Branchen-Magazin für Sozialmarketing | Spenden | Vereine | Stiftungen 1|2023

FUNDRAIS!NG magazin

Finde die Mitte ...

Warum im mittleren Spenden-Segment großes Potenzial steckt

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,

die ärmsten zehn Prozent der deutschen Bevölkerung spenden doppelt so viel wie die reichsten zehn Prozent – setzt man die gespendete Summe in Relation zum Einkommen. Ich finde, das ist eine interessante Betrachtungsweise! Es zeigt sich, dass ärmere Haushalte 1,9 Prozent ihres verfügbaren Einkommens spenden, bei den reichen sind das nur 0,9 Prozent.

Allerdings tragen die einkommensstarken Haushalte mehr als ein Drittel zum Gesamtspendenaufkommen bei. In absoluten Zahlen heißt dies für Deutschland 10,3 Milliarden Euro im Jahr 2019. In den beiden Pandemiejahren 2020 und 2021 legte das Volumen nochmals deutlich zu, so die Statistik. Ausgerechnet hat dies das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung zusammen mit dem Deutschen Zentralinstitut für soziale Fragen, welche dafür Befragungsdaten des Sozio-oekonomischen Panels für das Berichtsjahr 2019 sowie den DZI-Spenden-Index für die Jahre 2020 und 2021 herangezogen haben.

Die Wissenschaftler weisen auch auf eine steuerliche Ungleichbehandlung hin: Wer in Deutschland den Spitzensteuersatz zahlt und 100 Euro spendet, erhält 42 Euro über die Steuer zurück. Wer ein geringes Einkommen hat, wird bei 15 Prozent Grenzsteuersatz nur mit 15 Euro begünstigt. Denn die Abzugsfähigkeit von Spenden unterliegt bisher dem individuellen Einkommensteuersatz. Dass diese Ungleichbehandlung abgeschafft werden muss, fordern viele Menschen seit Jahren!

Untersucht haben die Forscher auch, welche Merkmale die Spendenwahrscheinlichkeit beeinflussen: Frauen spenden mit einer höheren Wahrscheinlichkeit als Männer. Die Spendenwahrscheinlichkeit steigt zudem mit höherer Bildung und zunehmendem Alter. Das alles lässt uns die Middle Donors in den Blick nehmen. Warum im mittleren Spendensegment gutes Potenzial steckt, lesen Sie in unserem aktuellen Themenschwerpunkt.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.
Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

direct.
AGENTUR + LETTERSHOP
www.directpunkt.de

Thema

Finde die Mitte

Warum im mittleren Spenden-Segment großes Potenzial steckt

Die Felsen in der Krisen-Brandung 22
Das Spendensegment der Middle Donors bietet großes Potenzial

Sprechen Sie MiDo? 24
Middle Donors richtig ansprechen und an die Organisation binden

Bindung wirkt, Wirkung bindet 26
Eine spenderzentrierte Perspektive
auf das Upgrading von Middle Donors

Halten, upgraden, stabilisieren 28
Schritt für Schritt zum eigenen Middle-Donors-Programm

Den richtigen Anker setzen 30
Wie finde ich heraus, wie viel Menschen bereit sind zu geben?

Projekte & Stiftungen

Happy auf drei Pfoten 34
Ein privates Tierheim in Österreich
kümmert sich um behinderte Katzen

Digitalisierung für alle 36
Wie mit alten Laptops
neue Perspektiven geschaffen werden

Fundraising von null an aufbauen 38
Die Hilfsorganisation War Child hilft bei mentalen Problemen

Verantwortung verjährt nicht 46
Wie Unternehmen und Stiftungen
mit ihrem NS-Erbe umgehen (können)

Form follows function 48
Wann sich ein Stiftungsfonds lohnt –
und wann nicht

Strukturwandel als Chance 50
Die Kultur der Sorben
braucht besondere Unterstützung

Praxis & Erfahrung

Quadratisch, praktisch, gut! 70
Das Comeback des QR-Codes

Gemeinsames Erbschafts-Marketing 72
Online-Portale in Deutschland, Österreich und
der Schweiz im Überblick

Überblick über Erbschaftsmarketing-Portale in DACH 73

Digitale Handlungsräume 74
Die Stiftung Pro Senectute beider Basel
wagt den Einstieg ins Metaverse

Frag mich bloß nicht ...! 76
Fünf Fragen, die Sie in einer Spenderbefragung
vermeiden sollten

Zur Zugabe eine milde Gabe 78
Benefizkonzerte als wirksames Fundraising-Instrument

Mehr Mut zur Vision 80
Fundraising als Führungsaufgabe

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

Menschen

Inga Ellen Kastens

... bringt Marke und Kommunikation zusammen. Die promovierte Philologin spricht über den Sinn sozialer Medien für kleinere NGOs und empfiehlt den Schulterschluss mit der Privatwirtschaft. **16**

Reinhard Greulich

... von der Stiftung zur Bewahrung kirchlicher Baudenkmäler ist ein „Fundraising-Urgestein". Ein Interview über kirchliches Fundraising, überraschende Nachlässe und die Deutsche Bahn. **40**

Nadine Sachse

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

Meinungen

Persönliche Gedanken **14**
Anna Maria Weber:
„Unterwerfung kostet!"

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

Pro & Contra **82**
Sollten sich NGOs mit Kryptowährungen als Spendenmöglichkeit beschäftigen? Meinungen von Dr. **Kathleen Löwe** und **Maik Meid**

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**

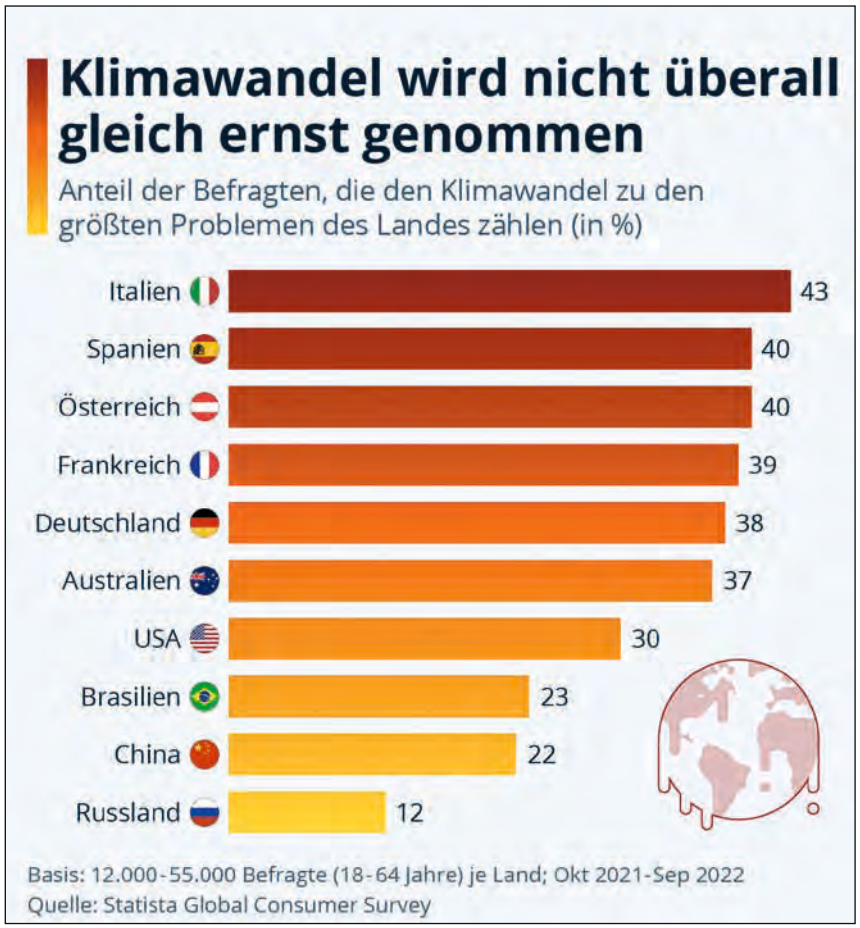
Autorinnen und Autoren

... dieser Ausgabe:
Birgit Andert, Annika Behrendt, Christine Bill-Vogel, Bernhard Bircher-Suits, Danielle Böhle, Matthias Daberstiel, Dr. Andrea Despot, Michael Harr, Dr. Kathleen Löwe, Matthias Marx, Maik Meid, Daniela Münster, Ute Nitzsche, Carolin Pauli, Tobias Schär, Katja Sichtermann, Karin Sommer, Rico Stehfest, Maria Steinbauer, Jan Uekermann, Anna Maria Weber, Anton Wolf

Wir wetten, das wussten Sie noch nicht…

Zahlen & Fakten

Ist der Klimawandel ein wichtiges Problem?



Die meisten Menschen haben die Klimaveränderungen bereits als großes Problem begriffen, nur die wenigsten würden sie allerdings zu den drei größten Sorgen ihrer Nation zählen. Das zeigt die Befragung im Rahmen des Statista Global Consumer Surveys. Am ehesten besorgt wegen des Klimas ist man in Italien. In Russland, China und Brasilien scheinen die Menschen hingegen noch relativ unbekümmert zu sein. Grafik: Statista

Und sonst noch …

Wien ist integrativ – mit einem Trans*-Zebrastreifen

Er liegt an der Kreuzung Burggasse/Museumsplatz und verbindet das Volkstheater mit dem Museumsquartier: ein Zebrastreifen in den Farben, Pink, Hellblau und Weiß, als Symbol für die Rechte von Trans*Menschen. Zur Eröffnung des selbigen meinte die Obfrau des Vereins TransX Eva Fels: „Transgender-Personen brauchen in unserer Gesellschaft mehr Sicherheit. Dieser Schutzweg steht dafür, dass dies ermöglicht wird." Und das ist gut so. Denn Trans*feindlichkeit ist noch immer ein weltweites Phänomen. Nur hat das Ganze einen Pferdefuß: Beim Benutzen des Zebrastreifens tritt man ja die Sache eigentlich mit Füßen, oder?

MEINE MEINUNG

„Sind die Gemeinnützigen selbst schuld am Egoismus?"

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

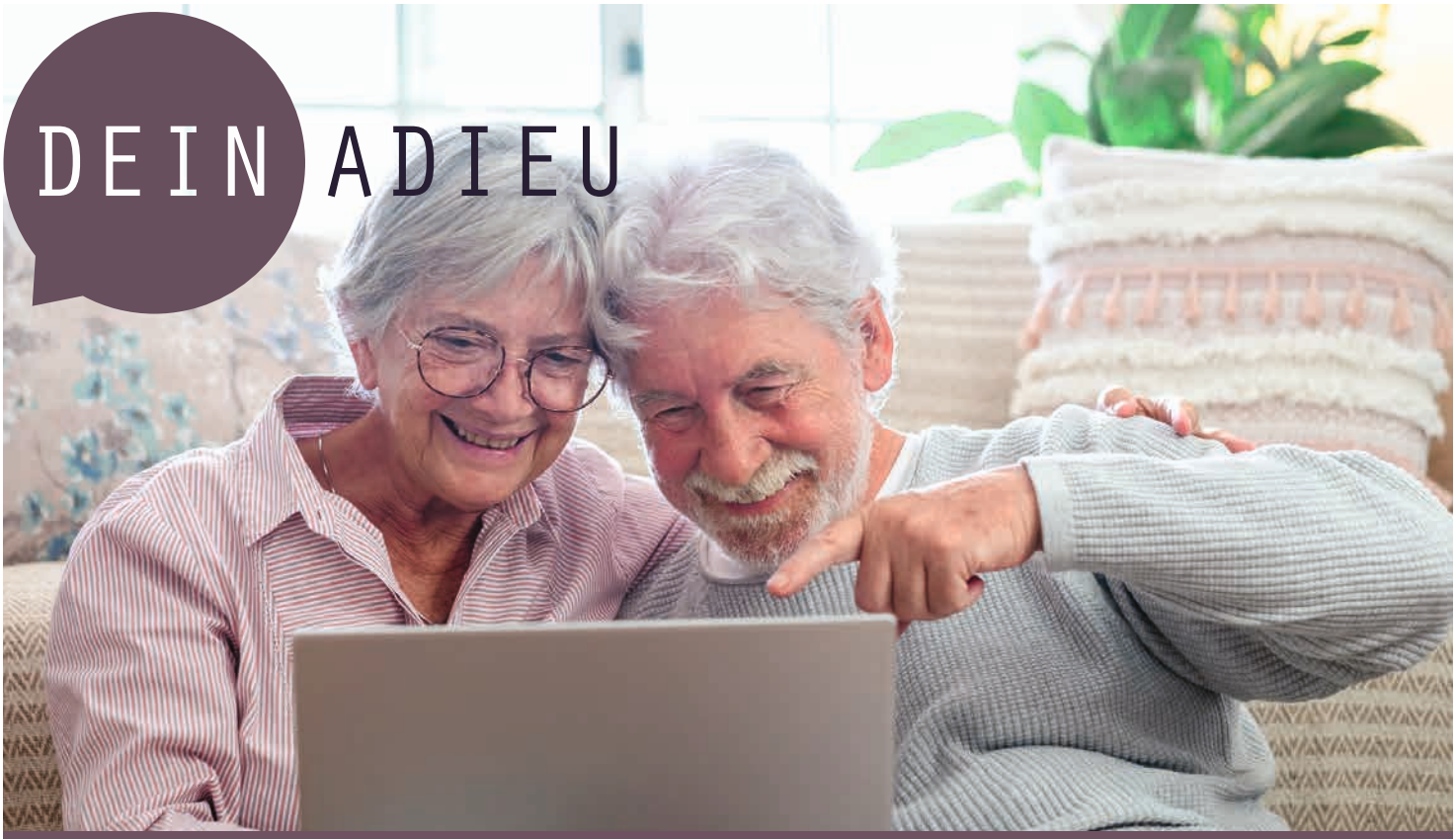
Ach, wie toll flutscht das doch beim Online-Einkauf! Da wird sofort nach Eingang der Bestellung geantwortet, die Benachrichtigung, dass die Lieferung da ist, poppt auf dem Mobiltelefon auf, und zum Schluss gibt es noch eine Geld-zurück-Garantie. Das geht alles sehr geschmeidig, und das erwarten wir mittlerweile auch so.

Zu blöd für Gemeinnützige. Sie sollen das alles nämlich genauso erledigen. Das könnten sie auch, wenn das alles nur nichts kosten dürfte. Kein Mensch schreibt dem Sales-Manager eines Online-Shops vor, welches Auto er fahren soll. Keiner fragt die Parfümerie-Verkäuferin, ob sie ehrenamtlich arbeitet, und keiner fordert einen Gebührenverzicht von der Bank. Doch bei den Gemeinnützigen soll alles hochprofessionell und dabei wie von Geisterhand funktionieren? Hauptsache die eigene Spende „kommt zu 100 Prozent an". Wie egoistisch ist das denn?!

Wonach werden Organisationen eigentlich beurteilt: Nach ihrer Leistung oder nach der Quote der Kostenvermeidung? Wer will, dass seine Spende ausschließlich ins Projekt fließt, muss sich seine Spendenquittung dann halt selber schicken. Vorher hat er schon die Vereinswebsite programmiert und den Newsletter getextet. Ach ja, und die Buchhaltung des Vereins macht er auch noch schnell – natürlich fachkompetent.

Sind die Gemeinnützigen selber schuld an diesem Egoismus? Ich sage: Sprecht nicht nur über das Gute, das mit den Spenden erreicht wird, sondern auch über die vielfältige Arbeit, die dahintersteckt.

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



DeinAdieu: Das führende Erbschaftsfundraising-Portal in der Schweiz – neu auch in Deutschland!

Bei Erbschaften entgehen gemeinnützigen Organsationen in der Schweiz und Deutschland Jahr für Jahr Milliarden - auch wegen fehlenden Testamenten.

Mit Hilfe unseres Testament-Generators erstellen Private innert Minuten ihr individuelles Testament und begünstigen bei Interesse per Mausklick eine Partnerorganisation.

Ihre Vorteile als Partner-Organisation:

- ✓ **Digitales Erbschafts-Fundraising 7x24**
- ✓ **Simple Website-Integration**
- ✓ **Messbare Leads gewinnen**
- ✓ **Tiefer Personalaufwand**
- ✓ **Dutzende Ratgeber und Vorlagen auf Abruf**
- ✓ **Erstberatung von Privaten durch Erbrechts-ExpertInnen**
- ✓ **Transparentes Abo-Preismodell**

SCANNEN &
MEHR ERFAHREN

DeinAdieu: mehr Erfolg mit Online-Erbschaftsmarketing

www.deinadieu.ch /.de

Drei Fragen an … Christin Eugster

Die Firma ANT bietet neue Software zur Kontaktverwaltung für kleine NGOs an

? Ihre neue Software heißt „Kaleido: Kontakte". Für welche Organisationen ist sie geeignet?

Die Software eignet sich für Organisationen, die eine standardisierte, intuitive und innovative Kontaktverwaltung suchen. Mitarbeitende verbringen teils immer noch Stunden mit der Aktualisierung von Kontakten in Excel oder mühen sich mit veralteter, zweckfremder Software ab. Mit „Kaleido:Kontakte" bieten wir eine NPO-spezifische und moderne Lösung, die in Salesforce integriert ist. Ein Ausbau ist also auch möglich.

? Was sind die Vorteile dieser Lösung?

„Kaleido:Kontakte" ist ein Standardprodukt, das Best-Practices für NPOs bietet. DACH-spezifische Anreden und Titel erlauben z. B. die korrekte Anschrift von Spendenden. Dank der Standardisierung sind die Kosten zudem geringer als bei einer individuell angepassten Lösung. Die Software lässt sich nach der Installation direkt nutzen und erfordert keine aufwändigen Anpassungen. Zudem liefern wir regelmäßige Updates. Die Organisation muss sich also nicht selbst um das Know-how zur Weiterentwicklung der Software kümmern.

Christin Eugster …

… ist Marketingleiterin der ANT Informatik AG. ANT bietet jetzt auch kleinen und mittleren Organisationen eine Standard-Software zur Kontaktverwaltung an.

? Warum verbreitert die ANT-Informatik AG ihr Portfolio für kleinere und mittlere Organisationen?

Auch kleine und mittlere Organisation wollen ihr Fundraising weiterentwickeln und professionalisieren. Der Grundstein dazu ist eine effiziente und NPO-spezifische Kontaktverwaltung. Mit „Kaleido:Kontakte" haben wir eine Lösung entwickelt, mit der Organisationen mitwachsen können.

▶ https://kaleidokontakte.ant-informatik.ch

Kurzgefasst …

Lobbyregister: keine Offenlegung von Spendenden

Die deutsche Regierungskoalition brachte im Dezember den Antrag (DRS 20/4806) in den Bundestag ein, die Vorschriften des Lobbyregistergesetzes zur Offenlegung von Spendenden bis zum Ende des Jahres 2023 auszusetzen. Damit soll es spendenfinanzierten Organisationen erlassen werden, die Quellen ihrer Finanzen zu benennen.

▶ www.degepol.de

Neues Charity Tool für Spendenstreams auf Twitch

Ein neues Charity Tool im Creator Dashboard bietet mehr Möglichkeiten: Einrichten einer Spenden-Aktion mit wenigen Klicks, Twitch erhält keine Anteile an den Spenden, direkte Überweisung der Spenden an „PayPal Giving Fund". Von dort kommen automatisch Spendenbestätigungen per Mail. Außerdem sind Spenden im Aktivitätenfeed nachverfolgbar.

▶ www.twitch.tv

Angebotsfinder für den digitalen Wandel

Die Akademie für Ehrenamtlichkeit hat mit sechs weiteren Qualifizierungsanbietern eine Plattform für digitalen Wandel geschaffen. Dort finden sich Qualifizierungsangebote zu verschiedenen Themen wie „Kommunikation & Kollaboration", „Organisationsentwicklung", „Tools", „Digitales Engagement und Ehrenamt" oder „Verwaltung & Prozesse".

▶ www.so-geht-digital.de/angebotsfinder

Corporate Social Mind Report

Trotz gegenwärtiger Krisen erwarten fast 60 Prozent der deutschen Konsumenten von Unternehmen, sich gesellschaftlich zu engagieren – ein leichter Anstieg im Vergleich zum Vorjahr. Hierbei erwägen etwa 44 Prozent beim Kauf eines neuen Produkts die Folgen für die Umwelt. Das ist das Ergebnis der repräsentativen Studie „Der Corporate Social Mind Report" von Wider Sense, einem Beratungsunternehmen für gesellschaftlichen Wandel.

▶ www.widersense.org

Bewegung, Kultur und Gesundheit

Das deutsche Familienministerium bringt gemeinsam mit der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (DKJS), der Gesellschaft für soziale Unternehmensberatung (gsub) und der Stiftung SPI „Das Zukunftspaket für Bewegung, Kultur und Gesundheit" auf den Weg, das ab 2023 Kinder und Jugendliche unterstützt, Projekte in den Bereichen Bewegung, Kultur und Gesundheit zu entwickeln und umzusetzen.

▶ www.das-zukunftspaket.de

SAZ –
Damit Ihre
Mailings

Wir reduzieren Streuverluste um bis zu 30 %

auch wirklich
gut ankommen.

ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG
12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION
13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ
17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE

Vermeiden Sie Streuverluste mit Adress-Services und Zielgruppen-Adressen von SAZ

Unzustellbarkeitsprüfung • Umzugsadressen • Verstorbenen-Datenbank • Adress-Bereinigung • Adressvervollständigung • Neuspender-Adressen

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

Ein Wasser, das Menschenleben kostet – erTrinkwasser ist reines Mittelmeerwasser und Kern einer neuen Kampagne der zivilen Seenotrettungs-Organisation Sea-Watch e.V. und der Agentur GUD.berlin. Die Kampagne soll an das Sterben von flüchtenden Menschen vor den Grenzen Europas erinnern und Geld für ein neues Rettungsschiff, die Sea-Watch 5, sammeln. ▶ https://sea-watch.org

Spenden in Österreich

Für das Jahr 2022 hat der Fundraising-Verband Austria ein Spendenaufkommen von 900 Millionen Euro angegeben. Das Aufkommen im dritten Pandemie-Jahr hat mit dem zweitgrößten Wachstum des Jahrzehnts die Erwartungen übertroffen. Während vor allem die Zwecke Tiere und Umwelt, aber auch Soziales und Kinder deutliche Zuwächse verzeichneten, trat die Internationale Hilfe in den Hintergrund. Vereine der Entwicklungszusammenarbeit verloren gegenüber 2020 rund 8,5 Millionen Euro (– 5 %).

▶ www.fundraising.at

Spenden in Deutschland

Wie das Statistische Bundesamt (Destatis) im Dezember mitteilte, haben 11,4 Millionen Steuerpflichtige in Deutschland für das Jahr 2018 insgesamt 6,8 Milliarden Euro als Spende in ihrer Steuererklärung angegeben. Das sind neue Höchstwerte, allerdings stieg die Spendenhöhe im Vergleich zum Vorjahr nur leicht um 0,9 Prozent. Bundesweit gaben damit 39 Prozent der Steuerpflichtigen Spenden in ihrer Steuererklärung an. Der mittlere Spendenbetrag lag gemessen am Median bei 125 Euro.

▶ www.destatis.de

Spenden in der Schweiz

Das Jahrbuch der Hilfswerke untersucht jährlich die Geschäftsberichte und Jahresrechnungen von mehrheitlich Zewo-zertifizierten gemeinnützigen, spendensammelnden Organisationen in der Schweiz. Es gibt eine breite Übersicht über Finanz- und andere Kennzahlen dieser spendenfinanzierten Non-Profit-Organisationen. Die Ausgabe für das Jahr 2022 ist jetzt erschienen und steht wie immer zum kostenlosen Download zur Verfügung unter:

▶ www.ceps.unibas.ch/de/publikationen

Fundraising SYMPOSIUM

Erfahrungsaustausch für
Fundraising-Profis zum Thema

Digitalen Wandel im Fundraising gestalten

23. und 24. März 2023
Goethe-Universität
Frankfurt am Main

KEYNOTE-SPEAKER
Nahed Hatahet
Simon Scriver

Jaume Plensa: „Body of Knowledge“
2010 gestiftet von der Johanna Quandt-Stiftung

FREUNDLICH UNTERSTÜTZT VON

ant Gutes besser tun. · TeleDIALOG Telefon-Fundraising · DIE ZEIT VERLAGSGRUPPE · RaiseNow · Fundraising Akademie WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN. · PPA Programmatic Print Alliance

EINE VERANSTALTUNG DES FUNDRAISING magazin AN DER GOETHE UNIVERSITÄT FRANKFURT AM MAIN

Informationen und Anmeldung
www.fundraising-symposium.de

Neues und Gutes aus dem FUNDRAISING magazin SHOP

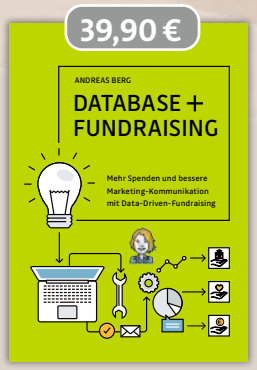
FACHBUCH
Fundraising Coach
von Kai W. Dörfner

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

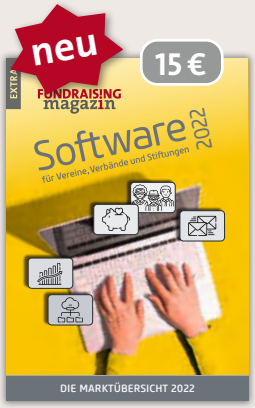
Nützliche EXTRA-Hefte zu ausgewählten Themen

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 Spender-Daten

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.

Daten sind der Schatz jeder Organisation, sofern sie gut gepflegt, aktuell und gut verwahrt sind. Adressen von Spenderinnen und Spendern zählen natürlich dazu. Eine Organisation mittlerer Größe beschloss, ihre Daten endlich in ein modernes Customer-Relationship-Management (CRM) zu überführen und wandte sich dazu an einen entsprechenden Anbieter. Aufgabe war nicht nur, ein neues System zu installieren, sondern auch die 15 000 Kontakte der Organisation in die neue Datenbank zu migrieren. Alles sollte auch sehr schnell gehen.

Doch dann stockte der Prozess. Die Monate verstrichen und irgendwann meldete sich die Organisation wieder bei der Firma, um mitzuteilen, dass sie das neue CRM nun mit einer Datenmigration von nur noch 3000 Kontakten erwerben würde. Dem Kundenberater kam das spanisch vor. Wo waren die restlichen 12 000 Adressen geblieben?

Auf seine Nachfrage hin rückte die Organisation mit der Wahrheit heraus: Diese Daten waren von einer Person, die ehrenamtlich für die Organisation tätig war, versehentlich gelöscht worden. Die Adressen der Spenderinnen und Spender waren bisher allesamt in Excel-Dateien und nur auf einem einzigen Computer ohne Back-up gespeichert gewesen. Rettungsversuche scheiterten.

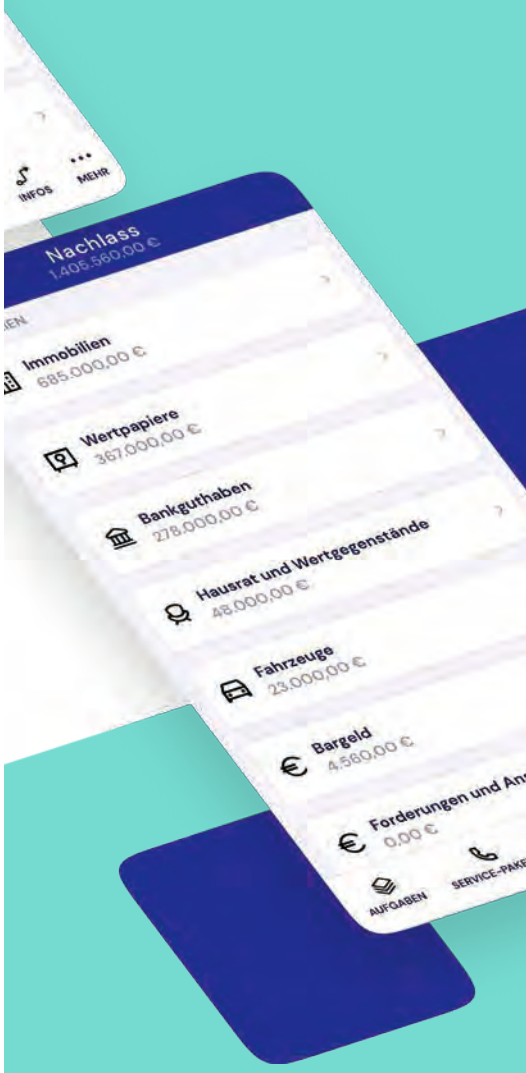
Nun war guter Rat teuer. Die Organisation plagten sogar extreme Existenzängste und sie wagte die Flucht nach vorn. Über ihre Website und den Newsletter-Verteiler startete sie eine Kampagne mit der Bitte, erneut online zu spenden. Dafür gestaltete sie extra ein eigenes Spendenformular mit einem bestimmten Projekt. Der Fehler wurde offen kommuniziert. Jeder Unterstützer wusste also, dass es bei dieser Aktion auch um die verloren gegangenen Spenderdaten ging. Diese Transparenz überzeugte offensichtlich: Die Organisation konnte nach neun Monaten etwa 85 Prozent ihres Spenderinnen- und Spender-Bestandes rekonstruieren und ist heute größer und digitaler als je zuvor.

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

Unterwerfung kostet!

Persönliche Gedanken von Anna Maria Weber

Neulich auf einer Netzwerk-Veranstaltung erzählten mir zwei nette Stiftungsmitarbeiterinnen von einem Förderprogramm, bei dem wir uns unbedingt bewerben sollten. Es gehe um Demokratieförderung und es gäbe Geld für Arbeitsstellen und Mietkosten. Ich bekam gute Laune und freute mich darüber, dass sich so langsam auch in Stiftungen die Erkenntnis durchzusetzen scheint, dass auch NGOs ihre Leute bezahlen müssen – und dass das die Grundlage für Projekte und nachhaltige Arbeit ist. Beschwingt radelte ich nach Hause.

Drei Tage später sitze ich mit meiner Kollegin zusammen. Begeisterung ist das eine – sachliche Analyse und Vier-Augen-Prinzip das andere. Zu oft sind wir in der Vergangenheit munter ins nächste Projekt galoppiert, um dann etwas verspätet festzustellen: 1. Da hängt viel mehr Arbeit dran, als wir dachten. 2. Eine vermeintliche Erleichterung bindet so viele Ressourcen, dass wir am Ende drauflegen.

Und auch hier stellte sich raus, dass wir etwa die Hälfte der Fördersumme in Arbeitszeit investieren müssten, die ohne die Förderung nicht anfallen würde. Außerdem wäre die Auszahlung an die Erreichung von Meilensteinen gebunden. Diese dürften wir zwar selbst definieren, sie dürfen sich aber nicht auf unseren Geschäftsbereich beziehen. Der Bereich also, den wir maßgeblich entwickeln müssen, wenn wir irgendwann mal ohne den ganzen Förder-Tanz auskommen wollen. Mich beschleicht ein müdes, graues Gefühl. Vielleicht können wir die Meilensteine ja dann so formulieren, dass wir sie leicht erreichen? Und vielleicht hätten wir ja doch auch was davon, wenn wir das mit der Wirkungslogik noch mal vertiefen? Pragmatisch und kreativ durchdenken wir mögliche Szenarien. Irgendwie muss das doch möglich sein. Können wir nicht … ah, nee. Aber vielleicht so … Nein, auch nicht.

Mein graues Gefühl wird zu Wut. Wut darauf, dass so oft von der falschen Seite aus gedacht wird. Warum definieren eigentlich Stiftungen die Programme, in die wir uns reinzwängen sollen? Warum fragt uns nicht einfach jemand, was wir gerade brauchen, damit wir unsere Arbeit machen können? Warum bauen wir keine langfristigen Beziehungen auf, in denen dann auch diejenigen ehrlich sprechen können, die weniger Macht und Einfluss haben? Warum haben so wenige Menschen in machtvollen Positionen gelernt, wirklich zuzuhören? Einfach das zu tun, was gerade gut und sinnvoll ist und ihr Ego hintzustellen? Ich weiß es nicht.

Ich weiß nur, dass wir diesen Antrag nicht stellen werden. Denn wir wollen unsere Kraft dort einsetzen, wo sie wirklich gebraucht wird. Wir wollen uns nicht mehr unterwerfen. Wenn wir dies tun, dann oft nur, weil die Machtverhältnisse so ungleich sind, dass wir nicht anders können. Wenn wir uns unterwerfen müssen, um überhaupt existieren zu dürfen. Aber diese Unterwerfung kostet. Sie kostet nicht nur reales Geld, sondern auch Würde, Selbstwert und Kraft. Kraft, die wir alle woanders viel besser und effektiver einsetzen können.

Statt den Antrag schreibe ich nun diesen Text. Denn offen zu sprechen, ist der erste Schritt für echte Veränderung.

Anna Maria Weber ist Teil des Leitungsteams von „ACT e. V. Führe Regie über dein Leben!“. Die Organisation setzt sich dafür ein, dass Menschen systematisch lernen, Verantwortung für sich und andere zu übernehmen. Das Konzept, mit dem ACT arbeitet, heißt „Veto-Prinzip“ und wurde von der Lehrerin Maike Plath in der Praxis entwickelt. Der Verein ist in der Jugendarbeit und in der Erwachsenenbildung tätig.
▶ www.act-berlin.de

Das Spendenjahr 2022 hat uns vor nie dagewesene Herausforderungen gestellt.
Dennoch haben unsere NGO-Partner dank einer permanenten Anpassung sämtlicher strategischer Fundraising-Maßnahmen ihre vor Jahresbeginn prognostizierten Ziele erreicht!
Wir sind dafür sehr dankbar und glücklich. Und wie zufrieden sind Sie?

Alexander Thurow freut sich über Ihre Nachricht: 05131/452250 (athurow@marketwing.de)

marketwing®

„Der übergreifende Markenkern einer jeden NGO ist Ehrlichkeit“

„Marken- und Kommunikationsmanagement“ ist ein sperriger Begriff. Deshalb nennt sich Inga Ellen Kastens lieber kreative Methodenentwicklerin. Seit gut zwölf Jahren ist sie als selbstständige Beraterin mit Leidenschaft für Sprache unterwegs. Die promovierte Philologin bringt Marke und Kommunikation zusammen und hat dem Fundraising-Magazin erklärt, warum die sozialen Medien gerade für kleinere NGOs eine nützliche Spielwiese darstellen. Außerdem empfiehlt sie den Schulterschluss mit dem privatwirtschaftlichen Sektor.

Von RICO STEHFEST

Wenn die Spenden für die eigene Organisation unerwartet nicht mehr fließen wollen, kann das die unterschiedlichsten Ursachen haben. Nicht unbedingt aber kommt man auf die Idee, dass es an der Art der Kommunikation mit den Spenderinnen und Spendern liegen kann. Das ist Inga Ellen Kastens bewusst. Und genau deshalb wirft sie als Beraterin immer gern mal ein Auge auf Kommunikationsstrategien und die Positionierung einer NGO als Marke. Dabei hatte sie sich ursprünglich beruflich in der Wissenschaft gesehen: „Ich grüble gern. Ich bin sehr neugierig, will die Dinge aber vor allem in die Praxis bringen. Mir geht es um die Fragen, wie eine Gesellschaft spricht, warum sie es tut und warum vielleicht nicht.“

In Berührung mit dem gemeinnützigen Sektor kam sie schon ziemlich früh. Schon im Alter von elf Jahren war sie Mitglied in Tierrechtsorganisationen. Das bedeutet, dass sie eigentlich „auf jeden Fall“, wie sie meint, in einer NGO arbeiten wollte. Die Berührungspunkte sollten sich dann aber doch etwas anders entwickeln. Nach ihrer Promotion war sie zwei Jahre selbstständig in Köln unterwegs, später in Zürich, wo sie über mehrere Jahre hinweg eine große Menschenrechtsorganisation beraten hat. Deren Probleme waren ganz grundlegender Art, wie sie erklärt: „Die Organisation war viel im Ausland unterwegs und hat die klassische Hilfe zur Selbsthilfe ermöglichen wollen. Das hat sie auch sehr überzeugend umgesetzt. Das Problem war nur, dass die Schweizer der Ansicht waren, in dem Projektland wäre ja eh alles korrupt und das Geld käme doch sowieso nicht an. Also keine Nachhaltigkeit. Da war also ein Knoten im Kopf, hinter den wir erst mal steigen mussten. Wir haben dann bestimmt ein Jahr lang qualitative Studien durchgeführt, quer durch die Bevölkerung. Wir haben damit die Denk- und Wissensblockade entdeckt. Indem wir feine Impulse gesetzt haben, konnten wir neue Denkräume eröffnen.“

Was sind Faktoren für Vertrauen?

