Branchen-Magazin für Sozialmarketing | Spenden | Vereine | Stiftungen 6|2022

FUNDRAIS!NG magazin

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

STEHLI
SOFTWARE
DATAWORKS

350.000
BUCHUNGEN PRO MONAT.
VOLLSTÄNDIG VERARBEITET.

Manche Ereignisse sind so erschütternd, dass viele Menschen gleichzeitig spenden. Ob per Kreditkarte, per PayPal oder per Überweisungsträger – mit unserer Software FUNDRAISE PRO werden alle Spenden sauber verbucht, vollständig verarbeitet und mit Zuwendungsbestätigungen versehen.

Egal, wie klein oder groß Sie sind – wir sind diejenigen, auf die Sie sich immer hundertprozentig verlassen können. Dafür stehen wir mit unserem guten Namen.

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 GONE POSTADRESS MOVE
Systempartner von klickTel

Liebe Leserin, lieber Leser,

das Smartphone ist für viele Menschen das persönlichste und nützlichste Gerät. Sicher kennen auch Sie Leute, die scheinbar mit ihrem Handy fest verwachsen sind und gar nicht mehr ohne leben wollen. Da ist es nur logisch, dass dem Mobile Fundraising die Zukunft gehört. In unserem Themenschwerpunkt haben wir recherchiert, was alles zum Mobile Fundraising zählt, wie der aktuelle Stand ist und welche Fehler Spendenorganisationen besser vermeiden sollten.

Dabei sind Fehler nicht immer schlecht. Man kann viel aus ihnen lernen – egal ob eigene Fails oder Missgeschicke, von denen man hört oder liest. Unsere Serie „Schöner Scheitern“ zeigt nun schon seit sieben Jahren in unterhaltsamer Weise große und kleine Pannen, die rund ums Fundraising aufgetreten sind. Eingesandt von Leserinnen und Lesern des Fundraising-Magazins mit dem Gedanken, die Learnings zu teilen. Sind auch Sie schon einmal „schön gescheitert“? Schreiben Sie uns gern – auch anonymisiert – und lassen Sie andere am Erkenntnisgewinn teilhaben (meinung@fundraising-magazin.de).

Nicht mehr lange und das Jahr 2022 neigt sich dem Ende zu. Für uns alle, die mit Spenden zu tun haben, ist jetzt Hochsaison. Da bleibt vielleicht wenig Zeit für Besinnliches im Advent … Dennoch wünsche ich Ihnen, dass Sie diese finden mögen und über den Jahreswechsel Kraft tanken können für die großen und kleinen Herausforderungen, die 2023 mit sich bringen wird. Frohe Feiertage!

Viel Freude bei der Lektüre dieser Ausgabe wünscht Ihnen
Ihre

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

Mobile Fundraising

... überall und jederzeit

Von SMS-Spende bis Geo-Targeting 22
Mobile Fundraising gehört die Zukunft – wenn Personalisierung und Datenschutz harmonieren

Optimiert für unterwegs? 24
Sieben Fehler, die Sie beim Mobile Fundraising vermeiden sollten

Lebendige Bilder, kurz gefasst 26
Texten und Storytelling für mobiles Fundraising

Keine unnötigen Klicks 28
Mobiles Fundraising mit der eigenen Website

Das gute Gefühl gibt's auch digital 30
Was unterscheidet Spenden-Apps von reinen Bezahl-Apps?

Projekte & Stiftungen

Vom Ohr direkt ins Herz! 34
Wie Fundraising im Radio gelingen kann

Die Erlenbuschlerinnen 36
In Hamburg gibt es ein Zuhause für Kinder mit schwersten Behinderungen

Mission: Hilfe erfahren 38
Abenteuer Charity Rallyes der Hachenburger Frischlinge

Wissensvermittlung statt Weltuntergang 46
Eine Berliner Stiftung fördert die biologische Vielfalt

Wer kann Kultur? 48
Partizipative Fördermittelvergabe im Schweizer Kultursektor

Müll sammeln mit Merle 50
Umweltbildung fängt schon im Kindesalter an

Praxis & Erfahrung

Content statt Clickbaiting 72
Wie Organisationen auch zukünftig im Internet ganz oben stehen

Wo sind die Fachkräfte? 74
Fundraising lebt von Persönlichkeiten – aber woher nehmen?

Spenden-Projekte mit eigenen Augen sehen 76
Die Spenderreise – Königsdisziplin im Großspenderfundraising

Ressourcen schonen mit Erfolg 78
Nachhaltigkeit in der Spendenkommunikation

Leadgenerierung leicht gemacht 80
Unternehmenskooperationen durch gezielte LinkedIn-Ansprache

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

Menschen

Anuscheh Amir-Khalili

... engagiert sich in einem Berliner Netzwerk für geflüchtete Frauen und Kinder. Über die Hindernisse in der Förderlandschaft und großen persönlichen Einsatz. **16**

Bodo von Borries

... vom Verband für Entwicklungspolitik und Humanitäre Hilfe (VENRO) spricht im Interview über den weltweiten Hunger, Lobbyarbeit und vergessene Krisen. **40**

Prof. Dr. Ines Gockel

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

Meinungen

Persönliche Gedanken
Jona Hölderle: „Die sozialen Medien werden fernsehisiert“ **14**

Kommentare aus der Redaktion
von Matthias Daberstiel **6**
von Rico Stehfest **32**
von Ute Nitzsche **44**

Rubriken

Schöner scheitern **13**
Köpfe & Karrieren **56**
Branche **60**
Dienstleisterverzeichnis **62**
Fundraising-Kalender **84**
Bildung **86**
Fach- und Sachbücher **90**
Wissen testen & gewinnen **96**
Das Letzte **98**
Vorschau & Impressum **98**

Autorinnen und Autoren

... dieser Ausgabe:
Birgit Andert, Annika Behrendt, Anna Borchers, Thomas Brand, Matthias Daberstiel, Christine Gediga, Jona Hölderle, Lars Hümmeler, Nora Jäger, Andreas Keck, Christoph Krachten, Doris Kunstdorff, Daniela Münster, Ute Nitzsche, Christina Röding, Marie Sirrenberg, Karin Sommer, Rico Stehfest, Gesa Steinmann, Jan Uekermann, Julia Vollendorf, Monika Willich

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

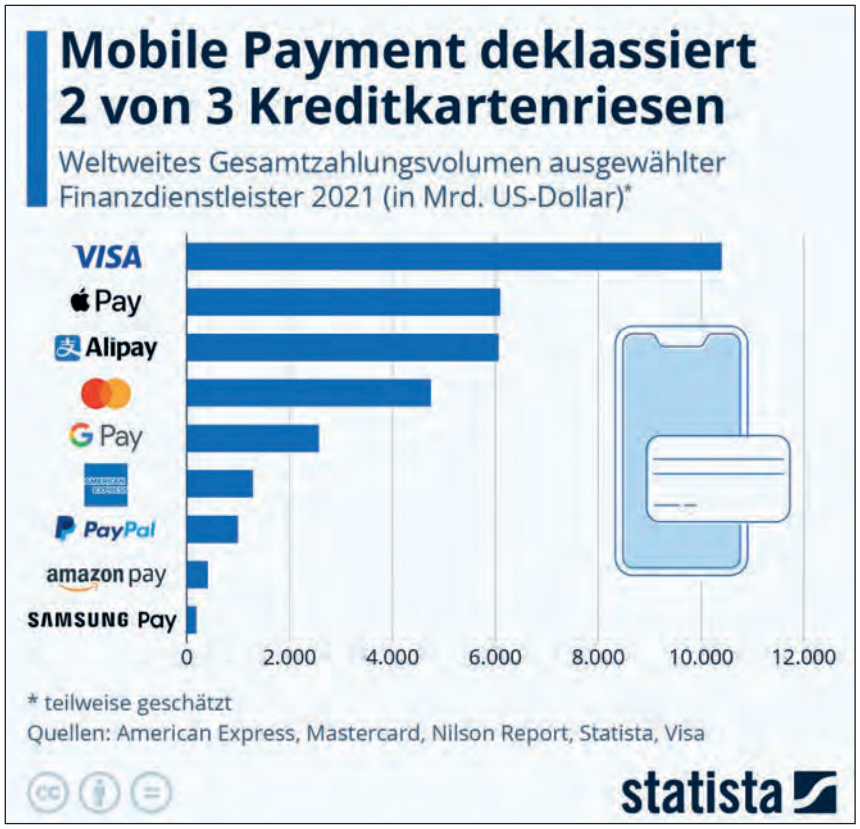
Lernen Sie unsere „Vögel“ kennen.

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

Mobiles Bezahlen auf dem Vormarsch



Noch ist Visa der Platzhirsch unter den Möglichkeiten für mobiles Bezahlen. Wie die Grafik von Statista aber zeigt, rutschen die Kreditkartenanbieter im Ranking weiter ab und machen Platz für die rein digitalen Optionen. Unklar ist hier, welchen Einfluss die Pandemie auf die Ergebnisse hatte. Weltweit wird der Trend wohl anhalten. Nur die Zahlen für Deutschland, so mag man meinen, sehen angesichts der immer noch verbreiteten Liebe zum Bargeld sicherlich etwas anders aus.

Und sonst noch ...

Fröhliche Weihnachten ... als Upcycling im Knast

Na, schon auf dem Dachboden nach der Weihnachtsdeko gefahndet und festgestellt, dass Maria oder der Esel blöderweise nicht mehr ganz taufrisch wirken? Oder dass plötzlich der heilige Nachwuchs verschüttgegangen ist? Kein Problem! Beschädigte oder unvollständige Weihnachtskrippen-Sets nimmt die evangelische Gefängnisseelsorge Saar als Spende für ein Projekt der Arbeitstherapie an der Justizvollzugsanstalt Ottweiler entgegen. Die einsitzenden Jugendlichen werden die gespendeten Figuren einem Upcycling unterziehen und sie auf dem St. Wendeler Weihnachtsmarkt feilbieten. Pfarrerin Rita Wild beantwortet eventuelle Fragen: @ rita.wild@ekir.de

MEINE MEINUNG

„Ein Bio-Obstkorb allein wird nicht reichen!“

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

In letzter Zeit häufen sich bei mir die Anfragen von Headhuntern, die mich um Hilfe bei der Personalakquise bitten. Alle suchen Leute und finden kaum jemanden. In einer Runde beim Fundraising-Kongress wurde ein junger IT-ler, der erstmals Fundraising-Luft schnupperte, gefragt, warum er für eine NGO arbeite: „Na, nicht wegen des Geldes!“, verriet er mit einem breiten Grinsen.

Umso erstaunlicher, dass die Gemeinnützigen so wenig werben. Dabei trifft man mit Jobs, die Sinn machen, aktuell auf ein dankbares Publikum. Doch wo sind die NGOs auf den Karrieremessen der Unis, wo die Vorträge auf Career-Service-Veranstaltungen? Wo die Jobs für Einsteiger mit berufsbegleitender Weiterbildung? Gibt es genug familienkompatible Stellen? Ich habe den Eindruck, dass viele es sich zu leicht machen und denken, allein ein Gratis-Bio-Früchtekorb zieht Bewerber an wie Obstfliegen. Das wird nicht reichen!

Die erste Fundraising-Generation in Deutschland, Österreich und der Schweiz geht gerade in Rente, und die Herausforderungen hinsichtlich Spezialisierung und Professionalisierung werden immer größer. Mir fehlt es hier an Initiative. Wer nur hofft, dass die jungen intrinsisch getriebenen Menschen schon auf einen aufmerksam werden, hat weder Werbung noch Fundraising verstanden. Die jungen Leute sind heute rar und in der deutlich besseren Verhandlungsposition. Da braucht es aus meiner Sicht mehr Einfühlungsvermögen und vor allem bessere Ideen!

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

dialog4good

Wir bieten In- & Outbound Telefonie, Spendenservice, E-Mail und Chat-Service

Kompetent, menschlich, digital.

Telefon-Fundraising schafft Bindung.

In- & Outbound-Telefonie

Spendenservice

Chat-Service

Beratung & Schulung

illustrationen shutterstock.com

IHR KONTAKT:

Sebastian Maetzel · Manuela Ewert

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

MITGLIED IM: DDV Die treibende Kraft der Data Driven Economy

Drei Fragen an … Prof. Hans-Ulrich Dallmann

Fundraising-Akademie macht erstmals Doktortitel mit Fundraising-Thema möglich

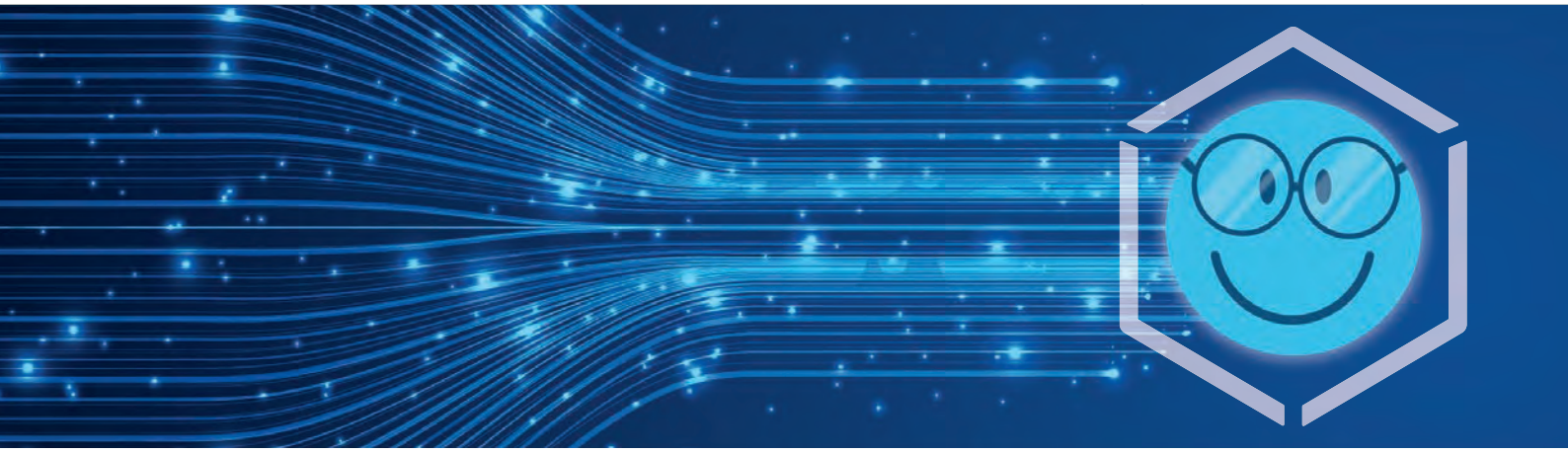
? Es soll bald möglich sein, im Fundraising zu promovieren. Wie geht das?
Wir haben einen Weg geschaffen, einen Doktortitel mit einem spezifischen Fundraising-Thema zu erlangen. Absolventinnen und Absolventen unseres Masterstudiengangs „Fundraising-Management und Philanthropie (M.A.)“ an der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen können nun in das PhD-Programm des Diakoniewissenschaftlichen Instituts der Universität Heidelberg einsteigen. Das ist für das Fundraising ein großer Schritt nach vorn.

? Was versprechen Sie sich davon?
Akademisierung ist gut für die Professionalisierung im Fundraising. Aber dazu braucht es qualifizierte Personen. Der Dritte Sektor ist aus meiner Sicht wissenschaftlich immer noch zu wenig erforscht. Doktorarbeiten können da einen sehr wichtigen Beitrag leisten. Bereits durch den Master wurden verschiedenste neue Themen ans Licht gebracht. Wir wollen Fundraiserinnen und Fundraisern mit der Promotion auch den Weg zu Leitungsaufgaben in Non-Profit-Organisationen und Stiftungen ebnen.

Prof. Hans-Ulrich Dallmann …

… ist Theologe und Vizepräsident der Hochschule Ludwigshafen.

? Wann und wem wird das möglich sein?
Das ist bereits jetzt möglich. Alle Absolventinnen und Absolventen können sich mit einem Themenvorschlag an mich oder Prof. Thomas Kreuzer von der Fundraising-Akademie wenden. Auch Menschen, die bereits einen Masterabschluss oder Ähnliches haben, steht dieser Weg offen. Wissenschaftliche Untersuchungen zum Geben und Stiften sind bislang in Deutschland noch immer rar. Dies soll sich mit dem Promotionsstudiengang ändern.
▶ www.fundraisingakademie.de



Besserwisser

Sie wissen viel über das Spendenverhalten Ihrer Zielgruppen? Unsere Vorhersagemodelle wissen mehr. Denn die Modelle nutzen Künstliche Intelligenz, d.h. sie verarbeiten ein Vielfaches mehr an Informationen über das reine Spendenverhalten hinaus. Spendercharakteristika, Themenaffinitäten, Lieblings-Spendenzeiten u.v.m. – der „Besserwisser“ verknüpft alles zu präzisen Vorhersagen über Ihre Zielgruppen. So läuft keine Maßnahme ins Leere.

www.gfs.de

gfs. fundraising data-driven

Kurzgefasst ...

Hartz IV und Ehrenamt

Hartz-IV-Berechtigte mit Ehrenamt können nur 250 Euro Freibetrag geltend machen. Versicherungspauschalen gibt es nicht noch zusätzlich. Mit dem ab Januar 2023 vorgesehenen Bürgergeld, das Hartz-IV-Leistungen ablösen soll, ist ebenfalls für eine ehrenamtliche Tätigkeit ein Freibetrag von 250 Euro monatlich vorgesehen.

▶ www.bsg.bund.de

Giving-Domain

Für Spenden sammelnde NGOs bietet sich die Gelegenheit, zur Stärkung der eigenen Marke eine Giving-Domain registrieren zu lassen. Bis zum 13. Dezember ist das noch für alle Organisationen möglich. Die Bewerbungsgebühr liegt bei 199 Euro je Domain. Eine Standard-Giving-Domain kostet dann 59 Euro pro Jahr.

▶ www.domainregistry.de/giving-domains.html

Münchner Freiwilligen-Messe sucht Freiwillige

Für den 15. Januar ist die nächste Ausgabe der Münchner Freiwilligen-Messe im Neuen und Alten Rathaus geplant. Dafür werden Freiwillige für den Empfang und als Lotsen gesucht. Wer Interesse hat, ist für den 12. Dezember um 18 Uhr zu einem Informationstreffen ins Neue Rathaus eingeladen. Für die Hilfe bei der Freiwilligen-Messe wird eine Aufwandsentschädigung von 20 Euro geboten.

▶ www.muenchner-freiwilligen-messe.de

World Giving Index

Neben den Niederländern sind die Ukrainer aktuell die Großzügigsten in Europa. Zu diesem Ergebnis kommt der World Giving Index 2022. Zum fünften Mal in Folge liegt weltweit Indonesien auf Platz 1, gefolgt von den USA und Neuseeland. Die Ukraine ist konkret von Platz 20 auf Platz 10 gestiegen. Und für das kommende Jahr wird es wohl noch weiter nach oben gehen.

▶ www.cafonline.org

Österreich: digitaler Klingelbeutel

Die Wörthersee-Pfarre Krumpendorf geht neue Wege: Dort kann seit Kurzem im Rahmen des Gottesdienstes mittels der Bluecode-App und einem in der Kirche angebrachten QR-Code digital gespendet werden. Wenn die Pilotphase erfolgreich verläuft, gibt es Pläne, das System auch im Stephansdom in Wien anzubieten.

▶ www.kath-kirche-kaernten.at

Mailings, die ankommen

SAZ – gemeinsam Ziele erreichen

Kreation • Text • Layout • Produktion • Neuspender-Adressen • Neuspender-Kampagnen • Houselist-Mailings 24-Stunden-Notmailings • Reaktivierungen • u.v.m.

Ihre nächste Kampagne ist nur einen Anruf entfernt
051 37 / 88 -1444

SAZ®
05137-88-1444
fundraising@saz.com
saz.com

Sechs Familien- und Kinderschutzverbände haben gemeinsam die Kampagne „Genug Tränen!“ entwickelt und fordern damit nach 25 Jahren Reformstau im deutschen Familienrecht wirksame Gesetzesänderungen zum Schutz von Kindern, insbesondere vor Eltern-Kind-Entfremdung, wie sie häufig im Zuge einer Scheidung entsteht. Der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte hat wiederholt eine staatliche Schutzpflicht zur Vermeidung dessen angemahnt. Deutschland gilt in diesem Punkt als „Entwicklungsland“. ▶ www.genug-traenen.de

Ehrenamts-Monitor

Der aktuelle Ehrenamtsmonitor der Malteser befragte die Bereitschaft zum Ehrenamt dieses Mal vor dem Hintergrund der Digitalisierung. Während die Mehrheit von der Bedeutung des Ehrenamts überzeugt ist, zeigt sich, dass die Bereitschaft zum eigenen Engagement rückläufig ist. Dabei haben 46 Prozent der Befragten noch nie von der Möglichkeit gehört, sich digital zu engagieren. Langfristiges Engagement ist dabei nicht mehr reizvoll: Mehr als ein Drittel aller Teilnehmenden der Befragung (36 %) würde sich allenfalls spontan zur Mitarbeit entscheiden wollen. Das deckt sich mit dem Vorteil zeitlicher Flexibilität digitalen Engagements.

▶ www.malteser.de/ehrenamtsmonitor

Spenden-Statistik

Die Solidarität bei den Spenden hält in der Schweiz weiter an, so das Ergebnis der Zewo-Spendenstatistik für das Jahr 2021. Die Schweizer Hilfswerke haben erneut über 2 Milliarden Franken Spenden erhalten. In der Entwicklungszusammenarbeit sowie im Natur- und Umweltschutz nahmen die Spenden eher zu als bei Heimen, Gesundheits- und Sozialorganisationen. Digitale Spenden gewinnen für Hilfswerke an Bedeutung. Dabei spielen die eigene Website, Social-Media Marketing und Twint eine wichtige Rolle.

▶ zewo.ch/de/spendenstatistik

Face to Face international

Um internationale Vernetzung und globale Qualitätsstandards im F2F-Fundraising zu forcieren, wurde Ende September in Wien das „International Public Fundraising Council“ (IPFC) gegründet. Neben den Verbänden aus Frankreich, Großbritannien und Deutschland zählt Österreichs Fundraising-Verband (FVA) zu den Gründern der Vereinigung. Der Fundraising-Verband Austria ist auch dabei federführend, Face-to-Face-Werbern aller Kontinente eine gemeinsame Austauschplattform zu ermöglichen. Dafür richtet der Verband im Mai 2023 den ersten internationalen „F2F Congress“ aus.

▶ www.ipfc.fund

Immer dann, wenn eine Katastrophe viele Menschen betrifft und umfangreiche Hilfsmaßnahmen mit internationaler Unterstützung nötig werden, ist es wichtig, die über Spendenaufrufe eingehenden finanziellen Mittel schnellstmöglich zu verarbeiten. Ohne Verzögerung steht dann ein professioneller Service für die anfallenden administrativen Arbeiten im Spenderservice bereit.

Mit mehr als 20 Jahren Erfahrung im Fundraising und einem breit angelegten Portfolio unterstützen wir Hilfsorganisationen auch bei der Pflege ihrer Datenbank, Datenbereinigung und -aufbereitung sowie Mailingselektionen uvm.

Das Ifunds-Team bedankt sich beim Bündnis Entwicklung Hilft für über 10 Jahre erfolgreiche und partnerschaftliche Zusammenarbeit!

Sie brauchen einen verlässlichen Partner an Ihrer Seite?

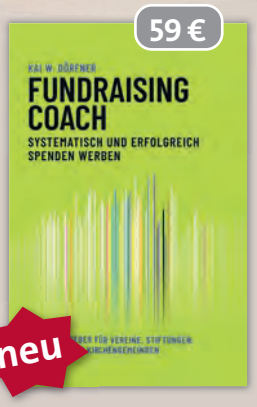
Sprechen Sie uns an, wir stehen bereit!

#DasWichtigeMachen

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

ifunds

Neues und Gutes aus dem FUNDRAISING magazin SHOP



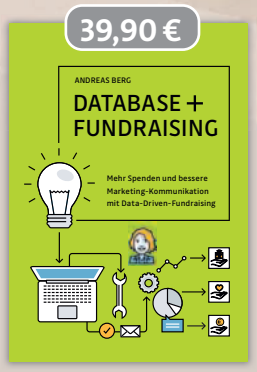
FACHBUCH
Fundraising Coach
von Kai W. Dörfner

neu

FACHBUCH
Großspenden-Fundraising
von
Marita Haibach
und
Jan Uekermann

neue, erweiterte Auflage

FACHBUCH
Fundraising-Grundlagen von
Jan Uekermann



FACHBUCH
Database +
Fundraising
von Andreas Berg

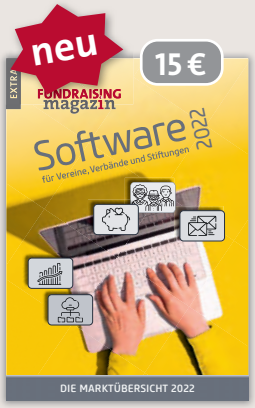
Nützliche EXTRA-Hefte zu ausgewählten Themen

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

Aktuelles Heft 8 €

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

Wir liefern versandkostenfrei innerhalb Deutschlands.

shop.fundraising-magazin.de

Schöner scheitern

… mit Online-Formularen

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.

„Deine Spende konnte leider nicht verarbeitet werden. Bitte versuche es erneut oder wende dich an den Support der Website." Wenn solche Fehlermeldungen auftauchen, ist das ärgerlich. Hat schon mal jemand ermittelt, wie hoch die Abbruchquote ist, bei „Spende fehlgeschlagen"? Die Gründe bleiben für die Spendenden meist ein Geheimnis: technische Dinge, Probleme mit dem Zahlungsanbieter, vielleicht ist einfach zu viel Zeit zwischen der Eingabe der Daten und der Bestätigung vergangen oder es wurden nicht alle Pflichtfelder brav ausgefüllt. Wer weiß das schon!

Im Unklaren gelassen wurde auch die NGO, welche kürzlich bei ihrer Bank ein technisches Problem lösen wollte. Nein, man wollte eben nicht persönlich am Schalter vorsprechen. Wozu gibt es schließlich Internet? „Wir hatten ja zunächst versucht, per Mail Kontakt aufzunehmen und uns mit dem Zusammentragen der Fakten sehr viel Mühe gegeben, substanzielle Fragen gestellt. Das alles hatte geraume Zeit in Anspruch genommen", so der Fundraiser der NGO. Doch es gab lediglich die Möglichkeit, ein Kontaktformular zu nutzen. Warum auch nicht … Nachdem alles ordnungsgemäß ins Formular übertragen wurde, erschien beim Absenden folgende Meldung:

> Spam-Verdacht! Ihre Mitteilung wurde wegen Spam-Verdacht nicht versendet.
> Bitte versuchen Sie es erneut.

Der Fundraiser war entsetzt: „Es machte uns einigermaßen sprachlos – und wütend. Da wird eine individuelle und umfangreiche Anfrage von einem Kreditinstitut tatsächlich als Spam eingestuft und gar nicht erst angenommen. Das wirklich Schlimme war allerdings für uns, dass der gesamte Inhalt schlicht ‚gelöscht' und somit für uns auch nicht mehr greifbar war. Das veranlasste mich, dann direkt telefonisch Kontakt zum Vorstandssekretariat der Bank aufzunehmen. Dort verwies man uns zunächst, welch Wunder, auf das Kontaktformular. Nachdem ich den anliegenden Screenshot, per Mail, an das Vorstandssekretariat versandt hatte (offenbar schenkte man unserer Aussage, dass Anfragen als Spam eingestuft werden, zunächst keinen Glauben), kam dann endlich Bewegung in die Sache."

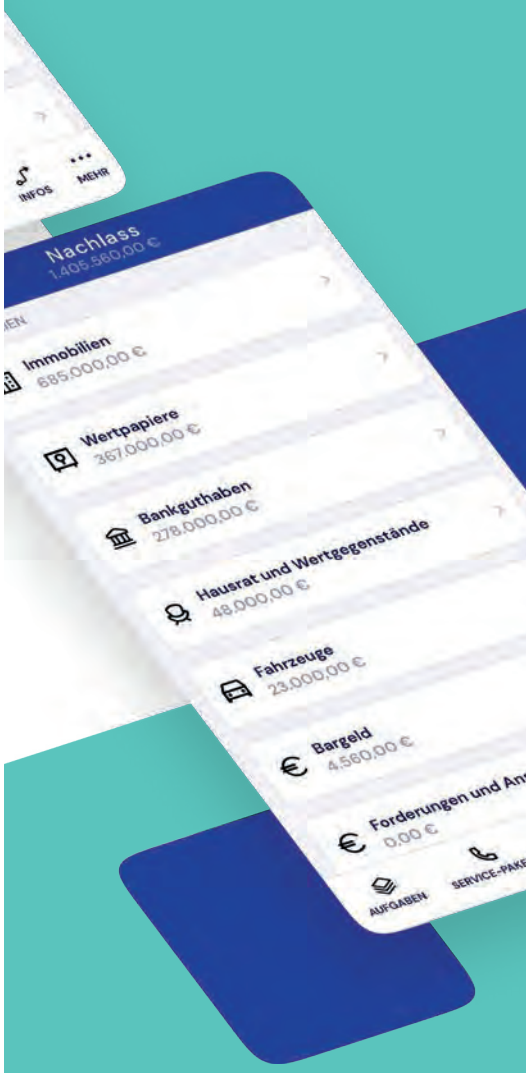
Learnings: Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser! Bei umfangreichen Formularangaben lieber den Text nochmal in die Zwischenablage kopieren. Sicherheitshalber! Oder eben den guten alten Screenshot nutzen.

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

ERBLOTSE®

Wir regeln Erbfälle für Sie.

Ihre Organisation hat geerbt? Unsere Nachlass-Expert:innen übernehmen die Regelung des Erbfalls für Sie.



Informationen unter
erblotse.de/organisationen

Die sozialen Medien werden fernsehisiert

Persönliche Gedanken von Jona Hölderle

Die Welt der sozialen Medien und wie wir sie nutzen, ist mal wieder im Umbruch. Es findet eine Fernsehisierung der sozialen Medien statt. Das hat Auswirkungen auf unsere Kommunikationsarbeit und erfordert eine weitere Professionalisierung in den Organisationen.

Aber was verändert sich überhaupt? Nach wie vor zeichnen sich Social-Media-Plattformen dadurch aus, dass alle Nutzerinnen und Nutzer Inhalte erstellen und mit bestehenden Inhalten interagieren können. Im Gegensatz zu klassischen Medien wie Zeitung, Radio und Fernsehen kann nun jeder und jede ein eigenes Medium sein. Viele sprechen hier von einer Demokratisierung, auch wenn nicht nur Demokratisches und Freundliches gesendet wird.

Die ersten großen sozialen Netzwerke hatten dann auch einen hohen Anteil aktiver Menschen, die selber Inhalte erstellt haben und mit den Inhalten anderer interagiert haben. In einem klassischen Netzwerk von Freundinnen und Freunden gibt es sicherlich Lautere und Leisere, aber alle nehmen halbwegs gleichberechtigt am Diskurs teil.

Nur ist leider nicht alles gleich interessant. Die Algorithmen der Plattformen haben sich nach und nach angepasst und zeigen immer mehr dieselben, besonders populären, wirklich interaktiven Inhalte. Fast schon wie im Fernsehen ist das Hauptkriterium für Erfolg der Erfolg. Es gibt weiterhin nahezu unendlich viele Inhalte, aber immer weniger Inhalte werden von immer mehr Menschen gesehen. Oder wie meine Oma gesagt hätte: „Der Teufel scheißt immer auf den größten Haufen."

Besonders auffällig ist das bei Video-Plattformen wie TikTok und YouTube. Hier wird konsumiert, was trendet. Der Aspekt der eigenen Community, der festen Fans, der Freundschaften spielt eine immer untergeordnetere Rolle. Wie Fernsehsender stehen jetzt populäre Creator/Influencer im Vordergrund, wenn auch weiterhin in vielen Nischen. Gut sehen kann man diese Veränderung aktuell bei Instagram. In den letzten Monaten wird hier der klassische Algorithmus durch immer mehr „Empfehlungen" ergänzt. Das sind Inhalte, die nichts mit dem klassischen „Ich folge dir, also sehe ich deine Inhalte" zu tun haben.

Für Organisationen ist das nicht per se schlecht, bietet es doch auch Möglichkeiten, ganz neue Zielgruppen zu erreichen. Aber: Einfache Neuigkeiten für Mitglieder und Fans funktionieren immer weniger. Der Anspruch muss nun endgültig sein, wirklich virale Inhalte zu erzeugen. Wenn die Anzahl der reichweitenstarken Sender zurückgeht, wäre es ja schön, trotzdem dabei zu sein.

Organisationen müssen stärker als Medienschaffende, oder neudeutsch Creator, auftreten und sich auf der anderen Seite mit populären Creators vernetzen. Das wird leider zu großen Unterschieden führen, bei dem einige Non-Profits stark profitieren, während für die breite Masse der Organisationen der Nutzen sozialer Netzwerke zurückgeht.

Oder anders formuliert: Die Schere zwischen reichweitenarmen und reichweitenstarken Organisationen wird sich im Internet weiter öffnen.

Jona Hölderle begleitet Organisationen als Berater, Sparringspartner oder Coach im Online Fundraising. Zudem ist der Diplom-Verwaltungswissenschaftler und Stiftungsmanager als Dozent tätig.
An der Fundraising-Akademie leitet er als Kursleiter die Fortbildung „Referent*in Online-Fundraising".
▶ https://pluralog.de/

OM has landed

creati</> SOFTWARE

HAPPY HOLY CONFIDENT
HAPPY HOLY CONFIDENT
HAPPY HOLY CONFIDENT
HAPPY HOLY CONFIDENT

„Vieles ist machbar. Aber dafür braucht es Mut und Empathie“

Anuscheh Amir-Khalili engagiert sich in einem Berliner Netzwerk für geflüchtete Frauen und Kinder. Die Anthropologin weiß deshalb, welchen Aufwand persönlicher Einsatz im Vereinswesen bedeuten kann und wie viele Hindernisse die Förderlandschaft in Deutschland Engagierten immer noch in den Weg legt. Für ihre Arbeit ist Anuscheh Amir-Khalili im Mai mit dem Global Citizen Price geehrt worden.

Von RICO STEHFEST

Flamingos sind nicht nur als Deko-Objekte sehr beliebt. Der auffällige Vogel bleibt im Gedächtnis. Und er wird in vielen Sprachen mit dem gleichen Wort belegt. Warum also einen Verein nicht „Flamingo e. V.“ nennen? Anuscheh Amir-Khalili widmet sich seit der Vereinsgründung 2015 aber nicht farbenprächtigen Vögeln. Die iranischstämmige Frauenrechtsaktivistin kam im Alter von acht Jahren mit ihren Eltern nach Deutschland. Die damalige politische Lage im Iran versprach keine sichere Zukunft mehr. Und ein solcher persönlicher Hintergrund bildet nicht selten die Ausgangslage für zivilgesellschaftliches Engagement. Nach einem Aufenthalt auf der Insel Lesbos, wo sie sich für geflüchtete Jugendliche eingesetzt hatte, entwickelte sie gemeinsam mit Mitstreiterinnen in Berlin ein Projekt für Vormundschaften für unbegleitete minderjährige Geflüchtete und alleinstehende schwangere Geflüchtete. Ein selbstorganisiertes Übergangswohnprojekt bauten sie auf, die Nachfrage war riesig, aber um es professionell und nachhaltig weiterzuführen, fehlten Förderungen. Ein Punkt, der seitdem immer wieder zum Ärgernis wird, wenn es darum geht, nachhaltig zu unterstützen und das gleichzeitig irgendwie finanziell so zu stemmen, dass niemand noch private Gelder zuschießen muss. Klar wurde also, dass eine andere Strategie notwendig wurde. „Wir haben uns dann an dem Frauendorf Jinwar in Nordsyrien orientiert. Das ist ein Projekt zum Female Empowerment, in dem die Frauen einen Garten zur Selbstversorgung betreiben. Drumherum gibt es Workshops und Bildungsangebote, beispielsweise im medizinischen Bereich“, erklärt Anuscheh Amir-Khalili. Dieses Projekt sollte also zum Vorbild werden. Der Verein betreibt inzwischen auf dem Gelände des Berliner Jacobi-Friedhofs einen Garten mit Heilkräutern. Direkt daneben liegen die bekannten Prinzessinnengärten, mit deren Betreiberinnen die Frauen im Flamingo-Verein freundschaftliche Kontakte pflegen. Ihrem Garten haben sie den Namen Hevrîn Xelef gegeben, in Erinnerung an die 2019 ermordete kurdische Politikerin.

