

FUNDRAISING magazin



KLIMASCHUTZ

MENSCHEN | INITIATIVEN | PROJEKTE | LÖSUNGEN



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

Thema



KLIMASCHUTZ

Jetzt oder nie!	20
Die NGO GermanZero ist überzeugt: Die Klimakrise ist lösbar	
Klicks fürs Klima	22
Mit Ecosia können Menschen umweltfreundlich im Internet surfen	
Zunehmend bedroht	24
Der Kulturerbe-Sektor in der globalen Klimadiskussion	
Artenvielfalt und Klimaschutz	26
Der Heckenretter e.V. hat dank Interims-Management in kurzer Zeit viel gewuppt	
Grünes für den Blauen Planeten	28
Die Schweizer NGO MyBluePlanet zeigt: Klimaschutz muss man machen	

Projekte & Stiftungen

Schnell mal streamen?	32
Auch Livestream-Fundraising braucht Vorlauf	
Nüchterne Perspektive	34
Auf einem Demeter-Hof bei Marburg helfen sich Suchtkranke selbst	
Mit Kunsthandwerk für den Frieden	36
Der Online-Shop handmade.help bietet Handgemachtes und hilft so Geflüchteten	
Stiftungssuche mit System	44
Mit Online-Datenbanken die passende Förderstiftung finden	
Mit Angela Merkel zum Forscherdiplom	46
Frühe MINT-Bildung in Kindergärten und Grundschulen	
Unternehmer mit Pro-bono-Mandat	48
Per Matchmaking-Plattform zum passenden Stiftungsratsmitglied	

Praxis & Erfahrung

Vorbereitung ist alles!	68
So gelingt Ihr Emergency-Mailing	
Der spendende Mensch im Fokus	70
Donor Centricity ist vor allem eine Frage der Haltung	
Die Suchmaschine bringt's?	72
Google Ad Grants sind weiterhin für NGOs eine relevante Größe	
Den Purpose im Visier	74
Veränderungen brauchen Strategien, Strategien bringen Veränderungen	

Menschen



Lasse Künzer

...der Leiter der Fundraising-Abteilung von Greenpeace Deutschland äußert sich im Interview selbstkritisch – gibt aber auch hoffnungsvolle Ausblicke, zum Beispiel zum Umgang mit jungen Spenderzielgruppen. 14



Cornelia Brinkmann

...die Friedensaktivistin und Pionierin für professionelle Friedensarbeit von Steps for Peace spricht im Interview über Konflikte, Lösungen, die Ukraine und Afghanistan. 38



Hans Schöpflin

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

Meinungen

Persönliche Gedanken

Holger Menze: Klimaspende als Ablassbrief 12

Kommentare aus der Redaktion

von Matthias Daberstiel 6
 von Rico Stehfest 30
 von Ute Nitzsche 42

Rubriken

Schöner scheitern 11
 Köpfe & Karrieren 54
 Branche 58
 Dienstleisterverzeichnis 60
 Fundraising-Kalender 78
 Bildung 80
 Fach- und Sachbücher 82
 Wissen testen & gewinnen 88
 Das Letzte 90
 Vorschau & Impressum 90

Autorinnen und Autoren

... dieser Ausgabe:

Bernhard Bircher-Suits,
 Matthias Daberstiel,
 Constanze Fuhrmann, Lucas Giesen,
 Anke Harnisch, Sharon Hunziker,
 Britta Janssen, Silvia Janzen,
 Dominic Lüthi, Holger Menze,
 Ruth Mulandi, Christoph Müllerleile,
 Daniela Münster, Ute Nitzsche,
 Rico Stehfest, Jan Uekermann

Weiterhin

... liegt dieser Ausgabe eine Beilage der Firma **stiftungsmarktplatz.eu GbR** bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.

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: 021 51 / 44 00-0
 Fax: 021 51 / 44 00-55
 info@van-acken.de, www.van-acken.de



Jetzt oder nie!

Die NGO GermanZero ist überzeugt: Die Klimakrise ist lösbar

Die Vision von GermanZero ist eine Welt, in der zukünftige Generationen ein gutes Leben führen können. Dafür machen wir Deutschland bis 2035 klimaneutral.

Von RUTH MULANDI

Ende 2019 kamen unsere Gründer aus der Umweltbewegung und grünem Investment zusammen und stellten fest: Mit der derzeitigen Klimapolitik verpasst Deutschland das 1,5-Grad-Ziel des Pariser Abkommens. Das Wissen dazu haben wir längst. Doch es fehlte ein Plan, ein gesetzlicher Gesamtrahmen, es umzusetzen. Sie beschlossen: Wir machen ihn einfach selbst. Denn wenn nicht jetzt effektive Klimagesetzgebung geschaffen wird, ist es zu spät.