Wie aber lässt sich so was konkret schaffen? Die Herausforderung liegt laut Kastens darin, dass eine Organisation seit Jahren auf eine bestimmte Weise kommuniziere und dann eben irgendwann bemerke, dass sie damit wie von einer Mauer abpralle, ihre Zielgruppe also nicht erreiche. „In unseren Maßnahmen sind wir dann extrem auf die persönliche Ebene gegangen. Wir haben die Mitarbeiter der Organisation gezeigt, Menschen, die vor Ort waren und die die Spender vielleicht sogar schon kannten. Denn die Frage ist, wie kann man einem Fremden zeigen, dass man es ehrlich meint? Was sind semantische Faktoren für Ehrlichkeit und Vertrauen?“ Festmachen lasse sich sowas beispielsweise im Bereich der Fotos, wie Kastens anmerkt. Auf Hochglanzfotos könne man beispielsweise verzichten und stattdessen Material nutzen, das Ecken und Kanten aufweise. „Wir haben damit gezeigt, wie die Dinge wirklich sind. Ich bin auch dafür, viel mehr Fehler in eine Kommunikationsstrategie einzubinden. Das ist doch wie bei einem Date: Wenn ich drei Stunden lang nur davon rede, wie toll ich bin, kann das nicht gut gehen.“ Das bedeutet für sie auch: nicht nur aussenden, sondern auch zuhören. Die Frage nach Authentizität ist da für jede Organisation anders zu beantworten. Für dergleichen brauche es auch Mut. Aber die Einbindung persönlicher Berichte hat ihrer Erfahrung nach gute Wirkung erzielt.

Gleichzeitig beklagt Kastens eine „Homogenisierung der Kommunikation“, eine Gleichmacherei, bei der „die typische NGO-Sprache zunehmend von durchschnittlichen Wirtschaftsunternehmen okkupiert“ werde. Gut sein, besser machen, nachhaltig, grün, Kreislaufwirtschaft … Diese Stichworte sind es. „Der Sprachwettbewerb ist für die NGOs vielfach größer geworden. Das finde ich sehr schade, weil die kleinen Organisationen, die tolle Arbeit machen, keine Macht über die Kanäle finden.“

Wie aber ließe sich dieses Dilemma auflösen? Kastens denkt da an eine Notwendigkeit des Gewahrwerdens. Nicht nur der Blick darauf, wie man als Organisation mit den eigenen „Beziehungsgruppen“ … ▶

... spreche oder diese mit der Organisation, sei entscheidend. Auf den Blick nach links und rechts komme es genauso an. „Man sollte ein Bewusstsein für den Sprachmarkt und dessen Akteure gewinnen." Ein Blick von außen zeige schnell, dass wir alle gleich sprechen. Das bedeute auch, dass Aspekte wie Ehrlichkeit und Glaubwürdigkeit, die NGOs noch vor einigen Jahren fast automatisch zugesprochen bekommen haben, in Gefahr seien, zu erodieren. „Wir können nicht einfach nur mehr sagen: ‚Die tun doch was Gutes!'. Wir müssen vielmehr spezifizieren, welche NGO wir meinen." Als Beispiele nennt sie Greenpeace und PETA. In deren Arbeit sehe sie eine Vernetzung und Verbindung mit derart vielen wirtschaftlichen Akteuren, dass diese Organisationen ganz neue Zugänge zum Sprachmarkt erhalten hätten. Mit Herausforderungen konfrontiert sähen sich demzufolge die NGOs „im Mittelklassesegment, die über soziale Medien Aufmerksamkeit generieren". Diese sollten unbedingt ihrem Ziel treu bleiben. Denn: „Viele dieser NGOs, die ich über die letzten 20 Jahre beobachtet habe, haben einen ungünstigen Kommunikationsstil entwickelt."

„Militante" Vegetarierin

Kastens kennt das aus der eigenen Vergangenheit. Lange Jahre hat sie sich vegan ernährt. Heute isst sie bewusst und selten Fleisch. In ihrem jugendlichen Sendungsbewusstsein hatte sie sich als „militante" Vegetarierin im Supermarkt am Fleischregal mit anderen Kunden angelegt. Ihre Maßregelungen stießen dabei auf taube Ohren. Und genau das ist der Punkt, wie sie erkannt hat: „Ich habe kritisiert und damit eine kommunikative Front hochgezogen. Ich bin konfrontativ und ungefiltert an die Menschen herangetreten und habe einen Schwall an Kommunikation geboten. Die Wirkung dessen war schlecht." Wie es richtig und vor allem erfolgreich geht, zeigt für sie das Beispiel von Provieh, einem Verein gegen tierquälerische Massentierhaltung: „Die nehmen eine richtig tolle Vermittlerposition ein. Solange Fleisch gegessen wird, müssen wir dafür sorgen, dass es dem Tier gut geht." Kein Anprangern, sondern das Aufzeigen positiver Ansätze und Entwicklungsmöglichkeiten. Niemand missioniert dort für vegetarische Ernährung. Und dass, so Kastens, obwohl sich die meisten Team-Mitglieder vegan ernährten.

Eine anklagende Ausrichtung, wie sie nach wie vor von anderen Organisationen gelebt wird, missfällt Kastens. „Bist du nicht für mich, bist du gegen mich. So was läuft dem Bemühen um Verständigung und Vermittlung komplett entgegen. Zweck von Kommunikation ist doch der Beziehungsaufbau." Wirft man einen Blick in die sozialen Medien, lässt sich dort leicht eine Weiterführung dieses Ansatzes erkennen. Auch radikale Tierrechtsaktivisten schrecken mitunter nicht vor Bedrohungen zurück.

Kommunikation ist kein Marketingtool

Der Fehler im System liegt laut Kastens darin, Kommunikation als Marketingtool zu verstehen: „Seit Jahren versuche ich, das Marketing rauszudrängen und Kommunikation in den Vordergrund zu bringen. Gerade da bieten sich die sozialen Medien an. Die bieten die Möglichkeit direkter Kommunikation plus Reichweite. Da die Big Player in allen möglichen Diskursen mittendrin und dabei sehr beeinflussend sind, sind für die Mittelfeld-NGOs die sozialen Medien ein absoluter Segen." Dort könne man kurzfristig planen, schnell umsetzen, Prozesse in Gang setzen und Aktionen auslösen. Crowdfunding wäre ja beispielsweise ohne Social-Media gar nicht denkbar. Followerzahlen sollten dabei relativ zur Größe der NGO betrachtet werden. Die kleineren stünden da im Verhältnis oft besser da als die großen.

Die Besonderheit der Kommunikation via soziale Medien bieten einfache Wege, die eigene Integrität unter Beweis zu stellen. „Da kann man Nahbarkeit zeigen, die Menschen hinter den Projekten. Aber eben nicht als Marketing, sondern weil sie es wollen. Das ist der übergreifende Markenkern jeder NGO: Ehrlichkeit." Redlichkeit versteht sie darunter und Werteorientierung. Diese Aspekte müssten für einen auch nicht immer leicht sein. Habe man sich aber dafür entschieden, bildeten sie einen inneren „Konnektor". Sie machen die Menschen einer NGO gerade so wichtig. Und eben nicht als Marketingtool, sondern als Vertreter einer verbindenden Haltung. Integrität bedeutet dabei auch, dass man nicht jedem gefallen könne. Diese innere Haltung verleiht jedoch die Möglichkeit, Verbindungen zu anderen Menschen aufzubauen. „Früher konnte man eine Organisation über eine Spende unterstützen. Heute gibt es viel mehr Möglichkeiten. Die NGOs können heute direkt mit ihren Unterstützern kommunizieren und positive Impulse geben, wie man Ziele auch gemeinsam erreichen kann."

Das System irritieren, Diskurse beeinflussen

Wie das aussehen kann, zeigt sie mit ihrem eigenen Blog „Weidefunk", der vor zwei Jahren entstanden ist. Dort werden bäuerliche Projekte vorgestellt, im Rahmen derer artgerechte Tierhaltung mit der entsprechenden Produktion und dem Vertrieb der jeweiligen Produkte gelebt werden. Und auch hier geht es nicht darum, dem Fleischkonsum zu entsagen. „Kauft bei den Guten!", so der Slogan. Dass die schönen Fotos mit den glücklichen Tieren keine Augenwischerei sind, hat Kastens überzeugend erläutert. Es gehe ihr darum, Diskurse zu beeinflussen. Sie wolle das System irritieren und dazu anregen, Konzepte neu zu denken.

Um nicht zu den Bekehrten zu predigen, sieht sie die grundlegende Notwendigkeit eines Schulterschlusses, auch mit Unternehmen: „Das EU-weite Lieferkettengesetz wird kommen. Und es wird immer mehr Unternehmen erfassen. Hier können NGOs ansetzen und Druck ausüben. Sie hätten dabei die Möglichkeit kommunikativer Begleitung und könnten so eine ganz neue Rolle finden."

- www.ingaellenkastens.de
- www.weidefunk.de
- www.provieh.de

OM has landed!

Wie die Spiegel im Kaleidoskop ein Gesamtbild erzeugen, ordnet die Data-Platform «Kaleido» die Daten aus den verschiedenen Systemen zu einer aussagekräftigen Gesamtsicht auf die Organisation, ihre Prozesse und Daten. Die Anbindung von OM ergänzt sie mit einer 360°-Sicht auf Spendende, Mitglieder und weitere Stakeholder.

kaleido-npo.ch | creativ.ch

creati</> SOFTWARE

WIR MACHEN KOMPLEXES EINFACH

Finde die Mitte …

Warum im mittleren Spenden-Segment großes Potenzial steckt

Die Felsen in der Krisen-Brandung

Eine vielversprechende Möglichkeit für NPOs, um den Sturm der Krisen gut zu überstehen: Suchen Sie Halt an den Felsen! Das Spendensegment der Middle Donors bietet dafür großes Potenzial.

Seite 22

Sprechen Sie MiDo?

Sie wissen, wer Ihre Middle Donors sind. Doch wie spricht man diese nun am besten an? Und was braucht es, um diese wichtige Zielgruppe dauerhaft an die Organisation zu binden?

Seite 24

Bindung wirkt, Wirkung bindet

Unsere Middle Donors: Wer ist das eigentlich, und was können wir für sie tun? Eine spenderzentrierte Perspektive auf das Upgrading von Middle Donors.

Seite 26

Halten, upgraden, stabilisieren ...

Das mittlere Segment in der Spendenpyramide wird oft vergessen. So kommen Sie zu einem eigenen Middle-Donors-Programm.

Seite 28

Den richtigen Anker setzen

Die Middle Donors gelten als die heimlichen Stars jeder Spenden-Datenbank. Aber wie finde ich heraus, wie viel Menschen bereit sind, tatsächlich zu geben?

Seite 30

Die Felsen in der Krisen-Brandung

Das Spendensegment der Middle Donors bietet großes Potenzial

Drei Jahre lang von einer Krise zur nächsten zu stolpern kann sich schon mal anfühlen, als würde man immer wieder von der stürmischen See gegen die Felsen der Küste geworfen. Rekordinflation, Krieg und Pandemie haben nicht nur die Bevölkerung verunsichert, auch Unternehmen und gemeinnützige Organisationen macht die unsichere Zukunft zu schaffen. Eine vielversprechende Möglichkeit für NPOs, um den Sturm gut zu überstehen, gibt es aber: Suchen Sie Halt an den Felsen!

Von KARIN SOMMER

Vielleicht fragen Sie sich, was diese Metapher mit Fundraising zu tun hat. Es gibt eine Gruppe Spendender, die Middle Donors, die zwar ebenso von der Teuerung betroffen sind wie alle anderen Menschen, aber dank ihrer guten Einkommenssituation kaum Einschränkungen im Alltag spüren – eben wie Felsen in der Brandung. Sie geben – verglichen mit einkommensschwachen Bevölkerungsschichten – einen kleineren Anteil ihres Geldes für Wohnen, Energie und Lebensmittel aus. Zusätzlich haben sie oft finanzielle Rücklagen, die ihnen eine gute Portion Krisen-Resilienz verleihen.

Ob sich die Teuerungskrise als nachhaltiger Spendenrückgang bemerkbar machen wird, ist noch nicht abzusehen. Vielleicht müssen manche NPOs Einsparungen in Kauf nehmen – doch sparen Sie bloß nicht beim Fundraising! Um gestärkt aus der Krise hervorzugehen, sollten Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising sogar intensiviert werden. Wie wäre es also mit einem – für die meisten – ganz neuen Fundraising-Programm?

Finden Sie Ihre Mitte!

In den meisten NPOs bilden die Middle Donors das kleinste Segment an Spendenden. Trotzdem sind sie oft für einen Löwenanteil der Einnahmen verantwortlich. Sie geben aber (noch) zu wenig, um in die Großspenden-Programme zu fallen, und haben auch nicht zwingend Patenschaften oder andere Dauerspenden-Aufträge. So erhalten sie keine spezielle Betreuung, obwohl großes Potenzial in ihnen schlummert. Sie sind nämlich diejenigen, die oft schon lange Jahre spenden und durch guten Beziehungsaufbau und strategisches Upgrading zu Middle Donors geworden sind. Der logische nächste Schritt wäre, sie weiter auszubauen und damit neue Major Donor Prospects zu gewinnen.

In einem ersten Schritt sollten Sie definieren, wer Ihre Middle Donors sind. Dafür gibt es keine vorgefertigte Skala – die Mitte

Sicher durch die Krise

Weitere Tipps für NPOs, um sicher durch die Krise zu kommen, finden Sie im Blog der FundraisingBox.

▶ https://blog.fundraisingbox.com

Best-Practice-Beispiele

... aus dem englischsprachigen Raum, die sich beim Beziehungsaufbau und beim Upgrading in Richtung Major Donor bewährt haben:

- persönliche Ansprechperson festlegen
- Anrufe zur Bedankung und um nach Feedback zu fragen
- Einbindung in Fundraising-Kampagnen als Multiplikatoren
- Einladungen zu exklusiven Events
- Bereitstellung von exklusivem Content
- handgeschriebene Briefe, Geburtstagsgrüße etc.

wird durch Ihre bestehende Spender-Basis vorgegeben (und kann sich im Laufe der Zeit auch verändern).

Sortierung der Beträge

Schritt 1: Der Median an Spenden eines Jahres ist die Ausgangsbasis. Das ist nicht die Durchschnittsspende, sondern der mittlere Wert zwischen den kleinsten und größten Spendenbeträgen. Die eine Hälfte der Spenden liegt unter, die andere über dem Median. Exportieren Sie alle Spenden des letzten Jahres aus Ihrem CRM und bringen Sie die Beträge in eine auf- oder absteigende Reihenfolge. Der Wert in der Mitte ist Ihr Median.

Schritt 2: Legen Sie den Middle-Donor-Bereich fest. Angenommen, für Ihre NPO beginnen Großspenden bei 1000 Euro und Ihr Spenden-Median liegt bei 380 Euro, könnte der Bereich beispielsweise 250 bis 999 Euro sein. Weitere Segmentierung ist sicher sinnvoll, zum Beispiel nach Häufigkeit der Spenden, ehrenamtlichem Engagement oder niedrigeren und höheren Beträgen. Auch hier kann Ihnen ein gutes CRM eine große Hilfe sein.

Ein Middle-Donor-Programm entwerfen

Jetzt können Sie ein spezielles Programm für Ihre Middle Donors aufsetzen. Es sollte eine Betreuung sein, die jener von Großspendern ähnlich ist – wenn auch insgesamt weniger aufwendig. So erhalten diese besonders treuen und engagierten Menschen die Aufmerksamkeit, die sie verdienen, und binden sich noch stärker an die Organisation.

Da es sich bei Middle Donors um Menschen handelt, die von Ihren Zielen bereits überzeugt sind, werden sie auch in Krisenzeiten zu Ihnen halten. Durch sie können NPOs nicht nur langfristig die Menge potenzieller Major Donors erhöhen, sondern auch mittelfristig schwierige Zeiten überstehen. Ein aktueller Spenden-Ask für Middle Donors sollte auf die prekäre Lage aufmerksam machen und ehrlich kommunizieren. Zum Beispiel könnte man um zusätzliche Spenden bitten, um die Gefährdung von Projekten durch die Teuerung abzufedern oder um die gestiegene Nachfrage nach Hilfsangeboten zu bewältigen. Diese treuen Spendenden werden Ihnen gerne Halt geben.

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.
▶ www.fundraisingbox.com

TeleDIALOG Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

Sprechen Sie MiDo?

Middle Donors richtig ansprechen und an die Organisation binden

Der erste Schritt ist getan: Sie wissen, wer Ihre Middle Donors sind. Wie spricht man diese nun am besten an? Und was braucht es, um diese wichtige Zielgruppe dauerhaft an die Organisation zu binden?

Von UTE NITZSCHE

Als Simon Pecher seine E-Mails abruft, ist ein Newsletter von CARE dabei: „Hallo Simon, wir bei CARE sind überzeugt: Gleichberechtigung ist der Schlüssel dazu, das Leben ganzer Gemeinschaften nachhaltig zum Positiven zu verändern. Wie wir uns gemeinsam mit Deiner Hilfe dafür einsetzen und welche Wirkung das hat, zeigt das folgende CARE-Projekt im Siaya-Bezirk in Kenia: Im Rahmen eines dreijährigen Ernährungsprogramms setzte CARE unter anderem einen Fokus auf die Einbeziehung von Männern in das Thema." Das sind Informationen, die den Softwareentwickler interessieren. Schon seit Jahren ist Simon Pecher Dauerspender und damit als Middle Donor eine wichtige Stütze der NGO. Jeden Monat geht ein mittlerer zweistelliger Betrag per Bankeinzug auf das Konto von CARE. Aus diesem Grund bekommt er regelmäßig Newsletter, in denen die Organisation ihm mitteilt, welche Projekte realisiert werden konnten und wofür aktuell dringend Unterstützung gebraucht wird. Und genau diese Infos wünscht sich der 42-Jährige auch: „Ich finde es gut, dass ich so auch von wichtigen Projekten erfahre, von denen man nicht täglich in den Medien hört, zu deren Umsetzung ich aber mit meinen Spenden beitragen kann."

Maßgeschneiderte Infos

Middle Donors wünschen sich maßgeschneiderte Infos, sie wollen möglichst genau wissen, wo ihr Geld zum Einsatz kommt. Newsletter mit exklusiven Einblicken sind dafür ein guter Weg, gern ergänzt um die Kontaktdaten des zuständigen Kundenbetreuers oder der Kundenbetreuerin. Beim NABU hat man beispielsweise beobachtet, dass die Middle Donors im Schnitt 10 bis 15 Jahre jünger sind als Menschen, die Großspenden leisten, und deshalb viel Wert auf den schnellen und direkten Kontakt legen. Sie wollen sich intensiv über Projekte und Themen informieren, wie Spenderbetreuerin Ariane Missuweit berichtet.

Besondere Klientel

Die mündliche Kommunikation muss natürlich entsprechend abgestimmt sein: „Menschen, die das mittlere Spendensegment bedienen, müssen das Gefühl bekommen, dass sie zu einer besonderen Klientel gehören und mit ihrer Spende etwas Großartiges leisten", weiß auch Eva Fuchs-Mischkulnig, Leiterin der Telefon-Fundraisingagentur Teledialog. Gleichzeitig warnt sie jedoch davor, den Middle Donors allzu überschwänglich zu danken, denn das könne auch schnell unglaubwürdig sein. Sie empfiehlt stattdessen, äußerst professionell und auf Augenhöhe

zu bleiben. Dafür brauche es vor allem gut geschultes Personal an den Telefonen.

Vorsicht bei Spendenbriefen

Vorsicht ist auch beim klassischen Spendenbrief per Post geboten. Beim NABU hat man festgestellt, dass es den Middle Donors extrem wichtig ist, dass keine Gelder verschwendet werden. Ariane Missuweit erklärt: „Präsente, handgeschriebene Karten oder hochwertige Printmaterialien kamen weniger gut an als niedrigschwellige Angebote. Ich möchte deshalb davon abraten, die Bindungselemente für Großspenderinnen und Großspender für Middle Donors zu kopieren." Spender Simon Pecher bestätigt: „Ständige Briefe in Papierform und Präsente, wie beispielsweise ein Einkaufsnetz, sind zwar nett, aber absolut nicht nötig. Ich möchte nicht, dass Ressourcen verschwendet werden. Das Geld sollten die Organisationen lieber in ihre Projekte stecken." Das bestätigt auch der NABU: „Wir haben zu Beginn unseres Programms zwangsläufig per Post kommuniziert, aber dabei gezielt nach E-Mail-Adresse und einem Opt-in gefragt. Dabei haben wir festgestellt, dass ein großer Teil der Middle Donors bei uns die elektronische Kommunikation bevorzugt. Dies spart Papier und Porto und macht es für uns leichter, im regelmäßigen Kontakt zu bleiben", so Ariane Missuweit.

Konkrete Angebote

Was jedoch gut funktioniert, ist das Upgrading der Middle Donors. Eva Fuchs-Mischkulnig erklärt: „Man kann Middle Donors sehr gut zu Dauerspendern machen, indem man sie da abholt, wo sie stehen. Hat eine Spenderin zum Beispiel einmalig 500 Euro gegeben, sollte man ein Beispiel geben, wofür das Geld verwendet wird." Ganz wichtig sei es nun, dass diese eine Spende noch einmal getoppt werde. An dieser Stelle kann ein weiteres konkretes Projekt vorgeschlagen werden. „Man kann zum Beispiel von dieser einen bestimmten Schule berichten, die dringend Tische und Stühle braucht, welche 1200 Euro kosten, und die Spenderin fragen, ob sie sich vorstellen könnte, genau diese Schule jeden Monat mit 100 Euro zu unterstützen."

Zweckbindung

Um Menschen aus dem Middle-Donor-Segment zu binden, sollte die nächste Spende also möglichst zweckgebunden sein. Auch Patenschaften sind eine gute Option. Simon Pecher hat tatsächlich vor einiger Zeit zusätzlich zu seiner Dauerspende ein weiteres Projekt mit einer Einzelspende bedacht, über das CARE ihn zuvor informiert hatte. Da wurde bei der Ansprache also offenbar einiges richtig gemacht.

Voiss

Face to Face Fundraising

Bindung wirkt, Wirkung bindet

Eine spenderzentrierte Perspektive auf das Upgrading von Middle Donors

Unsere Middle Donors: Wer ist das eigentlich, und was können wir für sie tun? Mit dieser Frage begann das Fundraising-Team in der NABU-Bundesgeschäftsstelle im Jahr 2015 damit, ein Programm für Unterstützer zu entwickeln, die zwar größere Summen spenden als der Durchschnitt, aber nicht den Sprung zum Großspender machen.

Von CAROLIN PAULI und ANTON WOLF

Auch bei den Middle Donors gelten zwei Grundweisheiten des Fundraisings: „Die Spender wollen als Menschen gesehen und wahrgenommen werden, und sie wollen sich einbringen und das Gefühl haben, dass ihre Unterstützung wirklich etwas bewegt", sagt Ariane Missuweit, Spenderbetreuerin beim NABU, die den Bereich mit ausgebaut hat. Deshalb sollten auch Middle Donors gut betreut und regelmäßig informiert werden und einen Ansprechpartner erhalten.

Wie bringen wir nun das Budget mit den Interessen der Spender unter einen Hut? Schließlich ist es nicht im Sinne der Spender, wenn große Teile ihrer Beiträge für ihre eigene Betreuung aufgewendet werden, statt in den Naturschutz zu fließen. Kampagnen zum Upgrading von der kleinen Spende zum Middle Donor sind also mit Vorsicht zu genießen, da die Auflagen hoch und selbst bei Erfolg die Spendenzugewinne eher gering sind. Viele Middle Donors sind durch Ortsgruppen oder andere NABU-Aktivitäten sowieso stärker an den Verband gebunden. Wenn die erste Middle-Donor-Spende kommt, ist es also wichtig, zu danken und zu zeigen, dass der Beitrag gesehen und geschätzt wird. Vor allem digitale Mittel eignen sich dazu, den Kontakt zu halten, weil sie relativ kostengünstig sind.

Digitale Veranstaltungen

Seit Beginn der Corona-Pandemie haben wir das digitale Angebot auf- und ausgebaut, was uns hilft, eine größere Anzahl an Spendern zu erreichen. Dazu zählen regelmäßige digitale Veranstaltungen, bei denen NABU-Referenten aus ihren Projekten berichten. Dieses Format eignet sich für Middle Donors, da es große Teilnehmer-Zahlen zulässt, ortsunabhängig ist und eine niederschwellige Plattform zum Austausch bietet. So können wir unsere Wertschätzung ausdrücken, und die Spender bekommen Kontakt zu den Projekten, für welche sie gespendet haben – ein großartiges Bindungstool.

Podcast für jüngere Zielgruppe

Ein weiteres Format, das wir aktuell testen, ist ein Podcast. Durch den Podcast ermöglichen wir tiefere und aktuelle Einblicke in die NABU-Spendenprojekte, geben dem NABU ein Gesicht und stärken die Bindung zur Organisation. Die Anzahl an Podcast-Hörern wächst, besonders im jüngeren Alterssegment, wo sich der Großteil unserer Middle Donors befindet. Mit diesem Format können wir also unsere Middle Donors direkt ansprechen und den Kontakt anbieten.

Uns ist es wichtig, Erfolge gemeinsam zu feiern und zu zeigen, dass die Spende wirkt. Wir berichten direkt von Projekten, schaffen Berührungspunkte mit Aktiven vor Ort und bieten Einblicke, die die Spender wieder mit dem Effekt ihrer Spende verbinden sollen. Dabei wirkt das Middle-Donor-Programm auch als Auffangbecken für Großspender, deren Engagement zurückgeht. Dadurch verlieren wir nicht sofort den engeren Kontakt mit ihnen.

Upgrade für wen?

Upgrading-Kampagnen müssen zur Organisationsphilosophie und dem gesamten Fundraising-Konzept passen. Maßnahmen, die auf schnelle und direkte Erfolge abzielen, sei es per Telefonwerbung oder E-Mail-Marketing, aber die Bindung und das gewonnene Vertrauen schädigen können, sind langfristig eher kontraproduktiv. Für uns bedeutet ein „Upgrade" eine bewusste, individuelle Entscheidung einer Person, dass unsere Organisation ihre Arbeit gut macht und mehr Unterstützung verdient hat. Mit anderen Worten: Wir wollen „upgegradet" werden, nicht umgekehrt.

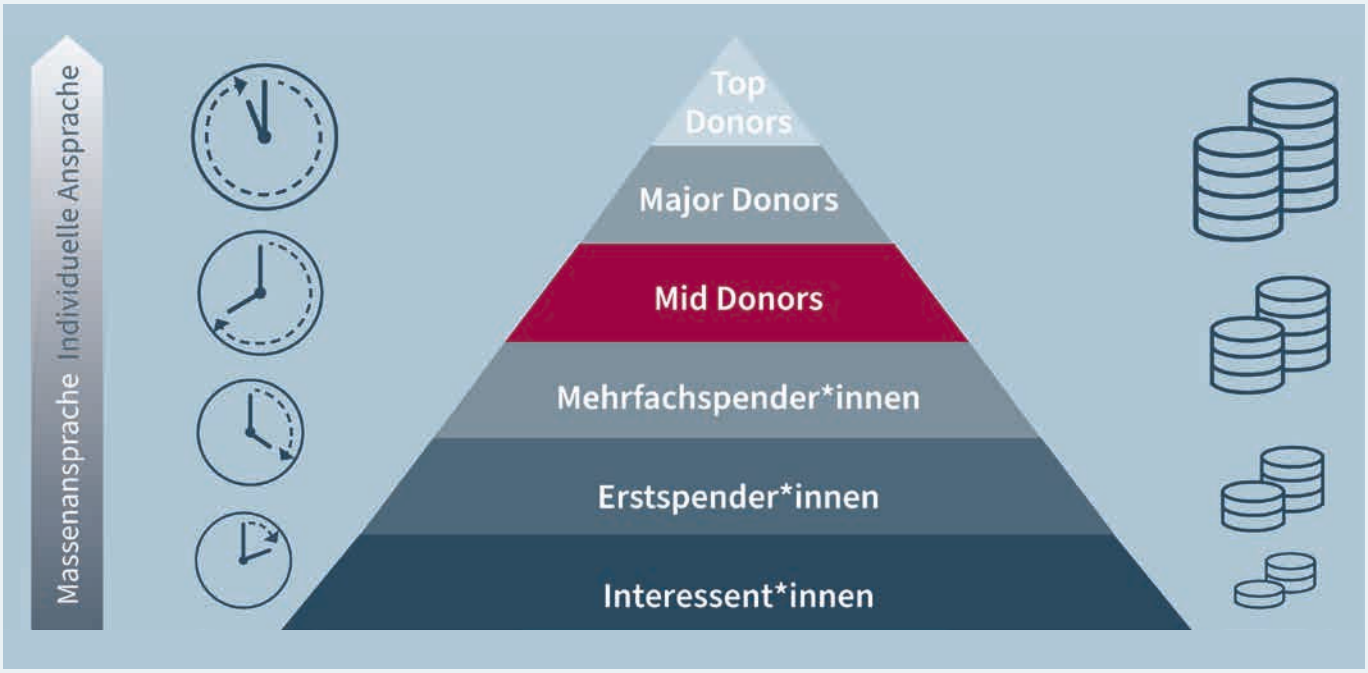
Dafür braucht es aber eine strategische Ausrichtung auf die Langlebigkeit des Engagements. Dieses Konzept hat auch Nachteile: Die Auswertung der einzelnen Maßnahmen (Welche hatte am meisten Erfolg und warum?) bleibt schwierig. Kollegen aus den Fachabteilungen können mit Unverständnis reagieren, beispielsweise weil sie bei ihren Projektkosten mehr Planbarkeit brauchen oder sich schnellere Erfolge erhoffen.

Bei uns im NABU ist der Upgrade-Erfolg der Middle Donors und der Großspender eng verbunden mit einem erfolgreichen Direktmarketing und Onlinemarketing. So haben wir die Anzahl der Middle Donors in den vergangenen fünf Jahren nahezu verdoppelt, ebenso den Pool der Großspender. Dies ist aber ein Erfolg des gesamten Teams und der Fundraising-Strategie und nicht auf bestimmte Einzelmaßnahmen zurückzuführen.

Carolin Pauli betreut den Middle- bis Top-Donor-Bereich beim NABU-Bundesverband seit 2021. Sie hält einen Master in Environment, Politics und Development an der SOAS-Universität in London.

Anton Wolf ist beim NABU ebenfalls für die Betreuung des Middle- bis Top-Donor-Bereichs zuständig. Er war zunächst auf Föhr im Wattenmeer-Nationalpark tätig, studierte dann Japanologie und arbeitete als Projektmanager. 2019 kehrte er als Fundraiser zum Naturschutz zurück.

▶ www.nabu.de



Halten, upgraden, stabilisieren …

Schritt für Schritt zum eigenen Middle-Donors-Programm

Das mittlere Segment in der Spendenpyramide wird oft vergessen. Bei den meisten Organisationen zielen die Fundraising-Bemühungen auf die Segmente darunter oder darüber – dabei steckt gerade dort viel Potenzial. So kommen Sie zu einem eigenen Middle-Donors-Programm.

Von CHRISTINE BILL-VOGEL

Eingeklemmt zwischen den vielen Kleinspendern, Mitgliedern und Patenschaften und den betreuungsintensiven Major Donors machen die Spender im Middle-Donors-Bereich in der Regel nur fünf bis zehn Prozent der Adressaten aus. Von ihnen stammt aber fast die Hälfte der privaten Spenden. Mit einem cleveren Mix aus gewohnten Fundraising-Maßnahmen, angereichert mit gezielten persönlichen Kontakten und exklusiven Angeboten, können auch Sie Ihre Middle Donors an sich binden, upgraden und so mit überschaubarem Aufwand Ihre Spendenpyramide stabilisieren.

Schritt 1: Analyse

Von der inhaltlichen Organisationsstrategie und der mehrjährigen Fundraising-Planung über die Kampagnenübersicht und detaillierte Mailing-Auswertungen bis hin zur Spenderbefragung und Spendenstammauswertung – alles, was Ihnen helfen kann, die Middle Donors besser einzugrenzen und zu verstehen und was dazu beiträgt, dass Sie erkennen, in welchen Rahmen sich ein Middle-Donors-Fundraising einbetten muss, sollte jetzt auf Ihrem Tisch liegen. Nur so können Sie den Ist-Zustand erfassen.

Schritt 2: Charakterisierung und Identifikation

Nach der vertieften Analyse können Sie im zweiten Schritt die zentralen Fragen beantworten: Wer sind meine Middle Donors? Wie viele sind es? Wie viele könnten Middle Donors werden? Wofür interessieren sie sich? Nebst harten Zahlen wie der jährlichen Spendensumme oder dem Lifetime Value sollten Sie unbedingt auch soziodemografische Kriterien heranziehen, um eine möglichst umfassende Charakterisierung Ihrer typischen Middle-Donors-Spender zu erstellen. Versuchen Sie, die Unterschiede zum durchschnittlichen Spender zu finden. Beurteilen Sie auch die bisherigen Upgrading-Maßnahmen und finden Sie Nischen für die Middle Donors.

Schritt 3: Programm oder Produkt?

Nun kennen Sie Ihre Zielgruppe. Sie wissen, wie Sie die Middle Donors bis heute abgeholt haben. Jetzt schaffen Sie so Möglichkeiten für mehr Bindungstiefe und relevantes Upgrading. Dabei führen verschiedene Wege zum Ziel. Ob Sie ein Produkt entwickeln im Sinne etwa einer Hochpreispatenschaft oder ein thematisch fokussiertes, mehrstufiges Programm: Die Grundlagen dafür haben Sie in den ersten zwei Schritten herausgearbeitet. Zentral ist, dass der finanzielle Bedarf und die zeitliche Dringlichkeit auf Anhieb

überzeugen und dass klar wird, was Ihre Organisation mit den Spenden erreichen kann. Denn Middle Donors wollen mitwirken.

In dieser Phase sollten Sie sich auch einen Namen für dieses Programm oder Produkt überlegen und sich über die visuelle Wiedererkennbarkeit Gedanken machen. So merken die Middle Donors, wenn sie exklusive Informationen von Ihnen erhalten. Wertschätzung zu zeigen ist bei diesem Segment zentral.

Schritt 4: Lancierung

Bei der Lancierung können Sie als Fundraiser alle Register ziehen; das Middle-Donors-Fundraising ist so etwas wie die Kür. Diese treuen und großzügigen Spender verdienen auf jeden Fall eine hochwertige Kommunikation – und dank der heutigen Möglichkeiten des Digitaldrucks und der Informationen aus Ihrer Datenbank können Sie diese optimal gestalten. Werden Sie persönlich und erlauben Sie den Middle Donors, Sie zu kontaktieren.