Der Garten mit Heilkräutern hat ein Female-Empowerment-Projekt zum Vorbild.

Wenn keine strukturelle Förderung möglich ist, dann sollte es eben ein DIY-Projekt sein, wie Amir-Khalili betont. Und das als Partnerprojekt mit Jinwar. Dabei ist nicht zu übersehen, wie stolz sie auf die im Team geleistete Arbeit ist. Alles, so sagt sie, haben die Frauen selbst gemacht. Die Frauen, das sind geflüchtete Jesidinnen, Afghaninnen, Iranerinnen, Kurdinnen, die in dem selbst aufgebauten Gemeinschaftsgarten Ruhe finden. Den Weg dahin finden sie vermehrt über Instagram, aber natürlich vor allem über persönliche Netzwerke.

Dabei ist ein wichtiger Bestandteil des Projekts neben einem Selbstverteidigungs-Kurs ein wöchentliches Angebot für kostenlose Rechtsberatung, natürlich im Bereich Asyl- und Aufenthaltsrecht. „Dafür arbeiten wir mit der Refugee Law Clinic ... ▶

... zusammen. Das ist ein studentischer Verein an der Humboldt-Uni. Unter dem Vier-Augen-Prinzip bieten dort Studierende grundlegende Beratungen an. Durch Supervision und Teamarbeit sind das sehr gute Angebote. Unser Verein stellt dann ehrenamtlich Patinnen zur Sprachmittlung bereit, falls nötig. Das Feedback, das wir dabei bekommen, ist durchweg positiv", so Amir-Khalili. Hier wird auch deutlich, warum sich die Frauen selbst als Aktivistinnen sehen und nicht als Sozialarbeiterinnen.

In ihrem Kräutergarten ist für die Frauen eine Auszeit möglich. Die Grundstruktur dafür, die Hochbeete, ein Bauwagen, sind durch die gemeinnützige „anstiftung" und die Deutsche Postcode-Lotterie ermöglicht worden. Für deren Unterstützung ist Anuscheh Amir-Khalili nicht nur enorm dankbar. Sie sieht darin den Beweis, dass unkomplizierte Förderung für Projekte wie das ihrige möglich ist: „Die Betreiberinnen der Prinzessinnengärten hatten uns darauf aufmerksam gemacht, dass es völlig unkompliziert sei, bei der „anstiftung" einen Förderantrag einzureichen. Bei ihnen war gleich der erste Antrag genehmigt worden. Das war dann auch bei uns der Fall. Das ist ein ganz einfacher Antrag. Schon nach zwei Wochen haben wir Bescheid bekommen. Für die Abwicklung braucht es keinerlei Bons. Und sie besuchen sogar die Projekte." So ganz überrascht es da nicht, dass Amir-Khalili seit Januar selbst für die „anstiftung" tätig ist. Als wissenschaftliche Mitarbeiterin ist sie dort Ansprechpartnerin für interkulturelle Gärten.

An der Basis ist sie nach wie vor aktiv und berichtet davon, dass der Verein momentan zwei Mini-Jobber beschäftigen kann, die sich um die grundlegende Gartenarbeit und „ein bisschen Verwaltung" kümmern. Mehr ist nicht möglich. Und das, so Amir-Khalili, habe strukturelle Probleme: „Ich bin alleinerziehend mit zwei Grundschulkindern. Im Lockdown war Home Schooling angesagt. Während ich am Telefon versucht habe, mit einem Förderer wichtige Details eines komplizierten Antrags zu besprechen, haben mich meine Kinder permanent unterbrochen. Irgendwann ging es gar nicht mehr, und ich wurde gefragt, ob ich denn nicht zu einem späteren Zeitpunkt noch mal anrufen könne. Klar, dachte ich mir, ich rufe in 18 Jahren noch mal an." Dabei ist dieses Beispiel eben kein Einzelfall.

Sie hat die Erfahrung gemacht, dass viele der Anträge und die damit verbundenen Auflagen derart „akademisch deutsch" seien, dass die Zielgruppe nicht selten die Anträge gar nicht bearbeiten könne. „Und wenn mich dann Einrichtungen oder Organisationen anrufen, die Fördergelder für bestimmte Projekte bekommen haben, und bitten, ob wir nicht ein paar Teilnehmende vorbeischicken könnten, weil es daran noch fehlt, dann frage ich mich, mit welcher Motivation überhaupt diese Gelder beantragt werden." Ganz offenbar passen tatsächliche Bedarfe und dafür passende Fördermöglichkeiten nicht immer zusammen.

> Viele der Anträge und die damit verbundenen Auflagen sind derart „akademisch deutsch", dass die Zielgruppe nicht selten die Anträge gar nicht bearbeiten kann.

Von einer Schieflage spricht Anuscheh Amir-Khalili hier. Dabei sind es ihrer Meinung nach nicht nur die Strukturen an sich. Auch der Umgang damit, das Auslegen von Vorgaben, erscheint ihr als zu engstirnig. „Da stimmt ein Antrag um fünf Cent nicht. Also stelle ich mich ewig auf der Post in die Schlange, um eine Fünf-Cent-Briefmarke zu kaufen, damit die Abrechnung laut Vorgabe stimmt. Das ist doch Irrsinn. Wer bezahlt mir diese Zeit?", so ihre kritischen Worte. Immer wieder höre sie, den Sachbearbeitern seien die Hände gebunden. Dabei sei so vieles machbar, wie sie meint. „Es braucht dafür aber nur etwas Mut. Und Empathie." Sonst ändere sich nichts.

Dieses strukturelle Problem innerhalb zivilgesellschaftlichen Engagements trifft sie, so könnte man formulieren, als Frau doppelt. „Als wir angefangen haben, hatten die meisten von uns Aktivistinnen Kleinkinder zuhause sitzen. Wir mussten die unbezahlte Care-Arbeit leisten, dazu einen Job mit Lohnarbeit und eben unser ehrenamtliches Engagement. Wir haben immer wieder versucht größere Förderanträge zu stellen, aber dafür muss man so viel zusammensammeln und erfüllen und sich ausdenken. Diese ganze Arbeit bezahlt natürlich niemand. Richtig große haben wir dann auch nie genehmigt bekommen. Wenn es mal 5000 Euro waren, dann haben die so drei bis vier Monate abgedeckt. Wir mussten uns dann also gleich um einen Folgeantrag kümmern oder nach anderen Möglichkeiten umschauen. Bei dieser Auseinandersetzung mit den ganzen Finanzen und in den vielen Gesprächen mit der Rentenkasse ist mir eins deutlich geworden: Ich laufe hier straight in die Altersarmut." Soll heißen: Die Rentenpunkte, die auf Basis solcher Arbeitsmodelle gesammelt werden, reichen am Ende für ein Hartz-IV-Niveau. Prekär, befristet, unterbezahlt, Teilzeit. Und in der Regel trifft es Frauen, weil Männer meist in anderen Tätigkeitsbereichen unterwegs sind.

Um den Verein in dieser Hinsicht voran bringen zu können, ist 2021 der Zweckbetrieb „Band of Sisters" entstanden. Mit diesem Female Social Entrepreneurship sollen Produkte aus dem Heilkräutergarten, wie Seifen und Tees, vertrieben werden. Langfristig soll es in eine gGmbH übergehen. Aus den Einnahmen sollen 20 Prozent für die Partnerprojekte eingesetzt werden; der Rest soll direkt in die eigene Weiterentwicklung fließen. Einfach ist das aber nicht: „Wir brauchen ganz dringend eine Person, die uns dafür einen professionellen Business-Plan erstellen kann. Allein schaffen wir das leider nicht", betont Amir-Khalili. Eine Fundraising-Kampagne ist momentan undenkbar. Das käme on top, zusätzlich zu den kaum zu bewältigenden Aufgaben. Eine Frage des Wollens ist das keinesfalls. „Wir machen weiter, weil wir sehen, wie viele Frauen davon profitieren."

- www.flamingo-berlin.org
- www.band-of-sisters.com
- www.rlc-berlin.org
- www.anstiftung.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

Mobile Fundraising

… überall und jederzeit

Von SMS-Spende bis Geo-Targeting

Wer ein Smartphone nutzt, kann auch spenden. So einfach lässt sich Mobile Fundraising auf den Punkt bringen. Bis es aber so weit ist, braucht es neben Technologie und Datensicherheit auch Offenheit für Neues.

Seite 22

Optimiert für unterwegs?

Menschen entscheiden sich oft spontan für eine Spende und nutzen dafür das Gerät, das sie gerade zur Hand haben – ihr Handy. Allerdings gibt es beim Mobile Fundraising ein paar Stolperfallen, die Spendenden das Geben schwer machen und für Frust sorgen. Wir sagen, welche das sind und wie Sie diese vermeiden.

Seite 24

Lebendige Bilder, kurz gefasst

Texten und Storytelling für mobiles Fundraising: Ob Brief oder Newsletter, Postkarte oder Social-Media-Post, Image-Broschüre oder Website – immer gilt kurz, klar und lebendig zu schreiben. Das heißt, die Geschichte geht ins Ohr, trifft das Herz und öffnet den Geldbeutel.

Seite 26

Keine unnötigen Klicks

Fundraising über die eigene Website nimmt an Bedeutung stetig zu. Damit es auch mobil gut funktioniert, sollten NGOs Spenderinnen und Spendern das anbieten, womit diese vertraut sind.

Seite 28

Das gute Gefühl gibt's auch digital

Weil die Geldübertragung so einfach ist, scheinen die Bezahl-Apps auch für das Fundraising geeignet zu sein. Die Funktionalitäten sind aber rein auf das Bezahlen ausgerichtet und nicht auf das gute Gefühl beim Spenden. Was unterscheidet Spenden-Apps von reinen Bezahl-Apps?

Seite 30

Von SMS-Spende bis Geo-Targeting

Mobile Fundraising gehört die Zukunft – wenn Personalisierung und Datenschutz harmonieren

Wer ein Smartphone nutzt, kann auch spenden. So einfach lässt sich Mobile Fundraising auf den Punkt bringen. Bis es aber so weit ist, braucht es neben Technologie und Datensicherheit auch Offenheit für Neues.

Von DANIELA MÜNSTER

Mobile Fundraising – es ist „das neue große Ding" und gleichzeitig „ein alter Hut". Per SMS kamen vor 20 Jahren bei der öffentlichen Silvesterparty am Brandenburger Tor 320 000 Euro Spenden für Unicef zusammen. „Text-to-Give" galt seitdem als innovativ und wurde lange Zeit synonym für mobiles Fundraising verwendet. Heute kann Mobile Fundraising viel mehr. Dennoch hat Text-to-Give noch eine Daseinsberechtigung. Auf Massen-Events oder bei akuten Notlagen können via SMS kurzfristig viele kleine Beträge eingesammelt werden, wenn die Dringlichkeit zu helfen entsprechend kommuniziert wird. Der Nachteil: Spenderbindung lässt sich so nicht aufbauen. Dafür gibt es inzwischen andere Möglichkeiten.

Menschen nutzen Smartphones

Das Smartphone ist heute aus dem Leben der meisten Menschen kaum noch wegzudenken. Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. schätzt den Smartphone-Absatz in Deutschland für das Jahr 2022 auf 19,7 Millionen Stück. Im Jahr 2021 hatten über 90 Prozent der 14- bis 19-jährigen Personen im Haushalt ein Smartphone zur Verfügung. Der Anteil bei der spendenaffinsten Zielgruppe der über 70-Jährigen beträgt immerhin 68 Prozent. Laut einer Prognose der Online-Plattform Statista werden im Jahr 2023 in Deutschland 69 Millionen Menschen ein Smartphone nutzen. Auch der sprunghafte Anstieg des Datenvolumens spricht für den Einsatz von Mobile Fundraising.

Nicht alles ist mobil-geeignet

Was macht Mobile Fundraising aus? Sämtliche Fundraising-Maßnahmen, die über Tablets oder Smartphones laufen, gehören dazu. Doch nicht alles, was online ist, ist auch mobil-geeignet. Durch die Nutzung der mobilen Endgeräte ergibt sich ein Anpassungsbedarf: Der kleinere Bildschirm, die Bedienung ohne Mouse per Touchscreen und das veränderte Verhalten der Nutzenden müssen in den Fokus rücken. Neben der einfacheren Darstellung der Inhalte auf Smartphone und Co. sind auch Formulare und Widgets auf die mobile Nutzung zu optimieren. Die Betriebssysteme der mobilen Endgeräte – dies sind in der DACH-Region derzeit vor allem Android und iOS – gilt es zwingend zu berücksichtigen. Das heißt, allein auf responsives Design der Website zu setzen, das sich automatisch an die verschiedenen Bildschirmgrößen anpasst, ist zu kurz gedacht.

Der Schlüssel zur Spende

Die Instrumente des Mobile Fundraisings sind vielfältig: von mobilen Spenden-Websites mit Mobile-Payment-Angeboten über eigene Apps, Crowdfunding-Seiten, Mobile Advertising und E-Mail-Newsletter bis hin zu WhatsApp-Marketing und Geo-Targeting. Allen gemein ist, die Zielgruppe möglichst treffsicher auf ihren Mobilgeräten zu erreichen. Denn das eigene Smartphone ist heute das persönlichste aller Endgeräte. Und persönliche Bindung – das wissen wir längst – ist der Schlüssel zur Spende.

Interaktivität bringt Vorteile

Deshalb liegt auch in der einfachen Interaktion mit den Nutzenden die große Chance des Mobile Fundraisings. Beispielsweise kommen SMS infrage, Push-Links, Interactive Voice Response bis hin zu komplexen Anwendungen. Mobile-Viral-Marketing ist ein Begriff, der in der werbenden Wirtschaft aktuell stark gebraucht wird. Dabei sollen Menschen motiviert werden, Inhalte mobil an weitere Leute

aus ihrem sozialen Umfeld zu senden und diese dann wiederum zum Weiterleiten motivieren. Dies kann ein Spendenaufruf oder eine Crowdfunding-Seite sein, eine Petition oder ein Mitmach-Angebot. Seit WhatsApp 2021 die Möglichkeit zum Newsletter erneut eingeführt hat, wird auch dieses Instrument wieder interessant.

Geo-Targeting zeigt lokale Stärke

Fordert eine App Sie auf, Ihre Standortdaten freizugeben, dann ist von Geo-Targeting die Rede. Es spielt schon länger eine Rolle im Mobile Marketing und bietet sich auch für Fundraising perfekt an. Mit der Verbreitung von Smartphones und Tablets gewinnen sogenannte Standort-bezogene Services an Bedeutung. Beispielsweise können Umweltorganisationen, Denkmalschutz-Stiftungen oder Träger der Kinder- und Jugendhilfe für Spendenprojekte im geografischen Umfeld der Menschen werben. Lokale Nähe ist bekanntlich einer der Erfolgsfaktoren im Fundraising.

Neben der freiwilligen Auskunft durch manuelle Eingaben („Geben Sie hier Ihre Postleitzahl ein") oder die Standortfreigabe im Smartphone werden für Geo-Targeting auch GPS-Daten sowie IP-Adressen oder Datenbanken ausgewertet. Und spätestens hier heißt es: Achtung Datenschutz!

Datenschutz wird zur Vertrauensfrage

Lange Zeit war Datenschutz für viele Nutzende mobiler Apps kein Thema. Sie nahmen die Weitergabe ihrer Daten oftmals unbewusst in Kauf, um immer auf dem neuesten Stand der Technik zu sein. Fast jedes Update forderte schließlich zur Datenfreigabe auf. Inzwischen werden Transparenz und der sachgerechte Umgang mit den persönlichen Daten vermehrt eingefordert. Datensicherheit entwickelt sich zur Vertrauensfrage.

Durch die Einführung von Apples Tracking Transparency Framework im Frühjahr 2021 hat sich auf Seiten der Technologie-Anbieter einiges bewegt: Jede App muss nämlich seit iOS 14.5 die Zustimmung der User zum Tracking ihrer Daten im Voraus über eine Pop-up-Meldung einholen. Auch Android-Nutzer sollen in Zukunft die Möglichkeit haben, den Zugriff auf Googles Werbe-IDs von Apps zu verweigern. Das führt zu einem Umdenken im Mobile Marketing, was für das Fundraising nur gut sein kann. Denn zukunftsfähig ist das Ganze nur, wenn Personalisierung und Datenschutz miteinander Hand in Hand gehen.

Mit uns gestalten Sie den
DIGITALEN WANDEL
Ihrer Fundraising
Organisation

GOB SOFTWARE & SYSTEME
UNITOP FUNDRAISING DIE GANZHEITLICHE LÖSUNG
Microsoft

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

Optimiert für unterwegs?

Sieben Fehler, die Sie beim Mobile Fundraising vermeiden sollten

Menschen entscheiden sich oft spontan für eine Spende und nutzen dafür das Gerät, das sie gerade zur Hand haben – ihr Handy. Allerdings gibt es beim Mobile Fundraising ein paar Stolperfallen, die Spendenden das Geben schwer machen und für Frust sorgen. Wir sagen, welche das sind und wie Sie diese vermeiden.

Von KARIN SOMMER

Die Nutzung des mobilen Internets ist in den vergangenen Jahren stetig gewachsen: 2021 waren es bereits 82 Prozent aller Deutschen, die mobil surften. Europaweit machen mobile Endgeräte (Handy, Tablet) bereits 54 Prozent aller Website-Zugriffe aus. Ein Blick in die Daten der FundraisingBox verrät, dass dieser Trend auch für Spenden gilt: Derzeit werden rund 30 Prozent der FundraisingBox-Spenden per Smartphone oder Tablet generiert. Damit dies gut funktioniert, gilt es folgende Fehler zu vermeiden.

1. Langsame Ladezeiten

Mobiles Internet ist – je nachdem, wo man sich befindet – noch langsam, und Nutzende sind sehr ungeduldig. Testen Sie daher die Ladezeiten Ihres Spendenformulars in unterschiedlichen Situationen: auf dem Land, in der Stadt, in Gebäuden, in öffentlichen Verkehrsmitteln. Möchten Sie die Ladezeit verkürzen, verwenden Sie Bilder mit geringerer Auflösung und optimierter Größe, nutzen Sie die Funktion „Lazy Loading" und minimieren Sie die Anzahl der Plug-ins auf Ihrer Website auf das Allernötigste.

2. Lange, unübersichtliche Klickpfade

Über einen Link oder einen QR-Code gelangen Handy-Nutzende auf Ihre Website und möchten unterstützen. Bis sie jedoch tatsächlich zum Formular kommen, müssen sie sich von der Startseite über jene mit diversen Unterstützungsmöglichkeiten und durch die einzelnen Projekte klicken. Das mag am Desktop-PC interessant und gut sein, am mobilen Gerät ist es jedoch lästig. Also sorgen Sie dafür, dass Ihr Spendenformular von jeder Landingpage aus mit nur einem Klick erreichbar ist.

3. Finger zu dick oder Button zu klein?

Apropos Klick: Bestimmt waren Sie auch schon mit dem Handy auf einer Website und wollten einen Menüpunkt oder Call-to-Action-Button antippen. Doch egal wie oft man es versucht, man trifft einfach nicht. Noch schlimmer sind Overlays oder Pop-Ups, die am Handy schwierig wegzuklicken sind.

Designen Sie also responsiv und mobile-first: große Buttons, große Schrift und alle Informationen kompakt (oder zum Aufklappen) auf einer einzigen, scrollbaren Seite. Optimal ist eine eigens für die mobile Nutzung optimierte Landingpage.

4. Umständliches Spendenformular

Haben es Ihre Spendenwilligen bis zum Online-Formular geschafft, geht es ans Eingemachte. Hier darf nichts ablenken oder Fehler produzieren. Reduzieren Sie die Seite auf die nötigsten Informationen und gestalten Sie das Formular kurz und knapp. Lassen Sie also alle Felder weg, auf die Sie verzichten können. In einigen Spendenformularen gibt es die Möglichkeit, einzelne Formularfelder auf mobilen Geräten automatisch auszublenden: Nutzen Sie diese, wo es sinnvoll ist.

5. Mühsamer Zahlungsprozess

Internetnutzende gewöhnen sich an ihre bevorzugte Online-Zahlweise. Deshalb ist es empfehlenswert, alle gängigen Zahlungs-

arten im Formular anzubieten. Die beliebtesten Möglichkeiten bei den Spendenden der FundraisingBox-Organisationen sind PayPal, Lastschrift und Kreditkarte – sie machten 2020 zusammen rund 93 Prozent der Spenden aus.

Für Mobile Fundraising im Speziellen empfehlen sich generell alle Zahlungsarten, bei denen keine langen IBANs oder Kreditkartennummern eingegeben werden müssen, also beispielsweise PayPal, Apple Pay und Google Pay – bei diesen sind übrigens auch regelmäßige Spenden möglich.

6. Kein Traffic

Keine Website-Besuchenden – keine mobilen Spenden. Damit Sie auch mobil gut gefunden werden, präsentieren Sie sich dort, wo Menschen am häufigsten am Handy surfen: in sozialen Medien und bei Google. Gestalten Sie Ihre Social-Media-Postings und Google-Ads mobile-friendly, zum Beispiel durch vertikale Videos, Direktverlinkung des Spendenformulars und gezieltes Aufgreifen von häufigen Suchanfragen über Mobilgeräte.

Und um auch die zu erreichen, die nicht ständig auf Social Media sind, können QR-Codes hilfreich sein. Sie können auf Plakaten, Broschüren, Menükarten und Tischaufstellern, bei Bushaltestellen und vielen anderen Gelegenheiten integriert werden und leiten die Spendenwilligen ebenfalls direkt auf das Spendenformular oder eine mobil-optimierte Landingpage.

7. Sich nur auf einen Kanal verlassen

Das eigene Spendenformular ist natürlich der Hauptkanal, sollte aber nicht der einzige sein. Nutzen Sie alle Möglichkeiten, um Spendende am Handy zu erreichen: Spendenaktionen, E-Mails und QR-Codes mit Direktlink zum Formular, Messenger-Kommunikation oder Spendenapps. Wer keine eigene App programmieren kann, kann auf Dienste wie Impactory.org oder I-do.app zurückgreifen.

Karin Sommer ist seit 2007 im Non-Profit-Sektor tätig und betreut seit 2020 den Blog der FundraisingBox, wo sie ihr Wissen rund um digitales Fundraising weitergibt und sich Themen widmet, die die Branche bewegen. Außerdem arbeitet sie freiberuflich als Fachjournalistin und Texterin für NGOs, Presse und Wirtschaft.
▶ blog.fundraisingbox.com
▶ www.fundraisingbox.com

Nicht nur unsere IT können Sie „einfach so" anrufen – auch unseren Geschäftsführer. Georg Kolb freut sich auf ein Gespräch oder ein Email.

Telefon: +49 (0) 30 2000 85 89 0
georg.kolb@hsp-fundraising.de

Mit nur einem Mausklick Statistiken abrufen, Datensätze ändern oder das tägliche Dashboard abrufen – gibt es tatsächlich Menschen, denen so etwas Freude bereitet?

Nun ja, Fundraiser sind eben ein wenig anders. Genauso wie unsere Datenbank. Von Fundraisern für Fundraiser entwickelt. Plug and play installiert und so einfach zu handhaben wie ein Textprogramm. Haben Sie Lust, **hsp SPOTLIGHT** kennenzulernen?

www.hsp-fundraising.de

hsp GRUPPE

Lebendige Bilder, kurz gefasst

Texten und Storytelling für mobiles Fundraising

„Schreibe kurz, und sie werden es lesen. Schreibe klar, und sie werden es verstehen. Schreibe bildhaft, und sie werden es im Gedächtnis behalten", sagte einst Joseph Pulitzer. Das gilt für jeden Text. Denn egal, ob Brief oder Newsletter, Postkarte oder Social-Media-Post, Image-Broschüre oder Website, immer gilt: kurz, klar und lebendig zu schreiben heißt: Die Geschichte geht ins Ohr, trifft das Herz und öffnet den Geldbeutel.

Von CHRISTINE GEDIGA

Seit das erste iPhone 2007 auf den Markt kam, gehen immer mehr Menschen mit dem Telefon ins Netz, wickeln Zahlungen über das Smartphone ab und nutzen Social Media als Informationsquelle und zur Beziehungs-Pflege. Je jünger die Menschen, desto selbstverständlicher das Nutzen mobiler Anwendungen und desto gewohnter der „snackable content". Daher sollten wir Texte und Geschichten fürs Netz vom smarten Mobil-Telefon aus denken und kreieren.

Kurz, klar und knapp

Ein Absatz sollte zwischen fünf und sechs Sätze umfassen und die Sätze zwischen neun und 15 Wörter lang sein. Kurze Absätze können Menschen schneller überfliegen, kurze Sätze leichter verstehen. Pro Satz eine Info, pro Absatz ein Thema. Wählen Sie klare Aussagen, und halten Sie die Sätze knapp – ohne Füllwörter, Blähwörter, Phrasen oder Floskeln.

Spannend gegliedert

Gliedern Sie Ihre Texte. In etwa zwei bis drei Sekunden müssen wir die Aufmerksamkeit der Personen erlangen, die unsere Website besuchen, unseren Text lesen sollen. Das heißt: In etwa 50 Zeichen entscheidet sich, ob die Menschen weiter lesen oder weiter klicken. Spannende Überschriften regen zum Weiterlesen an und geben Orientierung, da sie den Inhalt des Folgenden kurz beschreiben. Gleichzeitig ist der Text suchmaschinenoptimiert (SEO). Denn je öfter ein Suchwort oder Suchsatz mit einer Haupt-Überschrift (H1-Überschrift) zusammenpasst, desto relevanter wird der Text für die Suchmaschine, und desto weiter rückt Ihre Seite, Ihr Beitrag nach oben. Überlegen Sie: Wonach suchen die Menschen, die unser Angebot finden sollen? Was tragen sie in die Suchmaschine ein? Und danach richten Sie Ihren Überschriften-Text.

Relevant und interessant

Menschen stöbern auf einer Homepage dann, wenn ihnen ihr persönlicher Mehrwert gleich am Anfang klar ist. Daher sollte bereits auf der Startseite stehen, welche Vision und Mission die Organisation verfolgt. Warum sie macht, was sie macht und wie.

Und wer, welche Menschen hinter der Organisation, dem Projekt stehen. So erkennen die Besuchenden sofort: Ist das Thema, sind die Geschichten für mich relevant, kann ich mich identifizieren? Und mag ich diese Menschen und für sie und deren Vision spenden?

Ungewöhnliche Aussagen machen einen Text interessant. Manche Regel, die wir in der Schule gelernt haben, dürfen wir brechen und auch von der Norm abweichen und unserer Sprach-Fantasie freien Lauf lassen.

Lebendig und emotional

Lebendig schreiben heißt schreiben fürs Kopfkino – emotional, bildhaft, anschaulich. Am anschaulichsten wird die Wirkung eines Projekts, einer Organisation in Geschichten. Sie tragen unsere Botschaft in Hirn und Herz. In Geschichten erleben wir das Abenteuer mit, erfahren unseren Mehrwert, unsere Selbstverwirklichung hautnah. Wir identifizieren uns mit der oder den Hauptfigur(en), fühlen mit und möchten helfen.

Vom Was zum Wie

Neben dem, was wir erzählen, kommt es auch darauf an, wie wir erzählen, damit Bilder im Kopf der Lesenden entstehen, die Botschaft hängen bleibt. Daher suchen Sie Ihren Text nach Wörtern ab, die auf -ung, -heit, -schaft etc. enden. Das sind substantivierte oder „ermordete" Verben. Lassen Sie die Verben als solche wieder auferstehen.

Benennen Sie Körperteile oder Verpflegung als Teile des Ganzen: Beine, Arme, Hände – Brötchen, Limo, Schokolade … Sprachliche Bilder unterstreichen die Bilder im Kopf, wenn sie passen. Daher wählen Sie sorgfältig aus. Und geben Sie den Bildern Namen. Auch die Geschichte Ihrer Hauptfigur(en) steht als Teil für alle und alles, wofür Sie wirken. Und danken Sie Ihren Spendenden lieber, als dass den Spendenden „durch Sie gedankt" wird. Formulieren Sie aktiv!

Interaktiv und Call to action

Benennen Sie Ihre Call-to-Action-Button klar. Statt „jetzt spenden" lieber: „für Kinder in Not spenden". So rückt Ihre Seite in der Suchmaschine nach oben. Und lassen Sie den Spendenbutton mitwandern, von Startseite zu Unterseite und von oben nach unten beim Scrollen. So können Spendenwillige von überall auf der Seite mit einem Klick helfen.

Gute Texte sind eine Leidenschaft von **Christine Gediga**. Daher berät und schult sie Social-Profit-Organisationen, welche Texte im Fundraising erfolgreich sind, und veröffentlicht monatlich entsprechende Artikel in ihrem Blog.
▶ **www.gediga-fundraising-pr.de**

Keine unnötigen Klicks

Mobiles Fundraising mit der eigenen Website

Fundraising über die eigene Website nimmt an Bedeutung stetig zu. Damit es auch mobil gut funktioniert, sollten NGOs Spenderinnen und Spendern das anbieten, womit diese vertraut sind.

Von NORA JÄGER

Das Smartphone ist eigentlich kein reines Phone mehr – wer telefoniert schon noch? Es ist Messenger, Nachrichtenquelle, Selbstdarstellungsinstrument, Spielkonsole, Musikbox und zunehmend unser digitales Portemonnaie.

Durch die Corona-Pandemie hat nicht nur die Digitalisierung der Kommunikation, sondern auch die der Zahlungswege einen weiteren Schub bekommen. Seit Beginn der Pandemie kann nun selbst beim Bäcker mit Karte gezahlt werden. Hinzu kommen Zahlungswege, die wie gemacht sind für Online-Spenden. PayPal ist mit 93 Prozent in Deutschland das beliebteste und am häufigsten genutzte Online-Bezahlverfahren (Quelle: Statista), gefolgt von Klarna (49 %) und Amazon Pay (25 %).

Gut zugängliche Heimathäfen werden gern angelaufen

Hinzu kommt: Die Website ist der Heimathafen jeder Organisation im Netz – hier ist das Fundraising weitestgehend unabhängig von externen Spendenplattformen und sozialen Netzwerken. Hier können Tools und Prozesse so aufgebaut werden, wie es für die Organisation am funktionalsten ist.

Und während früher geraten wurde, nur nicht zu viele Zahlungswege zur Verfügung zu stellen, um die Menschen nicht zu verwirren, gilt heute: „The more, the merrier". Wichtig ist, den Spenderinnen und Spendern das anzubieten, womit sie vertraut sind. Zahlungsmittel müssen auf den ersten Blick im Spendenprozess zu erkennen sein. Die wenigsten Menschen haben die Muße herauszufinden, wie gespendet werden kann. Fast noch wichtiger: Der Spendenprozess muss für die Unterstützerinnen und Unterstützer ansprechend und einfach gestaltet werden – unabhängig vom Endgerät.

Mobiles Spenden ist noch im Anfangsstadium

Nun ist das alles kein Grund, in Panik auszubrechen, wenn das eigene Online-Fundraising noch die Form eines einfachen Lastschriftformulars auf der Website hat, welches als E-Mail in den Spenderservice geschickt wird. Denn: Bislang werden im Organisationsdurchschnitt nur 25 Prozent der Spenden mobil getätigt (Quelle: RaiseNow).

Es gibt gute Online-Fundraising-Anbieter, die sich relativ unkompliziert auf der eigenen Website einbauen lassen.

Das mobil-optimierte Spendenformular

Ein gutes Spendenformular vermeidet unnötige Klicks – gerade mobil ist jeder Klick ein Absprungsrisiko. Datensparsamkeit erleichtert das Ausfüllen des Formulars und erzielt mehr Abschlüsse. Nicht jeder möchte gerne Post bekommen – die Möglichkeit für eine fast anonyme Spende unter Angabe der E-Mail-Adresse macht es datenschutzaffinen Menschen leichter. Im zweiten Schritt können Wünsche wie nach einer Zuwendungsbestätigung per Post oder E-Mail geäußert werden.

Spendenbeispiele helfen herauszufinden, wofür genau die Organisation Geld benötigt – das kann über ein Shop-System wie auch über einen Schieberegler visualisiert werden. Wichtig ist ein Hinweis wie „Wofür wir Ihre Spende zum Beispiel verwenden", sofern es sich nicht um konkrete Anschaffungen, sondern eben um Beispiele handelt.

Soziale Netzwerke sind mobil

Spendenorganisationen sind heute organisch wie werblich auf sozialen Netzwerken unterwegs – und diese werden fast ausschließlich mobil genutzt. Wer diesen Fundraising-Weg beschreitet, kommt um die Gestaltung mobil-optimierter Landingpages und Spendenformulare nicht herum.

Online-Fundraising ist also ein wenig wie Online-Shoppen: Es ist impulsgetrieben und muss leicht sein. Wir haben nichts zu geben, außer ein gutes Gefühl. Und das muss für die Spenderinnen und Spender leicht zu erreichen sein.

Praxistipp

Neue Websites können Sie selbst auf mobile Benutzerfreundlichkeit überprüfen. Mit einem kurzen Test auf *https://search.google.com/test/mobile-friendly?hl=de* findet jeder schnell heraus, wie gut die eigene Seite performt.

Nora Jäger ist Dipl.-Politologin und leidenschaftliche Online-Fundraiserin. Seit 2010 arbeitet sie bei der Deutschen Gesellschaft zur Rettung Schiffbrüchiger, besser bekannt als die Seenotretter. Dort leitet sie das Online-Marketing.
▶ www.seenotretter.de

FUNDRAISINGBOX

Die Digital Fundraising Plattform entwickelt für Non-Profits

CRM OHNE SETUP-GEBÜHREN UND DIE ERSTEN 1000 KONTAKTE GESCHENKT*

Spendenvolumen erhöhen
Mehr Spenden, neue Zielgruppen und mehr Impact durch moderne, digitale Spendenprodukte.

Zahlungen abwickeln
Ermöglichen Sie es Ihren Unterstützenden, einfach dort zu spenden, wo sie gerade sind und so wie sie es möchten.

Spendende besser verstehen
Zahlungsdaten – auch von Überweisungsspenden – und Spendendendaten für die optimierte Spender*innenansprache.

Daten verstehen und nutzen
Mit zahlreichen out-of-the-box Reports haben Sie immer alle relevanten KPI Ihrer Non-Profit vor Augen.

Machen Sie es sich leicht
Gewinnen Sie wieder Zeit für kreative Aktionen und automatisieren Sie zahlreiche Routinen Ihrer Arbeit.

Daten an einem Ort
Synchronisieren Sie die Tools, die Sie sowieso nutzen, einfach mit der FundraisingBox.

fundraisingbox.com

* Bei Buchung bis zum 15.02.2023.

Das gute Gefühl gibt's auch digital

Was unterscheidet Spenden-Apps von reinen Bezahl-Apps?

Bargeldloses Bezahlen mit dem Smartphone ist auch in Deutschland weit verbreitet. Mobile Bezahlsysteme wie PayPal oder Apple Pay machen das Übertragen von Geld beim Einkauf oder im Restaurant bequem und einfach. Und weil die Geldübertragung so einfach ist, scheinen die Bezahl-Apps auch für das Fundraising geeignet zu sein. Die Funktionalitäten sind aber rein auf das Bezahlen ausgerichtet und nicht auf das gute Gefühl beim Spenden.

Von MARIE SIRRENBERG

Eine digitale Spende ist nicht einfach nur ein Bezahlvorgang und darf sich nicht so anfühlen. Stichwort: Glücksgefühle beim Spenden. Das berücksichtigen Spenden-Apps, was auch den wesentlichen Unterschied zu Zahlungs-Apps und klassischen Überweisungen ausmacht.

Interessanterweise kommen Spenden-Apps meist aus dem kirchlichen Kontext. So hat zum Beispiel die Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten mit MyOfferings eine eigene App für Spenden an ihre Gemeinden entwickelt. Die Nutzerinnen und Nutzer wählen hier europaweit ihre Gemeinde aus, der eine zentrale Organisation die Spenden gesammelt überweist.