Klima ganz oben auf der Agenda

Es war von vornherein klar, den Plan zu erstellen reicht nicht. Die Politik muss von der Dringlichkeit, das Klima zu retten, überzeugt werden. Gemeinsam mit unseren Partnern in der Klimabewegung – etwa mit den fast 140 anderen Mitgliedern der Klima-Allianz – haben wir auf vielfältige Weise agiert, damit für die neue Regierung das Klima ganz oben auf der Agenda steht. Hierzu mobilisieren wir deutschlandweit Menschen. Wir machen

ihnen Mut, indem wir Lösungen vermitteln und es ihnen ermöglichen, sich aktiv im Klimaschutz einzusetzen. Gemeinsam machen wir Druck auf die Bundespolitik.

Wir schreiben ein Gesetz

Wir haben innerhalb von zwei Jahren ein wissenschaftsbasiertes, sektorenübergreifendes 1,5-Grad-Grad-Gesetzespaket entwickelt. Mehr als 5000 internationale Studien wurden gesichtet. Maßnahmen – wie die Umstellung auf 100 Prozent erneuerbare Energie, Elektromobilität und die Förderung der Kreislaufwirtschaft – wurden von Experten und Bürgern über eine eigens entwickelte Online-Beteiligungsplattform (ZeroLab) getestet. Unsere Physiker haben Modelle entwickelt, um CO₂-Emissionen auch für komplexe Prozesse zu berechnen. Das Gesetzespaket enthält mehr als 500 neue oder überarbeitete Normen mit konkret ausformulierten Regelungen. Ausgehend von Deutschlands CO₂-Restbudget stellt es im Zusammenwirken aller Maßnahmen für die fünf größten emissionstreibenden Sektoren Energie, Industrie, Verkehr, Gebäude/Wärme und Landwirtschaft das Ziel der Treibhausgasneutralität sicher. Es ist sozial gerecht und finanziell machbar – denn es ermöglicht die nachhaltige Wandlung der Wirtschaft.

Wir haben es Anfang März an Bundestag, Bundesregierung und -verwaltung überreicht. Wir nutzen es, um Gesetzesvorschläge der Regierung auf ihre 1,5-Grad-Tauglichkeit zu prüfen und effektive Alternativen aus unserem Maßnahmenkatalog vorzuschlagen – über einen andauernden Dialog mit Regierung und Verwaltung. Bisher haben über 350 Gespräche stattgefunden.

Zivilgesellschaftliche Beteiligung

Das Engagement von hunderten Ehrenamtlichen hat diese Leistung möglich gemacht. Gut 200 Juristen und Experten haben allein am Gesetzespaket mitgearbeitet. Der Leiter des Gesetzgebungsprozesses ist rein ehrenamtlich im Einsatz, genauso wie 80 Prozent unseres IT-Teams und zu Anfang 100 Prozent unseres Social-Media-Teams. 2021 kamen auf jede hauptamtliche Person 37 Ehrenamtliche.

Dazu kommen hunderte Menschen, die sich vor Ort engagieren, darunter bisher 18 Lokalgruppen, die den Dialog mit ihren Abgeordneten suchen, damit sich diese im Bundestag für Klimaschutz einsetzen, und 80 Klimaentscheide-Teams, die in ihren Kommunen über Bürgerbegehren Klimaneutralität fordern. 20 Teams – unter anderem in Konstanz, Münster, Essen, Landshut, Jena, Husum, Göttingen und

Lüneburg – haben schon den ersten Meilenstein erreicht: die Erstellung eines kommunalen Klima-Aktionsplans. So bringen wir Deutschland Ort für Ort auf 1,5-Grad-Kurs und erhöhen den Druck auf die Bundesregierung.

Konkret werden

Mit uns haben sich bisher fast 20 000 Menschen aktiv für den Klimaschutz eingesetzt, sei es durch das Einbringen ihres Wissens in die Gesetzentwicklung, die Entwicklung von Online-Tools zur Berechnung lokaler CO₂-Emissionen, die Herstellung von Erklär-Videos oder in einem Klimaentscheide-Team, das etwas Handfestes in der Kommune bewegt. Die konkreten Lösungswege sind für unsere Mitmacher entscheidend. Wir fordern nicht nur effektiven Klimaschutz, sondern bringen unsere Expertise und Arbeitskraft ein, wie Mitarbeiter in Anwaltskanzleien, die geholfen haben,

unsere Maßnahmen zu normieren, oder Publizisten, die Lokalgruppen helfen, Gespräche mit Abgeordneten zu sichern und effektiv durchzuführen.