Schritt 5: Reporting und Auswertung

Damit Sie Ihren Erfolg sehen, müssen Sie sich Ziele setzen: Die Retention dieses Segments steigern? Die durchschnittliche Spendenhöhe der Middle Donors anheben? Sobald Sie wissen, was Ihr Ziel ist, sollten Sie festhalten, welche Kennzahlen Sie zur Messung benötigen. Bevor Sie Ihr Middle-Donors-Fundraising starten, halten Sie den Ausgangspunkt fest. Denn nur so können Sie Ihren Erfolg messen. Denken Sie aber immer daran: Für eine Entwicklung braucht es Zeit. Das Middle-Donors-Fundraising oder einzelne Maßnahmen in diesem Segment sind zwar schnell ertragreich, aber um eine nachhaltige Veränderung zu erzielen, zum Beispiel eine höhere Bindungsquote, müssen Sie einen mehrjährigen Horizont ins Auge fassen. Mit gezielten Fundraising-Maßnahmen für Ihre Middle Donors stabilisieren und maximieren Sie Ihre Einnahmen, schaffen eine Verbindung vom Massengeschäft zum Major-Donor- und Legate-Fundraising und machen Ihre guten Spender zu wichtigen und geschätzten Partnern Ihrer Organisation.

Christine Bill-Vogel ist Geschäftsleiterin der asm – Agentur für Sozial-Marketing International, einer Full-Service-Fundraising-Agentur mit Sitz in Zürich. Seit über zwanzig Jahren im Direct Marketing tätig auf Agentur- (z. B. Corris) und Organisationsseite (Helvetas), kennt sie sich nicht nur aus mit Data Management und Direct Mailings, sondern auch mit Telefon- und Face-to-Face-Fundraising und befasst sich intensiv damit, wie man Middle Donors erfolgreich bindet.

▶ www.asm-cc.ch

Beziehungskiste

Spender*innen gewinnen ist gut. Sie an sich zu binden ist besser. Aber nicht immer einfach. Wir haben die virtuelle Beziehungskiste, um die Spender*innen in Ihrer Datenbank perfekt mit Ihren Anlässen zu matchen. Wir nennen es „Beziehung data-driven“ für eine langfristige Bindung Ihrer Spender*innen an Ihre Organisation.

www.gfs.de

gfs. fundraising data-driven

Den richtigen Anker setzen

Wie finde ich heraus, wie viel Menschen bereit sind zu geben?

Die Middle Donors gelten als die heimlichen Stars jeder Spenden-Datenbank. Denn da verstecken sich die Potenziale bis hin zur Großspende. Hier wird es interessant, denn durch die höheren Spenden sind Bindungsmaßnahmen viel einfacher gerechtfertigt als bei Erstspenden. Doch welchen Wert muss ich einem Menschen vorschlagen, damit er tatsächlich mehr spendet?

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Spendenbeispiele werden schon seit Jahrzehnten eingesetzt, um Menschen von einer Spende zu überzeugen. Diese sogenannten Ankerwerte helfen den Spendenden, den Spendenbedarf realistisch einzuschätzen. So denken diese zumindest. In Wirklichkeit werden sie zu höheren Spenden verleitet.

Daniel Kahnemann von der Princeton University untersuchte schon 2012 die Wirkung von Ankerwerten als Entscheidungshilfe. Dabei fragte er Personen, ob sie bereit wären, fünf Dollar für die Rettung von Seevögeln aus Ölteppichen zu spenden. Danach gefragt, welchen Betrag sie wirklich geben würden, nannten sie einen Durchschnittsbetrag von 20 Dollar, also deutlich mehr. Die andere Gruppe fragte er, ob sie 400 Dollar spenden würden. Die tatsächliche Spendenbereitschaft lag bei 143 Dollar. Das heißt, wir Menschen orientieren uns an Ankerwerten, selbst wenn sie nicht realistisch sind. Die Welt ist zu komplex, und ein Spendenbeispiel hilft, das einzuordnen.

Treue Spender sind informiert

Beim Deutschen Fundraising-Kongress 2022 stellten Till Mletzko und Carsten Direske von der Wikimedia Foundation ihre Testergebnisse zu Ankerwerten vor. Ihr Fazit: „Wenn wir sehr hohe oder keine Orientierungswerte angeben, werden höhere Beträge von weniger Menschen gespendet. Wenn wir niedrige Orientierungswerte anbieten, spenden signifikant mehr Menschen mit einem geringeren Durchschnitt."

Für den Middle-Donor-Bereich, also meist auch Spenderinnen und Spender, die schon lange der Organisation treu sind oder regelmäßig spenden, heißt das, Spendenbeispiele zu finden, die doch deutlich höher liegen. Dieser Spendertypus ist aber durchaus informiert, was eine zu hohe Summe unglaubwürdig und damit auch heikel macht. Wikimedia untersuchte deshalb die Spenderhistorie und wählte die passenden Erhöhungsbeiträge für Menschen mit Dauerspenden anhand der bisherigen Zahlungen aus. Spenden unter 100 Euro wurden um maximal 25 Prozent angehoben, Spenden über 125 Euro um 33 Prozent.

Konkrete Vorschläge erhöhen Response

Der Effekt dieser personalisierten Spendenvorschläge war, dass von jenen 7,6 Prozent der Spender, die auf den konkreten Spendenerhöhungsvorschlag reagierten, 70 Prozent exakt den vorgeschlagenen Betrag spendeten, 27 Prozent den Betrag sogar noch mehr erhöhten und drei Prozent unter dem vorgeschlagenen Beitrag, aber immer noch über dem alten Betrag blieben. Ohne einen Ankerwert, also nur mit der Bitte, den Betrag zu erhöhen, reagierten nur 5,1 Prozent. Diese erhöhten aber ihren Betrag im Durchschnitt um eine deutlich höhere Summe als mit vorgegebenen Ankerwerten. Fazit war aber: Konkrete Vorschläge erhöhen den Response und beim postalischen Mailing auch den Gesamtertrag. Das Ergebnis: eine deutliche Steigerung der Anzahl der Dauerspenden und damit der Mitte der Spenderdatenbank von Wikimedia Deutschland.

Apteco
INSIGHT INTO ACTION

Gewusst **wie**: So funktioniert datenbasiertes Fundraising

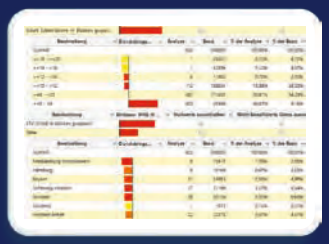
Apteco bietet eine kostenlose und praxisnahe Webinarreihe. An insgesamt drei Terminen erhalten Sie Antworten auf die folgenden Fragen:

DONNERSTAG, 09.02.2023 | 10:00 - 10:30 UHR

„**Wie** bestimmt man seine Selektionen bei der Zielgruppen-Ermittlung?“

DONNERSTAG, 16.02.2023 | 10:00 - 10:30 UHR

„**Wie** identifiziert man Spender:innen-Segmente mittels RFM-Analyse?“



DONNERSTAG, 23.02.2023 | 10:00 - 10:30 UHR

„**Wie** helfen Profile die Fundraising-Kosten zu senken?“

Holen Sie mehr aus Ihren Fundraising-Daten heraus!

Marketing Software für Spender:innen Analyse und Kampagnen Automation

Zur kostenlosen Anmeldung

Apteco GmbH | Schaumainkai 87 | 60596 Frankfurt am Main | +49 (0) 69 25 66 97 0 - 0 | info@apteco.de

Mitgefühl statt Mitleid

Mit einem provokanten Claim tritt das österreichische Haus der Barmherzigkeit für einen respektvollen Umgang mit pflegebedürftigen Menschen und Menschen mit Behinderung ein. In Werbespots und auf Plakaten pfeifen Personen, die im Haus der Barmherzigkeit leben, buchstäblich auf Mitleidsbekundungen. Denn Mitleid alleine hilft nicht beim Verständnis ihrer Bedürfnisse. Echtes Mitgefühl kann jedoch tatsächlich etwas verändern, so ihre Botschaft. Hinter der Kampagne steckt die gespendete Arbeit der Wiener Agentur digitalwerk. ▶ www.hb.at

„Paul und das Ehrenamt“

Engagement leicht erklärt: ein Pixi-Buch

Was ist eigentlich Ehrenamt? Wer kann sich wie und wo engagieren? Wie finde ich das für mich geeignete Engagement? Das Pixi-Buch „Paul und das Ehrenamt”, das von der Landesregierung Nordrhein-Westfalen gemeinsam mit dem Carlsen-Verlag entwickelt wurde, greift diese Fragen auf und veranschaulicht humorvoll und kindgerecht die Vielfalt der Engagement-Möglichkeiten für Jung und Alt. Mit der Pixi-Sonderproduktion soll auch auf die rund 140 Freiwilligenagenturen in Nordrhein-Westfalen aufmerksam gemacht werden, die als erste Anlaufstellen für Engagement-Interessierte fungieren. Das Buch kann kostenfrei per E-Mail bei den Gemeinnützigen Werkstätten Neuss bestellt werden. paul@gwn-neuss.de

MEINE MEINUNG

Spenden kosten Geld

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Das Verbrauchermagazin „Finanztest“ hat für seine Ausgabe 1/2023 sechs Spendenportale unter die Lupe genommen. Ab Seite 12 lassen sich dort die Ergebnisse nachlesen. Zunächst ist es immer gut, wenn jemand einen neutralen Blick „von außen“ auf eine Sache zu werfen versucht. Allerdings kann man bereits beim Einstieg in den Beitrag die Stirn in Falten legen, denn da heißt es: „Doch viele Portale kassieren Gebühren und sind intransparent.“ Zwei negative Fakten. Was aber an Gebühren ist negativ? Wird hier etwa die alte Leier gespielt, die Verarbeitung von Spenden dürfe nichts kosten? Leider ja. Anders gesagt: Arbeit darf wohl nichts kosten, wenn sie gemeinnützigen Zwecken folgt. Ich kann mich aber nicht daran erinnern, schon mal eine Fundraiserin mit Engelsflügeln gesehen zu haben. Innerhalb des Dritten Sektors wissen das alle. In der breiten Masse aber gibt es immer noch die Vorstellung, Spenden finanzierten Arbeit, die „nice to have“ sei. Ich habe deshalb eine Idee entwickelt: Liebe Malteser, liebe freiwillige Feuerwehren und alle anderen an entscheidenden gesellschaftlichen Schnittstellen! Wollt ihr nicht mal alle einen Tag lang streiken, und zwar alle gleichzeitig? Ich seh’ scho n: keine gute Idee. Das würde Menschenleben aufs Spiel setzen. Also dürfen wir wohl doch von so was wie Systemrelevanz reden, oder? Das sollte auch im Selbstverständnis nach außen hin sichtbar werden.

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

Kurzgefasst …

Thyssengas unterstützt Jugendprogramm

Der Fernleitungsnetzbetreiber Thyssengas unterstützt ab sofort das Jugendförderprogramm des „Duke of Edinburgh's International Award – Germany e.V.", das Jugendliche dabei unterstützt, ihre Fähigkeiten zu stärken und Erfolge aufzubauen. Dafür spendet das Unternehmen für einen Zeitraum von zunächst drei Jahren 25 000 Euro pro Jahr.

▶ www.duke-award.de

Projektdatenbank für Bürgerstiftungen

Die Projektdatenbank für Bürgerstiftungen sammelt nachahmenswerte Projekte und möchte das Lernen voneinander unterstützen. Soll auch Ihr Projekt dort erscheine? Einfach den digitalen Projektsteckbrief auf der Website ausfüllen, Fotos und weiteres Infomaterial dazugepackt. Fertig. Regelmäßig werden Neuzugänge auch im Newsletter vorgestellt.

▶ www.buergerstiftungen.org

Sanitation and Water for All Partnership

Die Conrad N. Hilton Foundation ist der jüngste Sponsor der von den Vereinten Nationen geführten Partnerschaft für Abwasserentsorgung und Wasser für alle (SWA) und sagt bis zum Jahr 2024 ganze 1,2 Millionen US-Dollar zur Unterstützung von Wasser-, Sanitär- und Hygieneprojekten zu. Bereits unterstützt wird das Projekt von der Bill and Melinda Gates Foundation.

▶ www.sanitationandwaterforall.org

Weisser Ring e. V.: Ehrenamtliche Berater gesucht

Die Hilfsorganisation für Kriminalitätsopfer Weisser Ring e.V. ist im letzten Jahr von mehr als 3500 Hilfesuchenden kontaktiert worden. Die meisten Erstkontakte erfolgen dabei online. Da die Kontaktaufnahme über diesen Weg ständig zunimmt, im letzten Jahr um acht Prozent, benötigt der Verein hier weitere Unterstützung durch freiwillige Berater. Bewerbungen sind möglich unter

▶ www.weisser-ring.de

13 000 Euro für die Lebenshilfe

Wer bei der Nürnberger Versicherung eine nachhaltige Versicherung abschließt, löst damit eine Spende des Unternehmens aus – und kann dabei zwischen einer Baumpflanzung und einer Zuwendung an die Bundesvereinigung Lebenshilfe e.V. wählen. Knapp 2 700 Neukunden haben sich 2022 für die Lebenshilfe entschieden. Somit konnte ein Scheck in Höhe von 13 285 Euro übergeben werden.

▶ www.nuernberger.de

Bargeldlos zum „Megaphon"

Caritas Österreich bietet Kartenzahlung für ihr Straßenmagazin an

„Für unsere Straßenverkäufer von Megaphon wird der Verkauf des Straßenmagazins – eine soziale Initiative der Caritas – laufend schwieriger, da immer weniger Menschen heute Bargeld mit sich tragen. Mit dem neuen Projekt von Global Payments und Mastercard wollen wir hier eine alternative Bezahlmöglichkeit anbieten", so Sabine Gollmann, Leiterin von „Megaphon" in der Diözese Graz-Seckau. So kann man in Graz und Umgebung seit Anfang Dezember nun bei 18 speziell dafür gekennzeichneten Straßenverkäufern von „Megaphon" zusätzlich auch mit Karte zahlen. Nach erstem Zuspruch und Interesse sollen weitere dazukommen. „Der Aufwand für die Verkäufer ist bei dieser Anwendung wirklich überschaubar. Sie müssen nur die App von Google Play auf ihr eigenes Smartphone herunterladen und einen Vertrag über die Akzeptanz von Zahlungskarten mit Global Payments abschließen – schon kann's losgehen", erklärt Mario Mathera, Country Manager Global Payments Österreich.

▶ www.megaphon.at

Happy auf drei Pfoten

Ein privates Tierheim in Österreich kümmert sich um behinderte Katzen

Ein außergewöhnliches Tierschutzprojekt widmet sich ausschließlich Katzen mit Handicap, die ansonsten kaum eine Chance auf Leben hätten. Dafür wurde das „Paradies für HandiCATs – Katzenhoffnung Steiermark" sogar mit einem Preis ausgezeichnet.

Von UTE NITZSCHE

Tierschützerin Bettina Bernadowitsch mit einer ihrer „Handicats".

„Ist die Katze gesund, freut sich der Mensch", lautet ein bekannter Werbespruch für Katzenfutter. Doch was ist, wenn der Stubentiger plötzlich krank oder verletzt ist? Dann wird es vielen Menschen einfach zu anstrengend und das einst geliebte Fellknäuel wird schnell zum Problem.

Das sieht die Österreicherin Bettina Bernadowitsch allerdings ganz anders. Ihr Herz gehört gelähmten und inkontinenten Katzen. So wie Tiana, die sie vor zehn Jahren von einem Tierschutzverein übernahm und liebevoll „Handicat" nannte. „Als ich Tiana adoptierte, wusste ich, dass ich mich für genau diese Handicats einsetzen muss, da sie leider fast immer einfach eingeschläfert werden. Man sprach und spricht ihnen bis heute noch viel zu oft die Lebensqualität und Lebensfreude ab", sagt die Katzenliebhaberin. Und Tiana blieb nicht lange alleine. Bettina Bernadowitsch kaufte ein Eigenheim und gründete einen Tierschutzverein, der von der Behörde offiziell als staatlich anerkanntes Tierheim für Katzen genehmigt wurde. Das Projekt „Paradies für HandiCATs" war entstanden, das 2018 mit dem Tierschutzpreis des Landes Steiermark ausgezeichnet wurde.

Alles selbst gestemmt

Im einzigen privaten Tierheim, das in ein Wohnhaus integriert ist, leben auf 400 Quadratmetern aktuell rund 40 Vierbeiner mit Handicap gemeinsam unter einem Dach mit Menschen. Der Name Paradies ist dabei wörtlich zu nehmen. Die Katzen können sich im gesamten Haus sowie im angeschlossenen Außenbereich mit jeder Menge Kletter-, Spiel- und Versteckmöglichkeiten frei bewegen. „Das hat sich alles nach und nach aufgebaut. Um all das zu ermöglichen, habe ich gearbeitet wie eine Verrückte, jeden Job angenommen, der irgendwie noch möglich war, und jeden Cent, den ich hatte, in die Katzen investiert. Auch meine Familie hat Gott sei Dank mit angepackt, denn es war finanziell teilweise wirklich mehr als schwierig. Und wir haben so gut es ging alles selbst gemacht, um Kosten zu sparen. Unsere Freigehege, die Krankenstation und vieles mehr sind komplett in Eigenregie errichtet worden", berichtet Bettina Bernadowitsch.

Intensiv-Pflege

Die Betreuung der Katzen ist ein Fulltime-Job, denn die Pflege ist aufwendiger und intensiver als bei gesunden Tieren. Vor allem das regelmäßige Ausmassieren der Blase, das mehrmals am Tag erledigt werden muss, ist wichtig. Auch der Putzaufwand ist größer. Leider können die Katzen deshalb kaum wei-

tervermittelt werden. Das Traurige daran: Die meisten der tierischen Schützlinge sind nicht von Geburt an gelähmt, sondern oft erst durch Unfälle oder Gewalteinwirkung durch den Menschen. Bei Bettina Bernadowitsch haben die meisten Samtpfoten nun ihr „Für-immer-Zuhause" gefunden. Die ehemalige Hotelmanagerin und ausgebildete Pflegefachkraft für Tiere übernimmt einen Großteil der Arbeit selbst, sprich die Betreuung der Katzen, die Reinigung, die Pflege der Website und Social-Media-Kanäle sowie die Buchhaltung. Unterstützt wird sie von ihrer Mutter sowie einigen Ehrenamtlichen und fixen Mitarbeitern.

Verschiedene Spendenkanäle

Dies alles geht nicht ohne Spenden. Wenn es ums Fundraising für ihre geliebten Fellnasen geht, schöpft die engagierte „Katzenmama" sämtliche Möglichkeiten aus. Zum einen kann natürlich Geld gespendet werden, entweder direkt auf das Spendenkonto der Handicats oder über Paypal. Sachspenden sind ebenfalls willkommen. Wer auf der Handicats-Website die Amazon-Wunschliste anklickt, wird direkt zu den benötigten Artikeln wie Futter, Katzenstreu und Co. weitergeleitet und kann sie geradewegs ins Katzenparadies liefern lassen. Auch über verschiedene Partnerlinks, beispielsweise zu einem Händler von Heimtierbedarf, werden Spenden generiert, und es besteht die Möglichkeit, über eine Spenden-Hotline pro Anruf fünf Euro an die Katzenhoffnung Steiermark zu spenden, und das beliebig oft. Ab einem monatlichen Beitrag von zehn Euro können auch Patenschaften für die Miezen übernommen werden. Und sogar einen Online-Shop gibt es, in dem von Bettina Bernadowitsch selbst designte Handicats-Tassen und -Kugelschreiber, Stofftiere, Christbaumkugeln mit „Chefkatze" Frieda sowie Tisch-, Wand- und Adventskalender erhältlich sind.

Soziale Medien enorm wichtig

Die Tierschützerin weiß, dass ein derartiges Projekt ohne Facebook, Instagram und Co. kaum eine Chance hätte: „Dank Social Media ist es uns möglich, viele Menschen zu erreichen, und wir sind wirklich sehr dankbar für all die Herzensmenschen, die uns dabei unterstützen, dieses Herzensprojekt am Leben zu erhalten." Auf Social Media kann man den Handicats folgen und beobachten, wie sie trotz ihrer Behinderung jeden Kratzbaum erklimmen oder in Windeseile Spielzeugmäuse jagen. Aber auch Spendenaktionen, wie für Tierarztkosten oder Futter, werden regelmäßig gepostet. Denn egal, ob mit zwei oder mit vier gesunden Beinen, Cat Content bleibt schließlich Cat Content.

▶ www.katzenhoffnung.at

„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

EU Consult
DDV Mitglied im Deutschen Dialogmarketing Verband e.V.

Digitalisierung für alle

Wie mit alten Laptops neue Perspektiven geschaffen werden

Wer in der Schweiz arm ist, ist nicht sichtbar. Dies ist der Eindruck der Engagierten des Vereins „Wir lernen weiter", der sich seit mehreren Jahren nicht nur mit Worten, sondern mit Taten für die einsetzt, die nicht vollständig an der digitalen Welt teilnehmen können: aufgrund fehlender Grundausrüstung. Die Folgen eines fehlenden Laptops oder Computers sind in der heutigen Welt sehr weitgreifend.

Von TOBIAS SCHÄR

Zu Beginn der Corona-Krise überlegten wir uns, wie Schulen besonders armutsbetroffene Familien unterstützen können. In der Schweiz sind vielerorts die Schulen für eine zweckdienliche Ausrüstung ihrer Schüler zuständig – doch aufgrund des föderalistischen Systems sind die Unterstützungsmöglichkeiten zwischen den Regionen und Gemeinden sehr verschieden. Der Unterricht erfolgte ab März 2020 für viele digital, und dies stellte gerade Familien vor Probleme, die keine oder nicht ausreichende Gerätschaften zur Hand hatten. An einem Abend fassten wir den Mut, erstellten eine Website und legten mit einer Vision los.

„Taten statt Worte!"

Auch wenn die Schweiz im internationalen Vergleich einen sehr hohen Wohlstand genießen darf, gibt's auch in diesem Land Verbesserungsbedarf. In der Schweiz gilt man als arm, wenn man weniger als 2250 Franken pro Monat zur Verfügung hat. Dies waren im Jahr 2020 rund 8,8 Prozent der Schweizer Bevölkerung. Gleichzeitig fallen in der Schweiz jedes Jahr pro Kopf 15 Kilogramm Elektroschrott an. Wir denken, dass darunter auch Laptops liegen, die eigentlich noch funktionieren. Durch das vorzeitige Entsorgen entgehen anderen Menschen Chancen. Ohne einfachste Ausrüstung ist die Teilnahme am Bildungsalltag eingeschränkt. Auch werden Bewerbungsprozesse erschwert – denn in der Schweiz kann man sich vielerorts nur noch online bewerben. Handschriftliches reicht hier nicht mehr aus.

Zusammen mit anderen

Unser Verein spezialisiert sich darauf, Laptops zu sammeln, diese professionell aufzubereiten und danach über ein Partnernetzwerk gezielt an Armutsbetroffene weiterzugeben. Die Partner prüfen die Bedürftigkeit, während der Verein dafür sorgt, dass funktionstaugliche Laptops verschickt werden. Etwa 900 Gemeinden und Organisationen zählen auf die Arbeit des Teams.

Social Entrepreneurship

Der Verein konnte seit der Gründung im April 2020 bereits über 6000 Laptops sammeln und verteilen. Um dies zu bewerkstelligen, braucht es flinke Hände, aber auch

effiziente Prozesse. All diese Arbeit wäre ehrenamtlich gar nicht mehr möglich. Die Löhne der Angestellten sind auf der Website einsehbar. Das sollte eigentlich der Standard sein bei NPOs. Finanziert werden alle Auslagen durch Unkostenbeiträge der Partner. Aktuell beträgt dieser 150 Franken pro Gerät. Der Verein erhält bisher keine finanziellen Zuwendungen des Bundes, möchte dies aber im Jahr 2023 ändern.

Viele Mehrwerte

Die Digitalisierung stellt nicht nur Wirtschaft und Verwaltung vor Herausforderungen, sondern beginnt beim Einzelnen. Die Schweiz investiert viel in den Wechsel auf digitale Dienstleistungen ihrer Organe. Wer keinen Zugang zu ebendiesen erlangen kann, wird ausgeschlossen. Mit Laptops, die länger im Umlauf bleiben, wird zudem die Umwelt geschont. Auch Steuergelder sollen eingespart werden: Ein Laptop garantiert nicht, dass Armut verhindert wird, ermöglicht aber Chancen.

Doch manchmal ist es schlichtweg unumgänglich, ein Gerät in seine Einzelteile zu zerlegen. Unser Verein erhält beispielsweise viele Laptops, deren Akkus kleine Restkapazitäten aufweisen. Auch kann es sein, dass alte und eher leistungsschwache Festplatten verbaut sind. Diese Komponenten können einfach ersetzt werden. Wirtschaftlich nicht tragbar sind nur Geräte, die entweder viel zu alt sind, kaputte Displays haben oder sich gar nicht mehr starten lassen. Die Verwertungsquote liegt aktuell bei etwa 80 Prozent der erhaltenen Geräte.

Die Zukunft

Wir können eine rasante Wachstumsphase ausweisen. Dennoch gibt's Entwicklungsziele: So soll beispielsweise per Januar 2023 ein zweiter Standort entstehen. Auch eine kostenfreie E-Learning-Plattform möchten wir aufgleisen, denn ein Laptop hilft nur bedingt, wenn er nicht bedient werden kann. Zu guter Letzt muss der Verein die mittel- bis langfristige Finanzierung klären. Ungeachtet dieser Baustellen werden wir uns aber weiter für die einsetzen, die man in der digitalen Welt nicht sieht und hört.

Tobias Schär ist Gründer und Geschäftsleiter des Vereins „Wir lernen weiter", war zuvor als IT-Projektleiter tätig und absolvierte berufsbegleitend ein Bachelor-Studium in Wirtschaftsinformatik. Zuvor war er Offizier bei der Schweizer Armee.
▶ www.wir-lernen-weiter.ch

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

Fundraising von null an aufbauen

Die Hilfsorganisation War Child hilft bei mentalen Problemen

Weltweit wachsen derzeit rund 200 Millionen Kinder inmitten von bewaffneten Konflikten auf. Neben der ständigen Angst um das eigene Leben leiden sie dabei an Unruhe, Ängsten, Depressionen. Die Organisation War Child steht diesen Kindern mit psychosozialer Unterstützung, Bildung und Schutz durch evidenzbasierte Programme bei.

Von JAN UEKERMANN

„War Child ist in den Niederlanden so bekannt wie Greenpeace hier", sagt Dr. Dirk Reinsberg, seit Mai 2022 Geschäftsführer von War Child Deutschland, die es hier seit 2019 gibt. Neben eigener Programmarbeit hierzulande ist das wichtigste Vorhaben, durch Fundraising die internationalen Projekte mit zu finanzieren. Diese Finanzierung stellen zunächst die Hauptorganisationen in den Niederlanden, England und Kanada sicher. Um zu wachsen wurden weitere Fundraising-Büros eröffnet, so wie von den Niederlanden zuletzt in Deutschland.

Dr. Dirk Reinsberg bringt langjährige Leitungs-, Marketing- und Kommunikationserfahrungen mit, in erster Linie durch seine Tätigkeiten beim WWF und zuletzt Oxfam. Er ist begeistert von der Arbeit, die War Child verfolgt: die mentale Gesundheit der Kinder aus und in Kriegsgebieten. „Unsere Programme werden laufend wissenschaftlich begleitet, untersucht, angepasst, damit sie bestmögliche Wirkungen erzielen." Darum kooperiert War Child mit etlichen weiteren Organisationen, die sich um die vielen anderen Bedürfnisse von Kriegsopfern und Geflüchteten kümmern.

Für Kinder und Familien beispielsweise in der Ukraine bedeutet der Alltag, dass ihre Städte von Raketenangriffen erschüttert werden. Familien flüchten mit ihren Kindern in unterirdische Bunker und müssen dort viele Stunden verweilen. Stunden, in denen die Kriegsgeräusche bis in den Bunker hinein dringen.

Lern-App für die Luftschutzbunker

Lehrer versuchen, den Schülern dort trotzdem einen Ort der Ruhe zu schaffen – und nutzen dabei die von War Child entwickelte App mit den „Can't Wait to Learn-Spielen" für Tablets und Handys. Gemeinsam lösen sie Mathe-Aufgaben, und andere Lernspiele lenken die Kinder ein wenig davon ab, was draußen vor sich geht. Sie bieten ihnen gedankliche Fluchtmöglichkeiten. ‚Ich lerne, ich warte nicht', lautet das Motto der App, und das Besondere der Lernspiele, ist, dass sie an die Kulturen und Welten der Kinder angepasst sind. Die Lernspiele werden in Zusammenarbeit beispielsweise mit ukrainischen Kindern und dem ukrainischen Bildungsministerium entwickelt und sind in App-Form überall auf der Welt für Kinder aus der Ukraine nutzbar. In dieser für sie bekannten und vertrauten Welt, die die Spiele darstellen, finden sie Freude und Trost – ob als Geflüchtete in Deutschland, anderen Ländern oder noch direkt im Kriegsgebiet.

Doch das ist nur eine Schiene der Projektarbeit. Hier in Deutschland gibt es das Programm „TeamUp“, das geflüchteten Kindern dabei helfen soll, mit ihren Gefühlen umzugehen, sie zu stärken und ihre Zukunft gestalten zu können. Trainer und Moderatoren werden für „TeamUp“ ausgebildet und geschult, um die non-verbale Maßnahme, die überall in Krisengebieten funktioniert, auch in Geflüchteten-Zentren in Deutschland umzusetzen.

Alles auf null

Die Arbeit von War Child wird zu einem Teil auch durch Fundraising-Maßnahmen finanziert. Für den zunächst stark eventfokussierten Fundraising-Ansatz war der Beginn der Corona-Pandemie allerdings eine der größten Herausforderungen in der Geschichte der Organisation. Obwohl in Deutschland im Jahr vor Corona bereits die Band „Revolverheld“ als Botschafter gewonnen werden konnte, war mit Corona und dem Wegfall aller öffentlichen Veranstaltungen auch das private Fundraising faktisch auf null gesetzt.

Fundraising auf weißem Blatt

Jetzt scheint es, als hätte Dirk Reinsberg beim Fundraising ein weißes Blatt vor sich und die Anschub-Finanzierung von War Child Niederlande für den Auf- und Ausbau von Fundraising hinter sich. Das weiße Blatt ist dabei bereits beschrieben, denn zum einen hat er einen klaren Auftrag und zum anderen hat er sich für eine Strategie mit zwei Schwerpunkten entschieden: Digital- sowie Großspenden-Fundraising. Das eine für die Gewinnung von Interessenten und Spendern und vor allem Dauerspendern in der Breite – das andere für die größten Potenziale. Dabei geht es ihm nicht um viel Traffic auf der Website, sondern vor allem um die Konvertierung. Die punktgenaue Kostenkontrolle ist dabei sein wichtigstes Steuerungsinstrument. Reinsberg: „Wir wollen kontrolliert, schnell und zügig wachsen.“

Gewaltige Aufgaben

Doch der Alltag bei einer so jungen Organisation und mit kleinem Team ist bestimmt von Themen wie dem allgemeinen Business-Plan bis hin zu Google Grants. Reinsberg und das Team sind alle erst seit 2022 an Bord. Seither musste die Homepage auf Spendengewinnung optimiert, das nationale Programm aufgebaut, das CRM-System ordentlich aufgesetzt und das Budget hinbekommen werden. „Es ist ein komplett anderes Arbeiten; mit kleinem Team und wenn kaum was etabliert ist“, sagt er und freut sich auf das, was vor ihm liegt: Ein Marathonlauf im Fundraising.

▶ www.warchild.de

Fundraising TAGE

TAGUNGEN 2023
ZUR FINANZIERUNG GEMEINNÜTZIGER ARBEIT

Wissen, Inspiration, spannende Gespräche
Hier treffen sich Engagierte aus Vereinen und Stiftungen, lernen gemeinsam Neues und tauschen sich fachlich aus. Melden auch Sie sich gleich an!

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

Kontakte knüpfen und vertiefen
Sponsoren und Ausstellerinnen kommen direkt mit interessierten Menschen aus Vereinen, Stiftungen und NGOs ins Gespräch. Nutzen auch Sie diese Gelegenheit!

München · Donnerstag, 9. März 2023
Gelsenkirchen · Dienstag, 9. Mai 2023
Stuttgart · Mittwoch, 12. Juli 2023
Potsdam · Herbst 2023

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Eine Veranstaltungsreihe des FUNDRAISING magazin

„Fundraising scheint ganz gut für die Gesundheit zu sein“

Die Stiftung zur Bewahrung kirchlicher Baudenkmäler in Deutschland (KiBa) fördert jährlich viele Kirchenprojekte. Für den stetigen Strom von Spenden ist Reinhard Greulich zuständig. Für das Fundraising-Magazin sprach Matthias Daberstiel per Videocall mit ihm über Steine als Spendenmotiv, kirchliches Fundraising, überraschende Nachlässe und sein Faible für die Bahn.

? Sie sind schon seit vielen Jahren im Fundraising tätig. Wie kam es dazu?

Mein Start war in der Öffentlichkeitsarbeit der Diakonie. Relativ bald kam ein Mitarbeiter einer Jugendhilfeeinrichtung auf mich zu, der ein Schiff bauen wollte, mit dem man mit Jugendlichen segeln konnte. Das Schiff sollte durch Spenden finanziert werden. Ich hatte erst mal gar keine Ahnung, und wir haben uns beide an das Thema etwas rangetastet. Dann lief das ganz gut. Das war eigentlich mein erster Kontakt mit Fundraising, 1989.

? Haben Sie sich weitergebildet?

Ja, etwas später. Es gab eine Seminarreihe der Diakonie Bayern. Die war eigentlich für Werkstattläden und Behindertenwerkstätten in Bayern konzipiert und im weitesten Sinne Sozialmarketing. Sie wurde von Lothar Schulz entwickelt, und natürlich gab es da auch das Thema Fundraising. Das habe ich abgeschlossen. Als der Träger dann feststellte, dass da kaum Bayern angemeldet waren, hat er leider den Geldhahn zugedreht. Das Curriculum übernahm dann später die neu gegründete Fundraising-Akademie.

? Heute arbeiten Sie für die KiBa. Wie ist Ihr Eindruck vom kirchlichen Fundraising?

Ich nehme das sehr verschieden wahr. Es gibt den professionellen Ansatz, den auch unsere Stiftung verfolgt. Das liegt aber ebenso darin begründet, dass wir von den schmalen Kapitalerträgen keine großen Sprünge machen, geschweige denn etwas fördern könnten. Als Stiftung müssen wir um Spenden bitten, die wir dann an Kirchen weitergeben. Fundraising ist für uns daher konstitutiv.

? Haben Sie das bei Ihrem Amtsantritt schon so wahrgenommen?

Ja, das war sogar einer der Gründe, hierher zu wechseln. Fundraising stopft hier eben keine Löcher, sondern ist das Hauptgeschäft. Das hat mich 2008 sehr gereizt. Im Gegensatz zur

Diakonie oder einer Behinderteneinrichtung, wo Spenden wirklich nur ein Zubrot waren.

? Bei der Diakonie müsste doch Fundraising in der DNA stecken?

Bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern waren wir als Fundraiser immer sehr anerkannt. Aber bei der Leitung fühlten wir uns eher nicht so wertgeschätzt. Das ist hier bei der Stiftung ganz anders, und deshalb fühle ich mich auch wohl. Hier ist Fundraising existenziell, und da erkennt man unsere Leistung auch an.