Auch die App Givt wurde ursprünglich in den Niederlanden von Theologen für Kirchen entwickelt, dann aber bald auch von anderen Organisationen als geeignetes Instrument für die Spendensammlung entdeckt. Unter anderem deshalb, weil solche Apps den Vorteil haben, für Anlässe konzipiert zu sein. Wir nennen es den Kollekten-Moment, wenn Menschen in Gemeinschaft sind und an einem Ort für einen Anlass spenden. Die Spenden werden mit Givt vor Ort via QR-Code, GPS-Ortung oder Bluetooth-Verbindung bequem der Kirche oder Gemeinde zugeordnet. Und weitere Aspekte unterscheiden Spenden-Apps von reinen Bezahl-Apps: Nutzerinnen und Nutzer benötigen im Spendenmoment keine Internetverbindung, können Standard-Spendenbeträge und persönliche Spendenziele einstellen, und sie erhalten auf Wunsch automatisiert einen Spendenabzug für die Steuererklärung.

Besondere Services für Fundraiser

Für Fundraiserinnen und Fundraiser unterscheiden sich Spenden-Apps von Bezahl-Apps insbesondere im Funktionsumfang und im Service. Bei einer App, die auf Spenden ausgerichtet ist, landet nicht jede einzelne Spende auf dem Konto der Organisation und verursacht so auch keinen hohen Verwaltungsaufwand und keine zusätzlichen Kosten. Um Spenden gezielt einem Anlass oder einem Ort zuzuordnen, bieten Spenden-Apps von vornherein eine Zuordnung zum Spendenzweck. Bei Givt erhalten Kirchengemeinden und Organisationen Zugang zu ihrem individuellen Dashboard und können in Echtzeit nachvollziehen, wann wie viel gespendet wird und Spenden auch langfristig digital auswerten. Und das alles natürlich datenschutzkonform.

Den meisten Spendenerfolg haben Apps oder andere digitale Tools, die sich für die Spendenden nicht so anfühlen wie Bezahlen. Sie müssen Fundraising von den Spenderinnen und Spendern her denken und ihre Lebensrealitäten berücksichtigen und überall dort, wo Menschen sonst Bargeld aus Dankbarkeit, Unterstützung oder Freude in Klingelbeutel, Spendenboxen oder Hüte werfen, die Leichtigkeit und das gute Gefühl beim Spenden digital abbilden.

Marie Sirrenberg ist Mitgründerin der AMOS IT GmbH, die Kirchen bei der digitalen Transformation unterstützt. Die Geschäftsführerin verbindet Digitalkompetenz aus ihrer Zeit in einem Berliner Tech-Start-up und als Softwareberaterin mit ihrem kirchlichen Hintergrund. AMOS IT bietet mit der App „Givt" eine Lösung für bargeldlose Spenden an.
▶ www.givt-app.de

TeleDIALOG gibt Spenden mehr Gewicht

Fotos: AdobeStock©auergraphics, ©FriendsStock

Im mittleren Spendensegment geht noch mehr

*... wenn es richtig gemacht wird: Als erfahrener Spezialist für Telefon-Fundraising unterstützen wir Sie dabei, mit Ihren mittleren Spender*innen und Förderer*innen in wertvollem Kontakt zu bleiben. Durch das persönliche Gespräch schaffen wir eine dauerhafte (Ver-)Bindung, die sich auszahlt. Rufen Sie uns an und wir geben Ihren Spenden mehr Gewicht.*

TeleDIALOG
Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

Kunst für die Umwelt

E-Mobility statt Oldtimer: Das durchaus ansprechende Motiv zeigt einen VW-Käfer in der peruanischen Stadt Cusco. So hübsch der Anblick, ist die Technik des Autos für heutige Anforderungen leider nicht mehr tauglich. Aber das Bild kann man sich auf Leinwand über die Couch hängen. Oder alternativ als NFT erwerben. Möglich ist beides über die Wiener NGO Energy Art Studio, die mit einem Teil der Erlöse weltweit Umweltprojekte unterstützt.

▶ www.energy-art.studio

Förderfähig

Engagement für Integration in Österreich

Ehrenamtlich getragene Initiativen und Projekte in Gemeinden und Städten, die zum Gelingen der Integration von Geflüchteten beitragen, fördert der Österreichische Integrationsfonds (ÖIF) mit bis zu 2 500 Euro pro Initiative. Übernommen werden damit tatsächlich anfallende Kosten. Gefördert werden können mit der ÖIF-Ehrenamtsförderung von freiwillig engagierten Personen, Vereinen und Organisationen getragene Initiativen zum Deutschlernen, wie Lerngruppen für Erwachsene und Schüler, Angebote zur Unterstützung beim Einstieg in den österreichischen Arbeitsmarkt wie Firmenbesuche oder regionale Jobbörsen, spezielle Unterstützungsangebote für Frauen, zum Beispiel im Bereich der Aus- und Weiterbildung und Erwerbstätigkeit, gemeinsame Bildungs-, Kultur- und Sportangebote für Kinder, Jugendliche oder Erwachsene sowie Vereinsveranstaltungen zum Kennenlernen und zum sozialen Austausch.

▶ www.integrationsfonds.at/ehrenamtsfoerderung

MEINE MEINUNG

„Rücktritt der Regierung? Echt jetzt?!“

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Dass es irgendwann nicht mehr miteinander klappt, kommt vor. Dann kann man getrennte Wege gehen, ohne sich gegenseitig die Augen auszukratzen. Als im Juni bekannt wurde, dass das gesamte deutsche Team der Petitions-Plattform *change.org* zu *innn.it* gewechselt ist, kam das doch überraschend. Die offiziell verlautbarten Gründe dazu klangen diplomatisch. Kein Grund für unnötige Spekulationen.

Raum für Spekulationen tut sich jedoch auf angesichts einer kruden Petition, die zu Redaktionsschluss auf *change.org* bereits etwas mehr als 200 000 Unterstützer gefunden hatte. Darin fordert ein Nutzer nichts Geringeres als die „sofortige Amtsenthebung und Rücktritt der gesamten Regierung“. Jetzt ließe sich sagen, eine Demokratie müsse dergleichen auch mal aushalten können. Spitzenpolitiker namentlich zu verunglimpfen, naja. An anderer Stelle würde man süffisant von einem „schwierigen Alter“ sprechen. Es muss allerdings davon ausgegangen werden, dass ein erwachsener Mensch dahintersteckt. Unnötig auch, zu erwähnen, dass kein Alternativ-Vorschlag für die Neubesetzung der Regierung angeführt wird.

Sollte *change.org* hier moderierend eingreifen? Einen Warnhinweis gab es, dass jene Petition gemeldet worden sei. Den Nutzern wurde nahegelegt, sich hier genauer zu informieren, bevor man die Petition zeichnet. Das war's aber auch schon. Ich sage: Das reicht nicht aus, wenn dergleichen keine Nachahmer finden soll!

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

Kurzgefasst …

„Trödelspende“

Auf der Berliner Plattform „Trödelspende“ gibt es (bislang) Krempel und Trödel aus und in Berlin: Für einen wirklich sehr schmalen Taler kann man hier zugunsten (registrierter) Organisationen echte Schnäppchen machen. Ein Tisch für die WG-Küche ist da schon für zehn Euro oder noch weniger zu haben. Und eine Suchfunktion per PLZ ermöglicht Standorte des Trödels überall in Deutschland.

▶ www.troedelspende.de

Klimabonus spenden

In Deutschland gab es für einige Haushalte 300 Euro vom Bund „oben drauf“, um die gestiegenen Energiekosten abzufangen. In Österreich gab es jeweils 500 bzw. 250 Euro. Der dortige ASB hat dazu aufgerufen, diesen Betrag für Bedürftige zu spenden. Denn: Einkommensunabhängig hat ihn jeder bekommen, aber nicht jeder braucht ihn.

▶ www.samariterbund.net

Neue Engagement-Plattform

Auch die Aktion Mensch hat jetzt eine Engagement-Plattform, über die man das für sich passende Ehrenamt finden kann. Einfach wählen, ob man sich vor Ort oder ortsunabhängig einsetzen möchte, und schon geht’s los. Soll heißen: Entweder man gibt einen konkreten Ort ein oder man wählt aus einem Menü eine Richtung. Rund 15 000 Einträge gibt es da.

▶ www.aktion-mensch.de/was-du-tun-kannst/ehrenamt/engagement-plattform

Smart Hero Award

Die Stiftung Digitale Chancen hat zum neunten Mal Menschen, Projekte und Organisationen mit dem Smart Hero Award ausgezeichnet, die sich mittels sozialer Medien für eine inklusive und innovative Gesellschaft einsetzen. Der erste Platz ging an „Sozial Handeln: Förderverein der Gehörlosen/Hörbehinderten (BRD) e. V. – Deaf Refugees“. Der Publikumspreis bekam „daily-4climate“, ein Instagram-Kanal rund um den Umweltschutz.

▶ www.smart-hero-award.de

„Ex-Kinder“

Die ehemalige Schweizer Ski-Rennfahrerin Maria Walliser ist eins; auch der Komiker Manuel Burkart ist ein „Ex-Kind“. Mit dieser auffälligen Formulierung machen einige Testimonials seit Oktober in einer Kampagne für die Schweizer SOS-Kinderdörfer darauf aufmerksam, dass wir alle mal Kinder waren, und wir deshalb alle einen Grund haben, die Arbeit der NGO zu unterstützen.

▶ www.sos-kinderdorf.ch

Digitaler Adventskalender

24 Tage lang spenden – täglich einen Euro

Zu einer Plattform für alles rund um Nachhaltigkeit soll die Seite www.turtuga.eu ausgebaut werden: Das Team von turtuga sitzt in Frankfurt und will die eigene Seite zu einem Green Wiki machen und zu einer „Findmaschine“, zu einem Marktplatz und einem Forum und noch einigem mehr. Für diesen Advent bietet es bereits zum zweiten Mal einen digitalen Adventskalender, der sich prima verschenken lässt. Von den 35 Euro, die dafür fällig werden, gehen 24 an gemeinnützige Organisationen, von denen an jedem Tag eine vorgestellt wird, inklusive eines kurzen Videos. Im vergangenen Jahr waren beispielsweise Extinction Rebellion und der NABU dabei, aber auch kleinere, teilweise lokal aufgestellte Organisationen aus ganz Deutschland. Oben drauf gibt es für jeden Tag noch jeweils einen kleinen Nachhaltigkeits-Tipp für den Alltag zuhause.

▶ www.turtuga.eu

Vom Ohr direkt ins Herz!

Wie Fundraising im Radio gelingen kann

Gute Fundraising-Kampagnen transportieren Emotionen und überzeugen ihre Spender mit authentischen Geschichten. Wie das erfolgreich gelingen kann, zeigt die Spenden-Aktion „Herzenssache – gemeinsam stark für Kinder" des Kinderarche Sachsen e. V. mit den sächsischen Lokalradios.

Von BIRGIT ANDERT

Es war im Juli 2018, als eine Moderatorin der sächsischen Lokal-Radios die Kinderarche Sachsen besuchte und die Idee des Senders vortrug, im Advent eine Spenden-Aktion für die Heimkinder des Vereins zu starten. Die sechs lokalen Sende-Regionen entsprachen exakt den Verortungen der fast 40 Einrichtungen des Kinderarche Sachsen e. V., dem größten Kinder- und Jugendhilfeträger in Sachsen.

Vom persönlichen Weihnachtswunsch zur Gemeinschafts-Aktion

Gemeinsam mit dem Sender haben wir entschieden, nicht einzelne Kinder mit einem Wunsch vorzustellen, sondern die Radio-Hörer in die Welt der Kinder- und Jugendhilfe mitzunehmen, in der Zeit, Zuwendung und Förderung die wirklich wichtigen Geschenke sind. Durch exemplarische Geschichten sollten die Hörer ein Gefühl für die Wünsche, Träume und Hoffnungen der Kinder bekommen. Und sie wurden gebeten, für eine Gemeinschafts-Aktion zu spenden: eine Weihnachtsfeier im Schnee für 300 Kinderarche-Kinder am 16. Dezember auf der Bobbahn in Altenberg.

Als wir im September 2018 kurzentschlossen in die redaktionelle Planung gingen, konnte keiner ahnen, welche Dimensionen die Aktion annehmen würde. Es galt, in kürzester Zeit Interviews vor Ort zu organisieren und den gesamten Veranstaltungstag zu planen, die Kosten zu kalkulieren und notfalls mit eigenen Vereins-Mitteln vorzufinanzieren.

Die Berichterstattung im Radio startete am 8. November, seit diesem Tag war die Aktion täglich Thema in der Live-Sendung „André und die Morgenmädels" – mit Interviews einzelner Kinder und Erzieher, die erzählten, was für sie Weihnachten bedeutet und wie sich der Advent in den Wohngruppen gestaltet.

Chancen und Risiken der „Herzenssache"

Mit ihren sechs Stationen in ganz Sachsen und etwa 800 000 Hörern pro Tag generierten die sächsischen Lokalradios eine zuvor nie da gewesene Aufmerksamkeit für unsere Arbeit. Täglich gingen Spenden ein – kleine und große, von privat und von Unternehmen. Die Dynamik der Spendeneingänge steigerte sich kontinuierlich bis zur Weihnachtsfeier Mitte Dezember. Aufgrund der großen Spendenbereitschaft konnten wir außerdem wichtige Therapie- und Freizeitangebote im Folgejahr einplanen und damit nachhaltig wirken.

Nachtschichten und Arbeit am Wochenende

Unser personeller und zeitlicher Einsatz während der fast acht Kampagnen-Wochen war enorm: Mehrere Mitarbeiterinnen im Verein waren damit beschäftigt, Spenden zu buchen, zu quittieren, zu bedanken, teils auch nachts und an Wochenenden. Parallel hat es viel Zeit gebunden, die täglich

eingehenden Angebote beispielsweise von Einladungen und Gutscheinen für Freizeit-Parks oder Ähnlichem persönlich und zeitnah zu beantworten, aber auch gebrauchte Kleidung oder Spielzeug in ihrer Fülle irgendwann freundlich ablehnen zu müssen. Eines wurde deutlich: Kleine Organisationen hätten die umfängliche Logistik des Spendenmanagements, der Interview-Planungen im Vorfeld und der Veranstaltungsplanung personell und strukturell kaum stemmen können.

Kontinuierliche Angebote statt einmaliger Aktion

Betrug die finale Spendensumme der ersten Kampagne 2018 bereits unglaubliche 150 000 Euro, konnten wir in den Folgejahren an den großen Erfolg anknüpfen und den Spendenerlös 2021 im Vergleich zum ersten Jahr deutlich steigern. Weit über die Hälfte spenden online, fast jeder Zweite ist ein Wiederholungs-Spender.

Inzwischen ist die „Herzenssache" viel mehr als nur eine Weihnachts-Spendenaktion, wie uns die oft rührenden Kommentare zu Online-Spenden zeigen. Dank der zahlreichen Spenden können wir den Kindern in unseren Wohngruppen übers ganze Jahr einzigartige und ermutigende Erlebnisse sowie Therapie-Angebote ermöglichen.

Fortwährende Zusammenarbeit

Gleichzeitig räumt die Kampagne mit gängigen Klischees von stationärer Kinder- und Jugendhilfe auf. Gelungen ist dies vor allem durch die engagierte Berichterstattung des Senders sowie die gute Zusammenarbeit, die sich über die Jahre bewährt und gefestigt hat. Während wir bekannte Spender über unsere eigenen Kanäle informieren, erhalten übers Radio auch die vielen anonymen Spender einen guten Einblick in den Einsatz der zweckgebundenen Spenden.

Passende Medienpartnerschaften für erfolgreiche Spendenkampagnen kann man sicher strategisch planen und Abläufe im Vorfeld klar abstimmen. Wir jedoch hatten das Glück, dass der passende Medienpartner für eine gelungene Radio-Spenden-Kampagne zu uns gefunden hat und seit nunmehr vier Jahren an unserer Seite steht.

Birgit Andert ist seit etwa 15 Jahren für die Öffentlichkeitsarbeit des Kinderarche Sachsen e.V. verantwortlich. Im Rahmen der Kooperation mit den sächsischen Lokalradios organisiert sie die Interviews vor Ort und verantwortet die Kommunikation zur Aktion „Herzenssache" auf den vereinseigenen Kanälen.
▶ www.kinderarche-sachsen.de

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

spenden manufaktur
by adfinitas

Wir sind Ihre Stimme

Menschen geben gerne, wenn sie sich gehört und wertgeschätzt fühlen. Unsere erfahrenen Telefon-Fundraiser überzeugen mit empathischen und zielorientierten Gesprächen auf Augenhöhe. So haben wir das Telefon-Fundraising als hohe Kunst der finanziell ertragreichen Beziehungspflege perfektioniert.

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

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

Mitglied im Deutschen Dialogmarketing Verband e.V.

Die Erlenbuschlerinnen

In Hamburg gibt es ein Zuhause für Kinder mit schwersten Behinderungen

Inmitten des besinnlichen Klöpperparks in Hamburg-Volksdorf steht ein Haus, umringt von großen Eichen und beruhigender Natur. Das Haus heißt Erlenbusch und ist das Zuhause für 40 zum Teil schwerbehinderte Kinder und Jugendliche. Trägerin des Erlenbusch ist die 1849 gegründete Martha-Stiftung. Finanziert wird die Arbeit hauptsächlich durch Leistungsverträge, aber erst durch Spenden können Extra-Schritte gegangen werden.

Von JAN UEKERMANN

Die jungen Menschen, die im Erlenbusch ein neues Zuhause finden, werden von hochqualifizierten, pädagogisch-therapeutischen Bezugspersonen gepflegt, begleitet und unterstützt. Susanne Okroy (Foto oben rechts), seit zehn Jahren Leiterin der Einrichtung, nennt ihre Mitarbeiterinnen „echte Erlenbuschlerinnen", die sich auf jedes Kind individuell einlassen und mit dem Herzen dabei sind. Sie beschützen und behüten die Kinder in einer sehr familiären Atmosphäre und kümmern sich um die Belange eines jeden Schützlings.

Susanne Okroy weiß: „Die Geburt eines schwerbehinderten Kindes ist oftmals ein Donnerschlag für die Eltern. Sie können sich über dieses Ereignis nicht freuen, suchen gar die Schuld bei sich. Mit unserer Hilfe öffnen sich oft die Herzen der Eltern für ihr Kind. Sie werden ganz liebende und lebendige Eltern."

Beziehung zwischen Kind und Eltern aufbauen

Für die Eltern bedeutet der Erlenbusch das Ende der Einsamkeit, Überforderung und Schuldfrage, des Traumas und Schocks. Das Haus ist die Möglichkeit, die Beziehung zwischen Kind und Eltern aufzubauen und zu stärken, sie dabei zu unterstützen, das Kind anzunehmen. Ein Platz im Erlenbusch rettet Leben und das neue Zuhause ist ein Segen für die Kinder.

Spenden sind bedeutende Türöffner

Im Erlenbusch wird großer Wert daraufgelegt, den Kindern gute Hilfsmittel zur Verfügung zu stellen und eine abwechslungsreiche Ernährung zu ermöglichen. Der finanzielle Spielraum ist dabei jedoch eng. Nur durch Spenden können die wichtige Reit- und Hundetherapie und weitere Zusatzleistungen ermöglicht werden wie Ausflüge, Reisen und Feste. Susanne Okroy kümmert sich auch um das Fundraising und hat hierfür kürzlich die Weiterbildung zur Großspenden-Fundraiserin am Major Giving Institute abgeschlossen. Sie berichtet:

„Als ich vom ersten Weiterbildungsblock zurückkam, setzte ich das Gelernte gleich in die Tat um. Ich rief Menschen an, die wir bereits kannten und von denen ich hoffte, dass sie mit großen Spenden helfen könnten. Wir waren in einer misslichen Lage, da wir einige hunderttausend Euro brauchten, um die neuen Auflagen für den Brandschutz zu bezahlen.“ Auf eine Woche intensiver Telefonate folgte eine Woche mit persönlichen Gesprächen. Das Ergebnis dieser aktiven Herangehensweise ihres Großspenden-Fundraisings: „Durch sehr gute Treffen konnte ich innerhalb weniger Tage einige Menschen neu für den Erlenbusch begeistern und so über 200 000 Euro an Spenden akquirieren!“

Ausbildung von Ehrenamtlichen

Neben dem Erlenbusch ist Susanne Okroy auch zuständig für den Familienhafen, den ambulanten Kinderhospizdienst der Martha-Stiftung. Auch der ist, um überhaupt existieren zu können, auf Spenden angewiesen. „Im Familienhafen werden Ehrenamtliche ausgebildet, damit sie in die Familien gehen können und die lebenslimitiert erkrankten Kinder begleiten und die Familien unterstützen können.“ Eine weitere Fundraising-Baustelle für Okroy, die selbst zweifache Mutter ist und die „ganz normalen“ Herausforderungen von Eltern selber nur zu gut kennt. Was Eltern durchmachen müssen, wenn ihr Neugeborenes mit einer schweren Behinderung das Licht der Welt erblickt oder gar der frühe Tod in Aussicht steht, könnte man denken, zermürbt einen Menschen, der täglich mit diesen Themen in vielfacher Weise konfrontiert ist. Doch das ist bei Susanne Okroy, gebürtige Bayerin, die seit 1985 in Hamburg lebt, ganz und gar anders. Ihre Geschichten, die sie mit trockenem Humor und ihrem freudigen Lachen erzählen kann, fesseln und begeistern Zuhörende.

Digitale Führungsarbeit

Auf den Facebook- und Instagram-Kanälen „Hamburger Engel“ bekommen Interessierte, Fans und Freunde des Erlenbusch Einblicke in die Arbeit und können sich dabei wirklich manchmal fühlen, als wären sie im Klöpperpark in Hamburg. Hin und wieder gibt es dann auch eine Video-Botschaft von Susanne Okroy, die sie auch dafür nutzt, ihren Mitarbeiterinnen zu danken oder für eine Mitarbeit im Erlenbusch aufzurufen. Das ist gelebte digitale Führungsarbeit – auch hier inspiriert die „Königin vom Erlenbusch“, wie sie sich selber gerne manchmal mit einem Zwinkern und Lachen vorstellt.

▶ www.martha-stiftung.de

Mission: Hilfe erfahren

Abenteuer Charity Rallyes der Hachenburger Frischlinge

2013 gründeten wir das Rallye-Team „Hachenburger Frischlinge“, um Spaß und Abenteuer mit wohltätigem Handeln zu verbinden. Wir unterstützen Hilfsorganisationen und -projekte mit Sach- und Geldspenden. Es ist uns ein Anliegen, den Menschen hierzulande die Hilfsbedürftigkeit vieler Menschen außerhalb von Europa nahezubringen. Durch eine Mischung aus hautnah erlebtem Abenteuer und der kulturellen Vielfalt auf unseren Reisen begeistern wir viele Unterstützer für unsere Projekte.

Von LARS HÜMMELER

Unser Westerwälder Rallye-Team „Hachenburger Frischlinge“ steht vor seiner nächsten großen Herausforderung: die Rallye Hachenburg-Kapstadt-Kigali 2023. Die Vorbereitungen laufen bereits auf Hochtouren. Drei günstig erworbene Landrover Discovery dienen als Rallye-Fahrzeuge. Mit der materiellen Unterstützung von Autoteile-Händlern werden die über 20 Jahre alten Fahrzeuge in Eigenleistung zu einer rallyetauglichen Flotte aufgearbeitet. Aufgrund der Sicherheitslage in Nordafrika geht es im Spätsommer 2023 zunächst mit dem Schiff nach Südafrika, um von dort aus die 8000 Kilometer lange Abenteuerstrecke durch Namibia, Sambia und Tansania nach Ruanda zu starten. Mit unserer Mission „Hilfe erfahren“ haben wir in Zusammenarbeit mit dem Land Rheinland-Pfalz sowie einem regionalen Ruanda-Verein das Hilfsprojekt „Erweiterung Gakoma Health Centre“ im Bezirk Gisagra entwickelt. Zusammen mit unseren Unterstützern möchten wir ein dringend benötigtes Gebäude für die Unterbringung und Rund-um-die-Uhr-Versorgung von Patienten finanzieren.

Das Rallye-Team und der dazugehörige gemeinnützige Verein wurden im Jahr 2013 von sechs Männern unterschiedlichster Berufs- und Altersgruppen gegründet. Was uns verbindet, ist der Spaß an Abenteuer, Fahrzeugen und wohltägigem Handeln. Im Rahmen der Rallye-Vorbereitungen entwickeln wir Hilfsprojekte mit lokalen Partnern und sammeln Geld- und Sachspenden.

Abenteuerreisen und Hilfe

Die Allgäu-Orient-Rallye nach Amman in Jordanien im Jahr 2014 war unsere erste Herausforderung. Unsere Rallye-Fahrzeuge: drei Volvo 850 Kombi. Als besonderes Hilfsprojekt konnten wir hier das SOS-Kinderdorf in Bethlehem mit vielen Sachspenden wie Gehhilfen, Rollstühlen und Fahrrädern sowie einem Geldbetrag von über 35 000 Euro unterstützen. Alle Spenden wurden persönlich vor Ort abgeliefert.

2018 stellte sich unser Team der nächsten Herausforderung: die Rallye Hachenburg-Dakar-Banjul. Mit drei Subaru Legacy Outback ging es vom Westerwald aus auf die anspruchsvolle 8000 Kilometer lange Strecke

über die Straße von Gibraltar nach Gambia. Die Querung des Atlasgebirges und der Sahara von Nord nach Süd stellte besonders hohe Anforderungen an Mensch und Material. Mit unserer Mission „Hilfe erfahren“ sammelten wir einen Betrag von mehr als 50 000 Euro, um den Neubau eines Acht-Klassenzimmer-Schulgebäudes in Serekunda/Gambia zu finanzieren. Auch außerhalb der großen Afrika-Rallyes waren wir aktiv: So halfen wir bei der Ahr-Flutkatastrophe und durch das Ausfahren von Waren und Speisen unserem lokalen Einzelhandel und der Gastronomie in den Corona-Lockdowns. Im März 2022 transportierten wir mehrmals Hilfsgüter an die ukrainische Grenze und brachten Kriegsflüchtlinge in das sichere Deutschland.

Intensiv gelebter Teamgeist

Mit unserem schlagkräftigen Sechs-Mann-Team aus Schreinermeister, KFZ-Meister, zwei Polizeibeamten, einem Pharma-Großhändler und einem Ingenieur haben wir bereits mehrfach besonders anspruchsvolle Situationen meistern können. „Einer für alle – alle für einen“ ist dabei kein dahergesagter Spruch, sondern für uns intensiv gelebter Teamgeist. Die Finanzierung unserer Hilfsprojekte können wir nur mit einer breiten Spenden-Unterstützung von Privatpersonen, Unternehmen und Vereinen sowie prominenter Fürsprecher aus der Landes- und Kommunalpolitik erreichen. Durch die Fahrzeug- und Rallye-Präsentation auf verschiedensten Märkten, Firmenveranstaltungen und weiteren Events können wir viele Menschen für die Unterstützung unseres Hilfsprojektes gewinnen. Das direkte Gespräch und der persönliche Kontakt mit sechs abenteuerlustigen Rallyefahrern „von nebenan“ sowie den Rallyefahrzeugen als echten Hinguckern sind dabei wesentliche Erfolgsfaktoren. Zudem berichten wir ausführlich über digitale Medien sowie in Radio, Fernseh- und Printmedien über unsere Aktivitäten.

Bei unserer Mission „Hilfe erfahren“ kommt jeder Spenden-Euro direkt beim Hilfsprojekt an, da die Reise- und Fahrzeugkosten von uns als Rallyefahrer selbst übernommen werden und wir keinerlei Administrationskosten haben. Aktuell suchen wir noch nach einer kostengünstigen Transfermöglichkeit für unsere Fahrzeuge von Deutschland nach Südafrika.

Lars Hümmeler konnte bereits als U-Boot-Soldat die Straße von Gibraltar von unten kennenlernen, die die Frischlinge 2018 auf dem Weg nach Gambia über Wasser nutzten. Nach seinem Bauingenieursstudium ging es beruflich rund um den Globus, und er bereiste viele Länder außerhalb der klassischen Touristenziele. Als ein Mitfahrer des Rallye-Teams 2016 aus Zeitgründen aussteigen musste, stieß Lars zu den Frischlingen, wo er unter anderem als „Presse-Frischling“ aktiv ist.

▶ www.hachenburger-frischlinge.de

Fundraising SYMPOSIUM

Fachwissen, Vertiefung und Impulse zum Thema

Digitaler Wandel im Fundraising

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

KEYNOTE-SPEAKER
Nahed Hatahet
Simon Scriver

23. UND 24. MÄRZ 2023
GOETHE-UNIVERSITÄT
FRANKFURT AM MAIN

FREUNDLICH UNTERSTÜTZT VON

ani Gutes besser tun. · TeleDIALOG Telefon-Fundraising · DIE ZEIT VERLAGSGRUPPE · RaiseNow · Fundraising Akademie WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG
WWW.FUNDRAISING-SYMPOSIUM.DE

„Von dem Ziel, bis 2030 den Hunger abzuschaffen, sind wir weit entfernt“

Bodo von Borries leitet beim Verband für Entwicklungspolitik und Humanitäre Hilfe (VENRO) den Bereich Humanitäre Hilfe, Frieden und Teilhabe aller. Die weltweite Hungerkrise und die geringeren Mittel im Deutschen Bundeshaushalt machen ihm Sorgen. Im Interview mit Matthias Daberstiel spricht er über Lobbyarbeit und vergessene Krisen.

? Was ist typisch für Ihre Arbeit?
Klassischerweise sind es Gespräche mit Ministerien, parlamentarische Frühstücke im Bundestag und VENRO-Arbeitsgruppensitzungen. Also Lobbyarbeit und interne Abstimmung.

? Was genau sind denn Ihre Aufgaben bei VENRO?
Ich befasse mich damit, einheitliche Positionen unserer 140 Mitgliedsorganisationen gegenüber der Politik zu vertreten. Wir unterbreiten zum Beispiel Vorschläge für die Weiterentwicklung der humanitären Hilfe oder der Krisenprävention. In Ausnahmefällen unterstützen wir auch bei großen Krisen unsere Mitglieder, zum Beispiel in Afghanistan und der Ukraine. Wir sind da aber nicht operativ vor Ort. Und wir bieten Fortbildungen für unsere Mitglieder an.

? Aktuell wird viel von Hungerkrise gesprochen. Wie schwerwiegend stellt sich das für VENRO dar?
Das ist wirklich eine sehr schwere Krise, und es ist leider auch keine kurzfristige Krise, die man schnell wieder in den Griff bekommt. Seit 2014 gehen die Hungerzahlen kontinuierlich in die falsche Richtung. Von dem Ziel, bis 2030 den Hunger abzuschaffen, sind wir weit entfernt. Gerade die Pandemie und die immer spürbareren Wirkungen der Klimakrise verschärfen die Lage zusätzlich. In Madagaskar wurde erstmals von der UN eine Hungerkrise als vom Klimawandel verursacht anerkannt. Auch Konflikte erschweren die dramatische Situation. Äthiopien ist da ein aktuelles Beispiel, und nun kommt noch der Ukraine-Krieg dazu, der die Getreidepreise treibt. Ein giftiger Cocktail, der hier zusammenkommt.

? Sie sagen: seit 2014. Das Thema ist aber erst jetzt mit der Ukrainekrise ins öffentliche Bewusstsein geraten. Woran liegt das?
Die mediale Aufmerksamkeit ist da sehr selektiv. Wir haben viele vergessene Krisen, die den Menschen nicht bekannt sind, und dafür erhalten die Hilfsorganisationen kaum Spenden. Gerade ungebundene Spenden wären da sehr wichtig, um außerhalb des medialen Fokus zu helfen. Auch öffentliche Mittel sind hier besonders wichtig. Wir empfehlen, mindestens ein Viertel der Hilfen im Bereich der vergessenen Krisen zu leisten.

? Welche Probleme stellen Sie noch fest?
Afghanistan ist ein Beispiel, wie politische Krisen Hilfe sehr schwierig machen. De facto kann man mit der Taliban-Regierung nicht zusammenarbeiten. Der Hunger in dem Land ist aber dramatisch.

? Was empfehlen Sie Ihren Mitgliedern? In Afghanistan bleiben oder gehen?
Wir empfehlen da nichts. Die Mehrheit unserer Mitglieder will dort weiter tätig sein und die zivilgesellschaftlichen Errungenschaften wie Bildung für Mädchen oder Pressefreiheit erhalten. Das ist gerade sehr schwierig. Ein Rückzug findet nur dann statt, wenn Hilfsstrukturen vor Ort zusammenbrechen oder Partnerorganisationen nicht mehr arbeiten können. Wir arbeiten als NGO regierungsfern und versuchen, das Regime so wenig wie möglich in seinen Strukturen zu unterstützen und die Hilfe direkt fließen zu lassen.

? Kann man mit Spenden überhaupt das Thema Hunger bekämpfen? Viele empfinden das ja schon wie ein Déjà-vu. Wie wichtig sind Spenden noch?
Enorm wichtig. Wir müssen aber immer mehr Geld für vorausschauende strukturelle Veränderungen ausgeben, um nachhaltige Erfolge zu erzielen. Das ist oft ein langer Prozess. Kurzfristige Hilfe ist daher für viele Organisationen immer noch einfacher zu organisieren und auch zu finanzieren, weil dann ja konkret Hilfsgüter beschafft werden können. Dabei kann man mit landwirtschaftlichen Anpassungen an den Klimawandel, der Stärkung lokaler Märkte und vorausschauender humanitärer Hilfe viel bessere Ergebnisse erzielen. Unmittelbare Krisenbilder lösen aber mehr Spendenbereitschaft aus. Das ist der Spagat der Internationalen Hilfe.

Wir haben die Hoffnung, dass wir da bei den Spenderinnen und Spendern Veränderungen anstoßen können. Aber wenn dann eine Ukrainekrise kommt, wird natürlich unmittelbarer für das gespendet, was vor der Haustür ist. Das ist einfach sichtbarer. ▸

? Was passiert, wenn es zu dem befürchteten Spendeneinbruch am Ende des Jahres kommt – durch die hohen Preise und die Inflation? Sind Ihre Mitgliedsorganisationen dann noch handlungsfähig?

Wir hatten 2008 bei der Finanzkrise auch die Angst, dass es schlimm werden könnte. Der angekündigte Spendeneinbruch fiel dann deutlich geringer aus. Wir hoffen natürlich auch auf die Spenderinnen und Spender, die Menschen in Not und die Arbeit von Hilfsorganisationen schon immer langfristig solidarisch unterstützen.

? Wie könnte man dem globalen Süden effektiver helfen, sich an die Folgen des Klimawandels anzupassen? Müssen wir Europäer da mehr tun?

Natürlich haben wir hier als ein Hauptverursacher der Klimakrise eine große Verantwortung. Deshalb fordern wir eine Diskussion um den sogenannten „Loss & Damage". Das heißt die Anerkennung von Schäden, die in den Ländern des globalen Südens bereits entstanden sind. Das muss aber mit Investitionen verbunden sein, und das braucht ein politisches Signal.

? Gibt es da eine Summe?

Seit mehreren Jahren werden 100 Milliarden Euro von den Industrieländern allein für den Klimawandelausgleich versprochen. Mir fehlt da aber die Umsetzung. Und da rede ich noch nicht von Schadensausgleich.

? Sind Sie mit dem aktuellen Haushaltsentwurf der Deutschen Bundesregierung für den Bereich der Entwicklungszusammenarbeit zufrieden?

Nein, es gibt eine Kürzung gegenüber dem laufenden Jahr. Das wird begründet mit den zusätzlichen Förderungen im Corona-Jahr. Aber die Auswirkungen der Pandemie beschäftigen uns weiterhin. Wir sind da gar nicht zufrieden. Es ist auch intransparent, wenn man Krisenmittel zur Verfügung stellt und dann unklar ist, wer darauf eigentlich Zugriff erhält. Mittelfristig ist sogar eine weitere Absenkung vorgesehen. Für strukturelle Veränderungen brauchen humanitäre Organisationen aber Planungssicherheit und nicht ein ständiges Auf und Ab. Aktionismus ist ein Fehler! Eher langsam wachsen, aber stetig. Auch die Flexibilität der Förderbedingungen müsste dringend erhöht werden. So kann die Effizienz gesteigert werden.

„Kurzfristige Hilfe ist für viele Organisationen einfacher.

Dabei kann man mit landwirtschaftlichen Anpassungen an den Klimawandel, mit der Stärkung lokaler Märkte und mit vorausschauender humanitärer Hilfe viel bessere Ergebnisse erzielen.

