Branchen-Magazin für Sozialmarketing | Spenden | Vereine | Stiftungen 4|2023

FUNDRAIS!NG magazin

Vom Like zur Spende

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
gutes-wissen.org

Fundraising-Jobs
Job-Portal für alle im
Non-Profit-Umfeld:
gutes-wissen.org

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

FUNDRAISE PRO

VERSENKEN SIE NICHT LÄNGER DAS GELD DER SPENDER*INNEN.

Wundern sich Ihre Spender*innen, dass sie noch immer Zuwendungsbescheinigungen per Post erhalten? Sparen Sie Papier und Porto: FUNDRAISE PRO versendet sie jetzt automatisiert per E-Mail.

Sie arbeiten nicht mit FUNDRAISE PRO?
Kein Problem, Sie können dieses Feature bequem mit Ihrer eigenen Software nutzen.

Rufen Sie uns an, wir zeigen, wie's geht!

STEHLI SOFTWARE DATAWORKS

stehli software dataworks GmbH

Holzkamp 24 · 25524 Itzehoe
Niederlassung Köln: Hohenstaufenring 29-37 · 50674 Köln
Fon: {+49} 0 48 21/95 02-0 · Fax: {49} 0 48 21/95 02-25
info@stehli.de · www.stehli.de

Partner von POSTADRESSE GONE POSTADRESS MOVE
Systempartner von klickTel

Liebe Leserin,
lieber Leser,

vom Like zur Spende – das ist der Themenschwerpunkt dieser Ausgabe. Man kann es Donor-Journey nennen oder ganz oldschool Spenderbindung. Und es gehört noch mehr dazu: Mitglieder in Verein und NGO halten, sie sinnvoll und auf Augenhöhe einbinden, neue Zielgruppen ansprechen, für die gute Sache motivieren … Ab Seite 20 haben wir für Sie zusammengestellt, was Organisationen mit Hilfe digitaler Tools und spannender Ideen tun, um Menschen, die Interesse zeigen, fürs Spenden zu begeistern.

Schon wieder ein Extra-Heft! Wer das Fundraising-Magazin im Abonnement hat, findet auch diesmal wieder ein zusätzliches Heft im Briefkasten: Unsere Sonderausgabe „Software für Vereine, Verbände und Stiftungen – die Marktübersicht 2023“. Insgesamt präsentieren mehr als 70 Systemhäuser und Softwareanbieter ihre Fundraising-Software – von der schlanken Lösung zum Sofortlosarbeiten bis zum mächtigen CRM-System.

Wer kein Abo hat, kann das Extra-Heft „Fundraising-Software 2023“ in unserem Shop bestellen. Für 15 Euro kommt es direkt zu Ihnen auf den Schreibtisch.

Apropos: Sind Sie eigentlich zufrieden mit der Fundraising-Software, die Sie derzeit nutzen? Mit unserer aktuellen Umfrage wollen wir dies herausfinden. Das Ziel ist klar: Wenn Anbieter besser verstehen, was Nutzer brauchen, können die Programme besser werden. Also machen Sie bitte mit, es dauert keine zehn Minuten. Infos dazu lesen Sie auf Seite 8.

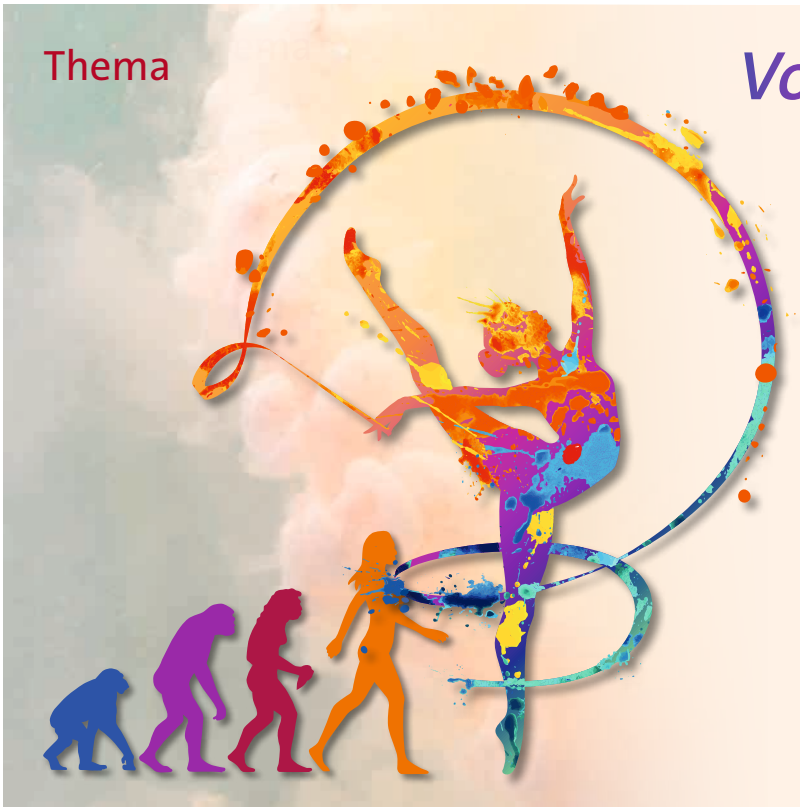
Ich wünsche Ihnen eine interessante und inspirierende Lektüre und einen entspannten Sommer!

Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

direct.
AGENTUR + LETTERSHOP
www.directpunkt.de

Thema



Vom Like zur Spende

Flexibel, intrinsisch motiviert und modern 22
Wie wir heute Menschen an gemeinnützige Organisationen binden

Vom Fan zur Testamentsspende 24
Die historische Rotkreuz-Zugkinder-Kampagne – ein Erfolgsrezept

Bitte ein Like! 26
Was Millennials zum Spenden brauchen

Kleine schwarzweiße Kästchen 28
Der Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge setzt auf QR-Codes

Persönlich und überraschend 30
Starke Spenderbindung dank kreativem und herzlichem Dank: per Video

Projekte & Stiftungen

Das Rad nicht neu erfinden 34
Velafrica sucht Synergien in Deutschland

Ins Machen gekommen 36
In NRW geht das Projekt „Tausche Bildung für Wohnen“ direkt in den Kiez

Ein Zuhause auf Zeit 38
Die Alexianer sind mit dem Deutschen Fundraising-Preis ‚ausgezeichnet worden

Finanzierst du noch oder förderst du schon? 46
Wie Stiftungsgelder mit Capacity Building mehr Wirkung erzielen

Auf dem Weg zu mehr Impact 48
Mit dem Wirkungsstern der IB-Stiftung neue Perspektiven veranschaulichen

Das ändert sich für Stiftungen in Deutschland 50
Lang ersehnte Stiftungsrechtsreform endlich wirksam

Praxis & Erfahrung

Jetzt spenden – später zahlen 72
Spannendes Fundraising-Tool oder Schuldenfalle?

Ankerwerte mit Hilfe von KI 74
Was Künstliche Intelligenz im Fundraising aktuell schon leistet

Datenanalysen im Nachlass-Fundraising 76
Warum es sinnvoll ist, in Ressourcen für datenbasiertes Fundraising zu investieren

Spezifisch, messbar, attraktiv 78
NGOs und Unternehmen: Wie lassen sich Differenzen überwinden?

Auf den Punkt gebracht 80
Der Case for Support als Grundlage erfolgreicher Fördererkommunikation

So spendet die D-A-CH-Region online 82
RaiseNow-Spender:innen-Studie 2023

Noch mehr lesen Sie in unserem Online-Magazin unter web.fundraising-magazin.de

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

Menschen

Neven Subotić

... schafft mit seiner Stiftung in Afrika Zugang zu sauberem Trinkwasser. **16**

Karina Hövener

... findet, dass Haltung wichtiger ist als Geld **42**

Heike Westhofen

... ist 100 Tage im neuen Fundraising-Job **60**

Bruder Paulus

... hat unseren beliebten Fundraising-Fragebogen ausgefüllt **94**

Meinungen

Persönliche Gedanken **14**
Günther Lutschinger: Viel Licht und Schatten in der Freiwilligenpolitik

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

Köpfe & Karrieren

Neue Aufgaben **56**
100 Tage im neuen Job **60**

Rubriken

Schöner scheitern **13**
Branche **62**
Dienstleisterverzeichnis **64**
Fundraising-Kalender **84**
Bildung **86**
Fach- und Sachbücher **90**
Wissen testen & gewinnen **96**
Das Letzte **98**
Vorschau & Impressum **98**

Autorinnen und Autoren

... dieser Ausgabe:
Baldwin Bakker, Danielle Böhle, Matthias Daberstiel, Stéphane Gay-Lang, Ronny Geißler, Marianne Grahm, Nicole Groß, Dr. Valentin Janda, Dr. Günther Lutschinger, Lea Moliterni, Dr. Christoph Müllerleile, Daniela Münster, Ute Nitzsche, Daniel Rahaus, Christopher Schulz, Maren Schulze, Nadine Shalala, Karin Sommer, Rico Stehfest, Maria Steinbauer, Jan Uekermann, Jirka Wirth

vanacken
Druckerei & Verlag

Es gibt viele bunte Vögel da draußen …

Welcher passt zu Ihnen?

Ihr Partner für die schnelle, zuverlässige und flexible Produktion von Drucksachen.

Von der ersten Idee, über den Druck, bis zur Postauflieferung – alles aus einer Hand. Produktsicherheit durch kurze Wege.

van Acken: Profi in Sachen Druckerei und Verlag

Lernen Sie unsere „Vögel“ kennen.

Wir freuen uns auf Sie!

van Acken Druckerei & Verlag GmbH
Magdeburger Straße 5, 47800 Krefeld
Telefon: 02151/4400-0
Fax: 02151/4400-55
info@van-acken.de, www.van-acken.de

Zahlen & Fakten

Der Tag, an dem die Menschheit ihr Budget an natürlichen Ressourcen für das Jahr aufgebraucht hat, wird 2023 voraussichtlich am 2. August erreicht sein. Damit liegt der Earth Overshoot Day zwar wieder einen Tag später als im Vorjahr, Grund zur Erleichterung ist das jedoch nicht. Das Datum des Erdüberlastungstags ist laut Global Footprint Network in den letzten 20 Jahren um knapp zwei Monate vorgerückt. Nur das Jahr 2020 war – coronabedingt – eine leichte Zäsur im Trend. Einigermaßen im Einklang standen Angebot und Nachfrage zuletzt Anfang der 1970er Jahre. ▶ www.overshootday.org

Und sonst noch …

Aspirin? Lieber spenden und helfen!

Jeder weiß, dass es einem selbst guttut, anderen zu helfen. Und jede Fundraiserin und jeder Fundraiser kennt den Begriff des „warm glow", der mit dem Spendenakt assoziiert wird. Dank einer Studie der City University of London und der Harvard University ist das jetzt auch bewiesen. Die im „Journal of Psychosomatic Research" veröffentlichte Studie kommt zu dem Schluss, dass die freiwillige Mitarbeit in einer Organisation oder Geldspenden für wohltätige Zwecke die Auswirkungen körperlicher Schmerzen auf die Arbeitsfähigkeit verringerten, wobei die freiwillige Mitarbeit einen größeren Effekt habe als die Spende für wohltätige Zwecke. Zudem heißt es, körperliche Schmerzen würden umso stärker gelindert, je mehr Geld für wohltätige Zwecke gespendet wurde. Also war die Sache mit dem Ablasshandel im Kern wohl doch nicht so ganz falsch …

▶ www.sciencedirect.com

MEINE MEINUNG

„So geht Austausch unter Gleichgesinnten!"

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

Auf dem Weg zum Deutschen Fundraisingkongress las ich im Verbandsmagazin des Deutschen Fundraising-Verbandes den Rückblick auf dessen ersten Kongress im Jahr 1993. Da waren einerseits zu viele Anmeldungen auf zu kleinem Raum in einer Jugendherberge. Andererseits die Befürchtung von Vorständen im Vorfeld, dass auf dieser Tagung eventuell Betriebsgeheimnisse verraten werden könnten. Schon merkwürdig, dass es eines „Akts des Ungehorsams" bedurfte, um sich mit Kolleginnen und Kollegen fachlich auszutauschen. Fundraising als Herrschaftswissen – das hat sich geändert. Und die Branche hat sich enorm professionalisiert. Es gibt seit 1999 Ausbildungsgänge, seit 2006 ein unabhängiges Fachmagazin, das Sie gerade lesen, sowie Newsletter, Websites, Webinare etc.

Was sich allerdings immer noch nicht gelegt hat, ist die Aufregung oder gar Angst der Chefs. Während des Kongresses war ich in einem sehr gut besuchten Seminar einer der größten NPOs des Landes und die Referentin war sichtbar irritiert, als die Anwesenden begannen, Fotos von ihren Folien zu machen. Offenbar sollten Zahlen nur im kleinen Kreis kurz gezeigt werden. Ganz anders die Referierenden von Gut Aiderbichl und fundoffice aus Österreich, die in ihrem Vortrag Fakten, Zahlen und Fehler benannten und den Kongress mit ihrem detailreichen Beitrag wirklich bereicherten. So geht das unter Gleichgesinnten. Es gibt nämlich keine Idee, die eine andere Organisation 1:1 sofort nachbauen kann. Zahlen sind Benchmarks – nichts weiter!

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

Drei Fragen an … Andreas Berg

Zufrieden mit der Fundraising-Software? Fundraising-Magazin startet Online-Umfrage

? Sie arbeiten als Experte schon seit Jahren an der Marktübersicht „Software für Vereine, Verbände und Stiftungen" des Fundraising-Magazins mit. Nun starten Sie eine Umfrage unter Non-Profit-Organisationen. Was wollen Sie herausfinden?

Die Marktübersicht vergleicht ja die einzelnen Software-Lösungen miteinander. Das hat den Markt in Deutschland, Österreich und der Schweiz deutlich transparenter gemacht. Dieses Extra-Heft gilt als der Einkaufsführer in der Branche, aber es beantwortet eine Frage nicht: Wie zufrieden sind die Non-Profit-Organisationen (NPO) eigentlich mit ihrer Software? Momentan sind sehr viele NPO auf der Suche oder überlegen, ihre Lösung zu wechseln. Das lässt entweder auf Unzufriedenheit schließen oder dass die Anforderungen schneller steigen, als sie von den Anbietern bedient werden können. Das wollen wir mit unserer kurzen Online-Umfrage herausfinden. Wir wollen wissen, wie die Vereine und Stiftungen ihre Fundraising-Software einschätzen.

Andreas Berg …

… berät das Fundraising-Magazin als Experte für Fundraising-Software und Datenanalyse.

▶ andreasberg.net

? Welche Erwartungen knüpfen Sie an die Ergebnisse?

Bei meiner Tätigkeit als Berater für Database Fundraising sehe ich natürlich viele Systeme und wie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den NPO mit ihrer Software umgehen, welche Wünsche sie haben und wo sie noch Reserven sehen. Aber eine Umfrage im deutschsprachigen Raum unter Personen, die im Fundraising täglich mit CRM-Systemen arbeiten, gab es bisher noch nicht. Wir wollen wissen, welche Anforderungen an die Software heute bestehen, wie die Zufriedenheit mit Software-Einführungsprozessen ist und auch Fragen zur Nutzung stellen. Um belastbare Ergebnisse zu bekommen, wünschen wir uns, dass viele Fundraiserinnen und Fundraiser teilnehmen und ihre Software und den Service ihres Anbieters bewerten. Eine breite Datenbasis wäre optimal.

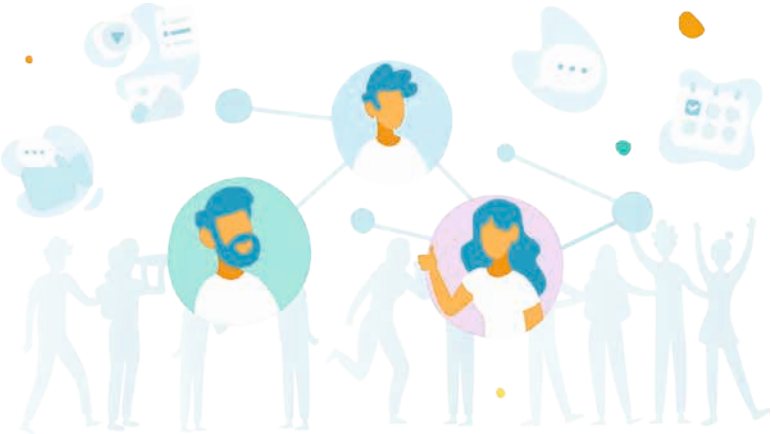
? Befürchten Sie nicht, dass die Ergebnisse einige Software-Anbieter verärgern könnten?

Das glaube ich nicht, im Gegenteil. Wir werden niemanden an den Pranger stellen. Wir erstellen kein öffentliches Ranking oder nennen konkrete Produktnamen. Dazu sind die Systeme und Kundenanforderungen auch viel zu unterschiedlich. Die Umfrage ist natürlich anonym und freiwillig. Wir werden aber nach der momentan eingesetzten Software fragen. Letztlich profitieren alle von mehr Transparenz, deswegen meine große Bitte: Nehmen Sie bis 28. Juli 2023 an der Online-Umfrage teil! Die Ergebnisse sind dann im Herbst im Fundraising-Magazin nachzulesen. ◘

Hier gelangen Sie direkt zur Umfrage:

mantau!
Der Gruppenmanager

Besser digital zusammenarbeiten.
Mit der App für Organisationen, Vereine und Initiativen.



Wir unterstützen Sie im gesamten Einführungs- und Digitalisierungsprozess, von der Potenzialanalyse bis zum Changemanagement und Mitarbeiter-Support.

Gemeinsam. Einfach. Organisiert.
www.mantau.de

Alles, was man heute für seine Gruppe(n) braucht:
- Messenger
- Online-Speicher
- Terminplaner
- Formular-Kit
- Umfrage-Tool
- Videokonferenz
- Rollen & Rechte
- Gruppenstruktur

0 26 23 / 987 977 • info@mantau.de • mantau.de
EXEC IT Solutions GmbH • Ransbach-Baumbach • Berlin
DSGVO konform
Made & Hosted in Germany
EXEC IT SOLUTIONS

Kurzgefasst ...

Jung und engagiert

Die Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt bietet ein neues Förderprogramm. „Jung und engagiert“ wendet sich an junge Initiativen und nicht gemeinnützige Organisationen. Bewerben können sich also beispielsweise auch lose Gruppierungen von Engagierten, die keinen Verein gründen wollen. Es gibt jeweils bis zu 500 Euro. Bewerbungsschluss ist der 15. August.

▶ www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de

Sonderzuwendung für „Licht ins Dunkel“

Der österreichische Verein „Licht ins Dunkel“, der sich in der humanitären Hilfe engagiert, hat auf Beschluss des Nationalrats ein Sonderbudget in Höhe von 14,4 Millionen Euro erhalten. Damit wurde die im Herbst getätigte Zusage eingelöst, die zwischen 18. November und 24. Dezember 2022 eingelangten bzw. zugesagten Spenden an „Licht ins Dunkel“ zu verdoppeln.

▶ www.lichtinsdunkel.orf.at

Impact? Hilfe!

Ideen hat man ja schnell mal. Durchaus auch solche, die die Welt ein Stück weit besser machen können. Wie aber die Sache angehen? Tipps und Ratschläge, wie man eine Idee am besten umsetzen kann oder wie man ein Sozialunternehmen mit Impact gründen kann, findet man in den Impact Tools des Reflecta Network.

▶ www.reflecta.network

Podcast macht große Familien sichtbar

Der Verband kinderreicher Familien Deutschland e.V. bietet mit dem Podcast „1, 2, 3 ... wir sind gaaaaanz viele!“ einen Blick in den Alltag von Familien mit vielen Kindern. Ziel ist es, große Familien sichtbar zu machen und den Austausch zwischen ihnen und einer interessierten Zuhörerschaft aus Politik und Gesellschaft zu fördern.