? Die Kirche ist als Institution gerade in unruhigem Fahrwasser. Die Zahl der Christen in Deutschland ist im Moment unter die 50-Prozent-Marke gefallen. Wie wirkt sich das auf die Arbeit der Stiftung KiBa aus?

Da bin ich selbst gespannt, aber bisher gar nicht. 2021 haben wir bei der Stiftung KiBa sogar einen Spendenrekord erzielt, und ich habe den Eindruck, dass wir auch 2022 gut abschneiden werden. Das finde ich schon beeindruckend, wenn man bedenkt, wie viel über die Höhe von Gasrechnungen und Nebenkosten geschrieben wurde.

Schwieriger ist die Neuspendergewinnung. Da haben wir 2022 etwas weniger Menschen angesprochen, weil wir denken, dass die noch weniger zu überzeugen sind bei diesen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Die Zahlen der GfK und des Spendenrates und ebenfalls die Erfahrungen von Kolleginnen und Kollegen zeigen aber, dass die Spenden nicht eingebrochen sind.

? Und bei der Kirche selbst?

Da ist das Fundraising über den Status des Lückenfüllers kaum hinausgekommen. Das finde ich schade. Denn die Kirche hat gute Leute, die wissen, wie Fundraising geht, aber sie werden zu wenig getragen. Die Kirche kümmert sich im Allgemeinen zu wenig um ihre Mitgliederbindung. Die Kirchensteuer ist für mich ein Mitgliedsbeitrag, denn man kann sich ja davon befreien, indem man austritt. Das geht bei einer echten Steuer nicht. Wenn ich überlege, welch hohe Summen da im Jahr gezahlt werden – 500 bis 1 000 Euro

im Jahr –, müsste ich mir sehr unangenehme Fragen gefallen lassen, wenn ich von diesen Menschen eine hohe zweistellige Prozentzahl pro Jahr verliere.

Es gibt Landeskirchen, die anders arbeiten und Erfolge haben. Aber es gibt auch die, welche ihre Fundraising-Abteilungen im Zuge der Sparbemühungen wegen des Mitgliederschwunds gerade zusammenstreichen oder aufgelöst haben. Das ist kontraproduktiv. Fundraising hat bei der Kirche immer noch nicht den richtigen Stellenwert. Da ist noch viel Luft nach oben.

? Es ist wohl einfacher, Fundraising für Menschen zu machen. Bei Ihnen geht es aber um Steine?

Ich glaube, das ist eine andere Zielgruppe. Wir haben ja auch Spendenbefragungen gemacht und wissen recht viel. Das sind eigentlich

zu 90 Prozent Spendenprofis, die einen Teil ihres Einkommens wirklich bewusst spenden und genau wissen wofür. Das sind auch Menschen, die sich noch woanders engagieren, aber die Steine, das ist etwas Bleibendes. Das ist unsere Marktlücke gemeinsam mit unserem Mitbewerber, der Deutschen Stiftung Denkmalschutz, mit der wir allerdings ein gutes Verhältnis haben. Auch wir haben mittlerweile viele Unterstiftungen, weil es Menschen gibt, die eben dieses Bleibende auch organisatorisch verstetigen wollten. Nicht alle sind mit dem Namen des Stifters verbunden. Viele wollen das interessanterweise auch nicht.

? Das heißt aber, wir reden hier von Major Donors? Die haben ja meist auch Wünsche. Was wird da an Sie herangetragen?

Unser Spendenschnitt ist über alle Spenderinnen und Spender gesehen wirklich hoch und liegt bei knapp 100 Euro pro Person. Allerdings ist unser Aufwand für das Fundraising auch hoch. Wir müssen doch einiges für die Spendenbeziehung tun. Die Großspender sind meistens keine Personen, die wir selbst erkannt hätten. Sie sind vermögend, oftmals haben sie geerbt. Es gibt aber auch einige, die einfach sparsam sind und von ihrem Einkommen zu Lebzeiten wenig ausgegeben haben. Den klassischen Fabrikanten, der mal was Gutes tut, haben wir fast gar nicht. Das sind keine Menschen, die mit ihrem Vermögen sehr nach draußen gehen. ▸

? Sie sprachen vorhin von der Spenderbindung. Was tun Sie da?

Wir haben einen eingetragenen Förderverein. Als ich bei der KiBa anfing, fand ich das durchaus kritisch, weil das natürlich auch Verwaltungsaufwand bedeutet. Das könnte ich einfacher haben, indem ich die Leute als Mitglieder bezeichne, aber als ganz normale Lastschriftspender führe. Das machen ja auch andere Organisationen so, und das wird natürlich als Mitgliedschaft wahrgenommen. Unsere Außenministerin Annalena Baerbock ist ja auch darauf reingefallen, weil sie dachte, sie sei bei UNICEF Mitglied.

? Und jetzt hat sich die Meinung geändert?

Mittlerweile empfehle ich Kirchgemeinden für ihre Projekte sogar die Gründung eines Fördervereins. Denn sonst läuft das Geld über die Kirchenverwaltung, und das erschwert das Fundraising. Da treten bei Zahlungswegen und Bedankungen einfach Verzögerungen auf, die kritisch sind. Mit einem Förderverein habe ich das besser unter Kontrolle. Unser Förderverein hat auch eine große Bindungskraft. Es gibt einen sehr ausführlichen Jahresbericht zu jedem Bauprojekt. Außerdem sind wir fünf- bis sechsmal im Jahr mit unseren Mitgliedern in Kontakt. Eine Weihnachtskarte gibt es ohne Zahlschein, kurz darauf aber ein Mailing mit Zahlschein. Das funktioniert schon ganz gut. So behalten uns die Leute im Gedächtnis.

? Gibt es spezielle Programme?

Ja, wir haben seit letztem Jahr ein Großspenderprogramm, wo wir Menschen spezielle Projekte anbieten, die wir aus Kapazitätsgründen nicht mehr fördern können. Es gab da aus Großspenderkreisen auch den Wunsch, Projekte allein zu fördern. Deshalb haben wir jetzt einen Online-Bereich, in dem solche Projekte aufgeführt sind, mit Größenordnungen zwischen 5000 und 20 000 Euro Förderbedarf. Außerdem haben wir einen Web-Bereich, den man nur mit einem individuellen Link ansteuern kann. So sehen wir, wofür sich diese Leute interessieren und können sie gezielt darauf ansprechen. Darüber hinaus sehen die Nutzer, wie viele Menschen sich für das Projekt bereits interessiert haben. Wie man das im modernen Online-Marketing eben heute so macht. Zehn Projekte konnten wir so bereits fördern. Das wollen wir erweitern. Eigentlich ist das bei uns aber ein Middle-Donor-Programm, das sich aus dem Kreis der regelmäßigen Spenderinnen und Spender ergibt.

? Steine sind also dazu da, etwas zu hinterlassen. Wie sieht das Nachlassfundraising der Stiftung aus?

Wir haben vor acht Jahren eine recht brauchbare Nachlassbroschüre entwickelt, die stark serviceorientiert ist. Mit Informationen rund um das Thema Erben und natürlich mit den Möglichkeiten bei der Stiftung KiBa. Die gibt es nur auf Anforderung. Wir wollen den Bereich aber ausbauen und zum Beispiel bei Menschen, die diese Broschüre bekommen haben, auch mal nachtelefonieren.

Vor acht Jahren ist da noch wenig passiert, jedoch merken wir jetzt, dass wir immer mehr Nachlässe bekommen. Das ist sicher auch eine Folge des konkreten Ansprechens dieses Themas in den letzten Jahren. 2021 zum Beispiel erhielten wir schon zwei Nachlässe, wo wir Alleinerbe sind. Da hängt dann natürlich auch Arbeit dran, aber das lassen wir extern machen.

? Ist das auch eine Frage der Bindungsarbeit?

Wir haben Menschen, bei denen wir uns echt gewundert haben, dass die uns einen sechsstelligen Betrag nachgelassen haben. Die hätten wir so nicht eingeschätzt. Das waren vorher regelmäßige Spender mit überschaubaren Summen. Aber die waren einfach sparsam. Es gibt aber Leute, die das ankündigen und wo wir das auch wissen. Konkret und sichtbar wird das aber meist erst im Erbfall, und dann sieht man auch, dass Menschen durchaus auch Organisationen wieder enterben, weil es da mal Ärger gab.

? Die aktuellen Zahlen der GfK zeigen, dass das ältere Spendersegment immer kleiner wird. Wie wirkt die Stiftung mit ihrem kulturhistorischen und kirchlichen Hintergrund der Überalterung der Spenderschaft entgegen?

Ich würde sagen, eine Überalterung haben wir nicht, aber unser Thema wird halt eher erst im Ruhestand aktuell. Der Altersdurchschnitt liegt aktuell um die 70, und das ist relativ konstant. Das heißt, es kommen auch ständig Jüngere dazu. Wir versuchen beispielsweise, die Leute über Reisen zu gewinnen. Meist sind das dann aktive Seniorinnen und Senioren, die mit uns unterwegs sind. Neuspenderwerbung machen wir per Mailing und nehmen Listen, wo das Alter eher 55 plus ist.

? Reisen ist ein gutes Stichwort: Sie sind in Ihrem Job viel unterwegs. Selbst im Urlaub fahren Sie gern mit der Bahn. Woher kommt das Bahnfaible?

Ja, ich fahre sehr bewusst Bahn, gerade im Urlaub. Wir wollen nicht fliegen und auch nicht Auto fahren. Meine Bahnverbundenheit reicht weit zurück. Ich habe während meines Studiums als Schlafwagenschaffner mein Geld verdient. Daher kenne ich natürlich auch die betrieblichen Abläufe, und mein Verständnis für Störungen auf der Strecke ist deshalb wahrscheinlich höher als bei sporadischen Bahnfahrern. Ich finde allerdings, dass es in den letzten Monaten selbst mir schwerer fällt, das Verständnis zu bewahren. Das liegt aber auch daran, dass wir aktuell sehr viel mehr Verkehr bei der Bahn haben. Das wird kaum beachtet. Vieles kommt mittlerweile per Schiene. Auch Gas und Öl. Das belastet die Strecken zusätzlich. Hausintern muss ich übrigens Bahn fahren. Dienstwagen gibt es keine – auch nicht bei der EKD. Aber ich finde es auch entspannend, Bahn zu fahren.

? Sie sind 65 Jahre alt geworden. Andere sind da längst in Rente. Welche Pläne haben Sie?

Ich war selber überrascht, als mich da letztens jemand darauf ansprach. Dabei gehöre ich ja zur Generation, die bis 66 arbeiten muss. Aber irgendwie war das noch gar kein Thema. Sicher werden wir jetzt auch jemanden finden müssen, der bei der Stiftung nahtlos weitermacht. Das wird nicht einfach. Aber erst dann schau ich nach der Rente. Ich komme gerne jeden Tag her und genieße meinen Job, indem ich immer wieder Erfolge sehe. Das will man eigentlich nicht so schnell loslassen. Fundraising scheint ganz gut für die Gesundheit zu sein.

▶ www.stiftung-kiba.de

„Nur mit der richtigen Unterstützung können wir die großen Herausforderungen unserer Zeit meistern!“

Prof. Dr. Michael A. Popp
Stifter und Stiftungsvorstand der
Natureheart Foundation for Kids

Wir machen es Ihnen einfach, damit Sie einfach helfen können.

Behalten Sie immer und überall die Kontrolle über Ihre Daten und rufen Sie relevante Fakten in Echtzeit ab. Mit der Einführung von Microsoft Power BI innerhalb Ihrer Organisation, werden Ihre Daten auf professionellem Niveau präsentiert. Sie wollen es noch einfacher? Sie können die Bearbeitung auch zu uns outsourcen.

ifunds

Kontakt.

kontakt@ifunds-germany.de

Fon +49 221 66 99 52 0

Kunst fürs Klima

Klimaschutz heißt auch Tierschutz. Darauf machte „Vier Pfoten – Stiftung für Tierschutz“ mit einer Streetart-Aktion im Vorfeld der UN-Klimakonferenz COP27 in Ägypten aufmerksam. Das Bild war Ende Oktober bei einem Live-Painting in Berlin entstanden (Foto). Der Künstler Gregor Wosik hat darauf eine utopische und eine dystopische Welt dargestellt. Das Gemälde wurde anschließend auch in Wien auf dem Maria-Theresien-Platz präsentiert.

▶ www.vier-pfoten.org

Süchtig!

Video und Doku zur Drogengeschichte von Basel

Zum 50-jährigen Jubiläum der Stiftung Sucht ist nicht nur eine neue Website mit mehr Informationen und verbesserten Navigationshilfen entstanden, sondern auch ein knapp 14-minütiges Video zur Drogengeschichte der Stadt Basel. Es zeigt die offene Drogenszene, die damals neuartige Strategie des Vier-Säulen-Modells und die Rolle privater Initiativen und Hilfsorganisationen seit den späten 1960er Jahren, beleuchtet aber auch, wie sich Regierung und Behörden in der Drogenpolitik behaupteten und die zunehmende Kriminalität bekämpften. Ergänzt wird der Film von einer Dokumentation mit historischen Fotos, welche die verschiedenen Phasen des Suchtgeschehens erzählen, sowie von kurzen Videos, in denen ein ehemals Drogensüchtiger und ein Drogenexperte über ihre Erfahrungen sprechen. An der Produktion des Videos und der Doku haben aktuelle und ehemalige Stiftungsratsmitglieder mitgewirkt.

▶ wwww.stiftungsucht.ch/die-drogengeschichte-stadt-basel

MEINE MEINUNG

„Ein erster Schritt, aber nicht der große Wurf“

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Die Forderung nach Reformen ist nicht neu. Gutachter bescheinigten der Stiftung Preußischer Kulturbesitz schon lange, dass sie überfordert und dysfunktional sei, Bürokratie und Verwaltung seien enorm. Die Süddeutsche Zeitung nannte dieses Flaggschiff des deutschen Kunst- und Kulturerbes einst sogar einen „Tanker“, also schwerfällig und schlecht zu manövrieren. Nun soll die Stiftung, die zu rund 15 Prozent von den Ländern und zu rund 86 Prozent vom Bund getragen wird, endlich reformiert werden – zumindest innerhalb der Verwaltung. Das ist ein erster Schritt, aber wohl eher nicht der große Wurf. Denn ob damit in Zukunft mehr Besucherinnen und Besucher angelockt werden können, ist fraglich. Experten vermissen frische Ideen bei der Präsentation der Exponate, und auch so manches Gebäude könnte eine Sanierung gut vertragen. Was Ende letzten Jahres nun aber beschlossen wurde, ist allenfalls ein Reförmchen statt einer echten Reform. Die Verwaltungsstruktur zu verändern bedeutet doch einen zusätzlichen Kraftaufwand, der besser in die Umgestaltung und Modernisierung der einzelnen Museen und Einrichtungen hin zu attraktiven Anziehungspunkten für ein breites Publikum investiert werden sollte. Mehr Autonomie für die einzelnen Institutionen bedeutet schließlich nicht, dass damit automatisch alles besser wird. Vielmehr müssen die beschlossenen Reformen erst mal auf längere Sicht Früchte tragen.

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

Kurzgefasst …

Wettbewerb für gute Patientenversorgung

Menschen und Organisationen, die mit innovativen, kreativen und pragmatischen Ansätzen die Patientenversorgung in Deutschland verbessern wollen, können sich bis zum 1. März 2023 für den Konkret-Preis der Lilly-Deutschland-Stiftung bewerben. Die besten drei Projekte haben die Chance auf Fördermittel in Höhe von 10 000, 5000 und 3000 Euro.

▶ www.lilly-stiftung.de/konkret

Bäume für Sachsen

Wie in vielen Regionen ist auch der Wald in Sachsen durch Dürre, Stürme und Borkenkäfer-Befall stark in Mitleidenschaft gezogen. Die Stiftung „Wald für Sachsen" will deshalb bis 2027 mit der Kampagne „Mein Baum für Sachsen" so viele Spenden sammeln, dass für jeden im Freistaat lebenden Menschen ein Baum gepflanzt werden kann. Das sind rund vier Millionen.

▶ www.mehr-wald-fuer-sachsen.de

Einfach mal abschalten

Um junge Menschen für einen bewussten Umgang mit Social Media zu sensibilisieren, hat die Vodafone-Stiftung die Awareness-Kampagne #JOMO auf TikTok gestartet. Die Buchstaben stehen für „Joy of missing out" und sollen unter anderem zu Onlinepausen einladen. Unterstützung kommt von reichweitenstarken Influencern wie beac_basti und Miss Georgia Cavallo.

▶ www.klickwinkel.de/jomo ▶ www.vodafone-stiftung.de

Gemeinsam in die Zukunft I

Die bisherige Allianz-Umweltstiftung und die Allianz-Kulturstiftung sind zur Allianz Foundation geworden. Ihr Ziel ist es, die Bedingungen für heutige und zukünftige Generationen nachhaltig zu verbessern. Auch Chancengleichheit, offene Gesellschaften in Europa sowie die Bekämpfung des Klimawandels und die Bewahrung von Biodiversität stehen auf der Agenda.

▶ www.allianzfoundation.org

Gemeinsam in die Zukunft II

Stiftungen und stiftungsähnliche Einrichtungen, die von Fußballverbänden, Fußballklubs oder Einzelsportlern gegründet wurden, haben sich zu einer gemeinsamen Dachorganisation zusammengetan. Zum neu entstandenen Verein „Fußball stiftet Zukunft e.V." gehören u.a. die Manuel Neuer Kids Foundation, die Lukas-Podolski-Stiftung und drei DFB-Stiftungen.

▶ www.fussball-stiftungen.de

Neue Strukturen

Reformen bei der Stiftung Preußischer Kulturbesitz

Eine der wichtigsten Kulturinstitution Deutschlands, die Stiftung Preußischer Kulturbesitz, hat grundlegende Veränderungen beschlossen. Anfang Dezember 2022 stimmte der Stiftungsrat den Reformen einstimmig zu. Durch den Abbau von Bürokratie soll die Stiftung mehr Autonomie und Selbständigkeit erhalten sowie handlungsfähiger und attraktiver für das Publikum werden. Geleitet werden soll sie in Zukunft von einem Kollegialorgan, bestehend aus Präsident, Vizepräsident und dem Präsidenten der Staatsbibliothek. Hinzu kommen für jeweils vier Jahre zwei Spitzen der Staatlichen Museen und eine Vertretung der anderen Einrichtungen. Außerdem soll die Zusammenarbeit mit dem Humboldt-Forum verändert werden, zum Beispiel indem das Forum an die Stiftung angeschlossen wird. Bis Sommer dieses Jahres sollen nun Vorschläge erarbeitet werden, wie die neuen Strukturen finanziert werden. Die Stiftung Preußischer Kulturbesitz, zu der unter anderen die Staatlichen Museen in Berlin gehören, hat rund 2000 Mitarbeitende.

▶ www.preussischer-kulturbesitz.de

Verantwortung verjährt nicht

Wie Unternehmen und Stiftungen mit ihrem NS-Erbe umgehen (können)

Deutsche Unternehmen und Stiftungen taten sich über Jahrzehnte schwer im Umgang mit ihrer Rolle und der ihrer Stifterpersönlichkeiten im Nationalsozialismus. Obwohl von der Verdrängung und späten Auseinandersetzung hin zu heutigem Engagement ein weiter Weg zurückgelegt ist, bleibt auch 80 Jahre später noch viel zu tun. Wie also können Unternehmen und Stiftungen heute dem Anspruch gerecht werden, Verantwortung für NS-Unrecht zu übernehmen und gleichzeitig ihren gesellschaftlichen Gestaltungswillen verwirklichen?

Von DR. ANDREA DESPOT

Das Beispiel der Stiftung Erinnerung, Verantwortung und Zukunft (EVZ) illustriert einen Weg, diesem doppelten Bedürfnis gerecht zu werden: Sie wurde im Jahr 2000 gegründet, um humanitäre Ausgleichszahlungen an ehemalige Zwangsarbeiterinnen und Zwangsarbeiter zu tätigen. Auf gemeinsame Initiative von Staat und Wirtschaft wurde hierfür ein Fond in Höhe von 10 Milliarden DM eingerichtet. Bis zum Jahr 2007 erhielten 1,6 Millionen Menschen in über 100 Ländern eine Entschädigung – als symbolische Anerkennung ihres Leids und als Ausdruck der moralischen Verantwortung des deutschen Staates und seiner Gesellschaft. Auch wurde der „Zukunftsfonds" eingerichtet, aus dem die Stiftung EVZ seither Projekte für Überlebende des NS-Unrechts, der historisch-politischen Bildung und Verständigung fördert. Sie engagiert sich für eine lebendige Erinnerungskultur und für Menschenrechte. Aktiv ist sie in Mittel-und Osteuropa, Israel und in Deutschland.

Aus Impulsen werden Handlungsoptionen

Die Auseinandersetzung mit der eigenen Geschichte – der individuellen, familiären und institutionellen – braucht Impulse. Seien es Momentum oder Moral, drohender Reputationsverlust oder zu erlangende Rechtssicherheit. Im Falle der Stiftung EVZ mündeten alle diese Impulse in ein mächtiges Medienecho und in einen Gesetzesakt des Deutschen Bundestages. Institutionalisierte Verantwortung, die Gründung einer Stiftung oder gemeinnützigen Institution, kann ein Weg des Umgangs mit einem belasteten Vermächtnis sein.

Proaktiver und produktiver Umgang mit dem Erbe

Ein anderer ist die Aufarbeitung selbst: Bis zur Jahrtausendwende fand sie in der deutschen Wirtschaft und Stiftungswelt allerdings kaum statt. Der Generationenwechsel in den Unternehmenszentralen und Stiftungsgremien und das wachsende öffentliche (internationale) Interesse an diesem Kapitel deutscher Geschichte fallen nun immer öfter zusammen. Die zeitliche und biografische Distanz zur Erlebnis- und Entscheidergeneration mag dabei geholfen haben, sich den Lebensläufen von Unternehmen und Stiftern zu stellen. Und da Medien gerne „blinde Flecken" ausleuchten, spricht

viel für einen proaktiven und produktiven Umgang mit dem Erbe. So kann aus einem potenziellen Imageschaden eine „Transparenzdividende“ werden.

Geschichtsbewusstes Stiftungshandeln

Ein dritter Weg: Auf die eigene Geschichte programmatisch antworten – durch geschichtsbewusstes und prosoziales Unternehmens- und Stiftungshandeln. Das Engagement für Bildung, Demokratie und Menschenrechte kann vielfältig sein. Da Denkmuster, Verfolgungsschicksale und Unrechtsorte des NS ihre langen Schatten werfen, lohnt es, auch über besondere Zielgruppen, Fokusländer oder Handlungsprinzipien nachzudenken. Indem etwa die Stiftung EVZ Roma-Organisationen unterstützt, gegen Antisemitismus eintritt oder Power-sharing-Ansätze anwendet, übersetzt sie ihren einstigen Auftrag ins Hier und Heute.

Ein starkes Zeichen unternehmerischer Verantwortung setzten auch deutsche Unternehmen, die die International Holocaust Remembrance Alliance (IHRA)-Definition von Antisemitismus anerkannt oder ihren innerbetrieblichen Aus- und Weiterbildungskanon einschlägig erweitert haben: Fünf große deutsche Unternehmen ermöglichen es ihren Mitarbeitenden im Rahmen eines Bildungsprojekts der Stiftung EVZ, sich gegen Antisemitismus und andere Formen gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit Interventionskompetenzen anzueignen.

Wie der aktuelle MEMO-Erinnerungsmonitor der Stiftung EVZ zeigt, gibt es ein großes Interesse an der Auseinandersetzung mit Geschichte. Vor allem junge Menschen wollen sich aktiv mit ihr und ihren Fortwirkungen beschäftigen. In diesem Befund liegen Potenziale für die Arbeit von Stiftungen und Unternehmen.

Verantwortung verjährt nicht, deshalb verpflichtet sie zum Handeln – auf welchem der hier skizzierten Wege auch immer. Denn wie das Verständnis von CSR spielt auch der Umgang mit der eigenen Geschichte eine immer größer werdende Rolle, um als glaubwürdige Organisation wahrgenommen zu werden.

Dr. Andrea Despot ist Vorstandsvorsitzende der Stiftung Erinnerung, Verantwortung und Zukunft (EVZ). Die Politologin und promovierte Osteuropa-Historikerin ist Expertin für die Gesellschaft und Geschichte der Region, für historisch-politische Bildung sowie für Erinnerungskultur in Europa und deren Beitrag zur europäischen Integration.
▶ www.stiftung-evz.de

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

Form follows function

Wann sich ein Stiftungsfonds lohnt – und wann nicht

Seit Jahren steigt die Zahl der rechtsfähigen Stiftungen und Treuhandstiftungen weiter an. Im Schatten dieses Wachstums nimmt auch die Zahl an Stiftungsfonds stetig zu. Dieser Umstand ist auch auf das Werben von Trägerstiftungen zurückzuführen, Stiftungsfonds unter ihrem Dach zu eröffnen. Gleichwohl lohnt eine kritische Abwägung der Vor- und Nachteile – auch aus Fundraising-Sicht.

Von MATTHIAS MARX

Bei einem Stiftungsfonds handelt es sich um eine besondere Form der Zustiftung. Eine Zuwendung in den Vermögensstock einer Stiftung mit der Auflage, die Erträge aus dem Zuwendungsbetrag für einen bestimmten steuerbegünstigten Zweck einzusetzen.

Was macht den Stiftungsfonds besonders? Im Gegensatz zur rechtsfähigen Stiftung bürgerlichen Rechts ist der Stiftungsfonds kein eigenes Rechtssubjekt und anders als rechtsfähige Stiftungen und Treuhandstiftungen auch kein eigenes Steuersubjekt. Dennoch werden finanzielle Zuwendungen an den Stiftungsfonds steuerlich besonders privilegiert.

In der Mehrzahl sind Stiftungsfonds unter dem Dach von eigens errichteten Stiftungen von Banken, sogenannten Stiftergemeinschaften, oder unter dem Dach von Bürgerstiftungen zu finden. Der Zustiftungsbetrag wird dabei vom sonstigen Grundstockvermögen buchhalterisch separiert, wobei prinzipiell auch Vermögensgegenstände zugestiftet werden können.

Vorteile eines Stiftungsfonds

1. Unkomplizierte Gründung: Der Stiftungsfonds kommt durch schriftliche Vereinbarung zwischen Stifter und Dachstiftung zustande. Es bedarf keines staatlichen Antrags- und Genehmigungsverfahrens. Dies ermöglicht schnelle Gründungen.

2. Dauerhafte Vermögenswidmung: Im Falle rechtsfähiger wie nicht rechtsfähiger „Ewigkeitsstiftungen“ kann das Vermögen ebenfalls langfristig einem oder mehreren Zwecken gewidmet sein – mit den entsprechenden, bereits erwähnten steuerlichen Privilegien.

3. Geringe Kosten: In der Regel liegen die Kosten für die Gründung und den „Betrieb“ durch die vergleichsweise schlanke Verwaltung eines Stiftungsfonds deutlich unter den Kosten anderer Stiftungsformen. Im Idealfall bleiben damit mehr Mittel für den eigentlichen Stiftungszweck übrig.

4. Abgabe rechtlicher Verantwortung: Da der Stiftungsfonds keine eigene Rechtspersönlichkeit besitzt, ist die Dachstiftung Träger von gesetzlichen Rechten und Pflichten. Gleichzeitig bleibt durch die staatliche Aufsicht der Dachstiftung eine hinreichende Kontrolle gewahrt.

5. Nutzung bestehender Strukturen: Die bewährten Organisationsstrukturen der Dachstiftung und ihre Expertise in der Verwaltung von Stiftungsfonds und/oder auf dem jeweiligen thematischen Gebiet ermöglicht, dass der Stiftungsfonds schnell Wirksamkeit entfaltet und der Stifter von „bürokratischem Ballast“ befreit bleibt.

Die richtige „Stiftungsimmobilie“ finden

Die Vorteile von Stiftungsfonds sind gewichtig und werden von Seiten der Trägerstiftungen und deren (zumeist) kommerziellen Dienstleistern im Hintergrund zu Recht offensiv kommuniziert.

Und doch empfiehlt es sich, bei der Wahl des passenden Stiftungsmodells stets dem aus der Architektur bekannten Leitsatz „form follows function“ zu folgen. Das bedeutet: In einigen Fällen wird – entsprechend der Vorstellungen des Stifters oder der Stiftergemeinschaft – die Konstruktion einer fünfgeschossigen Villa mit Tiefgarage, Balkon und Vorgarten notwendig sein, in einigen Fällen die zweckmäßige, stilvoll eingerichtete Ein-Zimmer-Wohnung in einem Mehrfamilienhaus genügen.

Auch wenn der Wille des Stifters die oberste Richtschnur darstellt, sind Beraterinnen und Berater gefragt, auch die langfristige Wirkung jeder Stiftungsform oder -alternative aufzuzeigen. Wenn ein Stiftungsfonds mit 25 000 Euro ausgestattet ist und nur der Ertrag des zugestifteten, unverbrauchbaren Kapitals, der prozentual aus den Gesamterträgen aus der Stiftung zu errechnen ist, zur Verfügung steht, und klar ist, dass der Stiftungsfonds nicht zu Lebzeiten oder von Todes wegen weiter aufgestockt werden soll, ist kritisch zu hinterfragen, ob der jährliche Ertrag – abzüglich der Kosten für die Verwaltung des Fonds – noch für eine Packung Luftballons für den örtlichen Kindergarten ausreicht und ob nicht eine voll verbrauchbare Spende zugunsten des Kindergartens oder eine Verbrauchsstiftung die bessere Wahl gewesen wäre.

Insbesondere Fundraiserinnen und Fundraiser, die sich mit Kapitalkampagnen und Großspenden-Akquise auseinandersetzen, sollten über die stifterischen Gestaltungsmöglichkeiten grundlegend informiert sein. Hier ist eine juristische Begleitung zur Beachtung der gemeinnützigkeitsrechtlichen Vorgaben zu empfehlen.

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

FÜR IHREN SPENDEN-ERFOLG

... konzipieren, texten, gestalten und realisieren wir:

Mailings für Ihre Hausliste, zur Spender-, Dauerspender- und Patengewinnung, an Middle Donors und Großspender, Katastrophenmailings, Reminder, Selfmailer, Erbschaftsbroschüren, Anlassspendenflyer, Anzeigen, Jahres-Zuwendungsbestätigungen, Dankschreiben, Incentives, Kalender, Beilagen, Spenderzeitungen, Jahres- und Patenberichte, ...

fundraising profile

Alpenerstraße 16 · 50825 Köln
welcome@fundraising-profile.de
Tel. 0221.484908-10
www.fundraising-profile.de

Profitieren Sie von unserer Erfahrung!

Torsten Bäz (Mitte), Geschäftsführer der Seidenweberei Eschke, übergibt neugefertigte Stoffe für sorbische Trachten.

Strukturwandel als Chance

Die Kultur der Sorben braucht besondere Unterstützung

Die Stiftung für das sorbische Volk will Traditionen und Sprache der nationalen Minderheit nicht nur bewahren, sondern auch ins digitale Zeitalter mitnehmen. Das erfordert viel Engagement und Ideenreichtum – und auch die Hilfe von Großkonzernen.

Von UTE NITZSCHE

Wenn vom Strukturwandel die Rede ist, wird nicht selten die Lausitz als Paradebeispiel herangezogen. Es geht um die Stilllegung der riesigen Braunkohletagebaue, wütende Klimaprotestanten und Dörfer, die der Kohle weichen müssen. Hinzu kommt der demografische Wandel. Dass es dabei aber auch um die Kultur, Sprache und Traditionen einer nationalen Minderheit geht, gerät oft in den Hintergrund. Denn in der Ober- und Niederlausitz leben laut Schätzungen rund 60 000 Angehörige des sorbischen Volkes, davon ungefähr 40 000 in Sachsen und etwa 20 000 in Brandenburg. Genaue Zahlen gibt es nicht, da man sich lediglich dazu bekennen muss, Sorbe oder Sorbin zu sein und diese Zahlen nirgendwo amtlich erfasst werden. Da die Sorben jenseits von Deutschland keinen Mutterstaat haben, hat sich die Bundesrepublik verpflichtet, die materiellen Rahmenbedingungen für die Sicherung und Entwicklung ihrer Sprache und Kultur zu schaffen.

Strukturwandel gefährdet Kultur

Im Oktober 1991 wurde daher die Stiftung für das sorbische Volk gegründet; 1998 erlangte sie Rechtsfähigkeit. Finanziert wird sie zur Hälfte vom Bund sowie mit Zuschüssen des Freistaates Sachsen und des Landes Brandenburg. Sie soll vor allem in der Öffentlichkeit die sorbische Identität bewahren. Diese ist nicht zum ersten Mal bedroht. Durch das Anlegen der Braunkohletagebaue wurden einst mehr als 130 sorbische Dörfer und damit auch deren Kultur zerstört. Die sorbische Sprache ist in diesen Regionen nahezu verschwunden. Ähnliches droht auch beim derzeitigen Strukturwandel, weshalb die Stiftung genau an dieser Stelle ansetzt: „Wir haben jetzt die große Chance, bei der Entstehung neuer Strukturen das Sorbische von Anfang an mitzudenken, da die kulturelle und sprachliche Vielfalt der Lausitz ein Alleinstellungsmerkmal ist und neben der Wiederbelebung der ‚sorbischen Seele' wirtschaftlich vor allem im touristischen Bereich viele Möglichkeiten bietet", erklärt Felizitas Birkhofen, die bei der Stiftung im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Marketing tätig ist.

Mit Fördermitteln unterstützt die Stiftung zahlreiche Institutionen und verschiedene

Projekte, wobei besonders Kontinuität und Professionalität bei der Bearbeitung der sorbischen Themen im Vordergrund stehen. So profitiert natürlich die Domowina – Bund Lausitzer Sorben e.V. als Dachverband und politische Vertreterin der Sorben von der Förderung, außerdem das Witaj-Sprachzentrum, das Sorbische National-Ensemble, das Sorbische Institut als außeruniversitäre Forschungseinrichtung, die Schule für Niedersorbische Sprache und Kultur, ein Folklore- und ein Filmfestival sowie der Domowina-Verlag als Herausgeber sorbischer Literatur, Zeitungen und Medienprodukte.

Fußball-EM für europäische Minderheiten

Darüber hinaus widmen sich zwei Museen in Bautzen und Cottbus dem sorbischen Volk, und auch das Deutsch-Sorbische Volkstheater, ebenfalls in Bautzen, führt Stücke in Deutsch, Ober- und Niedersorbisch auf und ist damit in Deutschland und auch in Europa in seiner Konzeption und künstlerischen Prägung einzigartig. Ein besonderes Projekt, dem sich die Stiftung widmet, ist die „Europeada". Unter dem Motto „Gemeinsam einzigartig" treffen bei den Spielen dieser speziellen Fußballeuropameisterschaft europäische Minderheiten aufeinander. Und im November fand zum 148. Mal die Schadźowanka statt. Das Treffen der sorbischen Studenten und Ehemaligen wird von der Stiftung ausgerichtet und zog etwa 400 Gäste vor Ort an sowie mehrere hundert Menschen per Livestream auf Youtube.