Unmittelbare Krisenbilder lösen aber mehr Spendenbereitschaft aus. Das ist der Spagat der Internationalen Hilfe."

? Ist es den Fördermittelgebern mittlerweile klar, dass die Nehmer die Standards der Hilfe definieren sollten und nicht die Geberländer?

In der Theorie schon. Es gibt internationale Standards in der humanitären Hilfe, zum Beispiel für Essensrationen oder Hygiene-Kits. Betroffene Menschen oder lokale Gemeindevertreter und Gemeindevertreterinnen sollten selber entscheiden, was Priorität hat und was angemessen ist. Diese Idee steht zum Beispiel hinter den Bargeldprogrammen. Schwieriger ist es etwa bei Standards für einen barrierefreien Zugang. Das kann teurer sein, aber Menschen mit Behinderungen werden selbst vor Ort in den Gemeinden bei der Erarbeitung der Standards nicht einbezogen.

? Kann man gegen den Hunger investieren?

NGOs beteiligen sich an strukturellen Veränderungen auf lokaler Ebene, aber wir sind keine Investoren. NROs haben berechnet, dass weltweite Investitionen in Höhe von 40 Milliarden US-Dollar den Hunger weltweit beenden könnten.

? Afrika gilt als Energieland der Zukunft wegen des hohen Anteils regenerativer Energien, die dort gewonnen werden können. Warum wird das so wenig von NGOs in den Fokus genommen?

NROs unterstützen eine dezentrale Energieversorgung. Es gibt aber wenige auf dieses Thema spezialisierte NGOs. VENRO erhält bereits Anfragen für Kooperationen von Unternehmen, die daran interessiert sind. Im staatlichen Bereich haben wir das Problem, dass eher Großprojekte gefördert werden als kleinere dezentrale. Die Förderhöhen nehmen bei den NGOs auch zu und damit die Verantwortung. Ich sehe hier die Tendenz zu einer NGO als Dienstleister. Das ist nicht immer hilfreich.

? Wo gibt es Nachholbedarf?

Es gibt immer noch zu viele Anreize, Hilfsprojekte zu fördern, die konkrete Hilfsgüter bereitstellen, statt Projekte, die Hilfe zur Selbsthilfe leisten. Das erlauben zum Teil auch die Förderrichtlinien nicht. Eine mögliche Alternative wäre es, Fonds zu schaffen, die vor Ort verwaltet und an lokale Akteure vergeben werden. Das verändert aber zugleich die Rolle der NGO im globalen Norden, die dann für das Bundesministerium nur sicherstellt, dass die Mittel richtig verwendet werden. Ihre Arbeit könnte sich dann stattdessen stärker auf politische Veränderungen fokussieren, zum Beispiel auf bessere Arbeitsbedingungen und die Einhaltung von Menschenrechtstandards. Es gibt positive Tendenzen in dieser Richtung, aber eine echte Veränderung ist da noch nicht zu sehen. ◘

RÜCKENWIND FÜR IHRE PROJEKTE

Sie setzen sich täglich für bürgerschaftliches Engagement ein - wir unterstützen Sie dabei mit Pro-bono-Expertise, Geldspenden und IT-Produkten.

www.hausdesstiftens.org/non-profits

IT-Spenden, Software & Sonderkonditionen
IT-Portal **Stifter-helfen.de**

Geldspenden
Förderprogramme.org

Webinare, IT-Kurse & Online-Einzelcoachings
webweitwissen.org

Haus des Stiftens
Engagiert für Engagierte

Verkehrte Welt

Jede Menge optische Täuschungen können die Gäste der Ausstellung „Vertrickst!" der Stiftung Kloster Eberbach erleben. Ob schiefe Ebenen, Spiegelzimmer oder skurrile Vögel, bis zum 3. Oktober 2023 dreht sich im Abteimuseum des ehemaligen Zisterzienser-Klosters alles um Illusionen und Wahrnehmungsforschung. Mitarbeiterin Susanne Rodermund hat gleich mal den Stiftungsvorsitzenden Timo Georgi (Mitte) und den Leiter des Klosterbetriebs Jens Foerster geschrumpft.

▶ https://kloster-eberbach.de/de

Werkzeugkasten

Neuer Leitfaden zur Förderpraxis von Stiftungen

Stiftungen, die ihre Förderprozesse flexibler und nachhaltiger gestalten wollen, können dazu jetzt den Leitfaden „weniger ist mehr" nutzen. Rund 30 Stiftungen aus Deutschland und der Schweiz haben dafür Beispiele und Hinweise aus ihrer eigenen Praxis gesammelt, um alle Etappen einer Förderung abzudecken: vom Projektantrag über die Berichtspflichten, etwaige Projektbindungen und Förderverträge bis hin zur Zusammenarbeit während der Förderung. Denn meist führen weniger Auflagen und weniger Kontrolle durch die Stiftung zu einer besseren Zusammenarbeit und zu mehr Wirkung der geförderten Projekte. Entstanden ist eine Art kompakter Werkzeugkasten für Stiftungen, der kontinuierlich erweitert werden soll. Wer gute Beispiele der Förderpraxis aus seiner eigenen Stiftungsarbeit kennt, kann einen Hinweis an *hallo@weniger-ist-mehr.org* senden.

▶ www.weniger-ist-mehr.org

MEINE MEINUNG

„Ostdeutschland wird nach wie vor als Sonderfall wahrgenommen"

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Was ist denn da im Osten los? Können die nicht oder wollen die nicht? Dieser Grundtenor schwang für mich mal wieder – zumindest in Ansätzen – bei der Podiumsdiskussion zum „Stiftungsengagement in Ostdeutschland" beim Deutschen Stiftungstag mit. Dass es 33 Jahre nach der Wende überhaupt noch solch einer Veranstaltung bedarf, finde ich als Ostdeutsche, die über drei Viertel ihres bisherigen Lebens im vereinten Deutschland verbracht hat und gesamtdeutsch denkt und handelt, persönlich mehr als nervig. Zeigt es doch, dass die östlichen Bundesländer nach wie vor als „Sonderfall" wahrgenommen werden. Natürlich ist im Osten der Stiftungssektor anders, denn es ist viel weniger Privatvermögen als im Westen vorhanden. Hinzu kommt, dass die Generation der „Wendekinder", also potenzielle Stifterinnen und Stifter der nächsten Jahre, im Durchschnitt einmal viel weniger erben wird als dieselben Jahrgänge im Westen. Doch gibt es deshalb östlich von Elbe und Thüringer Wald weniger Engagement? Ich denke nicht, es stellt sich nur anders dar. Ich möchte hier vor allem auf starke Bürgerstiftungen in Ostdeutschland verweisen, was auch in der Diskussion beim Stiftungstag zur Sprache kam. Doch immer wieder die Unterschiede zwischen Ost und West zum Thema von Veranstaltungen und Medienformaten zu machen und argwöhnisch zu beäugen, was „da drüben" anders läuft, wird unsere gemeinsamen Probleme nicht lösen.

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

Kurzgefasst …

Neue App für Pflegeberatung

Die ERSTE-Stiftung hat zusammen mit österreichischen Pflegeorganisationen und dem Sozialministerium die App „Alles Clara“ für pflegende Angehörige präsentiert, die zu Pflege und Entlastung informiert und Austausch mit Fachkräften bietet. Derzeit befindet sich die App in der Pilotphase bei Partnerunternehmen und soll Ende 2023 in den Vollbetrieb gehen.

▶ www.alles-clara.at

Design Award für Denkmalschutz

Die Wanderausstellung „Liebe oder Last?! – Baustelle Denkmal“ der Deutschen Stiftung Denkmalschutz hat den Red Dot Design Award in der Kategorie „Communication Design/ Spatial Communication“ gewonnen. Gewürdigt wurde das innovative Multi-Media-Konzept. Die Ausstellung ist noch bis 30. November im Naturerbe Zentrum auf Rügen zu sehen und ab 8. Dezember in Köln.

▶ www.denkmalschutz.de

Preis für Inklusion

Der Österreichische Automobil-, Motorrad- und Touringclub (ÖAMTC) hat im Rahmen des Austria’s Leading Companies Award den Sonderpreis der gemeinnützigen Essl Foundation erhalten. Die Stiftung zeichnet den Mobilitätsclub für sein Engagement bei der Beschäftigung von Menschen mit Behinderung und die dazugehörige Jobinitiative „Projekt Einstellungssache“ aus.

▶ www.esslsozialpreis.at

Milliardär „enteignet“ sich

Der Milliardär und Gründer der Outdoor-Modefirma Patagonia, Yvon Chouinard, hat all seine Geschäftsanteile an eine gemeinnützige Stiftung für Umweltschutz übertragen. Als Hobbykletterer gründete er das Unternehmen, bei dem Klimaschutz immer im Fokus stand, im Jahr 1973. Die „New York Times“ schätzt den Wert von Patagonia auf drei Milliarden Dollar.

▶ https://eu.patagonia.com/de/de/home

Gustav Klimt goes online

Die Klimt-Foundation hat eine komplette Online-Datenbank rund um den Jugendstilkünstler Gustav Klimt entwickelt. Neben dem Œuvre des Wiener Malers macht sie auch sein privates und öffentliches Leben sichtbar. Derzeit sind darin mehr als 2000 Datensätze sowie Text- und Bildmaterial erfasst. Die Datenbank soll kontinuierlich erweitert werden.

▶ www.klimt-database.com/de

Crypto-Kunst

Pro Senectute verkauft NFTs für den guten Zweck

Die Stiftung Pro Senectute beider Basel steigt ins Metaverse ein, nach eigenen Angaben als eine der ersten NPO in der Schweiz. In Zusammenarbeit mit dem Schweizer Influencer Marcus Händel hat Pro Senectute dafür unter dem Titel „Swiss Crypto Marvels“ eine limitierte Kollektion von Non-Fungible Tokens (NFT) herausgebracht. Zu sehen sind Schweizer Landschaften, die mit futuristischen Objekten kombiniert wurden. Verkauft werden insgesamt 4444 NFTs mit vier verschiedenen Seltenheitswerten. Sie können für 66 Franken pro Stück per Kreditkarte oder Twint erworben werden. Die Einnahmen sollen in Projekte fließen, die älteren Menschen den Zugang zu digitalen Anwendungen erleichtern soll. Da NFTs die Blockchain-Technologie nutzen, die als sehr umweltschädlich gilt, erklärt die Stiftung auf ihrer Website, dass die Kampagne klimaneutral durchgeführt werden kann, denn sie verwendet die umweltfreundlichere Polygon-Blockchain, um den CO_2-Ausstoß zu minimieren.

▶ www.bb.prosenectute.ch/nft/de.html

Gewinner 2021: „Marienthal summt“ erhielt einen Sonderpreis.

Wissensvermittlung statt Weltuntergang

Eine Berliner Stiftung fördert die biologische Vielfalt

Anstelle des Ziels, mit ihrer Arbeit mal eben nichts weniger als die Welt zu retten, setzt die Stiftung für Mensch und Umwelt lieber auf moderne Naturschutzkommunikation und leicht realisierbare, aber wirksame Projekte vor der eigenen Haustür. Dabei können alle mitmachen, egal ob Grundschüler oder Rentnerin.

Von UTE NITZSCHE

Sie sind unverwüstlich, die fein säuberlich getrimmten Rasenflächen, umgeben von Steinfassaden und Beton-Fußwegen – akkurat ja, aber auch natürlich? Dabei sind gerade in Städten naturbelassene Grünflächen besonders wichtig. „Die Menschen sind oft jahrzehntelang den Blick auf langweiliges, aber ordentliches Grün gewohnt. Natursteinmauern, Totholz und heimische Blühpflanzen müssen erst wieder als ‚schön‘ und nützlich empfunden werden“, sagt Dr. Corinna Hölzer. Diese Sehgewohnheiten zu ändern und gemeinsam eine bessere Umwelt für alle zu schaffen, besonders in der Stadt, sei die Vision von ihr und Stiftungs-Mitgründer Cornelis Hemmer.

Moderner Naturschutz ohne erhobenem Zeigefinger

Beide sind seit ihrer Jugend im Naturschutz aktiv. Die Biologin und der Diplom-Geograf entschieden sich 2008, eine eigene Stiftung zu gründen, und „zwar ohne nennenswertes Kapital, aber mit vielen Ideen für eine moderne Naturschutzkommunikation ohne erhobenen Zeigefinger und Weltuntergangsszenarien“. Eines ihrer wichtigsten Themen ist die biologische Vielfalt. Sie zu fördern und die Beziehung zwischen Stadt und Land zu stärken, ist das Anliegen der Stiftung. Dazu gehört neben dem Naturschutz in Forschung und Praxis auch, sowohl Wirtschaft und Kommunen als auch Privatpersonen zu sensibilisieren. Informieren, inspirieren, mobilisieren lautet das Motto, was sich auch in der Initiative „Deutschland summt!“ widerspiegelt, die Ende 2010 den Beginn des aktiven Stiftungsgeschäfts darstellte. Inzwischen ist daraus ein stetig wachsendes Netzwerk aus über dreißig Vor-Ort-Initiativen entstanden. „Deutschland summt!“ soll dazu motivieren, sich mit Umweltschutz auseinanderzusetzen, und will bewusst auch Menschen ansprechen, die bisher noch nichts mit dem Thema zu tun hatten. Die Stiftung wendet sich darüber hinaus aber auch an die Führungsebenen von Institutionen.

Lebensraum für bedrohte Wildbienen schaffen

Im Rahmen der Initiative veranstaltet sie seit 2016 jährlich den bundesweiten Pflanzwettbewerb „Wir tun was für Bienen“. Ziel ist es,

zum einen mehr Lebensraum für bedrohte Wildbienen zu schaffen, und zum anderen, Wissen über die wertvollen Insekten zu vermitteln sowie Artenvielfalt und heimische Pflanzen zu vermehren. Mitmachen kann jeder und jede, ob im eigenen Garten oder auf dem heimischen Balkon, aber auch als Firma, in Schule oder Kita, auf kommunalen Flächen, in Schrebergärten oder Liegenschaften. Aus fadem Einheitsgrün sollen bienenfreundliche Areale mit heimischen Wildpflanzen, Totholz, Natursteinen und natürlichen Strukturen als Lebensraum für unterschiedliche Tierarten entstehen. Die Stiftung setzt dabei in erster Linie auf Information und Vernetzung. „Der ‚Funke' soll im Schneeballsystem überfliegen. Kollegen, Nachbarn, Familie und Freunde sollen einbezogen und begeistert werden", erklärt Stiftungsmitarbeiterin Julia Sander, die den Pflanzwettbewerb koordiniert. In diesem Jahr haben sich 387 Gruppen bzw. Projekte mit insgesamt 8636 Personen daran beteiligt. Dabei zählt jede Form des Engagements, so auch das Sammeln von Saatgut oder die Verteilung von Ratgeber-Broschüren.

Bestehende Projekte sind nachhaltig

Die Stiftung vergibt dabei Preise in zehn Kategorien und zusätzlich den Sonderpreis „Musik für den Bienenschutz". Daraus sind in diesem Jahr 48 Gewinner bzw. Gewinnergruppen hervorgegangen, die Geld- und Sachpreise im Wert von insgesamt über 10 000 Euro erhalten haben. Darunter beispielsweise das Hotel World House Wetten, das in der Kategorie „Firmen" gewonnen hat. Zur Anlage gehören eine Streuobstwiese und ein großes Gelände, die ein Freiwilligen-Netzwerk in ein Insektenparadies umgewandelt hat. Und den Zuschlag in der Kategorie „Balkone und Dachterrassen" bekam ein Projekt, bei dem auf einer Dachterrasse in Hamburg ein Großstadt-Insekten-Buffet entstanden ist.

Genau solche Initiativen sind es, welche die Stiftung unterstützt, denn sie fördert im Gegensatz zu vielen anderen auch Projekte, die bereits bestehen. „Es ist aus unserer Sicht sinnlos, von Nachhaltigkeit zu sprechen und von Fördernehmern zu verlangen, ständig neue ‚modellhafte' Projekte zu starten. Das frisst nur Zeit und Nerven für die Antragsteller und bringt Unruhe in die Teams. Wenn wir mehr Finanzmittel hätten, um tatsächlich auch monetär fördern zu können, würden wir unbedingt nur die Teams fördern, die schon bewiesen haben, dass ihre Ideen und Konzepte tragfähig sind und dass es lohnt, daran weiter zu arbeiten und zu skalieren", erklärt Corinna Hölzer. „Papier ist ja geduldig, wie man weiß ..." Doch diese Zeit haben wir eben beim Umweltschutz bekanntlich nicht mehr.

▶ www.stiftung-mensch-umwelt.de

Wer kann Kultur?

Partizipative Fördermittelvergabe im Schweizer Kultursektor

Wer warum welche Fördermittel erhält, ist für Außenstehende oft nicht ganz einfach nachzuvollziehen. Dürfte zum Beispiel bei der dringend notwendigen Sanierung einer vielbefahrenen Straße noch Einigkeit herrschen, stellt sich das bei Kulturprojekten ganz anders dar. Im schweizerischen Winterthur hat ein Kultur-Komitee aus der Zivilgesellschaft nun neue Perspektiven auf das Thema eröffnet.

Von UTE NITZSCHE

Die Winterthurer Stiftung für Kunst, Kultur und Geschichte (SKKG) hat sich dazu entschieden, die Stadtbevölkerung einfach selbst zu fragen, welche Kulturprojekte gefördert werden sollen. Das Kultur-Komitee fungiert als ehrenamtliches Vergabegremium und will nicht nur erproben, wie die Zivilgesellschaft bei der Fördermittelvergabe einbezogen werden kann, sondern auch neue Begegnungen zwischen den Bürgerinnen und Bürgern sowie Kulturschaffenden und den zuständigen Stellen der Kulturförderung ermöglichen. Denn von Stifter Bruno Stefanini hat die SKKG eine große Zahl an Kulturgütern geerbt, die sinnvoll genutzt werden sollen und über deren Nutzung die Bevölkerung mitentscheiden soll.

Mitgliederwerbung

Im Auftrag der Projektleitung verschickte die Einwohnerkontrolle der Stadt Winterthur deshalb im Oktober letzten Jahres 200 Einladungsbriefe mit einem Infoblatt und einer Antwortkarte an zufällig ausgeloste Personen und fragte sie: „Willst du eines der zwölf Mitglieder des ersten Kultur Komitees Winterthur sein?“ Daraufhin entschieden sich sogar 21 Menschen, dieses Experiment zu wagen. Sie waren zwischen 19 und 80 Jahre alt, darunter ein Softwaretester, eine Zeichnungslehrerin, ein pensionierter Pilot, ein Gymnasiast und eine Businessanalystin. „Mit dem gewählten Verfahren wurde nicht angestrebt, ein in sich repräsentatives Komitee zu konstituieren. Das Ziel war und ist es, Menschen an Kulturförderungsentscheiden zu beteiligen, die sonst ‚nur‘ Publikum sind“, sagt Mia Odermatt, die zusammen mit ihrer Kollegin Noemi Scheurer dem Kultur-Komitee als Projektleiterin bei seinen Entscheidungen zur Seite steht.

Eine halbe Million Schweizer Franken standen bereit, davon waren 400 000 Franken im Fördertopf, über deren Vergabe das Komitee eigenständig entscheiden durfte. Der Rest war für administrative Kosten eingeplant. Das Geld stammte aus den Mitteln der Stiftung. „Die SKKG besitzt viele Wohnimmobilien in Winterthur, aus deren Mieteinnahmen sie ihre gemeinnützige Arbeit finanziert“, berichtet Mia Odermatt.

Vorauswahl und Punktesystem

Mitte November 2021 kam das neu gegründete Kultur-Komitee dann zum ersten Mal zusammen, während im Dezember die Bewerbungsphase für die Kulturprojekte startete. Insgesamt wurden 180 Gesuche eingereicht, die das Komitee während seiner acht Treffen zwischen November 2021 und

Juni 2022 sichtete und aus denen es zunächst eine Vorauswahl traf. Die 21 Mitglieder erarbeiteten Wirkungswünsche, verhandelten über Budgets, vergaben Punkte und wählten schließlich gemeinsam die 35 Projekte aus, die eine Förderung erhalten sollten. Da das Geld anschließend nicht einfach nur auf deren Konto überwiesen werden sollte, sondern es beim gesamten Projekt um Begegnungen und Teilhabe geht, stand auch ein Treffen des Kultur-Komitees mit den Kulturschaffenden an.

Projekte unterschiedlichster Natur

Und für welche Projekte hat sich das Komitee letztendlich entschieden? Mia Odermatt nennt Beispiele: „Unter den geförderten Projekten waren beispielsweise das Recherche- und Buchprojekt ‚Winterthurs wilde 80er' zu den sozialen Bewegungen dieser Zeit, das transdisziplinäre Bühnenprojekt ‚Biotic Projections', bei dem Körperbewegung mit dreidimensionaler Malerei im virtuellen Raum interagiert, oder das Projekt ‚Jugend macht Kino' – ein partizipatives Projekt, bei dem junge Menschen zwischen 14 und 16 Jahren ein Filmprogramm für Gleichaltrige kuratieren."

Sowohl bei den Mitgliedern des Kultur Komitees als auch bei den Kulturschaffenden stieß das Projekt auf positive Resonanz. Vorbehalte gab es keine. So gibt ein Mitglied des Komitees an, durch das Projekt neue Perspektiven erhalten zu haben: „Ich habe Einblick in das aktuelle Kulturschaffen oder das beabsichtigte Kulturschaffen, was ich megaspannend finde. Dass ich wie einen Gegenwartsspiegel habe von diesen Winterthurer Kulturschaffenden. Das finde ich ein Geschenk." Und eine Kulturschaffende äußert sich wie folgt: „Die Hürden sind extrem tief für eine Eingabe. Es ist recht bewusst inklusiv, dass ein etablierter Künstler genauso angesprochen wird wie eine Schülerband, das finde ich schön."

Potenzial zur Optimierung

Die nächste Runde des Kultur-Komitees soll unter ähnlichen Rahmenbedingungen stattfinden, die Projektverantwortlichen sehen aber noch Optimierungspotenzial. Dazu erklärt Mia Odermatt: „Ziel ist es, einzelne Hürden zur Teilnahme im Komitee, aber auch für Kulturschaffende zur Eingabe von Projekten herabzusetzen. Dazu wird insbesondere die Kommunikation noch einmal überarbeitet. Zudem wird mehr Austausch zwischen dem Komitee und Kulturschaffenden respektive anderen Förderinstitutionen angestrebt." Der Briefversand für das nächste Kultur-Komitee hat im Oktober begonnen.

▶ www.kulturkomitee.win
▶ www.skkg.ch

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

Müll sammeln mit Merle

Umweltbildung fängt schon im Kindesalter an

Umweltschutz kann viel Spaß machen und zu einem Abenteuer für Kinder werden – mit nachhaltiger Wirkung: Die Live To Love Germany Stiftung mit Sitz in der Hansestadt Hamburg lädt traditionell im September zur „Meuterei am Elbstrand" ein, um sich für die Vermeidung von Plastik einzusetzen. Diese Aktion wird zu einem Event mit hohem Bildungswert, bei dem Kinder auf spielerische Weise zum Lernen und Handeln motiviert werden.

Von GESA STEINMANN

Auf den ersten Blick sieht der Elbstrand im Hamburger Stadtteil Övelgönne seit einigen Jahren relativ sauber aus. Doch die Erfahrung zeigt: Das ist nur oberflächlich. Beim näheren Untersuchen verstecken sich kleinste Plastikteilchen, Zigarettenkippen oder scharfkantige Scherben im Sand, die Mensch, Tier und Umwelt schaden können. Anlass genug für die Live-To-Love-Piraten, am zweiten Septemberwochenende wieder die Segel zu hissen und vor Övelgönne erneut an Land zu gehen, um den Sand Meter für Meter mit Sieben zu durchkämmen. Jedes Kind, das anheuerte, bekam ein Stirnband und erhielt bei der Registrierung das nötige Werkzeug zum Sammeln.

Infotainment und Event-Charakter

Vor dem Start tauchte die Auster „Merle" auf – eine Handpuppe, die den Kindern in einem interaktiven Dialog erklärte, welche Folgen Mikroplastik für die Umwelt, für die Tiere und die Menschen hat. Während der Sammelaktion wurde unterwegs ein Quiz mit Lernkarten zum Mitmachen angeboten, in welchem die Kinder mehr über Plastikalternativen lernten. Auch Rezepte für Knetgummi und Putzmittel zum Selbermachen lagen bereit. Parallel zur Müllsammelaktion an Land stiegen einige Kinder in Festmacherboote und fuhren in den Hafen hinein. Hier entnahmen sie inmitten der hohen Containerschiffe mehrere Wasserproben für einen Test. Der Museumshafen hatte die Boote großzügiger Weise zur Verfügung gestellt.

Selbst testen, selbst erfahren

Zurück an Land wurde mit Teststreifen der Sauerstoffgehalt und PH-Wert ermittelt: Erwartungsgemäß war nach den letzten Wochen der Sauerstoffwert des Elbwassers sehr niedrig und der PH-Wert zeigte „sauer" an – also kein gutes Milieu für Fische. Nach einer aktuellen Studie absorbiert auch Plankton Mikroplastik. In der Folge kommt es zusätzlich zu den erhöhten Wassertemperaturen der letzten Zeit auch zu einer verstärkten Algenblüte, welche dann wiederum den Sauerstoff aus Flüssen und Seen verbraucht.

Gianna Wabner, Präsidentin der Stiftung, die 2014 gegründet wurde, setzt bei dem Projekt auf interaktives Lernen: „Wir versuchen, den Kindern auf eine spielerische Weise den Umweltschutz nahezubringen. Die direkten und unmittelbaren Erfahrungen führen von der Theorie zu einem Verständnis über die Sinne: Hören, Sehen, Riechen, Tasten; somit zu mehr emotionaler Intelligenz. Darüber hinaus entwickelt sich über die Aktivitäten in Gruppen mehr soziale Kompetenz und das Resultat, dass Umwelt- und Tierschutzaktionen sehr viel Freude und auch stolz machen."

Indische Einflüsse der Grundidee

Live To Love Germany gehört zum internationalen humanitären Netzwerk Live To Love: Liebe ist Handeln. Gegründet wurde die Initiative 2007 vom Gyalwang Drukpa in Indien. Der Name ist Programm. Der Impuls zum Handeln entwickelt sich aus Mitgefühl für das Leid von Lebewesen, das aus Unbewusstheit oder Ignoranz verursacht wird. Um die Zusammenhänge zu verstehen, ist das Studium der Interdependenzen das Fundament bei der Entwicklung der Projekte. „Es gibt fünf Säulen: Bildung, Umwelt- und Tierschutz, Gleichberechtigung, medizinische Nothilfe und den Schutz kulturellen Erbes. Sie sind miteinander verbunden – stehen in Interdependenz – und stellen gemeinsam das Gleichgewicht wieder her", erklärt Gianna Wabner. Seit 2007 kümmert sich Live To Love in Hamburg im Rahmen der Care-Initiativen als Förderverein um Menschen, die am Rande der Gesellschaft stehen, legt Blumenwiesen für Insekten an und unterstützt Gnadenhöfe. Ein weiterer Schwerpunkt sind Baumpflanzaktionen. Alle Teammitglieder arbeiten ausschließlich ehrenamtlich und sind hochmotiviert. Gianna Wabner setzte von Beginn an auf Mikrofundraising. Freunde, Nachbarn, Bekannte, Kollegen helfen entsprechend ihren Talenten.

Bei der „Meuterei" sammelten die Kinder an einem einzigen Tag 15 Kilogramm Mikroplastik und füllten ein großes Glas mit weggeworfenen Zigarettenkippen. Alle waren am Ende des Tages stolz, etwas für die Umwelt und die Tiere getan zu haben. Und sie hoben noch einen Schatz aus dem Sand – mit selbsthergestellten Schlüsselanhängern, Knetgummi und Seifenblasen für jeden.

Gesa Steinmann ist seit 2007 bei Live to Love Germany tätig. Sie hält den Kontakt zur Presse und kümmert sich um den Webauftritt. Der Förderverein Live to Love Germany ist seit 15 Jahren aktiv, 2014 wurde die gleichnamige Stiftung gegründet. Motivation aller Aktivitäten des Teams ist es, kreative und einfache Wege der Umsetzung aufzuzeigen, die leicht übernommen werden können. Live To Love ist explizit säkular aufgestellt und offen für Menschen aller Altersgruppen und Kulturen.
▶ www.live-to-love-germany.org

ESV DIGITAL
Die Contentplattform

Gebündelt für alle, die Gutes tun.

ESV-Digital StiftungsWissen

Wo auch immer Sie sich engagieren: ESV-Digital StiftungsWissen steht Ihnen mit dem richtigen Rat zur Seite – mit Antworten zu allen Stiftungsfragen. Praxisnah, aktuell, auf einen Klick.

- **Seien Sie am Puls des Geschehens** im Stiftungswesen und Nonprofit-Sektor.
- **Stellen Sie die richtigen Weichen** in Stiftungs- und Stiftungssteuerrecht, Organisation und Vermögensmanagement.

Mit dem StiftungsManager von Fleisch / Martin / Theuffel-Werhahn / Uffmann, der Zeitschrift „Stiftung&Sponsoring" u.v.m.

1 Nutzer 19,95 €
Einzellizenz, netto/Monat

3 Nutzer 32,92 €
ESV-Bürolizenz, netto/Monat

Gleich 4 Wochen gratis testen:
www.ESV-Digital.de/StiftungsWissen

ESV ERICH SCHMIDT VERLAG
Auf Wissen vertrauen

Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG
Genthiner Str. 30 G · 10785 Berlin
Tel. (030) 25 00 85-225
Fax (030) 25 00 85-275
ESV@ESVmedien.de · www.ESV.info

Preisgekrönte Spendenwerbung – Österreichische Fundraising Awards 2022

Für Fundraiser*innen in ganz Österreich – und längst auch weit über die Landesgrenzen hinaus – gilt der Österreichische Fundraising Kongress als jährlicher Hotspot für neueste Trends, internationales Know-how sowie Austausch und Vernetzung in der Szene. Als Höhepunkt des ersten Kongresstages wurden auch heuer die renommierten Fundraising Awards vergeben und dabei beispielhafte Spender*innen-Kommunikation unter großem Medieninteresse vor den Vorhang geholt.

Günther Lutschinger (Geschäftsführer Fundraising Verband Austria), Andrea Johanides (Präsidentin Fundraising Verband Austria) mit Pius Strobl als Fundraiser des Jahres und Marion Rödler (Geschäftsführerin DIRECT MIND). *© Ludwig Schedl*

Die restlos ausverkaufte 29. Ausgabe des Österreichischen Fundraising Kongresses in Wien stand von 10. bis 12. Oktober im Zeichen der brennendsten Fragen innerhalb des Sektors – die Spendenakquise inmitten der massiven Teuerungswelle und der Umgang mit dem Personalmangel in der Branche. Gemeinsam mit rund 40 hochkarätigen Speaker*innen wurden Themen wie Donor Centricity, Employer Branding und Online-Fundraising zukunftsweisend diskutiert.

Absolutes Highlight des Kongresses ist jedes Jahr die Awards-Gala, die in diesem Jahr vom bekannten Entertainer Alfons Haider moderiert wurde. Der Hauptpreis **Fundraiser*in des Jahres** (Partner: Direct Mind) wird traditionell an eine Ausnahmepersönlichkeit für außerordentliche Verdienste um das Spendenwesen vergeben. 2022 wurde der Leiter des Humanitarian Broadcasting im ORF, **Pius Strobl**, für sein großartiges Engagement um die Kommunikation gemeinnütziger Anliegen im Österreichischen Rundfunk ausgezeichnet. Ab 2007 übernahm Strobl zentrale Aufgaben im ORF, war federführend bei der Einführung von ORF III und ORF SPORT+ und konzipierte die ORF-Nachhaltigkeitsmarke MUTTER ERDE. Seit 2019 ist er unter anderem Kopf von LICHT INS DUNKEL sowie NACHBAR IN NOT, der mit Abstand größten Spendeninitiativen des Landes. Damit nimmt Pius Strobl als einer der aktivsten und einflussreichsten Spendenkommunikatoren mehr als eine Schlüsselrolle in der Fundraisingszene ein. Sein persönliches Engagement ist eine entscheidende Triebfeder dafür, dass Hilfe dort ankommt, wo sie gebraucht wird. Allein NACHBAR IN NOT hat seit der

Der weltweit renommierte Fundraising-Experte Prof. Adrian Sargeant, Institute for Sustainable Philanthropy (UK), als Speaker am Kongress. *© Ludwig Schedl*

Gründung vor 30 Jahren 335 Miollionen Euro für die Auslands- und Katastrophenhilfe in 18 Ländern gesammelt.

Einen **Sonderpreis** für sein **Lebenswerk** erhielt **Rupert Roniger**, der Licht für die Welt in 27 Jahren von einem kleinen Verein zu einer internationalen Organisation mit über 250 Mitarbeitern aufgebaut und damit die NPO-Szene nachhaltig geprägt hat. Durch seinen grenzenlosen Einsatz ist es Roniger gemeinsam mit unzähligen Freiwilligen und rund 250 000 Spender*innen gelungen, das Augenlicht von mehr als einer Million Menschen zu retten und über 600 000 Kindern mit Behinderungen den Weg in die Selbständigkeit zu ermöglichen.

Tolle Stimmung ist am Österreichischen Fundraising Kongress immer garantiert. *© Ludwig Schedl*

Alle Preisträger*innen im Überblick

Der Award für die beste **Fundraising Innovation des Jahres** (Partner: BluFoxx) ging an die Caritas Erzdiözese Wien für ihre „nachbarschafft' Ukraine" füreinand'-Mission. Angesichts des immensen Hilfsbedarfs in der Ukraine ist es durch dieses herausragende Projekt gelungen, innerhalb kürzester Zeit die ideale Plattform für die Koordination von Freiwilligen zu schaffen und den Bedarf an Sachspenden tagesaktuell zu kommunizieren. Damit konnten insbesondere junge Menschen zum Einsatz für die gute Sache bewegt werden.

In der Kategorie **Fundraising Spot des Jahres** (Partner: ORF) überzeugte die Hilfsorganisation MIVA Austria mit ihrer Spotkampagne unter dem Titel „Ihre Spende wird mobil". Diese thematisiert die lebenswichtige Bedeutung von Mobilität in den ärmsten Regionen der Welt – zum Transport von Hilfsgütern oder zur Ermöglichung von Bildungschancen. Der Spot überzeugte durch seine emotionale Gestaltung bei gleichzeitig klarer Veranschaulichung des Spendenzwecks.

Die Caritas der Erzdiözese Wien setzte sich auch beim Award für die **Fundraising Aktion des Jahres** (Partner: ANT) durch. Unter dem Motto „Instagram Fundraiser für Ukraine Nothilfe" wurde in Höchstgeschwindigkeit eine Kampagne ausgerollt, die eine Vielzahl an Influencern mobilisierte und zu einem beeindruckend hohen Spendenaufkommen in kurzer Zeit führte. Positiver Nebeneffekt: Durch die Kampagne konnte nachhaltig eine neue Zielgruppe erreicht werden.

Bei der **Partnerschaft des Jahres** (Partner: ERSTE Bank) holte Rettet das Kind Salzburg den Award für die langfristig wirkende Partnerschaft mit dem Radiosender Antenne Salzburg und dem EUROPARK Salzburg. Die gemeinsame vorweihnachtliche Benefizaktion „Deine Spende – mein Weihnachtspackerl" findet heuer bereits zum zehnten Mal statt. Persönliche Wünsche ans Christkind der von der Organisation betreuten Kinder und Jugendlichen werden dabei im Radio übertragen, mit jährlich steigendem Zuspruch. Der EUROPARK unterstützt die Aktion mit eigenen Spendentrichtern.

In der Kategorie **Fundraising Online Kampagne des Jahres** (Partner: GRÜN Software Group) machte heuer die Oberösterreichische Tafel das Rennen. Mit dem auf Mikrospenden fokussierten Spendenaufruf „Einfach und nachhaltig für den neuen Sozialmarkt spenden!" hat die Organisation unterschiedliche Kanäle perfekt genutzt, um neue Zielgruppen zu langfristig Spendenden zu machen.

