Branchen-Magazin für Sozialmarketing | Spenden | Vereine | Stiftungen 4|2022

FUNDRAISING magazin

Spender-Bindung:

Was funktioniert und was nicht.

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

CONNECTING THE WORLD OF HELP

Höchste Datenqualität – ob online oder offline.

Wie immer Sie zu Ihren Spender*innen Kontakt aufnehmen – per Brief, per Mail, per Telefon: Ihre Daten müssen perfekt sein. Und wer sorgt für die korrekte Datenerfassung und die optimale Ansprache Ihrer Zielgruppen?

stehli software dataworks. Allerhöchste Datenqualität, erstklassig geprüft, perfekt aufbereitet, jederzeit verfügbar. Wir sind diejenigen, auf die Sie sich hundertprozentig verlassen können. Dafür stehen wir mit unserem guten Namen.

STEHLI SOFTWARE DATAWORKS

stehli software dataworks GmbH · Holzkamp 24 · 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,

wie kann ich erfolgreich Spenderinnen und Spender an meine Organisation binden? Diese Frage ist grundlegend für die allermeisten NGOs und daher Themenschwerpunkt dieser Ausgabe. Was funktioniert und was nicht – das lesen Sie ab Seite 18. Besonders spannend finde ich den Vergleich von 20 namhaften Spendenorganisationen über ein Jahr hinweg: Wie kommunizieren diese und bei wem ist noch Luft nach oben? (Spoiler: bei allen!)

Stellen Sie sich vor, Sie machen Fundraising plötzlich nicht mehr für Ihren bisherigen guten Zweck, sondern für Drohnen, Stahlhelme und Kriegsgerät. Undenkbar? Drei Menschen aus der Ukraine, die genau das tun, stellen wir Ihnen ab Seite 14 vor. Mich haben diese Porträts sehr bewegt, denn sie zeigen jenseits von Zahlen und Fakten aus den täglichen Nachrichten, welche Kraft und welche Motivation die Menschen in dieser Situation aufbringen.

Schon wieder ein Extra-Heft! Wer das Fundraising-Magazin im Abonnement hat, findet auch diesmal wieder ein zusätzliches Heft im Briefkasten: Unsere Sonderausgabe „Software für Vereine, Verbände und Stiftungen – die Marktübersicht 2022" ist dicker als jemals zuvor: Insgesamt präsentieren mehr als 70 Systemhäuser und Softwareanbieter ihre Fundraising-Software – von der schlanken Lösung zum Sofortlosarbeiten bis zum komplexen CRM-System.

Wer kein Abo hat, kann das Extra-Heft „Fundraising-Software 2022" in unserem Shop bestellen. Für 15 Euro kommt es direkt zu Ihnen auf den Schreibtisch.

Ich wünsche Ihnen eine interessante und inspirierende Lektüre und einen entspannten Sommer!

Ihre

Daniela Münster

Daniela Münster
Chefredakteurin

direct.
AGENTUR & LETTERSHOP

erfolgreiche
SPENDEN MAILINGS

Sprechen Sie mit den **Spezialisten:**

direct KÖLN
0221 /759 19-44
steffi.sczuka@directpunkt.de

direct MÜNSTER
0251 /287 387-63
vera.dittgen@directpunkt.de

direct HAMBURG
040 /237 860-0
service@directpunkt.de

www.directpunkt.de

Thema

Spender-Bindung

Mehr als nur ein Dankeschön **20**
Fünf Dinge, die Menschen an Verein und Stiftung binden

Danken Sie schon oder lobhudeln Sie noch? **22**
Wie Sie wirkungsvolle Dankbriefe schreiben

„Wenn ich spende, bekomme ich nur wieder so viele Briefe“ **24**
Auf dem Weg zur datenbasierten Spenderkommunikation – eine Benchmarking-Studie

Lust auf ein weiteres Date? **26**
Menschen für eine Zweit- oder Dauerspende gewinnen

Zweite Chance für gute Freunde **28**
Wann es sich lohnt, in Spenderreaktivierung zu investieren

Projekte & Stiftungen

Willkommen in der Familienpackung **36**
Wien: Vinzenzgemeinschaft betreibt offenes Haus für unterschiedliche Menschen

Barrieren im Kopf überwinden **38**
Blinde Menschen berichten Grundschulkindern aus ihrem Alltag

Keinen Millimeter nach rechts **40**
Eine Berliner Initiative meint schon seit 2006: „Kein Bock auf Nazis“

Kleine Schritte, große Wirkung **48**
Was soziale Projekte mit unternehmerischem Handeln zu tun haben

Partner für feste Beziehung gesucht **50**
Neue Initiative für Stiftungen und Gemeinnützige in Ostdeutschland

Moore als Klimahelden **52**
Initiative zur Renaturierung von Moorböden nimmt Fahrt auf

Praxis & Erfahrung

Führungskräfte der Zivilgesellschaft **72**
Entwicklungsprogramm „Leaders of Tomorrow“ – persönliche Eindrücke einer Pionierin

Schweigende Zurückhaltung? **74**
Es gibt Wege, mit denen NGOs auch für Tabu-Themen Spenden sammeln können

Vom Online-Lead zur Spende **76**
Erfolgreiche Praxisbeispiele für gemeinnützige Organisationen

Über die Zakat hinaus **78**
Wie islamische Philanthropie funktioniert und erfolgreich ist

Adressatenoptimiert drucken **80**
Programmatic Printing im Fundraising

Keine „geschäftliche Handlung“ **82**
Das neue Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb und die Spendenwerbung

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

Menschen

„Die russischen ‚Orks' sind in mein Haus eingezogen"

Geschichten dreier Ukrainer, die nach der russischen Invasion zu Fundraiserinnen und Fundraisern geworden sind, um die Ukraine zum Sieg zu führen. **14**

Andreas Berg

... der Datenbankexperte und Fachbuch-Autor über Automatisierung, Effizienz und die Grundlagen einer sinnvollen Spendenverwaltung. ... **42**

Tamara Reinhard

... hat unseren beliebten Fundraising-Fragebogen ausgefüllt und verrät allerhand Persönliches. **94**

Meinungen

Persönliche Gedanken
Kai Dörfner: Wir müssen Spender-Klischees begegnen! **12**

Kommentare aus der Redaktion
von Matthias Daberstiel **6**
von Rico Stehfest **32**
von Ute Nitzsche **46**

Rubriken

Schöner scheitern **31**
Köpfe & Karrieren **58**
Branche **62**
Dienstleisterverzeichnis **64**
Fundraising-Kalender **84**
Bildung **86**
Fach- und Sachbücher **90**
Das Letzte **98**
Vorschau & Impressum **98**

Verlosung

Testen Sie Ihr Wissen ...
und gewinnen Sie nützliche Dinge für den Fundraising-Alltag im Büro und unterwegs **96**

Autorinnen und Autoren

... dieser Ausgabe:
Sophie Allerkamp, Danielle Böhle, Polina Bulat, Mathias Büttner, Matthias Daberstiel, Kai Dörfner, Michael Gassner, David Harrison, James Herlihy, Thomas Jahnke, Niklas Manhart, Gerhard Märtterer, Daniela Münster, Ute Nitzsche, Ralf Rösler, Jana Schmidt, Rico Stehfest, Jan Uekermann, Karoline Weber, Petra Winklbauer, Anna Zaaki

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

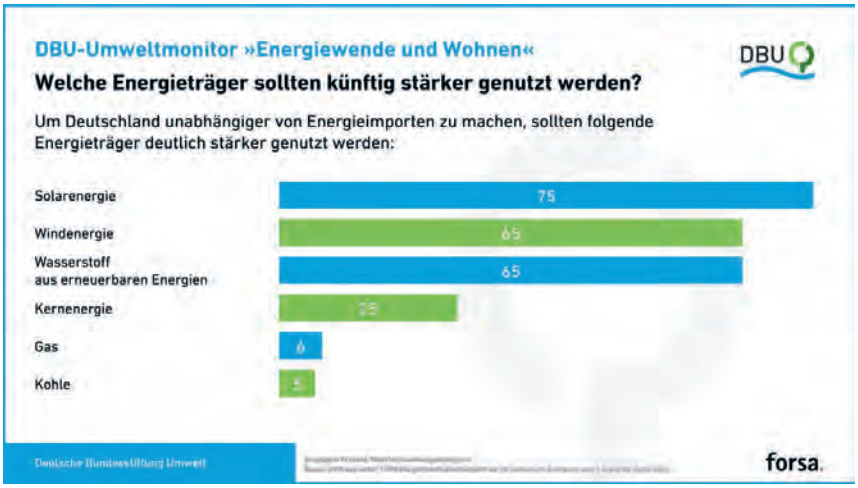
Lernen Sie unsere „Vögel" kennen.

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

Energieträger der Zukunft: Solarenergie ganz vorn



Die Debatte um Energiewende, Versorgungssicherheit und künftige Energieträger hat an Fahrt aufgenommen. Ein Aspekt: Kernenergie schien trotz des in Deutschland beschlossenen Atomausstiegs an Zuspruch zu gewinnen. Eine überraschende Erkenntnis fördert vor diesem Hintergrund eine aktuelle – repräsentative – Umfrage des Meinungsforschungsinstituts „forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen" im Auftrag der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) zutage: Laut forsa-Erhebung für den DBU-Umweltmonitor „Energiewende und Wohnen" erteilt eine klare Mehrheit der Deutschen (75 Prozent) der Renaissance von Atomkraft eine Absage; breite Unterstützung (65 bis 75 Prozent) finden hingegen erneuerbare Energien. Lediglich ein Viertel der Befragten ist dafür, künftig Kernenergie stärker zu nutzen, um Deutschland unabhängiger von Energieimporten wie russisches Gas oder Öl zu machen.

▶ www.dbu.de

Und sonst noch …

Vögeln für den Insektenschutz

Cole Porter war es, der schon 1964 sang „Birds do it, bees do it / Even educated fleas do it". Aber Verantwortung ist ja immer dabei gefragt, sofern Corona gerade mal ein tatsächliches Liebesspiel überhaupt erlaubt. Punkten kann man in diesem Kontext mit einer aktuellen Kondom-Kollektion von Ritex, deren Verkaufserlöse den Nabu mit 10 000 Euro im Bereich des Insektenschutzes unterstützen. Auf der Packung prangt deshalb auch das Logo der Umweltschutz-Organisation. Sehr praktisch, diese Idee. Da braucht es keine Chat-up-Line mehr. Einfach mit der Packung winken und der Abend läuft. Und die Nacht …

MEINE MEINUNG

„Es ist Zeit für einen Tafelstreik. Auf in die Rathauskantinen!"

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

Die Tafeln klagen aktuell über einen extremen Rückgang an Lebensmittelspenden. Das hat Gründe: Erstens lassen die steigenden Energiekosten den Handel genauer kalkulieren. Zweitens entdecken viele Menschen die Regalfächer mit den fast abgelaufenen und preisreduzierten Lebensmitteln und sparen jetzt beim Einkauf. Und drittens ist Wegwerfen für den Handel immer noch billiger als Spenden. Schlussendlich bleibt so weniger für die Tafeln übrig.

Das wäre nicht schlimm, denn ein Ziel der Tafeln heißt ja, die Lebensmittelverschwendung zu beenden. Das wirkliche Problem der Tafeln ist jedoch, dass sie von den Sozialsystemen in den deutschsprachigen Ländern vereinnahmt werden, ohne Förderung dafür zu erhalten. Das Ehrenamt wird zwar in den höchsten Tönen gelobt – aber schamlos ausgenutzt. Der Staat spart sich Milliarden auf Kosten der Tafeln. Und die Bedürftigen werden durch Kriegsflüchtende und Inflation immer mehr.

Wo ist der Extra-Tankrabatt für die Tafelautos? Wo sind die mietfreien Ausgabestellen und Lager? Wo ist die Streichung der Umsatzsteuer auf Sachspenden? Wo die Pflicht für Supermärkte, Abgelaufenes zu spenden?

Es wird Zeit für einen Tafelstreik. Schicken wir die Bedürftigen in die Kantinen der Ministerien, Rathäuser und Sozialbehörden. Dort gibt es ein gut sortiertes Angebot. Vielleicht führt das ja zur Einsicht, dass bloßes Schulterklopfen für die Tafeln nicht ausreicht!

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

dialog4good

Wir übernehmen Ihren Inbound Service.

Digital per Telefon, E-Mail, Brief und Chat

Illustration: Shutterstock

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

MITGLIED IM DEUTSCHEN FUNDRAISING VERBAND
Ethisch & Transparent
DFRV.DE

DDV MITGLIED IM:
Die treibende Kraft der Data Driven Economy

Drei Fragen an … Kirsten Hommelhoff

Der Deutsche Stiftungstag 2022 in Leipzig bietet über 100 Veranstaltungen

? Was erwartet die Besucherinnen und Besucher beim Deutschen Stiftungstag?

Zunächst einmal freuen wir uns sehr, dass der Stiftungstag dieses Jahr wieder analog stattfinden kann. Als Schwerpunktthema haben wir „Nachhaltigkeit" gewählt. Die Besucherinnen und Besucher erwarten über 100 Veranstaltungen – etwa zum Thema Nachhaltigkeit im Wirken für die Gesellschaft oder in der Vermögensanlage von Stiftungen.

? Warum sollte man unbedingt daran teilnehmen?

Der Deutsche Stiftungstag ist das zentrale Jahrestreffen aller Stiftungen in Deutschland und der größte Stiftungskongress Europas. Wer vom 28. bis 30. September nach Leipzig kommt, kann nicht nur bei den vielen interessanten Vorträgen und Panels etwas dazulernen. Der Stiftungstag ist auch eine optimale Plattform zum Netzwerken.

? Worauf freuen Sie sich besonders?

Es gibt so viele hochkarätige Programmpunkte, dass es mir schwerfällt, nur ein paar herauszupicken. Sehr interessant ist die Diskussion „Grenzen des Wachstums: 50 Jahre und kein bisschen weiser?!", bei dem auch der Club of Rome mitdiskutieren wird. Spannend wird auch die Veranstaltung mit Bundesumweltministerin Svenja Schulze zum Thema „SDGs und Klima im Jahr des Krieges gegen die Ukraine und der deutschen G7-Präsidentschaft". Und selbstverständlich ist die Preisverleihung für viele der Höhepunkt des Stiftungstages – diesmal wird ein „Ehrenpreis der Deutschen Stiftungen für besonderen Einsatz für die Zivilgesellschaft" vergeben.

▶ www.stiftungen.org

Kirsten Hommelhoff …

… ist Generalsekretärin des Bundesverbandes der Deutschen Stiftungen und gibt einen Ausblick auf den größten Stiftungskongress Europas vom 28. bis 30.9.2022 in Leipzig.

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

Kurzgefasst …

Sonderpreis für Memorial International

Der Sonderpreis des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen für besonderen Einsatz für die Zivilgesellschaft geht an die russische Organisation Memorial International. Verliehen wird er am 29. September auf dem Deutschen Stiftungstag in Leipzig. Seit ihrem Verbot befindet sich die NGO in Zwangsliquidation, will aber trotzdem die Arbeit weiter fortsetzen und sich im Ausland neu strukturieren.

▶ www.memorial.eu

NGOjobs.eu: kostenlose Inserate

Das Jobportal NGOjobs.eu unterstützt NGOs und soziale Unternehmen, die sich für die Ukraine und Geflüchtete einsetzen. Mit dem Gutscheincode „peace-for-ukraine“ können Arbeitgeber kostenlose Jobinserate schalten. Außerdem gibt es den Job-Filter „#standwithukraine“, über den diese Stellen schnell gefunden werden.

▶ www.ngojobs.eu

Förder-App für Stiftungen

Das Haus des Stiftens entwickelt gemeinsam mit dem Start-up „Unternehmertum“ eine App, die Fördersuchern erlauben soll, sich nur einmal zu registrieren und Zugang zu verschiedenen Förderportalen zu erhalten. Geschäftsführer Philipp Hof wird die App auf dem Fundraisingtag München am 13. September 2022 vorstellen.

▶ www.hausdesstiftens.org

12. Kongress der Sozialwirtschaft

Verantwortung wahrnehmen: Resilienz – Wettbewerb – Nachhaltigkeit: So das Thema des diesjährigen Kongress der Sozialwirtschaft, der am 22. und 23. September erneut in Magdeburg veranstaltet wird. Der zweite Kongresstag stellt noch mehr als der erste das Kommende in den Mittelpunkt: Welche Erwartungen hat die Sozialwirtschaft an die Politik?

▶ www.sozkon.de

NGOs fordern sozialen und ökologischen Neustart

40 Organisationen aus dem Sozial- und Umweltbereich fordern in einer gemeinsamen Erklärung einen sozialen und ökologischen Neustart. In einem Zehn-Thesen-Papier sprechen sie sich unter anderem für eine naturverträgliche und sozial gerechte Energiewende, Maßnahmen gegen Naturzerstörung, Teilhabe aller an umweltschonender Mobilität, klimaschonende Landwirtschaft und nachhaltige Arbeitsformen aus. Die zehn Thesen finden sich unter:

▶ www.diakonie.de/journal/zehn-thesen-fuer-einen-sozialen-und-oekologischen-neustart

Helfen beginnt mit Hinschauen

Eine Kampagne der Marketing-Agentur Wunderman Thompson für das Hilfswerk der Evangelischen Kirchen der Schweiz (HEKS) hat die sozialen Probleme nach Corona ins Licht der Öffentlichkeit gerückt. Denn die Folgen der Corona-Pandemie verschärfen die Schere zwischen Arm und Reich, auch in der Schweiz. Die Zahl der langzeiterwerbslosen Menschen hat sich verdreifacht. Einsame Menschen sind noch einsamer geworden. Und das alles weitgehend unbemerkt von der Öffentlichkeit.

▶ www.heks.ch

In Zukunft engagiert

Abwanderung in die Städte, Arbeitsmarkt oder gesellschaftliche Polarisierung: Welche Herausforderungen kommen zukünftig auf die Zivilgesellschaft und deren Engagierte zu? Zu diesem Thema hat die Sozialbank die Studie „Zivilgesellschaftliches Engagement im Jahr 2031“ veröffentlicht. Die Analyse gehört zum Projekt „Foresight Zivilgesellschaft“ von ZiviZ im Stifterverband und der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt.

▶ www.sozialbank.de

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

Für die Kirche

Interessierte Menschen aus Kirchgemeinden, Kirchenkreisen, kirchlichen Werken, Einrichtungen, Fördervereinen und Stiftungen sind zum zweiten gemeinsamen Kirchenfundraisingtag der Evangelisch-Lutherischen Landeskirche Sachsens und der Evangelischen Kirche Berlin-Brandenburg-Schlesische Oberlausitz am 29. September eingeladen. In einer Online-Tagung via Zoom informieren Expertinnen und Experten mit kirchlichem Hintergrund über Fundraising und Fördermittel in Theorie und Praxis und geben Tipps für die Kommunikation kirchlicher Anliegen.

▶ www.kirchenfundraising.de

Gesetz mitgestalten

Ein bisher einzigartiges Partizipationsprojekt des österreichischen Sozialministeriums ist in die zweite Phase getreten: Freiwillige können jetzt online über Prioritäten bei der Reform des Freiwilligengesetzes abstimmen. Die bisherigen Empfehlungen reichen von der Einführung einer steuerfreien „Ehrenamtspauschale“ für Aufwendungen im Rahmen der Freiwilligentätigkeit bis zur Einrichtung einer Koordinationsstelle für Freiwillige und deren Organisationen.

▶ www.freiwilligenpolitik.mitgestalten.jetzt

Interessengemeinschaft für NPOs

marketwing macht einmaliges Angebot

Mit rund 100 Fundraising-Experten zählt marketwing in Garbsen bei Hannover zu den leistungsstärksten Social Marketing-Dienstleistern in Deutschland. Im Interview verrät Alexander Thurow, Geschäftsführender Gesellschafter, warum sich die von marketwing betreuten Non-Profit-Organisationen seit Jahren so gut entwickeln.

? Herr Thurow, gleich zu Beginn mal eine herausfordernde Frage: Glauben Sie, dass Ihre Kunden mit Ihnen zufrieden sind?

(lacht) Naja, das hoffe ich doch sehr. Zumindest wird es uns von den NPOs, mit denen wir teils seit Jahrzehnten zusammenarbeiten, so zurückgespiegelt. Sie können sich gar nicht vorstellen, wie sehr wir das wertschätzen!

? Machen es Ihnen Ihre Kunden wirklich so einfach?

Oh nein, der Anspruch ist maximal, das können Sie mir glauben. Im Laufe der Jahre haben auf Kundenseite natürlich Verantwortlichkeiten und Köpfe gewechselt. Neue Wege wurden eingeschlagen, Strategien infrage gestellt und optimiert. Mir ist vollkommen bewusst, dass wir uns da immer wieder neu beweisen und Erfolgsprognosen mit handfesten Zahlen untermauern müssen. Wenn die am Ende jedoch stimmen und deutlich besser sind als der Markt, gibt es viele Argumente dafür, auf bewährtem aufzubauen. Trotzdem wollen wir uns immer wieder ein stückweit neu erfinden. Ich freue mich sehr, dass die von uns betreuten NPOs seit Jahren überproportional gut wachsen – wenn sie es denn wollten.

? Sie agieren ja als Fundraising-„Full-service-Dienstleister". Wieviel Verantwortung geben die gemeinnützigen Organisationen denn da ab?

Fullservice bedeutet erst einmal nur, dass wir fast alle Dienstleistungen anbieten, die wir für eine systematische, strategische Spendenmittelerwirtschaftung für sinnvoll erachten. Dabei bleiben wir jedoch Dienstleister. Unsere Kunden entscheiden! Niemand sonst. Wir machen jedoch konstruktive Vorschläge, an denen wir uns am Ende auch messen lassen …

? Sie können tatsächlich Spendenerträge voraussagen?

Dahinter steckt natürlich ein komplexes System, das auf viel Know-how und jahrzehntelanger Erfahrung beruht. Wir stecken sehr viel Arbeit in Zielgruppenfindung und Adressanalysen. Gleichermaßen spielt das Zusammenspiel und die Form von Kontaktaufnahmen mit potenziellen Förderern, die Reaktion auf sich verändernde Resonanzparameter (auch durch äußere Einflüsse) und die Motivation zur regelmäßigen, langfristigen Spenden-Unterstützung eine wesentliche Rolle. Dafür werden Reaktionsverhalten täglich verfolgt, Kampagnen-Selektionen kontinuierlich angepasst und neue Maßnahmenpakete geschnürt. Wir halten es für wenig zielführend, Fundraising-Kampagnen zum Beispiel über ein Jahr unverändert durchzuführen und erst nach zwölf Monaten deren Wirksamkeit zu analysieren.

? Gibt es Standards und Richtlinien, die für marketwing unverzichtbar sind?

Erst einmal berücksichtigt marketwing natürlich vollumfänglich die Vorgaben unserer Kunden, zum Beispiel zu ethischen Richtlinien oder Verwaltungskostenrahmen. Alles was wir tun, erarbeiten wir gemeinsan und stimmen Strategien und Kampagneninhalte eng miteinander ab. Wir haben uns aber auch selbst als Agentur schon früh Rahmenbedingungen für verantwortungsvolles Handeln gesetzt. marketwing arbeitet generell nicht nach dem Provisionsprinzip, kalkuiert marktüblich und verzichtet bewusst auf das Handeln mit Adressen (Listbroking). Auch auf telefonische Neuspenderakquise verzichten wir generell. Stattdessen versuchen wir vielmehr die Rolle zu stärken, die das Fundraising im Bereich der Informations- und Öffentlichkeitsarbeit leistet. Das tun wir zum Beispiel mit einer Mitgliedschaft im Deutschen Journalisten-Verband, der unsere Fundraising-Kommunikation vorab auf Presserelevanz geprüft und unseren Antrag als aufnahmefähig beurteilt hat.

? Für welche NPOs ist eine Zusammenarbeit mit marketwing interessant?

marketwing ist ein stückweit eine „Interessengemeinschaft" von einem Dutzend gemeinnüzigen Organisationen, die in sehr unterschiedlichen Bereichen tätig sind und Fundraising-Aufwand und -kosten reduzieren wollen. Unsere Partner verpflichten sich zu nichts, sind weiterhin völlig frei in ihrem Handeln und der Wahl ihrer Dienstleister, profitieren jedoch von einem enormen Expertenteam in allen Fachbereichen, optimalen Einkaufspreisen und einer Marktrelevanz, die allein kaum zu realisieren wäre. Wir bieten Systeme an, die nachweislich eine kontinuierliche Spendenerwirtschaftung über Jahre hinaus sicherstellen. Dafür stehen wir selbst gerade, nofalls auch finanziell. Auf der anderen Seite haben wir einen relativ hohen Anspruch an unsere Partner, die zu uns passen müssen. Wir freuen uns jedoch immer über neue Herausforderungen, auch in Form von Teilleistungen oder Test-Szenarien jeder Art. Anders als andere, planen wir auch keinen Expansionszug von den Bergen aus quer durch Europa. Wir fokussieren uns auch zukünftig auf Deutschland, einige ausgesuchte internationale Märkte – und bleiben lieber bescheiden.

Wir müssen Spender-Klischees begegnen!

Persönliche Gedanken von Kai Dörfner

Was wissen wir eigentlich von den Menschen, die wir zu hunderten oder zu hunderttausenden wegen einer Spende anschreiben? Wissen wir mehr als Senioren-Klischees, als Stichworte zu Sinus-Milieu-Kartoffeln, als idealtypische Personas? Die Spenderinnen und Spender sind Mailing-Profis. Wenn wir unsere 2 bis 12 Briefe im Jahr aussenden, erhalten sie leicht mal 20 bis 70 Schreiben jährlich von 5 bis 15 Organisationen.

In meinem Spenden-Portfolio sieht es in etwa so aus:

- *ein jährlicher Lastschrifteinzug, ergänzt durch 1 bis 2 spontane Spenden*
- *eine monatliche und eine quartalsweise Lastschriftspende*
- *sechs Mitgliedsbeiträge, selten gibt es dazu noch eine Spende*
- *eine Förderkreismitgliedschaft*
- *eine Patenschaft*
- *sporadisch Spenden an 4 bis 6 Organisationen*
- *Einzelspenden aufgrund Katastrophen, Bitten von Bekannten, spontanem Reagieren auf einen Aufruf*
- *direkte Spenden an bedürftige Menschen*

Ich spende per Lastschrifteinzug, Online-Banking und nutze Spendenformulare via PayPal oder Lastschrift. Und gelegentlich schicke ich Bargeld per Post. Thematisch decke ich die Felder Umwelt, Verkehr, Soziales, Katastrophenhilfe und internationale Hilfe ab.

Als Spender interessieren mich die meisten Mailings selten, da sie eh alle nach den gleichen Schemata geschrieben sind. Ich nehme den Zahlschein nur als Aufhänger. Wenn einmal eine etwas ausführlichere Publikation kommt, bleibt sie am Tisch liegen und wird irgendwann durchgeblättert. Newsletter ohne erkennbaren Mehrwert lösche ich meist nach den ersten fünf Zeilen oder der stupiden Überschrift.

Zu Weihnachten fällt mir meist ein, dass einige Organisationen noch keine Spende erhalten haben. Wenn dann ein Zahlschein vorliegt, gibt es sie noch. Meist sehe ich erst bei der Steuererklärung und den bis Juni eintrudelnden Zuwendungsbestätigungen, wer im vergangenen Jahr bedacht wurde und wer nicht. Kurzum: Als Spender bin ich nur bedingt berechenbar und agiere oft nach Lust und Laune. Und da werde ich sicher nicht der Einzige sein. Nur weil ich einmal eine Überweisung über irgendein Spendenmodul getätigt habe, heißt das nicht, dass dies mein bevorzugter Kommunikationskanal ist.

Wir dürfen Spenderinnen und Spender nicht nur als Responsequote oder in Kategorien wie offline und online, Major Donor oder Stifter, Einmal- oder Dauerspender wahrnehmen. Welche Spender „gehören" welcher Abteilung? Wer solchen Wettbewerb in seiner Organisation zulässt oder befördert, macht etwas grundlegend falsch.

Bei den meisten NPOs werden auch ausgefeilte Datenanalysen nicht helfen, die Spenderschaft wirklich zu verstehen. Und bei den sehr großen NPOs wirkt es manchmal wie Hilflosigkeit, angesichts der gelebten Distanz zu den Unterstützern.

Als Fundraiserinnen und Fundraiser müssen wir lernen, wie Spenderinnen und Spender zu denken, zu fühlen und zu handeln: Am einfachsten geht das, indem wir spenden, möglichst an verschiedene NPOs, ganz nach unseren Möglichkeiten und nach Gefühl.

Spendende sind keine Klischees aus Lehrbüchern und Vorträgen. Fundraising-Expertise wächst aus der Beziehung zu den gebenden Menschen.

Kai Dörfner ist seit 2003 Geschäftsleiter der Stiftung der Evangelischen Gesellschaft Stuttgart (eva's Stiftung). Zuvor hatte er die Kommunikation des Freundeskreises der Stiftung inne. Vor Kurzem erschien sein Buch „Fundraising-Coach: Systematisch und erfolgreich Spenden werben: Praxishandbuch für Vereine, Stiftungen, Verbände und Kirchengemeinden."
▶ **www.fundraising-coach.de**

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

„Die russischen ‚Orks' sind in mein Haus eingezogen"

In der Ukraine sagt man gern scherzhaft, dass alle Freiwilligen in der Lage seien, innerhalb eines einzigen Tages ein Einhorn zu finden, wenn das Militär es ihnen befiehlt. Hier sind die Geschichten dreier Ukrainer, die nach der russischen Invasion zu Fundraisern geworden sind und jetzt Freiwilligen helfen oder selbst als Freiwillige unterwegs sind, um die Ukraine zum Sieg zu führen.

Von POLINA BULAT
Deutsch von RICO STEHFEST

Polina Bulat ist freischaffende Kulturmanagerin und Herausgeberin aus Kiew. Sie ist die Gründerin der Plattform *Balletristic.com*. Momentan lebt und arbeitet sie in Deutschland und in Europa.

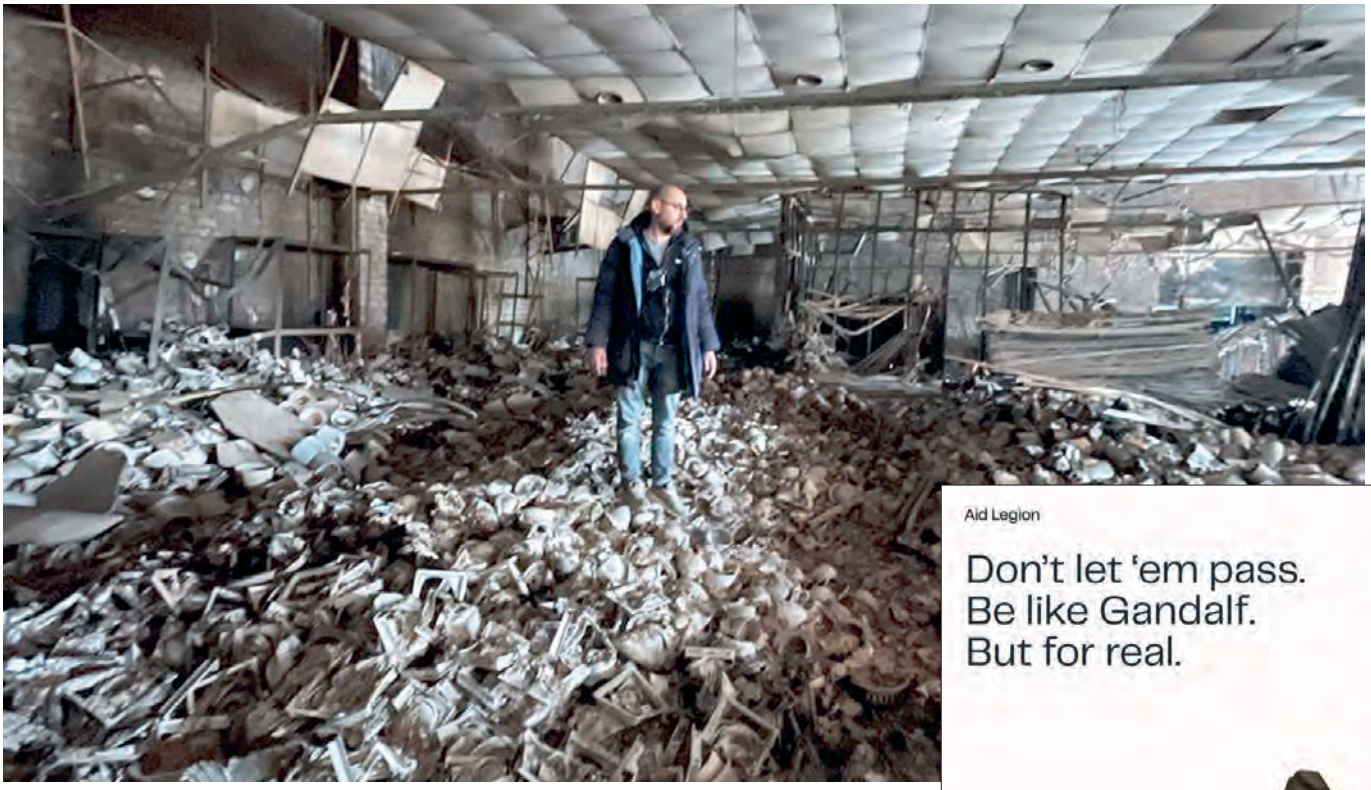
Krystyna Shyskaryova, Choreografin, Gründerin der Totem Dance School in Kiew

Fundraising für die ukrainische Armee zu betreiben ist für mich zur selbstverständlichen Möglichkeit freiwilligen Engagements geworden. Ich kann gar nicht sagen, warum eigentlich. In Friedenszeiten wäre ich nie auf die Idee gekommen, jemanden zu bitten, meine künstlerische Arbeit finanziell zu fördern. Vielleicht funktioniert ja aber gerade jetzt Fundraising für mich, weil ich im Namen anderer Leute bitte, für alle Ukrainer, und ich schäme mich dafür nicht. Wir alle haben das gleiche Ziel, und ich tu mein Bestes, um dieses Ziel zu erreichen.

Ich betreibe Fundraising für unser Militär, weil sie uns und unser Land an der Front verteidigen. Und es hängt von ihrem Erfolg ab, ob wir am Ende überhaupt noch ein Land haben werden. Werde ich in der Lage sein, zu arbeiten? Werde ich meine Kinder in einer zivilisierten Welt aufwachsen sehen können? Die Ukraine zu verlassen ist für mich keine Option. Es sei denn, wir würden besetzt werden. Ich möchte in meinem Land leben und arbeiten. Ich möchte meine Identität behalten, und unsere Leute kämpfen dafür, obwohl Hunderte sterben oder verstümmelt werden. Ich möchte in erster Linie ihnen helfen. Und ich möchte, dass sich jeder auf der Welt dessen bewusst ist, dass unsere Streitkräfte für unsere zivilisierte Welt durch die Hölle gehen. All jene, die aus dem Osten kommen, sind Barbaren.

Ich selbst habe keine Stiftung, aber ich arbeite mit einigen Stiftungen meiner Freunde zusammen. Wir betreiben auch Crowdfunding, um die Erfordernisse der Kommandeure, Militäreinheiten, Militärkrankenhäuser und Einheiten der Nachrichtendienste mit abzudecken. Wir suchen ständig nach Leuten, die die nötige Ausrüstung beschaffen können. Dabei konzentrieren wir uns auf die Anfragen aus den Hotspots, und oftmals haben wir gar keine Zeit für Bürokratie. Es kommt schon mal vor, dass unsere Freiwilligen die Hilfsgüter selbst transportieren. Jede einzelne Sekunde kann dabei Leben kosten. Also schießen sie nur schnell Beweisfotos und machen sich gleich wieder aus dem Staub.