Digitalisierung des Sorbischen

Um aber eine Kultur und Sprache im 21. Jahrhundert mit Leben zu füllen, führt an der Digitalisierung kein Weg vorbei. Deshalb hat die Stiftung ein sorbisches Digitalisierungskonzept in Auftrag gegeben, das Bedarfe und Anforderungen ermittelt und als Grundlage für konkrete Maßnahmen dienen soll. Eine besondere Herausforderung stelle beispielsweise die immer noch fehlende Unterstützung der Großkonzerne dar, für die die Einbindung einer Minderheitensprache in ihre Produkte wirtschaftlich meist nicht relevant sei, wie Felizitas Birkhofen bemerkt. Außerdem übersetze beispielsweise Facebook zwar aus dem Polnischen, nicht aber aus dem Sorbischen. Einen ersten Erfolg gibt es aber zu verzeichnen: „Allerdings konnte durch gute Zuarbeiten und persönliche Verbindungen Microsoft als Partner gewonnen werden, sodass die sorbischen Tastaturen standardmäßig implementiert sind und auch das Übersetzungsprogramm von Microsoft Obersorbisch als Übersetzung anbietet." Die Sprache könne nur fortbestehen, wenn sie konsequent angewendet werde: „Das Ziel sollte es augenzwinkernd sein, dass die sorbische Sprache in der Lausitz so selbstverständlich anerkannt ist wie das Bayrische in Bayern und dass es im Jahr 2100 etwa 100 000 Sprecher gibt."

▶ www.stiftung.sorben.com

OHNE PLAN

MIT PLAN:

PARTNER FÜR IHR POSTMAILING

- nachhaltig
- zuverlässig
- termintreu
- preisbewusst

Spendenmailings mit Plan:
Alexandra Sievert-Heidemann
0521-557359-19

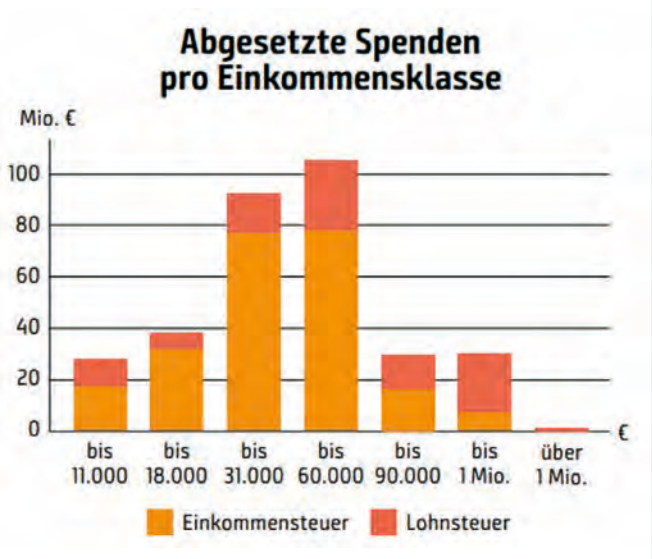
SIEVERTDRUCK&SERVICE.

Kontakt:
Sievert Druck & Service GmbH
Telefon 0521-557359-0
info@druck-u-service.de
www.druck-u-service.de

900 Millionen Euro für Österreichs Spendenorganisationen im Schatten von Krieg und Teuerung

Im Dezember ist der Spendenbericht 2022 erschienen – die jährliche Fachpublikation des Fundraising Verband Austria, die das Spendenverhalten, das Aufkommen und die Entwicklung des Gebens in Österreich unter die Lupe nimmt. Interessierte erfahren in der aktuellen Ausgabe, inwieweit sich die Spendenfreude innerhalb Europas unterscheidet, warum in Österreich relativ wenige Großspender*innen anzutreffen sind, welche Zukunftsperspektiven es für das Spendenwesen gibt und welchen Einfluss Medien auf das Geben haben. Außerdem gibt der Bericht Einblick in die Spendenerlöse der 100 größten NPOs Österreichs.

Wie die neue Ausgabe des Spendenbericht zeigt, verzeichneten Österreichs gemeinnützige Organisationen 2021 das zweitgrößte Wachstum des Jahrzehnts (nach 2020). Im überaus bewegten Spendenjahr 2022 haben Krieg und Teuerung deutliche Spuren hinterlassen. Auf die humanitäre Katastrophe in der Ukraine reagierten die Menschen in Österreich mit einer noch nicht dagewesenen Welle der Solidarität und gaben allein innerhalb der ersten zwei Kriegsmonate 100 Mio. Euro – mehr als 10 Prozent des gesamten Jahresaufkommens. Entscheidenden Anteil hatte die ORF-Aktion NACHBAR IN NOT, die bis Ende Oktober über 50 Mio. Euro sammelte.



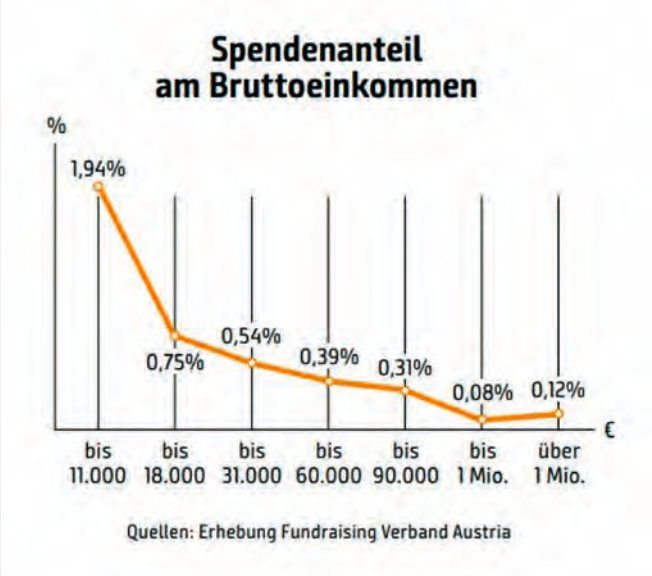
Droht Spendenrückgang?

Die im Jahresverlauf immer stärker einsetzende Teuerungsdiskussion bewirkte allerdings bei Organisationen spätestens ab Juni einen deutlichen Rückgang der Spendeneinnahmen. Insgesamt prognostiziert der Fundraising Verband 2022 dennoch ein Spendenaufkommen von 900 Mio. Euro, und damit einen leichten Zuwachs von 5 Prozent, der jedoch mehr denn je von der Spendenbereitschaft in der Weihnachtszeit abhängt. In einem negativen Szenario könnte sich erstmals ein Spendenrückgang einstellen. Wie die Spendenbericht aufgearbeiteten Zahlen belegen, blieben 2022 speziell Krisenherde abseits der Ukraine und andere internationale Themen auf der Strecke. Schon 2021 verloren Vereine der Entwicklungszusammenarbeit gegenüber 2020 rund 8,5 Mio. Euro (– 5%), während vor allem die Zwecke Tiere und Umwelt, aber auch Soziales und Kinder deutliche Zuwächse verzeichneten.

80 Prozent aller Spenden von privat

Die Analyse des Spendenaufkommens zeigt, dass Privathaushalte in Österreich mit 700 Mio. Euro (80 %) den größten Anteil leisten. Nur je 10 Prozent stammen von Unternehmen und Stiftungen, deutlich weniger als in den Nachbarstaaten. Insbesondere der Mittelstand kann als Hauptschlagader des Gebens bezeichnet werden. 85 Prozent des Aufkommens resultieren aus den zahlreichen Beträgen unter 200 Euro, während Spenden über 1000 Euro in Summe lediglich 2 Prozent ausmachen. Dies verdeutlicht auch den im internationalen Vergleich ausgesprochen geringen Beitrag Hochvermögender und die entsprechende soziale Schieflage. Geringverdiener*innen geben fast 2 Prozent ihres Einkommens, während die obersten

Einkommensschichten nur rund 0,1 Prozent spenden. Auch der Blick in die Steuerstatistik zeigt das Ungleichgewicht: Während in Deutschland rund 44 Prozent aller Spenden (2,96 Mrd. €) von Personen mit einem Einkommen über 100 000 Euro geltend gemacht werden, trägt in Österreich die Steuerklasse ab 90 000 Euro nur 9,6 Prozent (31 Mio. €) bei. Oder im Umkehrschluss: In Österreich kommen rund 49 Prozent aller abgesetzten Spenden von Menschen mit einem Einkommen unter 31 000 Euro (in Deutschland nur 14 % unter 30 000 €). Die ausbaufähige Kultur des Gebens unter Vermögendes liegt nicht zuletzt an den mangelhaften politischen Rahmenbedingungen, was auch die Analyse der globalen Philanthropie-Standorte (Global Philanthropy Environment Index) durch die Indiana University, USA, widerspiegelt. Liechtenstein geht daraus als Spitzenreiter in puncto Rahmenbedingungen für wohltätiges Engagement hervor. Auch Deutschland und die Schweiz kommen unter die Top 5. Österreich hingegen liegt deutlich hinter dem westeuropäischen Schnitt.



Noch großes Potenzial im internationalen Vergleich

Die einzelnen Länder Europas weisen je nach sozioökonomischer Lage gravierende Unterschiede beim Engagement auf. Als besonders spendenfreudig stechen Großbritannien, die Niederlande und die Schweiz hervor, wo jeweils Durchschnittsspenden pro Einwohner*in von über 200 Euro anzutreffen sind. Österreich liegt mit rund 97 Euro im europäischen Mittelfeld. Für die Brit*innen als Europameister*innen spricht auch der Blick auf das Spendenvolumen in Relation zum Bruttoinlandsprodukt (BIP), der zeigt, dass ihre Spenden 0,7 Prozent vom BIP betragen. In Deutschland liegt dieser Wert nur halb so hoch, bei 0,35 Proeznt, in der Schweiz bei 0,28 Prozent und in Österreich bei 0,22 Prozent. Mit demselben Spendenanteil am BIP wie in den USA hätte Österreich ein Aufkommen von 8,6 Mrd. Euro. Unglaubliche 411 Mrd. Euro (Wechselkurs 2021) oder 2,1 Prozent vom US-BIP haben die Amerikaner gespendet.

Zukunft des Gebens: Goldene Jahre?

Je höher das Alter, desto größer das Engagement beim Spenden – das ist nicht nur in Österreich so. Umgelegt auf den demografischen Wandel, ist im kommenden Jahrzehnt von einem fruchtbaren Boden für Österreichs Dritten Sektor auszugehen. Wie die Bevölkerungspyramide zeigt, treten die geburtenstärksten Jahrgänge in dieser Zeit in die Altersgruppe 60+ ein. Laut Statistik Austria wird der Anteil der über 65-Jährigen von derzeit 19,5 auf über 26 Prozent ansteigen. Das sind über 750 000 Personen. Daraus ergibt sich ein riesiges Potenzial an Spender*innen und Freiwilligen, das es durch zielgruppengerechte Ansprachen abzuholen gilt.

Parallel ist es jedoch eine der größten Herausforderungen, die Jugend – als Spendengeneration der Zukunft – laufend zu sensibilisieren und vom Wirken des NPO-Sektors zu überzeugen. Kein einfaches Unterfangen, wie ein Interview mit dem österreichischen Jugendkulturforscher Prof. Mag. Bernhard Heinzlmaier zeigt. Demzufolge unterscheidet sich die junge Generation unter anderem in ihrer Wertewelt, ihren Motiven und ihrer Kommunikation wesentlich von der gegenwärtigen Hauptgruppe Spendender, ein Umstand, auf den sich NPOs erst einmal einstellen müssen. Der Einbezug der Jugend ist aber auch noch in anderer Hinsicht fundamental für die Zukunft des Sektors, denn Spendenwerbung funktioniert bekanntlich nur durch engagiertes, bestens ausgebildetes und kreatives Personal!

Der Spendenbericht steht auf *www.fundraising.at* zum Download zur Verfügung.

Kreatives Fundraising: „Aktion Klimabonus spenden“

Inmitten der Rekordteuerung hat die Bundesregierung in Österreich rasch den Klimabonus von 500 Euro für 8,6 Mio. Menschen bereitgestellt. Die soziale Treffsicherheit ist dabei allerdings auf der Strecke geblieben. Viele sind auf diese finanzielle Hilfeleistung nicht angewiesen. Daher haben zahlreiche bekannte Spendenorganisationen die Aktion „Klimabonus spenden“ gestartet und rufen jene, die den Bonus nicht unbedingt brauchen, auf, diesen weiterzugeben. Ein NPO und Themen übergreifender Spendenaufruf, der das Aufkommen im Herbst sehr positiv beeinflusst hat.

Foto: Pro Senectute

Spenden mit QR-Zahlteil: Befürchtungen nur bedingt eingetroffen

Nach einer langen Vorbereitungsphase wurden die orangen und roten Einzahlungsscheine per 1. Oktober 2022 definitiv durch den QR-Zahlschein ersetzt. Einige Organisationen befürchteten einen Spendenrückgang, andere freuten sich auf einen effizienteren Datenfluss. Swissfundraising hat bei verschiedenen NPO nachgefragt, wie die ersten Erfahrungen seit der Umstellung waren. Das Feedback zeigt: Die meisten Spender:innen waren mit dem neuen QR-Zahlschein schon vertraut und haben auch mit diesem weiterhin gespendet.

Umfrage: Mario Tinner

Helvetas Swiss Intercooperation
Monica Meuli,
Marketing Manager Direct Mail

Wir haben bereits ein paar Monate vorher alles auf QR-Einzahlungsschein umgestellt. Die Umstellung erfolgte ohne Probleme. Als wir im Frühling die ersten Mailings mit QR-Zahlschein raus schickten, kamen noch vereinzelt Rückmeldungen mit Fragen von Spender:innen. Einige haben auch proaktiv nachgefragt nach einem neuen Einzahlungsschein mit QR-Code. Da seit Anfang 2022 laufend auch grosse Unternehmen, wie Telekom-Anbieter, Versicherungen etc. umgestellt haben, hatte sich die Mehrheit unserer Spender:innen wohl bereits an den neuen QR-Einzahlungsschein gewöhnt.

Unsere Befürchtung, dass durch die Umstellung weniger Spenden reinkommen, hat sich nicht bestätigt. Wir wissen allerdings noch nicht, wie viele Spender:innen mit einem alten Einzahlungsschein spenden wollten, und dies aufgrund der Umstellung nicht getan haben.

Krebsliga Schweiz
Marc-André Pradervand,
Leiter Public Fundraising a. i.

Die Umstellung auf den neuen QR-Zahlschein lief von unserer Seite her grösstenteils reibungslos, obwohl wir eher spät (Mai 2022) umgestellt haben. Vermutlich hatten sich die Spender:innen aber schon an den neuen Zahlschein gewöhnt, und unsere Dienstleister hatten zu diesem Zeitpunkt schon Erfahrung mit der Umstellung. Viele, die zuhause noch einen alten Einzahlungsschein hatten, machten uns sogar auf die Umstellung aufmerksam.

Einbrüche in den Mailingeinnahmen haben wir diesbezüglich nicht festgestellt. Allerdings müssen wir die Adressfiles jetzt ein bisschen anders kontrollieren. Dafür geht es nun aber schneller, was positiv ist. Für uns ist der QR-Zahlschein nun zum Standard geworden und wir haben auf der technischen Seite nicht mehr viel anzupassen. Der Austausch mit anderen NPO (z.B. in der Fachgruppe DM Panel) war sehr hilfreich in Bezug auf die eigene Umstellung.

Trotzdem gab es teilweise kleinere Probleme/Herausforderungen. So waren beispielsweise die Richtlinien und Vorgaben der PostFinance nicht immer klar (z.B. dass die Strasse des Absenders auf dem QR-Zahlschein ersichtlich sein muss). Auch informierte die PostFinance teilweise sehr spät und wir hatten leider keinen persönlichen Berater, an den man sich bei Fragen wenden konnte.

Aufgefallen ist uns, dass es nun mehr manuelle Spenden ohne Vermerk hat. Was darauf hinweist, dass Spender:innen den Vermerk (z. B. Trauerfall) direkt am Postschalter nicht nennen. Denn vor allem ältere Personen schrieben den Vermerk früher direkt auf den roten Einzahlungsschein.

Pro Natura
Silvana Durrer,
Projektleiterin Mittelbeschaffung

Wir hatten wegen unseres Datenbankwechsels bereits im Oktober 2021 von ESR auf den QR-Einzahlungsschein umgestellt. Wir stellten ohne Test um, von 0 auf 100 sozusagen, und haben kaum Negatives zu berichten. Es gab zu Beginn einige Rückmeldungen von Spender:innen, die ihre Zahlung nicht machen konnten. Dies konnten wir dann meistens auf ihre Banking-App zurückführen und hatte nicht direkt mit den von uns erstellten QR-EZS zu tun. Das waren aber Einzelfälle. Es gab keinen Spendenrückgang, der auf die Umstellung zurückzuführen wäre. Der Übergang verlief weitestgehend problemlos.

Der Wegfall des rosa Einzahlungsscheins führt bei Trauerspenden am Schalter zu einzelnen Problemen, weil offenbar noch nicht alle Poststellen über die Vorlagepraxis informiert sind und teilweise keine Spenden entgegennehmen möchten.

Rheumaliga Schweiz
Tina Spichtig, Online & Public Fundraising

Die Nutzung des neuen QR-Zahlscheins an sich hat keine Probleme ergeben. Es haben sich auch keine Personen bei uns bezüglich der Handhabung gemeldet. Wir haben den Eindruck, dass die Spenderinnen und Spender bereits versiert sind/waren, da auch alle Versicherungen und Banken früh mit der Einführung begonnen haben. Zudem haben wir bereits im letzten Jahr den QR-Zahlschein in die Mailings integriert.

Jedoch sind finanzielle Einbussen bemerkbar: bei den Spenden, welche wir aus Mailings mit dem alten Zahlschein aus früheren Jahren erhalten. Stand heute haben wir bei diesen alten Mailings etwa 20 Prozent Spendeneinbussen. Für uns war die Umstellung im September ungünstig gewesen, da diese genannten Spenden aus Vorjahren in den Monaten Oktober bis Dezember noch am meisten Zuwachs erhalten. In den aktuellen Mailings bemerken wir keine Veränderung.

Wie sind eure Erfahrungen mit QR-Zahlteilen?

Swissfundraising sammelt die Erfahrungen von Fundraiser:innen und NPO mit den neuen QR-Zahlscheinen. Wir sind dankbar, wenn ihr uns eure positiven wie negativen Erlebnisse und auch eure Massnahmen schildert, damit andere davon profitieren können: Habt ihr einen Spendenrückgang festgestellt? Haben sich Spender:innen gemeldet, die mit dem neuen Zahlungsvorgang Mühe hatten? Habt ihr getestet oder über Spender:innen erfahren, wie am Postschalter die Unterstützung für überforderte Spender:innen aussieht?
Schreibt uns perE-Mail an **info@swissfundraising.org** oder teilt eure Erfahrungen direkt im neuen Diskussionsforum des Memberbereichs von **swissfundraising.org**.

Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Vielseitige Persönlichkeit im Vorstand

Der Deutsche Caritasverband bekommt ab 1. Februar 2023 mit Dr. **Susanne Pauser** ein neues Vorstandsmitglied. Sie bringt langjährige Erfahrungen aus kirchlichem und unternehmerischem Engagement mit. So war sie z. B. Referentin beim Bischöflichen Hilfswerk Misereor und mehrere Jahre Mitglied im Verwaltungsrat beim SOS-Kinderdorf e. V. Sie hat Pädagogik, Philosophie, Religionswissenschaften und Sprecherziehung an der Uni Regensburg studiert und an der Universität Passau promoviert. Bis letztes Jahr war Dr. Susanne Pauser außerdem Personalleiterin beim Finanzdienstleister der Wüstenrot & Württembergische AG sowie Gründungsmitglied und Vorsitzende der Kommission für Tarifpolitik und Arbeitsrecht beim Frauenbeirat des Arbeitgeberverbands der Versicherungsunternehmen.

Q!SH e. V. fördert seriöse und qualitativ hochwertige Straßen- und Haustürwerbung. Werden Sie Q!SH-Partner und definieren Sie gemeinsam mit Dienstleistern und anderen Organisationen Qualität. Schaffen Sie Klarheit und sichern Sie Transparenz. Tauschen Sie sich mit Fachkräften aus und tragen Sie dazu bei, dass die öffentliche Wahrnehmung für dieses wertvolle Fundraisinginstrument gestärkt wird.

REGELMÄSSIGE UNABHÄNGIGE COMPLIANCE-PRÜFUNG
WERDEN SIE JETZT Q!SH-PARTNER!
WWW.Q!SH.DE

Q!SH Qualitätsinitiative Straßen- und Haustürwerbung

Neu in der Geschäftsleitung beim DSZ

Die Juristin **Stephanie Berger** steigt zum 1. März 2023 in die Geschäftsleitung des Deutschen Stiftungszentrums (DSZ) auf und übernimmt damit die Funktion von Erich Steinsdörfer, der in den Ruhestand geht. Sie war u.a. Geschäftsführerin der Kulturstiftung Essen und ist schon seit 2012 in verschiedenen Positionen beim Stifterverband und im DSZ tätig. Daher bleibt sie neben ihrer neuen Aufgabe auch weiterhin Leiterin des Bereiches „Recht und Steuern“ im DSZ.

Aktiv fürs Klima bei der ECFI

Kathrin Dombrowski ist zum Team der European Community Foundation Initiative (ECFI) hinzugestoßen und kümmert sich als Peer Learning Expert für den Themenbereich Klima. Sie war u. a. bei der Bertelsmann-Stiftung und beim Beratungshaus Phineo tätig und hat das International Philanthropy Commitment on Climate Change mit ins Leben gerufen. Parallel arbeitet sie auch als Strategic Advisor für die European Philanthropy Coalition on Climate von Philea.

Außenministerin bei „Aktion Deutschland Hilft“

Annalena Baerbock hat im November 2022 den Vorsitz des Kuratoriums von „Aktion Deutschland Hilft“ übernommen und will sich zusammen mit dem Netzwerk für koordinierte und gezielte Hilfsprogramme weltweit einsetzen, wobei ihr die Teilhabe aller, vor allem Frauen, für die Überwindung humanitärer Notlagen wichtig ist. Das Kuratorium besteht derzeit aus 26 Mitgliedern und ist ein rein beratendes Gremium, das keine beschlussfassende Funktion hat.

„Licht ins Dunkel“ mit neuem Geschäftsführer

Bereits seit 1. September 2022 ist **Mario Thaler** neuer Geschäftsführer beim österreichischen Verein „Licht ins Dunkel“, der jedes Jahr mit einer Kampagne zu Weihnachten Spenden für Sozialhilfe- und Behindertenprojekte sammelt. Mario Thaler war zuletzt Bereichsleiter beim Erwachsenenschutzverein „VertretungNetz“ und kümmerte sich um die Bedürfnisse und Rechte von Menschen mit psychischen Erkrankungen und kognitiven Beeinträchtigungen. Er hat außerdem 14 Jahre lang in der humanitären Nothilfe bei Ärzte ohne Grenzen gearbeitet und leitete sieben Jahre die Geschäftsstelle der österreichischen Sektion der internationalen Hilfsorganisation. Der studierte Wirtschaftswissenschaftler bringt auch Erfahrungen im Projektmanagement und Fundraising mit.

Neues Führungsduo für Arbeitskreis Soziales

Monika Wirth und Dr. **Alexander Suter** haben die Co-Leitung beim Arbeitskreis Soziales und Gesellschaftsfragen bei Swissfoundations übernommen. Monika Wirth ist seit 2018 Geschäftsführerin der Sophie und Karl Binding Stiftung und hat Germanistik und Sport studiert. Sie arbeitete als Lehrerin und Journalistin, bevor sie in verschiedenen Stiftungen tätig war. Außerdem ist sie im Vorstand von Stiftungsstadt Basel und Stiftungsrätin der Stiftung Sucht. Dr. Alexander Suter hat Jurisprudenz studiert und ist Leiter der Abteilung Soziales der Christoph Merian Stiftung. Zuvor hat er sich bei der Schweizerischen Konferenz für Sozialhilfe und der Schweizerischen Vereinigung für Sozialpolitik mit Themen wie Armutsprävention und Existenzsicherung befasst.

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

Kritische Stimme gegen Armut in der Schweiz

Monika Maire-Hefti ist seit dem 1. Januar 2023 neue Präsidentin der Caritas Schweiz und hat in dieser Funktion die strategische Verantwortung für das zweigrößte Hilfswerk des Landes übernommen. Die ehemalige Regierungsrätin des Kantons Neuenburg und Vorsitzende des Erziehungs- und Familiendepartements ist seit rund zwei Jahren Präsidiumsmitglied der Caritas und folgt nun auf Claudius Luterbacher, der Leiter des Amtes für Soziales des Kantons St. Gallen wird. Seit 2021 ist die diplomierte Pflegefachfrau außerdem Präsidentin der Eidgenössischen Kommission für Familienfragen und kritisiert nicht nur in dieser Rolle immer wieder die Familienpolitik in der Schweiz. Als neue Caritas-Präsidentin will sie deshalb aktiv einen Beitrag gegen Armut leisten.

Leitungsteam ist wieder vollständig

Die Stiftung Kloster Eberbach hat wieder ein vollständiges Leitungsteam ihrer gemeinnützigen Verwaltung. Zum 1. Januar 2023 hat **Julius Wagner** den Vorstandsvorsitz übernommen. Der studierte Jurist hat viele Jahre beim DEHOGA-Bundesverband in Berlin gearbeitet und ist u. a. seit 14 Jahren Hauptgeschäftsführer der DEHOGA Hessen. Darüber hinaus engagiert er sich ehrenamtlich in verschiedenen gesellschaftlichen Gremien und Institutionen.

Neue Aufgabe im Ehrenamt: stellvertretender Stiftungsrat

Der Direktor des Sozialgerichts Fulda, Prof. Dr. **Carsten Schütz**, ist zum stellvertretenden Vorsitzenden des Stiftungsrates der Deutschen Palliativ-Stiftung gewählt worden. Seit 2015 gehört er dem Stiftungsrat an und engagiert sich besonders in ethisch-juristischen Fragen sowie für eine gute Hospiz-Versorgung. So macht er sich zum Beispiel für ein Sterben in Würde stark. Die neue Aufgabe bei der Deutschen Palliativ-Stiftung übt Carsten Schütz ehrenamtlich aus.

Wahl zum neuen Vorstandsvorsitzenden

Die Rosa-Luxemburg-Stiftung hat im vergangenen November einen neuen Vorstandsvorsitzenden gewählt. Das Amt übernimmt **Heinz Bierbaum**. Er ist Präsident der Europäischen Linken und tritt die Nachfolge von Dagmar Enkelmann an, die zehn Jahre an der Spitze der Stiftung stand und nun nicht mehr kandidierte. Heinz Bierbaum ist bereits seit 2020 Mitglied im Vorstand der Rosa-Luxemburg-Stiftung und bringt langjährige Erfahrungen in Politik und Wissenschaft mit.

Von der Agentur in die Organisation

Nachdem sie die letzten Jahre gemeinnützigen Organisationen als Beraterin und Projektmanagerin bei der Fundraisingagentur Gallafilz zur Seite stand, baut **Christina Röding** nun das Fundraising bei der Diakonie Rosenheim strategisch mit auf: „Ich freue mich auf die neue Herausforderung und darauf, mich tiefgehend mit dem regionalen Fundraising zu beschäftigen." Die studierte Non-Profit-Managerin sammelte zuvor u. a. bei Misereor Fundraising-Erfahrungen.

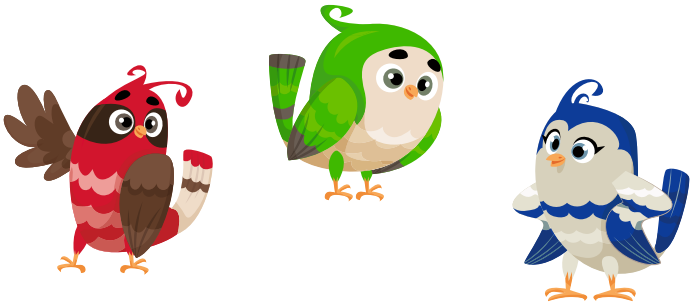
Wechsel an der Vereinsspitze

Die Gesundheits- und Notfallpsychologin **Silke von Beesten** ist neue Vorsitzende des Verkehrsunfall-Opferhilfe Deutschland e.V. Sie hat den Verein vor etwas mehr als zehn Jahren mit aufgebaut, wirkte dort zunächst im wissenschaftlichen Beirat mit und war seit 2019 bis zu ihrer Wahl zur Vorsitzenden bereits Mitglied im Vorstand. Sie folgt in ihrem neuen Amt auf Prof. Dr. Wilfried Echterhoff, der dem Verein als Ehrenvorsitzender verbunden bleibt.

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*

…und das bestimmt auch noch nicht!



Digitales Engagement

Ehrenpreis für Reclaim Your Face gegen biometrische Überwachung

Das zivilgesellschaftliche Bündnis Reclaim Your Face wurde mit einem Ehrenpreis für digitiales Bürgerengagement ausgezeichnet. Bei diesem Bündnis engagieren sich 76 Grundrechtsorganisationen aus 20 EU-Ländern für ein europaweites Verbot biometrischer Massenüberwachung. Aktuell verhandeln EU-Parlament und EU-Mitgliedsstaaten über ein Verbot biometrischer Überwachung im öffentlichen Raum der EU. Dieses soll in Artikel 5 d des KI-Gesetzes (AI Act, Artificial Intelligence Act) geregelt werden.

Die Verleihung des Ehrenpreises für digitales Bürgerengagement ist eine Kooperation von LOAD e. V., der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit und der Thomas-Dehler-Stiftung. Stellvertretend für Reclaim Your Face wurde der Preis von Konstantin Macher (Digitalcourage), Matthias Marx (Chaos Computer Club) und Andreea Belu (EDRi – European Digital Rights) entgegengenommen, welche zur Kerngruppe des Bündnisses gehören.

▶ https://reclaimyourface.eu

Kurzgefasst …

Ifunds informiert über Power BI für Non-Profits

In einem Online-Seminar erhalten die Teilnehmenden einen ersten Eindruck, was die Plattform Microsoft Power BI bietet und wie es sie in ihrer Arbeit unterstützen kann. Ob Analysen für den Jahresbericht oder tägliche Fundraising-Kennzahlen: Mit Power BI hat man die relevanten Fakten immer im Blick. Das kostenlose einstündige Online-Seminar von Ifunds Germany startet am 8. März. Anmeldungen unter

▶ www.ifunds-germany.de

Neuer Geschäftsführer bei Lupenmaxx

Bereits zum 1. August 2022 wurde Michael Hug, Sohn des Gründers der Lupenmaxx GmbH, zum Geschäftsführer und Gesellschafter berufen. Für Michael Hug, der seit Juni 2021 als Key Account Manager im Unternehmen tätig ist, bedeutet dies den nächsten Schritt zur Nachfolge bei Lupenmaxx. Er wird sich zukünftig um das Tagesgeschäft und alle Marketingaktivitäten des Unternehmens kümmern und so die Firma zusammen mit seinem Vater weiter zum Erfolg führen.

▶ www.lupenmaxx.de

BFS fördert sozial nachhaltige Start-ups

Die Bank für Sozialwirtschaft (BFS) fördert mit dem Human Impact Capital Fonds (HIC) sozial nachhaltige Start-ups. Die Bank beteiligt sich als Ankerinvestor mit 5 Miollionen Euro an diesem Frühphasen-Venture-Capital-Fonds. Dieser investiert in soziale Start-ups in den Kernbereichen Gesundheit, Wohnen und Bildung.

▶ www.sozialbank.de

Xeit wird Leadagentur von Schweizer Tierschutz

Der Schweizer Tierschutz STS ist bereit für die digitale Transformation von Kommunikation und Fundraising. Für die erfolgreiche Umsetzung dessen greift der STS auf externe Unterstützung zurück. In einem mehrstufigen Auswahlverfahren hat sich die Organisation für die in Zürich ansässige Agentur Xeit entschieden.

▶ www.tierschutz.com ▶ https://xeit.ch

Internationaler EuroNatur-Fotowettbewerb

Großes Jubiläum für einen der renommiertesten Naturfotowettbewerbe Europas: Bereits zum 30. Mal laden die Naturschutzstiftung EuroNatur und ihre Partner Hobby- und Profifotografen dazu ein, sich auf fotografische Entdeckungsreise zu begeben. Einsendeschluss für den Fotowettbewerb ist der 31. März 2023. Informationen finden sich unter

▶ www.euronatur.org/foto

Zukunftsfähiges Handeln

Online-Buchhändler buch7.de wird mit dem Gemeinwohl-Preis ausgezeichnet

Der Online-Buchhändler buch7.de erhielt auf dem ersten deutschen Gemeinwohl-Ökonomie Summit eine Auszeichnung für sein besonderes soziales und gesellschaftliches Engagement, das zu einer zukunftsfähigeren Gesellschaft beiträgt.

Von PIA RAST

Wie kann die Wirtschaft einen Beitrag zur Lösung unserer gegenwärtigen Probleme leisten? Wie kann eine tief nachhaltige und verantwortungsvolle Ökonomie aussehen? Wie können Unternehmen und Nationen echten Wohlstand schaffen? Auf diese Fragen hat die weltweite Gemeinwohl-Ökonomie-Bewegung (GWÖ) eine Antwort. Die GWÖ propagiert eine ethische Marktwirtschaft, die nicht auf Gewinnstreben und Konkurrenz beruht, sondern auf Gemeinwohl-Streben und Kooperation. Das alternative Wirtschaftsmodell hat sich eine nachhaltige und ethische Wirtschaftskultur zum Ziel gemacht.

Gemeinwohl-Bilanz soll nachhaltiges Einkaufen fördern

Die GWÖ bietet dabei konkrete Werkzeuge wie die Gemeinwohl-Bilanz an, um gesellschaftliches und ökologisches Engagement von Unternehmen sichtbar zu machen. Ein einheitliches Punktesystem und erfahrene Auditoren sorgen für belastbare und vergleichbare Ergebnisse der GWÖ-Bilanzen, insbesondere eine „Gesamtnote" von bis zu 1000 Punkten. Etwa 1000 Unternehmen und Institutionen sind bisher gemeinwohlbilanziert und jedes Jahr kommen zahlreiche weitere hinzu. Wer sozial und nachhaltig einkaufen möchte, erhält damit eine bessere Entscheidungsgrundlage, ob ein Unternehmen sich wirklich stark für Umwelt und Gesellschaft engagiert oder ob es sich nur möglichst gut darstellen will.

Ausszeichnungen beim deutschen Gemeinwohl-Ökonomie Summit

Bereits im November fand das erste deutsche Gemeinwohl-Ökonomie Summit statt, das etliche besonders engagierte Unternehmen und Institutionen aus dem deutschen Sprachraum ausszeichnete, so die Suchmaschine Ecosia oder die Bäder der Stadt München. Die GWÖ würdigte besonders das gesellschaftliche Engagement des sozialen Online-Buchhändlers buch7.de, der 75 Prozent seines Gewinns spendet. Insgesamt sind so inzwischen über 750 000 Euro an über 100 Projekte geflossen.

Zukunftsfähig und nachhaltig

Nachhaltiges Handeln endet bei buch7 aber nicht bei der Förderung wertvoller Projekte: Auch alle CO_2-Emissionen gleicht man vollständig aus, die zwölf Mitarbeitenden sind alle fest angestellt und erhalten faire Löhne deutlich über dem Mindestlohn. Sogar das optionale Geschenkpapier für die Lieferungen ist komplett kompostierbar und mit reinen Pflanzenfarben gedruckt. Der buch7-Kulturbahnhof, der als gemeinnützige GmbH gegründet wurde und ein altes, leerstehendes Bahnhofsgebäude in ein lebendiges Kulturzentrum mit Buchladen und Bio-Café verwandelte, trägt dem ebenso Rechnung. Dazu kommt seit dem Jahr 2018 die Zertifizierung nach der Gemeinwohl-Ökonomie.