Mit dem Award für das beste **Direct Mailing des Jahres** (Partner: Österreichische Post AG) holte die Caritas der Erzdiözese Wien den dritten Preis bei der heurigen Verleihung. Das Hausmailing der Gruft „Heute gibt es in der Gruft Schinkenfleckerl. Und morgen?" verzeichnete nicht nur einen großen finanziellen Erfolg, sondern bescherte der Organisation auch eine außerordentlich hohe Anzahl an neuen Dauerspender*innen. Die einfache, emotionale, aber nicht stigmatisierende Botschaft überzeugte auf allen Ebenen.

In der im Vorjahr neu geschaffenen Kategorie **Neuspender*innen-Kampagne des Jahres** (Partner: BDO) wurde Ärzte ohne Grenzen für die Kampagne „MSF auf Tour mit Ed Sheeran" prämiert. Für die Organisation verlief die auf eine eher junge Zielgruppe ausgerichtete Aktion überaus erfolgreich in puncto neuer Dauerspender*innen.

Alle Infos über die Fundraising Awards, den Österreichischen Fundraising Kongress und die weiteren Veranstaltungsangebote des Fundraising Verband Austria unter:
▶ www.fundraising.at

Swissfundraising erstmals mit 1000 Mitgliedern

Swissfundraising, der Verband der Fundraiser:innen in der Schweiz, hat bei der Mitgliederzahl die 1000 erreicht: Das tausendste Mitglied ist Rita Bachmann, die bis vor kurzem die Organisation ADES leitete, die sich seit 2001 für den Erhalt des Waldes und der Lebensgrundlagen Madagaskars einsetzt. Neu ist Bachmann bei ADES für das Fundraising zuständig.

Von ROGER TINNER

«Ich schätze die Arbeit von Swissfundraising mit ihren ethischen Grundsätzen und den Weiterbildungsangeboten», sagt Rita Bachmann, die allerdings bisher ihre Fundraising-Verantwortlichen an die Swissfundraising-Veranstaltungen schickte. Sie wird daher im Juni 2023 wohl erstmals an einem SwissFundraisingDay dabei sein – die kostenlose Teilnahme an diesem Flagship-Event des Verbands ist nämlich das Geschenk dafür, dass sie das tausendste Mitglied ist. Sie ist als CEO von ADES nach viereinhalbjähriger Tätigkeit zurückgetreten, um mehr Zeit in ihrer zweiten Heimat Südafrika zu verbringen. Das wäre mit der Leitungsposition nicht vereinbar gewesen, so dass sie diese aufgab und im Lauf dieses Jahres an ihren Nachfolger Luc Estapé übergab.

Nun hat sie ADES jedoch angefragt, ob sie das Fundraising übernehmen könnte, das auch als CEO «einen grossen Teil der Aufgaben ausmachte». Diese Aufgabe kann sie auch mit mehrmonatigen Aufenthalten in Johannesburg verbinden – sie ist «halb Südafrikanerin, halb Schweizerin, geboren in der Schweiz», wie sie am Telefon schildert. Und glücklicherweise findet der SwissFundraisingDay in jener Zeit statt, die sie weiter in der Schweiz verbringen will, nämlich im europäischen Sommer.

Stetiges Wachstum seit 2009

Ende 2021 zählte Swissfundraising noch 924 Mitglieder, nun sind weitere 76 Personen dem Verband beigetreten. Seit 2009 – damals waren es erst 462 – hat die Mitgliederzahl zwar in kleinen Schritten, aber jedes Jahr zugenommen. Kurz vorher hatte sich Swissfundraising klar positioniert als Berufsverband für Einzelmitglieder, denen fachliche Unterstützung, Weiterbildung und

Swissfundraising ist eine aktive Community mit nun 1000 Mitgliedern, die Fundraising leben (Bild vom SwissFundraisingDay 2022).

Vernetzung angeboten wird. Von den nun 1000 Mitgliedern sind 888 in der Deutschschweiz tätig, 112 in der Westschweiz.

Nicht nur das 1000., auch das 998. und 999. Mitglied sind Frauen: Susanne Nieke von Fairmed und Charlotte Strohm von der HSG Stiftung. Auch insgesamt sind deutlich mehr Frauen Mitglieder von Swissfundraising als Männer (623 zu 377). Mit zum Wachstum beigetragen hat in diesem Jahr aus Sicht der Geschäftsstelle sicherlich die Tatsache, dass der Mitgliederbeitrag für Fundraiser:innen in kleinen Organisationen, für pensionierte Berufskolleg:innen und für Fundraiser:innen im Ehrenamt nach unten angepasst wurde. «Wir haben immerhin in diesem ersten Jahr schon 33 ensprechende Anträge erhalten, von denen 30 den Anforderungen entsprachen und genehmigt werden konnten», bilanziert Mario Tinner, Projektleiter bei Swissfundraising.

«Ansporn und Auftrag»

Auch Swissfundraising-Präsidentin Sibylle Spengler zeigt sich sehr zufrieden: «Ich freue mich sehr, dass wir das 1000. Mitglied in unserem Verband willkommen heissen dürfen.» Dass Swissfundraising seit Jahren Mitglieder gewinne, zeige, «dass es uns als Berufsverband mit seinen Dienstleistungen und der Vernetzung der Fundraising-Szene mehr denn je braucht.» Vieles mache Swissfundraising wohl schon richtig, aber: Sie sieht darin auch eine Verpflichtung für Vorstand und Geschäftsstelle, wie sie weiter ausführt: «Für uns ist das Wachstum Ansporn und Auftrag, unser Engagement für die Bedürfnisse der Mitglieder und der Branche genauso wie die Dienstleistungen weiterhin auszubauen – auch wenn wir mit unserem Angebot die Bedürfnisse der Mitglieder schon gut treffen.» Mit dieser Anzahl von Mitgliedern sei Swissfundraising auch im internationalen Vergleich sehr gut abgestützt, betont die Präsidentin. Und sie nimmt Bezug auf Vision und Strategie, die im Claim «Wir leben Fundraising» zum Ausdruck kommt: «Dieser Slogan ist offensichtlich für die Fundraiser:innen in der Schweiz so wichtig wie für uns selbst!»

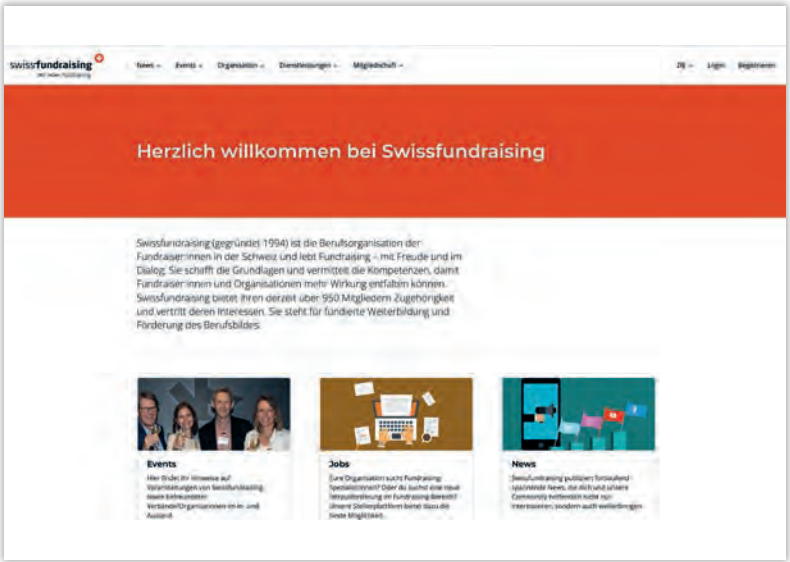
Neue Plattform ist online

Seit Ende Oktober ist Swissfundraising mit einer neuen Web-Plattform (swissfundraising.org) unterwegs, die den Mitgliedern deutlich mehr Komfort und Community-Funktionen bietet als die bisherige Website. So können etwa Fach- und Arbeitsgruppen einfach und geschützt kommunizieren, ihre Dokumente ablegen und Mitglieder verwalten.

Von MARIO TINNER

Von der klassischen Website zu einer Plattform mit viel Interaktion und übersichtlichen Funktionen und Dienstleistungen für die Mitglieder: Das war der Anspruch am Beginn des Projekts «Transforming Swissfundraising». In einem mehrstufigen Prozess wurden die Mitglieder in eine Testphase eingebunden, bei der sich auch die Grenzen virtueller Chat- und Diskussionsforen zeigen.

Nach mehreren Monaten konzeptioneller Arbeit hat Swissfundraising in die bisherige Website mit einem Mini-Intranet (mit nur wenigen Dokumenten und ohne Community-Funktionen) nun abgelöst. Die Mitglieder profitieren nun von einer zeitgemässen Plattform, die sich schon bei zahlreichen Verbänden und Mitgliederorganisationen bewährt hat. Entstanden aus einem Alumni-Netzwerk bietet die Lösung von «Talentwerk» zahlreiche Möglichkeiten für die einzelnen Mitglieder (z. B. einfache Anmeldung und History bei Events, Rechnungen, etc.) wie für Arbeits- und Fachgruppen (Community-Tools wie Gruppenchat, Dokumentenablage, etc.) sowie den Vorstand. Die Plattform erleichtert aber auch die Administration und Verwaltung der Mitglieder – Zeit, die frei wird, um neue Inhalte im Memberbereich aufzubauen und zu pflegen.



Äusserlich wenig verändert, bietet die neue Web-Plattform Mitgliedern, Fach- und Arbeitsgruppen und dem Vorstand viele neue Kommunikationsmöglichkeiten.

Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Save the Children erweitert Vorstand

Die Fundraising- und Marketing-Expertin **Barbara Gerold-Wolke** ist seit dem 1. Oktober 2022 drittes Mitglied im Vorstand der Kinderrechtsorganisation Save the Children. Sie trägt dort die Verantwortung für den neu geschaffenen Bereich Fundraising, Marketing und Markenführung. Davor war sie bei Ärzte ohne Grenzen tätig, wo sie sich um die Spendenwerbung sowie nationale und internationale Initiativen der Organisationsentwicklung kümmerte. Weitere Erfahrungen in NGOs in Deutschland und in der Schweiz sammelte sie bei Transparency International, beim Welternährungsprogramm der Vereinten Nationen, beim Hohen Flüchtlingskommissar der Vereinten Nationen und bei der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit in West- und Ostafrika.

GLÜCK AUF
FÜR IHRE »KOHLE-FÖRDERUNG«

BODENSTÄNDIGE SOFTWARE AUS DEM HERZEN DES RUHRPOTTS:
Buchhaltung,
Fundraising,
Adress-, Beleg- und Projekt-Management,
Controlling ...

Jetzt vergleichen und kostenlos testen:
www.optigem.com/glueckauf

OPTIGEM OPTIMIERTE SOFTWARELÖSUNGEN FÜR GEMEINNÜTZIGE ORGANISATIONEN

INFO@OPTIGEM.COM · 0231.182 930 · HOHENBUSCHEI-ALLEE 1 · 44309 DORTMUND

Von den Vinzi-Werken zur Caritas

Neue Direktorin der Caritas Steiermark ist **Nora Tödtling-Musenbichler**. Bereits seit Juli ist sie in dieser Position tätig und dabei u.a. für die Abteilungen Aus- und Weiterbildung, Pflege sowie für Region und Engagement zuständig. Im November 2021 war Nora Tödtling-Musenbichler von den Vinzi-Werken zur Caritas gewechselt und bildet nun mit den beiden Vizedirektoren Erich Hohl und Petra Prattes das neue Führungsgremium der Caritas Steiermark.

Stiftung Hilfe mit Plan begrüßt neue Geschäftsführerin

Seit dem 1. August hat die Stiftung Hilfe mit Plan eine neue Geschäftsführerin. **Julia Selle** hat das Amt von Louise von Hobe-Gelting übernommen. Sie hat Kommunikationswissenschaft studiert und leitete vier Jahre die Niederlassung von SOS-Kinderdörfer weltweit in Düsseldorf. Als Expertin für Nachhaltigkeit hat sie zuvor für den Handelskonzern Metro eine Strategie für das gesellschaftliche Engagement entwickelt und engagierte sich für das Thema Diversity.

Recherchezentrum erweitert Führungsspitze

Das Recherchezentrum Correctiv verstärkt seine Führung mit einer Doppelspitze. Neben Publisher David Schraven ist seit September **Jeannette Gusko** gleichberechtigte Geschäftsführerin der gemeinnützigen Organisation. Sie ist Gründungsgeschäftsführerin der Spendenplattform GoFundMe, war Communications Director bei Change.org und bringt vielfältige Erfahrung u. a. in den Bereichen der politischen Partizipation und der sozialen Gerechtigkeit mit.

Politikwissenschaftlerin übernimmt Vorstandsvorsitz

Im September hat der Transparency International Deutschland e. V. auf seiner Mitgliederversammlung **Alexandra Herzog** zur neuen Vorstandsvorsitzenden gewählt. Sie löst damit Hartmut Bäumer ab, der für eine weitere Amtszeit nicht mehr zur Verfügung stand. Seine Nachfolgerin ist selbständig tätig und engagiert sich bereits seit 2015 für Transparency Deutschland. 2017 übernahm sie die Neugründung und Leitung der Arbeitsgruppe Politische Bildung und ist schon seit 2021 Mitglied des Vorstands. Die Diplom-Betriebswirtin hat Politikwissenschaften an der Fernuniversität in Hagen studiert und das Studium mit dem Master of Arts abgeschlossen. Die gebürtige Berlinerin arbeitete darüber hinaus viele Jahre im Finanzbereich von Unternehmen unterschiedlicher Branchen.

Gemischte Doppelspitze bei der Pestalozzi-Stiftung

Zum 175-jährigen Jubiläum am 8. August stellte die Pestalozzi-Stiftung Hamburg ihre neuen Vorstände vor. Diplom-Pädagogin **Natja Berg** studierte Erziehungswissenschaften und hat ihr Amt bereits im Mai angetreten. Sie kommt von der Ausbildungs- und Beschäftigungsgesellschaft des Berufsförderungswerks und war Geschäftsführerin beim Bildungsdienstleister ZukunftPlus e. V. Ihr Kollege **Kai Gosslar** war über zehn Jahre Berater im Gesundheits- und Sozialsektor. Der Schwerpunkt des Diplom-Kaufmanns und Groß- und Außenhandelskaufmanns ist die Neuausrichtung von Organisationen und Unternehmen. Er baute bei der Pestalozzi-Stiftung das Integrationsunternehmen hwg hamburg work gGmbH auf und ist u. a. ehrenamtlicher Sprecher der Hamburger Inklusionsunternehmen.

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

Akademie
Beratung
Wissen

Fundraising Akademie
WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

Unternehmerische Verantwortung als Beruf

Wir informieren Sie gerne unter (069) 580 98-124 oder senden Sie eine Mail an: sommer@fundraisingakademie.de

www.fundraisingakademie.de

In Kooperation mit FundConsult

Neues Führungsteam beim Deutschen Fundraising-Verband

Martin Georgi als Vorsitzender, **Heike Kraack-Tichy** als stellvertretende Vorsitzende und **Duda Zeco** (v. l. n. r.) als Beisitzerin sind Teil des neuen Führungsteam des DFRV. Sie wurden auf der Mitgliederversammlung am 27. September gewählt. Der Organisationsberater und Fundraising-Experte Martin Georgi war u. a. Vorstand bei Aktion Mensch, Direktor der Christoffel-Blindenmission und Geschäftsführer von Amnesty International Deutschland. Heike Kraack-Tichy ist Expertin für Fördermittel und hauptamtliche Geschäftsführerin beim Weiterbildungs- und Beratungsunternehmen emcra GmbH und engagiert sich auch im Vorstand der EU-Fundraising Association. Duda Zeco berät NPO bei Kommunikationsfragen und entwickelt zielgruppenenau Print- und Digitalkampagnen.

DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND

SEIEN SIE DABEI!

Werden Sie jetzt Mitglied im Deutschen Fundraising Verband.

Vorteile im Überblick
- Aktives Branchennetzwerk
- Intensiver Austausch in Fach- und Regionalgruppen
- Kostenfreier Branchen-Newsletter und Mitgliedermagazin
- Rabatte bei Veranstaltungen und Partnern des Verbands

Für juristische Mitglieder
- Kostenfreie Veröffentlichung Ihrer Stellenanzeigen und Veranstaltungen
- Ethiksignet als Qualitätsmerkmal

Mehr über die Vorteile einer Mitgliedschaft unter **www.dfrv.de** und telefonisch unter: **030 3088 31800**

Neuer Kampagnenleiter bei Greenpeace Österreich

Adam Pawlow hat die Leitung der Programmdirektion bei Greenpeace Österreich übernommen und ist für die Entwicklung aller Kampagnen verantwortlich. Für Greenpeace war er bereits sechs Jahre als Klimaexperte tätig und zuvor als Mitarbeiter am Zentrum für Globalen Wandel und Nachhaltigkeit an der Universität für Bodenkultur Wien. Zuletzt arbeitete Adam Pawlow als Senior-Berater für Strategie, Klima und Green Finance bei der Agentur Lockl & Keck.

Führungswechsel beim Bündnis Entwicklung Hilft

Das Bündnis Entwicklung Hilft hat eine neue Geschäftsführerin. Dr. **Ilona Auer-Frege** folgt auf Peter Mucke, der in den Ruhestand geht. Die Politikwissenschaftlerin war Leiterin des Berliner Büros von Misereor. Für ihre neue Aufgabe bringt sie viele Jahre Erfahrung in der humanitären Hilfe und der Entwicklungszusammenarbeit mit. Ihr Ziel als Geschäftsführerin ist es, dass das Bündnis Entwicklung Hilft in Krisen jederzeit schnell handeln kann.

Altenpflege-Experte gründet Fundraising-Agentur

30 Jahre hat **Reinhard Strüven** für einen regionalen Caritas-Verband in der stationären Altenhilfe gearbeitet und das Fundraising mit aufgebaut. Ab Januar 2023 startet er unter dem Namen „Fundraising Ziele" in die Selbstständigkeit. „Das Thema Altenhilfe und die Frage, wer uns später einmal pflegen wird, wird an Brisanz noch zunehmen", ist sich Strüven sicher und möchte mit seiner Arbeit Lösungen durch Fundraising und Öffentlichkeitsarbeit aufzeigen.

Fundraising-Experte wechselt zu a+s DialogGroup

Mit mehr als 20 Jahren Erfahrung im Fundraising ist **Michael Achzet** seit August 2022 neuer Senior Consultant der a+s DialogGroup GmbH. Zuvor arbeitete er als Berater und Geschäftsführer bei Agenturen wie Spinas Civil Voices, wo er die Beratungsleitung übernommen hat, und GFS Fundraising Solutions. Seine Aufgabe ist es nun, NGOs individuell zu beraten und zu betreuen, u. a. bei der Analyse und Erfolgskontrolle sowie bei der Umsetzung kreativer Kampagnen.

Großspenden-Fundraiserin bei German Doctors

Birgit Donath engagiert sich seit dem 1. September bei den German Doctors im Bereich Großspenden und Erbschaften. Die Fundraiserin war 2013 eine der ersten Absolventinnen des Major Giving Institutes und baute ab 2015 das Großspenden-Fundraising bei Aktion Deutschland Hilft auf. Die Arbeit der German Doctors fasziniert sie, da der ehrenamtliche Einsatz von Ärztinnen und Ärzten Hilfe für Menschen ermöglicht, die keinen Zugang zu Gesundheitsversorgung haben.

Haben Sie Neuigkeiten?

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

vanacken
Fundraising

Kennen Sie uns schon?

Es gibt viele bunte Vögel da draußen …

Welcher passt zu Ihnen?

Erfolgreiches Fundraising mit System

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

van Acken – mehr als nur eine Agentur.

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

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

Data meets Creativity

Agentur will Dialogmarketing revolutionieren

Die a+s DialogGroup verspricht Folgendes auf ihrer neuen Website: „Wir labern nicht, wir liefern." Nämlich individualisierte und zielgenau ausgespielte Kampagnen, die crossmedial vernetzt und in der Performance optimiert sind. Seit fast 25 Jahren führt die Agentur NGOs und Unternehmen nicht nur sicher, sondern visionär durch die Welt des Dialogmarketings. Die Agentur nutzt alle verfügbaren Daten, um Spendende auf relevanten Kanälen zu finden, kreiert aufmerksamkeitsstarke Kampagnen und verbreitet sie zum richtigen Zeitpunkt. „Die Zukunft des Dialogmarketings sind hochindividualisierte Kampagnen mit einem passgenauen Spender-Targeting in jedem bespielbaren Kanal. So können wir die Conversion effizient erhöhen", bekräftigt Kai-Uwe Hesse, Geschäftsführer der a+s DialogGroup. Die Dialogmarketing-Agentur mit Hauptsitz in Ditzingen bietet Non-Profit-Unternehmen ganzheitliches Dialogmarketing: von Analyse und Strategie über Konzeption, Kreation, Distribution bis zur Erfolgskontrolle.

▶ https://as-dialoggroup.de

Kurzgefasst …

International Public Fundraising Council gegründet

Face-to-Face-Fundraising ist ein Erfolgsmodell: NPOs in über 50 Ländern setzen maßgeblich auf diese Methode. Um ihre internationale Vernetzung und globale Qualitätsstandards zu forcieren, wurde jetzt das „International Public Fundraising Council" gegründet, und zwar in Österreich – dem Geburtsland von Face-to-Face-Fundraising. Der Fundraising-Verband Austria gehört selbstverständlich zu den Gründungsmitgliedern.

▶ www.qualitaetsinitiative.at

Gemeinsam für Cybersicherheit

Die NGO Hackers Without Borders (HWB) und YesWeHack, Europas führende Plattform für Bug Bounty und Vulnerability Disclosure Policy (VDP), wollen im Rahmen einer engen Partnerschaft gemeinnützige Organisationen vor Cyberangriffen schützen. YesWeHack stellt HWB dafür einen kostenlosen Zugang zu seiner Bug-Bounty-Plattform zur Verfügung. Auf der Plattform finden ethische Hacker und NGOs, die ihre Infrastruktur vor Cyberangriffen schützen wollen, zusammen.

▶ https://hwb.ngo/fr ▶ www.yeswehack.com

Digitaler Engel fliegt weiterhin

Fragen rund um die Digitalisierung beantwortet älteren Menschen das mobile Ratgeberteam „Digitaler Engel" des Vereins „Deutschland sicher im Netz". Das Erfolgsprojekt wird nun bis Ende 2025 weiter gefördert. Mit dem Projekt setzt das deutsche Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend ein Ziel des „Digital-Pakt Alter" um.

▶ www.digitaler-engel.org

Wer wird „Student/in des Jahres 2023"?

Der Deutsche Hochschulverband und das Deutsche Studentenwerk schreiben zum achten Mal den Preis für studentisches Engagement aus. Das Preisgeld beträgt 5000 Euro und wird vom Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft gestiftet. Der Preis soll im April 2023 auf der „Gala der Deutschen Wissenschaft" verliehen werden. Bewerben kann man sich bis 31. Dezember.

▶ www.hochschulverband.de/student-des-jahres.pdf

RKW wird 101

Das Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e. V. (RKW) feiert sein 101-jähriges Bestehen. „Die Hebung der Wirtschaftlichkeit industrieller und gewerblicher Produktion" war damals das Ziel. Heute geht es darum, die Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen zu steigern – durch Informationen, Beratung und Weiterbildung.

▶ www.rkw.de

Dating-Plattform statt Kriterienkatalog

Deutscher Fundraising-Verband überarbeitet Entscheidungshilfe zu Fundraising-Software

Wie kommen spendensammelnde NGOs und Software-Anbieter zu tragfähigen Geschäftsbeziehungen? Die umfassende Überarbeitung des Kriterienkatalogs zur Softwareauswahl ist ein Schritt hin zu einer „Dating-Plattform", die beide Seiten „glücklich" macht.

Von DORIS KUNSTDORFF und THOMAS BRAND

Es scheint ein Dilemma zu sein: NGOs tun sich schwer damit, passende Softwareinstrumente für Datenmanagement und Fundraising auszuwählen, einzuführen und sinnvoll in ihrer ganzen Bandbreite zu nutzen. Es fehlt an Geld, Zeit, Arbeitskraft und Know-how, die am Markt befindlichen Lösungen zu verstehen und ihren Nutzen für die Organisation vorab zu bewerten. Sie wollen verständlicherweise einen zuverlässigen Software-Partner, der sie dauerhaft begleitet, wenn sie das oft ebenso kostenintensive wie unverzichtbare Produkt anschaffen und einsetzen. Der Markt aber ist groß und schwer durchschaubar. Die angebotene Software präsentiert sich nach Ansicht der Anwender nicht so, dass sie einschätzen können, ob eine erfolgreiche (Geschäfts-)Beziehung gelingen könnte.

Den Softwareanbietern und Implementierungspartnern geht es nicht besser: Sie wünschen sich schon während des Verkaufsprozesses mehr Informationen über die Erwartungen der Organisation, an die sie verkaufen wollen. Nur wenn das Software-Unternehmen in Ansätzen die Strategie der NGO, deren Budget oder das dort vorhandene Know-how kennt, könnten die Verkäufer einschätzen, ob die von ihnen angebotene Lösung hilfreich sein wird.

Dieses Nicht-Wissen und Nicht-Verstehen führen dann in der Folge immer wieder zu Beziehungsfrust. Einigkeit aber besteht immerhin bei einem Punkt: Eine Software-Einführung, die vor die Wand fährt, ist ebenso wenig im Interesse der Anbieter wie der Kunden.

All das zeigen Ergebnisse einer Umfrage, die der Deutsche Fundraising-Verband (DFRV) und die gemeinnützige Cloud und Rüben GmbH unter Softwareanbietern und Organisationen im Frühjahr 2022 gemacht hatte. An der Umfrage hatten sich 22 Anbieter und 87 Organisationen beteiligt. Aus Sicht der Organisatoren der Umfrage sind das erfreulich hohe Zahlen.

An dem Punkt, an dem sich beide Seiten – NGO und Implementierer – einig sind, setzt die neu gegründete „Fachgruppe Data-Team" des DFRV an. Sie holt alle Akteure in diesem Prozess – Organisationen, entwickelnde Unternehmen, freie Beratende und den Verband – an einen Tisch. Mit dem Dialog will die Fachgruppe

- Wissensaustausch und -transfer untereinander und in den Verband hinein unterstützen,
- Praktizierende aus allen Bereichen vernetzen,
- die Rahmenbedingungen für die Arbeit an und mit Daten optimieren und
- den in die Jahre gekommenen Kriterienkatalog des DFRV in einer verbesserten Form neu auflegen.

Um den letzten Punkt – die Überarbeitung des Kriterienkatalogs, den der Verband seinen Mitgliedern als Entscheidungshilfe zur Verfügung stellt – voranzutreiben, trifft sich seit Sommer 2022 eine weitere Arbeitsgruppe. Sie überarbeitet den Katalog, den der DFRV seinen Mitgliedern anbietet, auf Basis der Umfrageergebnisse. Die ersten Treffen der „Arbeitsgruppe Kriterienkatalog" stimmen uns zuversichtlich, dass eine solche Überarbeitung tatsächlich allen Seiten helfen kann.

Und Hilfe ist dringend nötig, denn mehr Tempo bei der Digitalisierung ist angesichts vieler Entwicklungen insbesondere der vergangenen zwei Jahre unverzichtbar.

Doch nur aufs Gaspedal zu drücken reicht nicht; der Aufbau von mehr Daten-Kompetenz in der NGO-Welt ist ein wichtiger Erfolgsfaktor dafür. Wer daran mitwirken möchte, ist in der Fachgruppe Data Team des DFRV herzlich willkommen.

▶ https://bit.ly/data-team-2022

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
BUSINESS PROCESS AUTOMATION
IHR PROFESSIONELLER PARTNER FÜR
SPENDEN- & MITGLIEDERORGANISATIONEN

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

werden Ihre Anforderungen effizient abgedeckt.

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

20 Jahre
Den Spender im Herzen.

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

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

30 Jahre
Den Spender im Herzen.

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

Dieses erfahrene Team steht Ihnen mit Freude zur Seite.

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

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

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

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

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

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

Damit Ihr Fundraising nicht stecken bleibt.

adfinitas

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

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

Ihr Unternehmen

fehlt hier noch?

Gleich eintragen unter:

fundraising-dienstleister.de

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

SAZ, Fundraising das wirkt.

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

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

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

service94 GmbH
Dienstleistungen im Bereich Fundraising seit 1984:
- Promotion und Öffentlichkeitsarbeit an Informationsständen
- Mitgliederwerbung

Leistungen außerhalb des Fundraisings:
- Mitgliederverwaltung
- Call-Center
- Mailings
- Pressearbeit

Zu unseren Kunden gehören bundesweit namhafte Vereine und Verbände.

Raiffeisenstraße 2 · 30938 Burgwedel
Telefon: +49 (0)5139 402-0
info@service94.de | www.service94.de

KomServ GmbH
KomServ bietet professionelle Mitgliederverwaltung für Non-Profit-Organisationen, damit sich gemeinnützige Organisationen noch besser ihren eigentlichen Aufgaben widmen können!
Mit professionell gemanagten Daten verbessern Sie den Kontakt zu Ihren Förderern. Die Folge sind weniger Austritte, höhere Einnahmen und eine bessere Kommunikation.

Raiffeisenstraße 2 · 30938 Burgwedel
Telefon: +49 (0)5139 402-500
info@komserv-gmbh.de | www.komserv-gmbh.de

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

DDV-Qualitätssiegel für Datenverarbeitung, Adressverlag und Listbroking

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

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

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

DEUTSCHLAND PLZ 7

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, Adress-aktualisierungen/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
100 % Leidenschaft für ehrliches Dialogmarketing mit messbarer Performance

Weniger Bla, mehr Aha: Dialogmarketing lebt von Dialog, doch das letzte Wort haben bei uns Daten. Denn sie verraten uns, wie Sie bei Ihren Zielgruppen ins E-Mail-Postfach, in den Briefkasten, in Feeds, Stories und ins Gespräch kommen. Und am Ende: Spenden generieren. Sie suchen kreative Fundraising-Kampagnen für alle relevanten Kanäle?
Mit 25 Jahren Erfahrung führen wir Sie sicher durch alle Phasen des strategischen Fundraisings:

- Consulting & Strategie
- Kampagnenkreation online & offline
- Daten- & Adressmanagement
- Distribution & Targeting
- Erfolgskontrolle in Echtzeit

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

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

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

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, Adress-aktualisierungen/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

Ihr Dienstleister-Eintrag erscheint 1 Jahr lang im Dienstleisterverzeichnis unter ***fundraising-dienstleister.de*** und in 6 Ausgaben des gedruckten Magazins.

Standard-Eintrag **149 €**

Premium-Eintrag (Standard + Stopper-Anzeige) **499 €**

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
Torsten Schmotz

Fördermittel für Ihre **gemeinnützigen Aktivitäten**

- DEUTSCHLANDWEIT -

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

da vinci social

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

mailalliance
Briefdienstleistung bundesweit vernetzt.

Versenden Sie
Zuverlässig & Preiswert
& Deutschlandweit
Mailings – Broschüren
Spendenquittungen!

www.mailalliance.net

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
Spenden, fördern, freuen.
Stiftungschweiz.ch fördert als grösste digitale Philanthropie-Plattform der Schweiz den direkten Dialog zwischen Spenderinnen und Spendern, Förderstiftungen und Projektträgern sowie Dienstleistern und Firmen. Innovative Services für direktes, sicheres Online-Spenden und für schlanke Förderprozesse, praxisorientierte Angebote für ein integrales digitales Fundraising und zahlreiche Informationen über die Philanthropie steigern die Transparenz und Effizienz und stärken nachhaltig das gemeinnützige Engagement in der Schweiz.

Rittergasse 35 · 4051 Basel
Telefon: +41 (0)61 2 78 93 83
office@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

Ihr Fundraising Partner seit 25 Jahren

alnovis

Alnovis AG
Agency for Fundraising and Datamanagement
Wir entwickeln gemeinsam mit NPOs massgeschneiderte und zielorientierte Fundraising Lösungen.
Sie erhalten bei uns:
- Vorschläge für die Wahl des Fundraising-Instruments
- Datenbank/Datenmanagement
- Konzeption und Umsetzung von Kampagnen
- Unterstützung Themenwahl
- Storytelling und Gestaltung

Sonnmatthof 1 · 6023 Rothenburg
Telefon: +41 (0)41 3491616
info@alnovis.ch | www.alnovis.ch

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

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

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

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

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.

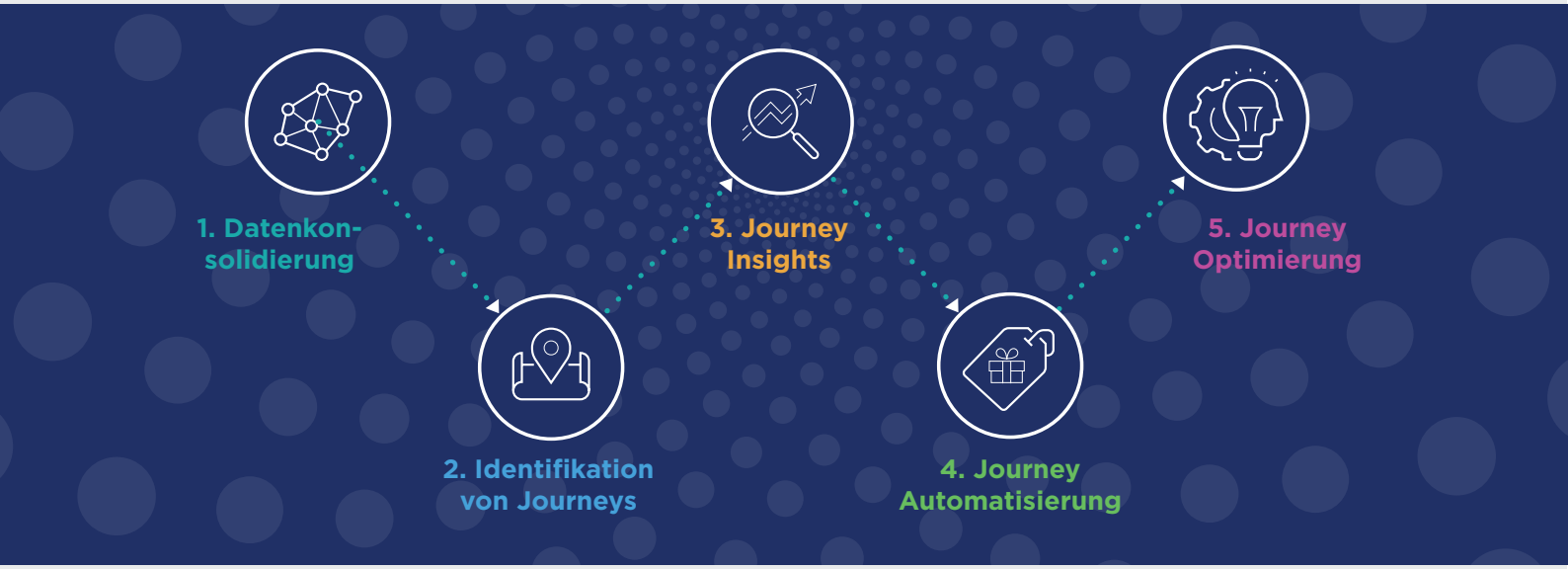
SAZ, Fundraising das wirkt.

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



Mit Donor-Journey-Analysen zum optimalen Spendenerlebnis

Best-Practice-Tipps, um die Donor Journey zu optimieren

Bei einer stetig wachsenden Anzahl von gemeinnützigen Organisationen haben Spender:innen heutzutage die Qual der Wahl, bei wem und für welche Zwecke sie spenden. Wenig überraschend ist es da, dass nur knapp die Hälfte der Erstspendenden bereit ist, eine zweite Spende an die gleiche Organisation zu tätigen. Die richtigen Maßnahmen zur langfristigen Bindung von Spender:innen sind somit ein zentrales Thema für Fundraiser.

Entscheidend für die Bindung der Spender:innen ist die Donor Experience, d.h. wie die Interaktion mit einer Organisation wahrgenommen wird. Die Donor Experience ist dabei das Ergebnis der sog. Donor Journey. Diese umfasst alle Erfahrungen, die Spender:innen mit einer Organisation in Verbindung bringen. Dabei hat jede einzelne Interaktion das Potenzial, die Journey umzugestalten und bereits eine negative Erfahrung kann zum Stillstand der Journey führen und die Beziehung beenden.

Um Spender:innen langfristig zu binden, ist ein tiefgehendes Verständnis der Donor Journey erforderlich. Nur wer diese genau kennt und in ihre einzelnen Elemente aufschlüsselt, kann das Verhalten der Spender:innen verstehen. So können Probleme erkannt, Erfolge repliziert und Abwanderungsrisiken reduziert werden.