Mein Freiwilligen-Team besteht hauptsächlich aus Frauen, echte ukrainische Walküren, wie ich sie nenne. Viele von ihnen sind schon seit 2014 als Freiwillige unterwegs. Das heißt, dass wir uns alle so ziemlich im Klaren darüber sind, für wen und mit welchen Zielen wir Fundraising betreiben. Damit können wir ziemlich einfach die Anfragen bearbeiten. Unsere Spender sind ganz normale Leute, oft einfach aus der lokalen Community oder einem Dorf, Verwandte der Militärs, meine Freunde und Kollegen aus dem kulturellen Sektor. Es gibt sogar Leute, die im Ausland für uns Fundraising betreiben und uns das Geld überweisen.



Eugene, Inhaber des Unternehmens Vision Lighting für gewerbliche Beleuchtung, inmitten seiner zerstörten Lagerhalle in Hostomel. Rechts ein Motiv aus der Aid-Legion-Kampagne.

Spenden an sich sind momentan ziemlich niedrig. Die Leute haben kaum mehr Geld, spenden aber bewusst wenigstens 10 bis 15 Hrywnja (ca. 50 Cent). Ich versuche nicht, irgendjemanden zum Spenden zu überreden. Ich beschreibe einfach nur so deutlich wie möglich, wohin das Geld geht. Wir arbeiten rund um die Uhr und beantworten Telefonate sogar nachts, weil die Leute am anderen Ende der Leitung unter Beschuss stehen können und dringend Hilfe benötigen.

Für die Zukunft mache ich keine Pläne. Mein wichtigstes Ziel ist unser Sieg, und wenn es einen Weg gibt, auf dem ich unserer Armee dabei helfen kann, den Feind aus unserem Land zu vertreiben, dann bin ich mit dabei. Das ist meine Nation, mein Land. Falls es notwendig werden sollte, werde ich lernen, wie man Waffen bedient und werde kämpfen, aber nicht unter der Maßgabe von Zugeständnissen oder gar für Verhandlungen über unser Territorium, sondern nur für den Sieg.

Eugene Kavaler, Inhaber der Vision Lighting Group, Mitgründer und CEO der Stiftung Aid Legion Ukraine

Der Krieg hat mich direkt betroffen. Die russischen ‚Orks' sind in mein Haus eingezogen und haben eine Lagerhalle mit Ausstattung niedergebrannt, die mein Unternehmen verkauft. Ich wollte ihnen wirklich etwas entgegensetzen. Deshalb habe ich wenige Wochen nach Beginn des Kriegs gemeinsam mit weiteren Unternehmern beschlossen, einen Fonds zur Unterstützung des ukrainischen Militärs und für die Zivilbevölkerung aufzulegen. Wir haben keinerlei politische oder kommerzielle Interessen. Wir wollen uns einfach nur nützlich machen und unserem Land helfen, indem wir genau das tun, von dem wir wissen, dass wir es können.

Mit unserer Stiftung Aid Legion konzentrieren wir uns darauf, Gelder aus dem Ausland zu sammeln. Wie sich herausgestellt hat, ist das wirklich kein einfacher Weg. Vor allem jetzt, da im Prinzip jeder, der sich um die Probleme in der Ukraine sorgt, bereits im ersten Monat seit Kriegsbeginn gespendet hat. Uns geht es wie den meisten Organisationen. Wir verzeichnen jetzt einen deutlichen Einbruch bei den Spenden. Deshalb haben wir gemeinsam mit der ukrainischen Kreativ-Agentur „Dramaqueen" das Branding und eine Werbe-Kampagne …

... für die Stiftung entwickelt. Die Agentur kam auf die Idee, eine unerwartete Art der Kommunikation einzusetzen. Fakt ist, dass die meisten ukrainischen Stiftungen, die im Ausland Fundraising betreiben, glauben, die Menschen in anderen Ländern würden den Krieg als etwas wahrnehmen, das den Ukrainern am Herzen liegt. Leider ist das aber nicht wahr. Aus Interviews mit Ukrainern, die im Ausland leben, haben wir gelernt, dass grauenvolle Fotos mit einer herzzerreißenden Wahrheit blockiert oder einfach ignoriert werden können. Offenbar schützt man so seine Psyche. Deshalb haben wir uns für eine fröhliche und optimistische Art der Kommunikation entschieden, in die wir eine ernste Botschaft integriert haben. Dadurch haben sich unsere Chancen, gehört zu werden, deutlich erhöht.

Seit dem Start unseres Fonds im März haben wir Hilfen in Höhe von mehr als 50 000 Euro gesammelt. Ich denke, das ist gar kein schlechtes Ergebnis. Und es ist erst der Anfang. Die Summe an Spenden von Einzelpersonen fällt dramatisch ab. Deshalb arbeiten wir zukünftig mit ausländischen Organisationen zusammen. Am einfachsten ist es allerdings, Geld in der Ukraine zu sammeln, denn der Krieg tut den Ukrainern am meisten weh. Und trotz der katastrophalen wirtschaftlichen Folgen sind sie bereit, alles zu geben, um sich und ihre Zukunft zu retten.

Mehr Infos zur Stiftung und das sehenswerte kreative Kampagnen-Video unter: www.aidlegion.org

Stiftungsgründer Serhiy Prytula sammelt jetzt Spenden für militärische Zwecke.

Maria Pysarenko, Sprecherin der Stiftung Serhiy Prytula

Der TV-Moderator und Produzent Serhiy Prytula hat bereits 2020 seine eigene Stiftung errichtet, um Ärzte während der Covid-Pandemie zu unterstützen, und hat sich vor dem Krieg für soziale Belange engagiert. Seit der russischen Invasion ist er privat als militärischer Freiwilliger unterwegs. Ende Februar hat er beschlossen, seine Gelder für militärische Zwecke einzusetzen, da die Bedarfe der Armee massiv gestiegen sind. So entwickelte sich innerhalb von drei Monaten ein lose zusammengesetztes Team aus mehreren Leuten um Serhiys private Aktivitäten herum zu einer Organisation mit mehr als 200 Angestellten und Freiwilligen.

Die Dynamiken des Kriegs haben uns dazu gezwungen, zu wachsen, uns zu entwickeln und die nötigen Entscheidungen zu treffen. Das wurde nötig, weil immer mehr Menschen kamen, die einfach helfen wollten. Einige von ihnen, weil sie nicht von der Armee eingezogen worden waren. Innerhalb von drei Monaten haben wir eine Billion Hrywnja (knapp 32,5 Mio. Euro) gesammelt. Seit 2014 haben die Ukrainer ein gewisses Bewusstsein entwickelt: Ich spende an Freiwillige, Freiwillige kümmern sich um die Bedarfe der Armee, die Armee wird damit in der Lage sein, die Besatzer aus der Ukraine zu vertreiben.

Spenden für humanitäre Zwecke und Geflüchtete benötigen wir ebenso. Aber die Notwendigkeit humanitärer Hilfe resultiert aus der Tatsache, dass unsere Armee ihren Job nicht richtig machen kann, da es an Ressourcen fehlt. Sobald also die Besatzer aus der Ukraine vertrieben worden sind, wird die Bevölkerung nicht mehr leiden und wir werden keine humanitäre Hilfe mehr brauchen. Diese Aspekte sind miteinander verbunden: Zuvorderst muss das Militär unterstützt werden und im nächsten Schritt braucht es Spenden für die Zivilbevölkerung. Seit Februar hat sich das natürlich intensiviert. Die Menschen haben begriffen, dass sie von niemandem anderes beschützt werden können als von der ukrainischen Armee. Durch Spenden versucht die Bevölkerung, das Grundbedürfnis nach Sicherheit irgendwie zu erfüllen.

Wenn die Menschen in Europa oder Stiftungen sich weigern, Geld für militärische Zwecke zu spenden, ist es wichtig, zu verstehen, dass dieser Pazifismus nicht gerechtfertigt ist. Die Ukraine hat niemanden angegriffen. Die Arbeit unseres Militärs ist die notwendige Reaktion, uns selbst zu beschützen und den generell akzeptierten Status quo der Freiheit und der Weltordnung aufrechtzuerhalten.

▶ **www.prytulafoundation.org**

OM
has landed

creati</> SOFTWARE

Spender-Bindung:

Was funktioniert und was nicht.

Mehr als nur ein Dankeschön

Laut Marktforschung spendet heute bereits jeder zweite Deutsche an eine Organisation, die er bereits kennt. Fünf Dinge, die Menschen an Verein und Stiftung binden. **Seite 20**

Danken Sie schon oder lobhudeln Sie noch?

Der Dankbrief ist mittlerweile bei fast allen Organisationen Standard. Doch es gibt reichlich Potenzial für Verbesserungen. Wie Sie wirkungsvolle Dankbriefe schreiben. **Seite 22**

„Wenn ich spende, bekomme ich nur wieder so viele Briefe“

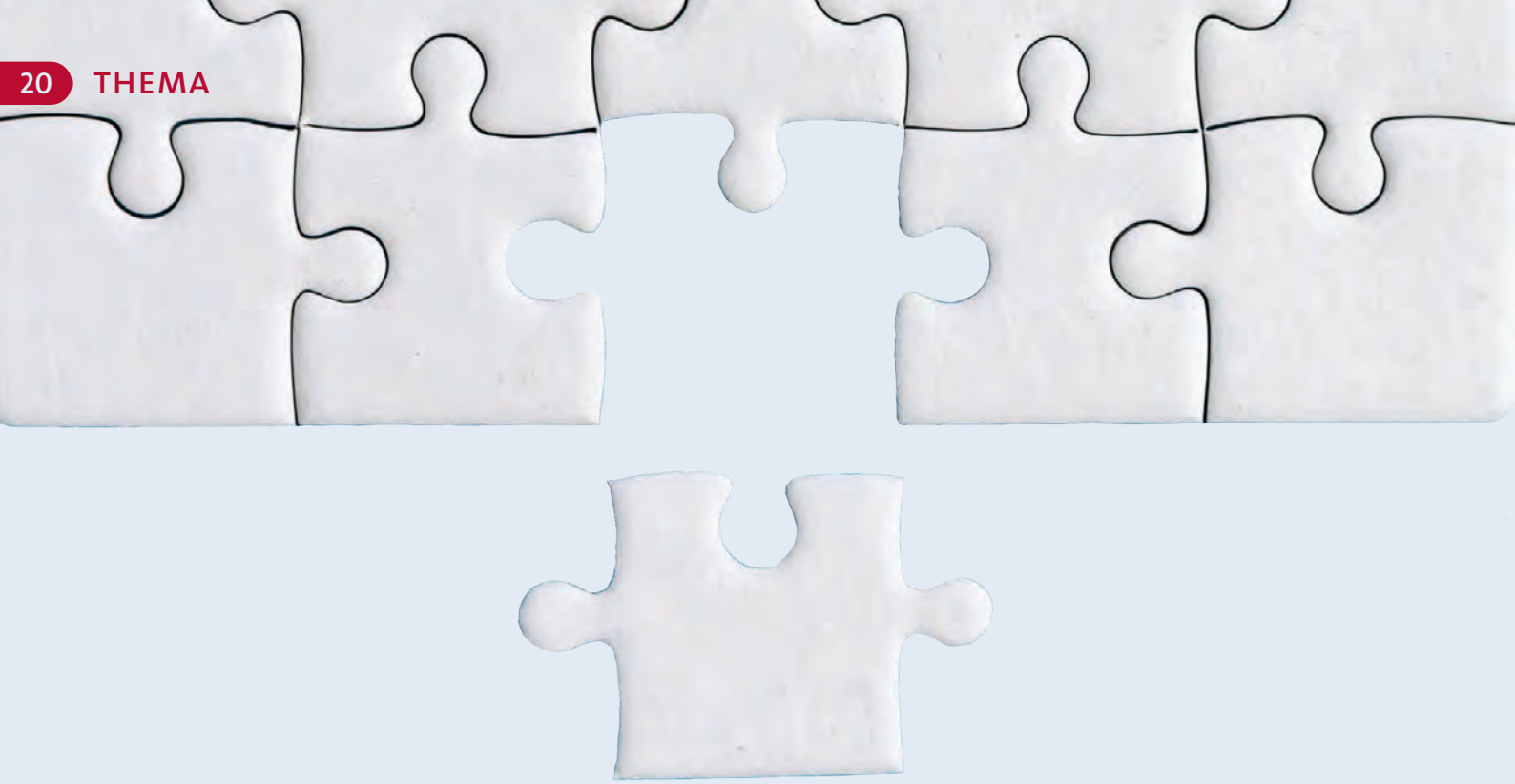
Ein Jahr, 20 Organisationen. Auf dem Weg zur datenbasierten Spenderkommunikation – eine Benchmarking-Studie. **Seite 24**

Lust auf ein weiteres Date?

Es ist relativ einfach, einen Menschen für eine spontane Erstspende zu gewinnen. Dieselbe Person allerdings für eine Zweitspende oder gar dauerhaft für eine monatliche Spende zu gewinnen, gehört zur höheren Kunst des Fundraisings. **Seite 26**

Zweite Chance für gute Freunde

Einmal weg, immer weg? Das muss nicht zwangsläufig für Spenderinnen und Spender gelten, die über einen längeren Zeitraum nichts gegeben haben. Wann es sich lohnt, in Spenderreaktivierung zu investieren. **Seite 28**



Mehr als nur ein Dankeschön

Fünf Dinge, die Menschen an Verein und Stiftung binden

Wenn man der Marktforschung glaubt, spendet heute bereits jeder zweite Deutsche an eine Organisation, die er bereits kennt. Solche spendenbereiten Menschen an sich zu binden und zu weiteren Spenden zu animieren, ist ökonomisch sinnvoll, nachhaltig und steht für modernes Beziehungsmarketing. Doch was gehört da eigentlich dazu?

Von MATTHIAS DABERSTIEL

In einem meiner Webinare sprach ich über Kirchenfundraising. Danach fragte mich ein Teilnehmer: „Ich habe in letzter Zeit einige Menschen überzeugt zu spenden, aber wie werde ich die jetzt wieder los?“ Auf meine erstaunte Frage, warum er das denn wolle, antwortete er: „Na die machen doch Arbeit.“ Damit ist das Thema Spenderbindung eigentlich gut zusammengefasst. Wer eine gute Beziehung zu seinen Spenderinnen und Spendern haben will, muss daran arbeiten.

Diese Mühe, die hoffentlich zu weiteren Spenden führt, beginnt mit dem Dank. Dieser kommt aber immer häufiger vorgefertigt mit Standardschreiben aus dem Software-System. Marketingautomatisierung kann aber mehr. Doch wenn über diesen Dank zu wenig nachgedacht wird und er nur lästige Pflicht ist, merkt man ihm das auch an. Oft steht nicht der Mensch, der gespendet hat, im Mittelpunkt des Dankes, sondern die Organisation, die aus der Spende etwas macht. Warum feiert man nicht den Beitrag, den die Spende geleistet hat, gemeinsam? Warum so wenig Teilhabe, so wenig Empathie? Dieser Moment ist doch eine verbindende Gemeinsamkeit. Das sollte auch so zum Ausdruck kommen.

Mit Begeisterung danken

Gern kann man sich auch öfter bedanken. Vor Jahren organisierte ich eine Spendenaktion für Kinder, die noch nie im Urlaub waren. Nun erlebten sie ihr erstes Ferienlager im Sommer, und ich bat sie, an die Menschen, die Anfang des Jahres dafür gespendet hatten, eine Postkarte zu senden. Das Wort Danke kam darin oft gar nicht vor. Aber die Begeisterung der Kinder über ihre Erlebnisse war in jedem Wort spürbar. Der Lohn: 70 Prozent der so Bedankten spendeten ein zweites Mal.

Menschen kennenlernen

Eine weitere Form, um Spenderinnen und Spender an sich zu binden, ist, diese einzuladen, sich selbst ein Bild von dem zu machen, was die Spende bewirkt. Ein Video von der Brunneneinweihung in Afrika, eine Videokonferenz mit Aktivisten oder eine Dankveranstaltung sind nur drei Beispiele. Auch exklusive Events, die öffentlich angekündigt werden, aber nur für Menschen sind, die gespendet haben, zeigen öffentliche Wertschätzung. Außerdem ist das die Chance, die Menschen hinter der Spende persönlich kennenzulernen. Es ist oft überraschend, welche Spendenmotive dabei auftauchen. Das stellt übrigens auch eine tolle Bindungsgelegenheit für kleine und mittlere Organisationen dar. Große müssen dann zusätzlich in Marktforschung und Spender-Panels investieren.

Auch Urkunden oder „Spendenaktien“ sind immer noch beliebt. Insbesondere dann,

wenn sie gut gemacht sind. Die künstlerisch gestaltete Dankes-Postkarte der Kirche Dresden-Leubnitz, die mit einem kurzen Dank für die Spende versandt wurde, führte sogar zu Bestellungen, um sie an Freunde weiter zu versenden. Solche Dinge halten den Spendenakt frisch und im Gedächtnis. Auch ein per E-Mail verschickter individueller Bericht zum bespendeten Thema der Person kommt besser an als ein dicker gedruckter Geschäftsbericht mit Zahlen und Tabellen.

Karteileichen sind selten tot

Besonders erstaunt bin ich immer wieder, welche Schätze ungenutzt in Organisationen liegen. Daten von Menschen, deren Spende schon weit zurückliegt. Viele sehen darin nur Karteileichen. Ein Versuch, diese Menschen mit einem Thema, für das sie schon mal gespendet hatten, anzusprechen und sich für die Sendepause zu entschuldigen, ergab aber erstaunlich positive Ergebnisse. Natürlich nach vorheriger Adressprüfung. Im Großspendenbereich waren auch Telefonate, mit denen man sich in Erinnerung brachte, höchst willkommen. Reaktivierung, möglichst schon nach dem zweiten Jahr der Nichtspende, gehört deshalb auch zur Spenderbindung.

Und noch etwas gehört dazu: die Bitte um die nächste und vielleicht sogar höhere Spende. Die erste Spende ist meist nicht so hoch. Das Vertrauen in die Organisation ist ja auch noch nicht so groß. Deshalb ist es nicht mutig, sondern zwingend, bei der nächsten Spendenbitte ein höheres Spendenbeispiel zu formulieren, um Menschen von einer Zweitspende zu überzeugen. Dazu braucht es aber entweder eine gut geplante Donor Journey, welche zur nächsten Spendenbitte hinführt, oder auch nur einen guten Reminder, wie die Postkarte eines Kindes, das von den tollen Ferien berichtet. Die Zweitspenden waren in dem Projekt im Schnitt 30 Prozent höher.

Neben Dank, Involvierung, Reaktivierung und Upgrading ist natürlich noch der Spendenservice als fünftes Element der Spender- und Spenderinnenbindung zu nennen. Das macht alles Mühe. Aber die Menschen, die das Anliegen der Organisation unterstützen, wissen das zu schätzen.

Matthias Daberstiel begann zu DDR-Zeiten, sozialistische Betriebswirtschaft zu studieren. Er baute das Fundraising einer Umweltstiftung auf und wechselte danach in die Unternehmensberatung. 2003 gründete der Dresdner die Spendenagentur, die gemeinnützige Organisationen berät. Er etablierte regionale Fundraisingtage und das Fundraising-Symposium und ist Mitherausgeber des Fundraising-Magazins.
▶ **www.spendenagentur.de**

asm

MENSCHEN FÜR DIE GUTE SACHE BEGEISTERN. Wir helfen Ihnen.
Alles, was Sie brauchen, unter einem Dach:

Unterstützung der Verantwortlichen bei der **Positionierung und Ausrichtung ihrer Mittelbeschaffung** – von der Entwicklung der Strategien bis zur konkreten Umsetzung in Brief, Flyer, Plakat oder digital.

Einstieg in das digitale Fundraising, Analyse und Entwicklung der Voraussetzungen für einen **erfolgreichen crossmedialen Auftritt**.

Fundraising-Assessments und Gönnerdatenanalysen, um brachliegende Potenziale zu ermitteln und die **beschränkten Ressourcen optimal einsetzen** zu können.

MAILINGS UND MEHR

- Direct-Marketing-Kampagnen: Neugönnergewinnung, Gönnerbindung
- Loyalitäts- und Upgrading-konzepte, Middle- und Major-Donor-Programme, Reaktivierung
- Legate-Marketing
- Gönnerbefragungen
- Capital Campaigns

DIGITALES MARKETING

- Digitale Beratung für integrierte Fundraising-Lösungen
- Analysen und Tracking
- Websites, Landingpages, Social Media Kampagnen und E-Mail-Marketing
- Einfaches und günstiges Spendentool «donex»

MARKETING DATENBANK

- Leistungsfähige Datenbank für die Mittelbeschaffung
- Datengetriebenes Adress-, Campaign- und Response-Management
- Datenanalyse: Gönnerbestände analysieren und Potenziale ermitteln

asm Agentur für Sozial-Marketing

Kirchenweg 5 | 8008 Zürich | Telefon 043 388 31 41 | info@asm-cc.ch | asm-cc.ch

Danken Sie schon oder lobhudeln Sie noch?

Wie Sie wirkungsvolle Dankbriefe schreiben

Der Dankbrief ist mittlerweile bei fast allen Organisationen Standard. Richtig so. Schließlich ist der Dank nachweislich der größte Treiber der Spenderbindung – sofern er richtig eingesetzt wird. Leider strotzen die meisten Dankbriefe nur so vor Selbstlobhudelei und vergessen, um wen es eigentlich geht.

Von DANIELLE BÖHLE

Danken macht Spaß! Wenn Sie jetzt schon den Kopf schütteln, gehören Sie wohl auch zu den Fundraiserinnen und Fundraisern, die monatlich, vierteljährlich oder jährlich mit einer neuen Version des ewig gleichen Dankbriefs ringen. Dabei macht danken wirklich Spaß. Oftmals braucht es nur eine Verschiebung der Perspektive, um den Dreh zu finden, der den Dank wirkungsvoll macht. Das bedeutet, dass er sowohl diejenigen berührt, die den Dank erhalten, als auch diejenigen, die ihn verfassen. Dann haben Sie alles richtig gemacht.

Das Problem vieler Dankbriefe: Sie sind eine einzige Selbstlobhudelei. Und die zu verfassen macht den wenigsten Spaß. Zwischen einem *„Vielen Dank für Ihre Spende"* zum Einstieg und einem abschließenden *„Nochmals Danke für Ihre Unterstützung!"* kommt vor allem die Organisation selbst zu Wort. Da wird detailliert aufgezählt, was die Organisation Tolles leistet und wofür sie selbst ein Schulterklopfen verdient. Die Wortwahl ist dabei gerne sachlich fachlich korrekt – im besten Förderantragsdeutsch. Den Spenderinnen und Spendern bleibt nur, zustimmend zu nicken, den Brief wegzulegen und zu vergessen. Wie schade!

Einfache Regeln

Wenn Sie besser danken möchten, beherzigen Sie die folgenden Regeln: Ein Dankbrief mit Wirkung ist spenderzentriert und nimmt sich selbst zurück. Nehmen Sie Ihren letzten Dankbrief zur Hand und zählen Sie Worte wie „wir, uns(ere), [Name Ihrer Organisation]" vs. „Sie, Ihnen, Ihre". Letztere sollten deutlich überwiegen.

Ein Dankbrief mit Wirkung ehrt die Geberinnen und Geber und stellt nicht das Lob für die eigene Arbeit in das Zentrum des Textes. Schreiben Sie also nicht: *„Vielen Dank für Ihre Spende. Damit konnten wir … leisten"*. Schreiben Sie stattdessen: *„Mit Ihrer Spende konnten Sie … bewirken."*

Ihnen ist „vielen Dank" zu abgedroschen? Dann versuchen Sie es mit einem enthusiastischeren: *„Es erfüllt uns mit großer Freude / es macht uns stolz / wir finden es toll / es ist ein Segen, … dass Sie sich engagieren"*. Ihre Freude überträgt sich auf die Spenderinnen und verstärkt die Anerkennung.

Kurze, anschauliche Sätze

Ein Dankbrief mit Wirkung ist anschaulich und versteckt sich nicht hinter Kompetenzgebaren. Eliminieren Sie dröge „Bürokratiesprache" sowie generell alle Worte mit mehr als 20 Buchstaben. Schreiben Sie in kurzen,

anschaulichen Sätzen, die jede und jeder versteht, der nicht täglich mit Ihren Projekten zu tun hat. Seien Sie dabei so konkret wie möglich. Nur dann erzeugen Sie Bilder im Kopf, die bleiben.

Testen Sie es aus: Was sehen Sie vor Ihrem geistigen Auge, wenn Sie folgendes Wort lesen: *Gesundheitsversorgung*? Welche Bilder entstehen jetzt: Krankenhaus, Ärztin, Pfleger, Mullbinde, Aspirin?

Emotionale Geschichten funktionieren

Ein Dankbrief mit Wirkung berührt die Herzen und nicht den Verstand! Storytelling ist nicht den Spendenaufrufen vorbehalten. Erzählen Sie eine emotionale Geschichte, statt nüchtern zu berichten. Geschichten gehen ins Herz – auch beim Danken. So also besser nicht: *„Dank Ihrer Spende steuern wir auf unser gemeinsames Ziel zu: ein inklusives Bildungssystem, die uneingeschränkte Teilhabe am Arbeitsleben sowie Barrierefreiheit. Dafür haben wir in inklusive Technik investiert."* Stattdessen: *„Das Vorlesegerät war die ersehnte Rettung. Endlich konnte Lena ihren Abschluss machen – zusammen mit nichtblinden Mitschülerinnen und Mitschülern. ‚Es war schön, Teil einer „normalen" Klasse zu sein', berichtet Lena und strahlt dabei. Jetzt freut sie sich auf ihr Informatikstudium. Sie kann kaum erwarten, dass es losgeht. Die Freude von Lena geben wir gerne an Sie weiter. Dank Ihrer Spende …"*

Authentisch sein

Die allerwichtigste Regel aber ist diese: Seien Sie authentisch. Denken Sie beim Schreiben eines Dankbriefes nicht an eine anonyme Masse vieler Spenderinnen und Spender, denen Sie gleichzeitig schreiben. Stellen Sie sich stattdessen vor, wie Ihnen eine Person gegenübersteht und 50 Euro in die Hand drückt. Was würden Sie dieser Person sagen, um ihr zu danken?

Wenn Sie sich von Herzen über dieses Geldgeschenk freuen, bringen Sie genau diese Freude zum Ausdruck. Berichten Sie von einer Begebenheit, die Sie selbst in Ihrer Organisation zuletzt berührt und begeistert hat. Dann finden Sie schnell die richtigen Worte. Dann macht Danken Spaß. Beiden Seiten.

Dipl.-Psych. **Danielle Böhle** berät seit mehr als zehn Jahren gemeinnützige Organisationen mit ihrer Agentur „Goldwind". Die Expertin für psychologisch wirksame Spenderkommunikation unterstützt ihre Kunden mit viel Leidenschaft bei Spenderansprache und Spenderbindung. Für den organisationsspezifischen Einblick in die Spenderpsychologie führt sie Spenderbefragungen durch.
▶ **www.goldwind-bewirken.de**

„Wenn ich spende, bekomme ich nur wieder so viele Briefe“

Auf dem Weg zur datenbasierten Spenderkommunikation – eine Benchmarking-Studie

Im Frühjahr 2021 wollte meine Frau etwas Geld für eine gute Sache spenden, tat sich aber mit der Auswahl, welche gemeinnützige Organisation es sein sollte, schwer. „Wenn ich spende, bekomme ich wieder so viele Briefe“ meinte sie. Läuft nicht etwas falsch, wenn man ungern spendet, nur weil man befürchtet, im Anschluss zu viel Post zu erhalten?

Von THOMAS JAHNKE

Die Aussage meiner Frau motivierte mich, ein kleines Experiment durchzuführen. Anstatt einer einzigen Organisation zu spenden, teilten wir den Betrag auf und spendeten an 20 der bekanntesten Organisationen im Non-Profit-Bereich. Sie erhielten das erste Mal eine Spende von uns. Alle nötigen Pflichtfelder wurden befüllt, optionale Angaben jedoch nicht. Wurde im Zuge der Spende gefragt, ob man sich für den Newsletter anmelden wolle, taten wir das. Falls diese Frage nicht kam, nicht. Ein Jahr lang dokumentierte ich alles, was in unserem Briefkasten und E-Mail-Postfach landete.

Unterschiedliche Kommunikation

Innerhalb von 365 Tagen erhielten wir durchschnittlich 4,6 Briefe und 17,5 E-Mails pro Organisation. Die Medianwerte waren sogar etwas höher: fünf Briefe und 18,5 E-Mails. Dabei gab es zum Teil große Unterschiede. Von einer Organisation bekamen wir in einem Jahr ganze zehn Briefe und 42 E-Mails, von einer anderen jedoch nur zwei E-Mails und keinen einzigen Brief.

Bei 58 Prozent aller Kontaktpunkte stand der Spendenaufruf im Vordergrund. Am zweithäufigsten erhielten wir allgemeine Informationen (13 %). Bei Letzterem handelte es sich in der Regel darum, was die Organisation in einem bestimmten Projekt erreichte oder auch um allgemeine, ereignisbezogene Themen, wie zum Beispiel zur Corona-Pandemie oder zur Bundestagswahl. Auch Ratgeber waren dabei. Danksagungen machten 12 Prozent der Kontaktaufnahmen aus. Servicethemen, vor allem Spendenquittungen, Einladungen zu Events und Aufrufe zu Petitionen oder Demos lagen jeweils bei fünf bis sechs Prozent. Bei insgesamt über 400 Touchpoints, die uns erreichten, war nur eine einzige Einladung zur Teilnahme an einer Umfrage dabei.

Spendenaufruf dominiert

Nur postalisch betrachtet, dominierte der Spendenaufruf noch deutlicher. Bei 78 Prozent aller erhaltenen Briefe wurde zu einer Spende aufgerufen. Danksagungen, Informationen und Servicethemen machten insgesamt 22 Prozent aus. Digital war es etwas gleichmäßiger verteilt. Die Spendenaufrufe

nahmen per E-Mail „nur“ etwa die Hälfte aller Fokusthemen ein. Besonders im vierten Quartal des Jahres wurden die meisten Kontaktpunkte gesetzt. Interessant dabei ist, dass vermehrt im Oktober eine kleine Ruhepause erfolgte. Eine Art Luftholen vor der wichtigen Vorweihnachtszeit?

Der hohe Wert im März kam vor allem durch die Newsletter-OptIn-, Danksagungs- und Willkommens-E-Mails zustande. Manche Organisationen schickten bis September sehr wenig per Post, von anderen bekamen wir regelmäßig alle vier bis sechs Wochen einen Brief.

Individualisierung – die vier Dimensionen

„Wer nicht fragt, bekommt auch nichts.“ Diesen Satz hatte mir vor vielen Jahren eine Kollegin mitgegeben. Spendenaufrufe sind für gemeinnützige Organisationen existenziell. Wie kann man aber die Kommunikation spenderzentrierter gestalten und gleichzeitig möglichst viele Spenden akquirieren?

Man spricht in der Privatwirtschaft gern von den vier Dimensionen: Wen kann ich wann über welchen Kanal mit welchem Content erreichen? Wichtig dabei ist, sich alle Kommunikationswege offenzuhalten (Newsletter-Opt-In!) und mittels Analytics genau zu bestimmen, wann es Sinn macht, eine Person zu kontaktieren.

Spender sollten nicht als eine homogene Masse betrachtet, sondern nach Bedürfnissen, Interessen und Verhaltensweisen unterteilt werden. Mittels Machine-Learning-Algorithmen kann eine datenbasierte Segmentierung durchgeführt werden.

Man konnte beobachten, dass in den ersten Wochen nach der Spende nur vereinzelt postalische Kontaktpunkte gesetzt wurden. Welche Erkenntnisse könnten gewonnen werden, wenn Organisationen besonders in diesem sensiblen Anfangsstadium mehr kommunizieren würden? Wie geht man mit Spendern um, die jedes Jahr zur gleichen Zeit spenden? Der richtige Moment ist entscheidend.

Dieses kleine Experiment konnte aufzeigen, dass es selbst bei den 20 bekanntesten Organisationen noch deutlich Potenzial gibt, die Kommunikation individueller und bedürfnisorientierter zu gestalten. Machen Sie mehr aus Ihren Daten!

Thomas Jahnke ist freiberuflicher, unabhängiger Senior Data Analyst für Non-Profit-Organisationen und Vereine. Mit seiner über siebenjährigen Erfahrung im Fundraising und über zwölf Jahre im Analytics- und Business-Intelligence-Bereich vereint er beide Welten zu einer.
▶ **www.FundraisingAnalytics.de**

Foto: © Fortgens Photography / iStock / Getty Images Plus - via Getty Images

Was Babyboomer erlebt haben, prägt auch ihr Spendenverhalten

DIRECT mind

Fragen Sie nach unseren aktuellen Erfahrungen:
michael.hirsch@directmind.de

Lust auf ein weiteres Date?

Menschen für eine Zweit- oder Dauerspende gewinnen

Es ist relativ einfach, einen Menschen für eine spontane Erstspende zu gewinnen. Dieselbe Person allerdings für eine Zweitspende oder gar dauerhaft für eine monatliche Spende zu gewinnen, gehört zur höheren Kunst des Fundraisings. Wege und Möglichkeiten gibt es viele – doch was sollte allen zugrunde liegen?

Von JAN UEKERMANN

Immer wieder bieten sich Vergleiche unserer Herangehensweisen im professionellen Fundraising mit der Gestaltung von Beziehungen im Privatleben an. So auch in Bezug auf die Bindung von Spendern beziehungsweise die Gewinnung von Zweit- oder Dauerspendern. Die Frage lautet dann: Was tun, wenn wir einem Menschen zum ersten Mal begegnen und ihn dafür gewinnen wollen, uns ein zweites Mal zu treffen?

Stellen Sie sich vor, Sie treffen einem Menschen zum ersten Mal. Sie unterhalten sich – manche nennen es Small-Talk –, hören Spannendes, fühlen sich auf einer guten Welle, vielleicht finden Sie die Person gegenüber sogar sympathisch und attraktiv! Sie fragen nach einer Kontaktmöglichkeit und bekommen die Telefonnummer. Übertragen auf das Fundraising: Sie erhalten eine Spende (Der Spender meint damit: Ich finde dich, deine Organisation oder dein Projekt gut), zusammen mit der Kontaktmöglichkeit (zumindest ziemlich oft). Was tun – in beiden Fällen?

Wie im Privatleben

Im Privatleben passiert das Gleiche wie im Fundraising: Die gewonnenen Informationen aus dem Erstkontakt werden eingesetzt, um einen Zweit-, oder gar Dauerkontakt herbeizuführen. Im Privaten werden Sie die Person antexten oder anrufen und die gewonnenen Informationen (im Erstgespräch erzählte Ihnen die Person, dass sie sonntags gerne brunchen und am Fluss spazieren geht) dafür einsetzen, sie für ein zweites Treffen zu gewinnen. So auch im Fundraising: Die gewonnenen Informationen dienen dazu, die Person für eine zweite Aktion zu gewinnen. Sie sagen zeitnah Danke, berichten über den Fortschritt beim Projekt, für das die Person gespendet hat, und laden sie dazu ein – wobei das auch einen Schritt später erfolgen darf –, für das gleiche Projekt nochmals zu spenden.

Zu viele Informationen?

Das allerdings stellt Organisationen manchmal schon vor Herausforderungen: Nachdem Menschen für Projekt A spenden, werden

ihnen im zweiten (bzw. dritten Schritt – nach dem Dank) unzählige weitere Projekte vorgestellt und vorgeschlagen, sodass die Person sich erschlagen von der Vielzahl an Informationen fühlen kann. Klar, die Organisation hat so viel zu berichten und so viele tolle Projekte – und die müssen der Neuspenderin auch unbedingt im Zweitkontakt alle aufgebrummt werden.