Komplexes Aufgabengebiet

Was unser Ziel, ein Klimaschutzgesetz, bedeutet, ist zunächst schwer greifbar. Das wird es erst, wenn wir bis zum Jahr 2035 100 Prozent erneuerbare Energieversorgung haben. So ist es nicht einfach, darzustellen, wozu wir Spenden brauchen – in Zeiten von Corona, Klimakatastrophen und Krieg vor der Tür. Aber Spenden bedeutet, bei uns mitzumachen, einen Beitrag zur Überwindung der Klimakrise zu leisten und Politik, Gesellschaft und unsere Zukunft mitzugestalten. In unserem Fundraising arbeiten wir kontinuierlich daran, nicht nur die Komplexitäten, sondern auch die Lösungswege zu vermitteln – warum jeder Beitrag zählt und was wir damit

erreichen. In Jahresberichten, Newslettern, Web-Talks und Veranstaltungen berichten wir regelmäßig über unsere Aktivitäten, unsere Wirkung, unsere Pläne und wie unsere Unterstützer hierzu beitragen. Wir lassen unsere ehrenamtlichen Mitstreiter und Förderer zu Wort kommen.

Wir sind 100 Prozent spendenfinanziert. Und unsere Arbeit kann nicht warten. Unsere Finanzierung zu sichern ist daher nicht einfach. ▣



Ruth Mulandi ist seit November 2020 Teamleiterin Fundraising bei GermanZero. Zuvor war sie unter anderem als Leiterin eines Dachverbands für gemeinnützige Organisationen in

London tätig. Seit 2006 ist sie spezialisiert auf Fundraising, organisatorische Weiterentwicklung und strategische Beratung für Kulturbetriebe und NGOs.

► www.germanzero.de

Face to Face Fundraising.

Qualitativ. Transparent. Digital.

Voiss

voiss.ch



Schnell mal streamen?

Auch Livestream-Fundraising braucht Vorlauf

Eigentlich ist es ganz einfach: einen Vortrag beim digitalen IFC 2019 gesehen, wenige Monate später beim IFC eine Präsentation besucht und nach einem halben Jahr selbst auf die Beine gestellt. Ein Livestream-Fundraising-Event auf Twitch! Gut, dazwischen lagen viel Unwissen, Naivität und „Whatthef\$*#%?“, aber wir überwinden alle Hindernisse und waren so begeistert, dass zwei weitere Events folgten – alle auf Twitch, alle für „Herz bewegt“.

Von ANKE HARNISCH

Nach der nur halbstündigen Präsentation beim IFC war die Begeisterung für das Tool „Livestream-Fundraising“ riesig. Gemeinsam recherchierten wir fortan in einer frisch gegründeten Arbeitsgruppe rund um alle Streamer und die Gaming-Branche in Österreich. Denn für uns stand von Anfang an fest: Wenn wir Livestream-Fundraising im Land aufbauen wollen, dann müssen wir so viel wie möglich wissen und eine gute

Beziehung zu den aktiven Streamern haben. Unser Elan wurde durch den IFC-Vortrag erneut bestärkt. Mit guter Vorbereitung wollten wir ein erstes Fundraising-Event im Herbst 2020 auf die Beine stellen. Vor uns lag bereits eine Liste mit über 20 Streamern aus Österreich.

So dachten wir jedenfalls noch bis März 2020. Und dann schlug Corona zu, und unser ganzes Leben verlagerte sich mehr als je erwartet ins Virtuelle. Kurz darauf wurde der spezielle Covid Giving Tuesday für den 5. Mai ausgerufen. Da dachten wir: „Sollen wir alles über Bord werfen und es einfach jetzt, innerhalb von nicht mal zwei Monaten mit dem Streaming-Event versuchen? Ja, warum nicht?“

Erste Schritte mit der Software

Der Vorsatz, ja nichts übereilt zu starten, war plötzlich dahin. Wie überhaupt der gesamte Alltagstrott zu dieser Zeit. Unser inhaltliches und technisches Know-how war damals,

nennen wir es mal charmant, „ausbaufähig“. Was taten wir also? Wir streamten täglich. Eine Mitarbeiterin eröffnete einen Account bei Twitch und streamte aus dem Homeoffice. So hatten wir Erstkontakt mit der Software.

Wir schalteten Facebook Ads: „Suchen Gamer, die für ein Interview übers Gamen und Streamen zur Verfügung stehen!“ So lernten wir über zehn Menschen kennen, die uns einerseits wertvolle Insights gaben und andererseits auch potenzielle Streamer waren. Wir kontaktierten VIP-Streamer und -Streamerinnen und holten ihr Know-how ein.

Kurzfristige Vorbereitung

Unser Wissensschatz wuchs innerhalb weniger Wochen immens an. Vierzehn Tage vor dem Event hatten wir Streamer für den 5. Mai gefunden. Das technische Know-how bauten wir mit Hilfe eines Streamers auf, der uns bei der Einrichtung der Software

half. Darüber hinaus erstellten wir Vorlagen für unseren Twitch-Kanal und die Streamer, richteten Tiltify ein (wo schließlich die Spendenabwicklung stattfand), generierten automatische Benachrichtigungen, schnitten kurze Videos und so weiter.