INTERNATIONAL

Innovairre Communications
Ihr international erfahrener Partner im Direct-Mail-Fundraising versendet erfolgreich Ihre Spendenbriefe mit Incentives.
Wir sind die Experten für die:
- Steigerung der Spendeneinnahmen
- Reduzierung der Kosten zur Gewinnung von Neuspender*innen

Wir haben die praktische Erfahrung, Ideen, Lösungen und Kompetenz.
Ich bin für Sie da! Peter Moors

Telefon: + 49 (0)2157 8755840
ppmoors@innovairre.com | www.innovairre.com

ÖSTERREICH

THOMAS KÜGERL ONLINE MARKETING
Ihr Experte für Google Ad Grants & Google Ads!
Mit Ad Grants schenkt Ihnen Google jeden Monat ein Klickbudget im Wert von 10.000 $. Haben Sie es schon freigeschaltet?

Wir machen das für Sie:
- Freischaltung des 10.000 $ Werbebudgets
- Reaktivierung von deaktivierten Konten
- Kampagnen-Setup und fortlaufende Betreuung
- Online-Coaching
- Setup von Conversion-Tracking

Ich freue mich auf Sie!

Untere Augartenstraße 34/3 · 1020 Wien
office@thomaskuegerl.at | www.thomaskuegerl.at

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

werden Ihre Anforderungen effizient abgedeckt.

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

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

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

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

Dieses erfahrene Team steht Ihnen mit Freude zur Seite.

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

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

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

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

Klosterwiesgasse 101b/EG/Ge1 · 8010 Graz
Telefon: +43 (0)316 850000
office@hsp-serviceline.at | www.hsp-serviceline.at

DEUTSCHLAND PLZ 0

Mit unserem Know-how finden auch Sie 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

PROLAN Solutions GmbH
Ihr Partner für Microsoft Dynamics 365 Fundraising and Engagement. Die Lösung für die Herausforderungen Ihrer Organisation:
- Spendenverwaltung
- Erstellung von Spendenbescheinigungen
- Anbindung verschiedener Quellen
- Projektzuweisung und Auswertung
- Mitgliederverwaltung
- Kampagnen und Marketing
- Ehrenamtliche und Projektportal

Kurfürstendamm 194 · 10707 Berlin
Telefon: +49 (30) 1208544-0
mail@prolan.io | www.prolan.io

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

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

DEUTSCHLAND PLZ 3

Wir wissen, was Spenderinnen und Spender bewegt!
adfinitas

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

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

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

SAZ, Fundraising das wirkt.

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

marketwing®

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

Ihr Unternehmen

fehlt hier noch?

Gleich eintragen unter:

fundraising-dienstleister.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

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

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

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

Es gibt viele bunte Vögel da draußen …
Welcher passt zu Ihnen?
vanacken Fundraising

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

UNITOP NPO FUNDRAISING
GOB
UNITOP – DIE MARKTFÜHRENDE SOFTWARE FÜR NPOs
300 Spendenorganisationen
30 Mio. Spender
1 Fundraisinglösung
www.unitop-welt.de/fundraising

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
Dialogbrief® National
Die preiswerte Versandlösung – ideal für den Versand von Zuwendungsbescheinigungen.

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

Liebesbrief oder Kurzgeschichte?
Wir texten für Sie.
www.fundango.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

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

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

FÜR IHREN SPENDEN-ERFOLG!
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

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

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

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

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

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

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

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

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, Adressaktualisierungen/Bestandsbereinigungen)

Sie finden uns auch in München.

Motorstraße 25 · 70499 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 88713-0
post@arnold-demmerer.de
www.zielgruppenmarketing.de

pb direkt
Praun, Binder und Partner GmbH
Neutraler DV-Dienstleister für die Verarbeitung von Adressen mit feinjustierten Abgleichen, intelligentem Scoring und unerreichter Datenvielfalt. Mit qualifizierten Adressen sinken die Retouren-/ Produktions- und die Portokosten gleichermaßen. Ob Fremdlisten für Ihre Neuspendergewinnung oder Steigerung des Spendenvolumens bei Ihren Spendern. Setzen Sie für Ihre Offline-Kommunikation auf erstklassiges Adressmaterial. Damit aus Namen Spender werden.

Kranstraße 8 · 70499 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 83632-55
info@pbdirekt.de | www.pbdirekt.de

a+s DialogGroup GmbH
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

lupenmaxx GmbH
Wir vergrößern Ihren Erfolg!
Seit 15 Jahren ist lupenmaxx Europas Nr. 1 in Sachen Werbelupen. Der Schwerpunkt im Portfolio liegt auf Werbemitteln für Fundraiser, die sich perfekt als Mailingbeilage eignen.
- Scheckkartenlupen
- Lesezeichen-Lupen
- SafeCard Zeckenkarten
- Mikrofasertücher „Made in Germany"
- Alle Produkte werden in sozialen Einrichtungen in der Region konfektioniert.

Am Fischerrain 5 · 79199 Kirchzarten
Telefon: +49 (0)7661 909988-0
info@lupenmaxx.de | www.lupenmaxx.de

DEUTSCHLAND PLZ 8

Altruja GmbH
Altruja bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten für Ihr Online-Fundraising: von Spendenformularen, Anlassspendentools, Kampagnentools bis zum SMS-Fundraising. Mit umfassenden Payments, zentraler Verwaltung, individueller Anpassung, höchsten Sicherheitsstandards und Weiterbildungsangeboten bieten wir den optimalen Service für Ihr Online-Fundraising.

Augustenstraße 62 · 80333 München
Telefon: +49 (0)89 70096190
info@altruja.de | www.altruja.de

GALLAFiLZ GmbH
GALLAFiLZ ist eine Fundraising-Agentur und unterstützt gemeinnützige Organisationen seit mehr als 20 Jahren bei der Gewinnung und Bindung von Spender:innen. Die Entwicklung von Fundraisingstrategien, deren Umsetzung und Evaluierung ist die Kernkompetenz von GALLAFiLZ: Wir verstehen den Markt, die verschiedenen Zielgruppen und ihre Motivation.

Residenzstraße 27 · 80333 München
Telefon: +49 (0)89 2111290
muenchen@gallafilz.com | www.gallafilz.com

panadress marketing intelligence GmbH
panadress gehört zu den führenden Dialogmarketing-Experten. Wir verfügen über ein breites Spektrum an mikrogeografischen Daten, Adressen, Channels sowie profundes analytisches Know-how. Damit optimieren wir für unsere Kunden Neuspendergewinnung, Spenderbindung und Spenderentwicklung.

Nymphenburger Straße 14 · 80335 München
Telefon: +49 (0)89 8908335-0
info@panadress.de | www.panadress.de

Arnold, Demmerer & Partner
Über 30 Jahre Fundraising-Erfahrung für Ihren Erfolg. Wir unterstützen Sie u.a. in folgenden Bereichen:
- Neuspendergewinnung (Mailings, Beilagen, Media, Online)
- Optimierte Reaktivierung inaktiver Spender
- Bestands-/Mail-Response-/LTV-Analysen
- Scorings / List-Optimierungen
- EDV-Services (u.a. Abgleiche, Adressaktualisierungen/Bestandsbereinigungen)

Sie finden uns auch in Stuttgart.

Bayerstraße 24 · 80335 München
Telefon: +49 (0)89 666091-0
post@arnold-demmerer.de
www.zielgruppenmarketing.de

Talents4Good GmbH
Talents4Good ist die Personalberatung spezialisiert auf kaufmännische Positionen in sozialen, nachhaltigen und ökologischen Unternehmen und Organisationen. Wir helfen Ihnen, das richtige Talent für Ihren Job mit gesellschaftlichem Mehrwert zu finden.

Baaderstraße 56b · 80469 München
Telefon: +49 (0)30 60983766
kontakt@talents4good.org | www.talents4good.org

Brakeley Fundraising Consultants
Brakeley ist Ihr Partner im Großspenden-Fundraising. Mit Wurzeln, die in das 1919 zurückreichen, bringen wir Erfahrung aus über 50 Ländern in den deutschsprachigen Raum. Wir unterstützen gemeinnützige und öffentliche Organisationen aus allen Sektoren dabei, Großspenden-Fundraising aufzubauen oder auf die nächste Ebene zu heben. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf – wir freuen uns auf Sie!

Emil-Riedel-Straße 18 · 80538 München
Telefon: +49 (0)89 46138686
kontakt@brakeley.de | www.brakeley.de

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

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

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 Fundraising-strukturen
- Outsourcing

Buchenstraße 3 · 91564 Neuendettelsau
Telefon: +49 (0)9874 322 311
Telefax: +49 (0)9874 322 312
beratung@foerder-lotse.de | www.foerder-lotse.de

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

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

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

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

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

SoZmark Communication
Katja Prescher
Für den Erfolg Ihrer Kommunikation und Ihres Fundraisings im digitalen Zeitalter. Katja Prescher unterstützt Sie mit ganzheitlicher Beratung, Konzeption und Umsetzung. Sie verbindet intelligent die Vorteile der Online- und Offline-Welten mit Fokus auf:
- User Journeys
- Contentstrategie
- Marketing-Automation
- E-Mail-Marketing
- Social Media
- Text

Ottikerstrasse 55 · 8006 Zürich
Telefon: +41 (0)79 7848539
kontakt@sozmark.com | www.sozmark.com

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

Hufgasse 17 · 8008 Zürich
Telefon: +41 (0)44 5522929
info@ant-informatik.ch | www.ant-informatik.ch

comconsult
Zuverlässiger Outsourcing-Partner für alle Datenbank-Dienstleistungen rund ums Fundraising.
- Pflege Spenderbestand über ein EDÖB-zertifiziertes Secure Hosting
- tägliche Adressaktualisierung
- Datenanalysen und Potenzialermittlung
- wirksame Selektionen
- Spendenerfassung und Verdankungen
- transparente Abbildung Spenderverhalten

Kirchenweg 5 · 8008 Zürich
Telefon: +41 (0)44 4461040
info@com-consult.ch | www.com-consult.ch

asm Agentur für Sozial-Marketing
Professionelle Mittelbeschaffung für NPOs seit über 35 Jahren. Von der Kreation bis zur Postaufgabe, von der Responseverarbeitung bis zur Adresspflege:
- Strategische Fundraising-Planung
- Mailing-Konzepte und Marketing-Mix
- Spendergewinnung, -bindung und -upgrading
- Spenderbefragungen
- Major Donor Fundraising
- Legatmarketing

Kirchenweg 5 · 8008 Zürich
Telefon: +41 (0)43 3883141
info@asm-cc.ch | www.asm-cc.ch

Arenae Consulting AG
Das modular aufgebaute Softwarepaket funtrade unterstützt alle Bereiche des kollektiven und individuellen Fundraisings, optional auch den Versandhandel. Es wird beim Kunden installiert oder als SaaS-Angebot genutzt. funtrade wird in Zusammenarbeit mit den Kunden stetig weiterentwickelt, um neuen Bedürfnissen des Fundraisingmarkts gerecht zu werden.

Freiestrasse 18 · 8032 Zürich
Telefon: +41 (0)44 2477000
info@arenae.ch | www.arenae.ch

fundraiso.ch
by InternetTime GmbH
Fundraiso.ch bietet eine Suchplattform im Bereich Stiftungen, Fonds und Sponsoring. Die Datenbank fokussiert sich auf die Schweiz und Deutschland. Sie bietet somit eine grenzüberschreitende Datensammlung im Bereich des institutionellen Fundraisings. Man kann selber in der Datenbank suchen oder Datenauszüge kaufen.

Soodstrasse 52 · 8134 Adliswil
Telefon: +41 (0)43 3778975
anfrage@fundraiso.ch | www.fundraiso.ch

ZHAW School of Management and Law
Zentrum für Kulturmanagement
Das ZHAW Zentrum für Kulturmanagement bietet im Bereich des Fundraising Managements diverse berufsbegleitende Weiterbildungsmöglichkeiten (Master- und Diplomlehrgänge, sowie einzelne Zertifikatslehrgänge) mit Fokus auf Strategieentwicklung, Leadership und Philanthropie an und bereitet Sie so optimal auf Herausforderungen in der Branche vor.

Bahnhofplatz 12 · 8400 Winterthur
Telefon: +41 (0)58 9347979
info-weiterbildung.sml@zhaw.ch
www.zhaw.ch/zkm/fundraising

Voiss

Face to Face Fundraising.

Voiss AG
Voiss (ehemals LesMecs) ist eine der führenden Face-to-Face-Fundraising-Agenturen der Schweiz.
Die Kombination aus langjähriger Erfahrung und modernster Technologie ermöglicht es uns, qualitatives, digitales und authentisches Face to Face Fundraising anzubieten.

Wir übernehmen sämtliche Leistungen, welche für die erfolgreiche Durchführung einer Infostand- oder Haustürkampagne erbracht werden müssen. Dazu gehören:

- Mitgliederwerbung per LSV+ / DD
- Lead Generation & Cross-Selling
- Rekrutierung und Ausbildung der Dialoger*innen
- Kampagnengestaltung und Beratung
- Datenverwaltung
- Lettershop

Kriesbachstrasse 30 · 8600 Dübendorf
Telefon: +41 (0)44 5442248
info@voiss.ch | www@voiss.ch

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

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

Auenstrasse 10 · 8600 Dübendorf
Telefon: +41 (0)44 8026000
info@wsag.ch | www.wsag.ch

IBV Informatik AG
Die NPO/NGO Applikation iInfo bildet Ihre Geschäftsprozesse im Bereich Adressen, Dokumente, Fundraising, Handel, Marketing, Projekte, Spenden, Finanzen vollständig ab.
Mit auf Ihre Bedürfnisse abgestimmten Dienstleistungen werden standardisierte Prozesse implementiert und individuelle Anforderungen definiert und umgesetzt.

Stallikerstrasse 1 · 8906 Bonstetten
Telefon: +41 (0)44 7459292
marketing@ibv.eu | www.ibv-solutions.com/de

Creativ Software AG
Die Creativ Software AG entwickelt Standard-Softwarelösungen für alle Bereiche des Büroorganisations-Managements sowie Branchenlösungen für Non-Profit-Organisationen, Verbände, Gewerkschaften, Parteien, Verlage, Beraterfirmen, Softwarehersteller, usw.
OM (Organisation Management) ist eine umfassende Businesssoftware mit hoher Parametrisierbarkeit

Unterdorfstrasse 83 · 9443 Widnau
Telefon: +41 (0)71 7272170
info@creativ.ch | www.creativ.ch

SAZ Services AG
Sie suchen hier im Kleingedruckten nach einem erfahrenen Fundraising-Partner, der Ihre Anforderungen groß schreibt? Dann schonen Sie jetzt Ihre Augen und rufen Sie uns an. Wir sind Ihr Ansprechpartner wenn es um erfolgreiche Fundraising-Kampagnen geht:

- Neuspendergewinnung
- Spendenmailing
- Telefonische Spenderbetreuung (Lastschriften, Upgrades, Patenschaften, Bedankungen u. v. m.)
- Online-Fundraising
- Zielgruppen-Adressen
- Adress-Services
- Strategische Beratung, u. v. m.

SAZ, Fundraising das wirkt.

Davidstrasse 38 · 9001 St. Gallen
Telefon: +41 (0)71 2273500
info@saz.net | www.saz.com

Quadratisch, praktisch, gut!

Das Comeback des QR-Codes

Spätestens seit Beginn der Corona-Pandemie ist er wieder ins Bewusstsein gerückt: der QR-Code. „Quick Response" ist in vielen Alltagssituationen nicht mehr wegzudenken. Im Restaurant mal eben die Speisekarte einlesen, den Impfnachweis aus dem eigenen Smartphone zum Scannen bereithalten oder bargeldloses Bezahlen per QR-Code im Supermarkt. Kaum mehr ein Plakat, Flyer, Brief oder Rechnungsformular ohne die Pixelquadrate.

Von KATJA SICHTERMANN

Ursprünglich 1994 für die Automobilindustrie zur Optimierung der internen Logistik entwickelt, tauchten die schwarzen Kästchen im Jahr 2007 das erste Mal in Deutschland auf. Jedoch mit mäßigem Erfolg. Smartphones waren noch nicht so weit verbreitet; zudem wurde eine Scan-App benötigt, um die dahinter liegenden Inhalte sichtbar zu machen. Außerdem hatten die QR-Codes in der Anfangszeit dem Nutzer keinen echten Mehrwert geboten. Meist war nur die eigene Website verlinkt.

Heute verfügen die meisten Mobiltelefone über einen QR-Code-Reader in der Kamera; ein Klick genügt und der Nutzer gelangt auf die gewünschten Inhalte. Der QR-Code ist mittlerweile die ideale Brücke, um die analoge und die digitale Welt zu verbinden. Auch die hinterlegten Inhalte sind vielfältiger und kreativer geworden. Es geht nicht mehr darum, sich für online oder offline zu entscheiden, sondern die Vorteile beider Medien miteinander zu verbinden. Selbst ältere Zielgruppen nutzen mittlerweile selbstverständlich sowohl analoge als auch digitale Medien. QR-Codes verbinden diese beiden Welten, den Trend können wir uns im Fundraising zunutze machen.

10 Ideen für den Einsatz von QR-Codes im Fundraising

Spendenmailing: Verlinkung auf eine Zahlungsmöglichkeit
Dankbrief: Audio-QR-Code, gesprochenes Dankeschön der Projektleitung
Werbeplakat: Link zu Social-Media-Kanal
Infoflyer: E-Mail mit voreingestelltem Empfänger und Betreff, zum Beispiel um eine Erbschaftsbroschüre zu bestellen
Jahresbericht: Verlinkung auf Hintergrundinformationen zu Projekten
Großspendenmailing: Video-QR-Code mit virtueller Projektreise
Zuwendungsbestätigung: Feedback-QR-Code als Teil des Spendenservice
Unternehmenskooperationen: QR-Code als Sponsorenlink
TV-Spot: QR-Link zu Spenden-Landingpage
Merchandise Artikel / Incentives: telefonische Verbindung mit Fundraisern zur Leadgewinnung

Touchpoints schaffen

Fast alle Hilfsorganisationen setzen Printmedien und andere Offline-Tools ein, um Berührungspunkte zu Spendern herzustellen. Spendenmailings, Zeitungsbeilagen, Flyer oder auch Events sind nach wie vor beliebte und erfolgreiche Fundraising-Instrumente. Immer häufiger wird die Chance genutzt, Spender auf weiterführende Netzinhalte zu lenken. Mithilfe von QR-Codes können Touchpoints geschaffen werden, die zum

einen das Spenden schnell und einfach gestalten und zum anderen Spender an die Organisation binden. Spender landen mit nur einem Klick direkt auf der Spenden-Landing-Page oder erhalten sogar direkt das ausgefüllte Formular der Banking-App und müssen nur noch den Betrag eingeben. Aber auch weitere Einsatzmöglichkeiten mit Mehrwert sind im Fundraising denkbar und zum Teil schon gelebte Praxis.

Statische und dynamische QR-Codes

Beim Generieren eines QR-Codes ist zwischen statischen und dynamischen Codes zu wählen. Der statische Code ist immer dann nützlich, wenn keine Aktualisierung stattfinden muss. Beispielweise wenn er auf eine feste Landing-Page führt. Die Seite kann geändert und aktualisiert werden, die eingebettete URL bleibt jedoch immer gleich. Für das Fundraising sind oft dynamische QR-Codes zielführender. Diese werden dann eingesetzt, wenn der Erfolg einer Kampagne gemessen werden soll. Bei jedem Scan des Codes wird erfasst, wo, wann und mit welchem Endgerät dieser gescannt wurde. So erhält die Organisation nützliche Informationen, die dazu dienen, den aktuellen Erfolg zu messen und Kampagnen in Zukunft zu optimieren. Dynamische QR-Codes sind überdiese sinnvoll wenn sich Kampagnen verändern. Auch wenn der QR-Code gedruckt wurde, kann er immer wieder auf andere Zielseiten geleitet werden.

Das Einsatzpotenzial der gepixelten Kästchen ist riesig. Ob es sich bei dem Revival der QR-Codes um einen Hype handelt oder ob sie sich zu einem ergänzenden Fundraising-Instrument etablieren, bleibt abzuwarten.

Eine ganz andere Einsatzmöglichkeit – auch wenn es keine Fundraisingaktion ist – nutzen die Johanniter Berlin/Brandenburg. Auf einigen ihrer Rettungswagen prangt ein großer QR-Code. Wer bei einem Unfall fotografiert oder filmt und den QR-Code ins Bild bekommt, landet auf einer Website mit den Worten „Gaffen tötet“.

Katja Sichtermann ist seit Ende der 1990er Jahre Fundraiserin. Weit über die Hälfte ihrer Berufstätigkeit hat sie bei Non-Profit Organisationen verbracht, unter anderem beim NABU und beim Mukoviszidose e. V. Dort hat sie von der Neuspendergewinnung über Großspenderbetreuung bis zum Nachlass-Fundraising die unterschiedlichsten Bereiche verantwortet. Seit 2015 berät die gelernte Betriebswirtin auf Agenturseite diverse Hilfsorganisationen. Aktuell beschäftigt sie sich als Fundraisingberaterin bei der van Acken Fundraising GmbH u. a. damit, die digitale und analoge Fundraisingwelt zu verbinden.
▶ www.van-acken.de

Haben Sie schon jemals genau danach gesucht?

„Der erfolgreiche Mix zwischen On- und Offline-Fundraising“

★★★★★ Mehr als 20 Jahre Erfahrung im Zusammenspiel der Kanäle. In Deutschland, Österreich, Schweiz, Frankreich, Niederlande, Tschechien, Polen, ...
www.directmind.de

Dann werden Sie bestimmt auch unsere Ergebnisse im Zusammenspiel von Off- und Online-Fundraising interessieren. Fragen Sie uns einfach einmal:
michael.hirsch@directmind.de

DIRECT mind

Gemeinsames Erbschafts-Marketing

Online-Portale in Deutschland, Österreich und der Schweiz im Überblick

Gemeinnützige Organisationen schöpfen das Potenzial von Erbschaftsfundraising noch kaum aus. Das Anfang 2022 in Kraft getretene revidierte Erbrecht in der Schweiz bietet Fundraiserinnen und Fundraisern neue Chancen. Doch welche Online-Plattformen unterstützen sie beim Erbschaftsfundraising im DACH-Raum?

Von BERNHARD BIRCHER-SUITS

Die Schweizer Hilfswerke haben im Jahr 2021 2,05 Milliarden Franken Spenden erhalten. Das zeigt die Statistik der Schweizer Stiftung Zewo. Davon flossen 220 Millionen Franken in Form von Legaten beziehungsweise Vermächtnissen an Organisationen mit Zewo-Gütesiegel. 220 Millionen tönt nach viel Geld. Doch der Schweizer Wirtschaftsprofessor Marius Brülhart von der Universität Lausanne schätzt, dass die Bevölkerung in der Schweiz jährlich rund 95 Milliarden Franken vererbt. 220 Millionen Franken machen daher nur wenige Promille aus.

Viele vererben noch nicht gemeinnützig

Mit einem aktiveren Erbschafts- und Legate-Marketing (ELM) könnten gemeinnützige Organisationen mehr dieser Erbmasse „abschöpfen". Der für diesen Zweck gegründete Schweizer Verein „Allianz für das Gemeinwohl" schätzt, dass jedes zusätzliche Promille jährlich 90 Millionen Franken mehr zur Finanzierung gemeinnütziger Anliegen beitragen würde. Die Bemühungen von Hilfswerken um einen größeren Anteil am Erbkuchen könnten sich auszahlen: Das in der Schweiz und seit Anfang 2023 auch in Deutschland aktive Legate-Portal „DeinAdieu" hat in einer repräsentativen Studie im Jahr 2020 ermittelt, dass der Median pro Legat/Erbschaft an ein Hilfswerk 50 000 bis 80 000 Franken beträgt.

Rund zwei Drittel der Schweizer sterben aber ohne Testament. Auch für Hilfswerke in Deutschland gibt es viel zu gewinnen: Gemäß Statistischem Bundesamt wurden alleine im Jahr 2021 rund 63 Milliarden Euro vererbt, Tendenz seit Jahren steigend. Das Fundraising-Potenzial scheint auch in Deutschland groß. Laut einer Studie des Marktforschungsinstituts GfK können sich rund ein Drittel der Deutschen über 50 Jahre vorstellen, eine gemeinnützige Organisation im Testament zu bedenken.

Neues Erbrecht in der Schweiz

Mit dem revidierten Schweizer Erbrecht erhalten Erblasserinnen und Erblasser seit Anfang 2023 mehr Spielraum, gemeinnützige Organisationen zu begünstigen. Eine Online-Umfrage von „DeinAdieu" bei 122 gemeinnützigen Organisationen zeigte aber, dass die Schweizer Hilfswerke den Erbschaftsmarkt noch kaum bewirtschaften. Nicolas Gehrig, Geschäftsleiter von „DeinAdieu", sagt: „Hilfswerke sollten deutlich mehr ins Legate-Marketing investieren. Nur so sichern sie ihren Anteil am wachsenden Erbschaftsmarkt."

Initiativen bündeln Interessen

Das Ziel des Zusammenschlusses gemeinnütziger Organisationen und der Online-Plattformen in Deutschland, Österreich und der Schweiz ist es ,das Bewusstsein für gemeinnütziges Vererben zu heben. Dabei sind sie durchaus unterschiedlich aufgestellt. Einige wie „Dein Adieu", Vergissmeinnicht.at, „Weiter wirken", „Was bleibt" oder „Mein Erbe tut Gutes" werben im Sinne ihrer Mitglieder für das gute Testament. Andere, wie das deutsche Nachlass-Netzwerk, die DIGEV oder die Schweizer Allianz für Gemeinwohl, coachen und schulen Organisationen im Nachlassfundraising.

Bernhard Bircher-Suits hat Diplome in Journalistik, Kommunikationswissenschaften und Sozialarbeit und ist Inhaber der FundCom in Zürich. Seine Agentur macht Marketingkommunikation, Medienarbeit und Fundraising. Bircher-Suits ist Swissfundraising-Mitglied, freier NZZ-Autor und ehrenamtlich im Vorstand des Zürcher Spendenparlaments tätig.
▶ www.fundcom.ch

Überblick über Erbschaftsmarketing-Portale in DACH

Land	Plattform	Träger	Weblink	Organisations-verzeichnis	Informations-plattform Erbrecht	Anwälte/Notare	Besonderheiten
CH/ DE	**DeinAdieu** Online-Testamentsassistent, digitales Erbschaftsfundraising mit Erfolgsmessung	Verein DeinAdieu & EMNA Web AG, Zürich	deinadieu.ch/.de	ja	ja	kostenlose Erstberatung in der Schweiz	Tools und Widgets für die Organisationen
CH	**„Die Allianz für das Gemeinwohl“** Zusammenschluss von gemeinnützigen Organisationen	Verein „Die Allianz für das Gemeinwohl“, Zürich	allianzgemeinwohl.ch weiter-wirken.ch	ja	nein	kostenlose, 30-minütige Beratung im Rahmen der jährlichen Beratungsaktion für Mitglieder	Studie zum Thema, Workshops, gemeinsame Werbeplattform
DE	**Erbschaftsinitiative** Zusammenschluss der kath. Hilfswerke	gemeinsames Büro weltkirchlicher Werke BEGECA gGmbH	erbschaftsinitiative.de	ja	ja	nein	Hotline, Infomaterial, Veranstaltungen
DE	**„Mein Erbe tut Gutes. Das Prinzip Apfelbaum“** Initiative gemeinnütziger Organisationen in Deutschland	DFC GmbH, Berlin, im Auftrag der Initiative „Mein Erbe tut Gutes“	mein-erbe-tut-gutes.de	ja	ja	bei Bedarf Vermittlung an unabhängige Rechtsberatung	Studie zum Thema, Events, Ausstellung, Workshops, Infomaterial
DE	**Was bleibt** gemeinsame Initiative Evangelischer Landeskirchen und ihrer Diakonischen Werke	Badische Landeskirche	was-bleibt.de	ja	ja	nein	Vorsorge-Ordner, Workshops, Infomaterial, Ausstellung, Events
DE	**Deutsche Interessengemeinschaft für Erbrecht und Vorsorge e.V. (DIGEV)** Selbsthilfeorganisation im Bereich des Erb- und Vorsorgerechts	DIGEV e.V., Anwaltsverband (Erbrechtsanwälte)	digev-ev.de	ja	nein	Verzeichnis, gebührenfreie Erstberatung (ca. 30 bis 45 Minuten)	Workshops
DE	**Erbrechtsinfo** Informationsportal und Ratgeber für Erbrecht sowie Anwaltssuche	Finditoo Internet GmbH, Rimsting	erbrechtsinfo.com	ja	ja	Anwaltssuche	fokussiert auf Erbrecht
DE	**Nachlass-Netzwerk** Organisations- und Kommunikationsplattform für Menschen im Nachlass-Fundraising	Nachlass-Netzwerk gemeinnützige UG	nachlass-netzwerk.de	nein	ja	kostenlose Online-Sprechstunde	Weiterbildung, Beratung, Newsletter
A	**Vergissmeinnicht.at** Plattform für gemeinnütziges Vererben in Österreich	Fundraisingverband Austria, Wien	vergissmeinnicht.at	ja	ja	Partnerschaft mit Österreichischer Notariatskammer	Testamentsrechner, Hotline, Podcast, Video

Digitale Handlungsräume

Die Stiftung Pro Senectute beider Basel wagt den Einstieg ins Metaverse

Als erste Schweizer Non-Profit-Organisation macht Pro Senectute beider Basel den Schritt ins Metaverse. Auf zwei Plattformen eröffnet die Stiftung digitale Niederlassungen. Die Finanzierung läuft über den Verkauf der NFT-Kollektion „Swiss Crypto Marvels".

Von MICHAEL HARR

Das Bild der NFT-Kollektion

Studien zeigen: Menschen halten sich immer mehr in digitalen Welten auf. Diese Welten werden immer mehr Teil der Realität, und auch jüngere Menschen, die dort unterwegs sind, werden älter. Wir haben uns Gedanken gemacht: Wo erreichen wir in Zukunft ältere Menschen und wie holen wir sie ab? Als Organisation im Altersbereich erachte ich es als unsere Aufgabe, uns frühzeitig mit Zukunftstechnologien auseinanderzusetzen. Ich stelle fest: Viele Organisationen sprechen über das Metaverse, praktisch niemand hat aber konkrete Erfahrungen damit.

Virtuelle Beratungsstelle

Auf Decentraland und auf The Sandbox wurden insgesamt drei Parzellen erworben mit der Vision, dort ein virtuelles Kurszentrum oder eine virtuelle Beratungsstelle mit Begegnungsstätte aufzubauen. Die Aktion richtet sich also nicht an die Menschen, die heute alt sind, sondern an zukünftige Generationen. Auch mit Metaverse gibt es attraktive Plätze und weniger attraktive Plätze. Wir wollten frühzeitig einsteigen, um uns mit verhältnismäßig wenig Geld attraktive Plätze zu sichern. Auch wenn zurzeit in diesen Welten kaum ältere Menschen (spendenrelevante Zielgruppe 65 plus, d. Red.) verkehren: Es gibt durchaus Ältere, die sich für diese neuen Entwicklungen interessieren. Mit der Eröffnung der Metaverse-Niederlassungen wollen wir ein Zeichen setzen und die ältere Generation am technologischen Fortschritt teilhaben lassen. Wir müssen davon abkommen, zu glauben, dass diese sich nur für Brettspiele begeistern lässt. Es gibt nicht „den älteren Menschen", sondern ältere Menschen mit unterschiedlichen Möglichkeiten, Fähigkeiten und Interessen. Sie ernst zu nehmen heißt für mich auch, neue Entwicklungen ernst nehmen und sie dem interessierten Publikum zugänglich zu machen. Eines unserer großen Anliegen ist es, Solidarität zwischen den Generationen zu fördern und Brücken zu bauen. Es ist uns wichtig, älteren Personen aktuelle und zukünftige Technologien näherzubringen und sie zu befähigen, diese für sich zu nutzen.

Lern- und Erfahrungsprozess

Ob sich diese Welten durchsetzen und mit welcher Geschwindigkeit, kann niemand wirklich voraussagen. Primäres Ziel der Aktion ist es zu lernen; wir möchten konkrete Erfahrungen sammeln. Man setzt sich eben anders mit einer Thematik auseinander, wenn man ein konkretes Projekt hat. Man ist mit einer anderen Verbindlichkeit bei der Sache, wenn man nicht bloß darüber spricht, sondern auch daran arbeitet. Selbst wenn diese Welten wieder verschwinden sollten: Die Technologie ist da und wird sich weiterentwickeln. Als Organisation wollen wir anpassungsfähig bleiben und hierfür bereit und fit sein.

VR erweitert die Möglichkeiten

Ein weiterer Aspekt unserer Aktivität bezieht sich auch auf die ergänzenden Technologien, die beim Metaverse zum Einsatz kommen können: Dank VR-Brillen können Menschen mit Behinderungen Dinge erleben, die analog nicht möglich sind. So ist es denkbar, dass eine ältere Person im Rollstuhl dank einer VR-Brille die Aussicht von einer Bergspitze

erleben kann. Wir können das als gut oder unnötig empfinden – jedoch es ist unsere Verantwortung, uns mit diesen Dingen unbedingt ernsthaft auseinanderzusetzen.

Kauf von NFTs ohne Kryptowährung

Verbunden mit der Aktivität im Metaverse ist eine NFT-Aktion entstanden, die der Finanzierung des Projektes dient. In Kooperation mit Schweizer Influencern haben wir die NFT-Kollektion „Swiss Crypto Marvels" kreiert, die aus Schweizer Landschaften verbunden mit futuristischen Objekten besteht. Sie sollen die Verbindung von Tradition und Veränderung aufzeigen. Die NFTs können auf der Website von Pro Senectute beider Basel erworben werden. Die Aktion ist bewusst niederschwellig aufgebaut. Für den Kauf der NFTs sind keine Kryptowährungen nötig. Sie können online über die Website mit der Kreditkarte bezahlt werden. Die Käufer erhalten in Papierform ein Wertpapier zugesendet. Wir fahren hier bewusst den digitalen und analogen Weg, um die Schwelle zum Mitmachen möglichst tief zu halten.

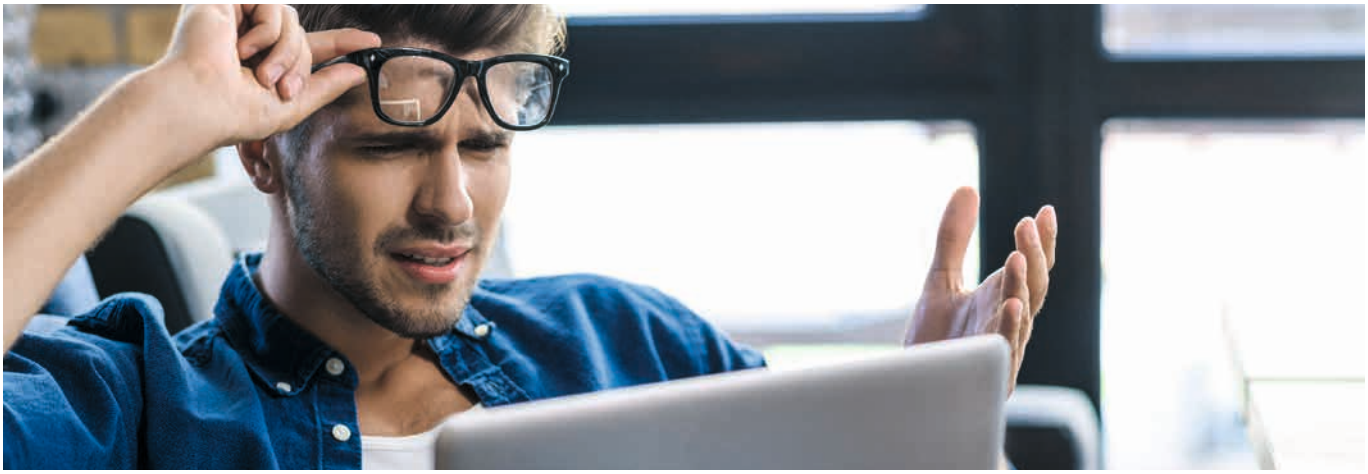
Neue Wege der Mittelbeschaffung

Die NFT-Aktion ist denn auch ein Versuch, neue Wege der Mittelbeschaffung zu gehen. Auch hier wollen wir als erste Schweizer NPO diesbezüglich Erfahrungen sammeln, neue Möglichkeiten ausprobieren und neue Erkenntnisse nutzen.