Vergleichen Sie das mal mit dem Privatleben. Stellen Sie sich vor, beim zweiten Treffen – also dem Brunch – erzählen und erzählen Sie ohne Punkt und Komma von den Projekten in Ihrem Leben. Wie ein Wasserfall trommeln die Informationen auf die Person ein und zum Ende sagen Sie: „So, gehen wir jetzt spazieren?“ Nein, die Person wird aus Angst vor weiteren Informationsfluten schnell das Weite suchen.

Wenn sich allerdings ein Gespräch entwickelt, in dem Sie interessierte Fragen stellen, zuhören, das Gehörte wiedergeben und mit eigenen Erfahrungen dazu ergänzen, werden Gemeinsamkeiten entdeckt, kann Vertrauen entstehen, Sympathie wachsen. Und der Wille, eine zweite Aktion folgen zu lassen, wird wachsen. Vor ihnen beiden liegt mit hoher Wahrscheinlichkeit ein schöner Spaziergang!

Gemeinsamkeiten entdeckt

Denken Sie also im Fundraising daran: Die Erstspende ist einfach. Interessieren Sie sich für die Menschen, die dies für Ihre Organisation tun. Haben Sie Fragen parat und stellen Sie sie den Erstspendern. Warum spenden sie an Ihre Organisation? Warum für dieses spezielle Projekt? Was bewegt die Person gerade am meisten? Hat sie spezielle Fragen zu einem bestimmten Thema? Sie können diese Fragen persönlich am Telefon stellen, wenn Sie im Monat eine Handvoll neue Menschen für Ihre Organisation gewinnen, oder per Fragebogen, wenn es einige Hundert oder gar Tausend sind.

Interesse an den Menschen

Fragen machen deutlich, dass Sie Interesse an den Menschen haben – und nicht nur an ihrem Geld. Achten Sie darauf, dass die Art und Weise, wie Sie die Erstspenderin dadurch involvieren wollen, nicht zu salopp daherkommt, sondern dass die Person merkt, dass es Ihnen wirklich wichtig ist. Dazu gehört übrigens auch eine Strategie für die Fälle, in denen die Beantwortung der Frage(n) nicht direkt erfolgt. Würden Sie im echten Leben nicht auch nochmals nachhaken, wenn Ihr Gegenüber die Frage nicht direkt beantwortet?

Sie wollen ein eigenes Magazin machen?

– Print und/oder Online –

Wir unterstützen Sie mit praktischem und handwerklichem Know-how in den Bereichen: **Idee, Text, Bild, Layout, Produktion, Vertrieb, Leserbindung – bis hin zur Erfolgskontrolle.**

Zwanzig Jahre Erfahrung auf dem Gebiet der Kunden-/Mitgliedermagazine bringen wir mit. Ein sicheres Gespür für die Erfordernisse im Non-Profit-Sektor haben wir ebenfalls.

Sie steuern Ihre Vision bei, und gemeinsam entwickeln und produzieren wir Ihr Magazin.

Übrigens: Eine unserer Referenzen halten Sie gerade in der Hand.

MediaVista KG
www.mediavista.de
Die Macher des Fundraising-Magazins

Mit WERTEN überzeugen

Spender*innen
› verstehen
› finden
› binden

GOLDWIND
gemeinsam wirken

Ihr Schlüssel zur Spendersicht!

GOLDWIND – Spenderkommunikation aus psychologischer Sicht
Beratung • Spenderbefragungen • Seminare www.goldwind-bewirken.de

Zweite Chance für gute Freunde

Wann es sich lohnt, in Spenderreaktivierung zu investieren

Einmal weg, immer weg? Das muss nicht zwangsläufig für Spenderinnen und Spender gelten, die über einen längeren Zeitraum nichts gegeben haben. Denn mit gutem Timing und den richtigen Themen kommen einige gern wieder zurück.

Von UTE NITZSCHE

Zwar lassen sich nicht alle „Karteileichen" in der Spenderdatenbank reanimieren, aber in einigen Fällen eben doch. Jede Organisation sollte prüfen, ob es sinnvoll ist, in die Reaktivierung inaktiver Spenderadressen zu investieren. Oft ist das nämlich deutlich günstiger als die Neuspendergewinnung und werde zudem dem Fundraising-Gedanken eher gerecht, wie Fundraising-Coach Kai Dörfner betont: „Die einmalige Spende ist hilfreich, aber im Zentrum des Fundraisings liegt der Aufbau einer langfristigen Spender-Beziehung mit regelmäßiger Unterstützung", so der Experte.

Wer ist hier inaktiv?

Doch ab wann gilt eine Person als inaktiv? Wenn sie ihre Unterstützung ein halbes Jahr hat ruhen lassen, wenn zwölf Monate seit der letzten Spende vergangen sind oder gar 36 oder 48 Monate? Die Zeiträume variieren von Organisation zu Organisation stark. Für Petra Klüners, Gründerin und Chefin der Fundraising Profile GmbH, sind zwölf Monate das Minimum. Gleichzeitig verweist sie darauf, dass nicht nur die Zeit berücksichtigt werden sollte, sondern auch Spendenhöhe und Frequenz.

Wann rechnet es sich?

Sie gibt zu bedenken: „Lohnt es sich wirklich, Spenderinnen und Spender zu reaktivieren, die in den letzten 24 Monaten einmal 15 Euro gespendet haben?" Liegt der ROI mindestens über dem der Neuspendergewinnung oder über 1, zahle sich ein Rückholversuch am ehesten aus.

Ist die Entscheidung zur Reaktivierung alter Spenderadressen gefallen, stellt sich die Frage, wie man am besten vorgeht. Diese beispielsweise einfach in neue Mailings zu integrieren, sei nicht automatisch der beste Weg.

Aus gegebenem Anlass

Petra Klüners empfiehlt stattdessen, einfach zu testen, denn Menschen, die auf Katastrophen hin und bei Sonderveranstaltungen wie Galas spenden, reagierten auf „normale" Mailings oft sehr zögerlich. Es brauche deshalb oft weitere solcher Anlässe, um sie zu reaktivieren. Auch wer mit High-Incentives für eine Spende gewonnen werden konnte, ist meist nur mit weiteren derartigen Anreizen zur nochmaligen Unterstützung zu bewegen. Ein entscheidender Punkt ist laut Petra Klüners außerdem das Thema der Folgekommunikation: „Wenn ich im Neuspendermailing meine Hilfe für hungernde Kinder darstelle und diese Themen nie wieder aufgreife, weil es nicht meine Kernkompetenz ist, dann wird das mit dem Binden schwierig. Die Organisation sollte bei jeder Kampagne authentisch kommunizieren."

Welche Botschaft passt?

Dem stimmt auch Kai Dörfner zu: „Wenn eine NPO sich über ein Rückholprogramm Gedanken macht, steht zuerst die Frage im Raum, welche Menschen angeschrieben werden sollen, wen man wirklich halten möchte. Und die zweite Frage ist, mit welcher Botschaft dies geschieht. Und man muss sich über die Kosten klar sein. Denn jede Adresse, welche regelmäßig angeschrieben wird, verursacht einen Aufwand." Manche inaktiven Spenderinnen und Spender sprechen auf Kaltadress-Mailings an. Das kann vor allem dann der Fall sein, wenn sie ursprünglich auch auf diesem Weg gewonnen wurden. Bei ihnen kann es sinnvoll sein, das aktuelle Erstspender-Mailing zu schicken.

Rückholbrief funktioniert

Ansonsten hat sich ein Rückholbrief bewährt, bei dem die Responsequote oft etwas besser ausfällt; meist reagierten fünf bis zehn Prozent der Angeschriebenen darauf mit einer Spende. Kai Dörfner rät, diesen Rückholbrief für die Zeit ab Februar des Jahres einzuplanen, da man dann sicher weiß, ob jemand „nur" eine typische Weihnachtsspende geschickt hat. Eine Jahresspende wird hingegen gern mal vergessen. Im Brief sollte sich die Organisation für die Unterstützung bedanken und ihr Bedauern darüber ausdrücken, dass lange keine Spende mehr getätigt wurde. Auch sollte zum Ausdruck gebracht werden, dass man sich freue, wenn man trotzdem in Kontakt bleibe. Eine Rückmeldemöglichkeit mit Zahlscheinblatt sollte ebenfalls beigelegt werden, empfiehlt Kai Dörfner.

Antworten gewünscht

Ganz wichtig außerdem: Der Brief sollte unbedingt eine Antwortpostkarte enthalten, auf der die Person angeben kann, ob sie weiterhin Infos über die Organisation wünscht. Ein offenes Antwortfeld bietet zudem die Möglichkeit, zu erklären, warum in Zukunft nicht mehr gespendet werden kann. Wie auch immer die Antworten dort ausfallen, die oberste Regel lautet, niemals Druck auszuüben. Vielleicht kommt die Person ja nicht gleich mit einer Dauerspende zurück, leistet aber eventuell eine Einzelspende. Auch in diesem Fall hat sich die Mühe gelohnt.

SPENDER:INNEN-STUDIE 2022

neu!

Wie spendet die DACH-Region?

- Warum 2021 ein **Rekord-Jahr** war
- Bevorzugte **Zahlungsarten**
- Die wichtigsten **Online-Kommunikationskanäle**
- Einblicke zu den besten **Spendenzeiten**

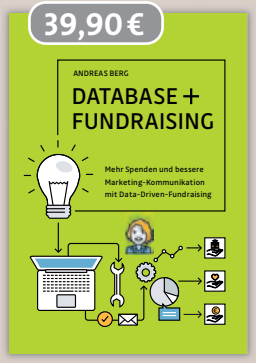
Jetzt kostenlos herunterladen

raisenow.com/studie

RaiseNow

Die All-in-one-Plattform für erfolgreiches Fundraising

Neues und Gutes aus dem FUNDRAISING magazin SHOP



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

Nützliche EXTRA-Hefte zu ausgewählten Themen

EXTRA-HEFT
Fundraising
DIGITAL 1

EXTRA-HEFT
Fundraising
DIGITAL 2

EXTRA-HEFT
Fundraising
IM INTERNET

EXTRA-HEFT
Alles Wichtige für
Ihre Spendenbriefe

EXTRA-HEFT
Software für Vereine,
Verbände & Stiftungen

Fundraising-Magazin
ältere Ausgaben als Einzelhefte
solange der Vorrat reicht
8 €

Wir liefern versandkostenfrei innerhalb Deutschlands.

shop.fundraising-magazin.de

Schöner scheitern

… mit Spenderbeziehungen

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.

Spenderbeziehungen sind manchmal schon etwas ganz Besonderes. Vor allem dann, wenn in der guten Gabe gleichzeitig die Skepsis gegenüber der Vertrauenswürdigkeit des Spendenempfängers mitschwingt. So im Falle eines Fördervereins in Deutschland. Seit Jahren erhielt dieser Verein unter anderem eine Spende im mittleren und hohen dreistelligen Bereich – allerdings nicht in bar oder per Überweisung, sondern in Form von postfrischen Briefmarken. Früher war das weniger ein Problem, konnten die Marken doch im Laufe des Jahres für den Versand eingesetzt werden. Doch mit den Jahren wurden die Briefmarkenspenden immer spezieller.

Briefmarken gelten zwar als Zahlungsmittel …

Waren es bisher noch Marken mit dem Postwert 90 Cent, die man zumindest durch die Ergänzung mit anderen Marken für Großbriefe einsetzen konnte, gab es diesmal sehr schöne Jubiläumsmarken zum Wert von 3,20 Euro pro Stück. „So viele internationale Sendungen oder Päckchen versenden wir gar nicht", stellte der Geschäftsführer fest und wandte sich vertrauensvoll an seine Postfiliale, die sich allerdings außerstande sah, die Marken zumindest in eine sinnvollere Stückelung umzutauschen. Denn Briefmarken gelten zwar als Zahlungsmittel, aber im Gegensatz zum Bargeld muss niemand die Marken als Gegenwert akzeptieren.

Mit schlechtem Gefühl griff der Geschäftsführer zum Telefon und rief den Briefmarkenspender an. Der Spender war selber überrascht, welche Probleme er mit seiner guten Tat verursacht hatte. Hatte er doch in den letzten Jahren immer auf die Optik und den Inhalt der Marken geachtet, um kein schlechtes Bild auf den Verein zu werfen. Ein Punkt, den der Geschäftsführer im Gespräch eifrig bestätigte. Der Markenwert war dem Spender dabei allerdings nicht als schwierig in den Sinn gekommen. Gemeinsam einigte man sich darauf, sich zukünftig vor dem Briefmarkenkauf telefonisch abzustimmen, welche Markenwerte wirklich benötigt werden. Eine einfache, aber sinnvolle Lösung.

PS: Auf Bemühen des Fundraising-Magazins kam zwischenzeitlich ein guter Kontakt zwischen dem Verein und der Deutschen Post DHL Group zustande. Die Deutsche Post tauschte indiesem Einzelfall die Briefmarken in eine entsprechende Stückelung gängiger Werte um – aus Kulanz.

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

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

Jung und obdachlos

Das Nemo, die Züricher Notschlafstelle für 16- bis 23-Jährige (Stiftung Sozialwerk Pfarrer Sieber), zählte im Jahr 2021 rund 1800 Übernachtungen, hat aber deutlich mehr Kapazität. Fakt ist, dass der Bedarf gegeben ist – aber nicht in Anspruch genommen wird. Denn wie das Thema Obdachlosigkeit unter Jugendlichen ist auch die Notschlafstelle Nemo bei der Zielgruppe und in der Öffentlichkeit wenig bis gar nicht bekannt. Eine Kampagne der Agentur The House hat der Einrichtung zur nötigen Aufmerksamkeit verholfen.

▶ www.nemohilft.ch

#LetMeBeSafe

12. Wettbewerb Sozialkampagne: StrassenBLUES erhält den mit 10 000 Euro dotierten 1. Preis

Mit „#LetMeBeSafe" hat der Hamburger Verein StrassenBLUES auf die besondere Gefährdung für Obdachlose während des ersten coronabedingten Lockdowns aufmerksam gemacht. Als Kontrapunkt zu den damals verbreiteten Hashtags #stayhome oder #staysafe, die Menschen ohne Zuhause unberücksichtigt lassen, wurde insbesondere über Social Media auf deren Gefährdung hingewiesen. Auf Fotos zeigten obdachlose Menschen und Unterstützer Pappschilder mit Aufschriften wie #letmebesafe oder „Wohnen ist ein Menschenrecht". Die Kampagne erfuhr deutschlandweit Aufmerksamkeit, wurde von diversen Organisationen übernommen und führte zu erheblich gesteigerten Spendeneinnahmen des Vereins. Für die Kampagne erhielt der Verein den 1. Preis im Wettbewerb Sozialkampagne der Bank für Sozialwirtschaft, der seit 1998 alle zwei Jahre ausgeschrieben wird.

Der Sozialverband Deutschland Landesverband Niedersachsen (SoVD Niedersachsen) wurde für die Kampagne „Wie groß ist dein Armutsschatten?" mit dem 2. Preis (5 000 Euro) ausgezeichnet. Der 3. Preis (3 000 Euro) ging an das Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (SEND e.V.) für die Kampagne „#WegeBereiten".

▶ www.wettbewerb-sozialkampagne.de ▶ www.letmebesafe.org

MEINE MEINUNG

„Die Zivilgesellschaft ist herausgefordert"

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Die Bertelsmann-Stiftung hat eine Umfrage zum gesellschaftlichen Zusammenhalt in Deutschland aktualisiert. Die Ergebnisse zeigen, dass sich noch knapp 20 Prozent der Befragten so sicher fühlen wie vor dem Ausbruch des Ukraine-Kriegs. Immerhin 70 Prozent zeigten sich besorgt darüber, dass der Krieg auf Deutschland übergreifen könne. Im Zusammenhang damit steht, dass knapp 80 Prozent den Zusammenhalt der Gesellschaft gefährdet sehen. Zwar sind das vier Prozentpunkte weniger als im Februar, trotzdem aber alles andere als gute Zahlen. Und jetzt wird ein Demokratiefördergesetz diskutiert. Ist das gut? Die Förderung zivilgesellschaftlicher Strukturen mit der „Sicherstellung einer angemessenen Finanzierung" klingt erst mal begrüßenswert. Nichts aber wäre wohl einfacher, als darin eine zu kritisierende Reaktion zu sehen, eine Reaktion, die zu spät kommt. Man kann die Pläne für ein solches Gesetz aber auch konstruktiv beleuchten, wie es der Konfliktforscher Andreas Zick Mitte Juni im Deutschlandfunk getan hat. Seinen Worten zufolge könne man Demokratie nicht per Gesetz verordnen. Klingt logisch. Was also tun? Rechtsextremistischen Tendenzen entgegenwirken zu wollen, ist das eine. Der Komplexität der Situation gerecht zu werden, ein anderes. Das Phänomen der „Delegitimierung der staatlichen Autorität" ist es, was uns zu denken geben sollte. Laufen Gesetze demzufolge Gefahr, nicht mehr anerkannt zu werden?

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

TeleDIALOG hilft Ziele zu erreichen.

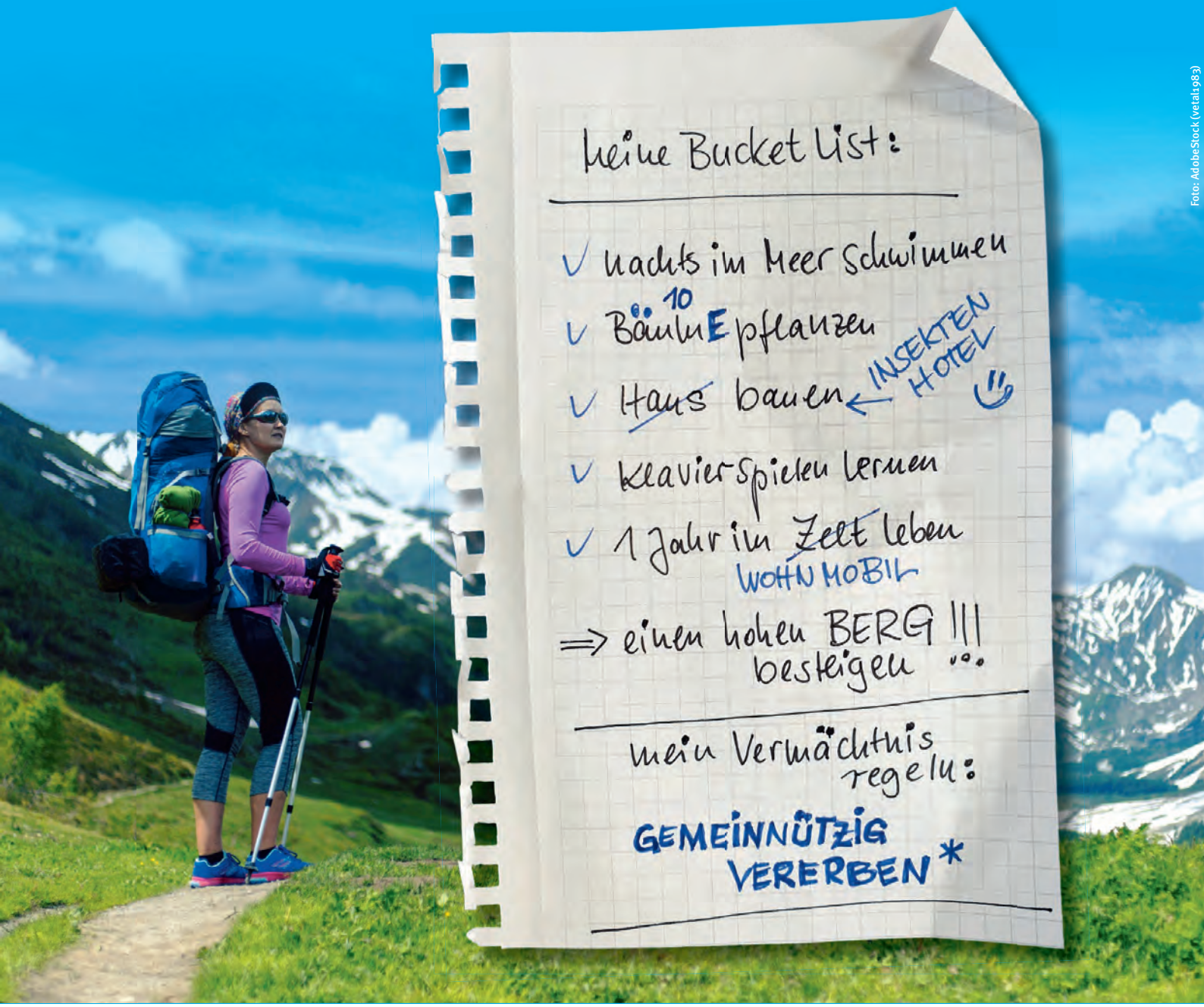


Foto: AdobeStock (vetal1983)

* *Dabei können wir helfen: im telefonischen Dialog mit Ihren Interessent*innen. Als Spezialisten für Telefon-Fundraising mit 25 Jahren Erfahrung unterstützen wir Sie dabei, mit Ihren Spender*innen und Förderer*innen in wertvollem Kontakt zu bleiben. Eine direkte und dauerhafte (Ver-)Bindung, die sich auszahlt! Rufen Sie uns an und erfahren Sie, wie wir für unsere aktuellen Kund*innen erfolgreich und beschwerdefrei Spenderinnen und Spender für weitere Schritte im Nachlass-Fundraising qualifizieren.*

TeleDIALOG
Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

„A G'spia fürs Tier“

Die Volkshilfe Wien greift Menschen unter die Arme, die in persönliche Krisen geraten sind, sei es aus gesundheitlichen oder wirtschaftlichen Gründen, und die deshalb Gefahr laufen, ihr Haustier zu verlieren. Das Projekt „A G'spia fürs Tier“ wurde bereits 2014 ins Leben gerufen und wird in diesem Jahr von der Stadt mit 30 000 Euro unterstützt.

Seit letztem Jahr verfügt das Projekt über ein eigenes Kompetenzzentrum für Mensch-und-Tier-Beziehung. Die Angebote umfassen unter anderen Alltagsunterstützung in der Tierhaltung, finanzielle Unterstützung in Notsituationen, Unterstützung bei Notfall-Unterbringung sowie Beratung und Betreuung durch Sozialarbeiter.

Ersthilfe kann man sich telefonisch oder per E-Mail holen. Geschulte Freiwillige der Volkshilfe Wien helfen dann, wieder ein „G'spia fürs Tier“ zu entwickeln und dessen Grundbedürfnisse tiergerecht zu erfüllen. Wenn das Problem akut ist, wird auch praktische Hilfe geboten.

▶ www.volkshilfe-wien.at/pflege-und-betreuung/tierbegleitet-bewegen/

Kurzgefasst …

1,5 Millionen Euro für lebendige Flüsse

Zum vierten Mal zeichnet die Deutsche Postcode-Lotterie ein visionäres Projekt mit dem Traumtaler aus, das besonders innovativ und ökologisch nachhaltig ist und die Welt zu einem besseren Ort für Mensch und Natur macht. Den Traumtaler für das Jahr 2021 in Höhe von nunmehr 1,5 Million Euro erhält der WWF Deutschland für das Projekt „Lebendige Flüsse“.

▶ www.wwf.de

Bepanthen unterstützt Schmetterlingskinder

Zum sechsten Mal hat Bepanthen 2021 Schmetterlingskinder mit dem Verkauf der Salbe unterstützt. Im Rahmen der Weihnachtsauktion ging jeweils ein Euro pro verkaufter Tube an DEBRA Austria, die sich für Hilfe bei der seltenen Hauterkrankung engagieren. Das Ergebnis waren 75 120 Euro. In Österreich leben rund 500 Menschen mit der Erkrankung Epidermolysis bullosa.

▶ www.debra-austria.org

Schweizerisches Rotes Kreuz mit Podcast

Mit den Podcast-Formaten „SRK Aktuell“ und „SRK Engagiert“ will das Schweizerische Rote Kreuz (SRK) der Menschlichkeit eine Stimme geben und das Wirken des SRK und seiner Mitgliederorganisationen hörbar machen. Die erste Folge widmet sich der Thematik Bargeldverteilung in Krisengebieten, hier ganz speziell natürlich in der Ukraine.

▶ www.redcross.ch

Freiwilligenbörse Niederösterreich online

Zielgerichtet, übersichtlich und regional richtet sich die neue Plattform sowohl an Vereine, Initiativen oder Organisationen, die Helferinnen und Helfer für konkrete Projekte, Aufgaben und Tätigkeiten suchen. Sie steht aber auch Personen, die sich engagieren möchten, zur Verfügung und gibt Orientierungs- und Entscheidungshilfe bei der Suche nach dem passenden Betätigungsfeld und dem richtigen Aufgabenbereich.

▶ www.freiwilligenboerse-noe.at

Engagement gegen Kinderarbeit

Die Otto Group verstärkt ihren Einsatz zum Schutz der Kinderrechte in globalen Lieferketten. Der Handels- und Dienstleistungskonzern hat dazu den „Joint Action Pledge“ zur Bekämpfung von Kinderarbeit unterzeichnet und mit Save the Children eine Ausweitung der bestehenden Kooperation vereinbart. Zusätzlich unterstützt die Otto Group bei Hilfsmaßnahmen für Geflüchtete aus der Ukraine.

▶ www.savethechildren.de

FUND MORE WITH LESS

O/D schafft nachhaltige Kundenverbindungen

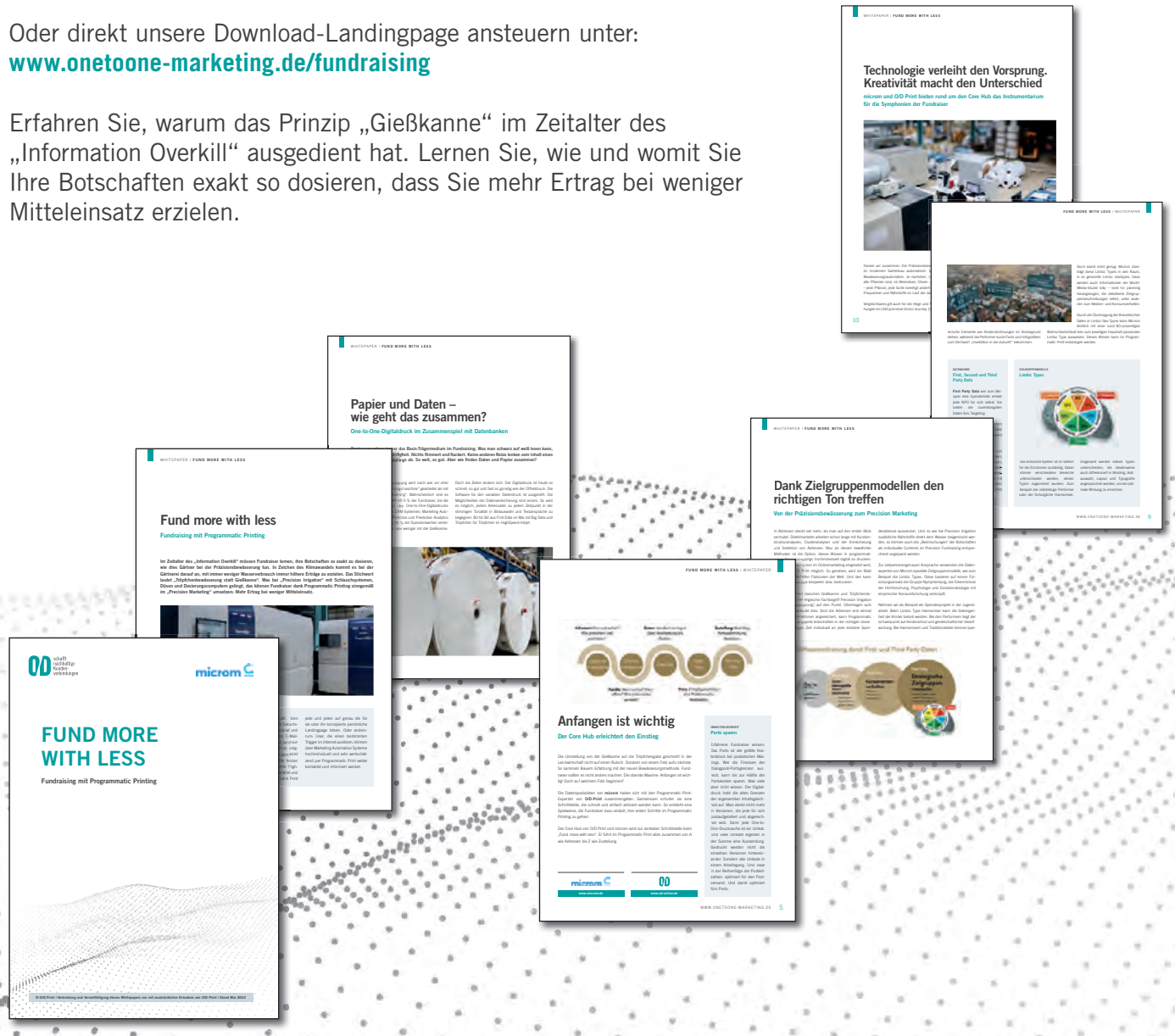
microm

Fundraising mit Programmatic Printing

Was Sie hier sehen, sind Ausschnitte aus unserem Whitepaper zum Fundraising. Sie können es kostenlos und unverbindlich downloaden:
Einfach diesen QR-Code einscannen.

Oder direkt unsere Download-Landingpage ansteuern unter:
www.onetoone-marketing.de/fundraising

Erfahren Sie, warum das Prinzip „Gießkanne“ im Zeitalter des „Information Overkill“ ausgedient hat. Lernen Sie, wie und womit Sie Ihre Botschaften exakt so dosieren, dass Sie mehr Ertrag bei weniger Mitteleinsatz erzielen.



O/D Print T +49 (0)6824 9001-0 M fundraising@od-online.de www.onetoone-marketing.de
microm T +49 (0)2131 109-701 M info@microm.de www.microm.de

Willkommen in der Familienpackung

Wien: Vinzenzgemeinschaft betreibt offenes Haus für unterschiedliche Menschen

Bereits vor zehn Jahren, das Haus „VinziRast mittendrin“ war noch gar nicht eröffnet, berichteten wir über die Pläne der Vinzenzgemeinschaft in Wien, das noch zu sanierende Haus mit Leben zu füllen (Ausgabe 6/2012). Damals sollten Studierende und ehemalige Obdachlose gemeinsam unter einem Dach leben. Ob das Konzept aufgegangen ist? Wir haben nachgehakt.

Von RICO STEHFEST

Im Erdgeschoss war ein Café geplant, darüber mehrere Wohneinheiten. Menschen ganz verschiedener Art sollte ein möglichst offenes Haus geboten werden. So schrieb Anke Lenzer vor zehn Jahren in ihrem Artikel für das Fundraising-Magazin über die architektonischen Ansätze: „Ein ‚niederschwelliges‘ Haus soll es sein, aus dem man leicht ein und aus gehen kann. Die großen Schaufenster im Erdgeschoss geben sowohl Einblick in das Haus als auch Ausblick in das Straßengeschehen. Die Stühle im Inneren sind zudem so angeordnet, dass die Gäste nie mit dem Rücken zur Straße sitzen. So werden die Verbindungen niemals abgebrochen, Hemmnisse abgebaut und verschiedene Kommunikationsformen ermöglicht.“

Erweiterte Zielgruppen

Heute lässt sich ganz deutlich sagen, dass das Konzept einer „bunten Mischung“ tatsächlich nicht nur aufgegangen, sondern sogar noch weiter gewachsen ist: Mit der Migrationswelle im Jahr 2015 kam eine weitere Zielgruppe als Mitbewohner hinzu. Dabei hatte das Haus ganze fünf Jahre lang gar keine richtig Leitung, wie Renate Hornstein verrät. Sie ist heute für die Vielzahl der Obdachlosen-Projekte, die unter der Dachmarke VinziRast laufen, als Pressesprecherin tätig und hat selbst das Haus „mittendrin“ mit seinen 26 Wohnplätzen über die Dauer von dreieinhalb Jahren geleitet.

Werkräume und Dachatelier

Es braucht wohl nicht viel Vorstellungsvermögen, um sich ein solches Wohnkonzept als lebendigen Ort zu vergegenwärtigen, der besonders durch eine gewisse Fluktuationsrate seine Eigenheiten erfährt. Studierende beziehen hier für gewöhnlich für ein bis zwei Jahre Quartier; ehemalige Obdachlose bleiben meist drei bis vier Jahre und werden beim Prozess des Findens einer eigenen Wohnung begleitet. Dieses Konzept, aber auch das Haus in seiner Architektur lockt tatsächlich die verschiedensten Interessentengruppen an. Führungen durch das Haus sind demzufolge an der Tagesordnung. Nur bleiben dabei

die Türen zu den privaten Wohnbereichen geschlossen. Desto mehr gibt es in den Werkräumen und im Dachatelier zu sehen, das man für Veranstaltungen mieten kann. Das wollen Sozialarbeiter genauso sehen wie Architekturstudierende oder Schulklassen.

Minimale Bürokratie

Wer aber darf im „mittendrin" wohnen und unter welchen Voraussetzungen? Die Antwort darauf fällt überraschend einfach aus: „Gemeinschaftsfähig zu sein, ist eigentlich unser einziges Kriterium. Formal sind wir sehr offen. Wir betreiben eine minimale Bürokratie. Ausweispapiere muss uns keiner vorlegen", so Hornstein. Gibt es einen freien Wohnplatz im Haus zu vergeben, haben die Mitbewohner auf jeden Fall nicht nur ein Mitspracherecht – sie sind es sogar, die am Ende die Entscheidung fällen, ob es passt. Die Werkräume im Haus werden hauptsächlich von Asylbewerbern genutzt, die aus rechtlichen Gründen in Österreich nicht arbeiten dürfen. Neben ihrem Deutschunterricht können sie im Haus Upcycling betreiben oder sich im Bereich Holz oder Nähen einbringen. Was in den Räumen fabriziert wird, wird zweimal im Jahr im Rahmen eines Marktes gegen Spenden abgegeben. Den Finanzhaushalt gestalten solche Aktionen allerdings natürlich nicht mit.

Fundraising-Aktionen

Nach wie vor arbeitet das Haus ohne staatliche Förderung. Seit Anbeginn stehen mehrere Firmen unterstützend zur Seite, die pro bono Material zur Verfügung stellen oder Dienstleistungen wie Renovierungsarbeiten anbieten. Private Spender sind im Gemisch der Finanzierung nach Angaben Hornsteins treu. So gibt sie an, dass kleinere Spenden ein Volumen von jährlichen 500 000 Euro ausmachen, ein Drittel davon jeweils unter 1000 Euro. Mit Marketing-Aktionen betreibt das „mittendrin" auch immer wieder Fundraising-Aktionen. So wurden bereits mehrfach im Advent Weihnachtsbäume verkauft, aus deren Erlös das Haus einen Teil einbehalten durfte.

Auch Crowdfunding steht für das Team auf dem Zettel. Auf startnext konnten so ganze 30 000 Euro für ein Gewächshaus eingesammelt werden. Das steht aber nicht hinter dem „mittendrin", sondern außerhalb Wiens im neuesten Projekt, dem „VinziRast am Land", einem umgebauten ehemaligen Hotel mit landwirtschaftlichem Betrieb, der in Kürze seine Arbeit aufnehmen wird, Hofladen mit eigenen Produkten inklusive. Die Hühner sind schon vor Ort und liefern frische Eier. Unter anderem für das Café im „mittendrin".