Und dann ging es am 5. Mai um 8 Uhr morgens los. Wir banden mehrere Streamer auf unserem Twitch-Kanal ein und waren bis 23 Uhr live. Aufgrund der kurzen Vorbereitungszeit und der vergleichsweise geringen Reichweite (VIP-Streamer hatten so kurzfristig keine Zeit) generierten wir vor allem bei Bestandsspendern von „Herz bewegt“ Aufmerksamkeit und in der Folge auch Spendeneinnahmen.

Sportevent als Stream

Im Sommer 2020 streamten wir, aufbauend auf unserer Erfahrung, ein gesamtes Sportevent. Das Design hatte sich hier schon

deutlich verbessert, wir waren routinierter im Umgang mit der Software und die Reichweite sowie Spenderschaft auf dem neuen Kanal wuchsen. Zum Giving Tuesday 2020 streamten wir erneut. Aufgrund der längeren Vorbereitungszeit gelang es uns, Influencer zu gewinnen. Die Reichweite und Spendenanzahl stiegen kontinuierlich.

Wiederholung bringt's!

Schon nach drei Events zeigte sich, dass Livestream-Fundraising besonders stark von der Wiederholung lebt. Je regelmäßiger auf dem Kanal gestreamt wird, desto stärker wächst die Reichweite und damit auch die Spenderschaft. Und je häufiger wir streamten, umso mehr Spaß hatten auch wir. Dann konnten wir uns mehr auf das fokussieren, was das Livestream-Fundraising so schön macht: die Community auf Twitch. Sie ist unglaublich positiv, begeisterungsfähig und engagiert!

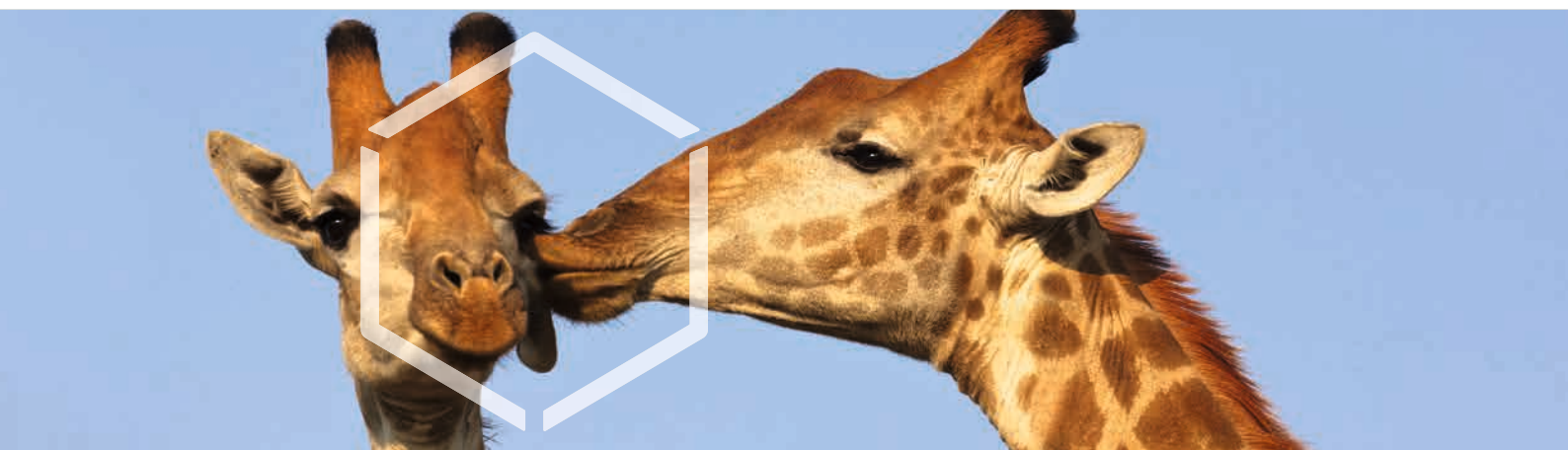
Sollten Sie sich für Livestream-Fundraising entscheiden, dann unterschätzen Sie auf keinen Fall die Vorbereitung. Stellen Sie sich am besten den Aufwand vor und multiplizieren Sie ihn dann mit fünf! Dann haben Sie vermutlich eine realistische Annahme, wie viel Arbeit das ist. ▣



Einst im Dienste von sozialen Organisationen hat sich **Anke Harnisch** seit über sechs Jahren bei der Fundraising-Agentur pronPO auf die Gewinnung und Bindung verschiedener

Zielgruppen spezialisiert. Besonders Zielgruppen, die bisher weniger im Fokus des traditionellen Fundraisings stehen, haben es ihr angetan. Wahrscheinlich auch, weil sie sich dort besonders zuhause fühlt.

- ▶ www.pronpo.at
- ▶ www.herzbewegt.org



Bereit für ein Date?!

Bereit zu einer neuen Form des „Spender-Datings“? Fundraising data-driven ist unser selbstlernendes „Dating-System“. Das System analysiert Spender und deren Verhalten. Es ist die Grundlage aller unserer Strategien und Kampagnen. Denn je präziser das Wissen, desto erfolgreicher das Dating mit Ihren Spendern.

www.gfs.de

Wasser marsch!