▶ www.kinderreichefamilien.de/podcast.html

Wasserstellen in der Großstadt-Wüste

Die Grünen Wien haben in einer Sommer-Aktion an 1000 Unternehmen Aufkleber mit dem Schriftzug „Dei Durscht is mir ned wurscht“ versandt. Wer sich diesen ins Schaufenster klebt, lädt Passanten dazu ein, die eigene Wasserflasche kostenlos aufzufüllen. Wo man sich in der Hitze das kühle Nass holen kann, findet sich ganz einfach unter

▶ https://wasser.greenmaps.at

Verbrennen Sie auch fast 20 % Ihres Mailing-Budgets?

Laut der aktuellen Adress-Studie 2023 der Deutschen Post Direkt sind im Durchschnitt 17,3 % der Spenderadressen von gemeinnützigen Organisationen nicht zustellbar. Jeder Brief, der nicht beim Empfänger ankommt, schadet Ihrem Budget.

Am 1. Juli 2023 hat die Deutsche Post das Porto noch einmal erhöht und damit den Kostendruck verstärkt.

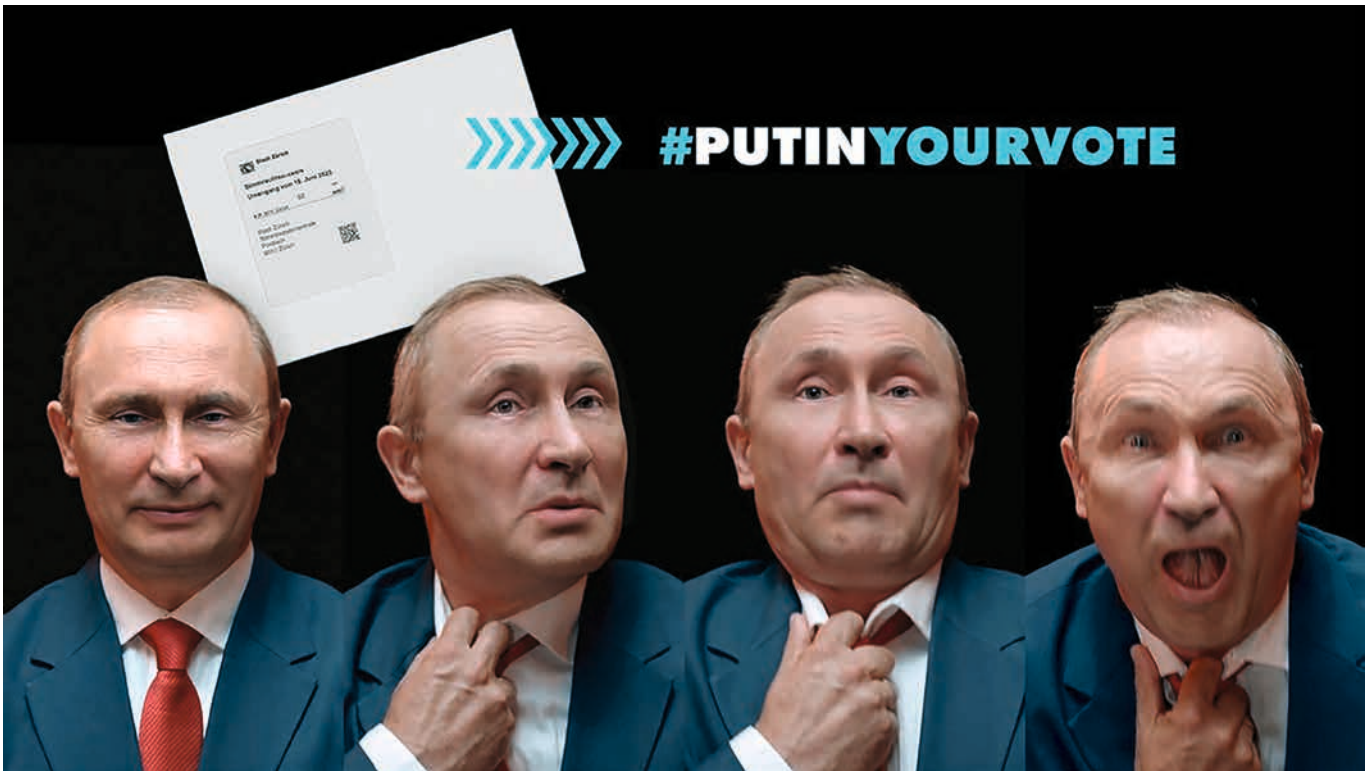
Unser kostenloses Audit ermittelt die Schwachstellen Ihrer Daten und zeigt Optimierungspotenziale auf.

Hier finden Sie unsere Datenpflege-Broschüre

SAZ®

0 5137 - 88 1444
fundraising@saz.com
saz.com

Putin den Hahn abdrehen?



Der Hashtag #putinyourvote hat erst mal gar nichts mit Putin zu tun, sondern liest sich als „put in". Damit sind die Schweizer Mitte Juni aufgefordert worden, ihre Stimme für das Klimagesetz abzugeben. Dabei ging es auch darum, Zahlungen in Millionenhöhe für Erdöl und -gas an Russland zu stoppen. „Die Schweiz zahlt Russland und anderen autokratischen Regimen täglich mehrere Millionen Franken für Erdöl und Erdgas. Damit finanzieren wir de facto den Krieg in der Ukraine mit. Mit einem JA zum Klimagesetz werden solche Zahlungen an ausländische Despoten schrittweise verringert und das Geld in erneuerbare Energie im Inland und damit den Wirtschaftsstandort Schweiz investiert", heißt es in der Kampagne. Die Schweizer Stiftung myclimate hat den Hashtag zum Wortspiel gemacht: Wer seinen Stimmzettel an einem interaktiven Screen in einen Schlitz und damit in Putins Mund gesteckt hat, hat eine Animation ausgelöst, die den Autokraten zeigt, wie er zunehmend um Luft ringt.

▶ www.myclimate.org

Besser spenden

Vor zwei Jahren hat Ise Bosch den Ratgeber „Besser spenden" veröffentlicht. Die Website dazu ist jetzt ausgebaut worden. Über einen Spendentest lassen sich in sieben Fragen persönliche Themen und individuelle Motivation formulieren. Der Test führt zu beispielhaften Spendentipps; zahlreiche Arbeitsblätter geben Impulse für einen intensiveren Diskurs mit anderen. Die neue Funktion „Spendenplans 2.0" ermöglicht die Erstellung eines persönlichen Online-Spendenplans mit interaktiven Elementen.

▶ www.besser-spenden.de

Besser fördern

Die Stiftung Mercator Schweiz hat gemeinsam mit weiteren Förderstiftungen eine Befragung zur Optimierung der Förderlandschaft durchgeführt. Ziel war es herauszufinden, welche Bedarfe die Partner in den Bereichen Kompetenz- und Organisationsentwicklung haben – und wie Stiftungen sie über die Projektförderung hinaus stärken können. Ein Ergebnis: Der vorherrschende Fokus auf die „klassische" Projektförderung führt zu einer strukturellen Finanzierungsunsicherheit im NPO-Umfeld. Die kompletten Ergebnisse gibt es unter

▶ www.stiftung-mercator.ch

Besser sichtbar

Die Datenbank „ius gender & gewalt", die vom Deutschen Institut für Menschenrechte entwickelt wurde, führt knapp 200 Entscheidungen nationaler, europäischer und internationaler Gerichte und unabhängiger Menschenrechtsgremien aus allen Rechtsgebieten auf, die im Zusammenhang mit geschlechtsspezifischer Gewalt stehen. Im Zentrum sind dabei Gewaltdelikte gegen Frauen. Die Benutzung der Datenbank ist kostenfrei; die Inhalte werden kontinuierlich ergänzt.

▶ www.dimr.de/ius-gender-gewalt

WAS IHNEN HILFT FÜR GUTE TATEN? GUTE DATEN.

DAS WICHTIGSTE IM FUNDRAISING SIND DIE SPENDERDATEN. MIT UNSEREN EXKLUSIVEN ANALYSE-WERKZEUGEN KÖNNEN WIR DIE DATEN SO AUFSCHLÜSSELN, DASS WIR DARAUS FÜR SIE MASSGESCHNEIDERTE LÖSUNGEN FÜR SPENDERBINDUNG, NEUSPENDERGEWINNUNG UND SPENDER-UPGRADES ENTWICKELN KÖNNEN. KONTAKTIEREN SIE UNS UNVERBINDLICH UNTER INFO@WSAG.CH ODER ÜBER WWW.WSAG-FUNDRAISING.CH

WALTER SCHMID
FUNDRAISING & DATA

gutes-wissen.org

Das Portal für die Gute Sache

Service und Know-how für alle, die die Welt besser machen wollen

Wissen

Gute Informationen für die Gute Sache: **How-to** aus der **Non-Profit-Praxis**. Dieser Service ist kostenlos.

Job-Portal

Gute Jobs für die Gute Sache: Stellenangebote rund ums Non-Profit-Umfeld. **Jobs mit Sinn finden** und **freie Stellen anbieten**. Dieser Service ist kostenlos.

NPO-Campus

Der **Kalender** gibt den Überblick: **Weiterbildung**, Seminare, Tagungen und Webinare für Vereine, Stiftungen, Non-Profits und Menschen, die die Welt besser machen wollen. Dieser Service ist kostenlos.

Shop

Der Fundrsising-Shop bietet **Fachbücher, Extra-Hefte** und **Fundraising-Magazine**. Dazu Wissenswertes über die Autorinnen und Autoren. Versandkostenfrei innerhalb Deutschlands.

Profis

Profis für die Gute Sache: Hier finden sich Dienstleistungs-Unternehmen, die Non-Profits gern mit **Rat und Tat** zur Seite stehen. Die Recherche im Verzeichnis ist kostenlos.

Mit der Kompetenz vom
FUNDRAISING magazin

www.gutes-wissen.org

Schöner scheitern …

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.

Lorem ipsum

Unser Mailing war fertig. 125 000 Exemplare gedruckt, kuvertiert und versandfertig. Zwei Tage vor Postauflieferung erhielten wir die Muster zur Ablage. Glücklicherweise warf ich noch einmal einen Blick hinein und erstarrte. Die Hauptüberschrift in der Mailingbeilage war ein Dummy, also ein Platzhalter, der durch den endgültigen Text ersetzt werden sollte. Bei der Korrektur hatten alle geglaubt, dass das so nicht stehenbleibt. Ohne zu zögern ließ ich das komplette Mailing einstampfen. Der RoI fiel trotz der Zusatzkosten allemal besser aus, als wir ihn mit dem fehlerhaften Mailing erzielt hätten.

Hosentaschenheld

Im Golfkrieg floss aus zahlreichen kuwaitischen Ölfeldern Rohöl auf die Strände und ins Meer. Tausende von Vögeln verendeten. Die kilometerlange Küste und die Vögel vom Ölschlamm zu reinigen, war eine Riesenaufgabe, vor der die Umweltorganisation, für die ich damals tätig war, nicht zurückschreckte. Ein deutscher Naturschützer wurde nach Kuwait geschickt, wo er sich auf einem Küstenstreifen fotografieren ließ – mit den Händen in den Hosentaschen. Dies war das Schlüsselfoto eines Mailings, das an eine halbe Million Förderer verschickt wurde. Ich riet dringend davon ab, weil wir nicht plausibel darstellen konnten, wie wir das gigantische Werk der Vogelrettung bewältigen wollten, wenn uns die erwarteten Millionen Spenden dazu in die Lage versetzt hätten. Die Briefempfänger glaubten es auch nicht. Das Mailing wurde ein Desaster.

Bis zuletzt

„Vielen Dank für Ihre hervorragende Arbeit zum Schutz von Umwelt und Natur. Aber ich glaube nicht mehr an eine bessere Welt. Sie bekommen meine letzte Spende. Wenn Sie diesen Brief lesen, bin ich schon tot", schrieb der Spender an eine bekannte NGO, für die ich tätig war. Natürlich griff ich sofort zum Telefon, wählte die Polizei an und gab Namen und Adresse des Spenders weiter. In der Tat hatte er uns kurz zuvor 500 Mark überwiesen. Als die Polizei bei dem potenziellen Selbstmörder klopfte, machte niemand auf. Wenig später schon kam aber Gewissheit. Der Mann hatte sich weit von zu Hause entfernt vor den Zug geworfen.

Vernachlässigte Eitelkeiten

Einmal konzipierten wir ein Mailing, das besonders akademisch gebildete potenzielle und vorhandene Förderer ansprechen sollte. Doch es kamen keine Spenden. Stattdessen erhielten wir Briefe wie den hier: „Warum haben Sie mir meinen Doktortitel genommen? Hat Ihnen mein Nachbar geschrieben, dass ich gar kein Doktor bin? Bitte glauben Sie ihm nicht!" Tatsächlich hatte unser Dienstleister bei allen Adressen versehentlich den Titel weggelassen. Natürlich haben wir uns entschuldigt. Wir konnten aber nur wenige zurückgewinnen.

Dr. Christoph Müllerleile

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

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

Viel Licht und Schatten in der Freiwilligenpolitik

Persönliche Gedanken von Günther Lutschinger

Schon im 2020 vorgestellten Programm der aktuellen Bundesregierung war ein neues Freiwilligengesetz für Österreich in Form von 14 konkreten Maßnahmen angekündigt worden. Was 2021 startete, war ein bis dato noch nie dagewesener partizipativer Prozess bei der Konzeption des neuen Gesetzes. Dabei wurden Experten aus der Wissenschaft sowie aus dem NPO-Sektor intensiv eingebunden und wissenschaftliche Studien ebenso wie die Freiwilligenpraxis in Vereinen eingebracht. Ein Beteiligungsprozess, der beispielhaft dafür wirken sollte, wie Gesetze in einer Demokratie in Idealform entstehen können.

Als positiver Nebeneffekt fand innerhalb des gemeinnützigen Sektors eine regelrechte Bewusstseinsbildung in puncto Freiwilligenpolitik statt. Viele Vereine beschäftigten sich überhaupt zum ersten Mal damit, welche gesetzlichen Rahmenbedingungen es braucht, um das Freiwilligenwesen zu stärken. Aus diesem Grund wurde vom Fundraising-Verband Austria auch eine Strategiegruppe mit den führenden gemeinnützigen Organisationen des Landes eingerichtet, um die zentralen Bedürfnisse des Freiwilligensektors herauszu kristallisieren.

All das führte zu einer sehr hohen Beteiligung, aber auch zu hohen Erwartungen gegenüber dem Gesetzesvorhaben. Im Verhältnis zu den im zweijährigen Prozess behandelten Themen konnten diese Erwartungen letztlich leider nicht erfüllt werden. So ließ das zuständige Sozialministerium über wichtige NPO-Anliegen abstimmen, die im Gesetz allerdings gar nicht berücksichtigt wurden. Dementsprechend stellte sich auf Vereinsseite eine gewisse Frustration ein, und es blieb der Eindruck, dass viel mehr möglich gewesen wäre.

Auf der positiven Seite muss gleichzeitig betont werden, dass es gelungen ist, erstmals ein auf alle Freiwilligentätigkeiten ausgerichtetes Gesetz auf den Weg zu bringen. Bislang war das österreichische Freiwilligengesetz ausschließlich auf das Freiwillige Soziale Jahr oder die Entsendung junger Menschen im Zuge eines Gedenkdienstes ins Ausland ausgerichtet – auch Ausdruck dafür, dass sich die österreichische Politik lange Zeit nicht für das Freiwilligenwesen zuständig gefühlt hat. Das neue Freiwilligengesetz ist erstmals auf die Gesamtheit an Freiwilligentätigkeiten ausgerichtet und beinhaltet spezifische fördernde Rahmenbedingungen.

Daneben kommt es auch bei den Regelungen der Auslandsentsendung für Freiwilligendienste zu einer deutlichen Verbesserung der finanziellen Vergütung samt weiteren Vorteilen, wie einem kostenlosen Klimaticket für Freiwillige. In Summe bringt das Gesetz ein Spektrum an Engagement fördernden Rahmenbedingungen sowie mehr Wertschätzung und Sichtbarkeit von Freiwilligen.

Als Wermutstropfen bleibt der Beigeschmack, dass ein wesentlich größerer Wurf in einer schwarz-grünen Regierung möglich gewesen wäre. Wichtige Punkte, wie eine einheitliche Unfallversicherung für alle freiwilligen Tätigkeiten, wurden von der Politik aufgrund kleinlicher Zuständigkeitsdiskussionen mit den Bundesländern beiseitegeschoben. Ärgerlich ist auch, dass die budgetäre Bedeckung zwar den Status quo absichert, jedoch aufgrund der fehlenden Valorisierung nicht auf ein (von Freiwilligenorganisationen dringend benötigtes) Wachstum in den nächsten Jahren ausgerichtet ist.

Viele der Forderungen des Fundraising-Verbands Austria und seiner Mitglieder wurden im neuen Freiwilligengesetz umgesetzt. Es ist ein wichtiger Meilenstein für das österreichische Freiwilligenwesen und bringt deutliche Verbesserungen sowie mehr finanzielle Mittel. Auf der Kehrseite muss allerdings auch klar gesagt werden, dass die Chance auf eine zukunftsfähige und wirklich umfassende Reform vertan wurde.

Dr. **Günther Lutschinger** ist seit über 35 Jahren im Non-Profit-Bereich tätig. Seine berufliche Laufbahn begann beim Verein Neustart, dann folgten 17 Jahre beim WWF Österreich, davon acht Jahre als Geschäftsführer. Seit 2007 führt er die Geschäfte des Fundraising-Verbands Austria, dem größten Dachverband der Spendenorganisationen. Er ist Mitgründer und Vorstand des Verbands für gemeinnütziges Stiften und der Stiftung Philanthropie Austria. Günther Lutschinger setzt sich für eine umfassende Kultur des Gebens in Österreich ein.

dialog4good

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

Kompetent, menschlich, digital.

Telefon-Fundraising schafft Bindung.

- In- & Outbound-Telefonie
- Spendenservice
- Chat-Service
- Beratung & Schulung

illustrationen: shutterstock.com

IHR KONTAKT:

Sebastian Maetzel · Manuela Ewert

Telefon 030 / 232 553 000 · mail@dialog4good.de · www.dialog4good.de

dialog4good GmbH • Boxhagener Straße 119 • 10245 Berlin

MITGLIED IM DEUTSCHEN FUNDRAISING VERBAND · Ethisch & Transparent · DFRV.DE

MITGLIED IM: DDV Die treibende Kraft der Data Driven Economy

„Ich habe den Luxus, mit Menschen

Als Profi-Fußballer bei Borussia Dortmund war Neven Subotić in der Weltspitze angekommen – mit allen Annehmlichkeiten, die eine solche Karriere mit sich bringt. Doch das einstige Flüchtlingskind aus Bosnien sieht seine Lebensaufgabe ganz woanders und hat 2012 eine eigene Stiftung gegründet: Die „well:fair foundation“ schafft Zugang zu Trinkwasser und Sanitäranlagen in Afrika.
Im Interview mit unserer Redakteurin Ute Nitzsche berichtet Neven Subotić über seine Verantwortung für Gerechtigkeit, die persönliche Beziehung zu den Menschen vor Ort und was ein gelber Bulli aus seiner Kindheit damit zu tun hat.

? Sie haben schon mit knapp 24 Jahren eine Stiftung gegründet. Im Durchschnitt sind Menschen, die das tun, eher im Seniorenalter. Was hat Sie dazu bewogen?
Zu dem Zeitpunkt hatte ich mich schon bei diversen Organisationen engagiert und war an einen Punkt gelangt, an dem ich mir die Frage gestellt habe, ob ich jetzt eine davon komplett in den Fokus nehmen möchte oder doch eine eigene Organisation aufbauen will. Ein guter Freund gab mir den Rat, eine Stiftung zu gründen, obwohl ich damals nicht wusste, was eine Stiftung ist. Doch ich habe mich in das Thema eingelesen. Der Freund, Dr. Alexander Milicevic, ist selbst Stifter und Stiftungsexperte und war damit auch ein Vorbild, denn er ist ebenfalls im Ausland geboren und lebt in Deutschland. Ich glaube, auch das war für mich entscheidend: einen Menschen

zu tun zu haben, die sich engagieren“

als Vorbild zu haben, der so ist wie ich. Obwohl ich erst mal die Idee einer Stiftungsgründung verneinte, habe ich mich insgeheim damit auseinandergesetzt und mich dem Thema wirklich gewidmet. Schließlich meldete ich mich bei ihm und meinte: Lass uns das angehen.