▶ www.vinzirast.at

FUNDRAISINGBOX

NEU: REPORTS IN DER FUNDRAISINGBOX

Fundraising durch Daten weiter optimieren

- Reports mit allen relevanten KPIs auf einen Blick
- Berichte mit Fundraising- und Spendenden-Daten
- Tagesaktuelle Insights und detaillierte Rückblicke
- Smarte Optimierungs-Vorschläge
- Individuell filterbare Reports

fundraisingbox.com

Barrieren im Kopf überwinden

Blinde Menschen berichten Grundschulkindern aus ihrem Alltag

Barrieren sind häufig in den Köpfen verankert. Martina Hellriegel, ehrenamtliche Mitarbeiterin beim Bayerischen Blinden- und Sehbehindertenbund e.V., besucht regelmäßig Schulen, um Kinder darüber aufzuklären, wie beispielsweise Blinde wissen, wie spät es ist oder welche Hilfsmittel sie im Alltag benutzen.

Von PETRA WINKLBAUER

Der Bayerische Blinden- und Sehbehindertenbund e.V. (BBSB) ist die Selbsthilfeorganisation der mehr als 100 000 blinden, sehbehinderten und zusätzlich gehandicapten Menschen in Bayern. Er vertritt ihre Interessen gegenüber Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit. Ziel des BBSB e.V. ist es, blinden und sehbehinderten Menschen ein selbstbestimmtes und möglichst selbstständiges Leben in der Gemeinschaft zu ermöglichen. In zehn „Blickpunkt Auge"-Beratungsstellen bietet der BBSB e.V. wohnortnahe Hilfen an"– dazu gehören der ambulante Reha-Dienst mit Schulung in selbstständiger Haushalts- und Lebensführung, sozialrechtliche Beratung, individueller Textservice, berufliche Rehabilitation, Austausch mit Gleichbetroffenen, Freizeit und Fortbildung.

So wie Martina Hellriegel sind rund 100 Ehrenamtliche für das Projekt „Schulbesuche" tätig. Diese engagierten Mitarbeitenden leisten einen großen Beitrag zum Verständnis im Umgang mit blinden oder sehbehinderten Menschen. „Wir stellen bei unseren Schulbesuchen immer wieder fest, dass Kinder ein natürliches Interesse an Blindheit oder Sehbehinderung haben und Fragen stellen, die sich Erwachsene nicht zu stellen wagen", erklärt Hellriegel. Das Thema „Auge" steht in bayerischen Grundschulen im Lehrplan. Lehrkräfte haben die Möglichkeit, beim Bayerischen Blinden- und Sehbehindertenbund ergänzendes Material zum Thema Blindheit und Augenerkrankungen zu bestellen. „Im Jahr 2021 versandten wir rund 1700 Schulpakete und erreichten damit über 50 000 Kinder in Bayern", erklärt Bärbel Ziegler, zuständig für die Schulpakete beim Bayerischen Blinden- und Sehbehindertenbund in München.

Gedichte in Brailleschrift

Die Pakete erhalten in der Regel einen Klassensatz eines Gedichts in Punktschrift. Diese Gedichte werden hausintern mit einem 3D-Drucker hergestellt. Mittels eines Braille-Alphabets bereitet es den Schülerinnen und Schülern großen Spaß, das Gedicht zu entschlüsseln. Darüber hinaus können die Kinder mit Simulationsbrillen eine Seheinschränkung praktisch erfahren.

Broschüren über Blindenführhunde sowie Tipps im Umgang mit blinden Menschen liegen ebenfalls bei. Lehrkräfte können mit diesem umfangreichen Anschauungsmaterial den Unterricht einprägsam gestalten.

Kostenfreies Angebot

Nach zwei Jahren Pandemie ist im ersten Vierteljahr 2022 ein vermehrtes Interesse an Schulpaketen und -besuchen zu verzeichnen. Während der Hochphase der Corona-Pandemie wurde das Angebot der Schulbesuche auf digital umgestellt und ebenfalls angenommen. Nichtsdestoweniger sind ein persönlicher Besuch und ein Mensch, dem direkt Fragen gestellt werden können, ein stärkerer Eindruck als die digitale Variante.

„Es ist eine bewusste Entscheidung, diesen Service kostenfrei anzubieten, weil wir es als wichtiges Instrument der Öffentlichkeitsarbeit und als Investition in die Zukunft betrachten", sagt Bärbel Ziegler. Es ist eine Maßnahme, um die Sensibilität für blinde und sehbehinderte Menschen zu stärken. Darüber hinaus fördert dieses Projekt das Verständnis für die Tätigkeit des Verbands als wichtige Interessenvertretung. Um diese Arbeit auch in Zukunft fortsetzen zu können, liegt jedem Schulpaket ein persönliches Anschreiben mit einer Spendenbitte bei.

Auszeichnung durch Europäische Blindenunion

Im Oktober 2019 verlieh die Europäische Blindenunion (EBU) zum vierten Mal den Preis „Vision for Equality" (Weitblick für Gleichberechtigung). Dieser Preis zeichnete die haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeitenden für die Aktion „Wir gehen in die Schulen" aus. Die Aktion wurde ausgewählt, da Schulbesuche und der Versand von Schulpaketen die Wahrnehmung und Sichtbarkeit blinder und sehbehinderter Menschen bei Kindern fördern. Dies ist ein wichtiger Beitrag, um Inklusion in der Gesellschaft voranzubringen. Der „Vision for Equality"-Preis der EBU ist ein Zeichen der Anerkennung für die Öffentlichkeitsarbeit des Bayerischen Blinden- und Sehbehindertenbunds.

Petra Winklbauer ist Referentin Öffentlichkeitsarbeit beim Bayerischen Blinden- und Sehbehindertenbund e.V. in München. Die Kommunikationswirtin (BAW) arbeitet seit vielen Jahren in der Öffentlichkeitsarbeit. Sie war in Unternehmen und in PR-Agenturen beschäftigt und auch freiberuflich tätig. Nun steht die Arbeit für einen gemeinnützigen Verein mit der Ausrichtung, die Interessen von blinden und sehbehinderten Menschen zu vertreten, im Fokus.

▶ www.bbsb.org

Keinen Millimeter nach rechts

Eine Berliner Initiative meint schon seit 2006: „Kein Bock auf Nazis“

Es gibt wohl kaum einen Laternenpfahl im Land, an dem nicht mittlerweile ein Aufkleber mit den beiden Kürzeln „FCK AFD“ prangt. Die Message ist klar. Weniger bekannt ist, wer eigentlich dahintersteckt. Die Berliner Initiative „Kein Bock auf Nazis“ hat diese Sticker in ihrem Webshop. Gegen rechts tun sie aber eine ganze Menge mehr.

Von RICO STEHFEST

Angefangen hat alles mit der Punkband ZSK, deren Mitglieder irgendwann die Nase voll hatten von rechten Tendenzen (nicht nur) in der Konzert-Kultur. Deshalb veröffentlichten sie 2006 eine kostenlose DVD mit Interviews von Musikern, die sich gegen rechts engagieren. Ebenfalls auf der DVD fand sich eine Dokumentation über rechte Strukturen in Deutschland. Entstanden ist aus diesem ersten Akt eine mittlerweile gut vernetzte Initiative, die eben auch bei Kritik gegenüber der AfD nicht haltmacht. Koordiniert wird das Engagement heute vom Antifaschistischen Pressearchiv und Bildungszentrum Berlin (apabiz). Es informiert sei 1991 über die Entwicklung der extremen Rechten und gilt bundesweit als eines der wichtigsten Informationszentren zu diesem Thema.

Der Antrieb dafür entstand auch dadurch, dass staatliche Unterstützung für Initiativen gegen Rechtsextremismus im Verlauf der Jahre immer weiter gekürzt worden sind. Das Ergebnis: selber machen. Genau deshalb ist „Kein Bock auf Nazis“ heute eine Initiative junger Leute, die Jugendliche und junge Erwachsene im Themenfeld Rechtsruck, Rassismus und Neonazis informieren, aufklären, aber auch in konkreten Fällen unterstützen. Das Selbstverständnis der Initiative beinhaltet allerdings keine „Aussteiger-Arbeit“. Anders formuliert: Der Dialog mit Rechten wird nicht gesucht. Warum? Zum einen, weil das durchaus gefährlich werden kann, und zum anderen, weil kommunikative Überzeugungsleistung etwas ist, woran sich nur schlecht glauben lässt. Natürlich ließe sich auch darüber streiten.

Infostände auf Festivals

Die Verankerung vor allem im Umfeld von Konzerten ist bis heute geblieben. Auf unzähligen Festivals ist der Verein mit Infoständen unterwegs, wie beispielsweise erst kürzlich im Juni beim „Rock im Park“. Noch bis Ende August steht eine ganze Liste an Open-Air-Events auf dem Plan, unter anderem das „Taubertal“ und das „Highfield“. Neben dieser Präsenz blockieren die Mitglieder auch Aufmärsche des rechten Rands oder zeigen klare Kante bei Versammlungen der AfD. Für Letzteres gibt es seit 2019 einen Kleinbus mit Lautsprecheranlage und einem Stromgenerator. Gesponsert hat den

der Hersteller für Sportbekleidung Lonsdale, dessen Artikel vor allem in Deutschland gern durch rechte Aktivitäten instrumentalisiert werden. Neben solchen Sponsorings finanziert die Initiative den laufenden Betrieb ausschließlich über Spenden und den Verkauf von Merchandising. Das persönliche Engagement aller Beteiligten erfolgt auf ehrenamtlicher Basis.

Informieren und aufklären

Natürlich nutzt der Verein auch die digitalen Kanäle, um wichtige Informationen so breit wie möglich zu streuen. So stehen beispielsweise mehrere Infoflyer kostenlos zum Download bereit, die über die Arbeit des Vereins informieren, das Vokabular von Identitären erklären oder im Detail aufzeigen, warum die AfD eben keine Alternative für Deutschland darstellt.

„Toolbox gegen rechte Gewalt“

Daneben gibt es im Shop jede Menge Sticker, Plakate und Klamotten, mit denen man klare Kante zeigen kann. Gewiss hat nicht jeder Lust, mit einem „FCK AFD“-Pullover durch die Provinz zu tingeln. Genau das sollte aber beunruhigen. Denn jeder kann etwas machen. Wer dafür keinen Anfang findet, kann sich erst mal über die Social-Media-Kanäle von „Kein Bock auf Nazis“ über aktuelle Aktionen und Kampagnen auf dem Laufenden halten und bei Interesse vor Ort vorbeischauen. Trotzdem ist es für jeden möglich, sich selbst für Demokratiestärkung einzubringen. Auf der Website des Vereins finden sich dazu viele Tipps, aber auch Informationen, wie man sich verhalten kann beziehungsweise sollte, wenn man Ärger mit braunen Gestalten hat. Da hilft das Informationsvideo des Vereins Opferperspektive genauso weiter wie eine Linkliste regionaler Beratungsstellen und die Verlinkung auf die „Toolbox gegen rechte Gewalt“.

Bands sind mit im Boot

Natürlich bekommt die Initiative entsprechende Rückenstärkung durch diverse Bands wie die Toten Hosen und die Ärzte. Und die Zahl dieser Bands wächst beständig. Deshalb wurde 2019 das Musiknetzwerk „Protest Sounds“ gegründet, das gegen rechts engagierte Bands weiter zusammenbringen will. Anfang Juni ist daraus ein Sampler mit 24 Protest-Songs von 24 Bands entstanden, wovon 10 000 Stück kostenlos unter die Leute gebracht werden. Wer es eher digital bevorzugt, findet alle Bands gefeatured auf einer extra Playlist auf Spotify. Protest soll ja schließlich auch Spaß machen.

▶ www.keinbockaufnazis.de

Andreas Berg ist Datenbankexperte. Er leitet den Kurs Database-Fundraising an der Fundraising-Akademie, ist Fachbuchautor und arbeitet inhaltlich am großen jährlichen Datenbankvergleich des Fundraising-Magazins mit. Wir sprachen mit ihm über Automatisierung, Effizienz und die Grundlagen einer sinnvollen Spendenverwaltung.

„Bitte keine Spendenverwaltung im Excel machen!“

? Was sollten Fundraiserinnen und Fundraiser über Database-Fundraising wissen?

Ich finde es wichtig zu verstehen, dass Database-Fundraising keine Strategie ist, Fundraising zu machen, sondern dass eine Datenbank bei jeder Strategie hilfreich ist, Fundraising erfolgreich zu gestalten. Ganz unabhängig, ob man den Fokus jetzt auf Großspenden, Unternehmen oder Privatpersonen ausrichtet. Das bedeutet aber auch, dass jede Fundraiserin und jeder Fundraiser sich mit dem Thema Daten und Datenbank beschäftigen muss.

? Grundkenntnisse, wie eine Datenbank funktioniert, sind also förderlich?

Allgemein glaube ich das gar nicht. Aber die Datenbank, die in der Organisation ist, sollte man schon beherrschen. Wichtiger ist es, sich auf die Denkweise hinter einer Datenbank einzulassen und zu versuchen, die Zusammenhänge zu verstehen. Also zum Beispiel, wie Daten gepflegt werden, wie die Bedienlogik ist, welche Daten wohin gehören oder was ich wo finde. Was ich oft bei der Einführung von Software in Organisationen mitbekomme, ist, dass es am Anfang immer etwas zäher läuft. Aber die Menschen, die sich wirklich darauf einlassen, kommen schnell an den Punkt, wo sie merken, dass ihnen die Datenbank Prozesse erleichtert, und kommen auf Ideen, wie man mehr Service bei gleichem Aufwand und bessere Kommunikation leisten kann.

Das heißt, ein besseres Datenbankverständnis führt auch zu einem besseren Fundraising?

Selbstverständlich. Dafür ist eine Datenbank ja da. Sie soll ja dem Menschen dienen und nicht umgekehrt. Doch der Mensch muss sich ein wenig auf die Denkweise einer Datenbank einlassen, um sie richtig zu nutzen.

Das ist aber nicht kompliziert, oder?

Nein, das ist keine Raketenwissenschaft. Es gibt ja auch gerade einen Trend „low code/no code". Das heißt, dass man heute überhaupt keine Programmierkenntnisse mehr braucht, um eine Datenbank nutzen zu können. Früher war das gerade bei Auswertungen noch ganz anders. Da musste man noch SQL können. Heute hat man in vielen Systemen Menüs und Dashboards, wo man seine Wünsche, was man wissen will, recht einfach zusammenstellen kann.

Sind Datenbanksysteme für Non-Profits also anwenderfreundlicher geworden?

Da könnte man jetzt eine etwas differenziertere Antwort darauf geben, aber im Großen und Ganzen stimmt das. Aber viele Anwenderinnen und Anwender haben nicht diesen Eindruck. Das hängt damit zusammen, dass diese Produkte auch immer mehr können und dadurch unkomfortabel wirken. Die Ergonomie, also die Nutzerfreundlichkeit, muss stimmen, und da sind die Unterschiede doch groß. Nur ständig noch etwas anzufrickeln, weil es die Konkurrenz auch hat, ist halt zu wenig für eine gut nutzbare Software. Das wird schnell unübersichtlich.

Fehlt es an Ausbildung zu diesem Thema?

Wir haben im Fundraising viele Leute, die eher Quereinsteiger sind. Man kann zwar Fundraising mittlerweile auch studieren und einen universitären Abschluss machen, aber das ist ja noch die Ausnahme. Viele sind eher fachfremd und Autodidakten. Das merkt man besonders im Database-Fundraising. Es hängt auch davon ab, wie intensiv man einsteigen will.

Daten fallen ja heute in vielen Bereichen an: Facebook, Newsletter, Spenden. Welchen Tipp gibt der Experte, um das zu managen?

Prinzipiell gilt: Je weniger Orte es gibt, wo man Daten speichert, desto besser. Für alles eine eigene Datenbank zu haben, funktioniert nur, wenn man alles auch getrennt betrachtet. Aber das ist im modernen Fundraising ja nicht so. Gerade der Online-Bereich besteht aus völlig unterschiedlichen Dingen, von Newsletter-Abo über Suchmaschinenoptimierung bis zu Bannerwerbung. Die Spendergruppen überlagern sich da aber sehr stark. Die These, es gäbe nur jüngere Online-Spender und von denen spendet keiner mehr auf Mailings, die stimmt ja so nicht mehr. Auch Facebook hat sich verändert. Junge Leute findet man da kaum noch.

Gibt es da ein Beispiel?

Angenommen, jemand hat in den letzten Jahren für Bären gespendet, dann kann man das nutzen, um die Aufmerksamkeit für einen Newsletter zu steigern, indem man einen Bären-Newsletter macht oder aber indem man für diesen Menschen den Bärenbeitrag im Newsletter eben ganz oben hinsetzt und für den Nerzfreund eben den Beitrag zur Fellindustrie. Dafür müssen Newsletter und Spenderdaten aber in einem System vorliegen. Sonst ist das nicht auswertbar und zu steuern. Klassischerweise haben wir aktuell aber eher die große Fundraising-Datenbank, und ein Newsletter-System wird da noch angehängt. Sie existieren also parallel. Das funktioniert noch, aber wenn wir in Themen wie Donor Journey oder Marketing-Automation einsteigen wollen, geht das nicht mehr.

Das heißt, die Informationen doppeln sich dann und ergeben keinen Sinn mehr?

Oder man synchronisiert sich zu Tode. Selektiert man die Empfänger also … ▸

Was Sie schon immer über

Data-Driven-Fundraising

wissen wollten …

„Jedem (zukünftigen) Fundraiser zu empfehlen"

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

„Eine gelungene Verbindung von Empirie und Erfahrungswissen"

„Schon jetzt ein Standardwerk!"

Jetzt versandkostenfrei bestellen:

shop.fundraising-magazin.de

oder im Buchhandel Ihres Vertrauens

Ein Produkt aus der Edition FUNDRAISING magazin

Fachlektüre, die Spaß macht.

... im Newslettertool oder in der Fundraising-Datenbank? Wenn ich das in der Datenbank, also im CRM, mache, brauche ich auch die Informationen über die Newsletter-Empfänger dort. Auch Informationen, ob Newsletter geöffnet werden, E-Mails nicht ankommen, der Newsletter noch mal gesendet werden muss, weil das Postfach voll war, also die sogenannten Bounce-Informationen, all das muss dann dort auch abrufbar sein. Ein großes Problem ist auch, wo die Opt-Ins verwaltet werden. Die Informationen braucht man schließlich in beiden Systemen. Das ist momentan noch eine große Problematik.

? Da reden wir auch über Geld. Software, Ausbildung, Personal – das kostet. Müssen wir das den Spenderinnen und Spendern auch besser erläutern?

Klar sind das Kosten! Aber ich denke, das können wir gut erklären, weil diese Arbeit ja auch beim Spender zu mehr Service und Zufriedenheit führt. Eventuell bekommt er auch weniger Post und zielgerichtetere Bitten.

Am Anfang steht aber erst mal die Prozessautomatisierung und damit auch eine höhere Effizienz. Wenn beispielsweise eine Großspende eingeht, könnte das die Buchhaltung an den Fundraiser melden, und der schreibt dann einen besonderen Dank. Prozessautomatisierung heißt, für diesen Fall wird im System eine Regel hinterlegt, dass, wenn eine hohe Spende eingeht und automatisch verbucht wird, beim Fundraiser sofort eine Arbeitsaufgabe aufpoppt, anzurufen oder einen Dankbrief zu versenden. Im Idealfall sogar mit einem vorbereiteten Schreiben, was dann nur noch abgesendet werden muss. Das heißt, es wird Arbeitszeit eingespart, und der Dank erreicht den freigiebigen Menschen deutlich schneller. Mit diesen Systemen schafft man viel mehr!

? Man sollte das also durchaus thematisieren?

Ja, denn die unsägliche Verwaltungskostendiskussion führt ja in den Organisationen zu chronischer Unterbesetzung mit Personal. Automatisierte Prozesse machen das leistbarer, und das kann man auch nach außen vertreten. Die Menschen wollen ja schnell erfahren, wo ihre Spende eingesetzt wird.

? Warum wird dann nicht noch mehr investiert?

Die Mittel sind begrenzt, Fördermöglichkeiten gibt es kaum, und was ich besonders schwierig finde: Man kann den ROI bei solchen Servicethemen kaum messen. Spendet die Person wieder, weil ihr das Thema oder die schnelle Reaktion auf die Spende gefallen hat? Im Normalfall spielt beides eine Rolle.

„Ich finde es wichtig zu verstehen, dass Database-Fundraising keine Strategie ist, Fundraising zu machen, sondern dass eine Datenbank bei jeder Strategie hilfreich ist, Fundraising erfolgreich zu gestalten."

? Zufriedenheit ist also schwer messbar?

Ja, aber im Fundraising-Magazin gab es vor Kurzem einen Bericht über einen Mystery-Check bei Spendenorganisationen. Getestet worden war, wie Organisationen auf Online-Spenden reagieren. Eine Organisation brauchte 51 Tage, um zu reagieren, andere taten es gar nicht, wieder andere reagierten mit automatischen Dank-Mails. Die Bandbreite war riesig. So was passiert mit einer Datenbank, die einen Dank-Workflow hat, nicht. Bei 51 Tagen ist wahrscheinlich die Grenze überschritten, dass sich die Spenderin oder der Spender überhaupt noch daran erinnert, gespendet zu haben.

? Was ist Ihre Empfehlung? Womit sollte man anfangen, um seine Prozesse effizienter zu gestalten?

Es geht um Grundlagen. Erstens die Datenqualität: Wo werden Daten wie von wem einheitlich und in sinnvoller Form erfasst? Zweitens: Auswertbarkeit. Sind die Daten so erfasst, dass sie von der Datenbank ausgewertet werden können? Ein Computer denkt nicht. Ist das Häkchen gesetzt, wird die Zuwendungsbescheinigung versandt, wenn nicht, dann nicht. Ein Mensch könnte an den Daten zumindest erkennen, dass die betreffende Peron in dem Jahr gespendet hat und eine Zuwendungsbescheinigung braucht. Aber das kostet unnötig Zeit.

? Was ist noch wichtig?

Auf die Reihenfolge achten! Ich würde erst mal mit Standard-Reportings beginnen, bevor ich komplexere Analysen zum Spendenverhalten mache oder gar mit KI-Prognose-Tools herausfinden möchte, wer von meinen Mitgliedern kündigungsbereit ist. Wer im Reporting gut ist und erst mal weiß, was eigentlich an Reaktionen auf Spendenaufrufe passiert, kann sich dann höheren Aufgaben widmen. Hilfreich ist ja schon, wenn ich merke, diese Aktion läuft super, jene eher weniger. Das gibt schon einen Fingerzeig auf ein besseres Fundraising. Manchmal gehen ja auch Aktionen an einem vorbei, die andere für mich initiiert haben. Das fällt bei einem guten Reporting auf, und dann kann man reagieren.

? Letzte Frage: Ist Excel eine Datenbank?

Um Gottes Willen, nein! Selbst mit größter Phantasie und größter Wertschätzung für Menschen, die damit arbeiten. Bitte keine Spenderverwaltung im Excel machen! Ich halte das schon datenschutzrechtlich für bedenklich. Man ist ja verpflichtet, eine Datensicherheit auf dem Stand der Technik zu machen. Wir wollen ja personenbezogene Daten mit Buchungsdaten verknüpfen. Da ist Excel nicht datenschutzkonform und auch sehr beschränkt. Heutzutage gibt es für kleinere Vereine sehr gute Lösungen für 100 bis 200 Euro. Im Jahr 2022 sollte man das Thema Excel als Spenderdatenbank endgültig beerdigen.

„Ein neues CRM-System einzuführen ist keine alltägliche Angelegenheit.

Da hilft es, wenn erfahrene Partner zur Seite stehen,

die alle relevanten Faktoren jederzeit

im Blick halten, um das Projekt erfolgreich zu finalisieren.“

Shoshanna Hillmann-Breuer
Tierärzte ohne Grenzen e.V.
Abteilungsleitung Public Relations & Fundraising

Foto Tierärzte ohne Grenzen e.V.

Tierärzte
ohne Grenzen e.V.

Eine neues CRM-System einzuführen ist keine alltägliche Angelegenheit und definitiv auch kein Spaziergang. Das Vorhaben bedeutet nicht nur finanziell eine große Investition, auch viele Arbeitsstunden müssen aufgewendet werden.

Wir von der Ifunds begleiten Sie auf allen Stufen Ihres Projektes und halten die für eine Projekteinführung relevanten Faktoren konstant im Auge - damit Sie sich auf das Wesentliche konzentrieren können: 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

Tierrechte schützen

Mit einer Petition haben die Albert-Schweitzer-Stiftung und weitere Tierschutzorganisationen in Nordrhein-Westfalen (NRW) die Partei Bündnis 90/Die Grünen aufgefordert, bei den Koalitionsverhandlungen mit der CDU keine Kompromisse auf Kosten des Tierschutzes einzugehen. Konkret geht es um das Verbandsklagerecht anerkannter Vereine, für die Rechte der Tiere vor Gericht zu ziehen. Die Petition wendet sich unter anderem an die Landeschefin der Grünen in NRW, Mona Neubaur.

▶ **https://albert-schweitzer-stiftung.de/helfen/petitionen/frau-neubaur-tierschutz-nicht-verhoekern**

Ein Hoch aufs Netzwerk

Hochschul-Fundraising-Preis geht in die Schweiz

Große Ehre für die HSG-Stiftung der Universität St. Gallen. Sie ist die Gewinnerin des diesjährigen Hochschul-Fundraising-Preises, den der Deutsche Hochschulverband (DHV) zum siebten Mal ausgeschrieben hatte. Zum dritten Mal konnten sich neben Wissenschaftseinrichtungen aus Deutschland auch solche aus Österreich und der Schweiz beteiligen. Schwerpunktthema der aktuellen Ausschreibungsrunde war Alumni-Fundraising. Die Uni St. Gallen konnte sich den ersten Platz für die Finanzierung ihres Leuchtturmprojektes „Square" sichern. Sie hatte dazu ihr Netzwerk von insgesamt 33 000 Alumnae und Alumni aus 96 Ländern optimal ausgeschöpft.

Bei „Square" handelt es sich um einen spektakulären Glasbau des japanischen Architekten Sou Fujimoto. Das Gebäude gilt als Prototyp der Universität der Zukunft. Bei der größten Fundraising-Kampagne der Unigeschichte wurden innerhalb kürzester Zeit insgesamt 65 Millionen Schweizer Franken eingeworben. In nur zwei Jahren wurde der Bau dann realisiert.

Zwei Anerkennungspreise gehen an die Universität Potsdam und die Universität Graz. Über die Vergabe entschied ein Preisgericht, dem unter anderem auch Matthias Daberstiel, Mitherausgeber des Fundraising-Magazins, angehört. Das Preisgeld, das vom Unternehmen rheform gestiftet wird, soll zweckgebunden für das Hochschul-Fundraising oder ein laufendes Fundraising-Projekt verwendet werden.

▶ **www.hsg-stiftung.ch**

MEINE MEINUNG

„Reflexhafter Boykott ist heute ebenso problematisch wie vor 100 Jahren"

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Blackfacing, also das Schwarzschminken weißer Menschen, um eine Person mit dunkler Hautfarbe darzustellen, wird zu Recht als rassistisch kritisiert. Das Münchner Gärtnerplatztheater wandte es nun aber in der Oper „Jonny spielt auf" des Komponisten Ernst Krenek an. Es folgte ein offener Brief, in dem über 500 Kulturschaffende dazu aufforderten, das Stück sofort abzusetzen. Die Ernst-Krenek-Institut-Privatstiftung wiederum, deren Zweck es ist, nicht nur das Andenken an den Komponisten zu bewahren, sondern auch der Auslöschung einer ganzen Künstlergeneration durch die Nazis zu gedenken, zeigte sich über den Brief zutiefst bestürzt. Denn wer vorschnell über die heutige Aufführung urteilt, muss wissen: Die Oper wurde 1928 massiv von Nationalsozialisten gestört und später als „entartete" Kunst verboten. Regisseur Peter Lund gibt an, dass er genau diese historischen Umstände bewusst mit dem Blackfacing thematisieren wollte. Deshalb schminkt sich der Darsteller anno 2022 die Maske auf der Bühne selbst und entfernt sie auch wieder. Die Forderung, das Stück zu boykottieren, mutet reflexhaft an und hinterlässt den Eindruck, dass sich die Unterzeichnenden mit der Rezeptionsgeschichte der Oper nie wirklich beschäftigt haben. Und genau diese Praxis ist heute ebenso problematisch wie vor 100 Jahren. Ein „Trost" für die Stiftung kann dabei einzig die zusätzliche Aufmerksamkeit für ihre Arbeit sein.

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

Kurzgefasst …

Ab jetzt barrierefrei

Das Online-Förderportal der Stiftung Deutsches Hilfswerk ist jetzt barrierefrei. Dafür gibt es ein neues Feature, u.a. für bessere Lesbarkeit, das über einen Button im oberen Bereich der Website aktiviert werden kann. Über das Portal können gemeinnützige Organisationen Fördergelder aus den Zweckerträgen der Deutschen Fernsehlotterie beantragen.

▶ https://foerderportal.deutsches-hilfswerk.de

Ukraine-Hilfe I

Die Alfried Krupp von Bohlen und Halbach-Stiftung und der Essener Sportbund e.V. haben gemeinsam ein Sportangebot für geflüchtete Kinder und Jugendliche aus der Ukraine geschaffen. Vier russischsprechende Sportlotsen besuchen jede Woche Flüchtlingsunterkünfte in Essen und führen mit den Kindern und Jugendlichen ein niedrigschwelliges Sportprogramm durch.

▶ www.krupp-stiftung.de

Ukraine-Hilfe II

Mit dem Stipendienprogramm „Vidnova" (dt.: Wiederherstellung) will die Stiftung EVZ geflüchteten Aktivistinnen und Aktivisten der ukrainischen Zivilgesellschaft helfen. Sie können monatlich bis zu 1500 Euro sowie weitere Mittel bekommen, um eigene Projekte umzusetzen. Personen, die ein Stipendium erhalten, werden von europäischen NGOs aufgenommen.

▶ https://vidnova.org ▶ www.stiftung-evz.de/ukraine

Freunde für immer

Die Stiftung Aktive Bürgerschaft hat anlässlich ihres 25-jährigen Jubiläums einen Freundeskreis ins Leben gerufen. Die Mitglieder wollen sich einmal im Jahr treffen, zum ersten Mal im Herbst 2022. Derzeit können Privatpersonen mit einer Spende von 50 Euro im Jahr dem Freundeskreis beitreten, ab 2023 soll das auch für juristische Personen möglich sein.

▶ www.aktive-buergerschaft.de/freundeskreis

Vormerken: „Mozart+Fest" im Oktober

Nach zwei Jahren Bauzeit feiert die Stiftung Mozarteum Salzburg vom 20. bis 23. Oktober 2022 die Wiedereröffnung des Mozarteum-Konzertgebäudes. Vier Tage lang werden, angeführt vom künstlerischen Leiter Rolando Villazón, Künstlerinnen und Künstler von Weltrang die Bühne bespielen, darunter Anne Sophie Mutter und Mitglieder der Wiener Philharmoniker.

▶ https://mozarteum.at

Steil nach oben

Erneuter Zuwachs im deutschen Stiftungssektor

Der Stiftungssektor in Deutschland hat 2021 erneut zugelegt. Im vorigen Jahr wurden 863 neue Stiftungen gegründet. Insgesamt gibt es in Deutschland somit aktuell 24 650 rechtsfähige Stiftungen bürgerlichen Rechts. Ihre Anzahl ist um 3,2 Prozent gestiegen, wie der Bundesverband Deutscher Stiftungen mitteilte. 2020 waren es 2,8 Prozent. Demnach handelt es sich im letzten Jahr um das stärkste Wachstum im Stiftungssektor seit zehn Jahren.

Spitzenreiter bei den Neugründungen ist Darmstadt, das bereits zum zweiten Mal in Folge das Ranking anführt, gefolgt von Würzburg, Oldenburg und Frankfurt am Main. Aber auch in anderen Städten hat sich einiges bewegt im Stiftungssektor. So gibt es seit letztem Jahr in Berlin beispielsweise die Stadtbodenstiftung, die unter anderem Erbbaurechte an nicht gewinnorientierte Akteure vergibt. Und die neugegründete MONOM-Stiftung in Leipzig will sich starkmachen gegen Diskriminierung.

▶ www.stiftungen.org/statistik

Kleine Schritte, große Wirkung

Was soziale Projekte mit unternehmerischem Handeln zu tun haben

Um die Armut und die damit verbundenen Auswirkungen in den Ländern des globalen Südens nachhaltig zu überwinden, setzt die Stiftung „steps for children“ auf Investitionen. Mit Erfolg, wie einige Beispiele beweisen.

Von SOPHIE ALLERKAMP

Es reicht nicht, den Menschen etwas zu essen oder Kleidung zu geben, sondern es bedarf Investitionen und unternehmerischen Handelns. Moderne Gesellschaften brauchen Menschen, die bereit sind, unternehmerische Verantwortung zu übernehmen. Dieser Aufgabe hat sich Michael Hoppe, erfolgreicher Hamburger Unternehmer und Gründer der Stiftung „steps for children“, seit nunmehr 16 Jahren verschrieben.

Schicksal in die eigene Hand nehmen

Schon als er 2004 die erste Reise in drei Länder im südlichen Afrika unternahm, um die Situation vor Ort besser einschätzen zu können, sagte er: „Um die Missstände zu verändern, muss ich als Unternehmer etwas tun.“ Seine Überzeugung lautet: „Nur indem wir unternehmerisch denken und handeln, können wir die soziale Not von Menschen überwinden und ihnen die Chance eröffnen, ihr Schicksal in die eigene Hand zu nehmen und ihre Würde wiederzuerlangen.“ Die Stiftung ist heute mit acht Projekten tätig und fördert täglich über 2000 hilfsbedürftige Kinder und Jugendliche, besonders AIDS-Waisen und von HIV/AIDS betroffene Familien in Namibia und Simbabwe.

Fischteich erwirtschaftet Lehrer-Lohn

Dank Investitionen in Bildung und Ausbildung, in Arbeitsplätze, in den Bau von Schulgebäuden und in lokal erzeugte Nahrung leistet die Stiftung in Namibia und Simbabwe gemeinnützige Hilfe. So zum Beispiel ganz konkret durch einen Fischteich: In den simbabwischen Dörfern Mutare und Mutasa sind nur wenige Nahrungsmittel vorhanden. Es gab kein Schulgebäude und das Gehalt der Vorschullehrerinnen und -lehrer konnte nicht bezahlt werden. Zusammen mit der Stiftung Hilfe mit Plan und Plan International hat „steps for children“ eine Schule gebaut und daneben einen Fischteich angelegt. So konnten bereits in der ersten Saison etwa 255 Kilogramm Fisch produziert werden. Durch die Zucht der Fische haben Kinder und Erwachsene nun eine Nahrungsquelle und durch den Verkauf von Fisch werden die Gehälter des Lehrpersonals und Lernmaterialien gezahlt.

Stiftungsgründer Dr. Michael Hoppe mit den Vorschulkindern im „steps“-Projekt.

Ein weiteres Beispiel ist das Informal Settlement in Gobabis (Namibia). Dort herrscht Arbeitslosigkeit und es gab keine Ausbildungsplätze. „Steps for children“ hat hier eine Tischlerei gebaut und Maschinen angeschafft. Es wurden drei Arbeitsplätze und Ausbildungsplätze geschaffen. Mit dem Erlös durch die Herstellung und dem Verkauf von Solaröfen und Möbeln unterstützt die Tischlerei die sozialen „steps“-Projekte.