Der Schritt ins Metaverse ist der Anfang einer langfristigen Vision. Zusammengefasst ermöglicht er uns eine innovative und zukunftsorientierte Positionierung mit Blick auf die aktuell jüngere Generation – und er generiert Sichtbarkeit sowie Spenden über neue Kanäle.

Und last but not least: Die Aktivitäten im Metaverse und der NFT-Aktion sind ergänzend, sie ersetzen unsere Kerndienstleistungen nicht, die über 99,5 Prozent unserer Aktivitäten ausmachen. Nach wie vor stehen der persönliche Kontakt, die persönliche Beratung und Begleitung im Vordergrund unserer Tätigkeit. Und dies wird auch in Zukunft so bleiben.

Michael Harr studierte Wirtschaftswissenschaften an der Universität Basel mit Spezialisierung in den Bereichen Marketing, Finance und Sozialpolitik. Der Dipl. NPO-Manager VMI ist seit 2017 Geschäftsführer der Stiftung Pro Senectute beider Basel. Zuvor war er elf Jahre Geschäftsführer der Schweizerischen Stiftung für das cerebral gelähmte Kind. Harr engagiert sich im Stiftungsrat verschiedener Stiftungen und verfügt über langjährige Erfahrung im Management von Non-Profit-Organisationen. Seine Tätigkeitsschwerpunkte liegen im Stiftungsmanagement, Marketing und der Mittelbeschaffung sowie in der Entwicklung innovativer Projekte.
▶ www.bb.prosenectute.ch/nft



Frag mich bloß nicht …!

Fünf Fragen, die Sie in einer Spenderbefragung vermeiden sollten

Spenderbefragungen sind eine gute Sache. Gut gemacht liefern sie der Organisation wertvolle Erkenntnisse über ihre Spenderinnen und Spender sowie deren Wünsche und Bedürfnisse. Gleichzeitig zahlen kluge Befragungen auf die Spenderbindung ein, wenn die Befragten richtig abgeholt werden. Wie so oft gibt es auch einige Fallstricke, die Sie im Vorfeld umgehen können. Diese Fragen sollten Sie bei Ihrer Spenderbefragung vermeiden.

Von DANIELLE BÖHLE

Bei der Planung einer Befragung werden im ersten Schritt alle potenziell interessanten Fragen gesammelt. Dabei tauchen immer wieder einige Fragen auf, die sich für eine quantitative Befragung, also einen klassischen Fragebogen, nicht eignen. Bestenfalls bringen sie Sie nicht weiter, schlimmstenfalls führen sie zu Fehlinterpretationen.

1. Fragen zur Zufriedenheit

Spenderbefragungen sind selbstselektiv, das heißt, die Spendenden können selbst entscheiden, ob sie teilnehmen. Die Befragten sind daher in Richtung der eigenen „Fans“ verzerrt, denn die machen vermehrt mit. Das ist nicht schlimm, denn auch über die Kernspendenden wissen die meisten Organisationen viel zu wenig. Es bedeutet aber, dass die Ergebnisse von Zufriedenheitsfragen („Wie zufrieden sind Sie … mit unserer Kommunikation? … mit unserem Service? … mit unserer Arbeit?“) wenig erkenntnisreich sind, denn sie liegen in der Regel jenseits der 90-Prozent-Marke. Das hat auch einen psychologischen Grund: Eine Spende ist freiwillig und Ausdruck von Vertrauen in die Organisation. Freiwillig zu spenden und gleichzeitig unzufrieden zu sein, hieße, dass Einstellung und Verhalten nicht zueinander passen. Das erzeugt psychologische Dissonanz und muss zwingend vermieden werden.

2. Fragen zur Bedankung

Ähnlich verhält es sich mit Fragen rund um das Thema Spenderdank: „Fühlen Sie sich ausreichend bedankt?“, „Hätten Sie gerne mehr/weniger/gleich viel Dank?“, „In welcher Form möchten Sie bedankt werden?“. Auf solche Fragen erhalten Sie vor allem sozial erwünschte Antworten. Nur die Allerwenigsten würden nach außen vertreten, dass ihnen der Dank wichtig sei. Mehr als ein schlichtes Dankeschön hat man nicht zu verlangen. Vor allem bei alten Spenderinnen und Spendern herrscht der Grundsatz vor: Ich spende uneigennützig. Einen Dank brauche ich nicht.

Allerdings hat der Dank auch bei Menschen, die ihn nicht wichtig finden, eine enorme Wirkung! Stellen Sie aufgrund einer solchen Frage Ihre Dankbriefe ein, verlieren Sie Ihr stärkstes Werkzeug der Spenderbindung.

3. Warum vertrauen Sie …? und andere psychologische Konstrukte

Vertrauen ist ein Gefühl, das kaum jemand in Worte fassen kann. Wissen Sie genau, warum Sie jemandem vertrauen? Auf ein so komplexes psychologisches Konstrukt erhalten Sie nur rationalisierte Antworten. Anders ausgedrückt: Sie erfahren nicht, warum jemand Ihnen vertraut, sondern was die Person darüber denkt, warum sie Ihnen wohl vertraut.

Psychologische Studien zeigen, wie hoch der Einfluss von (prominenten) Testimonials auf das Vertrauen gegenüber Unternehmen oder NGOs ist. Gleichzeitig wissen wir, wie wenig Menschen den Jahresbericht tatsächlich lesen. Wenn Sie aber vor die Frage gestellt werden, warum Sie einer NGO

vertrauen, was kreuzen Sie an: Wegen des Promis oder wegen des Jahresberichts?

4. Fragen aus der Vergangenheit und über die Zukunft

Spendende, die Sie schon länger bedenken, können sich an die Anfänge meist schwer erinnern. Fragen nach der Spendendauer („Seit wann spenden Sie an uns?“) haben allenfalls Unterhaltungswert. Beim Abgleich mit der Spenderdatenbank würden Sie sich sehr wundern. Wenn Sie das Antwortverhalten von neu gewonnenen und treuen Spenderinnen und Spender vergleichen wollen, ziehen Sie die Information aus der Datenbank und drucken Sie einen entsprechenden Code auf den Fragebogen, um die Rückläufer sicher zuzuordnen.

Ähnlich spekulativ sind Fragen über zukünftiges Verhalten („Können Sie sich vorstellen, in Zukunft für XY zu spenden/dauerhaft zu spenden?“). Solche Fragen sind nur unter bestimmten Voraussetzungen sinnvoll und müssen besonders interpretiert werden.

5. Fragen, deren Antwort Sie schon kennen

Fast schon eine Standardfrage ist die folgende: „Für welche Themenfelder/Projekte interessieren Sie sich?“ In anonymen Befragungen ohne die Zuordnung zu einzelnen Personen ist der Erkenntnisgewinn leider auch hier überschaubar. In der Regel entspricht die Beliebtheitsreihenfolge derjenigen, die erfahrene Fundraisende bereits an anderer Stelle analysiert haben: nämlich anhand der Responsequote bei Mailings. Was dort besonders gut funktioniert, ist auch in der Befragung beliebt.

Interessant wird diese Frage erst in Verbindung mit Fragen zur Person. Demografie-Fragen, beispielsweise nach Alter oder Geschlecht, sind nicht nur hilfreich, um die statistische Verteilung eines Merkmals zu bestimmen. Spannend wird es, wenn diese Information mit anderen Fragen verknüpft wird. Finden Männer andere Themen/Projekte interessant als Frauen? Haben jüngere Spenderinnen andere Wünsche als ältere Spenderinnen? Die Identifikation von Gruppenunterschieden ermöglicht Ihnen eine eher zielgerichtete Kommunikation.

Dipl.-Psych. **Danielle Böhle** berät seit Ende 2010 gemeinnützige Organisationen. Die Expertin für Spenderpsychologie vermittelt ihren Kunden mit Leidenschaft und Expertise den notwendigen Blick für die Spenderperspektive. Dazu führt sie regelmäßig organisationsspezifische Spenderbefragungen und Spenderinterviews durch.
▶ **www.goldwind-bewirken.de**

Wir digitalisieren Non-Profit-Organisationen!

Markführende Fundraising-Software made in Germany.
Unsere Branchenexperten machen daraus ein 360-Grad Kundenerlebnis.

gruen.net/fm

GRÜN Software Group GmbH
Ansprechpartner: Olivier Chatain
Telefon: 0241 18900 | Web: gruen.net

GRÜN

Zur Zugabe eine milde Gabe

Benefizkonzerte als wirksames Fundraising-Instrument

Benefizkonzerte gehören zu den beliebtesten Spendenevents. Doch sie sind nicht einfach vorzubereiten und scheitern oft an Kleinigkeiten. Wir geben Tipps, damit sich der Aufwand lohnt und am Ende alle gewinnen.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Die Idee, ein Benefizkonzert zu veranstalten, entsteht oft, weil jemand in der Organisation persönlich Musiker kennt, die er fragen kann. Das ist gut, birgt aber die Gefahr, ein Event an der eigenen Zielgruppe vorbeizuplanen. Independent-Rock beispielsweise kommt bei Menschen über 50 eher wenig an. Deshalb sollte man sich vorher Gedanken machen, wer zum Konzert kommen soll und wen man mit der Musikrichtung anspricht. Soll es die eigene Klientel sein, oder will man sich bewusst an eine neue Zielgruppe wenden? Danach sollte man gezielt nach Kontakten fragen und Musikrichtungen finden, die zu der Zielgruppe passen.

Terminfindung ist wichtig

Was nützt das schönste Sommerkonzert, wenn es mitten in den Sommerferien liegt? Wenn ich berufstätige Menschen für ein Konzert begeistern will, sollte ich den Termin nicht mitten in die Urlaubszeit legen. Ganz wichtig ist es, frühzeitig Termine in der Region in den Blick zu nehmen, um nicht mit beliebten jährlichen Großevents, wie Stadtfesten und Ähnlichem, zu kollidieren. Veranstaltungsportale bieten da eine verlässliche Orientierung.

Ohne Werbung geht es nicht

Für die Werbung sollte man einen Vorlauf von mindestens drei Monaten haben, für die Gesamtveranstaltung etwa mit sechs Monaten Vorbereitungszeit planen. Meist sprechen solche Konzerte eher die Bevölkerung vor Ort oder in einem begrenzten Umkreis an. Aber auch diese Menschen haben eventuell ein Theater-Anrecht oder einfach andere Dinge zu tun. Empfehlenswert ist es deshalb, eigene Kanäle zu bespielen – wie beispielsweise die Website, den eigenen Adressverteiler, das Kirchenblatt – oder Handzettel zu verteilen oder Plakate aufzuhängen. Auch Social Media oder Plattformen wie nebenan.de bewähren sich dafür. Die besten Werbeträger sind aber die eigenen Mitglieder. Sie laden zu solch einem Event, wo ja etwas geboten wird, deutlich lieber persönlich ein als zu einer Direktspende.

Publikum – exklusiv oder nicht?

Exklusive Events sind meist nur für einen kleinen Kreis vorgesehen. Das kann eine gute Idee sein, wenn man zahlungskräftige Klientel anlocken möchte. Das Angebot, noch Freunde mitzubringen, hat sich bewährt und erweitert die Zielgruppe. Eine Anmeldung ist dann aber unbedingt notwendig, was den Aufwand deutlich erhöht. Auch die Erwartungen an ein solches Event sind höher. Somit müssen schon frühzeitig Künstler gewonnen werden, die dann auf zumindest einen Teil der Gage verzichten.

Karten verkaufen oder reservieren

Ein Kartenvorverkauf ist empfehlenswert, weil das Konzert so besser planbar wird. Über Veranstaltungsportale wie eventbrite kann man Tickets im Vorfeld online verkaufen. Das kostet aber Gebühren. Will man zugunsten von Spenden auf den Eintritt verzichten, kann man immer noch eine Platzvorbestellung einrichten und bekommt so ein Gefühl, ob das Event Menschen anzieht. Die Unverbindlichkeit steigt jedoch ohne Vorverkauf, und Leute springen noch im letzten Moment ab. Die Frage nach Verkauf oder Spende macht auch eine steuerliche Einordnung der Einnahmen nötig! Es gibt auch Künstler, die Auftrittsmöglichkeiten auf eigene Rechnung

suchen und sich zum Schluss die Gage mit dem Besitzer des Auftrittsorts teilen.

Warum besucht man ein Benefizkonzert? Um es zu genießen. Der Spendenaspekt ist leider eher zweitrangig. Das ist nicht schlimm, aber wenn man die Besucher noch mit einer langen gestelzten Rede „unterhält", bevor der erste Ton erklingt, hat man den größten Fehler gemacht. Eine kurze Begrüßung reicht, in der man sich freut, so viele Menschen zu sehen, die das Anliegen des Vereins oder der Stiftung unterstützen.

Der richtige Moment, zu bitten

Wann ist also der richtige Moment für die Spendenbitte? Als ehemaliger Chorsänger empfehle ich den Zeitpunkt vor dem letzten Stück oder der Zugabe. Dann sind die Menschen emotional am stärksten angetan. Sie hatten einen schönen Abend und sind dann gewiss gewillt, diesem schönen Gefühl mit einer Spende nachzugeben. Formulieren Sie kurz und prägnant, worum es geht und wofür die Einnahmen des Abends eingesetzt werden, vergessen Sie den Dank an die Künstler und Organisatoren nicht und betonen Sie deren Ehrenamtlichkeit. Spendenbeispiele helfen auch hier, um die Höhe der Gabe zu illustrieren.

Bar oder digital? Beides!

Normalerweise wird Bargeld eingesammelt. Das sollten Menschen tun, die im Verein tätig oder ehrenamtlich aktiv sind, oder aber sogar Menschen, denen die Hilfe zugutekommt. Empfehlenswert ist es, ein Programmheft als Handzettel zu gestalten, der zum Thema der Organisation einige kurze Informationen, eine gute Geschichte und die Spendenmöglichkeit beinhaltet. So kommen auch nach dem Benefizkonzert noch Spenden zusammen. Mittlerweile gibt es technische Lösungen für Kartenzahlungen, die vor Ort nur WLAN benötigen. Größere Organisationen bieten für ein solches Konzert zusätzlich eine Online-Spendenmöglichkeit im Vorfeld an. Es könnten ja auch eingeladene Gäste gern etwas spenden wollen, weil sie das Thema anspricht, sie aber an dem Tag ausgerechnet keine Zeit haben.

Matthias Daberstiel sang in seiner Kindheit und Jugend insgesamt 20 Jahre lang im Knabenchor Dresden. Beruflich baute er das Fundraising einer Umweltstiftung auf und wechselte danach in die Unternehmensberatung. 2003 gründete der Dresdner die Spendenagentur, die gemeinnützige Organisationen berät. Er etablierte regionale Fundraisingtage und das Fundraising-Symposium und ist Mitherausgeber des Fundraising-Magazins.
▶ **www.spendenagentur.de**

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

Mehr Mut zur Vision

Fundraising als Führungsaufgabe

Fundraising-Stellen sind Jobs mit großer und weitreichender Verantwortung. Es braucht dafür Persönlichkeiten, die sowohl sozial als auch wirtschaftlich denken, die bereit sind, genau messbare und stets ambitionierte Resultate zu erzielen, und die sich getrauen auf Innovation zu setzen.

Von MARIA STEINBAUER

Was jedoch bei genauer Betrachtung der NPO-Landschaft frappant ins Auge sticht, ist die strukturelle Einordnung dieses relevanten Aufgabengebiets in den Organisationen selbst: In den Geschäftsleitungsgremien der bekanntesten NPOs im deutschsprachigen Raum sind Fundraising-Profis kaum vertreten. Die ausgeschriebenen Stellen auf Führungsebene suchen meist Kommunikationsfachleute, denen danach eine Unterabteilung Fundraising angegliedert wird.

Fundraising als Führungsrolle wird nach dem aktuellen Status quo unterschätzt. Dieser Ist-Zustand ist letztlich nicht nur benachteiligend für die Berufsgruppe der Fundraiser, sondern speziell auch für die monetäre und strategische Zielerreichung der Organisationen selbst.

Potenziale erkennen und ausschöpfen

Diverse Erfolgsstudien belegen, dass jene Organisationen, die ihre Einnahmen maßgeblich steigern konnten, eines gemeinsam haben: Sie haben eine klare Vision eines ideellen und gleichzeitig konkreten Ziels, mit dem sie ihre Mitarbeitenden, die Spender und die breite Öffentlichkeit begeistern. Und dennoch versuchen NPOs häufig mit möglichst kleinen Budgets zu operieren. Viele definieren in der Unternehmenspolitik Mission, Werte und Strategie und verzichten bewusst auf die Definition einer Vision.

Fundraiser können auf Führungsebene korrigierend eingreifen und das Bewusstsein schaffen für ein betriebswirtschaftliches Denken, das zugleich visionär ist. Dieses Bewusstsein kann Prozesse in Bewegung setzen, die zum Wachstum der Organisation beitragen und durch sichtbare soziale Wirkung zu mehr Bekanntheit, Glaubwürdigkeit und Vertrauen in die Organisation seitens der Öffentlichkeit führen.

Reputationsrisiken minimieren durch umsichtige Abstimmungsprozesse

Abgestimmt werden muss vor allem die Projektplanung mit den zukünftig erwarteten Mittelströmen. Diese strategische Aufgabe sollte nicht den Finanzfachpersonen allein zukommen, sondern durch Fundraiser begleitet werden. Denn: Finanzfachpersonen denken in der Regel konservativ. Ihre Aufgabe ist es, das finanzielle Überleben der Organisation sicherzustellen. Fundraiser hingegen denken innovativ. Ihr Ziel ist es, die Organisation groß zu machen.

Fundraiser müssen daher ihre Sichtweise einbringen und beraten in Bezug auf das Finanzierungspotenzial einzelner Projekte und auf die finanzielle Entwicklung der ganzen Organisation. Ohne eine sorgfältige Abstimmung besteht häufig das Risiko der Überfinanzierung und der Bildung von zu hohen Reservenquoten. Diese haben eine nachteilige Wirkung auf die Glaubwürdigkeit des Unternehmens und beeinflussen das Image negativ.

Die Organisation erlebbar machen

Fundraiser haben eine enorme identitätsbildende Wirkung. Allein schon dadurch, dass sie regelmäßigen personalisierten und/oder persönlichen Kontakt zu Tausenden Unterstützenden pflegen und so die Unternehmensidentität nach außen tragen. So formen sie die Images bei den diversen Bezugsgruppen zu einem beträchtlichen Teil mit und machen die Organisation erlebbar.

Durch seinen ausgeprägten Beziehungsaspekt kann das Fundraising die Organisation zu einem Resonanzraum werden lassen, der nicht nur das Leben der Begünstigten verändert, sondern auch zu einer Transformation bei den Unterstützenden führt. Fundraising wäre nach dieser Theorie nicht rein eine Erscheinungsform des Beschaffungs- oder Absatzmarketings, sondern ein Resonanz-Trigger, der die Identität der Organisation – zu der auch die Unterstützenden zählen – nachhaltig verändert. Die Folgen dieses Ansatzes können enorm sein für Identität, Reputation und Einnahmen.

Nach dem Studium der internationalen Beziehungen in Rom und in Wien war **Maria Steinbauer** im diplomatischen Dienst tätig. Mit dem Umzug in die Schweiz wechselte sie in den NPO-Sektor. Seit zehn Jahren leitet sie nun die Abteilung Fundraising beim Schweizerischen Roten Kreuz Kanton Zürich und ist im Rotkreuz-Netzwerk als Referentin tätig. An der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften unterrichtet sie für den CAS Fundraising Operations die Besonderheiten der NPO-Kommunikation. Dabei legt sie den Fokus auf die Identitätsbildung von Organisationen und die Rolle der Fundraiser bei dieser Managementaufgabe.

▶ **www.srk-zuerich.ch**

WIR HELFEN DENEN BEIM WACHSEN, DIE ANDEREN BEIM WACHSEN HELFEN.

DIE WALTER SCHMID FUNDRAISING & DATA AG IST DER PARTNER FÜR ALLE NONPROFIT-ORGANISATIONEN. ALLES AUS EINER HAND FÜR VIELE HELFENDE HÄNDE. VOM STIFTUNGSFUNDRAISING, ZUM PUBLIC FUNDRAISING UND WEITEREN DISZIPLINEN UND DIENSTLEISTUNGEN.
KONTAKTIEREN SIE UNS UNVERBINDLICH UNTER INFO@WSAG.CH ODER ÜBER WWW.WSAG-FUNDRAISING.CH.

WALTER SCHMID
FUNDRAISING & DATA

Sollten sich NGOs mit Kryptowährungen

Nach einem kometenhaften Aufstieg innerhalb von nur drei Jahren ist die Handelsplattform für Kryptowährungen FTX mit lautem Krachen im Boden versunken: Insolvenz! Auf gänzlich sicheren Füßen stehen alternative Finanz-Formen offenbar also noch nicht. Trotzdem wagen sich auch einige NGOs in diesen Bereich vor, wie der WWF oder Sea Shepherd. Kann also der Bereich der Kryptowährungen den Spendenmarkt sinnvoll bereichern?

PRO

Von Dr. KATHLEEN LÖWE

Während im Web3 immer mehr philanthropische Projekte entstehen, die gemeinsam mit ihrer Community in verschiedenen Bereichen Gutes tun, haben traditionelle gemeinnützige Organisationen die Gelegenheit weitgehend verpasst, ihre Spendeneinnahmen durch Krypto-Spenden zu vergrößern. Dabei sorgen rasante Kurssteigerungen am Kryptomarkt dafür, dass weltweit viele Menschen zu Reichtum gekommen sind – auch in Deutschland. Woran liegt es also, dass bislang nur wenige Non-Profit-Organisationen Spenden in Kryptowährungen annehmen?

Zweifelsohne verlangt die Einführung von Kryptospenden Know-how und Investitionen von den NPO, aber es wird sich lohnen: Aktuelle Berichte zeigen weiterhin ein enormes Wachstum im Kryptosektor, vom allgemeinen Nutzerwachstum bis zum Spendenvolumen. So stellte die US-amerikanische NGO Fidelity Charitable fest, dass Krypto-Spender im Durchschnitt großzügiger sind als ihre Bargeld gebenden Kollegen. Außerdem sind sie stark daran interessiert, die Themen, die ihnen am Herzen liegen, nachhaltig anzugehen. Probleme sollen an der Wurzel bekämpft werden, statt nur die Symptome zu lindern. Entsprechend wählen Spender die Projekte aus.

Ein weiterer Vorteil für NPOs, auch auf Einnahmen in Krypto zu setzten, ist der Zugang zu einer Zielgruppe, die auf klassischem Wege nur noch schwer zu erreichen ist: die 18- bis 40-Jährigen. Denn Kryptowährungen sind gerade bei jungen Menschen sehr beliebt. Zwar spenden einige von ihnen bereits in Euro, insgesamt würden sie es jedoch vorziehen, gemeinnützige Projekte in Kryptowährung zu unterstützen, da die steuerlichen Anreize für das Spenden hier höher sind.

Die Blockchain-Technologie, die mit der digitalen Währung verknüpft ist, bietet noch mehr: Transparenz. Dank ihrer Grundeigenschaften Dezentralität, Verifizierbarkeit und Unveränderbarkeit kann stets nachvollzogen werden, wohin die Spenden gehen und zu welchem Zweck sie eingesetzt wurden. Das macht es nahezu unmöglich, Spendengelder zu missbrauchen, und die Glaubwürdigkeit von gemeinnützigen Initiativen steigt.

Und was ist mit dem Klima? Immer wieder stehen Digitalwährungen in der Kritik, eine schlechte Umweltbilanz aufzuweisen. Dass dem so ist, liegt in der Konzeption der Cyberdevisen. Um die Blöcke auf der Blockchain schürfen zu können, ist viel Rechenleistung nötig – ebenso für jede einzelne Transaktion. Doch der Markt hat bereits reagiert. Mit der Reform der zweitgrößten Blockchain Ethereum konnte ab September 2022 der Stromverbrauch um 99 Prozent reduziert werden, was gut für die Umwelt ist. Parallel nutzen Unternehmen wie Genesis Mining die beim Schürfen entstehende Wärme, um Gewächshäuser zu beheizen. Eine positive Entwicklung, die andere Kryptowährungen wie etwa den Bitcoin unter Druck setzen.

Insgesamt eröffnet das Web3 eine völlig neue Disziplin im Fundraising. Krypto ist dabei weder schlecht noch eine Modeerscheinung – ganz im Gegenteil: Es ist auf dem besten Weg, Mainstream zu werden und stellt eine zusätzliche Möglichkeit dar, Spenden zu generieren. NPOs, die Krypto akzeptieren, können zum Vorreiter im digitalen Fundraising werden.

Dr. **Kathleen Löwe** ist Pressesprecherin der NGO Aiddrop, die bei der Abwicklung von Kryptospenden hilft, und berät NPOs in ihren Marketingstrategien. Als Kunsthistorikerin mit einem breiten Erfahrungsschatz aus Museen, Galerien und Auktionshäusern widmet sie sich den aktuellen Strömungen in der Kunst – auch dem Krypto- und NFT-Markt.
▶ www.aiddrop.io

als Spendenmöglichkeit beschäftigen?

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

CONTRA

Von MAIK MEID

Menschen, die mich kennen, wundern sich vielleicht. Ich schreibe hier etwas gegen den Einsatz von Kryptowährungen im Fundraising? Habe ich mich doch über all die Jahre mehrfach auch öffentlich positiv geäußert, bis hin zu heute schon fast peinlichen Zitaten über Blockchains, die „alles Dagewesene ändern werden". Nun, Menschen ändern sich auch. Nicht falsch verstehen, ich bin nicht vom Pro-Nutzer zum Hater mutiert. Ich war und bin weiterhin fasziniert von der Technologie und einer Welt mit dezentralen Zahlungsinstrumenten, aber sie bringt 99,9 Prozent aller gemeinnützigen Organisationen in Deutschland weder weiter, noch bringt sie Vorteile mit.

Gemeinnützige Organisationen verstehen die Technologie und die Herausforderungen schlicht nicht. Es herrscht tiefe Unkenntnis über die Möglichkeiten und besonders den rechtlichen Umgang. Und diejenigen, die sich als Nutzer mit Kryptowährungen auseinandersetzen, sind nicht die Zielgruppen, die uns langfristig die Spendenziele erreichen lassen. Die notwendige zeitliche Investition, den Einsatz von Kryptowährungen prozessual abzubilden und in die Organisation einfließen zu lassen, übersteigt aus meiner Sicht den zu erwartenden Ertrag in der Fläche.

Die Werte der jeweiligen Blockchain sind nicht nur extrem volatil, sondern werden durch teils ethisch schwierige Vorgänge künstlich gepusht. Dies geschieht zwar in der klassischen Finanzwelt auch, hier gibt es aber immerhin halbwegs funktionierende Kontrollsysteme. Ein Tweet von Elon Musk kann mal eben den Bitcoin abstürzen und den Dogecoin explodieren lassen.

Jüngst gingen NFTs (ein weiteres Blockchain-Produkt) durch die Decke. Menschen schmissen viel Geld in digitale Konstruktionen und Versprechen, um Kunstwerke oder Medien im digitalen Original zu kaufen. Und um später festzustellen, dass sie diese Technologie nicht verstanden haben. Das Geld war futsch, und viele der Token als Kaufbelege sind es nun auch schon längst. Während ich diese Zeilen schreibe, geht eine der größten Kryptobörsen der Welt pleite. Milliarden werden vernichtet.

Das gesamte Blockchain-Ökosystem passt nicht in die Welt der Gemeinnützigkeit und insbesondere ins Fundraising, wo es um Vertrauen geht, Langfristigkeit, Bindung und auch Rechtsklarheit. Kryptowährungen bleiben etwas für „Krypto-Bros". Volatilität, die unklare Herkunft von Spenden, hochenergetische Proof-of-Work-Ansätze sowie die nachweisliche starke inhaltliche Nähe zu Waffen-, Drogen- und Menschenhandel lassen es mir schwerfallen, gute Einsätze im Fundraising zu finden. Wir sollten Spenden nicht erschweren, sondern vereinfachen.

Blockchains (und damit auch Kryptowährungen) lösen Probleme, die in Mitteleuropa nicht existieren. Oder zumindest keine, die für gemeinnützige Organisationen in unseren Breitengraden in der Fläche relevant sind. Die durch Blockchains benannten Probleme können herkömmlich gelöst werden. Sie mögen ihre Berechtigung haben, wenn sie wirklich echte Probleme lösen würden, die althergebracht dezentral über Zertifikate und energiearm nicht lösbar sind. Sehen tue ich diese hier bei uns nicht.

Maik Meid ist Fundraising-Manager (FA) und Berater für Fundraising und Digitale Kommunikation. Er steht seit den 1980ern auf digitale Technologien, nicht unbedingt nur dann, wenn sie Sinn machen. Bei Blockchains und Kryptowährungen hat er über die Jahre seine Meinung angepasst.
▶ www.meid.media

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

Seminare und Tagungen im Überblick

JANUAR

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 Diplomlehrgang Fundraising Operations & Managament
19.01., Wien
www.fundraising.at

Intensiv-Seminar: Fundraising Grundlagen 2023
19. & 20.01., Wien
www.fundraising.at

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

AG Sciencefundraising:
Leitlinien – Hilfe oder Hindernis?
24.01., Wien
www.fundraising.at

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

Start Fortbildung
Fundraising-Referent*in
30.01., Augsburg und online
www.fundraisingakademie.de

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

Vernetzungstreffen „Philanthropie Standort Österreich bei Wissenschaft und Forschung"
31.01., Wien und online
www.fundraising.at

6. Zürcher Stiftungsrechtstag
31.01., Zürich
www.ius.uzh.ch

FEBRUAR

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

Informationsabend:
Fundraising Lehrgang 2023
15.02., München
www.ibpro.de

Intensiv-Seminar:
Public Fundraising I 2023
16. & 17.02., Wien
www.fundraising.at

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

17. Stiftungsrechtstag
24.02., Bochum und online
https://zrsweb.zrs.rub.de

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

Sozialwirtschaftliche Managementtagung 2023
01.03., Mainz
www.swmt.org

Basiskurs Freiwilligenkoordination
01.–03.03.,
www.ehrenamt.de

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

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

Fachtag
Fundraising im Gesundheitswesen
07.03., Frankfurt am Main
www.dfrv.de

Fundraisingtag München
09.03., München
www.fundraisingtage.de

Intensiv-Seminar:
Public Fundraising II 2023
09. & 10.03., Wien
www.fundraising.at

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

20. Mitteldeutscher Fundraisingtag

fundraising forum

14. März 2023
an der Ernst-Abbe-Hochschule in Jena

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

Auf die Füße fallen – Check 23 – Was geht im Fundraising?
14. & 15.03., Rehburg-Loccum
www.loccum.de

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

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

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

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

18. norddeutscher FUNDRAISING tag
24.+25. April 2023 in Hamburg
AGENTUR koso
Fundraising Akademie
www.norddeutscher-fundraisingtag.de

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

Tag der Verbände in Bremen 2023
20.03., Bremen
www.tag-der-verbaende.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
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

Sozialwirtschaftliche Managementtagung 2023
29.03., Villingen-Schwenningen
www.swmt.org

Seminar: Fundraising Movers 2023
29.–31.03., Altenkirchen
www.fundraising-strategen.de

ESV AKADEMIE
Jahrestagung Stiftung&Sponsoring
Berlin & online
25. April 2023
Tagungsleitung:
Prof. Dr. Hans Fleisch
Frühbucherpreis sichern:
www.ESV-Akademie.de/SuS2023

APRIL

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

Intensiv-Seminar:
Public Fundraising III 2023
13. & 14.04., Wien
www.fundraising.at

Weiterbildungskurs
Basics in Fundraising Management
13. & 14.04., Winterthur
www.zhaw.ch

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

Basiskurs Freiwilligenkoordination
24.–26.04., Berlin
www.ehrenamt.de

Jahrestagung Stiftung&Sponsoring 2023
25.04., Berlin und online
www.esv-akademie.de/SuS2023

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

MAI

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

Intensiv-Seminar: Institutional & Corporate Fundraising 2023
03.–05.05., Wien
www.fundraising.at

Fundraisingtag NRW 2023
09.05., Gelsenkirchen
www.fundraisingtage.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

Netzwerkmanagement und Netzwerkkoordination professionalisieren
22. & 23.05., Berlin
www.ehrenamt.de

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

JUNI

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

Deutscher Fundraising Kongress
05.–07.06., Berlin
www.fundraising-kongress.de

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., Berlin
www.ehrenamt.de

Intensiv-Seminar: Strategisches Fundraising Management 2023
28.–30.06., Wien
www.fundraising.at

JULI

Fundraisingtag Stuttgart
12.07., Stuttgart/Filderstadt
www.fundraisingtage.de

Auf den gelb hervorgehobenen Veranstaltungen liegt das Fundraising-Magazin für Sie aus oder ist Medienpartner. Möchten auch Sie mit uns kooperieren?
Schreiben Sie an verlag@fundraising-magazin.de.

Ihre Veranstaltung fehlt hier? Schreiben Sie an termin@fundraising-magazin.de.

Für Werbung im Fundraising-Kalender wenden sie sich bitte an verlag@fundraising-magazin.de.

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

Stiftung und Krise

17. Stiftungsrechtstag in Bochum

Ganz zeitgemäß hybrid geht der Fundare e. V. – Gemeinnütziger Verein zur Förderung des Stiftungswesens an der Uni Bochum den nächsten Stiftungsrechtstag an. Auch auf die komplexe Gemengelage „Krise" geht die Tagung konstruktiv ein. Entsprechend lautet der Titel des eröffnenden Vortrags „Konjunkturen, Kritik und Krisen – Stiftungen in der Geschichte", der von Prof. em. Dr. Michael Borgolte (Humboldt-Universität zu Berlin) präsentiert werden wird.

Wie lassen sich Stiftungen zukünftig noch besser krisensicher aufstellen? Dieser Frage wird natürlich auch in rechtlicher Hinsicht nachgegangen werden. Nicht zuletzt ist dabei auch das Gemeinnützigkeitsrecht für Stiftungen von Relevanz. Dieser Aspekt beschließt das Programm der Tagung.

17. Stiftungsrechtstag am 24. Februar in Bochum und online
▶ zrsweb.zrs.rub.de

20 Jahre Mitteldeutscher Fundraisingtag

Feiern Sie mit uns das 20-jährige Jubiläum und kommen Sie zum Mitteldeutschen Fundraisingtag am 14. März 2023 in die Ernst-Abbe-Hochschule in Jena. Mit dabei sind u. a. Dr. Marita Haibach, Maik Meid, Ricarda Raths (WWF), Ulrike Herkner (Kinderhospiz Bärenherz Leipzig), Michael Okrob (Z-Foundation).

Informieren Sie sich über neue Entwicklungen im Fundraising.

- Lassen Sie sich im Einzelgespräch mit Expert*innen beraten.
- Holen Sie sich Anregungen und Tipps von Kolleginnen und Kollegen.
- Lernen Sie potenzielle Unterstützer*innen kennen.

fundraising forum

unterstützt vom FUNDRAISING magazin

Nachhaltig

Der 18. Norddeutsche Fundraisingtag hat sich in diesem Jahr das Motto „Nachhaltiges Fundraising durch Community-Management" auf die Fahne geschrieben. Denn: Das Thema der Nachhaltigkeit wird immer drängender und bestimmt viele Gespräche in allen gesellschaftlichen Gruppen, im beruflichen und privaten Kontext. Diesem Thema müssen sich gemeinnützige Organisationen und Stiftungen in gleicher Weise in ihrem Handeln stellen. Dabei geht es auch um Effizienz und um die gesellschaftliche Relevanz ihrer Ziele und Projekte.