? Sie kamen als Flüchtlingskind Anfang der 1990er Jahre mit Ihren Eltern aus Bosnien nach Deutschland. Hat Ihre eigene Biografie einen Einfluss darauf, dass Sie sich für Menschen in den ärmsten Ländern der Welt einsetzen?

Meine Eltern haben mir schon immer ein sehr starkes Engagement vorgelebt, ohne dass dies in einer formellen Art legitimiert wurde, wie beispielsweise in einem Verein oder durch eine Urkunde. Sie haben einfach getan, was sie für richtig hielten. Das spiegelte sich zum Beispiel in einem gelben Bulli wider, der vollgeladen war mit Medikamenten, Windeln, Mehl, Nudeln und Schokolade und gemeinsam mit einer deutschen Familie finanziert und nach Jugoslawien in die Krisenregion geschickt wurde. Als ich erwachsen wurde, war klar, dass ich ein Teil der Gesellschaft bin und somit auch eine Verantwortung spüre, mich für Gerechtigkeit einzusetzen. Anders als meine Eltern war ich nicht reduziert auf meine ethnische Herkunft, sondern habe bewusst den Fokus auf Menschen gelegt, die nicht zufällig mit mir verwandt sind oder in meinem direkten Umkreis wohnen, weil ich finde, dass das nicht die alleinigen Entscheidungskriterien dafür sein sollten, für wen oder was man sich einsetzt. Wenn alle nur auf ihre Familien oder Bezirke zurückgreifen und wir uns nicht als globale Gesellschaft verstehen, dann kommen wir wirklich nicht weiter voran.

? Wie gehen Sie mit dem krassen Gegensatz des Millionen-Betriebs Profifußball auf der einen Seite und den Menschen in Afrika andererseits, die am Rande oder gar unterhalb des Existenzminimums leben, um?

Ich glaube, ich werde diese Extreme nie wirklich verstehen, obwohl ich sie beide persönlich kennengelernt habe. Doch Tatsache ist, dass eine Auseinandersetzung mit diesen Gegensätzen nur bedingt wertvoll ist, weil die große Frage bleibt, was das bringen würde. Für mich habe ich entschieden, mich auf die Themen zu konzentrieren, die ich beeinflussen kann und die langfristig einen Mehrwert für unsere Gesellschaft bringen. Deshalb bewege ich mich auch nicht mehr unbedingt im Raum des Profifußballs, sondern habe den Luxus, täglich mit Menschen zu tun zu haben, die sich engagieren. Unter anderem gehören da auch Fußballer dazu.

? Viele Prominente, auch Sportler, die sich für den guten Zweck einsetzen, tun das in erster Linie mit ihrem bekannten Namen, was manchmal nicht wirklich authentisch wirkt. Sie hingegen treten aktiv für Ihre Stiftung und deren Ziele auf, wie z. B. beim Deutschen Fundraising-Kongress Anfang Juni in Berlin, und leiten die Stiftung selbst. Wieso ist Ihnen das wichtig?

Die Aufgabe der Stiftung ist für mich gleichzeitig eine Lebensaufgabe, und somit bin ich sehr daran interessiert, diese Themen zu verstehen und einen Beitrag dazu zu leisten, dass sie besser werden. Dementsprechend ist die Stiftung kein Hobby für mich, sondern viel mehr als das. Ich finde diese Wertschätzung enorm wichtig, weil sie nun mal auch zeigt, welche Bedeutung die Stiftung hat.

? Im letzten Jahr war ich selbst beim Stiftungstag in Leipzig, wo Sie die Doku-Reportage „Ubuntu“ über die Arbeit der Stiftung vorgestellt haben. Sie waren im Anschluss sichtlich bewegt, obwohl Sie den Film sicher schon etliche Male angeschaut haben. Ich finde es bemerkenswert, dass Sie das Schicksal der Menschen in Äthiopien nach über zehn Jahren Stiftungsarbeit immer noch so tief berührt. Woher kommt dieses tiefe Mitgefühl?

Wenn ich unsere Videos schaue, dann bin ich in der Rolle des Managers und versuche, der Geschichte zu folgen und Brüche in der Story oder im Schnitt zu identifizieren. Es ist also eine sehr technische Auseinandersetzung. Als ich den Film in Leipzig vorgestellt habe, schaute ich hingegen einfach nur zu und das hat mich berührt. Ganz besonders deshalb, weil zu dem Zeitpunkt seit knapp zwei Jahren ein Krieg in der Region und gegen diese ethnischen Gruppen tobte, der knapp 600 000 Menschenleben gekostet hat. Womit davon auszugehen ist, dass die Menschen im Film sehr direkt von diesem Krieg betroffen sind.

? Sie sind auch selbst regelmäßig in Äthiopien, Kenia und Tansania. Wie haben Sie die Situation und die Menschen dort erlebt?

Ich arbeite sehr eng mit unseren Partnern und Managern vor Ort zusammen. Die persönliche Beziehung ist enorm wichtig. Diese möchten wir genauso pflegen wie die Professionalisierung unseres Tuns und das unserer Partner. Und natürlich ist auch die persönliche Beziehung zu den Menschen in der Gemeinde bedeutsam, weil sie letztendlich zeigt, wie eng wir miteinander verbunden sein ... ▸

Zusammen mit der Autorin Sonja Hartwig hat Neven Subotić das Buch „Alles geben – Warum der Weg zu einer gerechteren Welt bei uns selbst anfängt“ geschrieben. Es erzählt vom Weg des Sportlers, den das kapitalistische System Profifußball groß gemacht hat, hin zum gesellschaftspolitischen Aktivisten.

Verlag Kiepenheuer & Witsch. 2022. 272 Seiten. ISBN: 978-3462002331. [D] 22 €, [A] 22,95 €, CHF 35,90.

können, denn wir sind nur ein paar Flugstunden voneinander entfernt und können dann doch gemeinsam etwas trinken oder ein leckeres Brot zusammen essen.

? Gibt es einen bestimmten Grund, warum Ihnen speziell diese Länder am Herzen liegen? Und warum engagieren Sie sich ausgerechnet für den Zugang zu sauberem Trinkwasser und Sanitäranlagen in Afrika?

Für mich ist weniger die Entscheidung darüber gefallen, wo ich schon mal war oder ob ich jemanden kenne, sondern dies waren strategische und technische Entscheidungen, um als Stiftung die größtmögliche Wirkung an Stellen mit hohem Bedarf und einer großen Anzahl von Menschen ohne Zugang zu Wasser und Sanitärversorgung zu realisieren. Die Investition eines einzigen US-Dollars in sauberes Wasser führt zu einer vierfachen Steigerung des BIP und damit werden Zeit, Gesundheit und Bildung gewonnen. Gleichzeitig verlieren Länder an Potenzial, wenn ihnen diese lebenswichtige Grundlage fehlt. Man schätzt, dass täglich 300 Kinder nicht ihren fünften Geburtstag erleben werden, weil sie vorher an Krankheiten durch verschmutztes Wasser sterben, die aber absolut vermeidbar sind.

? Wie arbeitet die Stiftung in den Ländern vor Ort und wer sind dabei wichtige Partner?

Wir arbeiten ausschließlich mit lokalen Partnern, um internationale Akteure nicht noch größer zu machen, als sie ohnehin sind, sondern um wirklich Organisationen und deren Mitarbeitende aus der jeweiligen Region zu unterstützen. Die fachliche Kompetenz sowie auch die sprachliche und kulturelle Erfahrung sind essenziell für die Projektarbeit. Wir verfolgen in den jeweiligen Ländern langfristige Strategien, denn in unserem Sektor sind einige Akteure immer auf das nächste Projekt hin aus, obwohl statistisch gesehen Projekte innerhalb von zwei Jahren zu knapp 50 Prozent scheitern. Unser Anspruch ist, das Projekt auf 100 Prozent Erfolgsquote zu bringen und dort zu halten. Das erfordert eine ernsthafte, geduldige, respektvolle und konstruktive Zusammenarbeit mit allen lokalen Partnern.

? Was kostet ein Brunnenbauprojekt und wie viele Brunnen konnten mithilfe der Stiftung schon realisiert werden?

In unserem Portfolio werden verschiedene Technologien angewandt, deren Kosten von 12 000 Euro bis hin zu 110 000 Euro variieren, je nachdem wie tief gebohrt werden muss und wie viel Potenzial und Bedarf an Wasser in der Region ist. Bei den großen Projekten werden Wasserleitungen mehrere Kilometer unterirdisch angelegt und umfassen mehrere Wasserentnahmestellen für verschiedene Gemeinden. An Schulen werden zudem auch Sanitäranlagen gebaut. Zusätzlich wird auch das Wissen transferiert, um die Anlagen zu nutzen und langfristig zu managen. Mittlerweile haben wir über 500 Projekte realisiert, von denen über 200 000 Menschen tagtäglich profitieren können.

? Die Stiftung garantiert, dass von jedem Euro 100 Cent in die Stiftungsarbeit fließen. Wie werden alle weiteren Kosten für Verwaltung etc. finanziert?

Nahezu alle Verwaltungskosten trage ich allein. Das ist dann auch mein Beitrag zur Stiftung, der sich jedes Jahr im sechsstelligen Bereich befindet. Wir arbeiten zusätzlich, weil uns dann auch Unternehmenspartner dabei unterstützen, dieses Fundament stabil zu halten, denn das 100-Prozent-Versprechen bleibt. Hier haben wir auch nicht den Anspruch, möglichst geringe Verwaltungskosten zu haben, denn unser Anspruch ist, höchste Qualität zu leisten und dann entsprechende Finanzen dafür bereitzustellen. Ich glaube, diese Qualitätsorientierung ist auch enorm wichtig und wird von unseren Unterstützern wertgeschätzt.

? Wie viel Zeit widmen Sie heute persönlich Ihrer Stiftung – auf der Stiftungs-Website wird das Wort „Lebensinhalt" erwähnt – und was wünschen Sie sich für die Zukunft?

Ich arbeite eigentlich von Montag bis Sonntag komplett durch an der Stiftung und tue das im Ehrenamt, weil es wirklich mein Lebensinhalt ist. Das ist keine Floskel. Für die Zukunft wünsche ich mir mehr Unterstützung, denn am Ende leben wir davon, dass Menschen sich gemeinsam mit uns für das Menschenrecht auf Zugang zu Wasser und Sanitärversorgung einsetzen, denn nur so können wir dies auch in die Tat umsetzen.

▶ https://wellfair.ngo

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**
- ✓ **Messbar Leads gewinnen**
- ✓ **Tiefer Personalaufwand**
- ✓ **Dutzende Ratgeber und Vorlagen auf Abruf**
- ✓ **Erstberatung von Privaten durch Erbrechts-ExpertInnen**
- ✓ **Transparentes Abo-Preismodell**

DeinAdieu: mehr Erfolg mit Online-Erbschaftsmarketing

www.deinadieu.ch /.de

Vom Like zur Spende

Flexibel, intrinsisch motiviert und modern

Flexible Formen der Bindung an Verein oder NGO haben Konjunktur. Sie passen besser in den Lebensalltag. Wie wir heute Menschen an gemeinnützige Organisationen binden.

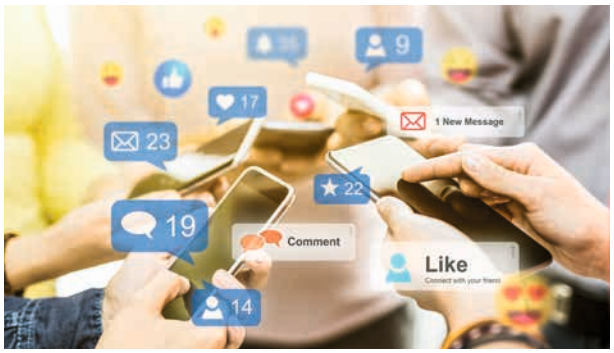
Seite 22

Vom Fan zur Testamentsspende

Das Zürcher Rote Kreuz hat einen neuen Weg beschritten: Eine crossmediale Multi-Channel-Kampagne ermöglicht mittels Corporate History ein unverwechselbares, markenstärkendes und effektives Legate-Fundraising.

Seite 24

Bitte ein Like!



Was müssen Organisationen tun, um junge Erwachsene für sich zu gewinnen? Eines ist klar: Mit der klassischen Ansprache funktioniert es nicht. Was Millennials zum Spenden brauchen.

Seite 26

Schwarzweiße Kästchen

Im Eingangsbereich der Gedenkstätte, auf der historischen Hinweistafel oder einem gesonderten Spendenaufruf – der Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge setzt äußerst erfolgreich auf QR-Codes.

Seite 28

Persönlich und überraschend

Fundraising ist Beziehungsarbeit. Daher brauchen Fundraiserinnen und Fundraiser Kopf und Herz gleichermaßen für ihre Arbeit. Und die besteht sehr oft im Danke sagen. Starke Spenderbindung durch kreativen und herzlichen Dank funktioniert gut per Video.

Seite 30

Flexibel, intrinsisch motiviert und modern

Wie wir heute Menschen an gemeinnützige Organisationen binden

Die Mitgliedschaft in einem Verein scheint etwas aus der Zeit gefallen. Doch ist dem wirklich so, oder kommt sie nur in einem neuen Gewand daher? Flexible Formen der Bindung an den Verein haben Konjunktur. Sie passen besser in den Lebensalltag der Menschen.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Die erste Frage ist: Wollen sich Menschen binden? Die Antwort ist immer noch: Ja. Aber sie binden sich schon immer an Themen, die von Marken oder zumindest bekannten Vereinen vor Ort besetzt werden. Das kann das Thema Naturschutz beim WWF, das Thema Klimaschutz bei Fridays for Future oder das Thema Heimatliebe beim örtlichen Heimatverein sein. Was sie aber immer noch tun: Sie folgen inspirierenden Menschen. Heute bekannt als Influencer, früher als Testimonials, und, noch immer gültig, zum Beispiel Vereinsvorsitzende oder Schirmherrinnen. Früher ging man davon aus, dass die Leiter des Engagements mit Aufmerksamkeit für ein Thema beginnt und über erste Kontakte zu Vereinen dann zu Spenden, ehrenamtlicher Beteiligung und später auch zu einer Mitgliedschaft führt. Schon da hatte die Leiter viele Streben, die man gemeinsam mit seinen Unterstützern erklomm und mit jeder Stufe wurde die Loyalität größer.

Stufen zu Touchpoints

Heute hat dieses System immer noch bestand, aber die Zahl der Kontakte innerhalb der Stufen wird immer größer: die sogenannten Touchpoints.

In der digitalen Welt sind wir mittlerweile so vielen Touchpoints ausgesetzt, dass wir oft nicht einmal bewusst wahrnehmen, von wem sie adressiert sind. Heute sprechen wir von einer Donor Journey, die sich von der Customer Journey ableitet. Diese enthält enorm viele Touchpoints, also Ereignisse, bei denen potenzielle Unterstützerinnen und Unterstützer den Verein und seine Themen kennenlernen. In einer digitalen Welt findet das auf elektronischem Weg statt. Ein Fest für E-Mail-Automation und Newsletter-Versandsysteme. Doch ohne Plan und Strategie wird das nichts und man läuft Gefahr, als E-Mail-Bomber eher negativ aufzufallen. Viel hilft nicht viel.

Mitgliedschaft als Abo?

Doch wollen Menschen sich noch binden? Wollen sie eigentlich treu sein, wenn man doch täglich Alternativen findet? Eine europäische Studie von Deloitte von 2022 ergab, dass das sogenannte Abo-Modelle aktuell hoch im Kurs stehen. Und ein Abo ist mit einer Mitgliedschaft nah verwandt. Doch entgegen dem Mythos, dass man sich für ein Abo-Modell aus Verbundenheit und Komfort entscheidet, ergab die Studie, dass sich heutige Konsumenten ganz klar wegen wirtschaftlicher Vorteile für solche Modelle interessieren. Spannend ist auch, dass

39 Prozent der älteren Verbraucherinnen und Verbraucher, die sogenannten Babyboomer ab 57 Jahren, Abo-Modelle grundsätzlich ablehnen. Im Altersschnitt sind dies nur 21 Prozent.

Diese Ergebnisse zeigen, dass sich Vereine und Verbände auch auf die zweite Seite der Mitgliederloyalität besinnen müssen: den intrinsischen Wert eines Vereins. Ein Verein heißt so, weil man dort etwas vereint tut. Doch Vereine beklagen zunehmend eine Konsumentenhaltung bei ihren Mitgliedern. Man wird wie ein Abo-Modell behandelt, und das ist, wie beschrieben, auf Leistungen ausgerichtet. Daran sind die Vereine aber meist selbst schuld, weil sie eine Mitgliedschaft ausschließlich mit „Vereinsprodukten" bewerben: kostenloser Eintritt ins Museum oder günstiger Einkauf bei Vereinspartnern sind nur zwei Beispiele. Dabei spielt die Mission für die gemeinsame Verbindung im Verein und die Vereinskultur die viel größere Rolle. Eine persönliche Geburtstagskarte an Mitglieder wirkt Wunder für die Loyalität, eine herzlich gestaltete Weihnachtsfeier für Interessenten ebenfalls – übrigens auch alles Touchpoints. Und zwar enorm effiziente und nachhaltige. Denn das persönliche Gespräch ist immer noch der beste Weg zur gesteigerten Loyalität und auch zur Mitgliedschaft.

Flexible Mitgliedschaft bevorzugt

Insofern wundert es nicht, dass Modelle, die interessierte Menschen an Vereine binden, aber noch keine Mitgliedschaft bedeuten, zunehmen. Es muss halt in die Lebensplanung passen. Community-Building in sozialen Netzwerken, thematische Newsletter-Abos, Giving Circles oder nur regelmäßige Einladungen zu Events gehören genauso dazu wie Spenden-Abo-Modelle. So führte der Ökolöwe – Umweltbund Leipzig e.V. eine Förderspende ein. Es handelt sich um nichts anderes als eine Lastschrift-Spende, aber jederzeit anpassbar und so flexibler als eine starre Mitgliedschaft. Es wurde ein Erfolg. Die Anzahl der Förderspenderinnen und -spender stieg deutlich schneller an als die der Mitglieder. Die Leiter des Engagements funktioniert also noch und jeder Verein ist gut beraten, sich spannende Stufen und Touchpoints einfallen zu lassen, die Menschen für den Verein begeistern und flexibel binden.

Matthias Daberstiel ist frisch gebackener Vorstand des Heimatvereins Lockwitz e.V. Seit 20 Jahren berät er mit der Spendenagentur in Dresden Vereine und Verbände und ist gefragter Referent auf Tagungen und in Webinaren. Er ist einer der drei Herausgeber des Fundraising-Magazins.
▶ **www.spendenagentur.de**

FUNDRAISINGBOX

Die Digital Fundraising Plattform für Non-Profits

Fundraising
Sammle mehr Spenden über digitale Touchpoints, Spendenaktionen oder Spendenshops.

Verwalten
Überblicke Spenden, Spendenden-Daten, Deine Organisation und Dein Team in einer Plattform.

Automatisieren
Lass viele manuelle Tätigkeiten Deiner Non-Profit automatisch ablaufen und schaffe einfachere Prozesse.

fundraisingbox.com

Vom Fan zur Testamentsspende

Die historische Rotkreuz-Zugkinder-Kampagne – ein Erfolgsrezept

Das Zürcher Rote Kreuz hat einen neuen Weg beschritten: Eine crossmediale Multi-Channel-Kampagne ermöglicht mittels Corporate History ein unverwechselbares, markenstärkendes und effektives Legate-Fundraising. Zum Einsatz kommen dabei die sozialwissenschaftlichen Konzepte „Resonanz“ und „Nostalgie“, welche die Bereitschaft zum Geben erhöhen und so zum Legate-Abschluss führen sollen.