Schutzengel-Patenschaften

Eine weitere Maßnahme in Gobabis war die Herrichtung und Inbetriebnahme eines Gästehauses. Auch hier fließen die Einnahmen in die „steps“-Vorschule und den Kindergarten. Das dritte Beispiel bezieht sich auf die Schulausbildung. Die Kinder aus den Armenvierteln in Namibia haben kaum eine Chance auf einen Schulabschluss und die

Zahl der Kinder, welche die Schule abbrechen, ist hoch. „Steps for children“ schaffte Räumlichkeiten für den Nachmittagsunterricht. Es wurden Erzieherinnen und Erzieher eingestellt und nach der Schule gibt es hier eine Mahlzeit. Drei der sogenannten Schutzengelkinder, die durch die Schutzengel-Patenschaften die gesamte Schulzeit hindurch von „steps“ unterstützt wurden, sind mittlerweile Studentinnen.

Von Spenden unabhängig werden

Dies ist ein riesiger Erfolg, wenn man bedenkt, dass es kaum jemand aus den Informal Settlements schafft, ein Studium zu beginnen. Eines der Mädchen studiert Lehramt und möchte später einmal als Lehrerin in den „steps“-Projekten tätig sein.

Der Ansatz der Stiftung basiert also darauf, dass neben sozialen Projekten, wie Suppenküchen, Kinderkrippen und Vorschulen, auch Kleinunternehmen, wie Nähstuben, Gemüseanbau oder Fischteiche, gefördert werden. Es werden bereits vorhandene lokale Strukturen vor Ort aufgegriffen und gestärkt. Die Einkommen generierenden Projekte unterstützen die sozialen Projekte mit dem Ziel, dass diese langfristig von Spenden unabhängig werden.

Return on Investment

Unternehmerisches Handeln bedeutet nicht nur zu investieren, sondern auch darauf zu achten, einen langfristigen Erfolg, einen Return on Investment, zu erhalten. Das kann das bestandene Abitur oder Studium sein oder auch der Gewinn einer Einkommen erzielenden Maßnahme. Die sozialen Projekte gewinnen an Nachhaltigkeit, Beständigkeit und Unabhängigkeit durch die Kleinunternehmen und deren lokale Wertschöpfungsstrukturen. Die Stiftung „steps for children“ zeigt, wie soziale Projekte und unternehmerisches Handeln Hand in Hand gehen.

Sophie Allerkamp hat nach ihrem Auslandsjahr in Tansania und Spanien einen B.A. of Liberal Arts in Human Diversity am Leiden University College in Den Haag absolviert. Zusammen mit zwei Freundinnen gründete sie 2020 die Organisation @_Treeats_. Die NGO organisiert Events und unterstützt dadurch eine Berufsschule in Ghana. Im Rahmen einer Lehre zur Bürokauffrau ist sie für die Stiftung „steps for children“ in den Bereichen Kommunikation und Fundraising aktiv.
▶ **www.stepsforchildren.de**

Partner für feste Beziehung gesucht

Neue Initiative für Stiftungen und Gemeinnützige in Ostdeutschland

Die Stiftungslandschaft in den ostdeutschen Bundesländern unterscheidet sich signifikant von der anderer Regionen. Die „Aufwind"-Initiative will deshalb Förderstiftungen und regionale Akteure zusammenbringen, um langfristige Partnerschaften für eine starke Zivilgesellschaft zu etablieren.

Von KAROLINE WEBER und NIKLAS MANHART

„Aufwind" ist auf Initiative der Schweizer Drosos-Stiftung und der Beisheim-Stiftung entstanden. Die Drosos-Stiftung fördert seit 2006 mit einem regionalen Schwerpunkt auf die ostdeutschen Bundesländer. Die Beisheim-Stiftung mit Sitz in München wiederum hat im Zuge ihres Aufbaus Ostdeutschland seit 2016 als eine Schwerpunktregion definiert. Im Jahr 2021 haben sich beide Stiftungen zusammengetan, um sich gemeinsam dafür einzusetzen, dass sich mehr private Stiftungen in Ostdeutschland engagieren.

Die Idee von „Aufwind" ist, neue Modelle, Strukturen und Ansätze zu entwickeln, mit denen wirkungsvolle Kooperationen zwischen privaten Förderstiftungen und zivilgesellschaftlichen Akteuren in Ostdeutschland gelingen. Denn beim Aufbau der Initiative wurde bereits deutlich, wie vielfältig und breit das zivilgesellschaftliche Engagement in Ostdeutschland ist. Es fehlt allerdings vielerorts an Förderern und Kooperationspartnern, um gute Projekte zu verstetigen. Insbesondere private Stiftungen sind in der Förderlandschaft in Ostdeutschland kaum präsent. Die Stiftungsdichte in den östlichen Flächenländern ist mit 13 Stiftungen pro 100 000 Einwohner signifikant geringer als in den westlichen Bundesländern (33 Stiftungen pro 100 000 Einwohner, Stand 2021). Auch die Struktur der Stiftungslandschaft unterscheidet sich: Bürger- und Gemeinschaftsstiftungen spielen im Osten eine wichtigere Rolle als kapitalstarke Privatstiftungen im Westen. Um es auf den Punkt zu bringen: Es gibt weniger Stiftungen und damit auch weniger Stiftungskapital im Osten.

Knotenpunkte bündeln Wissen

Im Zentrum der „Aufwind"-Initiative agieren daher drei in Ostdeutschland ansässige gemeinwohlorientierte Organisationen, die Knotenpunkte. Diese zeichnen sich dadurch aus, dass sie über breite Netzwerke zu wesentlichen Akteuren und zivilgesellschaftlichen Organisationen verfügen. Sie bündeln das Wissen darüber, welche Bedarfe, Anliegen und neuen Ideen es bei den Engagierten gibt. Bei den Knotenpunkten laufen also viele Fäden an Kontakten, Wissen und Verbindungen in die Zivilgesellschaft zusammen. Das macht sie zu geeigneten Anlaufstellen für Stiftungen, die sich in Ostdeutschland engagieren wollen.

Zur Unterstützung der Initiative wurde außerdem eine Koordinierungsstelle beim Kultur Management Network mit Sitz in Weimar eingerichtet, die die Aktivitäten und Kommunikation der Initiative bündelt und den Wissenstransfer gewährleistet.

Tragfähige Partnerschaften

Einer der Knotenpunkte ist das Netzwerk für Kultur und Jugendarbeit in Chemnitz, das sich seit Langem dafür einsetzt, das Narrativ der Stadt positiv umzudeuten. Mit der Idee, die Vielfältigkeit der Akteure und städtischen Zivilgesellschaft zu zeigen, haben sie bereits 2017 und 2018 einen Stiftungstag ins Leben gerufen, über den fördernde Stiftungen in direkten Kontakt zu lokalen Vereinen kommen konnten.

Der Knotenpunkt KOZMOS ist ein Zusammenschluss aus dem LAMSA e. V. und

dem Migranetz Thüringen e.V., die die Interessen von Migrantenorganisationen vertreten. Gemeinsam vereinen beide Landesnetzwerke über 140 ehrenamtliche Migrantenorganisationen aus Sachsen-Anhalt und Thüringen.

„Land in Sicht" ist der dritte Knotenpunkt unter der Trägerschaft von Plattform e.V. in Erfurt. Er bringt zivilgesellschaftliche Akteure aus den ländlichen Räumen in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen mit Förderstiftungen zusammen. Ziel sind bleibende Partnerschaften für eine handlungsfähige Zivilgesellschaft und eine enkelgerechte Gesellschaft. Besonders im Fokus stehen der Raum jenseits der Großstädte, sozialunternehmerische Ansätze und eine nachhaltige Entwicklung.

Langfristig will die „Aufwind"-Initiative dazu beitragen, tragfähige Partnerschaften zwischen Stiftungen und in Ostdeutschland ansässigen Akteuren zu etablieren. Aus den Knotenpunkten heraus sollen besonders erfolgreiche und gelungene Formate und Förderbeziehungen als positive Signale auf alle Regionen des Ostens ausstrahlen.

Die Pilotphase der Initiative hat im März 2022 begonnen und soll bis Januar 2024 andauern. Als nächste gemeinsame Veranstaltung wird „Aufwind" beim Deutschen Stiftungstag im September 2022 in Leipzig vorgestellt. Daneben legen die drei Knotenpunkte mit ihren Aktivitäten los: Es wird am 31. August und 1. September 2022 einen Stiftungstag in Chemnitz und zahlreiche Fort- und Weiterbildungsangebote für zivilgesellschaftliche Organisationen im Umfeld der Knotenpunkte geben.

Karoline Weber leitet seit 2018 den Programmbereich „Kulturelle Bildung" bei der Drosos-Stiftung. Zuvor arbeitete sie über sechs Jahre für die Kulturstiftung des Bundes und leitete dort ein Programm zur Stärkung der kulturellen Teilhabe und des bürgerschaftlichen Engagements in Ostdeutschland. Ihren Abschluss der Kultur- und Medienwissenschaften erwarb sie an der Bauhaus-Universität in Weimar und der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt/Oder.
▶ www.drosos.org

Niklas Manhart ist Leiter Strategie & Kommunikation der Beisheim-Stiftung, für die er seit 2016 tätig ist. Zu seinen Aufgaben zählt die strategische Weiterentwicklung der Stiftung und ihre externe Positionierung. Er hat ein Executive MBA-Studium an der TUM School of Management absolviert. Niklas Manhart war als Pressesprecher der Deutschen Botschaft in London und als Redenschreiber der Bayerischen Arbeitgeberverbände tätig. Zuvor hat er Politik, Recht und Anglistik in München, Cork und London studiert.
▶ www.beisheim-stiftung.com

Große Krisen.
Perfekte Hilfe.

Große Krisen! Große Spendenbereitschaft! Große Engpässe? Bevor Ihre Organisation an die Grenzen kommt, springen wir ein. Mit unserer Erfahrung und dem Spezialtool activeDonor verarbeiten wir auch große Mengen. Und das nicht nur zu Spitzenzeiten.

gfs. fundraising data-driven

www.gfs.de

Moore als Klimahelden

Initiative zur Renaturierung von Moorböden nimmt Fahrt auf

Intakte Moore waren lange Zeit Mangelware. Das soll sich jetzt ändern. Die Stiftung Naturschutz Schleswig-Holstein will mit ihrem Programm „Biologischer Klimaschutz“ die Moore im Bundesland „zwischen den Meeren“ wieder in gigantische Kohlenstoffspeicher verwandeln.

Von JANA SCHMIDT und MATHIAS BÜTTNER

Das Kaltenhofer Moor im Sonnenuntergang

Moore sind die effizientesten Kohlenstoffspeicher der Welt. Sie bedecken nur drei Prozent der Erdoberfläche, speichern aber doppelt so viel Kohlenstoff wie alle Wälder zusammen. Das funktioniert allerdings nur, wenn die Moorböden nass sind. Heute sind etwa 90 Prozent der deutschen Moore entwässert, um die Flächen zu nutzen. Legt man Moorböden trocken – wie in den letzten 100 Jahren fast flächendeckend geschehen –, werden sie von Kohlenstoffspeichern zu echten Klimakillern und geben laufend CO_2 ab. Denn ist der einst gespeicherte Kohlenstoff nicht mehr von Wasser luftdicht abgeschlossen, verbindet er sich mit dem Sauerstoff der Luft zum Treibhausgas CO_2.

Klimakiller oder Klimaretter?

Wir müssen uns also immer wieder die gewaltige Rolle vor Augen führen, die diese unscheinbaren Biotope spielen: Trockengelegt sind sie wahre Klimakiller, intakt sind sie hingegen die Klimaretter schlechthin. Noch stammen fast sieben Prozent der gesamten deutschen Treibhausgasemissionen aus entwässerten Moorböden. Die Moore in Schleswig-Holstein geben jedes Jahr ca. 2,8 Millionen Tonnen CO_2-Äquivalente in die Atmosphäre ab – so viel wie der gesamte PKW-Verkehr im Land. Will Deutschland wirklich klimaneutral werden, müssen die Emissionen aus entwässerten Mooren gestoppt und die Speicherfunktion wieder aktiviert werden. Das Kompetenzteam Biologischer Klimaschutz bei der Stiftung Naturschutz Schleswig-Holstein wird bis 2030 auf 20 000 Hektar entwässerten Moorböden in Schleswig-Holstein den optimalen Wasserstand wiederherstellen. Das stoppt im ersten Schritt sofort die CO_2-Emissionen, nach wenigen Jahren beginnt die Torfschicht wieder zu wachsen und filtert aktiv CO_2 aus der Luft. Die Moore werden von Klimakillern wieder zu Klimaschützern.

Dr. Walter Hemmerling, Geschäftsführer der Stiftung Naturschutz Schleswig-Holstein, bringt es auf den Punkt: „Moor muss nass – und zwar sofort und im großen Stil.“ Seine Vision: Das moorreiche Bundesland Schleswig-Holstein soll zum riesigen Kohlenstoffspeicher werden. Gerrit Werhahn, Leiter des Kompetenzteams Biologischer Klimaschutz, erklärt: „Schleswig-Holstein positioniert sich mit dem neu aufgelegten Programm nach Windkraft und Wasserstoff erneut als Pionier im Klimaschutz.“

Dabei entstehen zugleich Lebensräume und ein oftmals letzter Rückzugsort für zahlreiche Pflanzen- und Tierarten. Das ist die zweite Funktion des Biologischen Klimaschutzes. Damit verbinden wir in Schleswig-Holstein zwei der drängendsten Themen dieser Zeit: die Begrenzung des Klimawandels und den Erhalt der Biodiversität.

Die ersten 20 Klimamoor-Projekte

Die Stiftung Naturschutz Schleswig-Holstein renaturiert bereits seit 40 Jahren Moore, bisher vor allem, um die letzten Lebensräume seltener moortypischer Arten zu retten und wieder zu vergrößern. Diese Erfahrung nutzen die Schützerinnen und Schützer der Vielfalt heute für den ambitionierten Klimaschutzplan. Das Ziel ist, bis 2030 weitere 20 000 Hektar trockengelegte Flächen wieder zu vernässen. Zusammen mit den bereits heute renaturierten Flächen senken sie die Emissionen aus Moorböden dann um 700 000 Tonnen CO_2 pro Jahr – ungefähr so viel, wie alle Einwohner von Flensburg jährlich ausstoßen.

Alle können etwas tun

Die Moor-Renaturierung, konkret die Wiedervernässung, ist ein umfangreicher Prozess, der einen langen Atem braucht – und unbedingt auch die Unterstützung der Menschen. Mit ihren Spenden können wir Moorflächen ankaufen und sie durch Renaturierungs-Maßnahmen wieder in ihren natürlichen Zustand zurückversetzen. Mit einer Spende von 160 Euro können wir beispielsweise 100 Quadratmeter trockenes Moor dauerhaft sichern. Unsere Moor-Expertinnen und -Experten sorgen mit einem ausgeklügelten Maßnahmen-Mix dafür, dass das Wasser bei Regenfällen auf den Flächen verbleibt und die Torfmoose wieder wachsen können.

Jana Schmidt verantwortet die Pressearbeit der Stiftung Naturschutz Schleswig-Holstein. Sie hat Vergleichende Literaturwissenschaft studiert und war Volontärin bei einem Radiosender. Seit 2010 schrieb sie für die Nachrichtenagentur dapd. Seit gut acht Jahren ist sie jetzt bei der Stiftung Naturschutz Schleswig-Holstein.
▶ www.stiftung-naturschutz-sh.de

Mathias Büttner ist bei der Stiftung Naturschutz Schleswig-Holstein für die Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Moor- und Klimaschutz zuständig. Er bringt über 20 Jahre Erfahrung in der professionellen Kommunikation mit dem fachlichen Wissen aus einem Masterstudium Nachhaltigkeitsmanagement zusammen. Seit über einem Jahr ist er Teil des Kompetenzteams Biologischer Klimaschutz bei der Stiftung Naturschutz.
▶ www.stiftung-naturschutz-sh.de

Berlin & online, 8. September 2022

Jahrestagung Stiftung&Sponsoring

Reform und Aufbruch – wie Stiftungen aus Herausforderungen Chancen machen

Ob neues Stiftungs- und Gemeinnützigkeitsrecht, Digitalisierungsschub oder Herausforderungen eines nachhaltigen Vermögensmanagements: Erfahren Sie aus erster Hand, **was die Stiftungswelt aktuell bewegt.**

Unsere Themen u.a.

- **Keynote: Wenn wir das geahnt hätten?** Eine Agenda für die Zukunft
- **Experteninterview** mit Ana-Maria Trăsnea
- **Die Stiftungs- und Gemeinnützigkeitsrechtsreform** – Neuerungen im Blick
- **Change-Management** für Stiftungen und NPO
- Workshops: **Stiftungsvermögen und Satzungs-Check/ Nachhaltigkeit**
- **Digitales Fundraising** und sich verändernde Kommunikation

Tagungsleitung: ***Prof. Dr. Hans Fleisch***

Tagungsprogramm und Anmeldung:

www.ESV-Akademie.de/sus2022

Medienpartner: Stiftung & Sponsoring

ESV AKADEMIE

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

Auf der Suche nach den Besten für Ihren Job?

Nicht mehr suchen, sondern endlich finden - auf

ngojobs.eu

FVA-Mitglieder sparen bis zu € 50 pro Jahr!*

*Sie erhalten den Gutschein-Code per E-Mail
(gilt für das Inseratenprodukt "Premium")

Philanthropie-Standort „Initiative Philanthropie“

Laut umfassender Untersuchung des Global Philanthropy Environment Index der Indiana University, USA, ist Liechtenstein Spitzenreiter, wenn es um optimale Rahmenbedingungen für gemeinnütziges Engagement geht. Auch Deutschland und die Schweiz kommen unter die Top-5-Nationen. Österreich hingegen hat im internationalen Ranking an Boden verloren und liegt deutlich hinter dem westeuropäischen Schnitt. Was die Gründe dafür sind und was die neue „Initiative Philanthropie“ bewegen soll, verrät der österreichische Fundraising-Experte Patrick Hafner im Gespräch.

Wie steht es um den philanthropischen Sektor in Österreich?

In zahlreichen Ländern steigt das philanthropische Engagement von Vermögenden konsequent an. Seit geraumer Zeit wird schon vom „Goldenen Zeitalter der Philanthropie“ gesprochen. Laut Spendenbericht des Fundraising Verband Austria wurden in Österreich im Jahr 2021 insgesamt 850 Millionen Euro gespendet. Das durchschnittliche Spendenaufkommen pro Einwohner*in liegt mit 90,50 Euro im europäischen Durchschnitt. In den Nachbarländern Schweiz oder Deutschland wird mit 222 Euro und 126 Euro allerdings deutlich mehr gespendet. Dieser Unterschied liegt zumindest zum Teil an der geringeren Beteiligung von Großspender*innen in Österreich. Während in Deutschland rund 50% der Gesamtspenden von der Gruppe mit dem höchsten Einkommen stammen, sind es in Österreich laut Bundesministerium für Finanzen nur rund 5%. Hinzu kommt, dass der Stiftungssektor bekanntlich sehr unterschiedlich entwickelt ist und insgesamt noch großes Potential aufweist.

Warum ist das so? Sind die Österreicher*innen weniger vermögend?

Studien, die Einblick geben, warum vermögende Menschen in Österreich Großspenden von mehreren hunderttausend Euro tätigen oder nicht, gibt es bislang nicht. Untersuchungen aus den Nachbarländern, UK oder den USA lassen wiederum nur bedingt Rückschlüsse auf Österreich zu. Es ist daher unklar, was mögliche Motivatoren oder Barrieren für das Engagement von Vermögenden sind.

Eines ist klar: Am Vermögen der Österreicher*innen liegt es jedenfalls nicht. Laut European Wealth Report liegt Österreich mit einem Pro-Kopf-Vermögen von 230 000 Euro in Europa auf Platz 5, noch vor Deutschland und Großbritannien. Der Global Wealth Report von Credit Suisse reiht Österreich weltweit auf Platz 14. Auch bei der Verteilung dieses Vermögens liegt Österreich auf einem Top-Platz: Die vermögendsten 10 % der Bevölkerung besitzen rund 57 % der Mittel. Der Anteil an Millionär*innen in der Bevölkerung liegt höher als in Deutschland, gleichzeitig bewegen sich nur 2 % aller Spenden über 1000 Euro.

Engagieren sich also vermögende Menschen in Österreich zu wenig?

Es ist gut möglich, dass sich bereits jetzt zahlreiche vermögende Österreicher*innen für gemeinnützige Zwecke engagieren. Aber es stellt sich die Frage, in welchem Ausmaß sie dies in Relation zu ihren finanziellen Möglichkeiten tun und warum dieses Verhältnis deutlich hinter jenem in Deutschland liegt. Einer der Hauptgründe dafür ist auf Seiten des Gesetzgebers festzumachen: Im Gegensatz zu vielen anderen Ländern sind entscheidende steuerliche und rechtliche Verbesserungen hierzulande seit Jahren ausgeblieben, was Österreich als Philanthropie-Standort zunehmend unattraktiv macht. Bis heute schließt der Gesetzgeber beispielsweise Spenden für Bildungszwecke im Land von der Spendenabsetzbarkeit aus.

Österreich mit Aufholbedarf – soll Akzente setzen

Ohne wegweisende Reformen der Bundesregierung verliert Österreich weiterhin engagierte Persönlichkeiten, die über Stiftungen gemeinnützige Anliegen hierzulande wesentlich fördern könnten.

Bemühungen und Akzente zur Stärkung des philanthropischen Bereichs gab es zwar mit dem „Gemeinnützigkeitspaket" 2015, das ein neues gemeinnütziges Stiftungsrecht und eine Reihe von Gesetzesänderungen umfasste, aber seither hat sich kaum mehr etwas weiterentwickelt. Erst die Gründung des Verbandes für gemeinnütziges Stiften hat wieder Bewegung in den Sektor gebracht. Neue Dynamik soll nun aus einer neuen, vom Fundraising Verband Austria angeregten Gemeinschaftsinitiative hervorgehen. 14 gemeinnützige Organisationen haben in einem ersten Schritt die „Initiative Philanthropie" gegründet. Mit Unterstützung von weiteren Kooperationspartnern und Interessengruppen zielen sie gemeinsam darauf ab, das Engagement von Hochvermögenden nachhaltig zu steigern und den Philanthropie-Standort Österreich insgesamt zu stärken.

Welche Aktivitäten sind geplant?

Um die Ausgangssituation besser zu verstehen, ist eine wissenschaftliche Studie inklusive Befragung vorgesehen. Dadurch sollen entscheidende Erkenntnisse über die Einstellung von vermögenden Menschen zum Thema Spenden gewonnen sowie hemmende und fördernde Faktoren identifiziert werden. Neben erstmaliger gezielter Öffentlichkeitsarbeit zum Thema, möchten wir in weiterer Folge konsequent in den partnerschaftlichen Dialog mit vermögenden Menschen treten und Best Practice Beispiele vor den Vorhang holen, um den angestrebten gesellschaftlichen Mehrwert langfristig zu generieren. Dialogformate und Bewusstseinsbildung werden hier ebenso eine Rolle spielen wie Kooperationen mit Akteur*innen der Vermögensverwaltung und politischen Entscheidungsträger*innen.

Ein erster wesentlicher Schritt war die Philanthropie-Tagung im Juni in Wien, bei der höchst renommierte Referent*innen, wie Andreas Treichl (ERSTE Stiftung), Dagmar Bühler-Nigsch (VLGST-Vereinigung Liechtensteinischer gemeinnütziger Stiftungen und Trusts), Karin Wagner (Österreichische Nationalbank) oder Norbert Zimmermann (Berndorf Privatstiftung und MEGA Bildungsstiftung) nötige Entwicklungsschritte für eine Kultur des Gebens unter Österreichs Hochvermögenden diskutierten.

Nicht zuletzt müssen wir auch die Zugänge der NPOs selbst reflektieren: Haben wir die Engagementmöglichkeiten und Beteiligungsangebote, die vermögende Menschen brauchen, um sich in größerem Maße zu engagieren? Haben wir unter den Fundraiser*innen zu diesem sehr spezifischen Fachbereich genug gut ausgebildetes Personal? Aus Organisationssicht müssen wir es letztlich schaffen, dass Vermögende Spenden und Zustiftungen stärker als Ventil und Chance für gesellschaftliche Veränderung und Weiterentwicklung wahrnehmen und als solche nutzen möchten.

© Fabio Eppensteiner

Patrick Hafner ist selbständiger Fundraising- und Strategieberater, Organisationsentwickler und Trainer. Sein Traum: eine Welt, in der alle mit Freude ihre Potenziale entfalten. Er ist seit über 20 Jahren in der NPO-Welt tätig, zuletzt als International Fundraising Director bei Light for the World und Campaign Manager an der Wirtschaftsuniversität Wien. Seit 18 Jahren ist Patrick Hafner zudem als CliniClown aktiv. Der persönliche Kontakt zu über 40 000 Menschen unter herausfordernden Lebensumständen haben ihn den Weg der Freude und des Spiels gelehrt.

29.
ÖSTERREICHISCHER
FUNDRAISING
KONGRESS

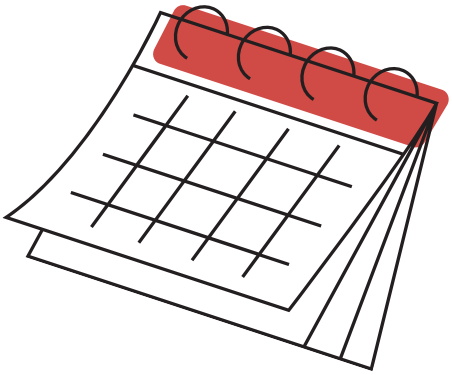
WANN?
10. - 12. 10. 2022

WO?
Europahaus Wien,
Österreich

SCHWERPUNKTE

>> Human Resources, Employer Branding & Leadership <<

>> Krisenmanagement & Krisenkoordinierung <<



alle weiteren Infos auf
www.fundraising.at/kongress/

Über 400 Teilnehmer:innen am SwissFundraisingDay in Bern

Mit 413 Teilnehmer:innen verzeichnete der diesjährige SwissFundraisingDay einen erneuten Rekord – sie alle fanden gut Platz in der Kursaal-Arena in Bern.

Erstmals seit drei Jahren fand der SwissFundraisingDay nach zwei coronabedingten «Herbstausgaben» wieder im Juni statt. Bei traditionell schönem Tagungswetter trafen sich 413 Teilnehmer:innen im Kursaal, um Impulse für ihre Fundraising-Arbeit im Alltag zu erhalten, ihr persönliches Netzwerk zu pflegen und auszubauen – und um die Gewinner:innen des Swissfundraising-Awards zu küren.

Von ROGER TINNER

Die Swissfundraising-Community wächst und wächst. Und das zeigt sich auch in den jährlich zunehmenden Teilnehmer:innen-Zahlen am SwissFundraisingDay. «Fundraising in einer Welt der Unsicherheit» hiess das Thema diesmal, und Swissfundraising-Präsidentin nahm dieses Thema mit bewegenden und berührenden Schicksalen aus dem Buch «Vor dem Monsun» der Journalistin und Asienkorrespondentin Karin Wenger auf, die Menschen und ihre Reaktionen in Extremsituationen schildert. Das Buch inspiriert dazu, «unsere eigenen kleineren oder Lebensdramen mit anderen Augen zu betrachten». Und so starteten die erwartungsfrohen Teilnehmer:innen in der Kursaal-Arena demütig in den Tag.

Junge Generation auf der Bühne

Die diesjährigen Keynote-Vorträge waren der jungen Generation vorbehalten: Zum ersten Mal in der Geschichte des SwissFundraisingDay überhaupt wurde der erste Vortrag im Plenum auf Französisch gehalten (und simultan übersetzt): Emilie Romon Carnegie, Country Director Schweiz bei Ashoka, ging dabei der Frage nach, was es für Antworten auf systemische Krisen und Probleme gebe und was für Folgen solche Krisen für das Fundraising haben. Und auch die Abschluss-Key Note hielten zwei ganz junge Co-Gründer:innen: Anna Herbst und Khalil

Radi sind Social Entrepreneurs und bauten innert kürzester Zeit ihre Organisation «Buy Food with Plastic» auf. Ihre Geschichte belegt, dass auch im NPO-Bereich eine neue Generation mit neuen Ansätzen und Ideen arbeitet und ihren Beitrag zur Bekämpfung von Not, Leid und Ungerechtigkeiten zu leisten bereit ist.

Eine Fülle von Impulsen und Debatten

In insgesamt neun Workshops konnten die Teilnehmenden Impulse und Erkenntnisse für ihre Arbeit gewinnen. Dabei war ein breites Spektrum vertreten: Eine erfolgreiche – und eben vom deutschen Hochschulverband ausgezeichnete – Capital Campaign der Universität St.Gallen war ebenso mit dabei wie neuste Erkenntnisse aus den Fachgruppen für Direktmarketing und Legate-Fundraising oder die Themen Fundraising-Strategie, Peer-to-Peer-Fundraising und Facebook-Spendenbutton (der in der Schweiz in absehbarer Zeit endlich kommen soll).

Besonders spannend und auch inhaltlich intensiv wird der SwissFundraisingDay jeweils am Nachmittag. Dann präsentieren die Finalist:innen für den Publikumspreis des Swissfundraising-Award ihre kreativen Fundraising-Kampagnen in fünfminütigen Pitches, bevor online ein:e Sieger:in gekürt wird (vgl. nebenstehenden Kasten).

Ein langer Abschluss-Apérol

Besonders geschätzt wurde auch dieses Jahr die Möglichkeit, sich im grosszügig gestalteten Foyer in den Pausen und am Ende des Tages an Sponsorenständen, Stehtischen und auch im Innenhof zu treffen und persönlich auszutauschen. Diesmal blieben viele besonders lange zusammen – der Nachholbedarf nach zwei eingeschränkten Jahren war offensichtlich gross.

Die diesjährigen Gewinner des Swissfundraising-Award: Valentin Rey, Schweizerisches Rotes Kreuz (erfolgreichste Fundraising-Aktion mit Ukraine-Nothilfe, links im Bild) und Yannick Lippuner von Inhalt und Form Werbeagentur (kreativste Fundraising-Aktion mit Züribrätt).

Swissfundraising-Awards verliehen

Erfolgreichste Fundraising-Aktion

Einen Tag nach dem Angriff Russlands auf die Ukraine beginnt das Schweizerische Rote Kreuz mit einer breit angelegten Online-Spendensammlung (die später auch mit anderen Kanälen wie Radio, Print und Telefon ergänzt wird). Bereits drei Tage später sind schon über 600'000 Franken an Spenden eingegangen, bis Ende März sind es über 10 Millionen. Es ist die erfolgreichste Online-Spendenkampagne in der SRK-Geschichte mit total 11,1 Mio. Online, 1,8 Mio. Offline und über 100'000 aus Peer-to-Peer-Aktionen.

Kreativste Fundraising-Aktion

Zur finanziellen und moralischen Unterstützung des Zürcher Nachtlebens während der Pandemie hat die Bar- und Clubkommission Zürich in Zusammenarbeit mit der Inhalt und Form Werbeagentur LSA ein Leiterspiel entwickelt und gestaltet, das Spielenden eine Nacht in den Strassen und Lokalen Zürichs ermöglicht, ohne dabei das Haus verlassen zu müssen. Mit elf der beliebtesten Clubs und Bars der Stadt konnte so nicht nur Geld für die Bar- und Clubkommission gesammelt, sondern auch den nun gelangweilten Nachtschwärmer:innen ein Stück Lebensfreude zurückgebracht werden.

Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Staatssekretärin wechselt zu Stiftung

Die Stiftung Zukunft Berlin (SZB) begrüßt eine neue Geschäftsführerin. Das Amt hat am 15. Mai 2022 die 54-jährige Politikwissenschaftlerin **Beate Stoffers** übernommen. Sie ist damit die Nachfolgerin von Stefan Richter, der nach neun Jahren bei der Stiftung andere berufliche Wege einschlagen will. Beate Stoffers hat zuvor unter anderem für die „Deutsche Kinderhilfe Direkt", die Wall AG und für mehrere Senatsverwaltungen gearbeitet, wobei sie vorwiegend im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit tätig war. Sie war außerdem Bildungsstaatssekretärin und koordinierte die Themen Digitalisierung und Schulbau. An ihrer neuen Aufgabe bei der SZB schätzt Beate Stoffers vor allem die thematische Vielfalt und freut sich auf die Zusammenarbeit mit den Stiftungsgremien.

Neue Geschäftsführerin bei „arbeit plus"

Melanie Spangler ist neue Geschäftsführerin von „arbeit plus – Soziale Unternehmen Tirol". Sie hat sowohl Berufserfahrung im Profit- als auch im Non-Profit-Bereich und verfügt über umfangreiche Kenntnisse in der Beratung. Als ausgebildete Pädagogin, Historikerin, systemische Beraterin und Mentaltrainerin bringt Melanie Spangler entscheidende Kompetenzen für ihre neue Tätigkeit beim Dachverband verschiedener sozialer Unternehmen in Tirol mit.

Ende einer Ära bei der „fit4future"

Stifter Dr. **Hans-Dieter Cleven** (Foto links) ist als erster Vorstand der „fit4future foundation Germany" zurückgetreten und wird nun Präsident des Kuratoriums. Seine Aufgaben im Vorstand übernimmt der bisherige Stellvertreter Robert Lübenoff (rechts im Bild). Dieser ist Initiator des Kinder- und Jugendprogramms „fit4future" und setzt bereits seit 2009 bundesweit Bewegungs- und Präventionsprogramme um. Außerdem ist er CEO der Agenturen lübMEDIA GmbH und planero GmbH.

Verstärkung für die Geschäftsführung

Die beiden Co-Geschäftsführerinnen des BUND Sachsen Almut Gaisbauer und Aglaia Rasch haben im Mai 2022 eine weitere Kollegin bekommen. Ab sofort übernimmt **Stephanie Maier** den umweltpolitischen und kommunikativen Bereich. Stephanie Maier hat einen Master in Umweltinformation, besitzt langjährige Erfahrung in der Zusammenarbeit mit verschiedenen Non-Profit-Organisationen und hat deren Öffentlichkeitsarbeit und Fördermittelakquise auf- und ausgebaut.

Geschäftsleitung von Pro Infirmis wieder komplett

Die Geschäftsleitung von Pro Infirmis hat sich neu aufgestellt und wird seit Januar von **Stéphanie Zufferey** und seit März von **Roland Thomann** komplettiert. Die Schweizer Fachorganisation für Menschen mit Behinderungen hat sich mit Stéphanie Zufferey eine erfahrene Führungskraft ins Boot geholt. Die studierte Politikwissenschaftlerin hat Weiterbildungen im Bereich Soziale Arbeit und Führung absolviert und war mehrere Jahre Sozialarbeiterin in einer leitenden Position. Für den Bereich Kommunikation und Fundraising ist ab jetzt Roland Thomann, ehemaliger Direktor der „Glückskette", zuständig. Er hat Politikwissenschaft, Publizistik sowie Sozial- und Wirtschaftsgeschichte studiert und verfügt über umfangreiches Wissen im Non-Profit-Bereich und in Agenturen.

Personalwechsel bei ANT-Informatik

Conny Blömer hat im Mai die Leitung der Beratung bei der ANT-Informatik GmbH übernommen. Sie ist seit 2019 als Projektleiterin im Unternehmen und verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in NPOs, davon zehn Jahre als selbstständige Organisationsberaterin. Sie löst Daniel Müller ab, der den Schritt in die Selbstständigkeit wagt, bei ANT aber weiterhin im Mandat tätig sein wird. Auch der Bereich Kundenerfolg hat mit **Dennis Klein** einen neuen Leiter. Er übernimmt mit seinem Team wichtige Aufgaben zur Betreuung und Unterstützung der Kundinnen und Kunden. Dennis Klein arbeitet bereits seit mehr als 20 Jahren mit Softwarelösungen im Gesundheitswesen und verfügt über Kenntnisse im Vertrieb sowie in der Planung und Umsetzung von Softwareprojekten.