Bereits geringfügige Maßnahmen zur Personalisierung der Donor Journey können große Wirkung zeigen – Studien zeigten, dass es zum Beispiel 400 Prozent wahrscheinlicher ist, dass Spender:innen erneut spenden, wenn man sich bei diesen innerhalb von 48 Stunden nach der getätigten Spende bedankt. Entscheidend für solche Personalisierungen ist jedoch das richtige Timing – genau zu wissen, an welcher Stelle innerhalb der Journey Spender:innen sich befinden. Hier kommen Donor Journey Analytics ins Spiel. Im Folgenden erläutern wir fünf Aspekte, die erfolgreiche Donor Journey Analysen auszeichnen.

5 Aspekte erfolgreicher Donor Journey Analytics

1. **Datenkonsolidierung**
   Zunächst müssen alle relevanten Daten aus den vorhandenen Tools und Quellen für ein einheitliches 360°-Bild Ihrer Spender:innen konsolidiert werden. Berücksichtigt werden müssen dabei sowohl technische als auch datenschutzrechtliche Aspekte. Starten Sie zunächst mit einigen zentralen Datenquellen, z. B. mit Ihrer Fundraising-Software, Website und Daten aus dem E-Mail Marketing um zu verstehen, wie sich die Interaktion mit Ihrer Marketing Kommunikation auf Spenden auswirkt.

2. **Identifikation von Journeys**
   Dieser Schritt beinhaltet die Identifikation von Mustern im Spendenverhalten. Wichtige Ereignisse wie Groß- oder Nachlassspenden werden erkannt und

Reibungspunkte, die Abwanderungen bedingen, identifiziert. Schaffen Sie so die Verbindung von der Interaktion mit einer Social Media Anzeige zu einem anschließenden Website-Besuch und der ersten Spende.

3. Journey Insights

Testen Sie Hypothesen – Warum gab es einen Anstieg der Spenden für einen bestimmten Aufruf? Was sind die Gründe für Veränderungen beim Engagement und den Spendenaktivitäten? Starten Sie mit der Analyse von Reaktionen und Daten wie Conversions. Berechnen Sie im nächsten Schritt Kennzahlen wie den Donor Lifetime Value oder die Abwanderung über einen bestimmten Zeitraum sowie Unterschiede zwischen den verschiedenen Förderer-Segmenten.

4. Journey Automatisierung

Automatisieren Sie bestimmte Bereiche Ihrer Journeys und stellen Sie so sicher, dass Spender:innen die richtige Nachricht zum richtigen Zeitpunkt erhalten. Starten Sie dabei mit einfachen Event-Triggern wie Geburtstagen, getätigten Spenden oder Spendenabbrüchen und entwickeln Sie im Anschluss mehrstufige, kanalübergreifende Strecken, die die Spender:innen in jeder Phase ihrer Journey ansprechen.

5. Journey Optimierung

Optimieren Sie Ihre Journeys kontinuierlich, indem Sie Probleme stetig identifizieren und beseitigen. Wechseln Sie zum Beispiel die Kanäle für Non-Responder ab, um das Engagement zu verbessern. Nutzen Sie dies als Grundbaustein, um von fortgeschritteneren Techniken wie Kampagnenpriorisierung und -optimierung zu profitieren.

Stellen Sie Ihre Spender:innen in den Mittelpunkt Ihrer Fundraising Aktivitäten

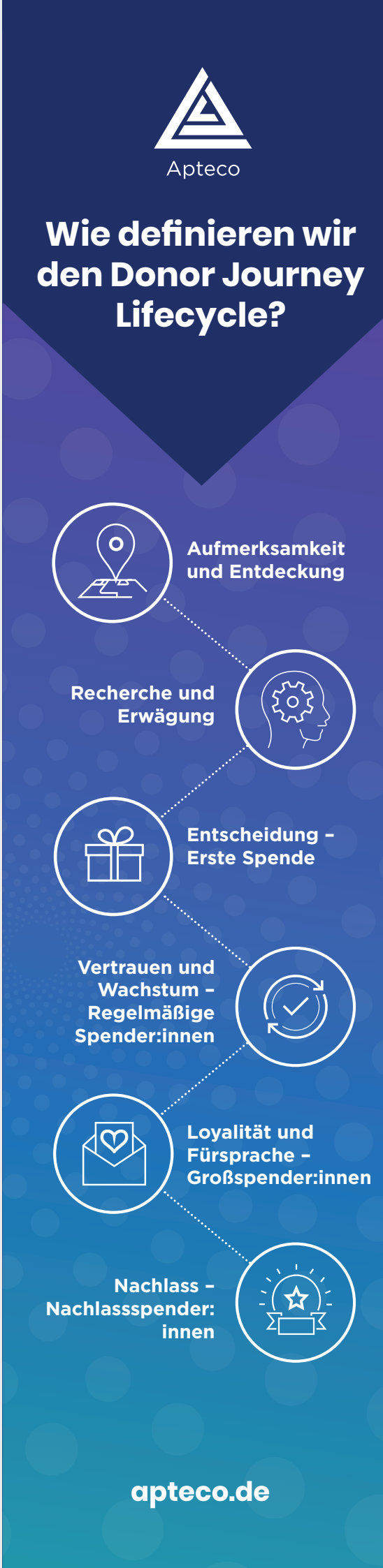
Richtig angewendet können Sie mit Donor-Journey-Analysen nicht nur die Erwartungen Ihrer Spender:innen erfüllen, sondern diese übertreffen und die Spenderloyalität steigern. Letztendlich ist nicht nur die Spende an sich das Ziel, sondern eine langfristige Beziehung zu den Spender:innen.

Donor-Journey-Analysen mit Apteco

Mit unseren Lösungen für Spender:innen Analyse und Kampagnen-Automation holen Sie mehr aus Ihrer Fundraising-Software heraus. Apteco hilft Ihnen dabei, Ihre Spender- und Fördererdaten zu nutzen, um die Effektivität Ihres Fundraisings zu stärken und die Donor Experience zu optimieren.

✓ 360°-Spender:innen-Ansicht ✓ Selektionen ✓ Zielgruppen-Analysen ✓ Predictive Analytics ✓ Dashboarding ✓ Donor-Journey-Automation ✓ Personalisierung ✓ Event-Trigger ✓ über 30 E-Mail, Social-Media- und Print-Schnittstellen ✓ Integration zu Salesforce

Apteco GmbH
Schaumainkai 87
60596 Frankfurt am Main
www.apteco.de



Content statt Clickbaiting

Wie Organisationen auch zukünftig im Internet ganz oben stehen

Wer im Internet und auf Social Media gefunden werden will, muss zukünftig guten Content statt reiner SEO-Texte bieten. Vereine und Stiftungen sind mit ihren relevanten Themen dabei im Vorteil. Allerdings gilt es, ein paar Regeln zu beachten und auf bestimmte Inhalte komplett zu verzichten.

Von CHRISTOPH KRACHTEN

Das Internet hat sich in diesem Jahr fundamental gewandelt. TikTok ist auf dem Vormarsch, Meta hat die Algorithmen für Instagram und Facebook erneut überarbeitet, und jetzt ist auch noch die Google-Suche radikal verändert worden. Das „Helpful Content Update" kann die Suchergebnisse im wahrsten Sinne des Wortes auf den Kopf stellen. So ist das gesamte Netz sinngemäß zu einer Social-Media-Plattform geworden, wo frischer reichweitenstarker Content über die Bedeutung einer Website entscheidet. All diesen Veränderungen ist eines gemeinsam: Die Inhalte stehen im Vordergrund. Nur wer Content erstellt, der ein breites Publikum erreicht, wird in Zukunft in den sozialen Medien und im Internet gefunden werden.

Die Überschrift

Der Titel oder die erste Zeile eines Posts, der Text auf einem Instagram-Bild oder auf einem Video-Thumbnail muss ins Auge springen. Zum einen muss diese Zeile (wenn nicht sowieso in einem Bild oder Thumbnail) für den Suchmaschinen-Algorithmus der jeweiligen Plattform optimiert sein, um überhaupt gefunden zu werden. Zum anderen muss er auch zum Anklicken bewegen. Bei der Entwicklung dieser Zeile sollte man sich immer fragen, worauf man selbst klicken würde und ob die wichtigsten Suchwörter enthalten sind. Dabei gilt: Das Wichtigste muss an den Anfang. Format- oder Serientitel oder Kanalnamen sollten ans Ende des Titels oder des ersten Satzes, damit sich die Inhalte auf den ersten Blick unterscheiden. Wenn machbar, sollte auf Wörter, wie „der, die, das" oder „und" verzichtet werden. Denn diese Wörter sind für Suchmaschinen irrelevant.

Der Einstieg

Der Einstieg sollte auf jeden Fall Appetit auf das Thema machen. Am einfachsten ist es, die Inhalte des Posts kurz zusammenzufassen ohne zu viel zu verraten. Die wichtigsten Suchwörter sollten hier sämtlich vorkommen. Je kürzer diese Einleitung ist, desto besser. Bei YouTube gilt das für den Anfang des Videos und für die ersten drei Zeilen der Videobeschreibung. An den Beginn des Einstiegs gehört ein Satz, der vermittelt, warum der Post unbedingt lesenswert ist oder das Video keinesfalls verpasst werden sollte. Und dann ist, wie bei einem Kinotrailer, ein Cliffhanger am Ende dieser Einleitung empfehlenswert. Er hält die Spannung bis zum Schluss hoch, sodass der komplette Beitrag angesehen wird. Auch bei diesem Artikel habe ich das so gemacht: „Allerdings gilt es, ein paar Re-

geln zu beachten und auf bestimmte Inhalte komplett zu verzichten." Worauf unbedingt verzichtet werden sollte, verrate ich erst am Ende dieses Textes.

Der Inhalt

Und danach sollte eine Geschichte erzählt werden. Was Überschrift und Einstieg versprochen haben, muss der Inhalt jetzt auch leisten! Storytelling ist hier das Stichwort. Denn Geschichten sind es, die Menschen emotional erreichen und die sie damit auch für die jeweilige Organisation oder das Projekt einnehmen. Und Geschichten kann man mit fast allem erzählen. Die „Heldin" kann zum Beispiel auch ein Paket mit Hilfsgütern sein, das eine abenteuerliche Reise erlebt. Apropos Reise: Dramaturgie ist das A und O. Die Heldenreise ist ein absoluter Klassiker und findet sich im Prinzip in jeder dramaturgischen Form wieder. Wenn man sich mit ihr vertraut macht, dann ist das Geschichtenerzählen auch für nicht so spannende Themen gar nicht mehr so schwer.

Das Ende

Für Fundraising betreibende Organisationen ist natürlich das Ende am wichtigsten, denn hier kann ein Call To Action platziert werden. Das kann die Aufforderung zum Spenden sein, die Bitte, eine Petition zu unterschreiben oder oder oder. Aber in jedem Fall sollte man die Chance nicht ungenutzt lassen, wenn jemand bis zum Ende des Posts oder Videos gekommen ist, hier auch einen Nutzen zu erzielen.

„Verbotene" Inhalte

Mit diesen Vorgaben schließen sich bestimmte Inhalte wie von selbst aus. Jegliche administrative Posts über interne Vorgänge sind ein No-Go. Niemand will einen Bericht über eine Vorstandssitzung lesen. Sie sind für die Zielgruppe meistens absolut irrelevant und führen dazu, dass die Algorithmen diese Websites, YouTube-Kanäle oder Social Media Accounts nach unten ranken. Damit wäre dann die ganze Arbeit, die in die anderen hochwertigen Posts gesteckt wurde, umsonst gewesen.

Christoph Krachten ist Influencer der ersten Stunde. Auf YouTube ist er seit 2008 und hat dort mehr als 600 000 Abonnements. Er ist Gründer der VideoDays von Mediakraft, dem ersten YouTube-Netzwerk in Deutschland. Zusammen mit dem Verlag Bastei Lübbe hat er die Community Editions gegründet. Für das Fundraising hat er mit Thanks4Giving das erste Social Donation Tool entwickelt und bietet mit der Social Media Masterclass einen Social-Media-Kurs speziell für Fundraising-Organisationen an.
▶ **www.unitedcreators.net**

Wo sind die Fachkräfte?

Fundraising lebt von Persönlichkeiten – aber woher nehmen?

Längst hat der Fachkräftemangel den Dritten Sektor erreicht und trifft die Organisationen dort, wo es am schmerzhaftesten ist: im Fundraising. Jede unbesetzte Fundraising-Stelle kostet die Organisationen Hunderttausende Euro. Spenden, die nicht eingenommen werden und deshalb nicht dazu beitragen, Tiere zu retten, Menschen zu versorgen, den Klimawandel zu stoppen.

Von ANNIKA BEHRENDT und ANNA BORCHERS

Online-Marketing, Nachlassfundraising, Corporate Giving: Viele Disziplinen im Fundraising sind vergleichsweise neu und einem ständigen Wandel unterworfen. Das Berufsbild der Fundraiserin ist in der breiten Bevölkerung weitgehend unbekannt. Universitäten und Fachhochschulen bieten keine spezialisierten Studiengänge an, berufsbegleitende Weiterbildungen gibt es nur eine Handvoll. Nicht zuletzt verlangt der Beruf den Mitarbeitern einiges ab: Empathie, Kontaktfreudigkeit, Frustrationstoleranz, Kommunikations- und analytische Kompetenz sind nur einige der erforderlichen Qualitäten. Was können wir also tun, um das Problem zu lösen?

Neue Wege gehen

Organisationen müssen im Bereich Personalwesen umdenken und bereit sein, lange eingeübte Prozesse zu verändern: weg von ellenlangen Anforderungsprofilen, „vollständigen Bewerbungsunterlagen" und den immer gleichen Jobbörsen.

Insbesondere den Punkt „Attraktiver Arbeitgeber" sehen wir bei der Rekrutierung als zentral an. Finden Sie heraus, was Ihre aktuellen und potenziellen Mitarbeitenden für ihre Arbeitsplätze begeistert. Teilzeit? Homeoffice? Individuelle Förderung oder

Fünf Thesen zur erfolgreichen Stellenbesetzung

1. Organisationen müssen in puncto Rekrutierung neue Wege gehen.
2. Organisationen müssen attraktivere Arbeitgeber werden.
3. Die Bindung guter Mitarbeiter wird wichtiger als die Gewinnung neuer Mitarbeiter.
4. Persönlichkeit wird in Zukunft bei der Rekrutierung wichtiger sein als Qualifikation.
5. Qualifizierung und Ausbildung in der eigenen Organisation wird ein zentraler Lösungsansatz für den Fachkräftemangel werden.

Karrierechancen? Was können Sie verbessern? Und nicht zuletzt: Können Sie noch besser nach außen kommunizieren, was Sie schon jetzt zu bieten haben?

Ihre Fundraiserinnen und Fundraiser machen jahrelang den gleichen Job ohne Gehaltsanpassung, während Sie teure Führungskräfte von außen holen. Sie wissen nicht, was Ihr Traumpraktikant von vor drei Jahren gerade macht. Das wird nicht mehr lange funktionieren. Nur wer heute in die Förderung und Weiterentwicklung seiner Mitarbeiter investiert, hat morgen ein schlagkräftiges, vollständiges Team.

Potenziale von Quereinsteigern

Die deutsche Affinität zu Zertifikaten und „nachgewiesener, einschlägiger Erfahrung" ist unumstritten, aber ein Auslaufmodell. Und sie hindert uns daran, Potenziale von Quereinsteigern und Berufseinsteigern zu erkennen und zu nutzen. Vertriebler aus der klassischen Wirtschaft bringen fast alle Kenntnisse mit, die im Fundraising gefragt sind. Absolventen können genau an den eigenen Bedarfen ausgebildet werden und sind loyale und treue Kollegen über viele Jahre. Was von Beginn an passen muss, ist aber der Cultural Fit: Motivation, Werte und Identifikation mit der Organisation.

Weiterbildungen sind kein Goodie nach zwei Jahren sehr guter Arbeit, sondern eine sinnvolle Möglichkeit, Trainees, Quereinsteiger oder auch Kollegen aus anderen Fachbereichen schnell fit zu machen für die neuen Aufgaben und Herausforderungen.

Machen wir uns nichts vor: Der Fachkräftemangel im Dritten Sektor wird nicht von allein verschwinden. Es ist an der Zeit, das Problem als Chance zu sehen: für neue Herangehensweisen, eine innovationsfreudigere Organisationskultur und bessere Arbeitsbedingungen für alle.

Annika Behrendt studierte Kulturwissenschaften, Politologie und Kommunikationswissenschaften. Nach Stationen im Kulturbereich kam sie 2013 zu Talents4Good, wo sie seitdem Kunden zu Personalthemen berät. Schwerpunkt ihrer Tätigkeit ist die Besetzung von Fach- und Führungspositionen u.a. im Fundraising. Seit 2021 ist sie in der Geschäftsführung des Unternehmens tätig.
▶ www.talents4good.org

Anna Borchers studierte Anglistik und Germanistik. Als Quereinsteigerin aus der klassischen Wirtschaft bringt sie ihre Kenntnisse und Fähigkeiten aus dem Bereich PR und Kommunikation seit 2019 bei Talents4Good ein, wo sie einen Job mit Sinn gefunden hat und jetzt mit all jenen arbeitet, denen das Gemeinwohl wichtiger ist als der Profit und die mit unternehmerischem Engagement für eine bessere Welt einstehen.
▶ www.talents4good.org

Die Zukunft des Fundraising

WIR MACHEN GUTES TUN NOCH BESSER

Vor welchen Problemen stehen Sie beim Fundraising?
- Die Spendenakquise wird immer teurer
- Spender*innen sind immer weniger loyal
- Online-Fundraising ist schwer skalierbar

WIR HABEN DIE LÖSUNG! UNSERE 2-STUFEN-STRATEGIE

1 Generieren Sie gezielt hochwertige Leads über Social Media. Begeistern Sie sie mit einer abgestimmten Journey.

2 Konvertieren Sie die Leads zu wertvollen Spender*innen durch überzeugende Kommunikation - am Telefon und online!

info@socialminds.de | 030 - 30 80 96 49 | socialminds.de

socialminds

Spenden-Projekte mit eigenen Augen sehen

Die Spenderreise – Königsdisziplin im Großspenderfundraising

Eine der interessantesten Zielgruppen im Fundraising sind Großspender. Viele wohlhabende Förderer eint der Wunsch, einen Beitrag zur Lösung eines gesellschaftlichen Problems zu leisten. Die Wirkungskommunikation spielt daher eine wichtige Rolle. Der intensive Kontakt auf einer Spenderreise ist eine tolle Chance, um diese Spender besser kennenzulernen.

Von CHRISTINA RÖDING

Nur durch den Aufbau einer Beziehung nach der Erstspende können treue Partner gewonnen werden: Eine Spenderreise bietet die Gelegenheit, den engagierten Personen Wertschätzung entgegenzubringen und etwas über ihre Beweggründe und Bedürfnisse zu erfahren. Diese Informationen können für eine Individualisierung des Fundraisings genutzt werden.

Das Besondere an einer Spenderreise ist, dass sich die Teilnehmenden vor Ort selbst ein Bild der NPO machen können. Das persönliche Erlebnis ist überzeugender als jede Beschreibung. Aber die Spenderreise will gut geplant sein: Wie kann allen Reisenden genügend Aufmerksamkeit geschenkt werden? Wie können bestehender Bedarf und Wirkung bisheriger Spenden gleichzeitig aufgezeigt werden? Wie kann eine für die Zielgruppe ansprechende Reise mit dem Image einer bodenständigen Organisation verbunden werden? Wie können Spenderinnen und Spender aktiv eingebunden werden? Alle Bedürfnisse und Ziele in Einklang zu bringen ist eine Herausforderung, aber mit der richtigen Planung lösbar.

Mit den richtigen Schritten zum Erfolg

Mit einer gründlichen Vorbereitung und ausreichendem Vorlauf wird die Reise zum Erfolg. Zunächst ist es wichtig, die Rahmenbedingungen wie Reisezeit und Ort festzulegen und dabei sowohl externe Faktoren wie Ferienzeiten oder Hitzewellen zu beachten als auch interne: Welcher Standort ist besonders interessant für die Spender Dafür bietet sich meist ein erfolgreich bestehendes Projekt und dessen Weiterentwicklung bzw. Ausweitung als Folgeprojekt an.

Erfahrungen aus erster Hand

Ein weiterer Faktor sind die Mitarbeitenden vor Ort: Je offener und interaktiver ihr Präsentationsstil ist, desto mehr haben die Mitreisenden das Gefühl, tatsächlich eingebunden zu sein und ihre Ideen einbringen zu können. Dies steigert die Spendenbereitschaft. Ebenfalls ist es für die Planung des kulturellen Angebotes ein guter Weg, mit den Mitarbeitenden vor Ort zu sprechen – diese kennen meist besondere lokale Geheimtipps. Bei der Auswahl der Hotels gilt es, den Ansprüchen der wohlhabenderen Zielgruppe gerecht zu werden. Dementsprechend können luxuriöse Orte gewählt werden, aber es ist wichtig, von Anfang an klar zu kommunizieren, dass dafür keine Spendengelder verwendet werden. Besten-

falls schlafen die Mitarbeitenden der Organisation selbst sogar in einem billigeren Hotel in der Nähe. So wird deutlich, dass die Spendenorganisation die Gelder gewissenhaft verwendet.

Einladung und Nachbetreuung

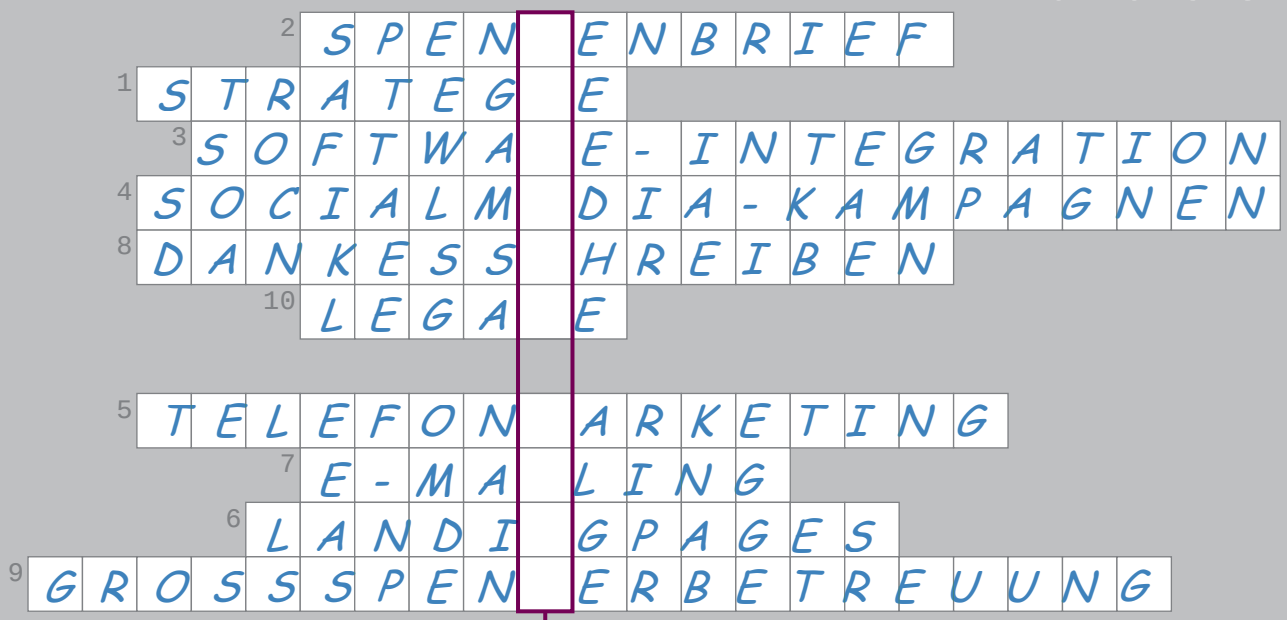
Bei der Planung darf natürlich das Einladungsmanagement nicht vergessen werden. Häufig bietet es sich an, die Reise bereichsübergreifend zu planen und verschiedene Zielgruppen einzuladen. Je nach Datenbank ist es gegebenenfalls sogar möglich, Kontakte mit hohem Upgrade-Potenzial zu filtern. Bei der Anzahl der Einladungen ist zu bedenken, dass die Reisegruppe später nicht zu groß wird, damit eine individuelle Betreuung geleistet werden kann: lieber wenige, aber intensive Kontakte als viele oberflächliche. Es empfiehlt sich darüber hinaus, vorab die bisherige Spendenhistorie und Informationen zu den Reisenden anzuschauen – so kann im Gespräch individuell auf die Personen eingegangen werden. Über welche Kanäle die Kontakte eingeladen werden, hängt sehr von der Zielgruppe der Organisation ab. Ist die Spenderschaft beispielsweise jünger, bietet sich die Kontaktaufnahme via E-Mail oder sogar Social Media an. Tests können helfen herauszufinden, worauf die Zielgruppe am stärksten reagiert.

Dokumentation für weitere Kommunikation

Während der Reise angefertigtes Foto- und Filmmaterial eignet sich (mit Einverständnis) im Nachgang sehr gut für die Kommunikation nach außen etwa über die Website oder Social Media, aber auch für ein Follow-up mit den Spendern. Dadurch wird bestenfalls eine erneute Spende angestoßen. Zusammenfassend bedarf eine Spenderreise viel Fingerspitzengefühls und einer detaillierten Planung. Mit der richtigen Vorbereitung kann die Reise zu einem unvergesslichen Erlebnis werden, das die engagierten Kontakte langfristig mit der Organisation verbindet.

Christina Röding sammelte seit dem Studium des Non-Profit-Managements verschiedene Erfahrungen im Fundraising und in der Kommunikation, u.a. beim Fraunhofer ISE und bei Misereor. Seit 2020 berät und unterstützt sie gemeinnützige Organisationen bei der Fundraising-Agentur Gallafilz in München in den Bereichen Nachlass-, Großspenden- und Unternehmensfundraising bei allen Themen von der Strategieberatung über die Konzeption von Betreuungsstrecken bis hin zur Organisation von Veranstaltungen.
▶ www.gallafilz.com

Suchen Sie die Lösung im Fundraising?



DIRECT mind

Hier geht alles zusammen.
Wir helfen gerne weiter – bei allen Fragen und auf allen Kanälen: michael.hirsch@directmind.de

Ressourcen schonen mit Erfolg

Nachhaltigkeit in der Spendenkommunikation

Nachhaltigkeit gehört für viele Verbraucher nicht nur zum guten Ton, sondern ist in Zeiten der Krisen und Energieknappheit eine Notwendigkeit geworden. Deswegen bekommt das Thema eine zunehmende Rolle in der Spendenkommunikation und im Dialogmarketing allgemein.

Von ANDREAS KECK

Ganz gleich wofür Spender spenden: Sie wollen ihren Beitrag leisten und etwas verändern. Und diese Bereitschaft verbindet sie mit der Spendenorganisation. Kein Wunder also, dass insbesondere in der Kommunikation mit Spendern die Relevanz von Nachhaltigkeit besonders hoch ist. Ein gutes und überzeugendes Mailing schafft Aufmerksamkeit bei seinem Empfänger und hinterlässt positive Gefühle dem Absender gegenüber. Sie fragen sich vielleicht, wie Sie dies selbst ganz konkret kostengünstig, aber unter dem Nachhaltigkeitsaspekt erreichen können? Im Folgenden finden Sie fünf Tipps dazu.

Zielgerichtete Ansprache statt „Gießkanne“

Das Gießkannen-Prinzip aus dem Marketing verfehlt nicht nur zu häufig sein Ziel, es verschwendet dadurch auch Ressourcen. Mailings unselektiert zu verschicken, ohne die Zielgruppen zu kennen, können Sie vermeiden: Konkrete Hinweise auf die Interessen der Spender erhalten Sie aus frühzeitigen Interessensabfragen und Daten aus der Historie bisheriger Mailings sowie der Reaktionen darauf. Nutzen Sie die Daten Ihres CRM-Systems! Berücksichtigen Sie, wofür Spender bisher gespendet haben und wann! Ganz wichtig: Denken Sie daran, den passenden Kanal abzufragen! E-Mail, Post, Social Media oder vielleicht eine SMS? Diese Fragen können Sie sowohl in haptischen Mailings als auch online stellen – verbinden Sie einfach Off- und Online-Kommunikation. Um möglichst viele Antworten auch auf Briefe zu bekommen, können Sie die Empfänger per QR-Code auf eine entsprechende Online-Abfrage leiten. Es gibt viele Kommunikationskanäle – finden Sie den passenden heraus und schonen Sie die Umwelt. Das dankt Ihnen auch Ihr Budget.

Nachhaltige Rohstoffe und Zertifizierungen

Bei jedem Post-Mailing haben Sie die Wahl, welche Materialien Sie einsetzen. Viele Unternehmen greifen inzwischen auf Recyclingmaterial zurück. Sie können sich bei der Wahl von Rohstoffen auf FSC®- und PEFCTM-zertifizierte Produkte verlassen. Diese stehen für verantwortungsvoll bewirtschaftete Wälder. Achten Sie bei Versandhüllen auf die Zertifizierung mit dem Blauen Engel – er steht für die Einhaltung von Umweltkriterien, die das Umweltbundesamt festlegt.

Vermeiden Sie unzustellbare Sendungen

Etwa acht Millionen Menschen ziehen jedes Jahr in Deutschland um. Darüber hinaus sind etwa 14 Prozent aller Adressen auf irgendeine Art unzustellbar. Jede einzelne unzustellbare Sendung verbraucht unnötig Ressourcen bei Papier und Logistik. Mithilfe von Adressprüfungen können potenzielle Falschadressen bereits vor dem Start von Produktion und Versand identifiziert werden.

Dienstleister, die über entsprechende Register verfügen, können Adressen automatisiert und innerhalb kurzer Zeit überprüfen und bereinigen. Durch die Überprüfung der Adressen vor dem Druck werden Falschadressen korrigiert und Rückläufer vermieden. Das spart Porto und schont die Umwelt, denn: Es wird nichts produziert oder versendet, das nicht beim Kunden ankommt. So können pro nicht (falsch) verschickter Sendung zwischen 30 und

50 Gramm CO_2 eingespart werden. Diese Werte beziehen sich auf CO_2-Werte aus Produktion und Versand. Spar-Tipp: Achten Sie auf Dienstleister, die nur die korrigierten Adressen abrechnen.

Lokal versenden und CO_2-Emissionen reduzieren

Vom Druck über das Kuvertieren bis zum Versand – der ganze Vorgang einer Briefsendung lässt sich nachhaltig optimieren, indem Sendungen lokal produziert und versendet werden. Wählen Sie also einen Dienstleister, der an mehreren Standorten drucken kann. Die Dialogpost wird dann nach Standorten sortiert und in lokaler Nähe der jeweiligen Empfänger produziert. Das lokale Versenden reduziert Transportwege und weitere Emissionen – pro Briefsendung etwa 20 Gramm. Und es spart weiter Porto durch optimierte Portotarife. Ein gutes Beispiel, das zeigt: Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit sind kein Gegensatz, sondern gehen Hand in Hand.

Achten Sie auf klimaneutrale Produktion und Versand

Wählen Sie Partner, die sich zu Nachhaltigkeit verpflichtet haben und Ihre Spendenmailings klimaneutral produzieren können. Bei der klimaneutralen Produktion von haptischen Spendenmailings wird die Menge an Treibhausgasemissionen, die durch das eingesetzte Material und bei der Herstellung der Druckerzeugnisse entstehen, ermittelt und eine CO_2-Bilanz erstellt. Die errechneten CO_2-Emissionen werden durch vielfältige Aktivitäten rund um die Themen Energieeinsatz, Materialsubstitution und -reduzierung sowie die Digitalisierung von Prozessen im Laufe der Zusammenarbeit immer weiter reduziert – der Rest wird mithilfe von anerkannten und zertifizierten Klimaschutzprojekten klimaneutral gestellt.

Dasselbe gilt für den klimaneutralen Versand. Nutzen Sie die Angebote der Versanddienstleister, Ihre Spendenmailings klimaneutral zuzustellen! Alle nicht vermeidbaren CO_2-Emissionen werden über den Versender ausgeglichen.

Andreas Keck ist als Head of Sustainability zentraler Ansprechpartner und Koordinator für alle CSR- und Nachhaltigkeitsthemen bei Paragon Customer Communications DACH & CEE. In dieser Funktion arbeitet er seit Anfang 2021 in enger Abstimmung mit der Geschäftsführung an der Weiterentwicklung und Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie, die fester Bestandteil der Unternehmenskultur und -Werte bei Paragon ist.

▶ **www.paragon-cc.com/de/nachhaltigkeit**

Dauerhaft Porto sparen bei kreativer Dialogpost, Magazinen und Warensendungen!

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.

Leadgenerierung leicht gemacht

Unternehmenskooperationen durch gezielte LinkedIn-Ansprache

Die meisten von uns sind im Laufe der vergangenen Jahre mehr oder weniger häufig über das Thema Social-Media-Marketing gestolpert. Uns ist bewusst, dass es wichtig ist, sich zukunftsfähig zu positionieren und Daueraufträge langfristig durch Alternativen zu ersetzen, die dem Zeitalter der Digitalisierung angepasst sind.

Von JULIA VOLLENDORF

Großspenden von und Kooperationen mit Unternehmen sind eine Möglichkeit, neue Fundraisingkanäle zu erschließen. Die meisten Non-Profits landen dabei als Erstes bei folgenden Fragen: Welche Unternehmen kommen für uns in Frage? Wo finde ich sie? Wie spreche ich sie richtig an? Wie trete ich mit relevanten Partnern in Kontakt? Wer zum Hörer greift, um bei Großunternehmen anzuklopfen, ob eine Kooperation gewünscht ist, findet sich schnell in den endlosen Schleifen von Hierarchien und Zuständigkeiten wieder. Schnell überwiegt die Frustration, und das Thema wird erst einmal zur Seite geschoben. In den meisten Fällen folgt das Schweigen im Walde und die offene Frage: Gibt es einen anderen Weg, um gezielt die richtigen Ansprechpartner in Unternehmen zu kontaktieren?

LinkedIn Leadgenerierung – Persönliche Ansprache

Zunächst ist wichtig, wie die Ansprache erfolgt. Für die Leadgenerierung und Akquise neuer Förderer ist das Erstellen von Beiträgen und das Schalten von Werbung nebensächlich. Es ist das Adden und Anschreiben anderer persönlicher Accounts, das am Ende zum Geschäftsgespräch führt.

Sorgen Sie dafür, dass Ihr persönliches Profil professionell und aussagekräftig ist. Um die richtigen Personen auf LinkedIn zu kontaktieren, empfiehlt es sich, zunächst eine Unternehmenspersona zu erstellen, die unter anderen folgende Fragen klärt: Wer ist die Person, die ihr anschreiben wollt? Was sind ihre Interessen, Abneigungen, ihr soziales Umfeld, ökonomischer Hintergrund und Gründe, sich für oder gegen das Angebot zu entscheiden?

Unternehmen filtern

Wichtig ist im nächsten Schritt auch, Unternehmenskriterien auszuarbeiten. Der LinkedIn Sales Navigator ist hier ein machtvolles Tool, bei dem Sie Unternehmen filtern können nach Kriterien wie Geografie, Jahresumsatz oder Anzahl und Position der Mitarbeitenden. LinkedIn bietet über 400 Branchen an, nach denen gefiltert werden kann. Außerdem gibt es hilfreiche Live-Demos zu den Funktionalitäten des Sales Navigators.

Gemeinsame Kontakte nutzen

Im letzten Schritt werden die Accounts geaddet. Wichtig ist, einen klaren Leitfaden an Nachrichten zu haben, die an die Kontakte gesendet werden. Insights zu der Person (bspw. Interessen, Ausbildung, ehemalige Positionen) können einen personalisierten Einstieg ermöglichen, oder ein Intro kann über gemeinsame Kontakte angefragt werden. Hier ist Platz für Ihre Kreativität bei den Fragen: Wie steche ich aus der Menge der Anfragen heraus? Welches Angebot kann nur ich dieser Person machen? Was verbindet uns?

Versuchen Sie, sich ein System aufzubauen, mit dem Sie auf dem Laufenden bleiben, welcher Lead sich aktuell in welchem Status befindet. Dafür sind CRM-Systeme wie Hubspot oder Pipedrive sehr sinnvoll. Nehmen Sie sich die Zeit, CRM-Systeme zu vergleichen.