18. Norddeutscher Fundraisingtag
am 24. und 25. April in Hamburg
▶ www.norddeutscher-fundraisingtag.de

Online

Anne Schmidt verantwortet das Fundraising für SOS Humanity und wird unter dem Titel „Leinen los – digitales Fundraising bei SOS Humanity" beim 9. Online Fundraising-Forum in Köln den ersten Akzent im Programm setzen. Danach folgen ein „Google Ads Deep Dive" und das Thema Neuspendergewinnung per E-Mail-Marketing. Desweiteren präsentiert die Stiftung KiBa ein Spendenvideo, und Marc-André Pradervand von der Krebsliga Schweiz spricht über Analytics zur Scoring- und Persona-Bildung.

Online Fundraising-Forum am 28. Februar in Köln
▶ www.az-fundraising.de

Gesundheit!

Alle Aktiven im Bereich Fundraising, Öffentlichkeitsarbeit und Geschäftsführung der Sparte Gesundheitswesen können sich schon mal den 7. März vormerken. An diesem Tag lädt der Deutsche Fundraising-Verband nach Frankfurt, um den 12. Fachtag „Fundraising im Gesundheitswesen" zu begehen. Ein Highlight im Programm: Die Deutsche Krebshilfe gibt Einblicke in ihr Online-Fundraising und die Verzahnung mit den Offline-Aktivitäten. Keynote Speaker wird William Littlejohn von der Sharp HealthCare Foundation aus den USA sein.

12. Fachtag „Fundraising im Gesundheitswesen"
am 7. März in Frankfurt
▶ www.dfrv.de

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

Märkte, Ideen, Chancen

Mainz und Villingen-Schwenningen sind im März wieder die Austragungsorte der Sozialwirtschaftlichen Managementtagung. Die Pandemie wird mit ihren Nachwehen und Auswirkungen noch lange auch in den Bereich der Sozialwirtschaft hineinwirken. Hinzu sind bekanntlich nicht zu unterschätzende weltpolitische Herausforderungen gekommen. Ganz oben auf dem Tagungsprogramm stehen deshalb das wichtige Thema des bundesweiten Fachkräftemangels und die Frage danach, wie dieser angegangen werden kann. Ein weiterer Schwerpunkt werden aktuelle IT-Challenges sein.

27. Sozialwirtschaftliche Managementtagung am 1. März in Mainz

4. Sozialwirtschaftliche Managementtagung am 29. März in Villingen-Schwenningen

▶ www.swmt.org

Fundraising-Symposium

Diskussion des digitalen Wandels in Frankfurt

Dieses Format des Fundraising-Magazins bringt Non-Profit-Organisationen aus dem deutschsprachigen Raum zusammen, um gemeinsam über den digitalen Wandel des Fundraisings zu sprechen. Mit dabei sind wieder viele internationale Referentinnen und Referenten. Im Fokus stehen weniger die Instrumente für digitales Fundraising, als vielmehr die Strategien, die es in NGOs dafür braucht. Etwa, wenn die Organisationsleitung voranschreitet, die Basis aber nicht mitzieht – oder umgekehrt. Wie können Prozesse in IT, Fundraising, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit verzahnt werden? Dafür bietet das Symposium mit seinen Thementischen am ersten und den Seminaren am zweiten Tag umfassend Raum für individuellen Austausch und Wissenszuwachs. Eingeladen werden wieder führende Fundraiserinnen und Fundraiser wie auch IT-Verantwortliche der NGOs.

Interessenten können sich online anmelden. Die Veranstaltung ist auf 125 Teilnehmer limitiert. Unterstützt wird die Tagung von der ANT Informatik AG, dem Zeit-Verlag sowie von der TeleDialog Fundraising GmbH.

Fundraising-Symposium am 23. und 24. März in Frankfurt

▶ www.fundraising-symposium.de

Mut zu Großspenden

Der Mitteldeutsche Fundraisingtag in Jena lädt schon zum 20. Mal ein

Dr. Marita Haibach ist Expertin für das Großspenden-Fundraising. Mit diesem Know-how eröffnet sie mit ihrer Keynote im März den nächsten Mitteldeutschen Fundraisingtag. „Keine Scheu vor Großspender*innen“ lautet ihr Titel. Ins Detail zu diesem Thema geht sie im Anschluss auch in einem Workshop. Weitere Themen der insgesamt 13 Workshops sind unter anderem Pressearbeit, die Bedeutung von Datenbanken für das Fundraising und erfolgreiche Fördermittelrecherche. Der Nachmittag verspricht im Programm einen „Fundraising-Themenpark“, bei dem die Besucherinnen und Besucher die Gelegenheit bekommen, in individuellem Austausch konkrete Herausforderungen der eigenen Organisation zu diskutieren. Fehlen darf zum Abschluss natürlich auch nicht die Verleihung des Mitteldeutschen Fundraisingpreises, wie es heißt, „mit Überraschung“.

20. Mitteldeutscher Fundraisingtag am 14. März in Jena

▶ www.fundraisingforum.de

zh aw School of Management and Law

AACSB ACCREDITED Seit 2015

Möchten Sie Ihre Kompetenzen im Fundraising vertiefen?

Lernen Sie unsere berufsbegleitenden Studiengänge in Fundraising Management kennen:
– MAS/DAS Fundraising Management
– CAS Fundraising Operations
– CAS Fundraising Strategies
– CAS Fundraising Leadership
– WBK Basics in Fundraising Management
– WBK Kulturfundraising

Auch für Interessierte aus Deutschland.

Weitere Informationen online:
www.zhaw.ch/zkm/fundraising

Jetzt informieren!

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

Marke, Vermögen, Strategie

Fundraising-Lehrgang 2023 in München

Die Fundraising-Expertin Tina Keeling wird den nächsten Fundraising-Lehrgang des IBPro in München leiten. Bevor der Lehrgang Ende April startet, bietet sich am 15. Februar die Gelegenheit, im Rahmen eines kostenlosen Informationsabends die genauen Inhalte und Ziele des Kurses zu erfahren. Der Lehrgang ist in sechs Module unterteilt: Grundlagen, Organisationsentwicklung, Maßnahmen und Instrumente, Öffentlichkeitsarbeit und Strategie. Das sechste Modul ist aus dem weiteren Programm des IBPro frei wählbar, optional ein Ganztagsseminar oder zwei Kompaktseminare. Zielgruppe des Lehrgangs sind Fundraising-Verantwortliche, Fach- und Führungskräfte aller Ebenen, die im Fundraising aktiv sind oder es werden wollen.

Informationsabend Fundraising-Lehrgang 2023 am 15. Februar,

Fundraising-Lehrgang 2023 vom 27. April bis 27. Juli in München

▶ www.ibpro.de

Kurzgefasst ...

21. Fundraising-Tagung der Landeskirche Hannovers

„Auf die Füße fallen“ heißt es am 14. und 15. März in Loccum. Mit diesem optimistischen Credo schaut die Evangelische Landeskirche auf aktuelle Entwicklungen im Kirchen-Fundraising und fragt unter anderem: Wie steht es um den Spendenbrief, die Kollekte am Kirchenausgang oder die Straßenwerbung? Digitales wird dabei natürlich auch eine Rolle spielen.

▶ www.loccum.de

Tag der Verbände: Bremen

Der Bundesverband der Vereins-, Verbands- und Stiftungsgeschäftsführer e. V. startet mit dem ersten lokalen Event in Bremen. Der dortige Tag der Verbände wird am 20. März im Parkhotel ausgerichtet. Eingeladen sind wieder alle haupt- und ehrenamtlichen Führungskräfte sowie Verantwortliche aus Vereinen, Verbänden und Stiftungen.

▶ www.tag-der-verbaende.de

Know-how für Vereine

Geballtes Wissen in Form von knackigen Webinaren gibt die Plattform vereinsknowhow.de wieder im Februar und März: „Spenden, Werbung und Sponsoring“ steht für den 8. Februar auf dem Plan, „Vergütungen und Aufwandsersatz im Ehrenamt“ heißt es am 22. März und „Honorarkräfte – Fehler bei der Sozialversicherung vermeiden“ am 29. März.

▶ www.vereinsknowhow.de

Social Media

Die NPO-Akademie lädt für den 27. und 28. Februar zum Online-Seminar „Social Media Strategien für Vereine und Nonprofit-Organisationen“. Rebecca Belvederesi-Kochs, Expertin für digitale Kommunikation und integriertes Marketing, zeigt den Teilnehmern, welche Ziele und Zielgruppen sich über die Social-Media-Kanäle einer NGO erschließen lassen.

▶ www.npo-academy.com

13. German CRM-Forum

Auch in diesem Jahr findet das German CRM-Forum in Frankfurt statt. Am 28. und 29. März widmet sich die Tagung Fragen wie: Wie gelingt es, eine unternehmensweite Strategie nachhaltig zu verankern? Wie gelingt agile Transformation? Die Gäste aus dem gesamten Raum D-A-CH werden unter anderem sieben Keynotes erleben können.

▶ www.germancrmforum.de

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**

Volkshilfe

„Geschichte ist eine Sammlung von Geschichten. Wir haben uns bemüht, die realen Rahmenbedingungen zur Zeit der Gründung der Volkshilfe bestmöglich einzufangen und jene Frauen und Männer vor den Vorhang zu holen, die mit ihrem selbstlosen Einsatz für andere auch heute noch ein wichtiges Vorbild sind!“ Mit diesen Worten erläutert der Autor Harald Havas den Ansatz der Graphic Novel „Armut überwinden“ der Volkshilfe Wien, die die Geschichte der Organisation seit ihrer Gründung nacherzählt. Im Mittelpunkt des Buches steht Leopoldine „Poldi“ Cerny, die das Auf und Ab miterlebt: vom Ende der Monarchie, der Gründung der Ersten Republik, dem Aufbau sozialer Strukturen und der großen Glanzzeit der Societas – bis zu deren abruptem Ende aufgrund der Machtergreifung des Austrofaschismus im Jahr 1934.

Zeichnerisch umgesetzt wurde die Geschichte von Kommunikationszeichnerin, Coach und Künstlerin Nina Dietrich sowie der Künstlerin, Autorin und Forscherin Bettina Egger, die beide auch auf ein umfangreiches Werk im Bereich Comic zurückblicken können.

Nina Dietrich, Bettina Egger, Harald Havas.
Armut überwinden. Die Geschichte der Volkshilfe.
echomedia buchverlag. 2022. 48 Seiten.
ISBN: 978-3-90398-940-5.
[D] 24,90 €, [A] 25,50 €, CHF 34,80.

Vereinsarbeit

An und für sich macht Vereinsarbeit Spaß, wenn man gemeinsam mit Gleichgesinnten Ideen zu verwirklichen versucht. Trotzdem gibt es viele Regularien. Die scheinen noch mal komplizierter, wenn der Verein jemanden anstellen will. Rechte und Pflichten bestehen natürlich auch in einem solchen Fall auf beiden Seiten. Zur grundlegenden Orientierung in diesem Bereich ist das Buch „Vereine als Arbeitgeber“ aufgrund seiner detaillierten Gliederung in sehr kurze Abschnitte gut geeignet und hilft, den Überblick zu behalten. Die Erklärungen der Vorschriften sind sprachlich einfach gehalten und orientieren sich durchweg an der Praxis. Viele Beispiele konkretisieren die Regelungen und deren Umsetzung im Vereins-Alltag. Dabei wird auch zwischen haupt- und nebenberuflichen Tätigkeiten und der klassischen Übungsleiterpauschale genau unterschieden. Über einen individuellen Code sind im Download verschiedene Vorlagen und Muster für Verträge und Abrechnungsmöglichkeiten abrufbar.

Gerhard Geckle, Amelie Rothe, Stephan Wilcken.
Vereine als Arbeitgeber. Rechte und Pflichten kennen.
Verlag Haufe. 2022. 242 Seiten.
ISBN: 978-3-64813-646-1.
[D] 29,95 €, [A] 30,80 €, CHF 41,85.

Gemeinsam wohnen

Eingedenk der Tatsache, dass der Mensch ein soziales Wesen ist, erscheint es nicht nachvollziehbar, dass die Anzahl der Single-Haushalte derart zunimmt. Gesund kann das wohl kaum sein, weder für die Einzelne noch für die Gesellschaft an sich. Der Meinung sind durchaus ein paar Leute, und diese gehen dann gemeinschaftliche Wohnprojekte an. Genau das hat der Autor Heinz Feldmann getan. In Wien hat er bereits 2009 ein solches Projekt mit gegründet, in dem er nach wie vor lebt. Mit seinem Buch will er aber weder Aussteiger-Mentalität noch Post-Hippietum predigen. Vielmehr hat er hier eine Anleitung vorgelegt, die detailliert aufzeigt, wie komplex entsprechende Planungen sind, um ein solches Projekt zu realisieren. Dass das nicht ohne Vision(en) vonstattengehen kann, liegt auf der Hand. Und ein „Traumkreis“ zum Herausarbeiten dessen, was man sich wirklich vorstellt, ist sinnvoll.

Damit handelt es sich hier nicht um einen idealisierenden Schmöker, sondern um eine Handreichung für Leute, die wirklich die Ärmel hochkrempeln wollen.

Heinz Feldmann. Praxishandbuch Leben in Gemeinschaft. Partizipativ planen, bauen und wohnen. oekom Verlag. 2022. 352 Seiten.
ISBN: 978-3-96238-3-619.
[D] 28,00 €, [A] 28,80 €, CHF 41,90.

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

Inklusive 90 Tage Zugang zur Online-Version mit regelmäßigen Fördernews

www.foerdermittelfuehrer.de

Nachhaltig

Nix für ungut, aber sich selbst irgendwo festkleben bringt offenbar nicht direkt so irre viel, von tendenziell negativer Aufmerksamkeit mal abgesehen. Gleichzeitig ist uns allen klar: Wir müssen machen. Nur nützt uns blinder Aktionismus nichts. Viel besser ist ein Blick auf jene, die in Sachen Nachhaltigkeit und eine zukunftsfähige Welt bereits kräftig mitmischen. Was genau ist möglich? Und mit welchen Problemen müssen sich die Engagierten herumschlagen? Die Stiftung Umwelt und Entwicklung Nordrhein-Westfalen blickt mit diesem Buch natürlich auf das eigene Bundesland und dort angesiedelte Projekte und Initiativen. Dabei geht es jedoch nicht um bloße Lobhudelei. Alle vorgestellten Aktivitäten bekommen ein ganz konkretes, individuelles Gesicht, indem eine Person, wie etwa die 18-jährige Madee Pande von Fridays For Future Soest. Sie erzählt ganz persönlich, wie sie zum Thema Klimaschutz gekommen ist und wie sie ihr Engagement mit dem Abitur unter einen Hut bekommt. Oder etwa Gisela Burckhardt, die fair produzierte und gehandelte Mode mit dem Bereich der Frauenrechte verbindet. Ein solches Engagement ist auch mit über 70 noch möglich, wie sie beweist.

Alle Beiträge des Buches sind mit vielen Fotos von Aktionen bebildert, die die Arbeit der Beteiligten noch greifbarer werden lassen. Durch diese persönliche Note wird deutlich, wie öffentliches gesellschaftliches Engagement von Menschen gerade durch die Verbindung mit privaten Motiven die Welt verändern kann.

Stiftung Umwelt und Entwicklung Nordrhein-Westfalen (Hrsg.). Mehr Mut zur Nachhaltigkeit. 20 Porträts von engagierten Menschen aus Nordrhein-Westfalen. oekom Verlag. 2022. 224 Seiten. ISBN: 978-3-96238-375-6. [D] 28,00 €, [A] 28,80 €, CHF 39,15.

Marketing

Wir sind immer mehr und immer öfter digital unterwegs. Auf diesen Kanälen erreichen Organisationen den Großteil ihrer Unterstützer. Deshalb braucht es auch hier die entsprechende Zielgruppenspezifik. Dass das kein Hexenwerk ist, zeigt dieses Buch, das sich vor allem auch an all jene wendet, die im digitalen Marketing noch keine Profis sind. Die Vielzahl der Autoren versammelt dabei verschiedenste Blickwinkel. Natürlich werden dabei auch die sozialen Medien mit in den Blick genommen. Gerade dieser Bereich wird von vielen als Marketing-Tool noch unterschätzt.

Niko Pabst, Andreas Mittelmeier. Handbuch Digitales Marketing. Für Verantwortliche in Marketing, Kommunikation und Werbung. Verlag Linde. 2022. 320 Seiten. ISBN: 978-3-71430-382-7. [D] 39,90 €, [A] 39,90 €, CHF 31,99 (eBook).

Hybrid Arbeiten

New Work als Begriff ist schon nicht mehr neu. Auch die damit verbundenen Konzepte gestalten immer mehr alltägliche Arbeitsprozesse. Deshalb können auch Team-Ansätze von Grund auf neu gedacht werden. Durch das Digitale entstehen mehr Möglichkeiten des Miteinanders. Methoden, Werkzeuge und Strukturen liefert dieses Buch. Sie zeigen, dass es bei hybrider Team-Arbeit eben gerade nicht um „Distanziertheit" geht, sondern darum, die Qualität der Arbeit zu verbessern. Dabei muss nichts komplett über den Haufen geworfen werden. Auch durch die Change-Prozesse begleitet dieses Buch.

Gesine Engelage-Meyer, Sonja Hanau. Mit hybriden Teams mehr erreichen. Werkzeuge, Methoden und Praktiken für gelungene Zusammenarbeit auf Distanz. Verlag Business Village. 2022. 270 Seiten. ISBN: 978-3-86980-644-0. [D] 29,95 €, [A] 30,95 €, CHF 27,90.

Was Sie schon immer über
Data-Driven-Fundraising
wissen wollten ...

„Jedem (zukünftigen) Fundraiser zu empfehlen"

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

„Eine gelungene Verbindung von Empirie und Erfahrungswissen"

„Schon jetzt ein Standardwerk!"

Jetzt versandkostenfrei bestellen:
shop.fundraising-magazin.de
oder im Buchhandel Ihres Vertrauens

Ein Produkt aus der Edition FUNDRAISING magazin
Fachlektüre, die Spaß macht.

„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

Strategie

Der Titel mag vielleicht zunächst verwirren. Eine neue Art von Storytelling? Jein. Der Autor verfolgt hier ganz deutlich einen ganzheitlichen Ansatz im Bereich strategischer Kommunikation, mit dessen Hilfe die eigene „Story“ überhaupt erst entdeckt und für zukünftige Ziele erfolgreich eingesetzt werden kann. Es geht ihm darum, das eigene Skript selbst zu schreiben und damit weitere Entwicklungen gezielt zu steuern. Das soll dadurch gelingen, dass die eigene imaginierte Zukunft die Grundlage für unser Handeln darstellt. Ziel ist es, zum „Autor der eigenen Veränderung“ zu werden.

Bernhard Fischer-Appelt. Storyverse Playbook. Finde die Geschichten, die alles verändern. Murmann Verlag. 2022. 200 Seiten. ISBN: 978-3-86774-736-3. [D] 39,00 €, [A] 41,50 €, CHF 54,55.

Gleichstellung

„XY ist eine soziale Frage.“ Mit diesem Satz kann man ganze Diskussionen abfackeln. Gesellschaftliche Emanzipation und soziale Gerechtigkeit sollen für den Autor aber Hand in Hand gehen. Identitätspolitik will er neu denken. Diversität, Feminismus oder LGBTQI+-Diskussionen sind keine „Nice-to-have“-Aspekte, mit denen es sich im Zeitgeist schmücken lässt. Schließlich käme niemand auf die Idee, der Gender Pay Gap wäre nicht real. Deshalb will dieses Buch dazu einladen, die Frage nach den „echten Problemen“ neu zu stellen.

Mario Lindner, Evelyn Regner. Radikale Solidarität. Warum Vielfalt immer eine soziale Frage ist. Verlag ÖGB. 176 Seiten. ISBN: 978-3-99046-468-7. [D] 29,90 €, [A] 30,50 €, CHF 41,80.

Utopie

Migration, Flucht und gesellschaftliche Teilhabe: Diese Themen werden nicht nur bleiben, sie werden ganz klar noch weiter an Bedeutung gewinnen. Deutschland ist Einwanderungsland. Aus diesem Grund wird es notwendig sein, Modelle zu entwickeln, die eine Willkommensgesellschaft möglich machen, die ein gutes Leben für alle bietet. Lukas Geisler hat dafür in seinem Buch 16 Reportagen zusammengefasst, in denen Initiativen, Projekte und Menschen vorgestellt werden, die in dieser Richtung aktiv sind, und spricht von „Geschichten des Gelingens“. Persönlich bewegt sich Geisler im Kreis des Sozialpsychologen Harald Welzer und dessen Stiftung Futurzwei. Er selbst war in der Geflüchtetenhilfe auf Lesbos und Samos tätig und berichtet in der Einleitung seines Buches von den Erfahrungen, die er dort seit 2020 gesammelt hat. Davon ausgehend verfolgt er das Prinzip der kleinen Schritte, der kleinen Ansätze, mit denen sich der Einzelne identifizieren kann. So berichtet er über die Dresdner NGO Mission Lifeline und Collective Aid aus Serbien. Auf der Basis der Beispiele aus der Praxis blickt Geisler auf das Konzept der Postmigration, das von der Migrationswissenschaftlerin Naika Foroutan entwickelt wurde. Der theoretische Diskurs bewegt sich dabei entlang der Migrationspolitik Deutschlands bis hinein in die Zäsur des Jahres 2015 und den Krieg in der Ukraine.

Genau dieses Ineinander theoretischer Reflexionen und realer Porträts der Engagierten zeigt die Notwendigkeit, aber auch die Machbarkeit eines neuen Miteinanders.

Lukas Geisler. Die Willkommensgesellschaft. Eine konkrete Utopie. oekom Verlag. 2022. 192 Seiten. ISBN: 978-3-96238-393-0. [D] 24,00 €, [A] 24,70 €, CHF 33,55.

Datenschutz im Verein

KOMPAKT

ANLEITUNGEN UND TIPPS FÜR EURE VEREINSPRAXIS

Die 12 wichtigsten Datenschutzthemen für euren Einstieg – übersichtlich und verständlich erklärt.

- Betroffenenrechte
- Buchhaltung
- Cloud-Tools
- Datenpannen
- Datenschutzbeauftragte
- Ehemalige Mitglieder
- Fotos
- Gesundheitsdaten
- Newsletter
- Veranstaltungen
- Verantwortlichkeiten
- Website

Bestellt euch jetzt unser Kartenset **kostenfrei.**

sds-links.de/ehrenamt-kompakt-bestellung

STIFTUNG DATENSCHUTZ

Ein Angebot der **Stiftung Datenschutz**

Bundesministerium der Justiz

Die Arbeit der Stiftung Datenschutz wird aus dem Bundeshaushalt gefördert (Einzelplan des BMJ).

Fragebogen: Nadine Sachse möchte im

Wenn sie nicht gerade nebenberuflich bei einer Filmproduktion hinter der Kamera steht, ist Nadine Sachse als Prokuristin und Leiterin der Abteilung Media/PR bei der Fundraisingagentur talk2move tätig, die sie selbst mit aufgebaut hat. Dort hat sie bereits als Face-to-Face-Fundraiserin 2007 begonnen und sich schon als Teamleiterin für ein starkes Qualitätsmanagement am Stand und für bessere Arbeitsbedingungen der Teams eingesetzt. Ihr offenes Ohr für Probleme und Herausforderungen ihrer Mitarbeitenden hat ihr deshalb auch den Spitznamen „Mutti Schlumpf" eingebracht. Ihr Schwerpunkt liegt heute im Onlinemarketing, vor allem in der Akquise neuer Fundraiserinnen und Fundraiser.

Ausreichend Marketingerfahrung bringt die Diplomkommunikationswirtin und Fachwirtin für Event- und Messemanagement bereits aus ihrem dualen Studium mit, als sie in diversen Werbe-, Medien- und PR-Agenturen gearbeitet hat. Außerdem ist sie Co-Gründerin bei der Project Wings gGmbH. Hier ist sie vor allem für das Mentoring-Programm „Wings Experience" verantwortlich, bei dem sie ihr Wissen und die eigenen praktischen Erfahrungen aus der Gründungsphase der NGO an andere gemeinnützige Gründerinnen und Gründer weitergibt.

Für ihr Engagement hat sie im letzten Jahr den Deutschen Fundraisingpreis bekommen. In der Begründung der Jury heißt es unter anderem, dass Nadine Sachse für viele engagierte Menschen stehe, die kein Aufheben um ihre Person machen, die für unsere Gesellschaft jedoch so unverzichtbar seien. Trotzdem bleibt sie auch in Zukunft gern auch hinter der Kamera; im März 2023 will sie ihren Bachelor in „Digitaler Filmproduktion" absolvieren.

▶ www.talk2move.net

▶ www.project-wings.de

1. Was wollten Sie als Kind werden?

Zauberer – mit einem langen, weißen Bart. Ich mochte schon immer die Momente des Entzückens und der Überraschung.

2. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

intelligente Waffensysteme

3. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Jeder (insbesondere große Konzerne) würde auch die Verantwortung übernehmen für ihre/seine auf den Markt gebrachten Produkte, insbesondere in puncto Entsorgung und Kreislaufwirtschaft.

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

Vermutlich würde ich eingekuschelt auf der Couch zwischen meinen Großeltern sitzen. Die Omi liest mir aus „Pippi Langstrumpf" vor und der Opi flüstert mir ins Ohr: „Was immer du tust. Tue es mit ganzem Herzen."

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

Melati Wijsen für den Aufbau von Youthtopia. Eine junge Changemakerin und indonesische Aktivistin.

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

Ist es nicht toll, wenn man die Basis hat, um unendlich viel Gutes zu tun!?

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

... von dem Geld, das wir nicht haben, Dinge zu kaufen, die wir nicht benötigen, um Leuten zu imponieren, die wir nicht mögen ...

Baumhaus leben

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

Schwere Frage, aktuell ist sooo viel los. Aber vermutlich in der Hängematte liegen und in Gedanken versinken, was man als Nächstes Tolles machen könnte.

9. Worüber können Sie lachen?

Über mich selbst, wenn ich mich über mich selbst ärgere, oder über Texte des Musiker-Duos SDP.

10. Wann reißt Ihr Geduldsfaden?

Mir wird nachgesagt, dieser sei sehr strapazierfähig. Zuletzt aber auf jeden Fall, als ich auf einen narzisstischen Menschen getroffen bin, der – voll in seinem Element aufgegangen – jahrelanges Ur-Vertrauen verspielt hat.

11. Was war früher besser?

Wir hatten noch viiiel mehr Zeit und damit verbunden auch Möglichkeiten, diesen Planeten zu retten.

12. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Auf jeden Fall in der Sonne. Vermutlich in dem Baumhaus in Bukit Lawang, das mich einst einmal so berührt hat. Direkt am Fuße des Gunung-Leuser-Nationalparks. Leider müssten wir dieses erst noch mal neu aufbauen, da es einen großen Sturm nicht überlebt hat.

13. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Hedonistische Philanthropin oder einfach Herzensmensch

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

… ein Mensch, der von den 8,02 Milliarden einzelnen Menschen einen Einsatz für etwas geben möchte.

Wollen auch Sie diesen Fragebogen ausfüllen?

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

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.

Diesmal verlosen wir unter allen richtigen Einsendungen die beiden Bücher „Handbuch digitales Marketing“ aus dem Verlag Linde Corporate und „Mit hybriden Teams mehr erreichen“ von Business Village, welche wir ab Seite 90 näher vorstellen. Mit der Lektüre kann Ihre digitale Transformation direkt noch mehr Fahrt aufnehmen, denn beide Bücher bieten viele Praxis-Tipps!

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

1 Der QR-Code ist heute im Marketing kaum noch wegzudenken. Wofür wurde dieser ursprünglich entwickelt?

LA) Lagerverwaltung im Onlinehandel
LE) Logistik in der Automobilindustrie
LU) Preisschild beim Lebensmittelverkauf

2 Auf welche Frage können Sie in Spendenbefragungen getrost verzichten, weil Sie die Antwort schon kennen?

SE) „Welche Projekte interessieren Sie?“
BE) „Wie hoch ist Ihr Einkommen?“
GE) „Warum vertrauen Sie uns?“

3 Sie organisieren ein Benefizkonzert: Wann ist der beste Moment für die Spendenbitte?

L) gleich zu Beginn
R) nach etwa 10 bis 15 Minuten
N) vor der Zugabe

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*. Bitte schreiben Sie dazu, welches Buch Sie haben möchten. 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 25. Februar 2023. Viel Glück!

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 & Sonderkonditionen
Stifter-helfen.de

Geldspenden
Förderprogramme.org

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

Haus des Stiftens
Engagiert für Engagierte

Recycling-Freund Fabian F. Fröhlich lebt seine guten Vorsätze

Na, haben Sie auch anlässlich des Jahreswechsels aufgeräumt? Den Schreibtisch, den Computer, den Twitter-Account? Für mich ist das ein ganz festes Ritual. Okay, böse Zungen behaupten, das wäre der einzige Tag im Jahr, an dem ich Ordnung mache. Kann man so sehen, muss man aber nicht. Wer weniger wegwirft, lebt nachhaltiger.

Ich bin ja auch ein großer Freund des Recyclings. So fand ich einige ältere Textmanuskripte wieder, die sich ganz wunderbar upcyceln lassen. Manche Dinge werden nicht älter – genau wie meine guten Vorsätze. Da brauch ich keine neuen, die vom letzten Jahr sind noch völlig unangetastet. Und das mit den „zeitlosen" Texten nennen wir einfach Tradition. Bitteschön, hier exklusiv für Sie:

Das wird man ja wohl noch sagen dürfen: Nachts ist es kälter als draußen. Im Januar trinken Briten keinen Alkohol, dafür saufen sie im Februar exzessiv. Und kräht der Gockel auf dem Mist, ändert sich das Wetter oder es bleibt wie's ist. Ja, die Wahrheit ist hart, aber da müssen Sie jetzt durch. Ich habe mir nämlich vorgenommen, von nun an stets aufrichtig zu sein. Wie ich die neue Frisur unserer Sekretärin finde? Bitte – ganz, ganz dünnes Eis! Ich bin zwar ehrlich, aber nicht blöd.

Es gibt so viele nützliche Informationen, die in den sogenannten System-Medien verschwiegen werden. Einer muss sich trauen, so was aufzudecken. Ich fange gleich mal an:

77 Prozent der Fremdgehenden würden ihren Freunden eine Affäre empfehlen. Für diese Erkenntnis steuerten mehr als zehntausend Mitglieder einer Partnervermittlung ihre tiefsten und dunkelsten Geheimnisse zu einer Studie bei. Es ging um die Motive, eine Affäre zu haben, und die Frage, wie wahrscheinlich es ist, dass die Personen das außereheliche Abenteuer freiwillig beenden werden. Nämlich unwahrscheinlich. Die Frauen gaben dabei an, dass es das Wichtigste an einer Affäre sei, wieder Leidenschaft zu spüren, gefolgt von besserem Sex. Muss auch mal gesagt werden! Erschreckenderweise sagten Männer, dass das Zweitbeste an einer Affäre die Diskussionen sind, die sie mit ihren Liebhaberinnen haben. Hä? Diskussionen führt man in WhatsApp-Gruppen!

Wer hätte das gedacht: Eltern, die Internet und Handy nutzen, haben einen besseren Draht zu ihren Kindern. Das haben, klar, US-Forscher in einer wissenschaftlichen Erhebung herausgefunden. Und sonst noch? Finnland hat die Schreibschrift abgeschafft, Schweißfüße stinken, die Maße eines durchschnittlichen Toilettenpapier-Streifens betragen in Deutschland genau 13 x 9,9 cm. Menschen haben die genetische Voraussetzung, Winterschlaf zu halten.

Oh … Moment … das werde ich zur Sicherheit gleich noch mal verifizieren – im Selbstversuch.

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 2/2023 erscheint am 27. März 2023 unter anderem mit diesen Themen

- Geldauflagen-Marketing
- Charity-Shops
- Föder-Stiftung für nachfolgende Generationen

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 2/2023 ist der 30.01.2023.

ISSN 1867-0563 | 18. 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. S 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. 16 vom 1.11.2022

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 2/2023, die am 27.03.2023 erscheint, ist der 30.01.2023.

Fotonachweise:
Titelseite, S. 4 & 20: Vasily Merkushev@AdobeStock, Lyudmyla@AdobeStock | S. 3: René Grodde/atri.eu | S. 5 & 16: Paul Popanda (KASTENS) | S. 6 & 79: Rene Grodde/atri.eu (DABERSTIEL) | S. 8: ANT-Informatik AG | S. 10: Sea-Watch | S. 13: PrettyVectors@AdobeStock | S. 14: Sinan Özmen | S. 21 & 22: peterschreiber.media@AdobeStock | S. 21 & 24: NicoElNino@AdobeStock | S. 21 & 26: tiero@AdobeStock | S. 21 & 30: sc Fotografie@AdobeStock | S. 27: Benjamin Maltry (WOLF) | S. 32: Paul Glaser | S. 36: Verein Wir lernen weiter | S. 37: Dalia Bohn | S. 38: Purva Tsai/WarChild (GROSSES BILD), Merel Sas/WarChild (LINKS), Michael Jessurun/WarChild (RECHTS) | S. 44: Vier Pfoten (GROSSES BILD), René Grodde/atri.eu | S. 46: Aritha@pixabay | S. 47: Amélie Losier/Raum11 | S. 48: pxhere.com | S. 49: Sebastian Dorbrietz | S. 50: G. Helgest | S. 56: Walter Wetzler (PAUSER), Sven Lorenz (BERGER), Joern Dudek FOTOGRAFIE (DOMBROWSKI), BÜNDNIS 90/GRÜNE (BAERBOCK) | S. 57: Florian Lems (THALER), Kathrin Schulthess Fotografie (WIRTH) | S. 58: Caritas Schweiz (MAIRE-HEFTI), HeikeRost.com (WAGNER), Rosa Luxemburg-Stiftung (BIERBAUM) | S. 59: eveleen007@AdobeStock (AVATAR) | S. 70: Sergey Novikov@AdobeStock | S. 71: Rendel Freude | S. 72: Lightfield Studios@AdobeStock | S. 75: Claude Giger | S. 76 & 96: YakobchukOlena@AdobeStock | S. 78 & 96: Andrea Lehmkuhl@AdobeStock | S. 80: Frederic Meyer | S. 82 & 83: robynmac@fotolia.com (HINTERGRUND) | S. 83: Maik Meid | S. 96: siewwy84 (70) | S. 98: oza@fotolia.com | alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der Fundraising Akademie

Ein guter Fundraising-Text folgt eigenen Regeln. Er muss die Leser*innen fesseln und zum Spenden motivieren, den Vorstand begeistern und die Projektverantwortlichen zufriedenstellen. Weil Qualität von Qual kommt, drehen wir unsere Texte so lange durch die Mangel, bis alles passt – egal ob Mailing, E-Mail-Strecke, Newsletter oder Landingpage. Melden Sie sich für eine Kostprobe!

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

fundango
Fundraising ist mehr

Sie suchen Ideen für
herausfordernde Zeiten?

INFLATION.
TEURES PORTO.
PAPIERPREISE.
AUSBLEIBENDE
SPENDEN.

Lassen Sie uns sprechen.

adfinitas

www.adfinitas.de · info@adfinitas.de · Tel.: 0511 524873-0 · Fax: 0511 524873-20