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

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

Kinderrechtsexperte wird Kommunikationsvorstand

Mit 26 Jahren ist **Joshua Hofert** neuer Vorstand Kommunikation bei „terre des hommes“. Er wurde vom Präsidium des Kinderhilfswerks berufen und hat sein Amt in der Bundesgeschäftsstelle in Osnabrück am 1. Juni angetreten. Joshua Hofert ist bei „terre des hommes“ kein unbekanntes Gesicht. Bisher war er Leiter des Referats Politik und Programme und davor mehrere Jahre lang Mitglied im ehrenamtlichen „terre des hommes“-Präsidium, dem Aufsichtsrat des Vereins. Nachdem seine Vorgängerin Birte Kötter den Vorstand im Februar 2022 verlassen hat, ist dieser mit Joshua Hofert nun wieder komplett. Dem Vorstand gehören weiterhin Beat Wehrle, der zuständig ist für Programme, und Ursula Gille-Boussahia, die sich um Finanzen, Verwaltung und Personal kümmert, an.

Medienprofi wird neue Pressesprecherin

Die neue Pressesprecherin des Generalsekretariats des Deutschen Roten Kreuzes e.V. (DRK) heißt **Annette Dörrfuß**. Von 2015 bis 2021 war sie bei Ärzte ohne Grenzen tätig und hat dort die Abteilung Medien- und Öffentlichkeitsarbeit geleitet. Sie studierte Geschichte, Politik und Germanistik und hat die Deutsche Journalistenschule besucht. Mit ihrer neuen Aufgabe folgt Annette Dörrfuß auf Dr. Dieter Schütz, der nach zehn Jahren in den Ruhestand geht.

Staffelstabübergabe bei der Deutschen AIDS-Stiftung

Die Deutsche AIDS-Stiftung hat einen neuen Stiftungsratsvorsitzenden. Die Aufgabe hat zum 1. Juni 2022 Dr. **Ralf Kantak** übernommen. Er ist neben dem Deutschen Roten Kreuz und dem Pfarrer i.R. Rainer Ehlers einer der drei Urstifter der AIDS-Stiftung und zugleich Vorstandsvorsitzender der Süddeutschen Krankenversicherung a.G. Ralf Kantak folgt auf Reinhold Schulte, der nach zwölf Jahren als Vorsitzender des Stiftungsrats nun den Staffelstab weitergibt.

Nationaltorwart macht sich für Kinder stark

Der ehemalige österreichische Fußballnationalspieler und Tormann des SK Rapid Wien **Helge Payer** ist jetzt Ehrenbeauftragter von UNICEF Österreich. Er hat das Kinderhilfswerk schon mehrfach unterstützt, zum Beispiel beim Jubiläum „30 Jahre Kinderrechte“ und im Rahmen der Jubiläumskampagne zum 75-jährigen Bestehen von UNICEF. Vor 16 Jahren hat er außerdem die Non-Profit-Organisation „Helge Payer Torwartschule“ für Kinder ab sechs Jahren ins Leben gerufen.

Stiftungskuratorium bekommt Zuwachs

Die Bildungsministerin von Sachsen-Anhalt **Eva Feußner** und der Staatssekretär des Bundesfamilienministeriums **Sven Lehmann** sind neue Mitglieder im Kuratorium der Stiftung Lesen. Dieses unterstützt die Öffentlichkeitsarbeit der Stiftung, hilft beim Ausbau des Netzwerks und berät zur programmlichen Ausrichtung. Sven Lehmann will sich vor allem für den Zugang zu Bildung starkmachen, Eva Feußner setzt sich für Leseförderung als Zukunftsperspektive ein.

Trauer um Stiftungsgründerin Ute Steiger

Die Gründerin der Björn-Steiger-Stiftung **Ute Steiger** ist am 22. Februar 2022 im Alter von 88 Jahren verstorben. Sie gilt als die Wegbereiterin des modernen Rettungswesens, nachdem ihr Sohn Björn 1969 mit knapp neun Jahren bei einem Unfall ums Leben kam, weil der Rettungswagen erst nach einer Stunde eintraf. Zusammen mit ihrem Mann gründete sie daraufhin die Björn-Steiger-Stiftung, um das unzulängliche Rettungswesen in Deutschland zu verbessern.

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: 02151/4400-0, Fax: 02151/4400-55
info@van-acken.de, www.van-acken.de

„Führendes Ökosystem der Philanthropie“

Der Verwaltungsrat von „StiftungSchweiz“ hat Stefan Schöbi zum neuen CEO ernannt. Er folgt auf Peter Buss, der die Plattform vor zehn Jahren gegründet hat. Die größte Philanthropie-Plattform der Schweiz engagiert sich für eine digitale und zukunftsweisende Philanthropie. Stefan Schöbi tritt seinen Posten am 1. November 2022 an. „Ich freue mich außerordentlich, dass wir mit Stefan Schöbi eine erfahrene und profilierte Persönlichkeit gewinnen konnten“, meint Peter Buss. „Er wird StiftungSchweiz zusammen mit unserem engagierten Team als breit aufgestelltes und führendes Ökosystem der Philanthropie erfolgreich weiterentwickeln.“ Die letzten neun Jahre hat Schöbi den Migros-Pionierfonds aufgebaut und geleitet. Gleichzeitig steigt ein neu gebildetes Stiftungskonsortium mit einer Minderheitsbeteiligung bei „StiftungSchweiz“ ein.

▶ https://stiftungschweiz.ch

DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND
Wir stärken die Kultur des Gebens

faith+funds 2022
Fachtagung Fundraising für Kirche, Caritas, Diakonie & Orden

26. - 27. Oktober 2022
Evangelisches Augustinerkloster zu Erfurt

jetzt anmelden

Kurzgefasst …

Neue App Givt kommt – Pilotphase mit Kirchen

Die in den Niederlanden bekannte und beliebte App Givt ist jetzt in Deutschland gestartet. Überall dort, wo Menschen sonst Bargeld in Klingelbeutel, Spendenkörbe oder Opferstöcke werfen, können sie ab sofort mit Givt bequem per Smartphone spenden. Perspektivisch steht Givt in Deutschland für alle Wohltätigkeitsorganisationen zur Verfügung.

▶ https://givt-app.de

Spendensoftware „raisenext“ geht an den Start

Mit der Entwicklung der neuen All-in-One-Spendensoftware „raisenext“ haben die beiden IT-Spezialisten Christian Zillmann und Marc Petersen ein umfangreiches, modernes und cloud-basiertes Softwarepaket geschaffen. Eine Besonderheit ist das „raisenext“-Spenderportal, in dem die Spender direkt auf ihre Online-Spendenquittungen zugreifen, aber auch selbstständig Daten wie Adresse oder Bankverbindung ändern können.

▶ www.raisenext.de

Digitaler Kurs zur Flüchtlings- und Integrationshilfe

Mit dem dreimonatigen kostenlosen Zertifikatskurs „Flüchtlings- und Integrationshilfe“ vermittelt die SRH Fernhochschule – The Mobile University allen, die Schutzsuchende bei ihrem Start in Deutschland unterstützen möchten, das notwendige Fachwissen. Interessierte können sich bis 31.12.2022 direkt online auf der Seite der SRH Fernhochschule anmelden. Der Zertifikatskurs kann flexibel jederzeit gestartet werden und dank dem digitalen Lehrkonzept auch ortsunabhängig.

▶ www.mobile-university.de/fluechtlings-und-integrationshilfe

Campusleben digital: Home sweet home

Eine einsame Berghütte, darüber ein kreisrundes Lade-Symbol als Sonne. Mit diesem Motiv unter dem Titel „Home sweet home“ gewinnt der Design-Student Gabriel Weimer von der Hochschule Mannheim den ersten Preis des 36. Plakatwettbewerb des Deutschen Studentenwerks für Design-Studierende. Das Thema des Wettbewerbs: „Campusleben digital“.

▶ www.dsw-plakatwettbewerb.de

Misereor ändert sein Logo

Seit Mai präsentiert sich der Namens-Schriftzug des katholischen Werks für Entwicklungszusammenarbeit Misereor in Kleinschreibung. Er erhält zudem eine neue Unterzeile. Statt dem Slogan „Ihr Hilfswerk“ steht unter dem Namen „misereor“ der Dreiklang „Gemeinsam. Global. Gerecht.“.

▶ www.misereor.de

Spendenreport 2021: fundraiso.ch ist der wichtigste Online-Suchpartner von Schweizer Hilfswerken

fundraiso.ch ist Ihr Datenpartner in den Bereichen Stiftungen Schweiz & Liechtenstein, Schweizer Fördervereine und Sponsoren. Unsere Datenbank enthält auch international tätige Förderorganisationen im europäischen Ausland. Suchen Sie als Mitglied selbständig in unserer umfassenden Datenbank oder geben Sie uns eine Recherche nach Förderern in Auftrag!

«Wir schätzen fundraiso.ch als professionellen Partner für die Stiftungsrecherche in der Schweiz und Liechtenstein.»

Felizitas Dunekamp,

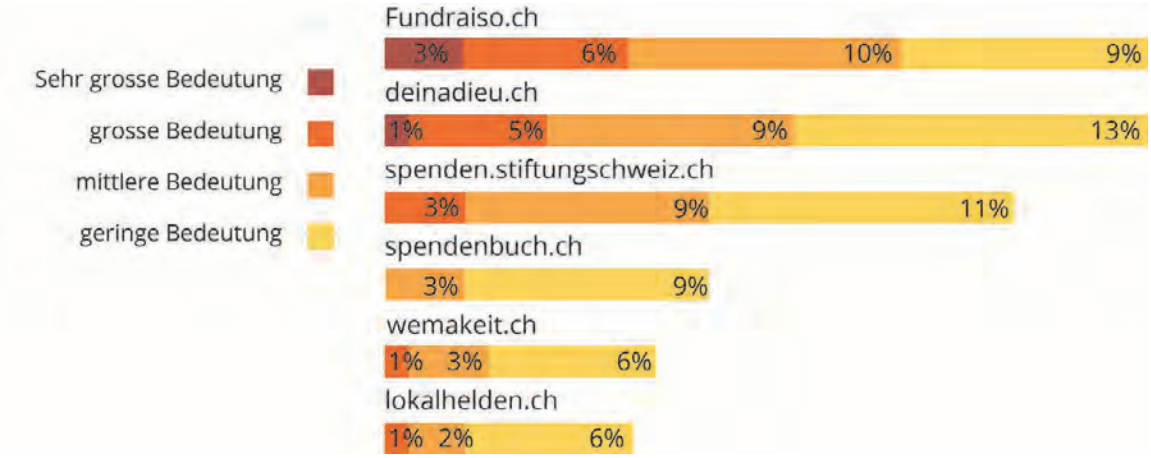
Geschäftsleiterin Dunekamp GmbH

DUNEKAMP

fundraiso.ch
Das Verzeichnis von Stiftungen, Fonds & Sponsoren

fundraiso.ch by InternetTime GmbH,
Soodstrasse 52, 8134 Adliswil, Tel. +41 43 377 89 75

Bedeutung von Spenden- und Crowdfundingplattformen für Hilfswerke



Quelle: Zewo-Spendenreport 2021

INTERNATIONAL

innovairre™
We Help People Who Help People

Innovairre Communications
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

20 Jahre
Den Spender im Herzen.

SOCIAL CALL fundraising GmbH
Über 20 Jahre Erfahrung am Telefon mit Spendern für mehr als 52 Organisationen.
Wir bieten:
- Klassisches Telefon-Fundraisingvon A bis Z
- In- und Outbound
- Spezialisierung auf Klein-/Großspender, Unternehmen
- Besonderer Service für Notfälle und Patenschaften
- Qualifizierte Agents sprechen sensibel und authentisch
- Innovationen wie SMS-Spende

Technologiestraße 8/3, Postfach 207 · 1120 Wien
Telefon: +43 (0)1 6023912-364
office@socialcall.at | www.socialcall.at

30 Jahre
Den Spender im Herzen.

DIRECT MIND GmbH
Fundraising aus Leidenschaft
- Sie suchen neue Spender?
- Wollen „nur" Adressen mieten?
- Brauchen eine Datenbank, mit Kennzahlen als Entscheidungshilfe?
- Wollen eine Telefon-Aktion starten?
- Suchen frische Kreationen mit einer Strategie, die den aktuellen Trend am Markt berücksichtigt?

Dieses erfahrene Team steht Ihnen mit Freude zur Seite.

Technologiestraße 8, Postfach 207 · 1120 Wien
Telefon: +43 (0)1 6023912-0
office@directmind.at | www.directmind.at

HSP Data Service GmbH
Fundraising Datenbank, IT-Services, Customer Care, Direct Marketing und Digital Fundraising – vereint unter einem Dach. Unsere Datenbank, das hsp SPOTLIGHT, ist das Herzstück aller unserer Spendenaktivitäten.
- Mitgliederwerbung und -betreuung
- Spender- und Gönnermailings
- Reaktivierung
- Fundraisingtelefonie
- Spendenlotterien, u.v.m.

Münzgrabenstraße 36/4 · 8010 Graz
Telefon: +43 (0)316 357080
office@hsp.at | www.hsp.at

HSP Serviceline Telefonmarketing GmbH
Professionelles Spendenmarketing macht die Identifikation mit der Organisation auch in unserem Telefongespräch erlebbar. Unsere spezialisierten Agents finden den richtigen Ton ...
- im WelcomeCall
- auf Hotlines
- bei der Mitgliederbetreuung
- beim Beitragsupgrade
- bei der Neuspendergewinnung
- bei Befragungen
- in der Kampagnenunterstützung

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 Menschen, die Ihr Anliegen unterstützen.
€ 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 spart Ihnen Zeit bei vielen praktischen Fragen. 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

Ambit Deutschland GmbH
Wir als Ambit Group sind als ein Microsoft-Gold-Partner im Non-Profit-Sektor tätig und unterstützen Organisationen bei der Umsetzung der anspruchsvollen Digitalisierungsprojekte. Das Herzstück bilden die CRM- und ERP-Lösungen.
Ambit Group hat auf der Microsoft-Plattform eine neue und einzigartige Fundraising-Lösung entwickelt.

Lankwitzer Straße 19 · 12107 Berlin
Telefon: +49 (0)30 7675849-0
berlin@ambit-group.com | www.ambit-group.com

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, Spendenwidget, 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 7022913
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

crt4good
- Consulting, Research, Training
- 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!

Wulmstal 8 · 21149 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 38079700
borcherding@crt4good.de | www.crt4good.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

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

adfinitas GmbH
- Strategische Fundraisingberatung
- Internationale Fundraisingprogramme mit europaweiter Präsenz
- Kreation & Text & Grafik & Produktion
- Full Service Direct Mail Fundraising
- Online Fundraising
- Zielgruppenberatung
- Spender-Upgrading & Dauerspendergewinnung
- Großspender- & Erbschaftsmarketing

Theaterstraße 15 · 30159 Hannover
Telefon: +49 (0)511 524873-0
info@adfinitas.de | www.adfinitas.de

SAZ Services GmbH

Sie suchen hier im Kleingedruckten nach einem erfahrenen Fundraising-Partner, der Ihre Anforderungen groß schreibt? Dann schonen Sie jetzt Ihre Augen und rufen Sie uns an. Wir sind Ihr Ansprechpartner wenn es um erfolgreiche Fundraising-Kampagnen geht:
- Neuspendergewinnung
- Spendenmailing
- Telefonische Spenderbetreuung (Lastschriften, Upgrades, Patenschaften, Bedankungen u. v. m.)
- Online-Fundraising
- Zielgruppen-Adressen
- Adress-Services
- Strategische Beratung, u. v. m.

SAZ, Fundraising das wirkt.

Gutenbergstraße 1 – 3 · 30823 Garbsen
Telefon: +49 (0)5137 88-1444
fundraising@saz.com | www.saz.com

marketwing Gruppe

Mit fast 100 erfahrenen Fundraising-Experten für IT- und Database-Marketing, Strategie, Kreation und Realisation sind wir europaweit aktiv. Wir helfen NPOs, die Finanzierung Ihrer Projekte dauerhaft und systematisch sicherzustellen. Die Analyse der Ist-Situation, Chancen und Ziele bestimmen die Strategie. Ob Print-Kampagnen, Spenden-Mailings, Online- oder Telefon-Fundraising: Wir übernehmen Verantwortung für nachhaltigen Erfolg!

Steinriede 5 a · 30827 Garbsen
Telefon: +49 (0)5131 45225-0
info@marketwing.de | www.marketwing.de

service94 GmbH

Sozialmarketing
Fundraising
Öffentlichkeitsarbeit

Dienstleistungen im Bereich Fundraising seit 1984

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
Kommunikationsservice für Vereine und Verbände
Unsere Mitgliederverwaltung hält Ihnen den Rücken frei
komserv-gmbh.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

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

Software-Lösungen für gemeinnützige Organisationen

Mit OPTIGEM die digitale Verwaltung Ihrer gemeinnützigen Organisation ganzheitlich optimieren. Vom Einzelplatz bis zu komplexen Serverlösungen und dezentralen Web- und Clouddiensten – OPTIGEM bietet seit über 20 Jahren Software und Module, persönlichen Support, Schulungen und hilfreiches Know-how für Ihre Spendenbuchhaltung, CRM, Fundraising u. v. m.

Hohenbuschei-Allee 1 · 44309 Dortmund
Telefon: +49 (0)231 18293-0
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

Ihr Unternehmen
fehlt hier noch?
Gleich eintragen unter:
fundraising-dienstleister.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

Starke Bilder, starke Worte
www.fundraising-profile.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*in, eine Kompaktfortbildung Fundraising-Referent*in, Tagesseminare, Grundlagenkurse, Online- und Inhouse-Seminare. Gerne vermitteln wir Ihnen auch ausgewiesene Referent*innen 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

pb direkt

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.

Kranstraße 8 · 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

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

Sebald Software
DaVinci® Spendenverwaltung
- Adressmanagement: Spender, Mitglieder, Patenschaften, Sonstige
- Adresspools
- rechtssichere Spenden- und Finanzbuchhaltung
- Quittungen, Dankbriefe, Serienbriefe
- Zahlungen/Banken, MT940/CAMT.53
- Datev-, Excel-, Fundraisingbox-, Standard-integrationen
- Projekte, Sonderzwecke
- Reporting
- Versand, Druck, Post

Häfnerhof 1 · 96250 Ebensfeld
Telefon: +49 (0)9533 980200
info@sebald-software.com | www.davinci4social.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

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 Zürcher Agentur FundCom beim Limmatplatz macht Marketingkommunikation, Medienarbeit und Fundraising mit viel Herzblut, off- und online.
Unsere Services:
- Beratung
- Blogs
- Crowdfunding-Kampagnen
- E-Mail-Marketing
- Google Ads
- Magazine
- Mailings
- Medienarbeit
- Spendenbriefe
- Social Media
- Texte mit Nutzwert
- Websites

Wir liefern Ihnen kreative Ideen und Inhalte mit Nutzwert. Buchen Sie jetzt ein kostenloses Erstgespräch.

Langstrasse 229 · 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.

Soodstrasse 52 · 8134 Adliswil
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 Fundraising & Data AG
Wir erreichen Menschen und Ziele.
Wir sind eine Schweizer Fundraisingagentur, die sich auf Public Fundraising und Stiftungsfundraising spezialisiert hat. Von der Neuspendergewinnung, -bindung und -upgrading, alles aus einer Hand. Für viele helfende Hände.

1. Fundraisinganalyse & Audit
2. Spenderadressen & Datenmanagement
3. Fundraisingberatung & Coaching
4. Production & Graphic
5. Stiftungsfundraising

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

Führungskräfte der Zivilgesellschaft

Entwicklungsprogramm „Leaders of Tomorrow“ – persönliche Eindrücke einer Pionierin

Was ist gute Führung im Kontext der Zivilgesellschaft? Das ist die zentrale Frage, mit der sich dieses ganz besondere Programm beschäftigt. Witzigerweise habe ich den Prospekt für Leaders of Tomorrow in der Januar-Ausgabe des Fundraising-Magazins entdeckt. Das Programm hat mich direkt angesprochen, da es inhaltlich auf sehr viele Fragen eingeht, mit denen ich mich als Mitgründerin und Geschäftsführerin der Aminu-Initiative seit Längerem beschäftige.

Von ANNA ZAAKI

Eine inszenierte Pressekonferenz dient den Teilnehmern als Übungs-Setting, rechts im Bild: Anna Zaaki

Ich habe also spontan meine Online-Bewerbung eingereicht, bei der ich mich bereits intensiv mit Fragen zu meinen Erfahrungen und Herausforderungen als Führungskraft beschäftigen musste. Im Anschluss folgte ein digitales Treffen mit Christian Osterhaus, einem der vier Mentoren des Programms, das mich sehr zuversichtlich stimmte.

Tatsächlich wurde ich aufgenommen und machte mich Ende März voller Vorfreude und Spannung auf den Weg Richtung Nürnberg, wo das einjährige Entwicklungsprogramm mit einer Intensiv-Woche startete. Intensiv war es im wahrsten Sinne des Wortes, denn kein Seminartag war kürzer als elf bis zwölf Stunden. Die vier Mentoren Miriam Wagner-Long, Jana Ledvinova, Jan Uekermann und Christian Osterhaus haben es geschafft, von Anfang an für eine vertrauensvolle Umgebung zu sorgen, sodass wir 15 Teilnehmenden uns jederzeit öffnen konnten und so umso intensiver von dem Austausch profitiert haben.

Individuelle Entwicklungspläne

Unsere Aminu-Initiative versteht sich als lernende Organisation, und auch mir persönlich ist es ein großes Anliegen, mich stetig weiterzuentwickeln und dazuzulernen. Das Besondere an Leaders of Tomorrow ist der Mix an theoretischem Input, großartigen Simulationen mit vielen Aha-Momenten und vor allem auch der Austausch mit den anderen Teilnehmern.

Die Pioniergruppe

Während das Programm im mittel- und osteuropäischen Raum bereits seit Jahren erfolgreich umgesetzt wird, sind wir im deutschsprachigen Raum die Pioniergruppe. Am Ende der Intensiv-Woche hatten alle Teilnehmer ihren individuellen Entwicklungsplan erstellt, an dem sie nun mit ihrem persönlichen Mentor beziehungsweise ihrer Mentorin ein Jahr lang arbeiten werden. Die monatlichen Mentoring-Sessions haben bereits begonnen und werden entsprechend unserer individuellen Bedürfnisse gestaltet. Darüber hinaus finden drei digitale Treffen mit der ganzen Gruppe statt, um gemeinsam an weiteren Themen zu arbeiten und das neue Netzwerk weiter zu stärken.

Was genau findet statt?

Abgerundet wird das Programm mit dem Leaders Summit im März 2023. Hier werden wir über die Erfolge und Herausforderungen bei der Umsetzung unseres ganz persönlichen Entwicklungsplans berichten und die neuen Teilnehmer kennenlernen, die

dann in ihr einjähriges Programm starten. Im Nachgang an die Intensiv-Woche wurde ich oft gefragt, was genau wir denn gemacht hätten. Und tatsächlich fiel es mir recht schwer, es in Worte zu fassen. Denn die Woche war so facettenreich mit vielen neuen Eindrücken, Denkanstößen, Auseinandersetzungen mit meiner eigenen Entwicklung und der unserer Organisation. Es hat noch Tage später in mir gearbeitet. Jetzt bin ich erst einmal dankbar und froh, Teil des Programms und dieses neuen Netzwerks zu sein. Ich bin mit vielen der Teilnehmern im Austausch, was für mich ein absoluter Mehrwert ist und sehr bereichernd, sowohl persönlich als auch beruflich.

Fundraising spielt eine Rolle

In unserer Gruppe sind einige ausgebildete Fundraiser, und auch alle anderen haben im Rahmen ihrer täglichen Arbeit Berührungspunkte mit dem Thema Fundraising oder sind in ihren Organisationen für diesen Arbeitsbereich verantwortlich. Fundraising, als eine wichtige Führungsaufgabe in jeder Organisation, spielt auch bei Leaders of Tomorrow eine wichtige Rolle. Denn immer wieder kamen wir Teilnehmer auf die Herausforderungen bei der Mittelbeschaffung zur Umsetzung unserer Arbeit zu sprechen. Umso schöner und wichtiger ist es, dass unsere Mentoren langjährige Erfahrungen im Fundraising mitbringen und ihren Wissensschatz mit uns geteilt haben.

Unterstützung erhalten

Bereits im Vorfeld-Programm musste auch ich meine Fundraising Skills anwenden, um mir die Teilnahme überhaupt zu ermöglichen. Für einen Teil der Kosten habe ich ein Stipendium direkt von der Stiftung Leaders of Tomorrow erhalten und für den anderen Teil konnte ich einen institutionellen Förderer davon überzeugen, dass dieses Programm wichtig für meine persönliche, aber vor allem auch für die Weiterentwicklung unserer Aminu-Initiative ist. Und die vorher gehegten Erwartungen haben sich bisher mehr als erfüllt.

Anna Zaaki ist Mitgründerin und Geschäftsführerin der Aminu-Initiative, die gemeinsam mit ihrer ghanaischen Partnerorganisation Cin Gaban Nima verschiedene Bildungsprogramme in und um Accra, der Hauptstadt Ghanas, umsetzt. Nach dem Abitur hat sie einen Auslandsfreiwilligendienst auf Jamaica und anschließend eine Ausbildung zur Fremdsprachenkorrespondentin gemacht. Nach Gründung des Vereins hat sie sich im Freiwilligenmanagement weitergebildet und an der Evangelischen Hochschule Darmstadt Non-Profit-Management studiert.
▶ www.de.leaders.ngo
▶ www.aminu.de

Um in einem TV-Spot über Tod und Sterben zu sprechen, kommen bei „Marie Curie UK“ Animationen zum Einsatz.

Schweigende Zurückhaltung?

Es gibt Wege, mit denen NGOs auch für Tabu-Themen Spenden sammeln können

Für Spenden zu werben, ist an sich schon anspruchsvoll genug. Organisationen, die sich zudem auch noch schwierigen, gesellschaftlich wenig „geschätzten“ Themen zuwenden, haben es noch schwerer. Trotzdem ist es möglich, mit Tabu-Themen Spender zu erreichen.

Von DAVID HARRISON
Deutsch von RICO STEHFEST

In einer Welt, in der immer weniger Menschen spenden, steht und fällt der Erfolg von Spenderakquise mit der Möglichkeit für den Einzelnen, sich mit den jeweiligen sozialen Themen und Hintergründen beschäftigen zu können. Gleichzeitig lässt sich eine Veränderung darin beobachten, wie Organisationen über längere Zeiträume hinweg ihre Ziele kommunizieren, weg von einem ursächlichen, emotional getriebenen Ansatz hin zu einem zusehends positiven, offenen Ansatz, der die „Story“ der NGO zeigt und mit einer vorwärts gewandten Bereitschaft für Veränderung punktet. Unser Forschungsprojekt hat sich den Gründen für diese strategische Veränderung gewidmet. Dabei sind wir der Frage nachgegangen, wie Organisationen Spender für besonders schmerzhafte oder tabuisierte Themen erreichen können.

Negative Emotionen

Schweigende Zurückhaltung ist eine häufige Reaktion, sich mental oder physisch von Tabus fernzuhalten. Dabei werden Tabus als „das Heilige“ schützend wahrgenommen, indem sie definieren, was sozial „akzeptables“ Verhalten darstellt. Ihre Anziehungskraft beziehen Tabus dabei aus dem „Risiko“, eben ein solches konventionalisiertes Tabu zu brechen. Ein solches Risiko kann internalisiert in Form einer negativen Emotion auftreten oder durch andere soziale Akteure dem Einzelnen auferlegt werden. Unabhängig von der Ursache des Risikos verursachen Tabus jedoch negative Reaktionen: Scham, Abscheu, Angst oder Schuld. Außerdem sind diese tiefsitzenden Reaktionen ein Ergebnis von Nähe und Unmittelbarkeit. Sie ziehen unsere Aufmerksamkeit nahezu komplett auf sich und verursachen so unsere Distanz zu Tabus.

Für NGOs bedeutet die Kommunikation eines Tabus in ihren Zielen enorme Widerstände. Marken sind dazu angehalten, ihre Werte zu kommunizieren, während sie gleichzeitig mit der Notwendigkeit des Abstands zu Gefühlen wie Abscheu oder Angst kämpfen, die sie verursachen.

Emotionale Flexibilität

Das führt dazu, dass Kommunikationsverantwortliche neue Wege finden, über ihre Zwecke zu sprechen, die diese negativen Reaktionen begrenzen. Gleichzeitig findet eine Ausrichtung hin zu mehr emotionaler und mentaler Flexibilität statt. Dabei sind drei Ansätze zu erkennen, die es Marken ermöglichen, tabuisierte oder schmerzhafte Themen zu akzeptierten zu machen. Es handelt sich dabei um Abgrenzung von der Realität und gemachten Erfahrungen der Menschen, um die klare Darstellung von Werten und das Schaffen von Hoffnung, mittels derer Spender motiviert werden können. Ersteres wird beispielsweise durch den Einsatz von Liedern, Animationen oder Metaphern erreicht, die eine Art Ablenkung entstehen lassen. Auch Humor kann bekanntlich Entlastung schaffen. Allerdings ist damit nicht

klassisches Storytelling gemeint, das in der Regel in einer gewissen Direktheit daherkommt. Für NGOs, die sich mit Tabu-Themen auseinandersetzen, sind vielmehr verdeckte Botschaften entscheidend, weil diese beim Empfänger eher eine empathischere und emotionalere Reaktion hervorrufen statt eine kognitiv abgewogene. Hoffnung hingegen ist in der Regel mit einer urteilsfreien Haltung verbunden, mittels derer sich leichter innere Widerstände überwinden lassen.

Neue und kreative Ansätze

So werden beispielsweise bei „Marie Curie UK" immer häufiger neue, kreative Ansätze gewählt, um über Tod und Sterben zu sprechen. Es kommen zum Beispiel Animationen zum Einsatz, die Redewendungen repräsentieren, mittels derer man sich in Großbritannien auf den Tod bezieht. Dazu gehört ein Jingle in lebhaftem Tempo, der die Animationen humorig interpretiert. Konkret wurde dabei das eigentliche Wort „Tod" tatsächlich umgangen und vermieden und kam erst beim nächsten Touchpoint zum Einsatz. Auf diese Weise lässt sich ein Spot zur besten Sendezeit erfolgreich im Fernsehen platzieren, familientauglich noch dazu. Das kann Türen öffnen, um tabuisierten Themen ihre Intensität zu nehmen.

Bewusstsein schaffen

Wenn wir die gegenwärtige Abnahme der Spenderzahlen überwinden wollen, müssen NGOs härter daran arbeiten, Strategien zu entwickeln, die es den Spendern ermöglichen, bestimmte Zwecke anzuerkennen und sich an den jeweiligen Lösungsansätzen zu beteiligen. Im Marketing ist oft die Rede von Greenwashing und einer gewissen Popularisierung bestimmter sozialer Zwecke, aber es braucht mehr Bewusstsein um die Widerstände gegenüber Tabus und darum, wie Organisationen durch diese Themen leichter hindurchnavigieren können.

Die kompletten Ergebnisse der Studie stehen auf der Homepage des britischen Fundraising-Think Tanks Rogare kostenlos zum Download zur Verfügung.

▶ *www.rogare.net/praxis-papers*

David Harrison ist seit drei Jahren im Dritten Sektor aktiv, zunächst als Fundraiser für „Marie Curie UK". Nebenher legte er seinen Master in Marketing ab und verfasste seine Dissertation zum Thema Tabus bei NGOs. Aktuell ist er für die Spenderentwicklung bei „Blind Veteran's UK" tätig.

▶ **www.blindveterans.org.uk**

Vom Online-Lead zur Spende

Erfolgreiche Praxisbeispiele für gemeinnützige Organisationen

Die digitale Leadgenerierung ist für Non-Profit-Organisationen ein unverzichtbarer Bestandteil für den kontinuierlichen Aufbau einer Spender-Community. Und diese wiederum gilt als Voraussetzung für ein erfolgreiches Fundraising im digitalen Zeitalter.

Von JAMES HERLIHY

Hier stellen wir Ihnen drei bewährte Strategien zur Leadgenerierung vor und werfen einen Blick auf die Voraussetzungen für deren Erfolg.

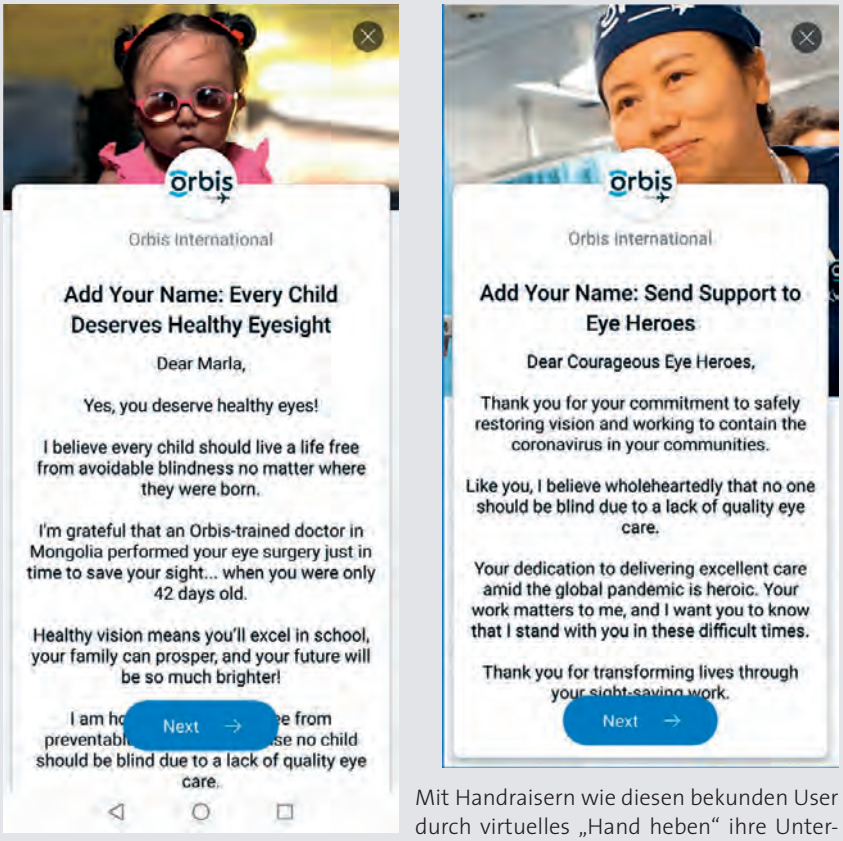
1. Petitionen, Aktivismus

Petitionen haben zum Ziel, Unterstützer zu mobilisieren, um damit einen politischen oder sozialen Wandel herbeizuführen. Diese Form des Aktivismus ist sehr beliebt. Die Hemmschwelle für eine Beteiligung ist gering, sodass Petitionen sehr gut zum Community-Aufbau genutzt werden können. Erfolgreiche Petitionen lassen sich anhand folgender Kriterien erkennen:

Themenrelevanz: Relevant ist ein Thema dann, wenn es viele Menschen persönlich betrifft, es Medienaufmerksamkeit erregt oder es eine emotional schockierende oder fesselnde Geschichte erzählt.

Theory of Change: Die Kampagne sollte Menschen davon überzeugen, dass sich genau jetzt eine einmalige Gelegenheit bietet, um wirklich eine Wirkung zu erzielen und sie diese Gelegenheit daher unmittelbar nutzen sollten.