Zeitliches Investment

Eine professionelle Lead-Pipeline auf LinkedIn aufzubauen, erfordert zeitliches Investment und den Willen, sich mit neuen Technologien auseinanderzusetzen. Die Ergebnisse sind es jedoch absolut wert. Wer in Zukunft in größerem Stil Unternehmenskooperationen aufbauen möchte, kommt an LinkedIn als Plattform nicht vorbei.

Julia Vollendorf hat neben der Feldarbeit für NGOs auch selbst im Face-to-Face Fundraising gearbeitet, postalische Mailingkampagnen mit umgesetzt und im Marketing und Fundraising für UN Women Deutschland gearbeitet. Sie ist Gründerin der digitalen Fundraising-Agentur edon – electronic donations, die NGOs u. a. bei der Leadgenerierung via LinkedIn unterstützt.
▶ **www.e-don.de**

Relevante Links

LinkedIn-Unternehmensprofil erstellen:
▶ **https://business.linkedin.com/sales-solutions/resources/create-an-effective-sales-profile**

Beispiel für Persona-Tool: ▶ **https://www.hubspot.de/make-my-persona**

LinkedIn Live-Demo Sales Navigator:
▶ **https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a107022**

Beispiel für CRM-System-Vergleich: ▶ **https://omr.com/de/reviews/category/crm**

Leadjet-Erweiterung für Nachrichtensynchronisierung mit dem CRM-System:
▶ **https://www.leadjet.io/**

Content, Content, Content!

Ein Spezialistinnen-Team um Saskia MacLean (27) sorgt bei marketwing dafür, dass die Botschaften gemeinnütziger Organisationen auf allen relevanten Social-Media-Kanälen sichtbar sind. Ein entscheidender Erfolgsfaktor im Online-Fundraising!

? Eine grundsätzliche Frage gleich zu Beginn: Warum sollten sich NPOs bei Facebook, Instagram und Co. überhaupt präsentieren?

Wer Botschaften senden möchte und auch Reaktionen erwartet, der sollte sich dort präsentieren, wo man gesehen wird. Allein auf Instagram tummeln sich rund 32 Millionen aktive Nutzer. Selbst wenn nur ein Teil davon für gemeinnützige Themen offen oder sogar bereit ist, sich nach individuellen Möglichkeiten zu engagieren, ist das doch schon ein schlagendes Argument! Über die sozialen Netzwerke haben NPOs die Chance, direkt mit Interessenten zu kommunizieren, Aufklärungsarbeit zu leisten, Networking zu betreiben, Transparenz zu schaffen und die Zielgruppe von ihrer Botschaft zu überzeugen um perspektivisch auch Spenden zu generieren. Das erfordert jedoch vor allem eins: Content, Content, Content. Und zwar regelmäßig und inhaltlich relevant. Die digitale Welt bietet enorme Chancen für das Storytelling, Fotos und visuelle Darstellungen, die Emotionen wecken. So können NPOs Nutzer für Themen begeistern, die gerne im Alltag ausgeblendet werden.

? Wie hat sich das Interesse junger Menschen an sozialen Themen in den vergangenen Jahren denn verändert? Und wie macht sich das im Netz bemerkbar?

Gerade Themen wie Klima- und Umweltschutz, Bildung, Digitalisierung, Sozial- und Außenpolitik haben für jüngere Menschen sichtbar eine immer größere Bedeutung. Sie engagieren sich jedoch auch für andere soziale Themen und wollen ihr Umfeld aktiv mitgestalten. Facebook, Instagram und Co. sind für junge Zielgruppen zu den wichtigsten Informationsquellen geworden. Häufig mangelt es jedoch nach wie vor an individualisierten Angeboten für soziales Engagement. Was man auch nicht vergessen sollte: Soziale Netzwerke sind nicht nur wichtige Kommunikatoren-Plattformen, auf denen sich die SpenderInnen von morgen bewegen, informieren und im Idealfall auch aktivieren lassen: Sie werden auch genutzt, um Botschaften, Spenden- und Hilferufe weiterzugeben und so das eigene soziale Netzwerk zu motivieren. Das gute alte „Empfehlungsmarketing" bekommt so eine ganz neue Bedeutung.

? Inwieweit ist im Netz gleich zu Beginn mit schnellen Fundraising-Erfolgen zu rechnen? Zum Beispiel im Vergleich zur Spendengewinnung mit einer Briefansprache?

Die Erfolge, die marketwing mit seinen Partnern gerade in der Spendengewinnung per Brief oder Telefon erzielt, sind mit den aktuell zu realisierenden Spenden-Volumina über Online-Kanäle nicht vergleichbar. Natürlich werden die Offline-Spenden auch über eine Zielgruppe mit anderer Altersstruktur erzielt. Was wiederum auch nicht bedeuten muss, dass die analogen Kommunikationskanäle aussterben. Die neue Generation 50plus hat eine ganz andere digitale „Vorbildung", rutscht aber dann doch irgendwann in ein Zielgruppensegment, in dem man das haptische, vertraute und vielleicht etwas unaufgeregtere Medium immer mehr zu schätzen weiß. Wir sehen da eher eine Symbiose. Was wäre denn zum Beispiel das Online-Shopping ohne den Kurier, der das „physische Erlebnis" in Form eines Paketes liefert? Nichtsdestotrotz sind wir überzeugt davon, dass die digitale Welt auch im Fundraising an Bedeutung gewinnen wird und es ratsam ist, jüngere Spender zu motivieren – oder zumindest die Spender von morgen so früh wie möglich „abzuholen".

? Wer Social Media- und Online-Fundraising betreibt braucht also etwas Geduld?

Zumindest was die schnelle Generierung von Spenden angeht, die einer zu großen Erwartungshaltung gegenübersteht. Die Gesetze des Spenderloyalitätszyklusses gelten natürlich auch im Online-Fundraising. Alles beginnt mit der Bewusstseinsschaffung für das Problem. Je spezifischer der Themenbereich ist, desto höher ist der Aufwand, potenzielle Interessenten, die sich für die gemeinnützige Aufgabe einsetzen wollen, zu erreichen. Letztlich geht es darum, seinen jungen FörderInnen-Stamm systematisch aufzubauen. Erwartungen, Motivationen und auch Vorbehalten zu begegnen. Den konstruktiven Dialog über die Sozialen Netzwerke zu pflegen und potenzielle Spender mit den richtigen Inhalten für die eigene Mission zu begeistern. Dieser Prozess kann dauern, muss am Ende aber das Ziel erreichen, Interessenten mit mehrwertigen Inhalten messbar zu Erst-, Mehrfach-, Dauer- und Großspender zu machen.

▶ www.marketwing.de

Deine Haltung zählt

Aufrecht zum Erfolg im Key-Account-Fundraising

Key-Account-Fundraiserinnen und -Fundraiser brauchen Führungskompetenzen, verstehen ihre Arbeit als interne Organisationsentwicklung und haben eine klare Haltung gegenüber allen am Prozess Beteiligten. Dazu ist Denken und Handeln über die Grenzen von Abteilungen hinweg nötig.

Von MONIKA WILLICH

NGOs sind selten für Key-Accounts, also für Großspenden, Nachlässe, Unternehmenskooperationen oder Zustiftungen aufgestellt. Im Gegensatz zum Segment der Klein- und Durchschnittsspenden sind diese „Schlüssel-Kunden", wie sie die Wirtschaft nennt, wenige Geber, mit denen aber hohe Einzelbeträge generiert werden. Für alle Aufgaben sind die Fundraiser, die sich ihnen widmen, auf wechselnde Mitarbeitende angewiesen: aus verschiedenen Abteilungen, Hierarchieebenen, Funktionen (Geschäftsführung, Direct-Marketing/Fundraising, Finanzen/Buchhaltung, PR, etc). Ihre Energie und ihre formell-hierarchische Durchsetzungsstärke sind dabei meist sehr begrenzt.

Hürden und Herausforderungen

So zum Beispiel Katja und Kemal: Sie arbeiten in der Stabsstelle Fundraising, im Team Philanthropie einer Universitätsklinik. Ein weiteres Team der Stabsstelle kümmert sich um Spenden im kleinen und mittleren Segment. Ein drittes Team übernimmt die Spenderbetreuung. Ihr aktuelles Projekt ist, innerhalb von drei Jahren drei Millionen Euro für die Neugestaltung des Klinikparks zu generieren.

Im Verlauf des Projekts stoßen sie auf Hürden: Ein Firmeninhaber möchte eine Großspende geben und lässt durchblicken, er erwarte dafür eine Vorzugsbehandlung in der Klinik. Der Kollege aus der Buchhaltung macht vermehrt Fehler und vertraut Kemal an, seine Frau wolle sich von ihm trennen. Die IT-Leiterin blockt jegliche Zuarbeit ab, weil ihr Team mit der neuen Datenbank bereits überlastet ist. Eine Spenderin, die beträchtlich zustiften möchte, äußert sich in Telefonaten rassistisch über Kemal. Die Geschäftsführung lobt stets das PR-Team und gewährt bezahlte Fortbildungen, „vergisst" aber die anderen Beschäftigten. Das Team der Spenderbetreuung ist schlecht qualifiziert und „verschiebt" seine Aufgaben an die Fundraiser.

Haltung und Handeln

Als Key-Account-Fundraiser braucht es also ein ganzes Arsenal an Fähigkeiten. Dazu gehören ethische Standpunkte, die klar, persönlich und organisationsintern gelebt werden. Es gilt, identifizierend zu sein, durch ein vorbildliches Verhalten die Beteiligten zu motivieren und sich für eine gemeinsame Sache einzusetzen.

Katja und Kemal besprechen in ihrem Jour fixe mit der Geschäftsführung jene Probleme. Sie bitten die Geschäftsführerin um einen Anruf bei dem Unternehmer, in dem freundlich zum Ausdruck kommt, dass mit seiner Unterstützung keine Behandlungsprivilegien verbunden sind. Kemal ruft die Zustifterin an und erläutert ihr die Haltung des Hauses: Herkunft, Weltanschauung und Religion von Belegschaft und Patienten werden gleichermaßen respektiert. Und dass er sich sehr freue und dankbar sei, wenn sie in diesem Geist eine Zustiftung tätigt.

Motivieren und gestalten

Leitungsfähigkeit macht es möglich, durch persönliche und fachliche Kompetenz sowie eigenen Einsatz motivierend, gestaltend und zielgerichtet zu handeln. Und: Kollegen zum Mitdenken und -handeln anzuregen. Kemal und Katja motivieren das Team der Spenderbetreuung, mehr Verantwortung zu übernehmen. Sie setzen sich bei der Geschäftsführung für die Fortbildung des Teams ein. Inspiration ist die Fähigkeit, Begeisterung für das Projekt und den gemeinsamen Erfolg zu entfachen. Beide begeistern in den Projektsitzungen. Im Idealfall erreichen sie, dass mehrere Kolleginnen der Buchhaltung bereit sind, den Kollegen mit privaten Problemen zu entlasten.

Verständnis und Respekt, dass jede einzelne Person einen individuellen Hintergrund mitbringt, sind essenziell. Jeder Person gebührt Wertschätzung, was nicht bedeutet, dass jede Leistung die gleiche Wertschätzung verdient. Die Key-Accountler behandeln die Kollegen der Spenderbetreuung respektvoll. Gleichwohl setzen sie sich bei der Geschäftsführung für deren Qualifizierung ein. Sie übernehmen deren herausfordernde Aufgaben nicht, sondern unterstützen sie dabei, diese selbst zu erledigen.

Dank und Sichtbarkeit

Anreizsysteme, seien sie ideeller, karrierefördernder oder finanzieller Art, sind so zu beeinflussen, dass sie allen Beteiligten zugutekommen können. Katja und Kemal bedanken sich in großer Runde explizit für die gute Zusammenarbeit und die Leistungen der Teams, die selten von der Geschäftsführung gelobt werden. So machen sie deren wichtige Rolle sichtbar.

Key-Account-Fundraiser wie Katja und Kemal entwickeln zudem strukturelle und individuelle Ansätze, um in der Organisation alle Beteiligten wirksam für ihre Spender zu mobilisieren. Dabei sind Ressourcen entscheidend, um Chancen aufzugreifen. Die besten Mitarbeitenden nützen wenig, wenn sie überlastet sind. Hier muss die Geschäftsführung über Abteilungsgrenzen hinweg Prioritäten setzen und diese klar kommunizieren. Das IT-Team kann den

Zielkonflikt zwischen der Arbeit für die neue Datenbank und der Unterstützung für das Park-Projekt nicht allein lösen. Solche Konflikte sollten offen mit den Beteiligten angesprochen werden. Die Geschäftsführung ist gefragt, zu entscheiden, was vorrangig bearbeitet werden soll, und kann Personal aufstocken. In der Praxis wird dies oft nicht getan und die Konflikte bleiben ungelöst, Projekte verzögern sich und die Ergebnisse sind mittelmäßig. Es kann helfen, der Leitung Vorschläge zu machen und sie so „durch die Blume" zu erinnern, dass Entscheidungen zu treffen ihr Job ist.

Erfahrung, emotionale Intelligenz, tragfähige Beziehungen in der Organisation, Leistung sowie Zuverlässigkeit steigern die Überzeugungskraft der Key-Account-Fundraiser. Deshalb bewährt es sich, wenn die Leitung für das Key-Account-Management erfahrene und kompetente Personen mit natürlicher Autorität einsetzt.

Wunsch und Wirklichkeit

In der Praxis mangelt es in allen Fundraising-Bereichen an erfahrenen, motivierten, gut qualifizierten Persönlichkeiten. Gezielte Personalentwicklung findet kaum statt. Zwar werden Mitarbeiter zu allgemeinen Fundraising-Weiterbildungen geschickt, aber eine strategische Planung, welche Qualifikationen an welchen Arbeitsplätzen gebraucht werden und wie diese aufgebaut werden können, bleibt aus. Recruiting ist geprägt von Wunschvorstellungen des Arbeitgebers. Ernüchtert stellt er Bewerber ein, die diesen am ehesten nahekommen. Besser wäre, aus der eigenen Belegschaft heraus geeignete Persönlichkeiten in die Lage zu versetzen, Key-Account-Fundraising mit Unterstützung der Leitung zu leisten. Trainee- oder Mentorenprogramme kombiniert mit gezielten Fortbildungen machen Arbeit und kosten Geld. Beides steigert aber die finanziellen Erfolge.

Im gesamten Projekt-Prozess braucht es definierte Verantwortlichkeit sowie ein professionelles Projektmanagement. Die Aufgaben von Beziehungsaufbau, Ansprache und so weiter stellen verschiedene Anforderungen und betreffen intern unterschiedliche Personen. Deren Koordination liegt bei den Key-Accountlern. Sie brauchen eine entsprechend realistisch lange Projektlaufzeit und viel Fingerspitzengefühl, um die Zusammenarbeit positiv zu beeinflussen.

Alle Personen in der Organisation wägen ab, wofür sie ihre eigenen knappen Ressourcen verwenden. Sie beteiligen sich lieber an Erfolgen. Um zu mobilisieren, zeigen Key-Account-Fundraiser realistisch, dass ihre Projekte erfolgversprechend sind. Sie teilen Erfolge, indem sie alle Beteiligten würdigen.

Koordination und Kommunikation

Key-Account-Fundraising ist keine Position, sondern ein stetiger Entwicklungsprozess, auf allen Ebenen. Neue Herausforderungen, für die es kein Patentrezept gibt, gehören zum Alltag. Katja und Kemal verwenden rund die Hälfte ihrer Arbeitszeit auf die interne Koordination und Kommunikation. Sie beziehen von Beginn an alle Personen und Abteilungen ein, die für ihr Projekt relevant sind. Und sie arbeiten eng mit der Geschäftsführung zusammen, damit sie deren dringend benötigte Unterstützung erhalten. Zwischenerfolge kommunizieren sie immer als Erfolg des Projektteams.

Monika Willich verantwortete von 2005 bis 2018 das Erbschafts- und Großspenden-Fundraising für Malteser International und den Malteser Hilfsdienst e.V. Anschließend entwickelte sie das konzeptionelle Nachlass-Fundraising der UNO-Flüchtlingshilfe. Heute arbeitet sie im Key-Account-Fundraising für Brot für die Welt/Diakonie Katastrophenhilfe.
▶ www.brot-fuer-die-welt.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

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

Seminare und Tagungen im Überblick

NOVEMBER

Stiftungssteuerrecht – Die Grundlagen
21.11., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Netzwerk freiwillig engagiert: Jahrestagung 2022
22.11., Bern
www.netzwerk-freiwillig-engagiert.ch

Der Jahresabschluss gemeinnütziger Einrichtungen: Kurzprogramm
22.11., Köln
www.solidaris.de

Seminar: Corporate Fundraising und Sponsoring
23.11., Wien
www.fundraising.at

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

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

Kommunikation, Öffentlichkeits- und Medienarbeit für Verwaltungen und Vereine
24.11., Frankfurt am Main
www.kbw.de

MUTEC
24.–26.11., Leipzig
www.mutec.de

denkmal
24.–26.11., Leipzig
www.denkmal-leipzig.de

Gute Medienarbeit für die gute Sache
25.11., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Leadership Live (Teil 2)
25. & 26.11., Münster
weiterbildung.uni-muenster.de

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

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

Der weltweite Tag des Gebens
GIVING TUESDAY
Sei dabei am 29.11.2022
DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND
Wir stärken die Kultur des Gebens

Projektfinanzierung: Fördermittelakquise und Fundraising
28.–30.11., Berlin
www.vhsit.berlin.de

Infoveranstaltung Studiengänge in Fundraising Management (MAS/DAS/CAS)
29.11., Winterthur
www.zhaw.ch

Steuer-Update für Non-Profit-Organisationen: Kurzprogramm
29.11., Berlin
www.solidaris.de

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

DEZEMBER

Seminar: Der Jahresabschluss gemeinnütziger Einrichtungen: Kurzprogramm
01.12., Freiburg
www.solidaris.de

7. Deutscher EngagementTag
01. & 02.12., Berlin
www.b-b-e.de

Seminar: Vereinsgründung – von der Satzung bis zum geselligen Miteinander
03.12., München
www.lbe.bayern.de

Seminar: Nachhaltigkeitsmanagement (Teil 2)
03. & 04.12., Münster
https://weiterbildung.uni-muenster.de

Seminar: Steuer-Update für Non-Profit-Organisationen: Kurzprogramm
06.12., Erfurt
www.solidaris.de

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

Start Fortbildung Referent*in Online-Fundraising
07.12., Berlin / online / Siegburg
www.fundraisingakademie.de

Rechtsgrundlagen-Seminar: Basics Datenschutz für Fundraiser*innen
07.12., Wien
www.fundraising.at

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

Seminar: Social Media Profi im Ehrenamt
08.12., Nürnberg
www.lbe.bayern.de

Stiftungsfrühstück: Austausch zu internationaler Stiftungsarbeit
13.12., Berlin
www.die-stiftung.de

Lehrgang: npoBasics – Grundlagen des NPO-Managements
13.–15.12., Wien
www.wu.ac.at

Fachtag: Gemeinnützigkeitsrecht 2022 – Aktuelle Entwicklungen und Rechtsfragen des Gemeinnützigkeitsrechts
14.12., Berlin und online
www.kbw.de

JANUAR 2023

Winterlehrgang Stiftungsmanagement
09.–20.01., München
www.stiftungsakademie.de

Münchner Freiwilligen Messe 2023
15.01., München
www.muenchner-freiwilligen-messe.de

Rechtsgrundlagen-Seminar: Steuerrecht für Fundraiser*innen
17.01., Wien
www.fundraising.at

Swissfundraising-Fachgruppe Direct Mail
18.01., N.N.
www.swissfundraising.org

Start Fortbildung Referent*in Database Fundraising
23.01., Siegburg und online
www.fundraisingakademie.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 +++

Seminare und Tagungen im Überblick

Internationales Verbände-Forum
29.01.–01.02., Saanen
www.vmi.ch

Start: CAS Betriebswirtschaft und finanzielle Führung in Non-Profit-Organisationen
30.01., Winterthur
www.zhaw.ch

Winterakademie Stiftungsmanagement Schwanenwerder
30.01.–09.02., Schwanenwerder bei Berlin
www.stiftungsakademie.de

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

FEBRUAR 2023

Euroforum-Jahrestagung: Die Non-Profit-Organisation 2023
01.–03.02., Düsseldorf und online
https://live.handelsblatt.com

Start: CAS Fundraising Strategies
03.02., Winterthur
www.zhaw.ch

Fundraising für Umwelt und Entwicklung: Warum Menschen spenden
06. & 07.02., Münster
www.franz-hitze-haus.de

Start CAS Fundraising Management für NPO
17.02., Olten
www.fhnw.ch

Seminar: Freiwilligenmanagement (Teil 1)
24.–26.02., Münster
https://weiterbildung.uni-muenster.de

Certificate Course: European Fundraising
27.02.–17.03., Online-Lehrgang
www.npo-academy.com

9. Online Fundraising Forum 2023
28.02., Köln und online
www.az-fundraising.de

MÄRZ 2023

Start: CAS Sponsoring Management
03.03., Winterthur
www.zhaw.ch

Weiterbildung: Fundraising
06.–10.03., Norderney
www.aktuelles-forum.de

Fundraisingtag München
09.03., München
www.fundraisingtage.de

8. Vereinsrechtstag 2023
10.03., Frankfurt am Main
www.vereinsrechtstag.de

Seminar: Fundraising „kompakt"
13. & 14.03., Köln
www.npo-academy.com

Zertifikatslehrgang: Fundraising in Vereinen und NPOs
13.–18.03., Köln
www.npo-academy.com

20. Mitteldeutscher Fundraisingtag
14.03., Jena
www.fundraisingforum.de

Seminar: Großspenden-Fundraising
15.03., Köln
www.npo-academy.com

Start Basiskurs „Fundraising mit Herz und Verstand"
15.03., Hannover
www.kirchliche-dienste.de

Seminar: Kommunikation, Öffentlichkeits- und Medienarbeit für Verwaltungen und Vereine
15.03., Düsseldorf
www.kbw.de

Seminar: Online-Fundraising
16.03., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Gemeinnützigkeit und Steuerrecht – Vereine, gGmbH, gemeinnützige Stiftungen und gemeinnützige Körperschaften in öffentlicher Trägerschaft
16. & 17.03., Berlin und online
www.kbw.de

Seminar: Unternehmenskooperationen für Vereine und NPOs
17.03., Köln
www.npo-academy.com

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

Seminar: Freiwilligenmanagement (Teil 2)
18. & 19.03., Münster
https://weiterbildung.uni-muenster.de

Kurs: Erfolgreich Projektanträge für gemeinnützige Organisationen schreiben
20.–24.03., Köln
www.vhs-koeln.de

Successful Capital Campaigns
21.–24.03., Online-Seminar
www.npo-academy.com

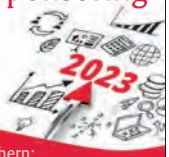
Fundraising SYMPOSIUM
Digitaler Wandel im Fundraising
23. & 24. MÄRZ 2023
GOETHE-UNIVERSITÄT FRANKFURT AM MAIN
fundraising-symposium.de

Fundraising-Symposium
23. & 24.03., Frankfurt am Main
www.fundraising-symposium.com

Seminar: Unternehmenskooperationen – Gemeinsam wirken
28.03., München
www.ibpro.de

German CRM Forum 2023
28. & 29.03., Frankfurt am Main
www.germancrmforum.de

DHV-HRK-Fundraising-Kongress 2023
03.04., Berlin
www.hochschulverband.de

ESV AKADEMIE
Jahrestagung Stiftung&Sponsoring
Berlin & online
25. April 2023
Tagungsleitung:
Prof. Dr. Hans Fleisch


Frühbucherpreis sichern:
www.ESV-Akademie.de/SuS2023

APRIL 2023

18. Norddeutscher Fundraisingtag
24. & 25.04., Hamburg
www.fundraising-nord.de

Fundrasing Lehrgang 2023
27.04.–27.07., München
www.ibpro.de

MAI 2023

Start Basiskurs „Fundraising mit Herz und Verstand"
03.05., Hannover
www.kirchliche-dienste.de

21. Fundraising Forum Frankfurt
10.05., Online-Tagung
https://fundraising.ekhn.de/fundraising-forum.html

Seminar: Erfolgreiche Korrespondenz mit Spenderinnen und Spendern
10.05., Köln
www.npo-academy.com

Start Weiterbildung Großspenden-Fundraiser/-in
10.05., bei Wiesbaden
www.major-giving-institute.org

Deutscher Stiftungstag 2023
11.05., Berlin
www.stiftungen.org

Engagementberatung (Modul 1)
15.–17.05., Berlin
www.ehrenamt.de

Print and Digital Convention 2023
16. & 17.05., Düsseldorf
www.printdigitalconvention.de

International Face2Face-Fundraising-Congress
30.05.–02.06., Wien
www.f2f-fundraising.com

JUNI 2023

Seminar: Projektmanagement: Grundlagen für den Non-Profit und sozialen Bereich
01. & 02.06., Berlin und online
www.kbw.de

Seminar: Stiftungsrat
01.–06.06., Bern
www.rochester-bern.ch

Intensiv-Lehrgang: Freiburger Management-Modell für NPO
11.–16.06., Sigriswil
www.vmi.ch

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

SwissFundraisingDay 2023
15.06., Bern
www.swissfundraising.org

Seminar: Gemeinnützigkeits- und Spendenrecht
15.06., Offenbach
www.haufe-akademie.de

Engagementberatung (Modul 2)
19.–21.06., Berlin
www.ehrenamt.de

Strategisches Freiwilligenmanagement (Modul 1)
27.–29.06., Berlinn
www.ehrenamt.de

Jetzt Tickets sichern!
TALER & TALAR KONFERENZ
07. – 08. September 2023
www.talerundtalar.de

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

Capital Campaign

D-A-CH-Fundraising-Preis 2023 des Hochschulverbandes

Der große Wurf steht dieses Mal im Fokus: Der Deutsche Hochschulverband schreibt den D-A-CH-Fundraising-Preis 2023 aus und stellt ihn unter den Aspekt der Capital Campaign. Entscheidende Kriterien für die Bewertung sind strategisches Fundraising, innovative Themenumsetzung und wirkungsstarke Kampagnenplanung. Zudem sollte aus der Bewerbung hervorgehen, warum gerade diese Kampagne preiswürdig ist.

Auf die Auslobung können sich staatliche und staatlich anerkannte Hochschulen, Wissenschaftsstiftungen sowie Universitätsklinika in Deutschland, Österreich und der Schweiz bewerben. Einreichungen sind noch bis zum 31. Dezember 2022 möglich. Die Verleihung findet im Rahmen des DHV-HRK-Fundraising-Kongresses am 3. April in Berlin statt.

▶ www.hochschulverband.de

zh aw School of Management and Law

AACSB ACCREDITED Seit 2015

Möchten Sie Ihre Kompetenzen im Fundraising vertiefen?

Diverse berufsbegleitende Studiengänge in Fundraising Management für 2023
- MAS/DAS Fundraising Management
- CAS Fundraising Operations
- CAS Fundraising Strategies
- CAS Fundraising Leadership
- Fundraising Bootcamp: Strategy Mapping
- Fundraising Bootcamp: Great Fundraising

Weitere Informationen an den Infoveranstaltungen vor Ort oder online.

Auch für Interessierte aus Deutschland.

www.zhaw.ch/zkm/fundraising

Jetzt informieren!

Rechtsfragen

Aktuelle Änderungen des Anwendungserlasses, die Auswirkungen der Gemeinnützigkeitsreform und die finanzgerichtliche Rechtsprechung: Der Fachtag des Kommunalen Bildungswerkes Mitte Dezember in Berlin bringt Experten zusammen, um alle Aspekte des Gemeinnützigkeitsrechts zu diskutieren. Weitere Themen sind die Abgrenzung von Beschäftigungsverhältnissen und die Gefährdung des Gemeinnützigkeitsrechts. Nicht nur an der abschließenden Podiumsdiskussion ist rege Teilnahme möglich.

Fachtag Gemeinnützigkeitsrecht 2022
am 14. Dezember in Berlin und online
▶ www.kbw.de

Gegen Armut

Sechzig Münchner Organisationen, Vereine und Initiativen informieren Mitte Januar erneut im Alten und Neuen Rathaus in München über ihre Arbeit und Möglichkeiten des Engagements. Über den Schwerpunkt „Couragiert gegen Armut. Engagement wirkt!“ hinaus sind Initiativen aus den Bereichen Soziales, Gesundheit, Inklusion, Vielfalt, Kinder und Jugendliche, Senioren und Kultur und Umwelt vertreten. Der Eintritt ist frei.

Münchner Freiwilligen-Messe am 15. Januar 2023
▶ www.muenchner-freiwilligen-messe.de

Verbände-Forum

Modernes Managementwissen für Führungskräfte des Dritten Sektors aus der Schweiz, Österreich und Deutschland, aber auch Südtirol und Liechtenstein bietet Ende Januar das Internationale Verbände-Forum des Instituts für Verbands-, Stiftungs- und Genossenschaftsmanagement (VMI) der Schweiz. Das Forum eignet sich insbesondere auch als Weiterbildung für Absolventinnen und Absolventen der Diplom-Lehrgänge und des Masters in NPO-Management. Auftaktdinner und geselliger Ausflug sind auch dieses Mal Bestandteile des Programms.

Internationales Verbände-Forum
29. Januar bis 1. Februar 2023 in Saanen/Gstaad
▶ www.vmi.ch

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

Umwelt

Engagierte aus umwelt- und entwicklungspolitischen Organisationen sind im Februar wieder ins Franz-Hitze-Haus nach Münster geladen. Spendenmotive sind dieses Mal der Fokus der Tagung, mittels derer sowohl Fundraising-Einsteiger als auch -Experten ihre Zielgruppen spezifischer fassen können. Nach einem Impulsvortrag wird sich einer der Workshops dem Thema Fotos und deren wirkungsvollem Einsatz im Fundraising widmen.

Fundraising für Umwelt und Entwicklung am 6. und 7. Februar 2023 in Münster
▶ www.franz-hitze-haus.de

Wissenschaft

Im Dezember bietet der Fundraising-Verband zwei Webinare zum Thema Science Fundraising. Anfang des Monats berichtet Michaela Thiel, wie entscheidend ihre Beziehungs-Arbeit mit Studierenden der Universität Würzburg ist und welche Erfolge und Misserfolge sie dort hat erleben dürfen. Zwei Wochen später geht der Blick in Richtung Universität Göttingen. Die dortige große Fundraising-Kampagne für ein Wissensmuseum hatte den Fundraisingpreis des Deutschen Hochschulverbandes erhalten.

Alumni-Fundraising an der Universität Würzburg am 1. Dezember online
Erfolg durch Identifikation: Universität Göttingen am 14. Dezember online
▶ www.fundraising.at

Fundraising-Symposium 2023

Digitalen Wandel im Fundraising gestalten

Das Fundraising-Magazin lädt am 23. und 24. März wieder an die Goethe-Universität nach Frankfurt. Dort kommen Experten aus Österreich, der Schweiz und Deutschland zusammen. Thema diesmal ist, wie der digitale Wandel in NPOs erfolgreich gemeistert wird. Internationale Keynotes des Digital-Experten Nahed Hatahet aus Wien und des Dubliner Fundraising-Profis Simon Scriver eröffnen die jeweiligen Veranstaltungstage. Eine große Auswahl an Themen-Tischen bietet am Abend die Möglichkeit, persönlichen thematischen Präferenzen nachzugehen und sich hier mit Kolleginnen und Kollegen intensiv auszutauschen. Am zweiten Tag berichten Profis in Seminaren über ihre Erfahrungen mit dem digitalen Wandel in ihren Organisationen.

Fundraising-Symposium 2023 am 23. und 24. März in Frankfurt
▶ www.fundraising-symposium.de

n|w Fachhochschule Nordwestschweiz

Kommunikation und Fundraising Management für Nonprofit-Organisationen (NPO)

Erfolgreiches Kommunizieren und Management der Ressourcenbeschaffung in NPO motiviert Mitarbeitende, überzeugt Geldgeber und sorgt für eine positive Medienpräsenz. Gewinnen Sie beruflichen Vorsprung mit unseren berufsbegleitenden Studiengängen in Kommunikation und Fundraising-Management für Fachpersonen von NPO und Verbänden!

Information und Anmeldung: marianne.bucca@fhnw.ch, Telefon +41 (0)62 957 22 26

www.fhnw.ch/de/weiterbildung/wirtschaft/das-kommunikation-und-fundraising-management-npo

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

Deutscher Engagement-Tag

Treffen vor Ort und online

Organisationen der Zivilgesellschaft sehen sich angesichts globaler Entwicklungen selbst herausgefordert, aktuellen Krisen zu begegnen. Wie kann die Gestaltungskraft der Zivilgesellschaft trotz großer Herausforderungen erhalten bleiben? Wie können wir Stärken zur Geltung bringen und dabei der Instrumentalisierung des Engagements und der Indienstnahme entgegenwirken? Was brauchen Organisationen, um in ihrer Resilienz gestärkt zu werden? Diesen Fragen geht der Deutsche Engagement-Tag Anfang Dezember nach. Traditionellerweise wird am Abend des ersten Veranstaltungstages der Deutsche Engagementpreis verliehen.
Wer nicht unter den etwa 100 Gästen vor Ort in Berlin dabei sein kann, ist eingeladen, sich digital hinzuzuschalten.

7. Deutscher Engagement-Tag am 1. und 2. Dezember 2022 in Berlin
▶ www.b-b-e.de
▶ www.deutscher-engagementpreis.de

Kurzgefasst ...

Stiftungsmanagement

Der nächste Zertifizierungslehrgang Stiftungsmanagement der Stiftungsakademie startet vom 9. bis 20. Januar 2023 in München. Haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiterinnen von Stiftungen gehören genauso zur Zielgruppe wie potenzielle Stifter und Gremiumsmitglieder. Das Curriculum beinhaltet Vorträge zu den Grundlagenthemen, Praxisübungen sowie Blended-Learning-Elemente.
▶ www.stiftungsakademie.de

Kultur-Fundraising

Die npo-academy hat als Referenten Jörg Gattenlöhner (kinderherzen e. V.) gewinnen können, der mit „Fundraising kompakt – Modernes Fundraising in der Praxis“ vom 17. bis 20. Januar in einem viertägigen Online-Workshop die Grundlagen des Fundraisings vermittelt. Teilnehmer mit ersten Erfahrungen können ihr Wissen hier vertiefen. Besonders im Fokus steht dabei der Einsatz verschiedenster passender Fundraising-Instrumente für die eigene NGO.
▶ www.npo-academy.com

Database-Fundraising

Zwischen Automation und Digitalisierung: Als Experte für das Database-Fundraising gilt Andreas Berg, der für die Fundraising-Akademie ab 23. Januar die Studienleitung für eine Kompaktfortbildung auf diesem Gebiet übernimmt. Der Kurs setzt sich aus zwei Präsenzphasen in Siegburg (Ende Januar, Mitte Mai) und einem Online-Block im Zeitraum Februar/März zusammen.
▶ www.fundraisingakademie.de

Online und mobil

Das Online-Fundraising ist heute für jede Organisation wichtig im gesamten Tool-Mix. Wie man mit dem Smartphone, über Social Media und natürlich die eigene Homepage an die Sache herangehen kann, erläutert Christine Gediga am 24. Januar in einem Online-Seminar, das Gamification ebenso beinhaltet wie den Blick auf junge Spendergruppen.
▶ www.ibpro.de

CAS Fundraising Strategies

Am 3. Februar startet an der ZHAW in Winterthur der nächste Kurs rund um Major Donor Fundraising und die strategischen Managementaspekte des Fundraisings. Wer sich also bereits im Fundraising auskennt und noch tiefer in die Materie einsteigen will, bekommt innerhalb von 14 Tagen das Wissen für eine integrierte, systematische und nachhaltige Mittelbeschaffung.
▶ www.zhaw.ch

9. ONLINE FUNDRAISING FORUM 2023

AZ fundraising

Digitale Expert:innen aus Deutschland, Österreich und Schweiz präsentieren Trends und Lösungen für das digitale Fundraising

Digitale Expert:innen vermitteln neueste digitale Trends & Best Cases, die für erfolgreiches Crosschannel Fundraising relevant sind. Auf unserem Online Fundraising Forum erhalten Sie durch die Vorträge und Gespräche mit den Expert:innen viele konkrete Tipps zur Steigerung Ihrer Performance und Conversions.