Unterwegs auf „Mission Wasser“. Seit zehn Jahren erkunden die „Aqua-Agenten“ der Umweltstiftung Michael Otto die wertvolle Ressource Wasser. Das gleichnamige Bildungsprogramm richtet sich an Grundschulkinder der dritten und vierten Klassen, die sich in der Schule, mit Umfragen und mit Ausflügen zu Wasserorten auf spielerische Weise mit dem Thema auseinandersetzen. Nun wurde das Programm mit dem auf 10 000 Euro dotierten „Undine Award“ der Josef-Wund-Stiftung ausgezeichnet.

► www.aqua-agenten.de

Mehr Nachhaltigkeit bitte

Neuer Leitfaden für deutsche Stiftungen

Die Berliner NGO Facing Finance hat einen Leitfaden für deutsche Stiftungen herausgebracht, in dem sie für mehr soziale, ethische und ökologische Kriterien, sogenannte ESG-Kriterien (Environmental, Social, Governance), bei der Vermögensanlage wirbt. Denn diese Aspekte werden nur selten berücksichtigt, wie eine Recherche und Umfrage unter den 39 größten deutschen Stiftungen ergeben hat. Nach einer Bestandsaufnahme listet der Leitfaden deshalb ausführlich Gründe für mehr Nachhaltigkeit in der Anlagepolitik auf, wie gesellschaftliche Verantwortung und die Erfüllung des Stiftungszwecks. Ein weiteres großes Kapitel widmet sich anschließend Strategien, wie Stiftungen ihr Geld verantwortungsvoll anlegen können. Der Blick geht dabei auch zu internationalen Normen und Standards, die Stiftungen im Auge behalten sollten, um Geschäftspraktiken wie Umweltverschmutzung oder Kinderarbeit zu vermeiden.

► www.facing-finance.org

MEINE MEINUNG

„Sind Tierversuche für unsere Gesundheit egoistisch?“

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE



Brauchen wir Tierversuche für die Entwicklung neuer Medikamente? Die Schweizer „Stiftung für Menschen mit seltenen

Krankheiten“ gab Ende Februar bekannt, dass das Veterinäramt die Fortsetzung von bereits zweimal bewilligten Tierversuchen abgelehnt habe und damit die Erforschung lebensrettender Medikamente für Menschen mit einer angeborenen Arterienchwäche verhindere. Die Methode sei jedoch alternativlos. Es geht dabei um die seltene Krankheit vaskuläres Ehlers-Danlos-Syndrom (vEDS), an der höchstens 5 von 10 000 Personen leiden. Die Stiftung teilt mit, dass es bei den Tierversuchen den „Mäusen nicht schlechter als den von vEDS betroffenen Menschen“ gehe. Googelt man die Symptome dieser Krankheit, stößt man u.a. auf Aortenaneurysma, Arthrose, Netzhautablösungen etc., in der Regel einhergehend mit starken Schmerzen. Als Säugetiere sind Mäuse hochentwickelte Lebewesen. Ist – im Umkehrschluss – ihr Wohlergehen aber weniger Wert als das von Menschen? Was berechtigt uns dazu, anderen Lebewesen für unsere Gesundheit Leid zuzufügen? Ist das vielleicht sogar egoistisch? Auf der anderen Seite steht hinter jeder vEDS-Diagnose auch ein kranker Mensch, der dankbar ist für jede Hilfe. Ich wünsche mir bei solch ethisch höchst sensiblen Entscheidungen von allen Beteiligten Respekt, Augenmaß und Verantwortungsgefühl für unsere Umwelt und alle Lebewesen. Denn genau das macht uns erst: zu Menschen.

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

Kurzgefasst ...

Videos zum Klimaschutz

Bei „Stifter TV“ gibt es eine Videoreihe, die sich mit dem Thema Klimawandel beschäftigt. Die kurzen Filme stellen beispielhaft konkrete Projekte und Initiativen vor, die zeigen, wie Lösungsansätze aussehen können. Denn wie der Trailer zur Reihe verrät, komme gerade Stiftungen, Philanthropen und NGOs eine besondere Rolle im Kampf gegen die Klimaerwärmung zu.

► <https://stifter-tv.com>

Jobs für die Umwelt

Arbeitslose Menschen in Österreich können sich seit April in der neu gegründeten „Umweltstiftung“ im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit weiterbilden. Ziel ist es, mindestens 1000 Personen für eine entsprechende Qualifizierung zu gewinnen. Die Umweltstiftung wurde vom Österreichischen Gewerkschaftsbund gemeinsam mit der Wirtschaftskammer Österreich initiiert.