Kreative Umsetzung: Echte Menschen und echte Situationen funktionieren am besten – insbesondere, wenn die Visuals nicht bis zur Perfektion feingeschliffen wurden. Darüber hinaus sollten Sie darauf achten, dass Texte immer leicht verständlich sind. Und unterschätzen Sie dabei nicht die Herausforderung, komplexe Sachverhalte in einfacher Sprache zu erklären, aber gleichzeitig die Integrität der Sache zu wahren und die Zielgruppe emotional anzusprechen.



Mit Handraisern wie diesen bekunden User durch virtuelles „Hand heben" ihre Unterstützung für ein Thema.

2. Handraiser

Bei einem Handraiser bekunden User durch virtuelles „Hand heben" ihre Unterstützung für ein Thema. Ähnlich wie bei einer Petition kann es sich um ein für die Menschen wichtiges Thema handeln, das derzeit nicht genügend Aufmerksamkeit in den Medien findet. Handraiser haben, anders als eine Petition, keine unmittelbare politische Wirkung. Sie können aber dennoch eine echte, positive Wirkung haben, da sie Ihre Community stärken und Awareness für ein bestimmtes Thema generieren.

Auch diese Form des Aktivismus kann zu einem schnellen Wachstum der Community führen, wenn einige wichtige Voraussetzungen erfüllt sind:

Themenrelevanz: Mitte 2020, als Menschen auf der ganzen Welt ihre Unterstützung für das Gesundheitspersonal zum Ausdruck brachten, haben wir einen Handraiser für Orbis International erstellt. Die Anzeigen griffen das Momentum auf und lenkten die Aufmerksamkeit auf Fachkräfte für Augenheilkunde – und waren damit zu diesem Zeitpunkt unmittelbar relevant.

Gemeinsame Werte: Die durch den Handraiser transportierten Werte müssen mit den Werten der Zielgruppe übereinstimmen.

Verbindung: Die Beispiele basieren darauf, dass die Teilnehmenden eine persönliche

Nachricht formulieren, mit der das Gefühl einer Verbindung zwischen den Teilnehmenden und dem Thema gestärkt wird. Dies kann das emotionale Engagement und die spätere Spendenbereitschaft erhöhen.

3. Gegenleistung

Bei einer Gegenleistung erhalten Teilnehmende von Ihrer Organisation etwas für die Angabe ihrer Kontaktdaten. Diese Strategie zielt zwar primär auf den Nutzen für die Zielgruppe ab, ist deswegen aber nicht weniger effektiv für die Organisation. Einige unserer erfolgreichsten Leadgenerierungs-Kampagnen bedienen sich genau dieses Mechanismus. Wichtige Faktoren sind:

Nutzen: Der angebotene Gegenwert kann entweder sehr relevant für eine spezifische Zielgruppe oder generischer sein (z. B. Armbänder oder ein bedruckter Stoffbeutel) und eine breitere Zielgruppe ansprechen.

Stringente Follow-up Journey: Leads, die durch eine Gegenleistung gewonnen wurden, sind womöglich anfänglich weniger an Ihrer gemeinnützigen Sache interessiert, da sie in erster Linie durch das kostenlose Angebot motiviert sind. Das muss per se nichts Schlechtes sein. Es bedeutet lediglich, dass man sofort nach der Leadgenerierung eine Beziehung zu diesen Personen aufbauen muss. Dies kann anhand einer hochwertigen und abgestimmten Serie von E-Mails realisiert werden, die auf Storytelling und Engagement basieren.

Dies sind nur drei Arten der Leadgenerierung, die von Non-Profit-Organisationen eingesetzt werden können, um ihre Online-Community aufzubauen. Es gibt zahlreiche weitere Mechanismen wie Umfragen, Erhebungen, Versprechen beziehungsweise Pledges, aus denen Sie die Ansätze zur Leadgenerierung auswählen können – und die am besten zu Ihrer Organisation passen.

Denken Sie außerdem daran: Die Leadgenerierung ist nur der erste Schritt einer langfristigen Beziehung zu Ihren Unterstützern. Darüber hinaus sollten Sie immer die gesamte Journey planen: Von der Leadgenerierung über den anschließenden Aufbau des Engagements hin zur Spenden-Conversion.

James Herlihy ist Director of Digital Strategy and Transformation für die Kampagnen-Agentur Socialminds. Zuvor war er sechs Jahre lang Digital Strategy Director bei „Pareto Fundraising" in Australien. Er verfügt über mehr als zehn Jahre Erfahrung im Bereich digitaler Aktionen für NGOs.
▶ www.socialminds.de

Über die Zakat hinaus

Wie islamische Philanthropie funktioniert und erfolgreich ist

Bekannte NGOs wie UNHCR und UNICEF haben in den letzten zehn Jahren große Fortschritte im Private Sector Fundraising erzielt. In jüngster Zeit arbeitet man mit spezifischen Programmen für muslimische Spender, insbesondere im Segment der Major Donors. Aber nicht nur.

Von MICHAEL GASSNER

Im Islam gilt die Sozialabgabe Zakat als dritte Säule des Glaubens, eine Pflicht, die jeder ab einer Freigrenze zu erfüllen hat. Zakat unterliegt bestimmten Auflagen in Hinblick auf Begünstigte und dass die Vermögenswerte diesen noch im selben Jahr zustehen. Nur wenn diese Auflagen erfüllt werden, können Zakatgelder für Projekte und Begünstigte verwendet werden. Andere Spenden sind frei nach eigener Entscheidung.Die Maecenata-Stiftung hat die Einstellung zu Spenden bei deutschen Muslimen untersucht: Die Zakat wird weiterhin praktiziert und anerkannt. Die gesamte Spendenhöhe, also Zakat plus freiwillige Spenden, ist in der Studie höher als bei anderen Konfessionen. Ähnliche Tendenzaussagen zeigten ausländische Studien in Großbritannien und den USA (Indiana University Lilly Family School of Philanthropy, Muslim American Giving Report).

Islamische Tugend: Spenden nicht öffentlich machen

Die Zahlen für besonders vermögende Muslime, insbesondere im Persischen Golf, sind bislang unbekannt. Sie können nur fallweise benannt werden, wenn sie ausnahmsweise in die Presse geraten, weil es per se als islamische Tugend gilt, mit seinen Spenden nicht öffentlich zu erscheinen. Dies zum einen, um die Begünstigten nicht zu beschämen, und zum anderen, um die innere Absicht des Gebens nicht durch Ruhm zu zerstören.

Beispiel UNHCR: Klein- und Großspenden

Das Flüchtlingshilfswerk der UN, das UNHCR, ist das anspruchsvolle Thema Zakat (*www.zakat.unhcr.org*) mit Partnern und einem eigenem Fundraising-Team in Dubai angegangen. Da die Zakat eine religiöse, gottesdienstliche Handlung ist, war die Frage, ob eine internationale, nicht-muslimische Organisation diese erfüllen darf. Dies wird derweil von einer Vielzahl von Gelehrten bejaht.

Online-Fundraising und eine spezielle Handy-App („GiveZakat“) runden die Maßnahmen ab, mit denen das UNHCR

gezielt den breiteren Spendenmarkt anspricht und mit dem lokalen Team in Dubai Großspenden akquirieren kann und die Spendensammlung regulatorisch korrekt umsetzt.

Im dritten Jahr erreichte der UNHCR mit islamischer Philanthropie mehr als zwei Millionen Begünstigte in 13 Ländern mit 61,5 Millionen Dollar, und 79 Prozent der verwendeten Gelder davon waren Zakat. Der Anteil von Klein- und Großspenden ist nicht aufgeschlüsselt.

Strategische Partner

UNICEF wählte im Bereich islamischer Philanthropie einen anderen Ansatz mit dem Global Muslim Philanthropy Fund in Zusammenarbeit mit der Islamischen Entwicklungsbank, IsDB, in Jeddah. Im Gegensatz zum UNHCR liegt bei UNICEF der Schwerpunkt auf strategischen Partnern, und Kleinspenden sind nicht Teil der Strategie.

Der UNICEF-Fonds kann Gelder von privaten und öffentlichen Stiftungen, Zakat-Agenturen, Unternehmen, Institutionen und Einzelpersonen sammeln. Neben IsDB und UNICEF sind zwei wichtige Partner im Verwaltungsrat des Fonds vertreten: der Abdul Aziz Al Ghurair Refugee Education Fund aus den Vereinigten Arabischen Emiraten und das King Salman Humanitarian Aid and Relief Centre aus Saudi-Arabien (KSrelief). Philanthropen, die 10 Millionen US-Dollar oder mehr bereitstellen, können für drei Jahre Mitglied des Verwaltungsrats des Fonds werden. Alle Geber werden aufgefordert, eine verbindliche Geberbeitragsvereinbarung (Donor Contribution Agreement, DCA) mit der Islamischen Entwicklungsbank zu unterzeichnen, die als Treuhänder des Fonds fungiert. Diese Zusammenarbeit bietet die Islamische Entwicklungsbank weiteren NGOs an. World Food Program, International Federation of the Red Crescent and Red Cross (IFRC), Save the Children und Ärzte ohne Grenzen sind in der Planungsphase, einige davon sind im Gespräch mit der Islamischen Entwicklungsbank.

Michael Gassner ist hauptberuflich als Head of Islamic Finance einer Schweizer Privatbank tätig sowie Mitglied des Scharia Board der Bosna Bank International. Als Mitglied des Beratungsgremiums des World Congress of Muslim Philanthropists unterstützt er das Global Donors Forum, die internationale Konferenz (geplant Oktober 2022), welche finanzielle und intellektuelle Ressourcen für die Schaffung sozioökonomischer Werte mobilisiert, die Menschen über alle Grenzen hinweg zugutekommen.

▶ www.islamicwealthmanagement.com
▶ www.globaldonorsforum.org

Wir digitalisieren
Non-Profit-Organisationen!

gruen.net/fm

GRÜN

Adressatenoptimiert drucken

Programmatic Printing im Fundraising

Der Gründer des größten diakonischen Unternehmens war zugleich auch der Erfinder des Spendenbriefes. Was Friedrich von Bodelschwingh bereits im 19. Jahrhundert praktizierte, wird mit den Online- und Print-Medien des 21. Jahrhunderts auf ein zeitgemäßes Niveau gehoben.

Von GERHARD MÄRTTERER

Zum Spendenbrief gab von Bodelschwingh den Rat: „Sende ihn zur richtigen Zeit mit der richtigen Aussage an die richtige Adresse." Intuitiv praktizierte er etwas, das heute in der internationalen Literatur als „Donor Centered Fundraising" bezeichnet wird. Dies, so Wikipedia, „setzt voraus, dass Wünsche, Motive und Einstellungen der Gebenden berücksichtigt werden und Kommunikation von hier aus geplant wird".

Der Sprung vom 19. ins 21. Jahrhundert

Was bei von Bodelschwingh noch ins Gedächtnis und Notizbuch passte, füllt heute Datensilos und Data-Lakes. Was beim Altmeister noch Einfühlungsvermögen und Bauchgefühl waren, besorgen heute Predictive Analytics und Zielgruppenmodelle. Gesteuert und verbreitet werden solche Donor Journeys von einem Customer Relationship Management (CRM) in Kombination mit einem Marketing Automation System (MAS). Mit diesem Instrumentarium erzeugen Fundraiser hochindividuelle One-to-One Kommunikation.

Der optimale Kanalmix

Thilo Reichenbach, Head of Brand & Digital bei Aktion Deutschland Hilft sagt dazu im Juni-Interview der Fachzeitschrift „ONEtoONE": „Marketing-Automatisierung findet bei uns vor allem im Bereich des E-Mail-Marketing statt. Den Bereich der Marketing-Automatisierung werden wir künftig ausbauen. Denn ein granulares, zielgruppengerechtes, automatisiertes Marketing ist in der Regel kosteneffizienter als das Gießkannenprinzip."

Reichenbach sieht in der Spende ein Vertrauensgut: „Die Spender müssen der Organisation schlicht vertrauen, dass diese die Spende gemäß des Spender-Willens gut umsetzt." Eine breite Markenbekanntheit dank klassischer Medien schaffe dieses Vertrauen. Aber den Spendenabschluss einleiten, das würden die dialogorientierten Kanäle in Online und Print am unteren Ende des Funnels.

Am weitesten entwickelt in der Marketing-Automation ist das E-Mail-Marketing. Was in Customer Journeys „The next best offer" ist, das wird in Donor Journeys zu „The next best action". Das können zum Beispiel Vorschläge für Patenschaften sein. Dabei werden gemäß den Analytics stets die für jeden Donortypus passenden Spenden empfohlen.

Print-Mailings in neuer Form

Doch E-Mails stoßen an Grenzen. Dann bietet sich eine Kombination mit dem im Fundraising bewährten Printkanal an. Allerdings in einer ganz neuen Form. Sie heißt Programmatic Print.

Programmatische Print-Mailings werden als Unikat erzeugt: je nach Zielperson passend

in Bilderwelt, Sprache und Wortwahl sowie im Angebot. So können Spenderlisten beispielsweise durch Zielgruppenmodelle wie Limbic Types angereichert werden. Wie das geht, beschreibt der Malteser Hilfsdienst und seine Agentur GFS Fundraising Solutions in den DDV-Branchentrends („Fundraising mit Gehirn"). Das Verblüffende dabei: Die Durchschnittsspende konnte bei der Testgruppe Performer um 33 Prozent erhöht werden.

Digital optimierte Druckprozesse

Alles wird digital auf Highspeed-Inkjet-Maschinen gedruckt. Die Zeiten sind passé, als Mailings noch im Rollenoffset farbig vorgedruckt und dann in Schwarz mit Namen und Adresse personalisiert wurden. Zu Offset-Zeiten mussten verschiedene Versionen noch hintereinander gedruckt und separat postaufgeliefert werden. Digitaldrucker denken in Unikaten. Viele Unikate – hintereinander in postalisch richtiger Reihenfolge – ergeben in Summe eine einzige Aussendung: optimiert für den Postversand gemäß den günstigsten Dialogpost-Tarifen der Deutschen Post.

Von Hard- und Software zur Brainware

Hardware und Software fürs Programmatic Printing sind etabliert. Doch die „Brainware" – also das Hirn der Marketiers – muss von Vorurteilen befreit und upgedated werden. In der Wirtschaftskommunikation geschieht dies bereits. Im Fundraising stehen wir noch am Anfang. Wissensvermittlung tut not.

Dazu wurde die PPA – Programmatic Print Alliance gegründet. Sie möchte ein Milieu des Wandels schaffen und damit einen Mindshift bei Marketiers wie Fundraisern bewirken. Die zehn Gründungsmitglieder kommen aus allen Bereichen des Programmatic Print. Alle lernen voneinander und geben ihr Wissen und Know-how in Seminaren, Kongressen und Symposien weiter.

Download der Studie „Fundraising mit Gehirn": *www.ddv.de/branchentrends-im-dialogmarketing-fundraising-mit-gehirn.html*

Dipl. Wirtsch. Ing. (FH) **Gerhard Märtterer** studierte Marketing und IT in Stuttgart. Seit 2005 entwickelt er mit Verlagen, Druckmaschinenherstellern und Softwarepartnern Projekte für personalisiertes Direktmarketing. Von 2013 bis 2018 transformierte er die Eversfrank-Gruppe vom Rollenoffsetdrucker zum Hybriddrucker. Seit 2018 ist Märtterer als „The ONE for One-to-One" weltweit lehrend tätig. 2020 gründete er mit dem HighText-Verlag die publizistische Plattform „ONEtoONE Programmatic Printing". Diese wurde 2022 erweitert um die praktische Arbeit der PPA – Programmatic Print Alliance.
▶ **www.maertterer.net**
▶ **www.programmatic-print.org**

mail alliance – eine Marke der mailworXs GmbH
Berner Straße 2 · 97084 Würzburg
T: 0931 660574-250 · F: 0931 660574-11
annett.zeise@mailalliance.net · **www.mailalliance.net**

mailalliance
Briefdienstleistung bundesweit vernetzt.

Keine „geschäftliche Handlung“

Das neue Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb und die Spendenwerbung

Ende März trat eine Änderung des Wettbewerbsrechts in Kraft, die der Diskussion, ob Spendenwerbung unter das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) fällt, ein neues und wohl entscheidendes Gegenargument hinzugefügt hat.

Von RALF RÖSLER

„Werbung“ im Sinne von § 7 Absatz 2 Nr. 3 UWG ist ein Unterfall der „geschäftlichen Handlung“, wie sich aus § 7 Absatz 1 Nr. 2 UWG ergibt. Bisher ließ es die Rechtsprechung und Kommentarliteratur dafür genügen, wenn diese Handlung zumindest mittelbar dazu diente, den entgeltlichen Absatz oder den Bezug von Waren oder Dienstleistungen zu fördern. Das wurde zum Teil auch bei dem Einwerben von Geldspenden durch gemeinnützige Organisationen (NPOs) angenommen, wenn (kumulativ):

- die Verwendung der Spenden für einen bestimmten Zweck versprochen wird (Dienstleistung) und
- die NPO die Aufwendungen für ihre Mitarbeiter (Gehalt, Honorar, Provision usw.) aus dem Spendenaufkommen finanziert (Entgelt) und
- die Spendenwerbung und Spendenverwendung dauerhaft, das heißt planmäßig und nicht nur gelegentlich, betrieben wird (Unternehmereigenschaft).

(So Köhler/Bornkamm, UWG-Kommentar, 39. Auflage 2021, § 2 Rdnr. 41, VG Köln vom 11.12.2013, Az.: 1 L 1345/13 und grundsätzlich LG Köln vom 11.12.2007, Az.: 33 O 195/07.)

Das Vorliegen der Unternehmereigenschaft ist Voraussetzung für folgende Argumentation: Die Dienstleistung des Spendenzwecks (z. B. medizinische Betreuung für Bedürftige) steht insofern mittelbar in einem Zusammenhang mit der Bezahlung der Mitarbeiter der NPO, die diese Dienstleistungen aus den eingeworbenen Spenden erbringen oder veranlassen. Diese Bezahlung soll daher mittelbar das vom Spender geleistete Entgelt für die gegenüber Dritten erbrachte Dienstleistung sein.

Geschäftliche Handlung neu definiert

Nur wenn die eingeworbenen Geldspenden zu 100 Prozent in gemeinnützige Zwecke fließen und keine Verwaltungskosten der NPO damit bezahlt werden, unterfällt die Spendenwerbung nach dieser Auffassung nicht dem Anwendungsbereich des UWG, da es an einer „geschäftlichen Handlung“ fehlt. Die „geschäftlichen Handlung“ wird nun in § 2 Absatz 1 Nr. 2 UWG durch Art. 1 des Gesetzes zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht vom 10.08.2021 mit Wirkung seit 28.05.2022 wie folgt neu definiert:

„§ 2 UWG Begriffsbestimmungen (1) Im Sinne dieses Gesetzes ist (...) 2. „geschäftliche Handlung“ jedes Verhalten einer Person zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens, bei oder nach einem Geschäftsabschluss, das mit der Förderung des Absatzes oder des Bezugs von Waren oder Dienstleistungen oder mit dem Abschluss oder der Durchführung eines Vertrags über Waren oder Dienstleistungen unmittelbar und objektiv zusammenhängt“.

Unmittelbarer Zusammenhang mit einer Absatzförderung

Die gesetzliche Definition des Begriffs der „geschäftlichen Handlung“ wird damit um das Erfordernis eines „unmittelbaren“ Zusammenhangs zwischen der Handlung und der Absatzförderung ergänzt. Diese Klarstellung entspricht der Definition der „Geschäftspraktik“ in Art. 2 lit. d der UGP-Richtlinie 2005/29/EG, die sich nach Auffassung des Gesetzgebers bisher nicht ausreichend im Gesetzestext widerspiegelte. Eine Handlung muss daher in einem unmittelbaren Zusammenhang mit einer Absatzförderung stehen, um eine „geschäftliche Handlung“ nach dem UWG zu sein, ein allein mittelbarer Zusammenhang genügt nicht (mehr).

Keine Entgelte, keine Ware – keine geschäftliche Handlung

Im Rahmen einer Spendenwerbung schildert eine NPO gewöhnlich ihre gemeinnützige Tätigkeit und bittet hierfür um Unterstützung in Form einer Geldspende. Sie bietet dem Adressaten aber unmittelbar keine Waren oder Dienstleistungen gegen Entgelt an. Ein Spender erhält für seine Spende weder gegenüber der NPO noch gegenüber einem Dritten einen Anspruch auf eine Ware oder eine Dienstleistung. Die reine Spendenwerbung steht also in keinem unmittelbaren Zusammenhang mit einer Absatzförderung; sie ist keine geschäftliche Handlung und unterfällt daher nicht dem UWG.

In der Konsequenz dürfte damit die Spendenwerbung auch dann nicht (mehr) unter das UWG fallen, wenn die eingeworbenen Geldspenden nicht vollständig in gemeinnützige Zwecke fließen, sondern auch zum Teil die Verwaltungskosten der NPO damit bezahlt werden. ◘

Ralf Rösler ist seit 1996 Rechtsanwalt. Er gestaltet in seiner Herforder Kanzlei Wirtschaftsverträge und Geschäftsbedingungen und berät seine Mandanten im Medienrecht und Datenschutzrecht. Daneben führt er Kompaktseminare und Mitarbeiterschulungen zum Datenschutz durch, unter anderem für die Fundraising Akademie bei Einführung der Datenschutz-Grundverordnung.
▶ www.roesler.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-FUNDRAISING.CH

WALTER SCHMID
FUNDRAISING & DATA

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

Seminare und Tagungen im Überblick

JULI

Netzwerktreffen
der Kulturfundraiser*innen
19.07., Wien
www.fundraising.at

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

NPO Frauennetzwerk – Netzwerktreffen
23.08., Wien
www.npo-frauennetzwerk.at

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

11. Basler Stiftungstag
30.08., Basel
www.stiftungsstadt-basel.ch

SEPTEMBER

Schweizer Stiftungssymposium 2022
01.09., Aarau
www.swissfoundations.ch

Start CAS Kommunikation für Nonprofit-Organisationen
01.09., Olten
www.fhnw.ch

Der Non-Profit-Arbeit noch mehr Sinn geben: Ziele & Zielgruppe definieren
02.09., Webinar
www.skala-campus.org

Intensiv-Lehrgang: Unternehmerisches Management und Innovation in NPO
04.–09.09., Saanen
www.vmi.ch

Start Fortbildung Fundraising-Referent*in
05.09., diverse
www.fundraisingakademie.de

Management-Führungskräfteprogramm für Non-Profits
05.–09.09., Düsseldorf
www.stiftungsakademie.de

NPO Finanzkonferenz 2022
07.09., Rotkreuz, Schweiz
www.npofinanzforum.ch

Basiskurs Freiwilligenkoordination
07.–09.09., Berlin
www.ehrenamt.de

Jahrestagung Stiftung&Sponsoring 2022
08.09., Berlin und online
www.esv.info

Start DAS Fundraising Management
09.09., Winterthur
www.zhaw.ch

Start CAS Fundraising Operations
09.09., Winterthur
www.zhaw.ch

Woche des bürgerschaftlichen Engagements
09.–18.09., Berlin
www.engagement-macht-stark.de

Ausbildungsgang Strategisches Freiwilligenmanagement (Modul 3)
12.–14.09., Berlin
www.ehrenamt.de

Fundraisingtag München 2022
13.09., München
www.fundraisingtage.de

Zewo-Tagung 2022:
New Normal für NPO –
Zeit für etwas Neues?
13.09., Zürich
zewo.ch

Start: CAS Fundraising Leadership
16.09., Winterthur
www.zhaw.ch

Der Non-Profit-Arbeit noch mehr Sinn geben: Ergebnisse messbar machen
16.09., Webinar
www.skala-campus.org

Seminar: Storytelling / Kommunikation
17.09., Zürich
www.vitaminb.ch

Seminar: Praktischer Datenschutz und IT-Sicherheit für kleinere Organisationen
19.09., Köln
www.bfs-service.de

Thementag: Gemeinsam Engagement fördern?! Über Möglichkeiten der Zusammenarbeit von Freiwilligenagenturen und Kirchengemeinden
19.09., Kassel
www.bagfa.de

Vertiefungskurs Freiwilligenkoordination
19. & 20.09., Berlin
www.ehrenamt.de

Gesprächskreis Kapitalanlage für Stiftungen
22.09., Stuttgart
www.die-stiftung.de

12. Kongress der Sozialwirtschaft
22. & 23.09., Magdeburg
www.sozkon.de

CAS Freiwilligen-Management
22.09.–18.03., Olten
www.kampagnenforum.ch

Major Donors: Finden, gewinnen, binden – Alles zum Grossgönner-Fundraising
23.09., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Kommunale Demokratie neu denken. Herausforderungen – Trends – Projekte
23.–25.09., Bonn
www.mitarbeit.de

Frankfurter Ehrenamtsmesse 2022
24.09., Frankfurt am Main
www.frankfurt.de

Deutscher Fundraising Kongress 2022
25.–27.09., Berlin
www.fundraising-kongress.de

18. Deutscher Verbändekongress
26. & 27.09., Berlin
www.verbaendekongress.de

Modularer Lehrgang Stiftungsmanagement
26.09.–04.11., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Fortbildung „Stiftungsmanager*in (FA)"
26.09.–26.01., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Organisationen digital aufstellen
27. & 28.09., Berlin
www.ehrenamt.de

Großspenden-Fundraising – Wie Sie Großspendende für Ihre gute Sache gewinnen
28.09., München
www.ibpro.de

Deutscher Stiftungstag
28.–30.09., Leipzig
www.stiftungen.org

Kirchenfundraisingtag 2022
„Fördern und Bitten"
29.09., Online-Tagung
www.kirchenfundraising.de

Workshop: Arbeit im Verein: Gemeinnützigkeit und Finanzierungsstrategien (-perspektiven?)
30.09.–01.10., Erlangen
www.mitarbeit.de

OKTOBER

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

Seminar: Nachlass-Marketing
07.10., Zürich
www.kampagnenforum.ch

29. Österreichischer Fundraising Kongress 2022
10.–12.10., Wien
www.fundraising.at

Gesprächskreis Kapitalanlage für Stiftungen
13.10., Frankfurt am Main
www.die-stiftung.de

Basiskurs Freiwilligenkoordination (intensiv)
15. & 16.10., Berlin
www.ehrenamt.de

Intensiv-Lehrgang: Strategische Führung in NPO
16.–21.10., Saanenmöser
www.vmi.ch

Strategisches Management und Management-Modelle in Non-Profit-Organisationen
18.10., Köln
www.bfs-service.de

Spendenrecht und Rechnungslegung für Fundraiser/Spendensammler
18.10., Köln
www.bfs-service.de

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

Seminare und Tagungen im Überblick

28. NPO-Kongress
19. & 20.10., Wien
www.controller-institut.at

Seminar: Stiftungsfundraising – wie geht das?
25.10., Zürich
www.swissfundraising.org

faith + funds 2022
26. & 27.10., Erfurt
www.dfrv.de

WBK Basics Fundraising Management
27. & 28.10., Winterthur
www.zhaw.ch

NOVEMBER

Seminar: Erfolgreich Sponsoren und Spender gewinnen und binden
02. & 03.11., Düsseldorf
www.kbw.de

Kulturfundraising-Tagung
03.11., Zürich
www.swissfundraising.org

Workshop: Netzwerk Demokratie stärken: Demokratie-Initiativen ermutigen & fördern
04. & 05.11., Köln
www.mitarbeit.de

Gut und lustvoll zusammenarbeiten
05.11., Zürich
www.vitaminb.ch

Intensiv-Lehrgang: Organisation in NPO
06.–11.11., Schwarzsee
www.vmi.ch

Kinder- und Jugendmarketing für Veranstaltungen
07.11., Frankfurt am Main
www.kbw.de

Strategisches Fundraising: Von der Fundraising-Strategie zum Fundraising-Konzept
07.11., Berlin
www.npo-academy.com

Intensiv-Lehrgang Strategisches Finanzmanagement in NPO
07.–11.11., Gunten
www.ceps.unibas.ch

Zertifikatslehrgang: Fundraising in Vereinen und NPOs
07.–12.11., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: Die Stiftungsgeschäftsführung
08.11., Köln
www.bfs-service.de

Seminar: Großspenden-Fundraising
08.11., Berlin
www.npo-academy.com

Schweizer Stiftungstag 2022
09.11., Olten
www.profonds.org

Seminar: Training für erfolgreiche(re) Spendenmailings
09.11., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: Erfolgreich Mitglieder für Non-Profit-Organisationen gewinnen und binden
09. & 10.11., Düsseldorf
www.kbw.de

Eberbacher Stiftungskreis – Erfolgreiches Leadership und werteorientierte Führung
09. & 10.11., Kloster Eberbach
www.stiftungsakademie.de

Basiskurs Freiwilligenkoordination
09.–11.11., Berlin
www.ehrenamt.de

Seminar: Online-Fundraising
10.11., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: Gemeinnützigkeit und Steuerrecht – Vereine, gGmbH, gemeinnützige Stiftungen und gemeinnützige Körperschaften in öffentlicher Trägerschaft
10. & 11.11., Berlin und online
www.kbw.de

Seminar: Arbeit im Verein: Gründung und Grundlegung
11. & 12.11., Heidelberg
www.mitarbeit.de

Seminar: Vereinsfinanzen (für Kassierer/innen)
12.11., Zürich
www.vitaminb.ch

Seminar: Ihre Database als Fundraising-Instrument – Wie Sie mit modernem Database-Fundraising Ihre Fundraising-einnahmen erhöhen
12.11., Berlin
www.npo-academy.com

Workshop: Zivilgesellschaftliche Netzwerke partizipativ und erfolgreich starten
18. & 19.11., Stuttgart
www.mitarbeit.de

Seminar: Vereinsfinanzen (für Kassierer/innen)
19.11., Zürich
www.vitaminb.ch

Start berufsbegleitender Lehrgang: Fördermittelmanager/-in für gemeinnützige Organisationen (FLA)
23.11., diverse
www.foerder-lotse.de

Frankfurter Stiftungstag 2022
24.11., Frankfurt
www.frankfurter-stiftungen.de

Seminar: Kommunikation, Öffentlichkeits- und Medienarbeit für Verwaltungen und Vereine
24.11., Frankfurt
www.kbw.de

Workshop: Kommune gemeinsam gestalten. Regelungen & Leitlinien für die Bürgerbeteiligung erarbeiten
25. & 26.11., Mühlheim an der Ruhr
www.mitarbeit.de

Intensiv-Lehrgang: Digitale Transformation in NPO
27.11.–02.12., Engelberg
www.vmi.ch

Seminar: Gemeinnützigkeit und Umsatzsteuerrecht sozialer Betriebe
30.11., Berlin
www.bfs-service.de

mailingtage TV
365 Tage Business-TV im Netz
Das Leitevent für
++ portooptimierte Zustellung
++ sensorische Markeninszenierung
++ crossmediale Dialoge, die für eine effektive Werbewirkung Online-Tools mit Offline-Medien kombinieren!
www.mailingtage.de

DEZEMBER

Seminar: Projektmanagement: Grundlagen für den Non-Profit und sozialen Bereich
06. & 07.12., Berlin und online
www.kbw.de

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

ConSozial 2022
07. & 08.12., Nürnberg
www.consozial.de

Ihr Termin fällt hier nicht auf?

Mit einer Kalender-Anzeige im Fundraising-Magazin machen Sie effektiv Werbung für Ihre Veranstaltungen. Sorgen Sie hier für mehr Bekanntheit und laden Sie neue Besucher ein!

Eine Kalender-Anzeige im Fundraising-Kalender (42 mm breit x 42 mm hoch) kostet **nur 99,– €***

Senden Sie bitte einfach Ihre Veranstaltungshinweise und Kalender-Anzeigen an: termin@fundraising-kalender.de
Redaktionsschluss und Erscheinungstermin erfahren Sie unter www.fundraising-magazin.de

Haben Sie Fragen zu Kalender-Anzeigen, sprechen Sie bitte mit Matthias Daberstiel.
Telefon: +49 (0)3 51/8 76 27-70, termin@fundraising-kalender.de

* zuzüglich Mehrwertsteuer, gilt ausschließlich für Kalender-Anzeigen!

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

Österreich im Fokus

Europahaus Wien wieder Gastgeber des Fundraising-Kongresses

Human Resources, Employer Branding & Leadership und Katastrophenhilfe: Mit diesen Themen lockt der Fundraising-Verband Austria im Oktober wieder nach Wien zum Österreichischen Fundraising-Kongress und verspricht wie immer viele spannende Vorträge und inspirierende Gespräche. Wie gewohnt warten die ersten beiden Tage mit Keynotes und Workshop-Sessions auf, gekrönt von einem „interaktiven Abschluss". Vielleicht dürfen die Teilnehmer wie im vergangenen Jahr dabei ja wieder auf eine „Traumreise" gehen. Vorher aber bringt der Montag natürlich die beliebte Fundraising-Award-Gala. Der Early-Bird-Tarif ist dabei nicht zeitlich begrenzt, sondern gilt, solange der Vorrat reicht. Da heißt es also: Ran an die Tasten!

Fundraising-Kongress Österreich vom 10. bis 12. Oktober in Wien

▶ www.fundraising.at/kongress

zh aw School of Management and Law

AACSB ACCREDITED Seit 2015

Möchten Sie Ihre Kompetenzen im Fundraising vertiefen?

Studiengänge Fundraising Management (MAS/DAS/CAS)

Berufsbegleitende Weiterbildung mit flexiblen Startmöglichkeiten:
– Fundraising Operations (Herbst 2022)
– Fundraising Leadership (Herbst 2022)
– Fundraising Strategies (Frühling 2022)

Auch für Teilnehmende aus Deutschland.

www.zhaw.ch/zkm/fundraising

Jetzt anmelden!

Kurzgefasst …

Basler Stiftungstag

Der diesjährige Basler Stiftungstag stellt den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die Solidarität zwischen den Generationen ins Zentrum. Das Forum „Netzwerk" bietet erneut die Möglichkeit, sich mit den Vorstandsmitgliedern von „Stiftungsstadt Basel" über aktuelle Fragestellungen auszutauschen. Veranstaltungsort ist der Neubau des Biozentrums.

▶ www.stiftungsstadt-basel.ch

faith + funds

Für den 26. und 27. Oktober sollten sich Kirchen-Fundraiser einen Ausflug ins Evangelische Augustinerkloster in Erfurt im Kalender festhalten. Dann findet die diesjährige Ausgabe der „faith + funds" statt. Sessions, Masterclasses und Pecha Kuchas: Auf die Programmdetails dürfen sich alle aus Caritas und Diakonie freuen. Und alle anderen natürlich auch.

▶ www.dfrv.de/events/faithfunds-2022

Jahrestagung Stiftung & Sponsoring 2022

Reform und Aufbruch – wie Stiftungen aus Herausforderungen Chancen machen: Bei der Jahrestagung Stiftung & Sponsoring ist Optimismus angesagt. Am 8. September lädt dafür der Erich-Schmidt-Verlag nach Berlin. Und ganz zeitgemäß setzt die Veranstaltung auf ein hybrides Format. Online kann man von überall her dabei sein. Bis 18. August gilt noch der Frühbucher-Preis.

▶ www.esv.info

Fair Friends

Ende August kann man entspannt am Strand in der Sonne liegen. Man kann sich aber auch informieren, was es Neues gibt auf dem Fair-Trade-Markt. Vom 26. bis 28. August lädt die Nachhaltigkeitsmesse „Fair Friends" wieder in die Messe Dortmund. Wer einen Tag eher anreisen kann, sollte sich den Fachtag fü;r Nachhaltige Beschaffung nicht entgehen lassen.