Von MARIA STEINBAUER und LEA MOLITERNI

Ziel ist es, die Legate-Einnahmen maßgeblich zu steigern. Zielgruppen sind die breite Öffentlichkeit, mit speziellem Augenmerk auf die Generation der Babyboomer sowie bestehende Rotkreuz-Unterstützende. Die Kampagne beinhaltet emotionales Storytelling über die Rotkreuz-Geschichte, Informationen und Angebote rund ums Testament sowie den klassischen Fundraising-Ask: „Berücksichtigen Sie das Zürcher Rote Kreuz in Ihrem Testament.“ Nachfolgend wird die Kampagne vorgestellt anhand des klassischen AIDA-Prinzips (Awareness – Interest – Desire – Action).

AWARENESS – Aufmerksamkeit erzeugen mithilfe eines Films

Kernstück der Kampagne ist der berührende Dokumentarfilm „Halt im Paradies – Erinnerungen von Rotkreuz-Zugkindern“. Nach dem Zweiten Weltkrieg kamen über 180 000 kriegsgeschädigte Kinder mit dem Zug zur Erholung in die Schweiz. Es war eine der größten Schweizer Hilfsaktionen im 20. Jahrhundert, organisiert durch das Rote Kreuz. Produziert hat diesen Film, der die Ereignisse der Nachkriegszeit aus der Perspektive der Betroffenen neu aufrollt, das Zürcher Rote Kreuz. Er zeigt, wie die damalige Hilfe das Leben der Betroffenen geprägt hat – bis in die Gegenwart.

INTEREST – Interesse wecken, berühren und begeistern durch Geschichte

Geschichte ist gemäß dem Soziologen Hartmut Rosa einer der stärksten Resonanz-Trigger: Sie lässt die Betrachtenden zu Resonanz-Räumen werden, versetzt sie in Schwingung, verändert das Denken und Fühlen und drängt nahezu zum Handeln. Genau das wollte der Zugkinder-Film bewirken: die Menschen mit der Rotkreuz-Solidaritätsgeschichte nach dem Zweiten Weltkrieg konfrontieren, die langfristige Wirkung dieser Hilfe aufzeigen und eine klare Handlungsoption anbieten – mit einer Testamentsspende können Unterstützende auch in Zukunft Leben nachhaltig prägen.

DESIRE – Der Wunsch, sich vertieft mit dem Thema auseinanderzusetzen

Die Broschüre zum Film heißt „Unvergessen“ und versetzt die Lesenden durch Zitate und historische Fotos der Protagonisten gedanklich in die Vergangenheit. Danach werden sie aufgefordert, schöne Momente des eigenen Lebens Revue passieren zu lassen. Nicht mehr die Geschichte des Roten Kreuzes steht jetzt im Mittelpunkt, sondern jene der Lesenden. Wissenschaftliche Studien belegen, dass Nostalgie die Bereitschaft zum Geben

erhöht. Sie kann das Bedürfnis auslösen, aus Dankbarkeit etwas „zurückzugeben". Daher ist der Untertitel der Broschüre: Erinnerungen wachrufen. Dankbarkeit erleben. Glück weitergeben.

ACTION – das eigene Testament erstellen

Die Zugkinder-Kampagne stellt online eine breite Palette an Testament-Angeboten zur Verfügung, beispielsweise persönliche Beratungen, Anleitungen und Videos, Einladungen zu Informationsveranstaltungen sowie einen Testamentsgenerator über das Portal „DeinAdieu".

Um negative Überraschungseffekte zu verhindern, werden bereits beim Erstkontakt mit Interessenten die Absichten transparent kommuniziert, nämlich: „Mit diesen historischen Zeugnissen möchten wir Sie dazu motivieren, sich über Ihr eigenes langfristiges Wirken Gedanken zu machen. Können Sie sich allenfalls vorstellen, über das eigene Leben hinaus die humanitäre lokale Rotkreuz-Arbeit zu unterstützen?"

Automatisierte E-Mail-Journey

Die Vermarktung findet online und offline statt. Im Zentrum dieser Aktivitäten steht eine automatisierte E-Mail-Journey: Nach der Anmeldung erhalten Interessenten den Zugangslink zum Film. In einem zweiten Schritt wird eine E-Mail mit Informationen rund ums Testament samt expliziter Bitte um eine Testamentsspende versendet. Und zuletzt kann die Broschüre „Unvergessen" bestellt werden.

Die Kampagne hat seit ihrer Lancierung im Mai 2022 zahlreiche qualifizierte Leads sowie konkrete Legate-Versprechen generiert. Sie hat außerdem Anlass dazu gegeben, das gesamte Legate-Angebot des Zürcher Roten Kreuzes zu digitalisieren und auszubauen. Die Lernkurve war enorm. Das Digitale ist heute ein integraler Bestandteil des Legate-Fundraisings.

Projektleiterinnen der Kampagne sind **Maria Steinbauer** (links), Leiterin Fundraising, und **Lea Moliterni**, Verantwortliche für Historisches und Legate. Beide sind seit zehn Jahren beim Zürcher Roten Kreuz tätig und hatten davor verschiedene Fundraising-Positionen inne. Maria Steinbauer hatte ursprünglich Internationale Beziehungen und später Theologie studiert. Lea Moliterni hingegen ist promovierte Historikerin. Beide denken out-of-the-box, lieben lustvolles Arbeiten und ergänzen sich als perfektes Duo. Mit der Zugkinder-Kampagne bewerben sie sich nun für den Swissfundraising Award 2023.
▶ **www.srk-zuerich.ch/ zugkinder**

Voiss

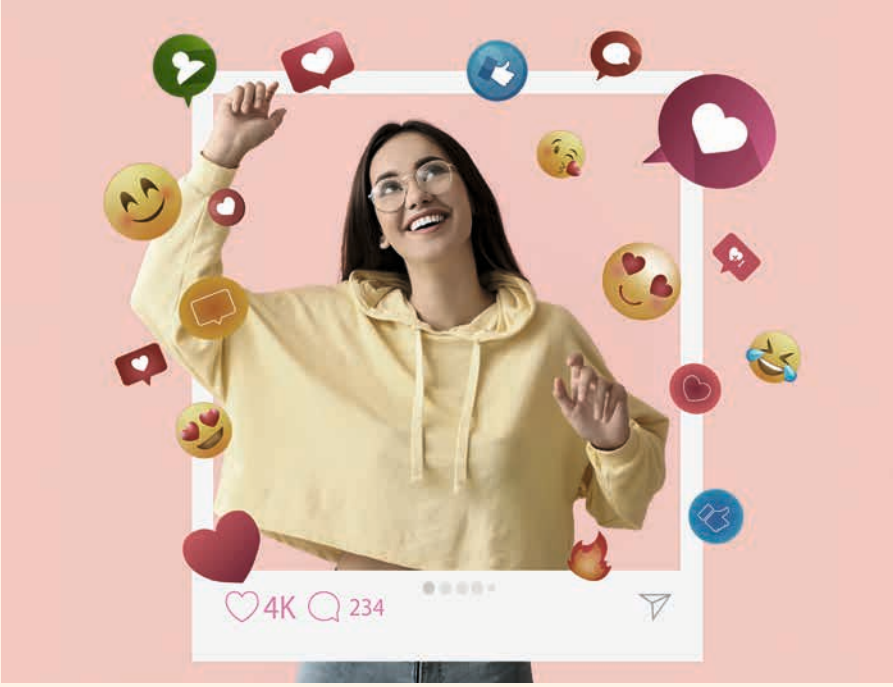
Face to Face Fundraising

Bitte ein Like!

Was Millennials zum Spenden brauchen

Millennials sind eine spannende Zielgruppe für das Fundraising: sozial engagiert und an den brennenden Themen der Zeit interessiert. Dazu gut ausgebildet und dank Fachkräftemangel eine sichere Bank auf dem Jobmarkt. Allein in Spendenzahlen schlägt sich das nicht nieder. Was müssen Organisationen tun, um junge Erwachsene für sich zu gewinnen? Eines ist klar: Mit der klassischen Ansprache funktioniert es nicht.

Von DANIELLE BÖHLE



Die Millennials, die zwischen 1980 und 2000 Geborenen (auch Generation Y genannt), sind prädestiniert für den gemeinnützigen Sektor. Endlich mal wieder eine Generation, die sich für gesellschaftliche Belange interessiert und einsetzt. Sei es der Umweltschutz (Klimawandel), soziale Gerechtigkeit oder Antidiskriminierung (Stichwort: Wokeness). Sie kaufen teurere Bioprodukte und Wasser, das dessen Mangel in Entwicklungsländern bekämpft. Sie sind laut, diskussionsfreudig und öffentlich (Stichwort: Soziale Medien). Warum spenden sie nicht? Millennials wollen Gutes tun in der Welt. Sie erwarten dafür aber einen Gegenwert.

Es liegt nicht nur am Alter. Entscheidender ist, dass die bisherigen Strukturen und Denkweisen des Fundraisings nicht zu dieser Zielgruppe passen. Viele Organisationen stellen die Betroffenen und den altruistischen Hilfsaspekt ins Zentrum ihrer Kommunikation.

Komplexe Motivlage

Dies deckt aber nur einen Teil der Motive der Millennials ab. Wenn sie selbst keinen Nutzen haben, ist die Sache meist nicht ausreichend interessant. Bei Millennials müssen deren Bedürfnisse mit bedacht werden und schon bei der Spendenbitte erkennbar sein.

Zur praktischen Veranschaulichung vergleichen wir eine klassische TV-Spendengala (Zielgruppe: Babyboomer und älter) mit einem Online-Fundraising-Event wie „Loot für die Welt“ (Zielgruppe: Millennials und jünger). Letzteres wird jährlich von bekannten YouTubern und Livestreamern initiiert, dauert 32 Stunden und sammelte im Laufe der Jahre schon über zwei Millionen Euro ein, wohlgemerkt bei einer sehr jungen Zielgruppe. Ähnlich wie bei einer Fernsehgala gibt es ein Rahmenprogramm (z. B. Online-Gaming im Livestream), Spendenprojekte werden vorgestellt und natürlich um Spenden geworben. Am unteren Bildschirmrand läuft ein Band mit Namen und gespendeten Beträgen durch, und der Gesamtspendenstand steigt in Echtzeit.

Bedürfnisse der Spender im Vordergrund

So weit, so wenig neu. Der Unterschied zeigt sich in der Bewerbung des Events. Die Trailer, die die TV-Galas im Vorfeld bewerben, haben eine klare, auf die Betroffenen fokussierte Botschaft, zum Beispiel „Kinder brauchen Ihre Hilfe, schalten Sie ein und spenden Sie!“. „Loot für die Welt“ verzichtet meist darauf. Ausgabe sieben wurde schlicht beworben mit: „Ein Wochenende Fun, Zocken, Musik und Mehr – für den guten Zweck“. Im Vordergrund stehen die Bedürfnisse der jungen Spenderinnen und Spender. In den Trailern tauchen die von der Zielgruppe umjubelten Protagonisten des Events auf, Spendenzwecke werden allenfalls kurz genannt.

Verändertes Bewusstsein

Das mag viele Organisationen verstören, weil das altruistische Selbstverständnis vorherrscht: Es geht um die gute Sache, der Rest ist Beiwerk. Für junge Erwachsene kehrt sich das um. Das bedeutet nicht, dass der gute Zweck für sie keine Relevanz hat, im Gegenteil: In den Kommentaren auf Instagram werden die Initiatoren für ihr Engagement gefeiert und gleichzeitig die große

Vorfreude auf den eigenen Spaß betont. Für junge Menschen schließt sich das nicht aus. Auch die Videos, in denen die Projekte während des Events vorgestellt werden, sind nicht beschreibend dröge oder auf das Leid fixiert. Sie machen Spaß und sind vor allem lösungsorientiert. Millennials wollen etwas bewirken in der Welt, und das müssen sie sehen können. Lösungen sind wichtiger als Probleme. Millennials brauchen die Gewissheit, dass sie (!) einen positiven Beitrag zur Gesellschaft geleistet haben.

Teil des Events sein

Können Sie sich Fernsehzuschauerinnen mit „Ein Herz für Kinder"-Fähnchen in der Hand vorstellen? Oder Zuschauer mit „RTL-Spendenmarathon"-Basecaps auf dem Kopf? LfdW (Loot für die Welt) generiert einen Teil der Spenden über Merchandise-Verkäufe. Für die junge Zielgruppe ein Must-have. Jedes Jahr ein neuer Hoodie der aktuellen LfdW-Ausgabe zeigt allen: „Ich war dabei". So werden die Spenderinnen und Spender Teil des Projekts – in diesem Fall des Events.

Für die Digital Natives, deren Peergroup sich nicht mehr aus dem eng umgrenzten Freundeskreis vor Ort speist, sondern in viele digitale Blasen aufgeteilt ist, ist die LfdW-Community ein weiterer Baustein ihrer fragmentierten Identität. Der LfdW-Hoodie erfüllt eine wichtige Funktion: diese Zugehörigkeit nach außen zu zeigen. Junge Erwachsene sind viel stärker darauf bedacht, ihr Selbstbild in die Öffentlichkeit zu tragen, um sich dort zu spiegeln. Das gilt auch für prosoziales Verhalten.

Orientierung zur Selbstdefinition

Soziale oder christliche Normen sind in allen Generationen ein starker Motivator für Spenden. Doch für die Millennials ist die öffentliche Rückmeldung durch das eigene soziale Umfeld viel stärker von Bedeutung. Sie bietet Orientierung für das eigene Handeln und fördert die Selbstdefinition. In einer lauten, um Aufmerksamkeit konkurrierenden digitalen Welt, in der der Einzelne unterzugehen droht, ist es essenziell, sich zu zeigen. NGOs, die den Akt des Spendens aus der Unsichtbarkeit einer Paypal-Überweisung holen und den Millennials ein Like ermöglichen, erhalten selbst eins.

Dipl.-Psych. **Danielle Böhle** (Goldwind) berät seit 2010 gemeinnützige Organisationen. Die Expertin für Spenderpsychologie mit Schwerpunkt Spenderbindung 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**

Kleine schwarzweiße Kästchen

Der Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge setzt auf QR-Codes

Stellen Sie sich eine Mahn- und Gedenkstätte des Volksbundes Deutsche Kriegsgräberfürsorge vor – egal wo in Europa. Sie haben das Grab des gefallenen Großvaters gefunden und sind der Meinung von Jean-Claude Juncker, dass es kaum ein besseres Mahnmal gegen den Krieg gibt als die langen Reihen der Soldatengräber auf den Kriegsgräberstätten. Deshalb wollen Sie spontan etwas spenden.

Von NICOLE GROSS

Im Eingangsbereich, auf der historischen Hinweistafel oder einem gesonderten Spendenaufruf finden Sie einen QR-Code. Sie scannen ihn, geben in der dazugehörigen App den gewünschten Betrag ein, autorisieren ihn per Fingerprint oder Face-ID und erhalten sogar eine Spendenquittung. Ganz unkompliziert, ganz sicher, ganz schnell. Und, natürlich, ohne sich vorher registrieren zu müssen. „Einfacher geht es nicht. Deshalb haben wir uns in Brandenburg für das Spendensammeln auch per QR-Code entschieden – bei unseren Mahn- und Gedenkstätten sowie auch bei den Haus- und Straßensammlungen", sagt Volksbund-Landesgeschäftsführer Oliver Breithaupt.

Generationenwechsel in der Ansprache

Auf die QR-Codes wird bereits auf der Volksbund-Internetseite hingewiesen. Vor allem aber auf den Kriegsgräberstätten. Hier gibt es historische Hinweistafeln, die die Geschichte der Anlage erläutern. Um die Kosten für die Betreuung der über 800 Kriegsgräberstätten weltweit zu decken, ist der Volksbund auf Spenden angewiesen. Bislang wurde immer nur auf die Bankverbindung hingewiesen. „Nun sprechen wir auch die interessierte Enkel-Generation mit dem QR-Code an, die zunehmend am Schicksal ihrer Groß- beziehungsweise Ur-Großväter interessiert ist. Gleichzeitig können wir deutlich machen, dass auch der Volksbund zukunftsorientiert ist. Das ist mir sehr wichtig", sagt Oliver Breithaupt.

Spenden per QR-Code individuell Sammlern zuordnen

Natürlich geht das Spenden nicht nur an ortsfesten Spendenaufrufen – etwa an Spendensäulen oder elektronischen Klingelbeuteln. Jedes Jahr im November sind Freiwillige, Zivilisten und Bundeswehrangehörige auf den traditionellen Haus- und Straßensammlungen des Volksbundes mit der Sammelbüchse unterwegs. Auch in diesem Fall kann ein QR-Code auf der Sammelbüchse das Spendenaufkommen deutlich erhöhen. Denn die allseits beliebte Ausrede „kein Kleingeld" ist keine mehr, lässt sich doch

jeder gewünschte Beitrag einfach, schnell und sicher mobil spenden, inklusive Autorisierung per App und Spendenquittung. Übrigens, die fleißigen Sammlerinnen und Sammler werden nicht um ihren individuellen Sammlererfolg gebracht – was für das Selbstwertgefühl sehr wichtig ist. Denn die per QR-Code gesammelten Beträge können jeweils den Sammlerinnen und Sammlern zugeordnet werden – wenn es von der Organisation gewünscht ist.

QR-Code als Erweiterung des digitalen Klingelbeutels

Folgende Situation: Ein großer Festgottesdienst in der Kirche, gar ein Kirchentag. Die Gläubigen sind versammelt, sind bereit zu spenden. In der Regel warten sie nun auf den Klingelbeutel und werfen ein paar Münzen oder allenfalls kleine Scheine in den Korb. Alltag in Deutschland. Stellen Sie sich nun aber einmal vor, dass die Spendenwilligen ganz einfach, ganz sicher, ganz schnell eine Summe ihrer Wahl spenden könnten. Dank eines Gerätes, das auch Kirchenbesucher in der Regel immer dabeihaben – ihr Smartphone. Wie geht das genau? Auf der Rückseite des Gesangbuches oder auf der Kirchenbank ist ein QR-Code zu finden – der Kirche, der Diözese oder der kirchennahen Spendenorganisation. Die Spendenwilligen scannen den QR-Code, geben den gewünschten Betrag ein und autorisieren ihn mit der App. Dafür müssen sie sich nirgendwo registrieren – allenfalls in wenigen Sekunden eine App herunterladen.

Bei QR-Bezahlsystemen ist die Intelligenz im Smartphone, und es wird daher kein Kartenterminal benötigt. So können Spenden überall komplett ohne Bargeld oder physischer Bank-Karte erledigt werden. Der Spendende bezahlt einfach per Fingerprint oder Face-ID über sein Smartphone. Die App erkennt, für welche Zahlarten der Kunde in seinem Smartphone freigeschaltet ist, wie etwa Apple Pay, Google Pay, PayPal oder „Bezahlen per Handyrechnung“ sowie alle gängigen Kreditkarten.

Nicole Groß ist gelernte Bankkauffrau und studierte Diplom-Kauffrau sowie Gründerin und Geschäftsführerin der ZIIB Zahlungssysteme GmbH. Nach Stationen bei MasterCard in Belgien und als Produkt- und Partnermanagerin bei der Karstadt Quelle Bank AG war sie als „Referentin Kreditkartenstrategie“ beim Deutschen Sparkassen- und Giroverband in Berlin. Sie entwickelte die Strategie der kontaktlosen Kartenzahlverfahren und war für die Einführung des kontaktlosen Prepaid-Zahlverfahrens mit der SparkassenCard zuständig. 2016 gründete sie die innovative ZIIB GmbH in Berlin und entwickelte die App „Pay with Charlie“.
▶ www.paywithcharlie.com

Wusstest du, dass...

im Jahr 2022 63% der Online-Spenden in Deutschland und Österreich mit PayPal getätigt wurden?