► www.aufleb.at/umweltstiftung

Zeitgemäß und zukunftsfähig

Die neue Stiftung „In guter Gesellschaft“ will zeitgemäßes Unternehmertum fördern. Gründer sind die Geschwister Anke und Thomas Rippert, die beide selbst Unternehmer sind. Ihr Anliegen ist es, mit der Stiftung den offenen Austausch zwischen Unternehmen zu ermöglichen, sie dabei zu unterstützen, zukunftsfähig zu werden, und den Mittelstand zu stärken.

► www.ingutergesellschaft.org

Junges Gemüse

Im Grazer Kindermuseum „FRida&freD“ hat Ende März die Mitmach-Ausstellung „Schmeckt's?“ eröffnet. Sie wurde von der Klaus Tschira Stiftung ermöglicht und dreht sich rund ums Essen. Kinder ab acht Jahre sollen dabei nicht nur lernen, wie man sich gesund ernährt, sondern erfahren auch, woraus Nahrung besteht, wo sie herkommt und wie sie zubereitet wurde.

► www.fridaundfred.at ► www.klaus-tschira-stiftung.de

Reden über Medien

Die CIVIS-Medienstiftung und die Süddeutsche Zeitung haben einen Podcast zur Einwanderungsgesellschaft ins Leben gerufen. Seit 7. April diskutieren Nadia Zaboura, Vorsitzende der Grimme-Jury für den Deutschen Radiopreis, und der Journalist Nils Minkmar bei „quoted. der medienpodcast“ alle 14 Tage darüber, wie Medien über Einwanderung berichten.

► <https://mediatalk.civismedia.eu/podcastfolgen>

Handlungsbedarf

Probleme beim Generationenwechsel

Der Stiftungsmonitor für Österreich hat für das Jahr 2021 gezeigt, dass in österreichischen Stiftungen Handlungsbedarf besteht, wenn es um den Generationenwechsel geht. Über 130 Stiftungen haben an der Umfrage teilgenommen, welche die Plattform stiftung-nextgen.at und die LMM Investment Controlling AG durchgeführt haben. Dabei haben sich fünf entscheidende Erkenntnisse herauskristallisiert: Bei rund der Hälfte der Stiftungen können Anlageziele oder Strategien nach dem Tod des Stifters nicht mehr angepasst werden. Weitere Probleme sind mangelnde Information bzw. das Fehlen eines institutionalisierten Berichtswesens und eine unabhängige und neutrale Beurteilung der Anlageresultate, nachdem der Stifter verstorben ist. Liegt die Verantwortung für die Anlagestrategie dann beim Vorstand oder bei der Bank, ist sie meist konservativer, so die vierte Erkenntnis. Erfreulich ist jedoch: Die Hälfte aller Stiftungen ist auch gemeinnützig aktiv. Die vollständigen Umfrage-Ergebnisse können abgerufen werden unter:

► <https://stiftung-nextgen.at>

So geht Stiftung!

Stifterfunk – Podcast für das Stiftungsmanagement



in Kooperation mit





Vorbereitung ist alles!

So gelingt Ihr Emergency-Mailing

Flut im Ahrtal, Afghanistan im Umbruch, Krieg in der Ukraine: In den letzten Monaten häufen sich Naturkatastrophen, Krisen und Kriege. Hilfsorganisationen halten dafür professionelle Krisenpläne, Material und gut geschulte Helferinnen und Helfer bereit. Auch wer im Fundraising arbeitet, kann mit der richtigen Vorbereitung schnell und effizient Erfolge erzielen.

Von BRITTA JANSSEN

Regelmäßige Analysen zeigen, dass die schnellsten Organisationen bei Kennzahlen wie Spendensumme, Spendenhöhe, Response und ROI am besten abschneiden. Denn gerade die begehrten Menschen, die mehrere Organisationen als aktive Spender unterstützen, können ihr verfügbares Spendenbudget nur einmal ausgeben. Aber auch für die Reaktivierung von Altspendern und die gezielte Gewinnung von Neuspendern kann eine Krise eine Gelegenheit sein. Gute Teamarbeit ist dafür unerlässlich: Die Fundraising-Abteilung muss frühzeitig umfassend informiert werden, um mit

aktuellem Material einen Spendenaufruf vorzubereiten. Budget- und inhaltliche Freigaben sollten bis in die Führungsspitze hinein höchste Priorität genießen. Der Notwendigkeit schneller Handlungsfähigkeit ist sich auch Michael Gotzen von action mede-

or bewusst: „Mailingplan, Themenauswahl, Bedankung, Vorproduktionen – jede Katastrophe wirkt sich auf die gesamte weitere Planung aus. Da ist es unerlässlich, kurze Entscheidungswege und mitdenkende, flexible Dienstleister an seiner Seite zu haben.“