SAVE THE DATE

28.02.2023

Köln

Hybrid

UNSERE SPEAKER:INNEN IN DIESEM JAHR SIND U.A.:

DR. CATHARINA HASENCLEVER
STIFTUNG KIBA

DR. MARC- ANDRÉ PRADERVAND
KREBSLIGA SCHWEIZ

ANNE SCHMIDT
SOS HUMANITY

MELDEN SIE SICH JETZT AN!

Scannen Sie den QR-Code oder besuchen Sie unsere Website, um zum Anmeldeformular zu gelangen.

www.az-fundraising.de/aktuelles/off2023

Das Forum ist kostenlos für Teilnehmer:innen aus Organisationen und Stiftungen. Auch in diesem Jahr sind wir hybrid unterwegs – die Plätze vor Ort sind jedoch limitiert, also schnell anmelden! **Für weitere Infos folgen Sie uns gerne auf Facebook oder LinkedIn. @AZfundraising**

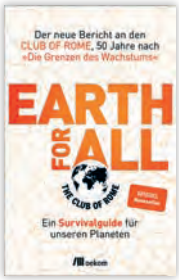
Haltung zum Wandel

Astrid von Soosten und Beate Haverkamp arbeiten schon länger als Beraterinnen und sind daher einiges in Change-Management-Prozessen gewohnt. In ihrem Buch unterbreiten sie den Vorschlag, sich als Organisation einem Wert zu verschreiben, der immer mehr aus der Mode kommt: Wahrhaftigkeit. Sie sehen darin den Weg zu einer authentischen Organisationskultur, die langfristige Ziel, in den Blick nimmt. Haltung und Glaubwürdigkeit werden gerade immer wichtiger. Deshalb stellen die Autorinnen das in den Mittelpunkt des Buchs und verbinden es mit Aikido als dem Weg, Energien in Harmonie zu überführen. Für Menschen, die nicht der japanischen Kampfkunst frönen, hört sich das schräg an. Aber: Aikido setzt auf Friedfertigkeit. Und da ist die Brücke zur Organisationswelt, in der Probleme und Konflikte gemeinsam gelöst werden wollen, nicht bekämpft. Das Buch ist kein „Tschakka", sondern ein gut geschriebenes Workbook. Hier geht es um Mitarbeit und Selbstreflexion und auch um Unterstützung auf dem Weg dahin. Das klappt!

Matthias Daberstiel

Astrid von Soosten und Beate Haverkamp. Mit Haltung zum Wandel. Oekom Verlag. 2021. 212 Seiten, ISBN: 978-3-96238-327-5. [D] 28,00 €, [A] 28,95 €, CHF 39,15.

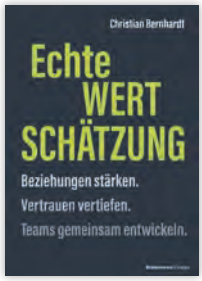
Kehrtwende?



Der Club of Rome hat wieder in die Glaskugel geschaut. Was ist nötig, um das Ruder noch rumzureißen? Geht es überhaupt noch? Der Blick in die Zukunft ist deshalb möglich, weil die Autoren erst die Vergangenheit, die letzten 40 Jahre in den Blick nehmen. Nüchtern schauen sie auf den Status quo und unsere aktuellen Herausforderungen und gehen ganz konsequent vom bisherigen Klassiker „Die Grenzen des Wachstums" aus. Politik, Finanzwelt, Handel, technologischer Wandel: Kapitalistische Ansätze haben in allen Bereichen unseres Lebens ausgedient. Jene Bereiche sind aber keine abstrakten Sphären, die außerhalb unseres Einflussvermögens „fremdgesteuert" existieren. Einfache Lösungen hat auch der Club of Rome nicht. Trotzdem bieten die Autoren (auch) eine verblüffend simple Handlungsempfehlungen: Sprecht darüber! Und sprecht miteinander! Nur so lässt sich die Komplexität unserer Welt verstehen. Und nur so lässt sich das Ruder rumreißen. Dann aber richtig.

The Club of Rome (Hrsg.) Earth for All. Ein Survivalguide für unseren Planeten. Oekom Verlag. 2022. 256 Seiten. ISBN: 978-3-96238-387-9. [D] 25,00 €, [A] 26,50 €, CHF 34,95.

Werte



Gemäß dem Modewort Agilität wollen wir alle nicht nur auf Augenhöhe miteinander agieren, sondern einander auch wertschätzend begegnen. Relevant ist dieser Aspekt im Arbeitsalltag nicht nur in (traditionell) hierarchisch strukturierten Organisationen. Vielmehr handelt es sich um eine prinzipielle Sache und Einstellung. Um wertschätzend miteinander zu kommunizieren, sind laut Christian Bernhardt aber keine groß angelegten Maßnahmen notwendig. Sein Schlagwort lautet: Micro Habits. Es sind die kleinen Dinge, die kleinen Gesten, mittels derer wir uns selbst erfolgreich lenken können. Vieles ist eine Frage der Aufmerksamkeit. Der Autor hinterlegt seine unzähligen Tipps und Tricks mit Erkenntnissen aus unterschiedlichen Forschungsbereichen, nicht zuletzt dem der Hirnforschung. Soll heißen: Hier lässt sich erkennen, dass wir oft unbewusst handeln, also mitunter ungewollt negative Signale auslösen. Durch Bewusstmachung setzt ganz automatisch ein Reflexionsprozess ein, der einiges neu gestalten lässt.

Christian Bernhardt. Echte Wertschätzung. Beziehungen stärken. Vertrauen vertiefen. Teams gemeinsam entwickeln. Verlag Business Village. 2022. 300 Seiten. ISBN: 978-3-86980-666-2. [D] 29,95 €, [A] 31,50 €, CHF 41,85.

Zugang zu über 750 Förderquellen

Fördermittelführer 2023/2024

Die wichtigsten Finanzierungsmöglichkeiten für gemeinnützige Organisationen aus den Bereichen Bildung, Soziales, Umwelt, Kultur, bürgerschaftliches Engagement, Entwicklungspartnerschaften und internationale Zusammenarbeit

Versandkostenfrei direkt beim Verlag bestellen:

www.foerdermittelfuehrer.de
Tel: 09874-322 516
E-Mail: shop@foerder-lotse.de

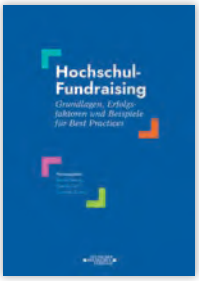
Oder im Buchhandel: 978-3-9822148-1-8

Förderlotse Torsten Schmotz

Subskriptionspreis für Bestellungen bis zum 01.11.2022: 66,– statt 76,– Euro (inkl. 7% MwSt)

www.foerdermittelfuehrer.de

Für Hochschulen



Der D-A-CH-Hochschul-Fundraising-preis wird jährlich an Universitäten vom Deutschen Hochschulverband in einer Jury-Entscheidung vergeben. So sind viele Erfolgsbeispiele öffentlich geworden, die Bernd Helmig, Yvonne Dorf und Cornelia Kliment nun in Buchform herausbringen. Sehr viel Literatur gibt es zum Thema nicht, und deshalb war ich gespannt auf den Inhalt. Die Herausgeber haben es geschafft, alle Preisträger der letzten Jahre und auch einige der Bewerber für fundierte Beiträge über ihr Hochschul-Fundraising zu gewinnen. Und dabei geht es nicht nur um das Deutschlandstipendium, sondern um Strategien, Employer Branding, Großspendenkampagnen und Spenderbindung. Geschrieben wird dabei erfreulicherweise nicht nur über Erfolge, sondern auch über Wege und Fehler, besonders gelungen im Beitrag zur UKE-Kinderklinik und der Uni Göttingen. Beispiele aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zeigen: Es gibt nicht das eine Hochschul-Fundraising, im Gegenteil! Jede Uni oder Hochschule muss da ihren ganz eigenen Weg finden. Gut, dass die Herausgeber deshalb auch auf eine Mischung der Beiträge geachtet haben. Vorbei die Zeit, als alle verklärt nach Amerika mit den dortigen riesigen Fundraising-Abteilungen schauten. Es geht auch in Europa. Das zeigt dieses Buch eindrucksvoll, so im Beitrag von Andreas Eckel, der beschreibt, wie viel Vertrauen und Beziehungspflege nötig waren, bis eine Stiftung mit Millionen ausgestattet wurde. Ein sehr lesenswertes Buch und Pflichtlektüre für Hochschulen und Bildungspolitiker.

Matthias Daberstiel

Bernd Helmig, Yvonne Dorf, Cornelia Kliment (Hrsg.). Hochschulfundraising – Grundlagen, Erfolgsfaktoren und Beispiele für Best Practices. Deutscher Hochschulverband. 2022. 310 Seiten. ISBN: 978-3-94494-108-0. [D] 29,90 €, CHF 41,80.

Brauchen wir doch!

Versicherungsschutz im Verein ist kein Lieblingsthema. Dabei geht es doch alle im Verein etwas an. Das findet zumindest Thomas Grosjean, der in seinem Buch zu diesem Thema wohl auch seine Erfahrungen als Angestellter einer Versicherung verarbeitet. Und das ist durchaus positiv gemeint. Denn als Profi bekommt man viele Fragen gestellt, und diese nimmt er zum Anlass, sie mit diesem kleinen Buch praxisnah zu beantworten. Checklisten im Buch geben zusätzliche Entscheidungsorientierung. Der Titel lässt es nicht vermuten, aber: ein sehr brauchbares Buch.

Tomas Grosjean. Brauchen wir nicht!! Versicherungsschutz für Vereine. Books on Demand. 2022. 99 Seiten. ISBN: 9-783-75438-371-1. [D] 19,90 €, [A] 20,95 €, CHF 27,80.

Vereine

Bereits in der vierten Auflage liegt der Ratgeber von Jens Kesseler und Elmar Lumer vor. Beide Autoren sind sowohl auf der Theorie-Ebene als auch im praktischen Alltag seit vielen Jahren im Bereich der Vereine unterwegs und kennen sich bestens aus. In ihrem Buch erläutern sie leicht verständlich Pflichten und Rechte im Vereinswesen ganz allgemein, sodass jede Organisation diese Grundlagen auf die eigene Arbeit anwenden kann. Viele Tipps, Hinweise und Auszüge aus dem BGB machen die Anforderungen greifbar und zeigen die Relevanz.

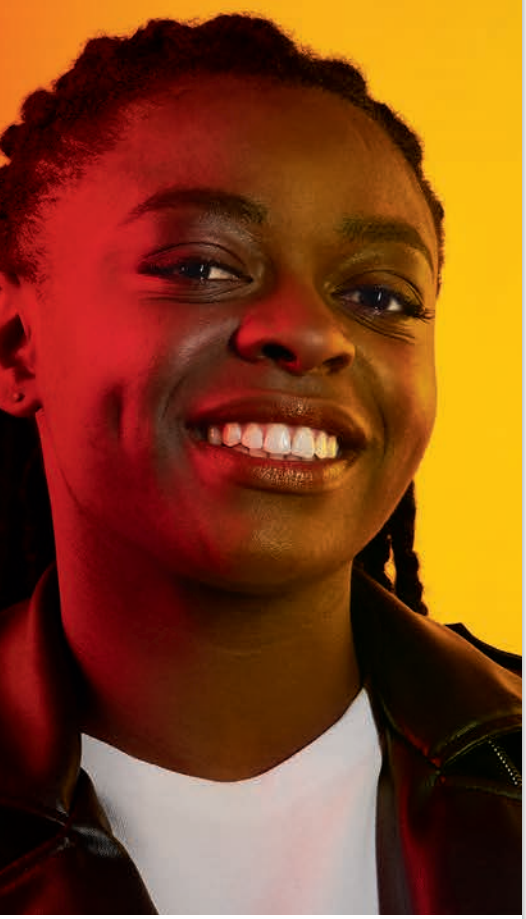
Jens Kesseler, Elmar Lumer. Der Verein. Gründung – Recht – Finanzen – PR – Sponsoring. Alles, was Sie wissen müssen. Verlag Linde International. 2022. 208 Seiten. ISBN: 978-3-70930-675-8. [D] 16,90 €, [A] 16,90 €, CHF 23,60.

DEUTSCHER ENGAGEMENT PREIS

Jetzt weitersagen!

Livestream

Preisverleihung:
1. Dezember 2022, 18 Uhr
deutscher-engagementpreis.de



Träger und Förderpartner

BÜNDNIS FÜR GEMEINNÜTZIGKEIT

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

DEUTSCHE Fernsehlotterie

DB DEUTSCHE BAHN STIFTUNG

Transformation

Zivilgesellschaftliche Kampagnen, Prozesse und Aktionen wie beispielsweise Demonstrationen benötigen Strukturiertheit, wollen sie nachhaltig Wirksamkeit erreichen. Deshalb wendet sich dieser Ratgeber an „sozial-ökologische Linke", die gesellschaftliche Transformation voranbringen wollen. Deutlich ist, dass die Zielgruppe dieses Buches vor allem die jüngeren Generationen sind. Die Übungen sind mit unzähligen weiterführenden Links versehen, die zu ganz konkreten Projekten führen. So kann der Schritt von der Theorie zur Praxis gelingen.

I.L.A Kollektiv (Hrsg.). Die Welt auf den Kopf stellen.
Strategien für radikale Transformation.
Oekom Verlag. 2022. 128 Seiten.
ISBN: 978-3-96238-405-0.
[D] 22,00 €, [A] 23,50 €, CHF 30,75.

Geld?!

Im vergangenen Jahr machte die Österreicherin Marlene Engelhorn von sich reden, weil sie 90 Prozent ihres ererbten Vermögens spenden wollte und darüber hinaus einige Forderungen in Sachen Vermögenssteuer formuliert hat (siehe Interview im Fundraiser-Magazin 5/2021). In ihrem Buch reflektiert sie so offen wie unkompliziert über das Thema Geld und damit über Freiheit, Macht und Beziehungen. Dabei geht sie bemerkenswert konziliant vor und nimmt so die Scheu vor diesem Tabu, ohne einen direkten Umgang damit vorschreiben zu wollen.

Marlene Engelhorn. Geld.
Verlag Kremayr & Scheriau. 2022. 176 Seiten.
ISBN: 978-3-21801-327-7.
[D] 20,00 €, [A] 21,00 €, CHF 27,95.

Neues Stiftungsrecht

Im Juli kommenden Jahres ist es so weit: Für Deutschland gilt dann ein einheitliches Stiftungsrecht. Damit entsteht die Frage, was ab dann gilt und was vielleicht nicht mehr. Hier hat sich der Bundesverband Deutscher Stiftungen mit mehreren Partnern, Rechtsanwälten, Steuerberatern und Wirtschaftsprüfern zusammengesetzt und dieses Nachschlagewerk zusammengestellt, das bereits durch sein detailreiches Inhaltsverzeichnis beeindruckt.

Die neue gesetzliche Grundlage wird die bisherigen Unterschiede der einzelnen Landesstiftungsgesetze vereinheitlichen, wobei nach wie vor als Kern der Wille der Stifterin beziehungsweise des Stifters zum Zeitpunkt der Errichtung der Stiftung gilt. Wesentlich ist das sowohl für Ewigkeitsstiftungen als auch Verbrauchsstiftungen. Trotzdem sind, in gewissem Rahmen, natürlich Satzungsänderungen möglich. Dafür bietet das neue Stiftungsrecht Auslegungshilfen für die individuelle Satzung. Das Buch selbst versucht grundsätzliche Hilfestellung für alle und jeden, egal, ob Stifterin, Mitarbeiter einer Stiftung oder Behörden. Stiftungsrechtliche Vorkenntnisse werden nicht vorausgesetzt. Stattdessen geht es um die Erläuterung von Zusammenhängen, um die aktualisierte Rechtslage selbstständig einordnen zu können.

Da ab dem Jahr 2026 ein verbindliches bundesweites Stiftungsregister eingeführt werden wird, zeigt das Buch auch auf, welche einzelnen Aspekte ab jenem Zeitpunkt neu geregelt werden.

Rico Stehfest

Stephan Schauhoff, Judith Mehren (Hrsg.).
Stiftungsrecht nach der Reform.
Verlag C. H. Beck. 2022. 295 Seiten.
ISBN: 978-3-40677-358-7.
[D] 39,00 €, [A] 40,10 €, CHF 54,55.

Mäzenaten

Großspender-Fundraising ist eine Klasse für sich, die mit besonderen Herausforderungen verbunden ist. Je nach Sichtweise gibt es unterschiedliche Formulierungen. Mäzenatentum wird zwar als Begriff selten verwendet, zeigt aber einen bestimmten Blickwinkel. Und in diesem Zusammenhang lässt bereits der Titel des neuen Buches von Elisa Bortoluzzi Dubach und Chiara Tinonin aufhorchen: Großzügigkeit im Dialog. Geht es etwa vordergründig gar nicht um Geld? Genau das ist der springende Punkt. Die Autorinnen wissen ganz genau, dass in philanthropischen Beziehungen, wie grundsätzlich bei jeder Form des Miteinanders, die eigene Einstellung bezüglich der Anderen entscheidend ist und den Umgang miteinander prägt. Das bedeutet genauso, dass die Autorinnen sehr gut dazu in der Lage sind, die jeweils andere Position einzunehmen und dadurch zu verstehen: sowohl die Position derer, die nach Unterstützung suchen, als auch derer, die geben und helfen wollen. Sie kennen, so das Geleitwort, die „Regeln und Geheimnisse der Großzügigkeit" und damit die Motivationen beider Seiten. Genau dieses Wissen teilen sie hier mit ihrer Leserschaft. Von der Vorbereitung, dem passenden Mindset und der Institutional Readiness über den Beziehungsaufbau und natürlich die Spendenanfrage zeigt sich in jedem Aspekt ganz besonderes Fingerspitzengefühl. Und weil sie die Ursprünge des Mäzenatentums kennen, sind die Autorinnen auch in der Lage, den Blick auf die Notwendigkeiten zu richten, die es braucht, um es auch im 21. Jahrhundert lebendig zu halten.

Rico Stehfest

Elisa Bortoluzzi Dubach, Chiara Tinonin. Großzügigkeit im Dialog. Der Leitfaden für die Zusammenarbeit mit Mäzenen und Philanthropen. Verlag Haupt. 2022. 200 Seiten. ISBN: 978-3-25808-284-4. [D] 29,00 €, [A] 30,50 €, CHF 28,95.

Grün-Braun

Hehre Absichten sind doch genau das: hehre Absichten. Oder? Mitunter lässt es sich schwer vorstellen, dass ein Wolf ganz bewusst im Schafspelz daherkommt und gesellschaftliche Belange für nicht gemeinnützige Ziele instrumentalisiert werden. Genau davor warnen die Autoren. Ganz konkret geht es ihnen hierbei um das Phänomen des Ökofaschismus. Ihr Versuch, Logiken oder Zusammenhänge zu erkennen, lässt nicht nur aufhorchen, sondern beunruhigt den Unwissenden. Wer hat denn schon mal was von der „Blackpill-Bewegung" gehört?

Sam Moore, Alex Roberts. Außen grün, innen braun. Wie Rechtsextreme Klimakrise und Naturschutz für ihre Zwecke benutzen. Oekom Verlag. 2022. 208 Seiten. ISBN: 978-3-96238-384-8. [D] 22,00 €, [A] 23,50 €, CHF 30,75.

Engagement

Sachsen sieht in den Nachrichten mitunter nicht so schön aus. Dass das nur ein Ausschnitt der Realität ist, ist klar. Aber wie ist es genau? Das zeigt beispielsweise dieses Buch, das sich dem spontanen zivilgesellschaftlichen Engagement im Rahmen der „Flüchtlingswelle" aus dem Jahr 2015 widmet. Wie es für Publikationen im transcript-Verlag üblich ist, hat das Hand und Fuß, und die Autorin stützt sich auf empirische Erkenntnisse. Dadurch gelingen regional übergreifende, allgemeine Aussagen über spontanes, kurzfristiges Ehrenamt.

Stefanie Adamitz. Engagement im Wandel – Wandel durch Engagement. Eine Ethnografie der Geflüchtetenhilfe in Leipzig 2015/16. Verlag transcript. 2022. 296 Seiten. ISBN: 978-3-83766-336-5. [D] 48,00 €, [A] 49,00 €, CHF 67,10.

„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: Prof. Dr. Ines Gockel findet

Prof. Dr. Ines Gockel ist Chefärztin für Viszeralchirurgie am Universitätsklinikum Leipzig. Gleichzeitig ist sie aber auch Fundraiserin, denn ihr großes Engagement gilt dem Kampf gegen das Barrett-Karzinom, einer Krebsart, die zwischen Speiseröhre und Magen auftritt. Als Gründerin und 1. Vorsitzende der Barrett-Initiative setzt sie sich seit zehn Jahren dafür ein, Ursachen, Prävention, Diagnostik und Therapie der Krankheit zu erforschen. Um Mittel dafür zu sammeln, hat sie 2019 das jährliche Barrett-Charity-Dinner ins Leben gerufen. Im Rahmen eines hochkarätigen Entertainment-Programms mit Vier-Gänge-Menü können die Gäste bei einer „Stillen Auktion" zum Beispiel Kunstwerke zeitgenössischer Künstler erwerben und bei der Versteigerung besonderer Events mitbieten. Der Erlös, weitere Spenden sowie das Geld aus dem Ticketverkauf kommen der Barrett-Initiative zugute. Bei der diesjährigen Veranstaltung am 10. September in Leipzig konnten rund 200 000 Euro gesammelt werden. Nach diesem großen Erfolg steht der Termin für das nächste Charity-Dinner bereits fest: Am 9. September 2023 begrüßt Prof. Dr. Ines Gockel ihre Gäste wieder zum großen Fundraising-Event.

- www.barrett-initiative.de
- www.barrett-charitydinner.de

Wollen auch Sie diesen Fragebogen ausfüllen?

Dann senden Sie bitte Ihre Antworten sowie ein Foto an *redaktion@fundraising-magazin.de*!

1. Was wollten Sie als Kind werden?

Musikerin, Produktdesignerin oder Wissenschaftlerin

2. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

„Humankapital" in einer Klinik / in einem Krankenhaus. Hierdurch wird medizinisches Personal (Pflegende, Ärzte) dazu degradiert, durch ökonomische Aspekte definiert zu werden. Aber nicht erst seit der Corona-Pandemie sollte es uns bewusst sein, wie essenziell und „systemrelevant" die in der Medizin und Pflege tätigen Menschen sind. Deren Wertschätzung kann nicht hoch genug ausgesprochen werden.

3. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Klimawandel stoppen, Energiekrise bewältigen, „Digital Health" in Deutschland stark weiterentwickeln

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

Ich befinde mich im vorklinischen Abschnitt meines Medizinstudiums an der Universität Mainz und bereite mich auf mein Physikum vor. In den Semesterferien mache ich Praktika im Krankenhaus und eine interessante Reise nach Mittelamerika, Guatemala.

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

Herrn Professor Ugur Sahin und seiner Ehefrau Professor Özlem Türeci. Sie haben mit der Entwicklung von Impfstoffen gegen COVID-19 Großartiges geleistet und forschen bereits seit Jahren an Impfstoffen gegen Krebs. Ihr Schwerpunkt ist die individualisierte Medizin und die Krebsimmuntherapie.

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

Ich erforsche die Ursachen des weltweit immer häufiger werdenden Barrett-Krebses (zwischen Speiseröhre und Magen lokalisiert) und benötige dringend Gelder, um weitere molekulare Risikomarker für die Entstehung des Krebses zu identifizieren, die Frühdiagnostik mit neuen Bildgebungsmodalitäten zu verbessern und die Therapie-Möglichkeiten mit immer minimal-invasiveren bzw. robotischen OP-Techniken zu optimieren. Idealerweise möchten wir den Tumor dann erkennen und behandeln, wenn er noch sehr klein ist. Dadurch sollen das Langzeitüberleben und die Lebensqualität von Patienten mit Barrett-Krebs deutlich verbessert werden.

Los Angeles cool

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

... sind Menschen mit diskriminierender Grundhaltung, die Sexismus und Rassismus widerspiegelt.

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

Viel Sport, wie Joggen, Moutainbiken, Yoga und Inline-Skaten. Dann bekomme ich einen „freien Kopf", um neue Ideen und Visionen für unsere Krebsforschungs-Projekte zu entwickeln.

9. Worüber können Sie lachen?

Manchmal über mich selbst. ;-) Auch sehe ich mir sehr gerne alte Folgen von „Verstehn Sie Spaß?" an. Das ist für mich die beste Möglichkeit, ganz loszulassen und abzuschalten.

10. Wann reißt Ihr Geduldsfaden?

Wenn Technik nicht gleich funktioniert. Es „reißt" dann zwar nicht gleich mein Geduldsfaden, aber ich denke dann immer, dass solche „Wartezeiten" Zeitverschwendung sind und ich in dieser Zeit etwas Sinnvolleres machen könnte.

11. Was war früher besser?

Es fällt mir in der letzten Zeit immer wieder auf, dass einige Menschen deutlich rücksichtsloser und egoistischer sind als „früher". Das ist manchmal „Individualismus extrem" – und kann nicht funktionieren, da wir in unserer Gesellschaft mehr als zuvor Zusammenhalt und ein konstruktives Miteinander brauchen.

12. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

In Los Angeles. Ich war dort vor mehreren Jahren in einer großen chirurgischen Klinik tätig und finde nach wie vor, dass L.A. eine der spannendsten und coolsten Städte ist.

13. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Ich möchte in keinem Lexikon stehen. Lexika sind aus meiner Sicht „old fashioned" und statisch. Ich möchte lieber in einer kontinuierlich sich entwickelnden Online-Publikationsdatenbank gemeinsam mit meinem Team über unsere neuesten Ergebnisse zur Krebsforschung berichten.

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

... essenziell, um die Ursachen des Barrett-Krebses weiter zu erforschen und in Zukunft Betroffenen somit bessere Frühdiagnostik- und Therapiemöglichkeiten anzubieten.

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.

Pünktlich zum Erscheinen der siebten überarbeiteten und erweiterten Auflage des Fördermittelführers verlosen wir drei Exemplare.

Das aktuelle Buch ist hilfreich, denn es gab zwischenzeitlich wichtige Änderungen bei über 100 Förderausschreibungen. Zahlreiche bisherige sind weggefallen, dafür konnten etliche neue Förderinstitutionen erstmals aufgenommen werden. Besonders viele neue Programme gibt es für Bildung, Arbeitsmarktförderung, ländlichen Raum und internationale Zusammenarbeit. Also eine lohnende Lektüre!

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

1 An der Wiege des F2F-Fundraisings wurde jetzt das International Public Fundraising Council gegründet. Wo ist das?

TI) USA
MI) Österreich
PI) Großbritannien

2 Die neuen Google-Richtlinien sollen zukünftig Beiträge besser ranken, die besonders ausgerichtet sind auf ...?

LL) universelle Keywords
KK) trickreichen Clickbait
TT) hilfreichen Content

3 Im Jahr 2023 soll es wieder das beliebte Fundraising-Symposium des Fundraising-Magazins geben. In welcher Stadt?

EL) Frankfurt (Main)
EN) Frankfurt (Oder)
ER) Halle (Saale)

So geht's: Die Buchstaben aus den Fragen 1 bis 3 ergeben – wenn sie richtig zugeordnet wurden – das Lösungswort. Senden Sie dieses an *gewinnen@fundraising-magazin.de*. Vergessen Sie bitte die Postadresse nicht, damit Ihr Gewinn Sie auch erreicht! Diese Daten werden nur im Zusammenhang mit dem Gewinnspiel verarbeitet und nicht an Dritte weitergegeben. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Einsendeschluss ist der 31. Dezember 2022. Viel Glück!

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,

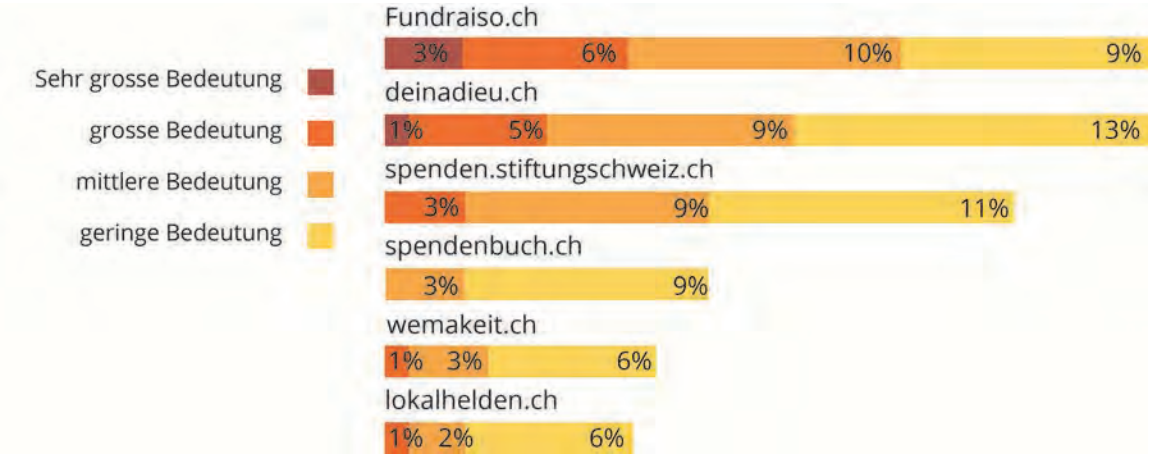
Geschäftsleiterin Dunekamp GmbH

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

Krisenmanager Fabian F. Fröhlich spart Energie

Winter is coming! … Wie? Nein, ich habe nicht zu viel „Game of Thrones“ geguckt. Kostet viel zu viel Strom. In den nächsten Monaten geht es schließlich nicht um den Platz auf dem Eisernen Thron, sondern um den besten Platz an der Heizung. Wenn die überhaupt anspringt … Aber mir kann das ja egal sein. Die Energiekrise lässt mich kalt, denn ich bin bestens auf den Winter vorbereitet, selbst wenn demnächst sämtliche Pipelines so löchrig wie ein Schweizer Käse werden sollten.

Apropos Käse: Damit meine körperlichen Reserven bis zum nächsten Frühjahr reichen, habe ich bereits im Spätsommer damit begonnen, meine Modelfigur mit einigen zusätzlichen Kilos zu unterfüttern. Die Schokoladen-Industrie denkt da ja stets gut mit. Oder was glauben Sie, warum sich schon seit Anfang September Lebkuchen und Schoko-Nikoläuse in den Supermarktregalen stapeln? Na eben! Habe mir gleich mal drei Paletten gesichert. Was Süßes macht sich auch gut zu den eingeweckten Erdbeeren aus dem Keller meiner Oma. Die sehen zwar schon etwas grau aus, aber das liegt bestimmt am schwachen Lichtschein meiner Solar-Taschenlampe. Hatte ich blöderweise den Sommer über unterm Bett vergessen …

Meine Vorräte an Toilettenpapier habe ich ebenfalls aufgestockt. Falls es sich bei den Erdbeeren doch nicht um eine optische Täuschung handelt … Sollte für die nächsten dreieinhalb Jahre reichen. Als nämlich die Firma Hakle Insolvenz angemeldet hat, habe ich an der Online-Versteigerung der Insolvenzmasse teilgenommen. Die Klopapierrollen dienen gleichzeitig der Wärmedämmung, da ich sie aus Platzgründen an den Außenwänden meiner Wohnung entlang aufgestapelt habe.

Sowieso ist Hygiene überhaupt kein Thema. Um Wasser zu sparen, dusche ich nur noch am Wochenende. Ging ja früher auch, als Samstag noch Badetag war. Die Zeit dazwischen überbrücke ich locker mit Deo und einem 12er-Pack Trockenshampoo. Positiver Nebeneffekt: Die Chefin kommt nicht mehr ständig in mein Büro und nervt rum. Und die Kolleginnen von der Grafikabteilung lassen mich neuerdings an der Kaffeemaschine immer vor und tragen jetzt am Arbeitsplatz freiwillig Maske.

Falls Sie übrigens besorgt sind, dass Sie aufgrund eines möglichen Stromausfalls im nächsten Heft auf meinen wertvollen Textbeitrag verzichten müssen, dann kann ich Sie beruhigen: Sollte der Zugang zum Internet nicht möglich sein, beziehe ich meine Informationen mithilfe eines Kurbelradios. Und dank meiner mechanischen Schreibmaschine kann ich mir sogar den Umweg über die Druckerei sparen, denn das Gerät druckt die Seiten ja praktischerweise gleich aus. Leserbriefe dann bitte am besten handschriftlich!

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 1/2023 erscheint am 23. Januar 2023 unter anderem mit diesen Themen

- Middle Donor Fundraising
- Legate-Marketing
- NGOs im Metaverse

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 1/2023 ist der 21.11.2022.

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)3 51 8 76 27-70, Fax: -79

Korrespondenten:
International: Jan Uekermann, jan.uekermann@fundraiser-magazin.de
Schweiz: Katja Prescher, katja.prescher@fundraiser-magazin.ch

Anzeigen-Werbung:
matthias.daberstiel@fundraiser-magazin.de (verantwortlich), Telefon: +49 (0)3 51 8 76 27-80, Fax: +49 (0)3 51 8 76 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 1/2023, die am 23.01.2023 erscheint, ist der 21.11.2022.

Fotonachweise:
Titelseite, S. 4 & 20: Daniela Münster, Darko Vujic, Azahara MarcosDeLeon@AdobeStock | S. 3: Rene Grodde/atri.eu | S. 5 & 17: Konrad Weinz (AMIR-KHALILI) | S. 5 & 40: Jörg Farys Fotografie (VON BORRIES) | S. 6: Rene Grodde/atri.eu (DABERSTIEL) | S. 13: PrettyVectors@AdobeStock | S. 14: Andreas Domma | S. 21, 22, 24, 26, 28 & 30: pronoia@AdobeStock | S. 29: Steven Keller Fotografie | S. 30: Nico Dalchow/fotografenherz.de | S. 32: Berni Mayer (LINKS) | S. 32: Paul Glaser | S. 35: ff. Satz+Service | s: 44: Sven Moschitz (LINKS) | S. 44: Rene Grodde/atri.eu | S. 48: Giglio Pasqua/ Kultur Komitee Winterthur | S. 50 & 51: Agnes Forsthuber | S. 56: Save the Children (GEROLD-WOLKE), www.timertl.com (TÖDTLING-MUSENBLICHLER), Emely Inselmann (SELLE), Romy Geßner (GUSKO) | S. 57: Martin Brinckmann (BERG & GOSSLAR) | S. 58: DFRV (GEORGI), Nadine Stenzel (KRAACK-TICHY), zeit-verlagsgruppe.de (DUDA), Kurt Keinrath (PAWLOFF), Bündnis Entwicklung Hilft (AUER-FREGE), Caroline Seidel (STÜVEN), S. 59: eveleen007@AdobeStock (AVATAR) | S. 61: Nuthawut@AdobeStock | S. 72: BullRun@AdobeStock | S. 73: Magnus Pettersson | S. 74: svlumagraphica@fotolia.com | S. 76: Yakobchuk Olena@AdobeStock | S. 78: narawit@AdobeStock | S. 79: Paragon | S. 87: Paul Glaser | S. 96: Peter Bernik (60),| YakobchukOlena@AdobeStock (72) | S. 98: oza@fotolia.com | alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der Fundraising Akademie

In den Daten spielt die Musik. Denn in Ihrer Hausliste treffen Klassik- und Heavy Metal-Freunde, Jazz-Liebhaber und Schlagerfans aufeinander. Wir helfen Ihnen, Ihre Daten so zu nutzen, dass Sie für jede Gruppe den richtigen Ton treffen. Interessiert? Dann freuen wir uns auf ein Tänzchen!

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

fundango
Fundraising ist mehr

IHR FUNDRAISING STECKT FEST?

Wenn Ihre Botschaften die Stuben und Herzen der Menschen erreichen sollen, haben wir die richtigen Strategien für Sie. Wir analysieren Ihre Zielgruppen und entwickeln passende Konzepte, die durch alle Kommunikationskanäle passen. Sind Sie gespannt auf kreative Ideen? Dann freuen wir uns auf Ihre Nachricht!

www.adfinitas.de · info@adfinitas.de · Tel.: +49 (0)511 524873-0 · Fax: +49 (0)511 524873-20

adfinitas