Du möchtest mehr erfahren? Erhalte wertvolle Einblicke zum Online-Spendenverhalten in der DACH-Region und lerne deine Zielgruppe besser kennen!

Jetzt die RaiseNow Spender:innen-Studie 2023 herunterladen!

raisenow.com/studie-2023

RaiseNow

Persönlich und überraschend

Starke Spenderbindung dank kreativem und herzlichem Dank: per Video

Fundraising ist Beziehungsarbeit. Nicht mehr und nicht weniger. Daher brauchen Fundraiserinnen und Fundraiser Kopf und Herz gleichermaßen als Werkzeug für ihre Arbeit. Und die besteht sehr oft im Danke sagen – dafür, dass Spender es möglich machen, die Mission der Organisation zu verwirklichen. Sich dafür immer wieder zu bedanken ist nicht nur eine Frage des Anstandes.

Von JAN UEKERMANN

Ein aufrichtiges Danke verstärkt die Beziehung und kann den Unterschied machen, wenn die Spenderin über eine erneute Unterstützung nachdenkt. Also: Lassen wir unsere Spender nicht nur Helden sein, lassen wir sie sich mit unserem Dank auch so fühlen.

Die personalisierte Ansprache mit richtigem Namen beim Dank ist selbstverständlich, dennoch nicht gang und gäbe. Die Kraft dieser simplen Regel ist nicht zu verachten. Stellen Sie vor, wie Sie sich fühlen, wenn Sie jemand immer wieder mit falschem Namen anspricht. Sie wären verärgert oder sogar verletzt.

Dank mit Gefühlen?

Daneben sollten die an die Spenderin geschriebenen Zeilen weder langweilig noch formal oder gar kalt klingen. Sein Herz beim Schreiben zu öffnen und sich den eigenen Gefühlen dabei zu stellen kann uns seltsam erscheinen. Der Spender wird den Unterschied aber deutlich spüren. Außerdem führt diese Art des Schreibens zu einer freundlichen und lockeren Sprache, wie man sie verwendet, wenn man mit Freunden spricht. Und wir kommunizieren hier mit Freunden, mit Menschen, die unsere Weltanschauung und unsere Vision teilen. All das beim Schreiben des Dankbriefes oder der Dank-E-Mail zu beachten, macht den Dank herzlich, nicht jedoch kreativ. Wie wäre es daher mit einem Dank-Video? Der kleine Film kann auch von Freiwilligen oder Projektmitarbeitern kommen.

Video als Geschichte

Nahezu perfekt sind sie mit persönlicher Ansprache für Einzelpersonen, aber auch generell gehalten und auf der Homepage oder über soziale Medien verteilt sind Videos wirkungsvoll. Darin kann die Geschichte eines Betroffenen erzählt und explizit die Wirkung herausgestellt werden, die der Spender ermöglicht. Zu sehen, welchen Mehrwert der Spender mit seiner Spende leistet, wird ihn in besonderem Maße packen. Den wirklichen Unterschied im Leben einer Person oder eines Tieres ganz direkt zu sehen und zu fühlen ist die beste Motivation für die Spenderin.

Teilen auf vielen Kanälen

Diese Inhalte mit Geschichten und Bildern können dann zusätzlich als Grüße an die ganze Spenderschaft über soziale Netzwerke verschickt werden. So spüren alle und das regelmäßig: Die Organisation bewirkt etwas – dank mir – und ich bin Teil dieser Sache. Auch telefonisch funktionieren diese Grüße und überraschen und überzeugen Spender, auch wenn ihre letzte Hilfe nicht als Großspende einzustufen war – dafür möglicherweise die nächste oder übernächste.

Wer als Spender zustimmt, kann auch als Testimonial auf der Homepage erscheinen. Für die Organisation ein Benefit, für den Spender eine Anerkennung, nette Geste und ein spezieller Dank, ihn mit an Bord und auf unserer Website zu haben. Fragen Sie regelmäßig Ihre Spender, ob sie sich als Testimonial zur Verfügung stellen würden?

Danke sagt der Fundraiser auch, wenn er als aufmerksamer Freund Geburtstagsgrüße überbringt oder zu einem besonderen Ereignis im Leben der Spenderin gratuliert. Gleichermaßen fühlen sich Unterstützer geehrt, wenn sie zu Veranstaltungen oder Spenderreisen eingeladen werden.

Aufmerksamkeit wird geschätzt

Auch wenn der Eingeladene ablehnt, wird er die Aufmerksamkeit schätzen und sich freuen, dass er die Möglichkeit bekommt, ein Teil seines Herzensanliegens zu werden – und die Einladung als Dank empfinden.

Natürlich ist bei all diesen Maßnahmen abzuwägen, wer ein guter und wer ein bester Freund der Projekte ist und wer mit welcher Art des Dankesagens angesprochen werden sollte. Ein kreativer Umgang damit macht es möglich, die Freundschaft zu intensivieren und wachsen zu lassen. Es ist wie im privaten Leben: Freundlichkeit, Offenheit, Ehrlichkeit und den Menschen an sich zu sehen, zahlen sich aus, und all das macht das Fundraisen und Danke sagen herzlich.

Liebe Leserin, lieber Leser, erscheinen Ihnen diese genannten Dinge alle viel zu altbacken, normal, schon hundert Mal gehört? Aber ganz im Ernst: Wann haben Sie das letzte Mal kurze, persönliche, individualisierte Dank-Videos gedreht? Geht wirklich ganz einfach, scannen Sie mal den QR-Code hier. Da sehen Sie ein Beispiel auf meinem YouTube-Kanal.

Jan Uekermann ist Berater, Trainer und Coach mit den Spezialgebieten Fundraising-Grundlagen, Großspenden-Fundraising, Strategie und Leadership. Er ist Co-Gründer des Major Giving Institutes und der Stiftung Leaders of Tomorrow, publiziert Fachartikel und Bücher.
▶ www.major-giving-institute.org

„Unser kleines Team in Köln koordiniert mit viel Herzblut die weltweiten Nothilfe-Einsätze, Mittelbeschaffung und Abrechnung. Was könnte besser sein, als ein Produkt zu nutzen, welches für unsere Ansprüche maßgeschneidert wurde!“
Cap Anamur / Deutsche Not-Ärzte e.V.
Bernd Göken
Geschäftsführer
CAP ANAMUR
Deutsche Not-Ärzte e.V.
Wir brennen für Ihre Mission und liefern Ihnen das Werkzeug, sie umzusetzen. Ihr Anspruch bestimmt unser benutzerfreundliches Lösungspaket.
Mit Microsoft Dynamics 365 als Basis ist unsere CRM-Lösung Ifunds Engage365 Fundraising leistungsstark, vielseitig und äußerst einfach in der Handhabung.
Sie haben rund um die Uhr von jedem Ort Zugriff auf die Daten Ihrer Organisation. Die notwendige Zukunftssicherheit Ihrer Investition wird durch die besondere Flexibilität dieser Softwareplattform gewährleistet.
ifunds
Kontakt.
kontakt@ifunds-germany.de
Fon +49 22 1 66 99 52 0
Foto: © JE Uganda CA

Mehr Inklusion im Alltag

Mit einer Kampagne will Heks, das Hilfswerk der Evangelisch-reformierten Kirche Schweiz, herausfinden, was alle im Alltag zu mehr Inklusion beitragen können. Damit sich alle Menschen in der Schweiz als Teil der Gesellschaft fühlen. Und zwar, indem man nicht über Menschen redet, sondern mit den Menschen. Genau nach diesem Motto ist auch die Kampagne durch die Agentur Wunderman Thompson entwickelt worden.

▶ www.heks.ch/inklusion

„Sommer-Hitz“

Mit Badetuch für Klimaprojekte

Gemeinsam mit österreichischen Musikern und der österreichischen Firma Herka Frottier hat die Caritas eine Badetücher-Kollektion kreiert. Hergestellt werden die Badetücher im Waldviertel aus neu zusammengespulten Garnresten, 100 Prozent Baumwolle. Als Motive dienen Zitate aus Sommerhits von österreichischen Musikern. Zum Beispiel von Fuzzman, der „vom Meer träumt“, und Yasmo, die lieber „über Sonnenschein schreiben will“. Von Julian le Play, der über „dieses Rauschen“ sinniert, während Kreisky dazu animiert, bei Hitze und Sommer „kein Deo zu kaufen“.

Mit dem Erlös der Badetücher werden Klimaresilienz-Projekte der Caritas unterstützt. Der Kauf eines Badetuchs hilft somit Menschen in Afrika und Asien, ihre Ernten besser an veränderte klimatische Bedingungen anzupassen. Obwohl die Menschen im globalen Süden am wenigsten zur Klimakrise beigetragen haben, sind sie am stärksten von deren Auswirkungen betroffen.

▶ www.schenkenmitsinn.at/sommer-hitz

MEINE MEINUNG

„Wer hat hier eigentlich wovor Angst?“

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Jede Form individueller Lebensentwürfe ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Oder? Offenbar nicht. Stattdessen werden sogar ziemlich krude Auswüchse sichtbar. Die New Yorker NGO American Civil Liberties Union (www.aclu.org) kann davon ein Lied singen. Bereits seit 1920 setzt sich die Organisation für Bürgerrechte ein. Seit Kurzem gibt es da auch einen Drag Defence Fund. Das ist kein Witz. Ja, Drag Queens, die bunten Clowns unter den Comedians, werden von einigen Menschen als Bedrohung wahrgenommen. Der konkrete Kontext wird oft dann gesehen, wenn Drag Queens Lesungen für Kinder veranstalten. Dann, so der Tenor, würden „Perverslinge“ auf „unschuldige Kinder“ losgelassen.

Wo fängt man da an? Mit dem Hinweis, dass die Kunstform des Drag exakt gar nichts mit sexueller Identität zu tun hat? Reicht offenbar nicht. Bunt ist offenbar gefährlich. Auch in Österreich geht inzwischen die Partei MFG Landtagsclub Oberösterreich gegen die LGBTQ-Community los. In einer Pressemeldung aus dem Mai ist da die Rede von hemmungsloser Verletzung des Kindeswohls, denn die Konfrontation mit Drag Queens führe zu einer Destabilisierung der Kindesidentität und einer Aufweichung lebenswichtiger Rollenidentität. Auffällig ist, dass Kinder keine Angst vor Drag Queens haben. Sie kommen nämlich schon allein aus Intuition heraus gar nicht auf die Idee, diese ernst zu nehmen. Ernst nehmen sollte man aber leider deren Kritiker und deren Ängste.

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

Kurzgefasst ...

Crowdinvesting-Plattform für die Schweiz

Auf der neuen Crowdinvesting-Plattform Oomnium können Menschen mit Wohnsitz in der Schweiz mit wenigen hundert bis mehreren zehntausend Franken in Unternehmen investieren, denen ökologische, soziale und gesellschaftliche Ziele ebenso wichtig sind, wie eine finanzielle Rendite. Dahiner stecken die Macher der Crowdfunding-Plattform wemakeit.

▶ www.oomnium.com

WWF mit WhatsApp-Abenteuerspiel

Der WWF hat ein WhatsApp-Abenteuerspiel „Tree of Hope" gelauncht, das darauf abzielt, mehr Menschen auf die Notwendigkeit hinzuweisen, natürliche Bereiche zu schützen. Spieler treffen Entscheidungen darüber, wie sie ein Waldökosystem und dessen Bewohner retten, angeleitet von der „Eule des Schutzes". Am Ende wartet auf die Spieler ein Geschenk.

▶ www.treeofhope.world

100 000 Euro für Streuobstwiesen

Die BILLA-Stiftung Blühendes Österreich und die ARGE Streuobst Österreich schreiben 100 000 Euro für die herausragendsten Ideen zur Verbesserung und Wiederherstellung von traditionellen artenreichen Streuobstflächen aus. Projektideen können bis 13. September eingereicht werden.

▶ www.bluehendesoesterreich.at/streuobst

Partnerschaft für Wasserprojekte

Die Schweizer NGO Wasser für Wasser ist seit 2013 in Sambia in der Berufsbildung des Wassersektors tätig. Die Organisation ist eine auf drei Jahre angelegte Partnerschaft mit dem Liechtensteinischen Entwicklungsdienst eingegangen, die es ermöglicht, die Ansätze in der Berufsbildung auf einen landesweiten Ansatz auszuweiten.

▶ www.wfw.ch

Barrierefreie Paketstation

Die Hilfsgemeinschaft der Blinden und Sehschwachen Österreichs in Linz hat mit „UnLock4All" die erste barrierefreie Paketstation eröffnet. So funktioniert's: Im Zuge einer Registrierung gibt man den Bedarf an Barrierefreiheit an und kann im nächsten Schritt die Paketstation als Lieferanschrift angeben.

▶ www.unlock4all.at

BRAKELEY
FUNDRAISING CONSULTANTS

Unverzichtbar für Großspenden-Fundraiser*innen:

Sicherheit im Spendengespräch

Astrid v. Soosten

Johannes Ruzicka

Spendengespräch-Training
28.9.2023, 14-18 Uhr
29.9.2023, 9-13 Uhr
Nürnberg
Leitung Astrid v. Soosten

FRÜHBUCHERRABATT SICHERN!

Infos und Anmeldung:
www.brakeley.de/training

In Kooperation mit:
DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND

Das Rad nicht neu erfinden

Velafrica sucht Synergien in Deutschland

Eine Welt, in der alle Menschen die Vorteile der Fahrradmobilität zur Verbesserung ihrer Lebensbedingungen nutzen können – um diese Vision umzusetzen, verbindet Velafrica soziale Arbeit in Europa mit einer spezifischen Form der Entwicklungszusammenarbeit.

Von VALENTIN JANDA

Sogenannte „Fliegende Mechaniker" helfen bei Pannen.

Das erste Glied dieser Wirkungskette sind gespendete Fahrräder. In der Schweiz, ebenso wie in Deutschland gibt es ebenso viele Fahrräder wie Einwohner. Bei einer Neuanschaffung oder dem Umstieg auf ein E-Bike stellt sich für viele Besitzer die Frage: Kann ich etwas Sinnvolles mit meinem noch funktionstüchtigem Rad tun? Durch verschiedene Kanäle, wie Sammelaktionen von Firmen oder Privatpersonen, Abholaktionen in Städten und Gemeinden, feste Abgabestellen, aber auch mit der Hilfe von Versicherungen und Liegenschaftsverwaltungen sammelt Velafrica jährlich allein in der Schweiz etwa 40 000 Fahrräder ein.

Mehrwert durch integrative Arbeit

Erst durch die Sortierung, Instandsetzung, Kategorisierung und durch den Transport entsteht ein Mehrwert. Hierfür braucht es eine Menge Arbeitskraft, das zweite Glied in der Wirkungskette von Velafrica. Träger aus der freien Wohlfahrtspflege, aber auch Justizvollzugsanstalten setzen für ihre Integrationsprozesse auf meist handwerkliche Arbeit. Hierbei stehen nicht die Produktivität und ihr Mehrwert im Mittelpunkt; in integrativen Kontexten ist Arbeit ein Weg, um Selbstwirksamkeit und Sinnstiftung zu entdecken und zu fördern. Ehemals obdachlosen Menschen, Suchtkranken oder Straffälligen kann es insbesondere durch eine strukturierte Tätigkeit gelingen, Selbstwirksamkeit zu erleben.

Mit dem Wissen um die enorm hohe Nachfrage und die soziale Verwendung der Fahrräder in Subsahara-Afrika durch Velafrica wird die Arbeit am Fahrrad für viele Menschen aus integrativen Kontexten hoch sinnstiftend. Eine hohe Motivation, eine Identifikation mit dem eigenen Tun und das gute Gefühl, einen Beitrag zu einem wirksamen Projekt geleistet zu haben, sind die Folge.

Weiterverwendung und Recycling

Von den rund 40 000 in der Schweiz gesammelten Fahrrädern gelangen rund 25 000 pro Jahr nach Gambia, Elfenbeinküste, Burkina Faso, Ghana, Tansania und Madagaskar zu elf Partnerbetrieben. Stark defekte Fahrräder werden demontiert und dienen als Teilespender, Altmetall wird sortiert und ins Recycling gegeben. Rund um die exportierten Fahrräder wird mit lokalen Sozialunternehmen Mobilitätsentwicklung betrieben. Die Fahrräder werden zu subventionierten Preisen vor Ort verkauft, so erhöht jedes Fahrrad die Produktivität der Menschen enorm. Lange Wege werden kürzer, schwere Lasten werden leichter. Arbeit, Haushalt, Wege zum Markt oder zur Schule, aber auch der Transport von Waren werden gefördert. Gleichzeitig ist es preiswert in der Anschaffung und im Betrieb, es braucht wenig Infrastruktur und ist umweltfreundlich.

Ausbildungsgang Velomechanik

Diese Stärken des Fahrrades spielt Velafrica seit nunmehr 30 Jahren erfolgreich in unterschiedlichen Projekten aus. Beson-

ders hervorzuheben ist der duale, staatlich anerkannte Ausbildungsgang Velomechanik in Burkina Faso. Ebenso die „Bike to School"-Programme, die Kindern aus besonders abgelegenen Regionen durch ein Fahrrad den Schulbesuch ermöglichen. Velafricas Verknüpfung von sozialer Arbeit in der Schweiz und Deutschland mit einer Mobilitätsentwicklung rund ums Fahrrad in Subsahara-Afrika machen diesen besonderen Ansatz und seinen Erfolg aus.

Mit gut 20 Mitarbeitern und 36 Partnerbetrieben ist Velafrica in der Schweiz gut etabliert. Die enorme Nachfrage der afrikanischen Partner stellt Velafrica jedoch vor ein Problem: Um die gut und aufwendig eingeführten Projekte und Sozialunternehmen zu halten oder gar auszubauen, werden wesentlich mehr Fahrräder benötigt. Eine Verdopplung auf 50 000 exportierte Fahrräder pro Jahr wird mittelfristig angestrebt. Für diese Skalierung ist Velafrica seit Ende 2022 auch in Deutschland aktiv, dem größten Fahrradmarkt in Europa. Für die Etablierung der Velafrica-Wirkungskette wurden bereits verschiedene Träger aus der freien Wohlfahrtspflege gewonnen, ebenso eine Justizvollzugsanstalt. Der Schwerpunkt der Aktivitäten liegt zunächst in der Region Aachen in Kooperation mit dem Rheinischen Verein sowie in der Metropolregion Frankfurt/Rhein-Main in Kooperation mit der Paul-Schuster-Stiftung.

Ungenutzte Fahrräder werden gespendet

Eine erste Zusammenarbeit für die Beschaffung von Fahrrädern wurde mit dem Unternehmen Vonovia SE in Bochum durchgeführt. Hugo W. Pettendrup von HP-FundConsult vermittelte diese Kooperation und berät Velafrica bei seinen Deutschlandaktivitäten. Beim größten Anbieter von Mietwohnungen in Deutschland fallen in Kellern und Fahrradständern große Mengen an nicht mehr genutzten Fahrrädern an. Statt der Entsorgung durch die Vonovia kann Velafrica nun seine Prozesse mit ebendiesen Fahrrädern in Deutschland starten. Darin besteht für beide Seiten ein Gewinn.

Dr. Valentin Janda ist Techniksoziologe und hat an der Technischen Universität Berlin und der Universität Paderborn zum Zusammenhang von Technik, Design und sozialer Transformation geforscht und gelehrt. Seit November 2022 ist er Geschäftsführer von Velafrica e.V. und leitet den Aufbau in Deutschland sowie das Fundraising und den operativen Aufbau im Raum Aachen und Frankfurt am Main. 2019 gründete er mit Chris Klein das Social Start-up Provide the Slide.
▶ www.velafrica.ch

Ins Machen gekommen

In NRW geht das Projekt „Tausche Bildung für Wohnen“ direkt in den Kiez

Ein in die Kritik geratenes, unzureichendes Bildungssystem auf der einen Seite, soziale Benachteiligung auf der anderen. Genau da hinein grätscht ein Projekt, das vordergründig im Bereich schulischer Nachhilfe unterwegs ist. In Wirklichkeit geht die Idee aber viel weiter und bringt vor allem ganz verschiedene junge Menschen zusammen.