Checkliste für Emergency-Fundraising

- Klären Sie Zuständigkeiten: Wer macht im Katastrophenfall was, wie sind die Beteiligten erreichbar?
- Denken Sie in Szenarien: In welchen Fällen rufen Sie ausschließlich online zu Spenden auf, ab wann schreiben Sie die Hausliste an, wann auch Fremdadressen? Welche Budgets stehen jeweils zur Verfügung?
- Erstellen Sie für jedes Fundraising-Instrument einen Ablaufplan, der Aufgaben und Meilensteine festhält.
- Bereiten Sie alles vor, was sich vorbereiten lässt: Hauslisten-Selektionen, Nixieliste, Fremdsten-Auswahl. Produzieren Sie Briefpapier vor oder legen Sie wenigstens Layout-Vorlagen (Templates) an. Bereiten Sie eine Liste mit möglichen Spendenbeispielen vor, legen Sie eine Auswahl von Symbolfotos und -videos zurecht, die Ihre Organisation im Einsatz zeigt. Knüpfen Sie Kontakte zu Nachrichtenagenturen, von denen Sie aktuelles Foto- und Videomaterial beziehen können.
- Besprechen Sie nach jeder Emergency-Situation Ihre Learnings, um Ihre Abläufe weiter zu verbessern. Beziehen Sie dabei unbedingt auch Ihre Dienstleister ein.

Das Mailing hat dabei nach wie vor eine Schlüsselposition inne. Um trotz komplexer Produktionsprozesse handlungsfähig zu sein, gilt es, so viel wie möglich im Vorfeld zu organisieren. So erläutert beispielsweise Arne Peper vom Malteser Hilfsdienst: „Wir haben unsere Emergency-Abläufe stetig optimiert. So konnten wir bereits am Tag des Angriffs auf die Ukraine einen Textentwurf und Adressen für ein Mailing bereitstellen. Um den Rest kümmert sich unsere Agentur. Am vierten Werktag nach Kriegsbeginn wurde das Mailing postausgeliefert.“

Je nach Umfang der Katastrophe und nach Art der Hilfe durch die NGO kann es sinnvoll sein, über einen Reminder an die Hausliste nachzudenken. Aktuelle Berichte über die Lage und die bereits erfolgte Hilfe verbessern die Spenderbindung und führen zu wichtigen Folgespenden.

Besondere Aufmerksamkeit sollten Sie Ihren Erstspendern widmen, da die Bindung

hier in der Regel gering ist. Bewährt haben sich Danke-Mailings, die in erster Linie einen Überblick über die geleistete Hilfe geben und erst in zweiter Linie zu einer Folgespende ermutigen. Auch im Spendermagazin sind diese Informationen gut aufgehoben.

Brücke zur Dauerspende

Nächste Station auf der Donor-Journey könnte ein Anruf sein, der Einzelspender zur Dauerspende einlädt. Wer nicht telefonisch erreicht wird oder noch nicht bereit für eine Dauerspende ist, erhält ein dezidiertes Zweitspenden-Mailing. Es baut Spendern eine Brücke von der Katastrophenhilfe zu den weiteren Aufgaben, Anliegen und Projekten Ihrer Organisation. Erst danach sollten Sie die neuen Mitglieder Ihrer Spendencommunity in Ihr reguläres Mailing-Programm integrieren.

Last but not least ein Tipp für alle, die auf dem sich immer schneller drehenden „Emergency-Karussell“ nicht mitfahren können oder wollen: Vielleicht gibt es Anlässe, die nur auf Ihre eigene Organisation zutreffen? Ein defektes Fahrzeug, eine abgebrannte Lagerhalle, ein finanzieller Engpass? Dann teilen Sie dies mit Ihren Spendenden! Sie werden Sie sicher gern unterstützen. ■



Britta Janssen ist Gründerin und Kreativ-Geschäftsführerin der Agentur fundango in Köln. Nach Einsätzen in Angola und Kolumbien ist die Regionalwissenschaftlerin

Lateinamerika seit 1999 als Texterin und Beraterin im Fundraising tätig. Fundango unterstützt gemeinnützige Organisationen bei der Gewinnung, Bindung und im Upgrading von Spenderinnen und Spendern.

► www.fundango.de



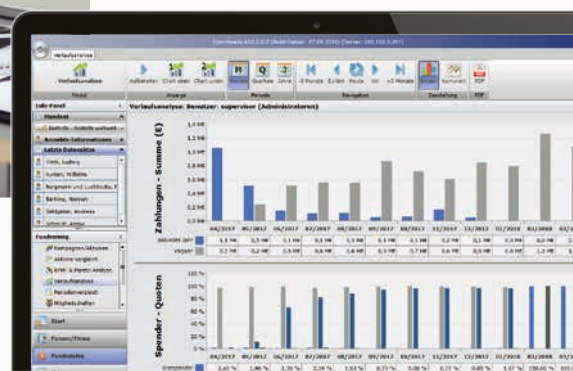
Dank bestem Service immer entspannt



Unsere Kunden sprechen für uns.

Vereinbaren Sie eine persönliche WEB-Session. Wir nennen Ihnen gerne passgenaue Referenzen.

