von Schwachstellen und Handlungsfeldern in den Bereichen Organisations-, Cloud- und Fundraisingstrategie, Governance & Compliance, Kultur & Transformation sowie Anbieter- und IT-Management

Erstellung eines detaillierten Schlussberichtes mit konkreten Handlungsempfehlungen

Mehr dazu auf **ant-informatik.ch/cloudready** oder scanne ganz einfach diesen QR-Code mit deiner Handykamera.

SEXTANT
SUPPORTS YOU.

ant-informatik.ch

Nachwuchs-Nerd Fabian F. Fröhlich menschelt

Das Piepen des Parkassistenten, wenn man zu nah an andere Autos kommt, das hätte ich manchmal gern für Leute. Mit der physischen Annäherung hab' ich nicht so das Problem – ich brauche das eher als Warnton, wenn es kompliziert wird. Beispiel? Gestern bekam ich als Antwort auf eine E-Mail Folgendes: „Sehr geehrter Herr Fröhlich, danke für Ihre Nachricht. Die Betreffzeile enthält einen Rechtschreibfehler. Bitte korrigieren Sie diesen!" Das fände ich jetzt nicht sooo verwirrend, wenn nicht nach einer halben Stunde ein erboster Anruf gefolgt wäre, wann denn endlich mit der Korrektur der Betreffzeile zu rechnen sei. In solchen Momenten wird mir klar, warum so viel Geld in künstliche Intelligenz investiert wird.

Vielleicht bin ich aber auch nur zu unflexibel. Ich hätte ja den Fehler fixen und die verbesserte Zeile postwendend per Fax an den Anrufer senden können. Fiel mir in dem Moment nicht ein. Ich muss eben noch schneller werden im Kopf.

Hach, diese unglaubliche Fähigkeit zur Selbstreflexion! Das ist meine neue Superkraft. Im Zeitalter von Daten und Maschinen brauchen wir Menschen Alleinstellungsmerkmale: Unzuverlässigkeit, Launen, Mittagstief, Montagsblues, Liebeskummer … Wie bitte? Ich soll nicht immer so negativ sein? Negativ ist das neue „Think Positive"! Ironie ist übrigens auch etwas, das nur Menschen können.

Andererseits, wenn ich mich in den Sozialen Netzwerken so umsehe, da wünschte ich mir, manche Wichtigtuer würden direkt durch künstliche Intelligenz ersetzt. Es könnte doch so programmiert sein, dass ab einer bestimmten Häufung von Empörungs-Whataboutism automatisch ein Bot den Account übernimmt. Oh, Moment …

Ich glaube, meine Gebete wurden im Silicon Valley bereits erhört. Wozu habe ich schließlich Sprachassistenten. Immer wenn Alexa blinkt, formuliere ich laut und vernehmlich Verbesserungsvorschläge für die digitale Welt. Es dauert manchmal etwas länger, bis die das umsetzen. Vermutlich haben sie Schwierigkeiten, mein Sächsisch zu übersetzen. Naja, Nerds sind auch nur Menschen. Und es gibt nur 10 Arten von Menschen. Die, die Binärcode verstehen, und die, die ihn nicht verstehen.
Dazu als Soundtrack „Wir sind die Roboter" von Kraftwerk.

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

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

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

Ausgabe 3/2022 erscheint am 21. Mai 2022 unter anderem mit diesen Themen

- Donor Centricity
- So spenden Muslime
- Organisationsentwicklung mit Strategie

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 3/2022 ist der 28.03.2022.

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 3/2022, die am 21.05.2022 erscheint, ist der 28.03.2022.

Fotonachweise:
Titelseite: Markus Wegmann@AdobeStock | S. 3: René Grodde | S. 4 (THEMA) & 18/19: Markus Wegmann@AdobeStock | S. 5: Marc-Steffen Unger (ROSSBACH), Samuel Groesch (VON DER WIPPEL), Bente Stachowske (DIEFENBACH-TROMMER), S. 6: René Grodde | S. 11: PrettyVectors@AdobeStock | S. 14: Marc-Steffen Unger | S. 20 & 24: Altmann@Pixabay | S. 21: Hatahet productivity solutions | S. 22: howtogoto@AdobeStock | S. 25: Hoffnungszeichen | Sign of Hope e.V. | S. 28: photoopus@AdobeStock (OBEN) | S. 30: alphaspirit@AdobeStock (OBEN), Cathleen Falckenhayn/LobbyControl | S. 32: Justin Hofman/Mediavanti GmbH (LINKS), Paul Glaser | S. 34: Florian Schulz | S. 38: Samuel Groesch | S. 42: Christian Benesch (LINKS), René Grodde | S. 44: NLshop@fotolia.com | S. 45: Sebastian Dorbrietz | S. 46: Jörg Fink (5) | S. 48: Cedric Vilim | S. 54: Fabian Helmisch (JASCHEK) | S. 55: Wilfried Hiegemann/Bonifatiuswerk (SUBOM & BAND) |, S. 56: Marlene Fröhlich/Lux · Lumen (GREGOR-PATERA), Gunter Dreissig (ZEITHAMMER) | S. 57: Christoph Papsch (MOGGE), Kolja Matzke (SCHAUB), Monika Flückinger (JEANNERET), eveleen007@AdobeStock (AVATAR) | S. 68: ankdesign@AdobeStock | S. 69: Paragon | S. 70: Peggy-Marco-Lachmann@Pixabay | S. 71: Thomas Baumann/Corris AG | S. 72: Krakenimages.com@AdobeStock | S. 73: Talents4Good | S. 74: Alexas-Photos@Pixabay | S. 75: Carmen Jasmyn Hoffmann | S. 76: Stiftung Menschen für Menschen | S. 82: Thomas Wolf | S. 86: Bente Stachowske | S. 88: Natalia Lisovskaya (S. 8), Jörg Fink (S. 46), Alexas-Photos@Pixabay (S. 74) | 90: oza@fotolia.com | alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der Fundraising Akademie

Der Blick von außen erkennt Potenziale und Chancen oft schneller als die Innensicht. Ob Positionierung, Neuspendendengewinnung oder Upgrading: Mit Fachwissen, Kreativität und mehr als zwanzig Jahren Fundraising-Erfahrung holen wir das Beste für Sie heraus. Melden Sie sich für ein informatives Erstgespräch!

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

fundango
Fundraising ist mehr

Zeiten ändern sich, doch Erfolg bleibt zeitlos schön.

Seit über 15 Jahren ist adfinitas die Heimat von kreativem und erfolgreichem Full-Service-Fundraising. In all der Zeit haben wir uns stetig für Sie weiterentwickelt. Seit 2019 ist adfinitas digital Ihre Denkschmiede für ausgeklügelte Online-Strategien. Und seit diesem Januar steht Ihnen die spendenmanufaktur by adfinitas zur Verfügung, um Ihre telefonische Beziehungspflege auf ein neues Level zu heben. Haben Sie auch Lust auf erfolgreiches Fundraising? Dann freuen wir uns auf Ihren Anruf!

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

spenden manufaktur by adfinitas

adfinitas digital

adfinitas