Von RICO STEHFEST

Duisburg-Marxloh ist der Klassiker. Oder auch Gelsenkirchen-Ückendorf. Für all jene, die diese Stadtteile kennen, sind sie Inbegriffe für Vernachlässigung und gesellschaftliche Benachteiligung, für manche sogar No-Go-Areas. Wer kann, dreht solchen Stadtteilen den Rücken zu. Nur ist damit niemandem geholfen. Soll sich etwas bessern, braucht es wohl neue Ideen. Und nicht nur Ideen. Ins Machen muss man kommen, wie es heißt. Und damit ging es 2015 in Duisburg los, wo der erste Standort des Vereins „Tausche Bildung für Wohnen“ entstand, gegründet von Christine Bleks und Mustafa Tazeoğlu. Mit ein paar Spenden in der Kasse nahmen sie zusätzlich noch mehrere Kredite auf und krempelten die Ärmel hoch.

Bildungspaten für Schulkinder

Die Idee hinter dem Projekt ist so simpel wie clever und zielt auf eine Win-win-Konstellation ab: Studierende oder Bundesfreiwillige können sich für die Dauer eines Jahres als Bildungspaten für den Verein engagieren und bekommen für diesen Zeitraum kostenfrei ein WG-Zimmer zur Verfügung gestellt; ein monatliches Taschengeld gibt’s noch obendrauf. In ihrer Funktion als Bildungspaten engagieren sie sich „im Kleinen“ vorrangig im Bereich der schulischen Nachhilfe. Die Zielgruppe: 6- bis 14-jährige Kinder und Jugendliche aus strukturell benachteiligten Familien. Benachteiligt heißt hier wie auch in den meisten anderen Fällen: durch Herkunft oder Armut. Nicht selten bedeutet es auch beides.

Die Erfahrungshorizonte weiten sich dabei auf beiden Seiten, schließlich liegen die WGs eben genau in den betroffenen Stadtteilen, in denen die Kinder und Jugendlichen leben. So ganz aus freiwilligen Stücken würden da nicht so viele Leute hinziehen. Genau das aber ist der Punkt: Kein Kiez soll aufgegeben werden.

Quartiersarbeit für alle

Quartiersarbeit ist es, was der Verein leisten will. Anders formuliert geht es also darum, Menschen zusammenzubringen. Und genau für das Konzept „Generationen verbinden“ erhielt der Verein 2019 in der gleichnamigen Kategorie den Deutschen Engagementpreis.

Auf den ersten Blick wirkt der Einsatz

der jeweiligen WG-Bewohner wie simple Nachhilfe. Hausaufgabenbetreuung nimmt die meiste Zeit ein. Mathe, Deutsch, Englisch. Das ist aber eben noch nicht alles. Es geht auch darum, zusammen Zeit zu verbringen. Die einen spielen Fußball, die anderen gehen gemeinsam ins Freibad. Wer Lust hat, kann auch einfach nur miteinander chillen. Die Art der Betreuung fällt dabei ganz individuell aus und wird von jeder und jedem Bildungspaten selbst zurechtgeschnitzt, angepasst an die jeweiligen Bedürfnisse der Schülerinnen und Schüler.

Workshops vermitteln Grundlagen

Dabei stehen weder pädagogische Konzepte noch herausragendes Fachwissen im Vordergrund. Dergleichen ist auch gar nicht Bestandteil der Bewerbungsvoraussetzungen. Viel wichtiger ist eine grundsätzliche Offenheit und Bereitschaft für ein Miteinander, das für alle Seiten Bereicherung darstellt. Grundsätzliches Rüstzeug, um sich entspannt den Kindern widmen zu können, wird in umfangreichen Workshops vermittelt. Jedes Engagement beginnt mit einer zweiwöchigen Vorbereitungsphase. Weil daraus aber keine Pädagogen hervorgehen können, werden die Bildungspatinnen und -paten regelmäßig und intensiv betreut. Das Wohnen in einer gemeinsamen WG bietet zusätzlich die Möglichkeit, sich gegenseitig zu unterstützen. Und wer sich parallel zum Studium einbringt, investiert pro Woche automatisch weniger Stunden als diejenigen, die im Rahmen eines Bundesfreiwilligendienstes mitmachen.

Von Anfang an war das Konzept so ausgelegt, dass die Idee wachsen und sich auf weitere Standorte ausweiten kann und soll. Mittlerweile sind Witten, Dortmund und Essen dazugekommen. Hamburg stellt aktuell die nördlichste Tauschbar zur Verfügung. Und genau das, der Begriff und das Konzept des Tausches, ist es, das sich durch die gesamte Idee zieht. Es ist der Akt eines wechselseitigen Gebens und Nehmens. Sichtbar wird dadurch ein Ansatz auf Augenhöhe, bei dem alle Beteiligten von den Aktivitäten profitieren sollen und es auch tun. So sammeln alle Erfahrungen, die sie für ihr weiteres Leben rüsten.

Tun, was in der eigenen Macht steht

Klar ist, dass das marode Bildungssystem damit kaum berührt wird. Ein solches Engagement geht gerade einmal in die Auswirkungen und versucht, dort etwas auszubügeln. Da muss man ehrlich sein. Aber keiner der Beteiligten ist ausgezogen, um dieses Bildungssystem zu verändern. Das sollte man genauso bedenken. Aber man kann eben tun, was in der eigenen Macht steht.

▶ www.tauschebildung.org

spenden manufaktur by adfinitas

Wir sprechen mit Erfahrung

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

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

Mitglied im Deutschen Dialogmarketing Verband e.V.

Ein Zuhause auf Zeit

Die Alexianer sind mit dem Deutschen Fundraising-Preis ausgezeichnet worden

Das Clemenshospital in Münster hat eine immense Spendenkampagne gewuppt. In ihr Pelikanhaus werden im kommenden Jahr allerdings keine Vögel einziehen. Dort finden die Familien schwerkranker Kinder eine Bleibe auf Zeit, während diese im Krankenhaus behandelt werden. Dafür kamen mehr als 3,8 Millionen Euro zusammen.

Von RICO STEHFEST

Wenn alle an einem Strang ziehen, ist jede Menge machbar. Das zeigt die Alexianer-Gruppe, eins der größten katholischen Gesundheits- und Sozialwirtschafts-Unternehmen, das für einen Neubau des Clemenshospitals in nur vier Jahren mit knapp vier Millionen Euro sogar eine Million mehr eingenommen hat als ursprünglich geplant. Auch die weiteren Zahlen beeindrucken: So haben mehr als 2000 Spenderinnen und Spender zu diesem Fundraising-Erfolg beigetragen. Noch nicht gezählt sind da 21 Großspender, die jeweils zwischen 10 000 und 550 000 Euro beigetragen haben. Auch Einrichtungen und Organisationen haben sich starkgemacht, wie die Toni Kroos Stiftung, die Stiftung Wohlfahrtspflege NRW, BILD hilft e.V., „Ein Herz für Kinder", Herzenswünsche e.V., Brillux sowie weitere lokale Unternehmen. Ein Mitarbeiter des Krankenhauses fuhr sogar mit dem Fahrrad von Dresden nach Hamburg, um damit Geld zu sammeln. Zusätzliche Struktur hat die Kampagne auch dank eines extra gegründeten Fördervereins bekommen. In dem engagieren sich ehemalige und aktive Ärzte und weitere Mitarbeiter. Allein schon durch den Förderkreis kam eine halbe Million Euro zusammen.

Auch außerhalb des Krankenhauses gab es zahlreiche Unterstützerinnen und Unterstützer. Eine benachbarte Grundschule etwa spendete ihre Einnahmen aus dem Sommerfest. Die sechs Lions-Clubs der Stadt luden zu einer Spenden-Gala, die ganze 300 Gäste zählte.

Langer Atem nötig

Von so viel Erfolg zeigte sich auch der Deutsche Fundraising-Verband beeindruckt, der die Alexianer im Rahmen des diesjährigen

Fundraising-Kongresses Anfang Juni in Berlin mit dem Deutschen Fundraisingpreis geehrt hat. „Die Finanzierung von Bauprojekten gehört im Fundraising zu den Königsdisziplinen. Hier sind langer Atem, außerordentlich viel Fingerspitzengefühl und Kreativität gefragt und die Fähigkeit, das Projekt bei den Menschen in der Stadt und in der Region als Herzensprojekt zu verankern. All das wurde mit dem Projekt Pelikanhaus erreicht, die ganze Klaviatur der Fundraisinginstrumente strategisch sinnvoll eingesetzt", so Tom Martens, Beiratsmitglied des Deutschen Fundraising-Verbands, in seiner Laudatio.

Endspurt für den Bau des Hauses

Für die Beteiligten der Spendenkampagne ist diese Ehrung natürlich besondere Motivation, auch noch die letzten Meter zu schaffen: „Die Spendenkampagne für das Pelikanhaus vereint Menschen aus dem Münsterland und ganz Deutschland in einem gemeinsamen Herzensprojekt", so Dr. Martina Klein, Leiterin des Referates Fundraising bei den Alexianern. „Wir sind froh, dazu beizutragen und freuen uns sehr über diese besondere Wertschätzung des Engagements aller Beteiligten. Gleichzeitig unterstreicht der Preis auch die große Bedeutung des Pelikanhauses. Er motiviert uns einmal mehr, weiter am Ball zu bleiben, um den weiteren Verlauf des Baus und den Betrieb des Pelikanhauses mit Spenden zu unterstützen."

Pelikan? Ein Gebäck steckt dahinter

Wie aber kam es zu dem Namen? Tatsächlich hat die Sache gar nicht direkt etwas mit Vögeln zu tun. Vielmehr betreiben die Alexianer unter anderem auch eine Bäckerei, die das Krankenhaus und das Café „1648" beliefert. Und dort werden Plätzchen gebacken, die jeweils mit einem Pelikan dekoriert werden. Der wiederum findet seinen Ursprung im Wappen der Alexianer. Und die Plätzchen selbst sind direkt als Teil der Spendenkampagne erdacht worden. Pro verkaufter Tüte wandert ein Euro in die Kasse für das Pelikanhaus.

Wenn der Plan aufgeht und sich im Sommer 2024 die Türen des neuen Pelikanhauses öffnen, dann laden zwölf Familienzimmer zum Entspannen ein, inklusive einer großen Küche, Gemeinschaftsräumen und einem Garten.

▶ www.clemenshospital.de

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

unicef

„Das Wichtigste ist, dass man Menschen mag!“

Karina Hövener leitet die Abteilung Philanthropie des Kinderhilfswerks der Vereinten Nationen, UNICEF in Deutschland. In den letzten Jahren hat sie mehrere Großspenden-Programme entwickelt und ist auch als Expertin in der Fundraising-Akademie aktiv. Matthias Daberstiel sprach mit ihr über soziale Verantwortung und Generationenwechsel bei Vermögenden sowie Fingerspitzengefühl im Großspenden-Fundraising.

? Frau Hövener, Sie haben ursprünglich eine Banklehre gemacht. Wie kommt man dann zu UNICEF?

Jetzt könnte ich natürlich sagen: „Geld fand ich immer schon spannend“, aber das stimmt gar nicht. Für mich war das damals nach dem Abitur eine solide kaufmännische Ausbildung. Ich habe aber schnell gemerkt, dass das Bankgeschäft nichts für mich ist. Den Bereich Werbung und Kommunikation bei der Bank fand ich viel spannender. Ich hatte mich da aber schon parallel viel ehrenamtlich engagiert und habe dann nach der Bank-Ausbildung Wirtschafts- und Sozialwesen studiert. Aufs Fundraising bin ich dann eigentlich erst im Studium gekommen. Das kannte ich damals noch gar nicht.

? 2009 begannen Sie bei UNICEF. Die waren damals sehr im Umbruch, investierten aber auch ins Fundraising. War das Ihre Chance?

Ja, absolut. Als ich anfing, waren wir etwa 80 Mitarbeitende bei UNICEF. Da wurde auch dem Großspenden-Fundraising nicht so eine hohe Relevanz beigemessen. Das war aber auch bei vielen anderen Organisationen damals so. 2009 hat UNICEF dann eine Stelle geschaffen, um sich die Großspender genauer anzuschauen, weiterzuentwickeln und nicht nur reaktiv zu betreuen. Das wurde meine Stelle. Damals kümmerte ich mich allerdings auch noch um Unternehmenspartnerschaften. Bei Unternehmen gab es noch andere Kolleginnen; im Großspenden-Bereich war ich dann die Einzige. 2013 erkannte man dann, dass das Potenzial im Großspenden-Bereich viel größer ist. Auch die Ansprache ist anders als bei den Unternehmen. So konnte ich 2013 den Bereich Philanthropie bei UNICEF professionell aufbauen.

? Philanthropie klingt nach etwas Größerem. Hat sich damit auch die Ansprache der Vermögenden verändert?

Natürlich. Denn hier geht es um was anderes, und das finde ich auch ganz, ganz, ganz wichtig und total essenziell. Es geht hier nicht um reine Akquise, sondern um eine Haltung! Wir sind keine Bittsteller, sondern wollen auf Augenhöhe mit den Menschen kommunizieren.

Bei vermögenden Menschen ist in den letzten Jahren das Bewusstsein für die soziale Verantwortung gestiegen. Aber sie suchen auch Partner, mit denen sie zusammenarbeiten und auf die sie sich verlassen können. Hier geht es um Beratung und gute Gespräche, um Vertrauen. 2013 haben wir auch fast schon aufgehört, im Großspenden-Bereich Mailings zu machen. Ich möchte nicht in Abrede stellen, dass dies auch sinnvoll sein kann, aber doch mehr in dem Übergangssegment auf dem Weg zur Großspenderin oder zum Großspender. Mailings binden halt auch unglaublich viele Ressourcen, die man besser in die individuelle Kontaktpflege investiert.

? Individualität heißt natürlich auch, dass man die Bedürfnisse seines Gegenübers auch besser wahrnehmen muss. Das bedeutet aber auch Investitionen in Personal.

Deshalb haben wir in den letzten Jahren auch unser Team ausgebaut. Haltung heißt für uns, genau nach diesen Bedürfnissen zu schauen und auch die Werte desjenigen, der sich da an uns wendet, zu kennen. Wenn jemand kommt und ganz genaue Vorstellungen von seinem Engagement hat, ist das natürlich toll. Aber wir fragen auch, warum jemand das möchte. Wir wollen verstehen, was die Werte sind, die jemanden antreiben. Was ist die Motivation dahinter? Unser Anspruch ist eine wertebasierte Kommunikation. Wir schauen also, wo die Schnittmengen sind. Wenn ich weiß, welche Werte jemand hat und welche Motivation, sich zu engagieren, dann kann ich ihr oder ihm auch ganz anders begegnen.

? Sie sagen, die soziale Verantwortung sei bei den Vermögenden gewachsen. Wie macht sich das bemerkbar?

Diese Veränderung stellen wir seit einigen Jahren fest. Durch Corona hat sich das sogar noch mal intensiviert. Wir bemerken, dass Großspenderinnen und Großspender viel mehr in die Tiefe gehen, was die Programme angeht, sich wirklich viel mehr mit den Inhalten beschäftigen, viel offener darüber sprechen, warum sie sich engagieren. ▶

Es ist ja auch mehr Geld da, das muss man ja ehrlicherweise auch sagen.

Ich sage mal so: Geld war schon immer da, aber die Bereitschaft, es für Veränderungen einzusetzen, ist gestiegen. Wir merken zum Beispiel, dass sich viele Menschen vermehrt auch gemeinsam engagieren wollen. Also, wir haben einen schon etablierten Giving Circle „Club 48,3", wo sich Menschen mit Beiträgen ab 10 000 Euro für Mädchenförderung einsetzen. Außerdem haben wir auch eine internationale Plattform, den International Council von UNICEF für die sehr engagierten Philanthropen aus aller Welt. Die Menschen kommen gerne zu diesen Treffen, die mittlerweile relativ groß geworden sind. Und dann gibt es das jüngste Familienmitglied bei uns: „NextGen", für die 20- bis 40-Jährigen, also die nächste Philanthropie-Generation.

Sind die völlig anders als die alten Mäzene?

Ja, die sind jünger und sind sich im Gegensatz zu den älteren Mäzenen ihrer Verantwortung schon viel früher bewusst. Die jetzigen 30-Jährigen sind da nicht vergleichbar mit ihren Eltern in dem Alter, weil für sie gesellschaftlich ganz andere Themen relevant sind. Sie sprechen häufig auch viel offener über ihr Engagement. Sie beschäftigen sich viel mehr mit globalen Fragen, während die ältere Generation sich beispielsweise auf das Sponsoring der Fußballtrikots für die Mannschaft vor Ort beschränkt hat, weil das dann auch die Mitarbeiter gesehen haben. Sowas würde „NextGen" nicht reichen. Die wissen Sponsoring und Philanthropie klar zu trennen. Und na klar bekommen die Fußballmannschaften im Umfeld des Unternehmens weiterhin Unterstützung. Die jungen Menschen sind sich einfach darüber klarer, dass sie global was machen müssen, denn das sind die Themen, die uns alle betreffen.

Die Jüngeren haben also ein anderes Problembewusstsein?

Ja, und sie haben auch den Mut, sich dafür Partner zu suchen. Die Älteren bauen lieber eine eigene Stiftung auf, um alles unter Kontrolle zu haben. Ich kann auch verstehen, dass viele lieber was vor der eigenen Haustür machen. Es ist auch völlig legitim, nur in Deutschland aktiv zu sein. Hauptsache, jemand ist engagiert. Diese jüngere Generation, die aber bei uns auftaucht, denkt da anders. Die sagen: „Das reicht nicht. Wir leben in einer globalen Welt und wir sind eigentlich diejenigen, die etwas daran ändern müssen, dass es allen besser geht."

Bespricht Ihr Team bei UNICEF, welche möglichen Großspender angesprochen werden?

Es ist enorm wichtig, sich im Großspenden-Fundraising zu fokussieren. Es bringt einfach nichts, die laut Manager Magazin 500 reichsten Deutschen durchzuschauen und zu gucken: Wen haben wir denn da in der Datenbank? Es hilft auch nicht, Namen von Vermögenden anzugehen, die einem irgendjemand mit der Aufforderung zuwirft: „Da müssten wir jetzt mal ran!" Wir wollen uns eben nicht verzetteln und Ressourcen verschwenden. Sich ein Ziel zu setzen, ist wichtig, und das kann ruhig auch hoch sein.

Und wie binden Sie Ihre Gönnerinnen und Gönner?

Das ist eine gewisse Regelkommunikation, und das ist auch wichtig, dass sich jeder gut abgeholt und informiert fühlt. Zweimal im Jahr versenden wir ein kleines Magazin, tatsächlich noch in Papierform, und wir haben einen Philanthropie-Newsletter. Ganz neu ist ein virtuelles Onboarding für neue Spender. Im November/Dezember gibt es immer einen virtuellen Jahresrückblick mit unserem Geschäftsführer, an dem die Spender teilnehmen können, und wir bieten virtuelle Projektreisen an. Das sind Sachen, die wir generell anbieten. Wichtiger ist es aber, monatlich auf die Einzelpersonen zu schauen: Wo stehen wir oder bei wem ist es gerade sehr dynamisch?

Klappt das immer so?

Nein, keiner dieser Pläne läuft so, wie man sich das dann vorgenommen hat. Es geht auch nicht darum, strikte Pläne zu haben. Aber ich glaube, es geht um den Fokus und dass man versucht, sich in die Menschen hineinzuversetzen. Das macht bei uns auch nicht jeder im stillen Kämmerlein. Das ist der Vorteil von einem größeren Team, dass man Sparringspartner hat. Wir haben Tandems im Team, die das miteinander besprechen und wo man auch mal um Ideen bittet. Bewährt hat sich auch unser „Werte Jour fixe" im gesamten Team. Hier kann man Fälle reinbringen und um kollegiale Beratung bitten, um weiterzukommen. Oft hilft der Blick von außen, um blinde Flecken zu sehen.