▶ www.fair-friends.de

Frankfurter Ehrenamtsmesse

Noch immer nicht das passende Ehrenamt gefunden? An rund 40 Messeständen präsentieren fast 50 verschiedene Frankfurter Vereine, Organisationen und Initiativen am 24. September ihre Arbeit in den Frankfurter Römerhallen. Eine Teilnahme ist für die Organisationen kostenfrei, auch für interessierte Besucherinnen und Besucher kostet die Messe keinen Eintritt.

▶ www.frankfurt.de

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

Perspektiven

Was sind die Rahmenbedingungen, mit denen sich Stiftungen aktuell konfrontiert sehen? Welche Entwicklungen beeinflussen den Sektor in den nächsten Jahren? Und wie wirkt das Stiftungswesen auf unsere Partner, die Politik und die Gesellschaft? An dieser Stelle setzt das Schweizer Stiftungssymposium Anfang September an. Keynotes und interaktive Workshops mit 20 Referenten bilden das Programm. Natürlich sind alle Teilnehmer dazu eingeladen, sich selbst und ihre Themen einzubringen.

Schweizer Stiftungssymposium
am 1. September in Aarau
▶ www.swissfoundations.ch

Trends und Zahlen

Deutscher Fundraisingkongress in Berlin

Wer sonntags gern ausschläft, sollte im September flexibel sein: Die diesjährige Ausgabe des Deutschen Fundraisingkongress startet nämlich mit dem 25. tatsächlich an einem Sonntag. Allerdings gilt das nur für alle Interessenten der Masterclasses und der Fachtage. Die Workshops, BisSessions und natürlich die Gala mit der Verleihung des Deutschen Fundraising-Preises folgen Montag und Dienstag. Zu Redaktionsschluss war das Programm noch nicht im Detail veröffentlicht, aber einzelne Themen waren schon bekannt: Gleich zwei thematische Fachtage bringt der Sonntag und widmet sich Leadership und Fördermitteln. Unter dem Titel „Mortadella" lädt eine Fundraisingwerkstatt zum Thema Nachlass. Außerdem gibt es Informationen rund um den aktuellen Trend Streaming und „Gaming 4 Good". Und obendrauf gibt's noch Fundraising-Kennzahlen: Standards, Mythen und gut gehütete Geheimnisse.
Veranstaltungsort ist dieses Mal das Convention Center des MOA-Hotels in Berlin-Moabit. Und entsprechend dem Programm gibt es auch in diesem Jahr die Möglichkeit, an allen drei Tagen mit dabei zu sein oder nur den Montag und Dienstag zu buchen.

Deutscher Fundraisingkongress vom 25. bis 27. September in Berlin
▶ www.fundraising-kongress.de

Akademie
Beratung
Wissen

Fundraising Akademie
WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

Fortbildung „CSR-Manager*in (FA)"
Corporate Social Responsibility (CSR):
berufsbegleitend, kompakt und praxisorientiert

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

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

New Normal?

Zewo-Tagung in Zürich

Pandemie, Krieg und Klimawandel. Zeit für etwas Neues? Wem wird bei dem Gedanken an die Zukunft nicht mulmig? Im Vorfeld der diesjährigen Zewo-Tagung ist aber ganz zuversichtlich bereits die Rede von einer Zeit der „Post-Pandemie". Drücken wir mal die Daumen, dass also wirklich Mitte September in Zürich die Türen des Volkshauses geöffnet werden können. Dann soll der Blick in die Zukunft der NGOs geworfen werden. Deshalb steht auch das Sammeln von Spenden via Cryptowährung oder NFTs auf dem Programm. Angesichts des Ukraine-Kriegs ist es nicht zu leugnen, dass hier wohl neue Wege entdeckt werden können. Digital ist ja sowieso alles. Und wir alle hinterlassen im Netz Spuren. Wie können diese kreativ für Online-Fundraising genutzt werden?

Zewo-Tagung 2022 am 13. September in Zürich
▶ www.zewo.ch/zewo-tagung

Bildungsturbo

Die Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt informiert im September und Oktober jeweils in einer Online-Veranstaltung über das „Förderprogramm Bildungsturbo". Das Programm hat das Ziel, zivilgesellschaftliche Akteurinnen und Akteure in ihren Bildungsformaten zu begleiten, sie zu unterstützen und dazu beizutragen, die Reichweite, Wirkung und Innovation der Angebote zu erhöhen. Die Veranstaltung gibt einen Überblick über das Antragsverfahren und bietet Raum für Fragen und Anregungen.

Online-Informationsveranstaltung „Förderprogramm Bildungsturbo" am 26. September und 10. Oktober
▶ www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de

Wirklich agil?

Ohne Agilität geht ja heutzutage in keiner Organisation mehr etwas. Was aber will der Begriff wirklich? Diesem Feld widmet sich die NPO-Finanzkonferenz im September im schweizerischen Rotkreuz. Ist Ihre NGO ausreichend agil und damit fit für die Zukunft? Das lässt sich herausfinden. Genauso wie die Bedeutung eines agilen Einsatzes von Datenbanken. Ein X für ein U wird dabei niemandem vorgemacht, denn die Schluss-Keynote lautet „Alter Wein in neuen Schläuchen?".

NPO-Finanzkonferenz 2022 am 7. September in Rotkreuz
▶ www.npofinanzforum.ch/konferenz

Fortbildung

Die Fundraising-Akademie startet Anfang September ihre nächste Fortbildung „Fundraising-Referent*in (FA)", dieses Mal wieder in Präsenz an unterschiedlichen Orten. Bis Anfang Dezember sind dafür insgesamt drei Präsenzphasen von jeweils vier Tagen eingeplant. Die Studienleitung hat Thomas Kreuzer inne, der seit 1999 die Akademie leitet. Zielgruppe des äußerst vielfältigen Programms sind Mitarbeiter sozialer Organisationen, von Kulturprojekten und Stiftungen, die mit begrenztem Budget und knappen zeitlichen Ressourcen zusätzliche Mittel einwerben und die nicht ausschließlich als Fundraiser tätig sind.

Fortbildung „Fundraising-Referent*in (FA)"
vom 5. September bis 8. Dezember
▶ www.fundraisingakademie.de

DEUTSCHER
FUNDRAISING
KONGRESS
2022

DAS PROGRAMM IST ONLINE

ZERTIFIZIERTE FORTBILDUNG

FÜR ANFÄNGER*INNEN UND PROFIS

MASTERCLASSES, WORKSHOPS, KURZSESSIONS

NETZWERKEN UND WEITERBILDEN

IM HERZEN DER HAUPTSTADT

JETZT TICKET SICHERN!

25. – 27. SEPTEMBER 2022, MOA BERLIN

www.fundraising-kongress.de

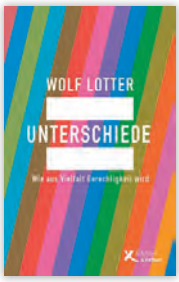
Spielerisch

Der Weg zu mehr Nachhaltigkeit hat viele Abzweigungen. Eine davon heißt Erlebniswissenschaft. In dieser Richtung ist Gerhard Frank unterwegs, der mit seinem Buch (und nicht nur damit) verdeutlichen will, wie kreative Ansätze zu mehr Verständnis für die Zusammenhänge in den Herausforderungen unserer aller Zukunft eingesetzt werden können. Dabei greifen sinnliche Wahrnehmung, kognitive Prozesse und Lerneffekte ineinander. Aufklären, vermitteln und aktives Verstehen sind hierfür die Kernpunkte.

Der Autor bietet damit allerdings keinen „alternativen Firlefanz", sondern eine Art ganzheitlicher Ergänzung zu wissenschaftlich basierten Ansätzen für eine bessere Zukunft. Durch die Erweiterung individueller Erfahrungen lassen sich neue Ideen entwickeln, mittels derer sich auch gesellschaftliche Werte im besten Sinne sozialer denken lassen. Schlussendlich hat dieser Ansatz viel mit Achtsamkeit zu tun.

Gerhard Frank. Zukunftskönnen. Make your handprint bigger than your footprint – das PUPARIUM-Modell. Verlag oekom. 2022. 256 Seiten. ISBN: 978-3-96238-383-1. [D] 29,00 €, [A] 29,95 €, CHF 39,95.

Individuell



Es soll ja Leute geben, die Angst haben vor dem anderen. Damit ist noch nicht mal unbedingt das Fremde, also Unbekannte, gemeint. Der Mensch ist zum einen widersprüchlich, zum anderen aber eben auch ganz vielfältig. In vielerlei Hinsicht. Das Modewort Diversität will dabei Schlagwort für Ausprägungen sein, die sich kaum zusammenfassen lassen. Wolf Lotter geht es in seinem Essay aber nicht nur um ein generelles Plädoyer für Vielfalt. Vielmehr verdeutlicht er, welches Potenzial für soziale Gerechtigkeit seiner Meinung nach genau in jener Vielfalt liegt. Wer Vielfalt respektiert, muss andere Menschen respektieren, so der Autor. Ganz so einfach ist das im Alltag natürlich nicht. Andere, das ist nämlich nicht nur Frau Meyer aus der Etage unter uns. Das sind beispielsweise auch Menschen in Afrika. Lotters Buch zeigt deshalb, warum es sich lohnt, in größeren Zusammenhängen zu denken.

Wolf Lotter. Unterschiede. Wie aus Vielfalt Gerechtigkeit wird. Verlag Edition Körber. 2022. 328 Seiten. ISBN: 978-3-89684-293-0. [D] 20,00 €, [A] 20,95 €, CHF 27,95.

FÜR DEIN LEIPZIG
NETZWERK LEIPZIGER STIFTUNGEN

Leipziger Stiftungen auf einen Blick:
www.netzwerk-leipziger-stiftungen.de
www.fuer-dein-leipzig.de

Das Gute wollen

Mitunter kann man das Gefühl haben, der Anspruch, ein guter Mensch sein zu „müssen", käme einer moralischen Selbstverständlichkeit nahe. Im Grunde klingt das ja erst mal gut. Aber Moral ist bekanntlich ein ziemlich schwammiger Begriff. Und sobald die Sache mit Druck, also mit Erwartungen, aufgeladen ist, wird es schwierig. Und das, obwohl jeder an irgendeinem Punkt meint, dieses oder jenes „müsse" man einfach tun. Trotzdem fällt es uns schwer, so zu handeln, dass nicht allein unsere Bequemlichkeit oder unser eigener Vorteil im Vordergrund steht. Für das Gemeinwohl zu agieren, ist eine größere Herausforderung, als uns lieb ist.

Dass das ganz normal ist, erläutert der renommierte Verhaltensökonom Armin Falk in seinem Buch. Darin zeigt er, dass persönliche Überzeugungen, Werte und Einstellungen schlichtweg nicht ausreichen, ständig über unser bescheidenes, fehlerhaftes Ich hinauszuwachsen. Unser Handeln, so der Autor, ist intrinsisch widersprüchlich, und im Auge haben wir bei allem, was wir tun, immer eins: die für uns entstehenden Kosten, die immer in Relation zum empfundenen Nutzen stehen. Diese Rechnung wird beeinflusst von unserem Selbstbild und dem Image, das wir nach außen, in die Gesellschaft, transportieren wollen. Als wäre das nicht schon komplex genug, mischen unsere Gefühle natürlich auch noch mit.

Der Autor führt hier ganz entspannt durch die Gemengelage und verweist am Ende auf einen guten Lösungsansatz: Mit unserem Bewusstsein um die Dinge haben wir eine Basis, unser Verhalten zu steuern.

Armin Falk. Warum es so schwer ist, ein guter Mensch zu sein … und wie wir das ändern können: Antworten eines Verhaltensökonomen. Verlag Siedler. 2022. 336 Seiten. ISBN: 978-3-82750-160-8. [D] 24,00 €, [A] 24,95 €, CHF 33,55.

Kreislauf

Ohne den Begriff der Nachhaltigkeit ist Zukunftsdenken nicht machbar. Und nachhaltig können und müssen eben auch soziale Ansätze sein. Mit Blick auf die Nachhaltigen Entwicklungsziele der UN bringt das Buch die technische Entwicklung, also die Digitalisierung, mit Themen wie Gleichstellung in der Genderdebatte und rechtliche Grundlagen hinsichtlich Diskriminierung aufgrund ethnischer Herkunft zusammen. Das Ergebnis bietet organisationsübergreifende Orientierungsmöglichkeiten. Das gilt auch für die einzelne Bürgerin und den einzelnen Bürger.

Arzu Tschütscher. Nachhaltigkeit in Organisationen. Mit dem positiven Nachhaltigkeitskreislauf in die Zukunft. Verlag Schäffer Poeschel. 2022. 180 Seiten. ISBN: 978-3-79105-374-5. [D] 39,95 €, [A] 41,95 €, CHF 56,90.

Zahlen, Fakten

Brot für die Welt und Civicus haben den Atlas der Zivilgesellschaft 2022 vorgelegt. Dieses Mal ist der Schwerpunkt dem Thema Digitalisierung gewidmet. Aus den Zahlen und Fakten geht eins deutlich hervor, das leider schon seit einiger Zeit bekannt ist: Die Freiheitsrechte geraten weltweit immer weiter unter Druck. Und das nicht etwa weit weg von uns. Neben Ungarn gilt jetzt auch Polen als zweites EU-Mitglied, in dem die Freiheitsrechte der Zivilgesellschaft nun offiziell als „beschränkt" gelten. Und die weitere Tendenz ist äußerst beunruhigend.

Brot für die Welt, Civicus (Hrsg.). Atlas der Zivilgesellschaft 2022. Verlag oekom. 2022. 84 Seiten. ISBN: 978-3-96238-379-4. [D] 20,00 €, [A] 20,95 €, CHF 27,95.

Mit)Machen!

T.E.A.M. – „Toll, ein anderer macht's!" So abgelatscht dieser Spruch auch sein mag, irgendwas ist dran. Bequemlichkeit ist an sich ja keine Schande, nur leben wir eben offenbar in einer Zeit, in der es gilt, die Ärmel hochzukrempeln. Dieser Meinung ist auch Bernd Kiesewetter. Sein Ruf nach mehr Verantwortung ist dabei erst mal gar keinem konkreten Bereich zugeordnet. Und eben auch keiner bestimmten Gruppe. Vielmehr geht es ihm um Verantwortung ganz allgemein. Denn einen Mangel daran beobachtet er durchaus in Deutschland. Gleichzeitig verlangt er von niemandem Wunder oder dass gar ein Einzelner die Welt retten solle.

Hier wird schnell klar, dass der Autor als Managementtrainer und Erfolgscoach unterwegs ist. Deshalb macht er deutlich sichtbar, welchen gesellschaftlichen Mehrwert, aber ganz besonders auch welchen persönlichen Gewinn wir mit einem verantwortungsvollen Handeln generieren. Und ein Nebeneffekt, der vielleicht nicht gleich auf der Hand liegt, besteht auch noch in einer erhöhten Lebensqualität.

Bernd Kiesewetter. Die Nein-Sager-Republik. Warum wir Verantwortung wieder lernen müssen. Verlag Business Village. 2022. 240 Seiten. ISBN: 978-3-86980-638-9. [D] 24,95 €, [A] 25,95 €, CHF 31,90.

Zusammen

Das Gefühl, gesellschaftlich abgehängt zu sein, wird immer häufiger als Ursache für das Schwächeln demokratischer Einstellungen einzelner Bevölkerungsteile genannt. Verstärkt wird dieser Umstand noch durch die Tatsache, dass demokratieferne Positionen nicht selten in Verbindung mit solchen menschenfeindlicher Natur stehen. Gleichzeitig wird das Verlaufen politischer Prozesse als fern der alltäglichen Realität wahrgenommen. An diesen Stellen bröckelt die Demokratie. Und dagegen muss etwas getan werden. Deshalb sind in diesem Band die Stimmen mehrerer Autoren versammelt, die sich im Bereich der Demokratieentwicklung an der Schnittstelle zwischen Theorie und Praxis bewegen. Das bedeutet, dass sich hier ein akademisches Reflexionsniveau mit praktischen Umsetzungen in der Problematik sozialräumlichen Zusammenhalts verbinden. Den Kern des Buches bildet dafür ein Praxisforschungsprojekt, das über einen Zeitraum von drei Jahren in Berlin Marzahn-Hellersdorf ganz konkrete Demokratieentwicklung vorangetrieben hat.

Michael Brodowski, Heinz Stapf-Finé (Hrsg.). Sozialen Zusammenhalt stärken. Entstehung von demokratiefernen Einstellungen und Möglichkeiten sozialräumlicher Demokratieentwicklung. Verlag Barbara Budrich. 2022. 339 Seiten. ISBN: 978-3-84742-531-1. [D] 48,00 €, [A] 49,95 €, CHF 67,10.

Impact

Social Entrepreneurship wirkt zuweilen wie ein Zauberwort, das in der Lage ist, die bislang so streng voneinander getrennten Welten der NGOs mit ihrer Gemeinnützigkeit und den privaten Sektor des For-Profit miteinander zu verbinden. Um in diesen „Graubereich" noch weiter Licht zu bringen und alternative Geschäftsmodelle bekannt zu machen, hat sich Stefan Fritz dem Ansatz des Impact Investing gewidmet. Sein Buch beginnt entsprechend beim allerersten Schritt, indem er erläutert, worum es sich überhaupt dreht. Um das zu erreichen, kommt er allerdings nicht aus der Richtung des traditionellen Geschäftsmanns, sondern hat von Anfang an genau die Mitte, also die Verbindung von nachhaltigem Ansatz und Wirtschaftlichkeit, fest im Blick. Damit gelingt ihm das Aufzeigen der Sinnhaftigkeit von Impact Investing, und das trotz einer unausweichlichen Theorielastigkeit. Der gut lesbare Stil des Buches ermöglicht es, sich auch dann schlauzumachen, wenn man selbst nicht dieses Modell bevorzugt.

Stefan Fritz. Impact Investing – Investieren in die Zukunft. Ein Leitfaden für nachhaltiges Unternehmertum und Social Entrepreneurship. Verlag Haufe. 2022. 190 Seiten. ISBN: 978-3-64815-914-9. [D] 24,95 €, [A] 25,70 €, CHF 34,85.

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

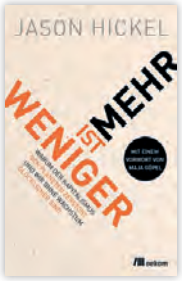
In Kooperation mit bakd Bundesakademie für Kirche und Diakonie; DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND

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

Ohne Wachstum



Es hat sich rumgesprochen: Das Konzept „Wohlstand für alle" unter Maßgabe kapitalistischer Ansätze funktioniert auf lange Sicht nicht. Auf der Suche nach nachhaltigen Lösungen blickt der Anthropologe Jason Hickel in seinem Buch aber nicht etwa in die Vergangenheit, sondern verweist auf die Notwendigkeit ganz neuer Ideen. Diese allerdings liegen schon auf dem Tisch: Schluss mit Wachstum. Eigentlich kann die soziale Transformation kommen. Tut sie aber noch nicht.

In ihrem Vorwort betont die Politikökonomin Maja Göpel, Hickel behaupte nie, „dass die Antworten und Wege der Umsetzung einfach zu finden und zu realisieren wären". Das ist durchaus entscheidend. Der Autor weiß zwar ganz genau, wovon er spricht, haut dem Leser aber zum einen nicht einfach kalte Zahlen und Fakten um die Ohren. Zum anderen verzichtet er auch auf Besserwisserei. Stattdessen erzählt Hickel. Er berichtet aus seiner Kindheit in Afrika, während der der Kühlergrill des Familienautos beständig von toten Insekten befreit werden musste. Heute, so seine Beobachtung, ist der Kühlergrill nach längeren Fahrten fast sauber. Damit bleibt er ganz in der Realität und damit nah am Leser. Auf diese spielerische Weise gelingt es ihm, die Entstehung und das Wesen des Kapitalismus plastisch und damit greifbar zu machen, weitreichende Auswirkungen eben inklusive. Und weil eben alles mit allem zusammenhängt, zeigt er in seinen Lösungsansätzen, warum Dekolonialisierung oder das Weltbild indigener Gemeinschaften aufschlussreiche Aspekte darstellen.

Jason Hickel. Weniger ist mehr. Warum der Kapitalismus den Planeten zerstört und wir ohne Wachstum glücklicher sind. Verlag oekom. 2022. 352 Seiten. ISBN: 978-3-96238-284-1. [D] 24,00 €, [A] 24,95 €, CHF 33,55.

Denkanstöße

„Outside the box" zu denken wird so oft gefordert, als wäre das so einfach, wie eine Tür zu öffnen, um frische Luft zu schnappen. Mit guten Ideen, die Projekte voranbringen, ist es eben nicht so einfach. Einfälle lassen sich nicht erzwingen. Man kann der eigenen Innovationskraft aber auch ein bisschen auf die Sprünge helfen. Wer die Zukunft unserer Arbeitsprozesse erdenken und sie besser als die Gegenwart gestalten will, kann sich hier von jeder Menge Denkanstößen in eine ganz neue Richtung schubsen lassen.

Anne M. Schüller. Bahn frei für Übermorgen-Gestalter. 25 Quick Wins für Innovatoren und Zukunftsversteher. Verlag Gabal. 2022. 216 Seiten. ISBN: 978-3-96739-093-3. [D] 24,90 €, [A] 25,95 €, CHF 34,80.

Unsere Stadt

Stadtplanung ist nichts, wovon jeder etwas versteht. Aber es ist ein Thema, zu dem jeder viel zu sagen hat. Und selten etwas Gutes. Genau deshalb ist es so wichtig, Stadtplanung schnellstens neu zu denken, bevor wir kaum mehr wissen, wo wir gerade sind, weil alles gleich aussieht. Weil das aber alles nicht so einfach ist, erklärt dieses Buch die Komplexität von Stadtplanung und richtet davon ausgehend den Blick auf Notwendiges und Mögliches, um unser Umfeld unter Einbezug unser aller Vorstellungen zukünftig lebenswert(er) zu gestalten.

Stefan Heinig. Integrierte Stadtentwicklungsplanung. Konzepte – Methoden – Beispiele. Verlag transcript. 2022. 206 Seiten. ISBN: 978-3-83765-839-2. [D] 49,00 €, [A] 49,00 €, CHF 68,50.

„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: Tamara Reinhard schreibt in

Tamara Reinhard arbeitet als Leiterin Online-Marketing und Kommunikation bei der Schweizer Paraplegiker-Stiftung (SPS). Die Organisation mit Sitz in Nottwil, Schweiz, setzt sich für die gesamtheitliche Versorgung von Menschen mit Querschnittlähmung von der Unfallstelle bis zur Wiedereingliederung ins Leben ein. Gestartet ist Tamara Reinhard als Praktikantin im Mitglieder-Marketing im März 2017. Bereits damals war ihr nach kurzer Zeit klar: „Hier will ich etwas bewirken!" Als die Online-Abteilung neu gegründet wurde, hat sie sich fortan für die digitale Zukunft der SPS eingesetzt. Halbjährlich galt es, eine neue Aufgabe wahrzunehmen: Website mit aufbauen, E-Mail-Marketing einführen oder Customer Journeys entwickeln. Von 2019 bis Ende 2020 baute sie Social Media von Scratch auf und generierte innerhalb von zwei Jahren ein Plus von 30 000 Followern. Seit 2021 verantwortet sie den gesamten Online-Auftritt der SPS und half beim Aufbau des Newsrooms in der Kommunikationsabteilung mit. Als ehrenamtliches Arbeitsmitglied des „GivingTuesdayCH" möchte sie ein Zeichen in der NPO-Branche setzen, um die Privatwirtschaft zum Spenden anzuregen.

Vor dem Start ihrer Karriere absolvierte Tamara Reinhard den Bachelor in International Management & Economics in Englisch an der Fachhochschule Luzern. Ihr Ziel war es seit jeher, im Fundraising Fuß zu fassen, sei es im In- oder Ausland. Während des Auslandssemesters in Hongkong sammelte sie erste Arbeitserfahrung im Profit-Bereich im Ausland, entschied sich jedoch, bei SPS zu starten. Als leidenschaftliche Gen Y-Z-lerin berät sie nebenberuflich Start-ups beim Aufbau von Online- und Social-Media-Marketing und führt gelegentlich Webinare durch.

▶ www.paraplegie.ch/sps

1. Was wollten Sie als Kind werden?

Autorin. Bereits als Kind habe ich mir vor dem Schlafengehen Fantasiegeschichten ausgedacht. Heute schreibe ich in meiner Freizeit an eigenen Romanen, die es vielleicht einmal vom Screen aufs Papier schaffen. Storytelling beruflich und privat bereitet mir reichlich Spaß.

2. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Innovation. Diese Worthülse versucht oftmals, eine Sache überzubewerten, ohne genau darauf einzugehen, wie viel wirklich vorhanden ist.

3. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

die weltweite Akzeptanz von gleichgeschlechtlichen Paaren

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

Als Ungeborene zu diesem Zeitpunkt würde ich wohl den Blick in die Zukunft erhalten. Auf jeden Fall hätte ich versucht, alles über Klimawandel und dessen Auswirkungen zu verstehen, um selbst noch einen besseren Beitrag leisten zu können.

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

Allen Kriegsopfern dieser Welt – niemand wählt freiwillig ein solches Schicksal.

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

Ich würde Elon fragen, was es braucht, um diesen Aufzug in Richtung Mars zu bewegen.

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

… Arroganz. Ich bin der Meinung, dass man von jedem Menschen etwas lernen kann. Ein respektvoller Umgang ist die Grundlage dafür.

der Freizeit Romane

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

Sport. Mich zu bewegen und auszupowern hilft mir, Fokus und Inspiration für meine Arbeit zu finden.

9. Worüber können Sie lachen?

TikToks. Als leidenschaftliche Social-Media-Analytikerin kriege ich nicht genug vom Algorithmus dieser Social Media App.

10. Wann reißt Ihr Geduldsfaden?

Ladezeiten. Dauert es zwei Sekunden länger als angenommen, klick ich schon aufs nächste Fenster im Browser.

11. Was war früher besser?

Die Verbundenheit zur Natur. Durch die Digitalisierung erhalten wir Menschen sehr viele Möglichkeiten, unser Leben zu vereinfachen, müssen uns aber auch an der Nase nehmen, das wirklich Echte um uns herum wahrzunehmen und zu schätzen.

12. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Hongkong. Während meiner Studienzeit verbrachte ich ein halbes Jahr dort. Seither zieht es mich immer wieder zurück in dieses imposante Land.

13. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

TamSheBam. Das ist mein Spitzname bei der SPS und bedeutet: Tamara, sie ist „on fire" am Arbeiten, also mit höchster Motivation.

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

… ein Gutschein für eine bessere Welt.

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 einen zusammenklappbaren Tablet-Halter aus Aluminium von InLine. Für den entspannten Videocall oder als Zweitgerät am Arbeitsplatz – der handliche Helfer in puristischem Mattsilber bringt Smartphones bis 10 Zoll sowie Tablets bis 13 Zoll in Sichtposition und leitet das Ladekabel mithilfe durchdachter Freilassungen dezent zur Stromquelle. Für mehr Ordnung auf dem Schreibtisch und besseren Überblick über eintreffende Nachrichten. Weiterhin verlosen wir das Buch „Warum es so schwer ist, ein guter Mensch zu sein …“ von Armin Falk, das wir auf Seite 91 dieser Ausgabe vorstellen. Und falls das alles nichts für Sie ist, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!

Seite 36

1 Schon einmal berichtete das Fundraising-Magazin über das Wiener Projekt VinziRast. Wann war das?

BE) 2019
GE) 2012
LE) 2005

Seite 42

2 Der Datenbankexperte Andres Berg klärt auf: Unter welchen Umständen eignet sich Excel als Spendenverwaltung?

LAN) mit anonymisierten Spenderdaten
KAN) mit ausgedruckten Sicherheitskopien
DAN) überhaupt nicht mehr

Seite 50

3 Dass sich mehr private Stiftungen in Ostdeutschland engagieren, will eine neue Initiative bewirken. Wie heißt diese?

KEN) Aufwind
BEN) Aufwärts
DEN) Aufbau Ost

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, welchen Gewinn 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 15. August 2022. Viel Glück!

oneFIT® solutions of passion

EC CONSULTING

Die Energy für Ihr Fundraising

oneFIT NGO die Lösung für effizientes Fundraising mit integrieter Mitglieder- und Spenderverwaltung.

EC Consulting GmbH / Meerbuscher Straße 64-78 / Alte Seilerei, Haus Nr 6 / 40670 Meerbusch / Fon: +49 2159 81532 - 0 / fax: +49 2159 81532 - 29 / web: www.ngosoftware.de / www.ecconsulting.biz

Fundraising TAG

TAGUNG

ZUR FINANZIERUNG GEMEINNÜTZIGER ARBEIT

MÜNCHEN: 13. SEPTEMBER 2022

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

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

KONTAKTE KNÜPFEN UND VERTIEFEN

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

Wer sich zur Tagung anmeldet, kann online sein Wunschprogramm buchen – bestehend aus zwei Seminaren und den Vorträgen.

Teilnehmende gemeinnütziger Organisationen zahlen bei Buchung bis zum Frühbucherschluss am 14.8.2022 nur 159 Euro (statt 199).

EINE VERANSTALTUNGSREIHE DES
FUNDRAISING magazin

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG

www.fundraisingtage.de

Nachwuchs-Marketing-Guru Fabian F. Fröhlich macht in Spenderbindung

„Ihr Guthaben ist nur ein Jahr gültig und somit verfallen", schreibt mir Elena via Chat-Hotline. Elena ist Servicemitarbeiterin eines Online-Händlers, eine echte, kein Bot! Sieht süß aus und kümmert sich aufopferungsvoll um mich. „Ich kann Ihnen aber 15 Prozent Rabatt auf den nächsten Kauf anbieten", frohlockt sie, als ich meinen Unmut über das verfallene Guthaben kundtue. Und weil sie trotz kilometerweiter Entfernung zwischen uns meinen Ärger offenbar gefühlt hat, macht sie mir ein beinahe unmoralisches Angebot: „Wir wollen aber, dass Sie unser Kunde bleiben, und werden das Guthaben erstatten." Ja, Elena ist die geborene Kundenversteherin!

Da kann man sich was von abgucken. Der Kunde ist König, das wissen wir alle – Spenderinnen und Spender sind es ebenso. Jetzt kommt meine neue (und, zugegeben, ein bisschen geklaute) Strategie zur Spenderbindung ins Spiel: Bei Nichtgefallen Geld zurück!

Sie haben im Indienurlaub festgestellt, dass Ihr Patenkind gar nicht lesen und schreiben kann? Der Graureiher ist trotz Spende ausgestorben mitten in der City? Obdachlose Vegetarier boykottieren die Suppenküche? Dem 70er-Jahre-Anzug, den Sie in die Kleiderspende gaben, begegnen Sie zu Karneval wieder? Das Tierheim am Stadtrand muss schließen und gar die süßen Katzenbabys einschläfern? Ihre gesponserte Kirchenbank steht ausgerechnet in Reihe dreizehn? Die Oxfam-Hühner legen keine Bio-Eier? Und das crowdfinanzierte Theaterprojekt können Sie nicht wirklich genießen, weil es ausschließlich in Gebärdensprache aufgeführt wird? Alles kein Problem! Selbstverständlich erstatten wir Ihre Spenden gern zurück!

Und weil wir Spenderbindung wirklich ernst nehmen, gehen wir noch weiter: Wenn Sie das gleiche Spendenprojekt anderswo billiger sehen, erstatten wir Ihnen den vollen Preis. Und wenn Sie ein Dreijahres-Förderabo abschließen, sind die ersten zwei Monate gratis für Sie!

So liebe Lesende, das ist doch nun wirklich mal innovativ! Sie fragen sich vielleicht, wie Sie das praktisch umsetzen sollen? Ganz einfach: Es gibt natürlich nicht bares Geld zurück, sondern Gutscheine. Die sind logischerweise (das steht ganz unten im Kleingedruckten auf der Rückseite) nur ein Jahr gültig und verfallen dann automatisch. Wer sich beschwert, ist auf dem besten Weg, ein treu gebundener Spender zu bleiben. Ich sage nur: Touchpoint. Wie das geht, steht oben.

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 5/2022 erscheint am 26. September 2022 unter anderem mit diesen Themen

- Gendern in der Fundraising-Praxis
- CSR-Strategien aus Sicht von NGOs
- Fundraising für IT-Infrastruktur
- Spenderspychologie

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 5/2022 ist der 11.07.2022.

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 87627-70, 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 5/2022, die am 26.09.2022 erscheint, ist der 11.07.2022.

Fotonachweise:
Titelseite: Lightfield Studios@AdobeStock | S. 3: René Grodde | S. 4 (THEMA) & 18/19: Lightfield Studios@AdobeStock | S. 5, 16: Stiftung Serhiy Prytula | S. 5, 42: Wolfgang Heyder | S. 6: René Grodde | S. 6: Ritex GmbH | S. 8: David Ausserhofer | S. 10: Jonathan Heyer | S. 15: Aid Legion | S. 16: Stiftung Serhiy Prytula | S. 16: Aid Legion | S. 19: Ira@AdobeStock | S. 19, 20: Monster Ztudio@AdobeStock | S. 19, 22: ink drop@AdobeStock | S. 19, 24: sdecoret@AdobeStock | S. 19, 26: Pixel-Shot@AdobeStock | S. 21: Daniela Münster | S. 31: PrettyVectors@AdobeStock | S. 32: Paul Glaser | S. 36, 96: Katharina Kaiser | S. 38: Günther Schwering | S. 39: Kerstin Keysers | S. 46: Albert Schweitzer Stiftung | S. 46: René Grodde | S. 50: macroman@fotolia.com | S. 51: Sebastian Gabriel | S. 51: Tom Schweers | S. 52: Stiftung Naturschutz Schleswig-Holstein | S. 58: Reto Klar (STOFFERS) | Sabine Brauer Photos (CLEVEN) | S. 59: T+T Fotografie (ZUFFEREY, THOMANN) | Ute Schirmack (BLÖMER) | Johannes Vogt (KLEIN) | S. 60: terre des hommes (hofert) | Henning Schacht (DÖRFUSS) | SDK (KANTAR) | René Hundertpfund (PAYER) | S. 61: Ministerium für Bildung des Landes Sachsen-Anhalt (FEUSSNER) | Steffen Kugler/Bundesregierung (LEHMANN) | Björn Steiger Stiftung (STEIGER) | eveleen007@AdobeStock (AVATAR) | S. 62: Flavio Pinton/Zürcher Kantonalbank | S. 72 & 73: Thomas Einberger/argum | S. 78: Igor Ovsyannykov@pixabay | S. 80: goodluz@AdobeStock | S. 81: Michael von Aichberger | S. 96: Sina Ettmer@AdobeStock (90) | Kaspars Grinvalds@AdobeStock (42) | 98: oza@fotolia.com | alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der
Fundraising Akademie
WISSEN GESTALTEN. ERFOLG FÖRDERN.

Zwischen Kleinspenden und Großspenden liegt ein Schatz: Mid Level Donors! Mit Dialog, der diese Zielgruppe ernst nimmt, wird nachweislich mehr gespendet. Und auch der Großspendenbereich bekommt einen Push. Wir entwickeln eine maßgeschneiderte Strategie und kreative Kommunikation, die Ihre Mid Level Donors wachküsst.

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

fundango
Fundraising ist mehr

WIR ANGELN IHNEN NEUE SPENDER

Für jedes Gewässer den richtigen Köder: Ob im Briefkasten, am Telefon oder per E-Mail – wir machen Ihre Arbeit den unterschiedlichsten Zielgruppen schmackhaft. Getreu dem Motto: Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler. Wenn Sie auch bald viele neue Spenderinnen und Spender an der Angel haben möchten, gehen Sie mit uns auf Fang!

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

adfinitas