+49 208 301930
c.lang@benefit.de



CRM, Fundraising & mehr
Bester Service
Einfacher Produktivstart



Wissen testen und gewinnen

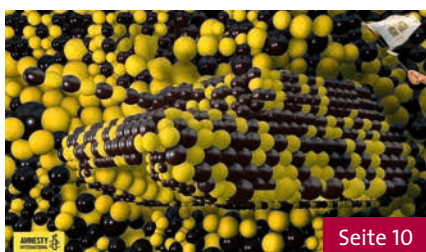
Bestimmt haben Sie das Magazin aufmerksam gelesen – dann sind die folgenden Fragen kein Problem für Sie. Oder Sie sind sowieso fit rund um das Thema Fundraising.

Unter allen richtigen Einsendungen verlosen wir diesmal das Buch „Über dem Orinoco scheint der Mond. Warum wir die Natur des Menschen neu begreifen müssen, um die Welt von morgen zu gestalten“ von Harald Lesch und Klaus Kamphausen. Das Buch ist vor Kurzem im Penguin-Verlag erschienen. Die Autoren entwerfen ein Welt- und



Menschenbild, das den Menschen wieder als Teil der natürlichen Zusammenhänge begreift und ihn als Wesen zeigt, das erst im Für- und Miteinander sein volles, zukunftsfähiges Potenzial entfaltet. Ein Welt- und Menschenbild, das sich von der Durchrationalisierung und -ökonomisierung des Lebens verabschiedet und dem Staunen und Mitfühlen wieder mehr Platz einräumt. Denn alles hängt mit allem zusammen.

Und falls Sie das Buch schon haben, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!



Seite 10

1 Amnesty International hat die Kampagne „Don't hide the War“ lanciert. Was zeigt dieses Bild?

- S) einen Bienenschwarm
- T) Mikroplastik unterm Mikroskop
- U) einen Panzer



Seite 24

2 Der Klimawandel bedroht auch historische Parkanlagen. Welcher denkmalgeschützte Park ist hier zu sehen?

- M) Fürst-Pückler-Park Bad Muskau
- N) Schlossgarten Plön
- O) Barockgarten Großsedlitz



Seite 28

3 Die Schweizer NGO MyBluePlanet hat unter anderem diesen blauen Container aufgestellt. Wofür?

- Y) Information über Solarenergie
- V) Selbst-Reparatur-Werkstatt
- W) Tausch von Alltagsdingen



Seite 42

4 Seit Jahren erkundet die Umweltstiftung Michael Otto die Ressource Wasser. Wie heißt das Bildungsprogramm?

- D) Aquanauten
- E) Aqua-Agenten
- F) Aquarius-Matrosen



Seite 59

5 Menschen werden zunehmend online auf Spenden-Projekte aufmerksam. Wenig hilfreich sind dabei jedoch ...

- F) Online-Werbeanzeigen
- C) Suchmaschinen
- L) WhatsApp und Telegram



Seite 70

6 Ein beliebtes Buzzword, das aktuell in aller Munde ist: Donor Centricity. Was genau ist damit gemeint?

- P) Die Spender werden zentral gesteuert
- T) Wer spendet, steht im Mittelpunkt
- K) Spendende legen ihr Geld in die Mitte

So geht's: Die Buchstaben aus den Fragen 1 bis 6 ergeben das Lösungswort. Senden Sie dieses an gewinnen@fundraising-magazin.de! Vergessen Sie bitte die Postadresse nicht, damit Ihr Gewinn Sie auch erreicht! Diese Daten werden nur im Zusammenhang mit dem Gewinnspiel verarbeitet und nicht an Dritte weitergegeben. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Einsendeschluss ist der 30. Juni 2022. Viel Glück!

Selber lesen oder verschenken

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

Das Fundraising-Magazin gefällt Ihnen?

Dann bestellen Sie jetzt Ihre eigene Ausgabe direkt in Ihren Briefkasten und seien Sie schneller besser informiert. Sie erhalten das aktuelle Heft immer pünktlich am Erst-erscheinungstag.



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

Abonnement-Coupon: Druckfrisch im Briefkasten

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

www.abo.fundraising-magazin.de

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

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

.....
Organisation / Firma
.....
Abteilung / Bereich
.....
Anrede Titel
.....
Vorname Name
.....
Straße Hausnummer
.....
PLZ Ort
.....
E-Mail-Adresse für den Rechnungsversand
.....
Datum, Unterschrift

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

.....
Organisation / Firma
.....
Abteilung / Bereich
.....
Anrede Titel Vorname Name
.....
Straße Hausnummer
.....
PLZ Ort
.....
Widerrufsrecht: Diese Bestellung kann ich innerhalb der folgenden zwei Wochen ohne Begründung bei der Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden schriftlich widerrufen. Dass ich dieses Recht kenne, bestätige ich mit meiner folgenden Unterschrift.
.....
Datum, Unterschrift