Wie sieht es denn mit Fachkräften für das Thema Großspenden aus?

Es ist total schwer, passende Leute zu finden. Es gibt einfach nicht so viele, die schon Erfahrung im Bereich professioneller Betreuung von Vermögenden haben, aber das braucht es ja gar nicht unbedingt. Aus meiner Sicht müssen solche Personen nicht mal NGO-Erfahrung oder eine Ausbildung im Fundraising haben. Das Wichtigste ist, dass man Menschen mag!

Muss man also auf Quereinsteiger setzen und die dann on the job ausbilden?

Definitiv ja. Aber dafür sind ja auch Kurse an der Fundraising-Akademie da. Die große Ausbildung als Basis ist natürlich immer noch wertvoll. Die kompakten Kurse finde ich aber auch gut, weil sie intensiv sind und viel Raum für Austausch bieten. Es geht ja gar nicht so viel um Techniken, sondern eher darum, ein Gefühl dafür zu bekommen. Also eben auch dieses Empathievermögen, Fingerspitzengefühl, wie auch immer man es nennt, sich das so anzueignen. Und das geht wirklich am besten im Dialog mit Leuten aus der Praxis. Wichtige Inhalte sind auch Ethik, also Due-Diligence-Prüfungen.

Was ist wichtig für das Großspenden-Fundraising in Deutschland?

Geld ist kein Tabu. Wir müssen lernen, auf Augenhöhe darüber zu sprechen, auch über hohe Summen. Eine McKinsey-Studie aus dem Jahr 2009 empfahl Folgendes, um die Philanthropie in Deutschland zu stärken: Wir brauchen mehr Vorbilder, wir brauchen mehr Mittler, und wir brauchen Organisationen, die darauf eingestellt sind, mit solchen Summen zu hantieren. Ich glaube, dass diese drei Säulen noch immer fundamental sind für den philanthropischen Sektor in Deutschland.

marketwing Team-Karaoke, Dezember 2022

Wir sind die Kreativen...

... mit den Ideen, die Ihr Fundraising erfolgreich macht!

Macht Spaß:

marketwing®

Demokratie zeigt Zähne

Da lohnt es sich, mal wieder einen Brief zu verschicken: Die Demokratie-Briefmarke der Deutschen Post ist das Siegermotiv eines Briefmarken-Gestaltungswettbewerbs für Jugendliche unter dem Motto „Setz ein Zeichen für Demokratie!“, den u.a. die Stiftung Deutsche Jugendmarke und die Stiftung Lesen unterstützt haben. Entworfen hat die fröhlich lachende Erdkugel mit der Friedenstaube Leonie Hansen aus Schleswig-Holstein. Postchef Tobias Meyer persönlich überreichte der 16-Jährigen die erste gedruckte Marke sowie einen symbolischen Scheck (Foto). Doch lange werden wir wohl keine Freude an der Marke zu 85 Cent haben, denn für 2024 ist eine Porto-Erhöhung für Briefe angekündigt.

Marke geknackt

Erstmals über 25 000 Stiftungen in Deutschland

Im vergangenen Jahr sind in Deutschland 693 neue Stiftungen gegründet worden, womit es nun zum ersten Mal über 25 000 rechtsfähige Stiftungen bürgerlichen Rechts gibt. Das ist ein Zuwachs von 2,5 Prozent auf genau 25 254 Stiftungen. Auf 100 000 Menschen kommen damit durchschnittlich 30,3 Stiftungen. Dabei gab es einen überdurchschnittlichen Anstieg bei den steuerpflichtigen Stiftungen, was 309 der Neugründungen betrifft. Zwischen Ost- und Westdeutschland besteht weiterhin ein signifikanter Unterschied bei der Anzahl der Stiftungen. So haben insgesamt 22 364 ihren Sitz in den westlichen Bundesländern, während gerade einmal 1833 im Osten angesiedelt sind (jeweils ohne Berlin). Die meisten Stiftungen gibt es in NRW (4885), gefolgt von Bayern (4418) und Baden-Württemberg (3665). Spitzenreiter bei der Stiftungsdichte ist Hamburg mit 80 Stiftungen pro 100 000 Einwohnerinnen und Einwohner.

▶ www.stiftungen.org

MEINE MEINUNG

„Was ist dann das Denkmalschutz-Siegel noch wert?“

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Es ist ein deutliches Zeichen: Bis Mitte Juni haben sich mehr als 5400 Menschen dem Eil-Appell der Stiftung Denkmalschutz zum Erhalt der Nepomukbrücke im Ahrtal angeschlossen. Die 1723 erbaute Flussquerung war bei der Flutkatastrophe vor zwei Jahren beschädigt worden und soll nun abgerissen werden, mit der Begründung, an den mächtigen Pfeilern hätten sich schwere Gegenstände verfangen und das Wasser noch weiter aufgestaut. Das gleiche Schicksal droht drei weiteren, teils denkmalgeschützten Brücken über die Ahr. Dabei kann es doch nicht die Lösung sein, weitere Verluste in Kauf zu nehmen, statt die eigentlichen Ursachen anzugehen. Was ist dann das Denkmalschutz-Siegel überhaupt noch wert? Anstatt im Vorfeld für ausreichenden Hochwasserschutz, ein funktionierendes Warnsystem und die rechtzeitige Evakuierung der Bevölkerung zu sorgen, sollen dem kollektiven Versagen der Behörden nun im Nachgang auch noch jahrhundertealte Bauwerke zum Opfer fallen und mit ihnen ein Stück Identität des ohnehin schon gebeutelten Ahrtals. Deshalb ist es gut und richtig, dass die Stiftung Denkmalschutz unabhängige Gutachten in Auftrag gegeben hat, die einen Erhalt der Brücken nahelegen. Die Stiftung hat damit erreicht, dass nun zumindest alternative Hochwasserschutzkonzepte geprüft werden. Ein starkes Zeichen dafür, was engagierte Stiftungsarbeit und die Mithilfe der Zivilgesellschaft bewirken können.

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

Kurzgefasst …

Bundesverband mit neuem Vorstand

Der Bundesverband Deutscher Stiftungen hat mit Annette Heuser eine neue Vorstandsvorsitzende. Die Geschäftsführerin der Prof. Otto Beisheim Stiftung ist bereits seit 2020 Mitglied im Vorstand. Neu im Gremium ist zudem Dr. Eva Sturm von der Cellex-Stiftung. Ausgeschieden ist hingegen Friederike von Bünau, die ab Herbst das Amt der Generalsekretärin antritt.

▶ www.stiftungen.org

Blutspenden im Wohnwagen

Die Förderstiftung des Universitätsklinikums Schleswig-Holstein hilft bei der Finanzierung innovativer Medizinprodukte und unterstützt deshalb Deutschlands erstes Blutspendemobil auf Wohnwagen-Basis. Ab 2024 sollen damit in ganz Schleswig-Holstein Menschen zum Blutspenden motiviert werden, z. B. in Unternehmen, bei Veranstaltungen und an Universitäten.

▶ www.uksh.de/gutestun/foerderstiftung.html

Neuer Name, gleicher Inhalt

Die Stiftung Haus der kleinen Forscher hat ihren Namen geändert und heißt ab sofort „Stiftung Kinder forschen". Sie will damit auf die Entwicklungen innerhalb der Bildungslandschaft in den vergangenen Jahren reagieren. Der neue Name soll zum Ausdruck bringen, dass alle Kinder, unabhängig ihrer Herkunft, Freude am Forschen und Entdecken haben sollen.

▶ www.stiftung-kinder-forschen.de

Ein gutes Ende

Forscherinnen und Forscher des Centers für Philanthropy Studies (CEPS) an der Uni Basel haben das kostenlose Manual „Sunset Foundations – Guiding Leaders through the Closure Process" veröffentlicht. Es bietet kurze Texte zu zehn wichtigen Punkten für ein wirksames Ende einer Verbrauchsstiftung, denn das verbirgt sich hinter dem Begriff Sunset Foundation.

▶ https://ceps.unibas.ch/de/praxistransfer/sunset-foundations-manual

Mehr Bewegung für Kinder

Das Programm „Bundesliga bewegt", das im Februar letzten Jahres gestartet ist und Kindern Zugang zu Bewegungsmöglichkeiten bieten will, wird nach einer erfolgreichen Pilotphase verlängert. Initiiert wird es von der DFL-Stiftung, die zugleich Förderin ist. Mit dabei sind u.a. der SV Werder Bremen, der Sport-Club Freiburg sowie weitere 20 Profi-Fußballclubs.

▶ www.dfl-stiftung.de

Noch immer ein Problem

Studie der Otto-Brenner-Stiftung zu Antisemitismus

Anfeindungen und antisemitische Äußerungen sind nach wie vor Alltag im Leben vieler jüdischer Menschen in Deutschland. Das ist das Ergebnis des Arbeitspapiers „Antisemitismus. Alte Gefahr mit neuen Gesichtern", das die Otto-Brenner-Stiftung im Mai 2023 veröffentlicht hat. Autor Michael Kraske kommt darin zu dem Schluss, dass eine zunehmend offen ausgelebte Judenfeindschaft existiert und in allen gesellschaftlichen Bereichen vorkommt. Dabei spielten aber vor allem der sogenannte sekundäre Antisemitismus, der den Holocaust leugnet oder relativiert, sowie auf Israel bezogene antijüdische Ressentiments eine Rolle. Auffällig sei, dass auch Sicherheitsbehörden das Problem kleinredeten und bagatellisierten, weshalb viele Betroffene Übergriffe gar nicht erst meldeten. Auch die Umkehr von Täter und Opfer sei an deutschen Institutionen, zum Beispiel an Schulen, sehr häufig zu beobachten.
Die Studie steht zum Download bereit unter

▶ www.otto-brenner-stiftung.de/antisemitismus/

Finanzierst du noch oder förderst du schon?

Wie Stiftungsgelder mit Capacity Building mehr Wirkung erzielen

Wie können Stiftungen ihre Förderorganisationen nachhaltig stärken – und zwar über eine rein finanzielle Unterstützung hinaus? Die Famtastisch-Stiftung setzt auf Capacity-Building-Maßnahmen: Wie Kapazitätsaufbau in NGOs und Sozialunternehmen gelingt und welche Rahmenbedingungen es dafür braucht.

Von MAREN SCHULZE

Die Köpfe rauchen, die digitale Pinnwand biegt sich unter der Last der bunten Post-it-Zettel und der letzte Schluck Kaffee in den Tassen ist lange kalt. Ein Workshoptag geht zu Ende – ereignisreich, anstrengend, erfüllend. Das Ergebnis: eine bunte Visionsskizze, wie die Skalierung eines Produkts des Sozialunternehmens „WirGarten" aussehen kann. „Ein Visions-Workshop wie dieser ist Teil des Capacity-Building-Angebots, das wir unseren Förderorganisationen machen", erklärt Caroline Wetzke, Organisatorin des Workshops und hauptamtliche Leitung bei der Famtastisch-Stiftung mit Sitz in Berlin.

Capacity Building – ein Begriff, der im Stiftungssektor präsent ist, aber dennoch schwer greifbar scheint. Was also steckt dahinter? Der Ansatz des Capacity Buildings stammt aus den 1970ern und geht auf die amerikanische Gemeindepsychologie zurück. In der Arbeit von Internationalen Entwicklungsprojekten spielt er schon lange eine Rolle – die UN definiert Capacity Building als „[...] the process of developing and strengthening the skills, instincts, abilities, processes and resources that organizations and communities need to survive, adapt, and thrive in a fast-changing world [...]" – und spricht damit von Capacity Building als Entwicklungsprozess. Dieser stärkt laut UN die Fähigkeiten von Organisation, damit sie in einer Welt, die sich schnell verändert, wachsen und gedeihen können.

Organisationen von innen heraus stärken

Mit dieser Definition identifiziert sich auch das Team der Famtastisch-Stiftung: „Kurz gesagt wollen wir Organisationen von innen heraus stärken", erklärt Caroline Wetzke. Ziel ist es, die Menschen in den Organisationen in den Fokus zu stellen, zu erfassen, was sie just in dieser Situation benötigen – und auf diese Bedürfnisse einzugehen. Sei es durch einen In-House Visions-Workshop, wie bei dem Sozialunternehmen „WirGarten", die Vermittlung und Finanzierung einer externen Rechtsberatung oder durch ein gemeinsames Seminar zu Zielgruppen. Auch wenn Kapazitätsaufbau im Alltag vieler Stiftungen heute eine Rolle spielt – eine finanzielle Förderung ersetzt das in der Regel nicht. Bei dem Sozialunternehmen „WirGarten" ist es jedoch das Zusammenspiel in Förderung, das den Mehrwert bringt: „Famtastisch ist für uns eine Partnerin, die in Skalierung und Wirkung mitdenkt – das dann aber auch fördern kann und möchte", erklärt Matti Pannenbäcker, Vorstand von „WirGarten".

Vorteile von Capacity Building

Capacity-Building-Maßnahmen können zum Hebel für monetäre Unterstützung werden. Gelder erzielen mehr Wirkung, wenn Stiftungen ihren Förderorganisationen über eine reine Finanzierung hinaus zur Seite stehen. Durch den Aufbau von Kapazität werden Initiativen unabhängiger von einzelnen Fördernden. Sie stellen sich professioneller auf und können so leichter andere Geldgebende überzeugen.

Eine intensivere Zusammenarbeit mit Förderorganisationen im Rahmen von Capacity Building hat aber auch einen Nutzen für die Stiftung selbst: Stiftungen möchten in ihrem Aufmerksamkeitsbereich etwas bewegen, Wirkung erzielen – und zwar über die geförderten Initiativen. Je besser und

nachhaltiger die Geförderten aufgestellt sind, desto besser ist das für die Erfüllung der Stiftungsziele. Und auch auf kleiner Ebene bringt Capacity Building einen Mehrwert – zumindest bei der Famtastisch-Stiftung: „Je intensiver wir unsere Organisationen unterstützen können, desto mehr Motivation und Energie ziehen wir im Team für unsere Arbeit“, erklärt Caroline Wetzke.

Wie gelingt Kapazitätsaufbau?

Für erfolgreiches Capacity Building braucht es Bereitschaft sowohl auf Seiten von Stiftungen als auch von den Geförderten. „Es muss im Vorfeld deutlich werden, was die jeweils andere Seite von einer Capacity-Building-Maßnahme, wie beispielsweise einem Workshop, erwartet“, sagt Matti Pannenbäcker. Wichtig seien darüber hinaus Offenheit und Transparenz. Und Gespräche auf Augenhöhe. Das bedeutet, sich authentisch zu begegnen, dabei den Menschen und nicht die Organisation oder Stiftung dahinter zu sehen.

Vor allem aber brauchen Geförderte Mut, ins kalte Wasser zu springen und sich mitunter verletzlich zu zeigen. Und das funktioniert – da sind sich Caroline Wetzke und ihr Team einig – nur, wenn sich auch Fördernde verwundbar machen. Zum Beispiel durch transparente Kommunikation oder eine offene Fehlerkultur von Fördernden gegenüber sich selbst: „Das heißt für uns, sich auch mal ganz bewusst als ‚Nicht-Experte‘ in gewissen Bereichen zu positionieren“, sagt Caroline Wetzke. Maßnahmen im Bereich Capacity Building sollten darüber hinaus niemals verpflichtend sein oder als Bedingung für eine weitere Förderung angesehen werden. Das ist laut Caroline Wetzke nicht immer eindeutig: „Capacity Building ist deshalb nicht nur gut, es kann Organisationen auch mal unter Druck setzen, wenn sie das Gefühl haben, teilnehmen zu müssen. Förderorganisationen müssen sich trauen dürfen, ‚Nein‘ zu sagen – nur wenn das möglich ist, kann Capacity Building erfolgreich sein.“

Maren Schulze betreut den Bereich Kommunikation bei der Famtastisch-Stiftung mit Sitz in Attendorn (NRW). Nach Stationen in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie der internationalen Kommunikation beschäftigt sie sich bei Famtastisch nicht nur mit der PR-Arbeit der Stiftung, sondern steht auch deren Förderorganisationen mit Rat und Tat zur Seite. Der Fokus von Famtastisch liegt auf der Förderung von Initiativen, die sich für eine gesunde und umweltfreundliche Ernährung sowie eine nachhaltige Landwirtschaft einsetzen. Sie möchten sich intensiver über Capacity Building austauschen? Die Famtastisch-Stiftung freut sich über Vernetzung.

▶ **www.famtastisch.org**

Auf dem Weg zu mehr Impact

Mit dem Wirkungsstern der IB-Stiftung neue Perspektiven veranschaulichen

Potenzielle Spenderinnen und Spender wollen heute nicht nur den konkreten Zweck ihrer Spende wissen, sondern sind vor allem auch an der sozialen Wirkung interessiert. Die IB-Stiftung hat deshalb ein neues Modell entwickelt: Der Impact Star soll helfen, die Arbeit von Organisationen besser auf ihre Wirkung hin auszurichten.

Von RONNY GEISSLER und DANIEL RAHAUS

Beim Spendensammeln gilt es, auch den „gesellschaftlichen Mehrwert" deutlich zu machen. Nur Organisationen, die ihre eigenen Stärken und Schwächen kennen, können diese Erkenntnisse nutzen, um Projektzielen systematisch näherzukommen. Die IB-Stiftung und die Engagement- und Spenden-Plattform Neopol haben in Zusammenarbeit mit dem Unternehmen smep-consult, das sich mit Planung, Monitoring und Evaluierung beschäftigt, die gängigen Modelle und Ansätze aus dem Wirkungsbereich analysiert. Da es zwischen den Modellen einige auffällige Unterschiede gibt, sind wir in die Wirkungsthematik tiefer eingetaucht. Wir haben neu sortiert, teilweise erweitert und letztlich unsere Erkenntnisse in einem neuen Modell strukturiert. Hauptaugenmerk lag auf der einfachen Handhabung für Fachkräfte in ihrer täglichen Praxis. Zugleich sollte die Arbeit mit dem Modell auch Spaß machen, um einen niederschwelligen Zugang zum Thema Wirkung zu ermöglichen und Teams zu motivieren, die Planung und Dokumentation ihrer Arbeit auf Wirkungsfragen sinnvoller auszurichten.

Der Wirkungsstern

Das Wirkungsmodell, das in unserer Arbeit entstanden ist, nennen wir den Wirkungsstern oder Impact Star. Der Wirkungsstern umfasst sieben Perspektiven, die durch gezielte Fragen erschlossen werden können.

1. Beginnen lässt sich die Arbeit mit dem Wirkungsstern mit den Fragen: Warum tun wir etwas? Was ist das Kernproblem? Was sind die Kernursachen dafür? Was ist der gesellschaftliche Bedarf und was meine Vision als Antwort darauf?
2. Im zweiten Schritt denkt man darüber nach, wie und für wen wir etwas machen. Was ist unsere Mission? Wie ist unsere Strategie, die wir verfolgen? Wer sind unsere Stakeholder und dabei unsere Kernzielgruppe(n)?
3. Dann kommen die Inputs, also die Fragen: Womit können wir arbeiten? Welche Ressourcen stehen uns eigentlich zur Verfügung? Was brauchen wir?
4. Nun klären wir, was unsere Kern- und Beziehungskompetenzen sind, die Basis unserer Kernaktivitäten. Diese sind entscheidend, um mit den eigenen Projekten mehr Wert für die Gesellschaft zu erzielen, und sollten daher sowohl gepflegt als auch kritisch weiterentwickelt werden.
5. Schritt fünf sind die Outputs, also die Leistungen und Produkte. Was bieten wir unmittelbar für die Zielgruppen an? Diese Outputs können, anders als die Kernaktivitäten der Stufe zuvor, in der Regel flexibler und zügiger angepasst werden.
6. Nun folgen die Outcomes. Welche Resultate bzw. direkte Wirkung erzielen wir unmittelbar durch die Angebote bei den Zielgruppen?
7. Im letzten Schritt wird der Impact, die indirekte Wirkung, ermittelt. Welche Veränderungen ergeben sich durch unser Projekt in der Gesellschaft? Welche gesellschaftlichen Auswirkungen hat es?

Durch diese sieben Stufen kann man sich als Team im Uhrzeigersinn gut orientiert hindurcharbeiten. Gleichzeitig kann und sollte ein Projekt auch entgegen dem

Uhrzeigersinn betrachtet werden, indem Feedback- und Lernerfahrungen einbezogen werden. Diese können zu einer Änderung der eigenen Strategie führen oder sogar neue Kernursachen und entsprechende Implikationen auf der Problemebene sichtbar machen.

Enormes Skalierungspotenzial in den Wohlfahrtsstrukturen

Wir wollen das Thema Wirkung zukünftig breiter aufstellen und insbesondere in den Wohlfahrtsstrukturen verankert sehen. Alleine im Internationalen Bund, dessen Förderstiftung die IB-Stiftung ist, werden pro Jahr etwa 350 000 Klientinnen und Klienten betreut. Das Skalierungspotenzial an dieser Stelle ist enorm. Auch die engen Kontakte zu Geldgebern wie den Kommunen, Ländern, Bund und Arbeitsagenturen sind Chancen, das Thema Wirkung in der Sozial,- Bildungs- und Jugendarbeit weiter zu verankern.

Wirkungsanalyse in der Praxis

Am Ende geht es darum, dass es uns besser als bisher gelingt, an die tatsächlichen Ursachen unserer vielen gesellschaftlichen Krisen und deren zugrunde liegenden Problemfelder heranzukommen und diese entsprechend zu bearbeiten. Kontinuierlich verbesserte Instrumente zur Wirkungs- und Qualitätsanalyse, die in der Praxis lebhaft angewandt werden, sind dafür ein notwendiger und zugleich lohnender Schritt. Wir wünschen uns, dass der Wirkungsstern zukünftig dazu einen Beitrag leisten kann.

Ronny Geißler studierte Soziale Arbeit und war Fachkraft in verschiedenen Bereichen der Sozial- und Bildungsarbeit. Seit 2016 ist er in der zentralen Geschäftsführung des Internationalen Bundes tätig, seit 2020 als Stiftungsmanager und Geschäftsführer der IB-Stiftung.

Daniel Rahaus ist Gründer der Engagement- und Spenden-Plattform Neopol und war zuvor bereits Gründer der Phineo gAG. Als studierter Volks- und Betriebswirt beschäftigt er sich intensiv mit Fragen zu Gerechtigkeit, Komplexität, Bewusstseinsentwicklung und gesellschaftlicher Transformation.

▶ https://ib-stiftung.de
▶ https://neopol.org/wirkungsstern

100 Jahre Gemeinsam sozial wirksam

GemeinwohlInvest

Die Vermögensverwaltung der Sozialwirtschaft

Sind Sie auf der Suche nach Finanzlösungen für gemeinnützige Organisationen? Dann nutzen Sie GemeinwohlInvest – Die Vermögensverwaltung der Sozialwirtschaft. Unser Lösungsansatz basiert auf der Entwicklung von transparenten, gemeinnützigkeitsrechtlichen und nachhaltigen Investmentkriterien.

Informieren Sie sich direkt hier!
Möchten Sie mehr über GemeinwohlInvest erfahren?
Folgen Sie https://gemeinwohlinvest.de
oder scannen Sie den QR-Code.

Gemeinsam finden wir die bestmögliche Lösung.
Tel. 0221 07356-0 | info@sozialbank.de | sozialbank.de

Bank für Sozialwirtschaft

Das ändert sich für Stiftungen in Deutschland

Lang ersehnte Stiftungsrechtsreform endlich wirksam

Es ist inzwischen zwei Jahre her, dass der Bundestag eine Reform des Deutschen Stiftungsrechts beschlossen hat. Zum 1. Juli 2023 trat das neue Gesetz nun in Kraft, das Stiftungen mehr Rechtssicherheit garantieren soll. Was ändert sich ab jetzt?

Von UTE NITZSCHE

Die Reform bezieht sich auf rechtsfähige Stiftungen. Die wichtigste Neuerung ist die Vereinheitlichung des Stiftungsrechts auf Bundesebene, womit die verschiedenen Landesstiftungsgesetze abgelöst werden und alle Stiftungen, egal welcher Größe, mehr Rechtssicherheit aufgrund einer nun einheitlichen Rechtsprechung erhalten sollen. Die bis jetzt geltenden Stiftungsgesetze der Länder hatten sich teilweise widersprochen und wichen häufig stark voneinander ab. Die Folge waren Unklarheiten in der praktischen Umsetzung, zum Beispiel durch die Aufsichtsbehörden.

Neue Haftungsregeln bei Fehlern

Neu ist die Kodifizierung der Business Judgement Rule. Diese besagt, dass Stiftungsorgane nicht für falsche Entscheidungen haften, wenn sie alle geltenden Gesetze und Vorgaben in der Satzung beachtet und zum Wohl der Stiftung gehandelt haben. Voraussetzung ist außerdem, dass sie sich ausreichend informieren, bevor sie wichtige Entscheidungen treffen und dies auch dokumentieren. Der Bundesverband Deutscher Stiftungen schreibt auf seiner Website: „Denn wer bei der Auswahl etwa der Finanzanlagen sorgfältig handelt, ausreichend Informationen einholt, gesetzliche und satzungsmäßige Vorgaben beachtet und dies dokumentiert, dem kann der Business Judgement Rule zufolge grundsätzlich keine Pflichtverletzung vorgeworfen werden."

Leichter umwandeln und fusionieren

Eine weitere wichtige Änderung betrifft vor allem notleidende Stiftungen, die durch die anhaltende Niedrigzinsphase in den letzten Jahren kaum mehr Erträge aus ihrem Grundstockvermögen hatten und damit ihren Stiftungszweck nicht mehr oder zumindest nicht mehr auf Dauer erfüllen können. Sie haben jetzt die Möglichkeit, eine Ewigkeitsstiftung leichter in eine Verbrauchsstiftung umzuwandeln. Außerdem können Stiftungen jetzt einfacher fusionieren, denn durch das vereinheitlichte Stiftungsrecht gelten jetzt auch einheitliche Regeln und bundeseinheitlich die Gesamtrechtsnachfolge. Das heißt, es müssen nicht mehr sämtliche Genehmigungen,

Verpflichtungen, Rechte und Vermögensgegenstände einer Stiftung einzeln übertragen werden.

Umschichtung und Satzungsänderung einfacher

Eine weitere Regelung betrifft die sogenannten Umschichtungsgewinne. Damit werden Gewinne bezeichnet, die sich ergeben, wenn ein Vermögensgegenstand, dessen Wert im Lauf der Zeit gestiegen ist, veräußert wurde. Diese Umschichtungsgewinne dürfen jetzt für die Verwirklichung des Stiftungszwecks verwendet werden, wenn der Stifterwille es zulässt und das Stiftungskapital erhalten bleibt. Und auch eine spätere Änderung der Satzung soll mit der Stiftungsrechtsreform unkomplizierter werden, womit eine Fortentwicklung des Stifterwillens anerkannt wird.

Transparenz durch Stiftungsregister

Schließlich wurde mit der Stiftungsrechtsreform auch die Einrichtung eines Stiftungsregisters beschlossen. Es ist allerdings erst ab dem 1. Januar 2026 geplant. Ab diesem Zeitpunkt soll es zentral vom Bundesamt für Justiz geführt werden und deutlich mehr Transparenz sowie den Vertrauensschutz im Rechtsverkehr garantieren. Damit sollen die bis jetzt unterschiedlich geführten Stiftungsverzeichnisse der verschiedenen Aufsichtsbehörden der Vergangenheit angehören. Alle bestehenden und neu gegründeten rechtsfähigen Stiftungen sind dann zur Eintragung in das neue Stiftungsregister verpflichtet. Damit sind sie als Rechtsmarke geschützt und müssen dann auch einen Rechtsformzusatz führen. Stiftungsvorstände können durch den Eintrag der Stiftung ins Register beispielsweise viel einfacher ihre Vertretungsvollmacht nachweisen. Nach fünf Jahren soll das Stiftungsregister dann evaluiert werden. Die Stiftungsrechtsreform selbst soll nach zwei Jahren unter die Lupe genommen werden, um nachzubessern, wenn nötig.

Umsetzung bleibt Dauerbaustelle

So weit, so gut. Um den Ländern genug Zeit zu geben, die neuen Regelungen umzusetzen und ihre jeweiligen Landesstiftungsgesetze anzupassen, ist die Stiftungsrechtsreform erst zwei Jahre nach ihrer Verabschiedung in Kraft getreten. Doch genau daran hapert es aktuell, denn die Länder sind in dieser Hinsicht noch nicht aktiv geworden.

Zudem hat sich eine Gruppe von Stiftungsrechtsexperten unter dem Namen Fundatio zusammengetan, denen die Reform nicht weit genug geht. Sie fordern unter anderem, dass Stiftungen ihren Rechtssitz frei wählen können, dass Stifterinnen und Stifter den Stiftungsorganen große Freiheiten gewähren dürfen, um die Stiftung fortzuentwickeln, sowie die Möglichkeit des „Upgrades" von der Verbrauchsstiftung zur Dauerstiftung. Das Thema Stiftungsrecht in Deutschland bleibt also offenbar weiterhin eine Baustelle, an der auch in Zukunft fleißig gearbeitet wird.

Stiftungsrecht auf einen Blick

Das neue Stiftungsrecht
Synopsen der Gesetzestexte und Begründungen
Von **Dr. Erich Theodor Barzen**
2022, 346 Seiten, € 49,95.
ISBN 978-3-503-20675-9
eBook: € 45,90. ISBN 978-3-503-20676-6

Dieses Buch schafft Zeitgewinn. Ein Blick genügt, um Aufschluss über jeweils korrespondierende Normen zu erhalten: sowohl beim Abgleich von Alt nach Neu als auch von Neu nach Alt. **Pflichtlektüre und Arbeitshilfe** für alle, die sich mit dem neuen Stiftungsrecht befassen.

Online informieren
und versandkostenfrei bestellen:
www.ESV.info/20675

ESV ERICH SCHMIDT VERLAG
Auf Wissen vertrauen

Bestellungen bitte an den Buchhandel oder:
Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG · Genthiner Str. 30 G · 10785 Berlin
Tel. (030) 25 00 85-265 · Fax (030) 25 00 85-275
ESV@ESVmedien.de · www.ESV.info

Seriöser Partner gesucht? Leitfaden für Kulturfundraising- und sponsoring in Österreich eingeführt

Weltbekannte Kultureinrichtungen auch aus Österreich sind im Vorjahr angesichts ihrer Sponsoring-Partnerschaften mit russischen Unternehmen massiv unter Druck geraten. Dies hat eine breit geführte Debatte darüber ausgelöst, wer als Geldgeber für Kunst und Kultur erlaubt sein darf und nach welchen Kriterien Zuwendungen bislang angenommen wurden. Mit dem vom Fundraising Verband Austria erarbeiteten Code of Conduct hat das österreichische Kulturministerium einen europaweit einzigartigen Leitfaden für ein ethisches und transparentes Kulturfundraising und -sponsoring herausgegeben. Dieser hat nicht nur den medialen Druck von den Einrichtungen genommen, Kulturfundraiser*innen erwarten sich davon nicht zuletzt eine Stärkung des Spendenaufkommens.

Jede Bindung bringt Verantwortung mit sich. Zu dieser Erkenntnis sind Kultureinrichtungen in aller Welt spätestens im Vorjahr gelangt. Diskussionen über „schmutziges" Geld in der Kulturförderung seitens Unternehmen, deren Praktiken negative Auswirkungen für Mensch, Tier oder Umwelt haben, gibt es natürlich schon länger. Der Angriffskrieg Russlands und die Sponsoring-Aktivitäten russischer Unternehmen hat das Thema jedoch entscheidend befeuert, sodass ausgehend von den USA und Großbritannien auch Kultureinrichtungen in Österreich mit Vorwürfen konfrontiert wurden. Dass einige der betroffenen Institutionen staatliche Einrichtungen sind, hat der Diskussion zusätzlich Schubkraft verliehen und die Medienlandschaft auf den Plan gerufen. Der Ruf nach eindeutigen ethischen Regeln und Transparenz wurde laut. Sogar die Forderung, private Zuwendungen für die Kultur gänzlich durch staatliche Förderungen zu ersetzen, stand im Raum. Ein beunruhigendes Szenario angesichts der ohnehin prekären Finanzlage nach der Pandemie und ein drohender Rückschritt für die Bemühungen, das Spenden für Kunst und Kultur weiterzuentwickeln. Denn laut den jährlichen Spendenmarktbefragung im Auftrag des Fundraising Verband Austria ruht im Kulturfundraising hierzulande viel ungenutztes Potenzial: 8 Prozent der Privatpersonen wären grundsätzlich bereit, dafür zu spenden, was 60 bis 80 Mio. Euro jährlich gleichkommt.

Code of Conduct als wertvolle Hilfestellung

Aufgrund des anhaltenden medialen Drucks entstand in Zusammenarbeit des Bundesministeriums für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport (BMKÖS) mit führenden österreichischen Kultureinrichtungen und dem Fundraising Verband Austria die Vision eines Leitfadens für Kulturfundraising und -sponsoring. Dieser sollte den Umgang mit privaten Mitteln von Unternehmen, aber auch von Stiftungen und Privatpersonen klar regeln. Der FVA hat im Auftrag des Ministeriums den Erarbeitungsprozess dieses europaweit einmaligen Leitfadens übernommen. Beispielgebend war der vom Verband konzipierte Code of Conduct für Zuwendungen zugunsten Wissenschaft und Forschung vor Jahren. Dieser hat im Sciencefundraising essenzielle Entwicklungsschritte mit sich gebracht, mit dem positiven Resultat, dass sich das Spendenaufkommen in zehn Jahren verdreifacht hat. Kulturstaatssekretärin Andrea Mayer von den Grünen stellte den fertig ausgearbeitete Leitfaden im Dezember in einer Pressekonferenz sowie im Parlament öffentlich vor und betonte dabei: „Der vorliegende Leitfaden soll Kultureinrichtungen bei der Wahl der richtigen Partnerinnen und Partner unterstützen. Für die Bundeskultureinrichtungen ist der Leitfaden verpflichtend anzuwenden. Für alle weiteren österreichischen Kultureinrichtungen möchte ich nachdrücklich eine Empfehlung für die Anwendung dieser Richtschnur aussprechen."

Die 3 wichtigsten Punkte des Leitfadens:

1. Prüfkriterien
wie Nachhaltigkeit sowie Aktivitäten und Werte des Partners

2. Ausschlusskriterien
wie bestehende Sanktionierungen oder Geldwäsche- und Terrorismusverstrickungen

3. Standardisierte Prozesse
von der Prüfung über definierte Verantwortlichkeiten bis zur Transparenz in der Außenkommunikation

Den Leitfaden zum Download finden Sie auf kultur.fundraising.at bzw. auf der Website des BMKÖS.

Für die Kultureinrichtungen brachte der Leitfaden erstmals einheitliche Prüf- sowie Ausschlusskriterien für private Fördermittel. Vor allem aber bewirkte die Veröffentlichung, dass die Institutionen aus der medialen Schusslinie rücken und ihre Reputation wahren konnten.

Krisen verschärften Bedarf an Drittmitteln

Die Einschränkungen der Pandemie, das veränderte Besucherverhalten und die Auswirkungen der Teuerung – all das hat in Kulturbetrieben einen steigenden wirtschaftlichen

Alle Gewinner*innen der Kulturfundraising-Awards 2023 mit Theresia Niedermüller (BMKÖS), Gerlinde Wohlauf (Österreichische Lotterien) und Günther Lutschinger (Fundraising Verband Austria). Foto: Ludwig Schedl

Druck hervorgebracht. Die Nachfrage und die Zahl der Einrichtungen, die Fundraising-Programme starten, steigt deshalb sukzessive. Um auf die Bedürfnisse des Sektors besser eingehen zu können, hat der Fundraising Verband Austria im vergangenen Winter eine Umfrage gestartet, an der sich 78 Kultureinrichtungen beteiligt haben. Die Ergebnisse zeigen, dass in 83 Prozent der Kulturbetriebe die Finanzierung über Drittmittel eine steigende Rolle spielt. Derzeit machen Einnahmen aus Sponsoring und Kooperationen den Löwenanteil an Drittmitteln aus (32 %), gefolgt von Mitteln privater Förder*innen (19 %) und von Freundesvereinen (14 %). Mittel aus Stiftungen betragen lediglich 4 Prozent der Drittmittel. In 43 Prozent der Einrichtungen gibt es Personal für die Beschaffung von Drittmitteln, insbesondere sind das mittlere und große Einrichtungen. Zentrales Fundraising-Instrument in Kultureinrichtungen ist offensichtlich der Förder- oder Freundeskreis: 60 Prozent gaben an, einen solchen zu haben, sogar die Mehrheit der kleinen Einrichtungen (52 %). Wachstumspotenzial wird insbesondere Benefizveranstaltungen und Zuwendungen aus dem Stiftungssektor beigemessen.

Mehr Aufmerksamkeit für beispielhafte Spendenkampagnen

Die Fachtagung für Kulturfundraising und -sponsoring zählt zu den jährlichen Fixpunkten für die österreichische Kulturfundraising-Szene. Zusätzlich wurden 2022 in Kooperation mit dem BMKÖS und mit Unterstützung der Österreichischen Lotterien die Kulturfundraising-Awards ins Leben gerufen und heuer zum zweiten Mal in drei Kategorien vergeben. In der Award-Kategorie „Beste Kulturfundraising Aktion“ wurde die erfolgreichste Einzelaktion gesucht und im Wiener Konzerthaus gefunden. Im Rahmen einer hochkarätig besetzten Podiumsdiskussion gelang es der Konzerthausgesellschaft Besucher*innen sowie Sponsor*innen für die Bedeutung privaten Engagements für Kunst und Kultur zu sensibilisieren. Gefolgt von einem persönlichen Spendenaufruf des Intendanten unter dem Motto „Sie können mehr bewirken, als Sie denken!“, resultierten 160 000 € an Spenden aus der Aktion. Der „Österreichische Lotterien Award: Bestes Sponsoring bzw. Beste Partnerschaft“ für besonders gelungene Kooperationen von Kultureinrichtungen mit Unternehmen ging an das Kunsthaus Graz mit seinem langjährigen Partner Energie Graz in Kooperation mit der Ortweinschule. Ihre interaktiv und nachhaltig ausgerichtete Instagram-Kampagne #PICTREES lud dazu ein, die Natur in Graz einzufangen und diese Bilder mit der Bevölkerung über die BIX-Medienfassade am Kunsthaus Graz zu teilen. Den Award „Small but smART“ für die beste Fundraising-Aktion einer kleinen Kulturinitiative erhielt die Vorarlberger Kulturwerkstatt Kammgarn für das Projekt „100 Teile Kultur“. 100 Teile eines Kunstwerks wurden verkauft und mit dem Erlös nicht nur das kostenfrei zugängliche Kleinkunstfestival „FOEN-X-Festival“ finanziert, sondern auch eine höchst werbewirksame Öffentlichkeitsarbeit für das Festival erzielt.

SwissFundraisingDay 2023: Impulse für den Fundraising-Alltag und mehr

Zum letzten Mal als Gastgeberinnen in offizieller Funktion am SwissFundraisingDay: Präsidentin Sibylle Spengler (rechts) und Moderatorin Felizitas Dunekamp.

Bei traditionell schönem Tagungswetter trafen sich Mitte Juni über 420 Teilnehmer:innen im Kursaal in Bern zum diesjährigen SwissFundraisingDay. Von nationalen und internationalen Referent:innen holten sie sich hier Impulse für ihre Fundraising-Arbeit im Alltag, pflegten ihr persönliches Netzwerk und kürten die Gewinner:innen des Swissfundraising Awards.

Von Roger und Mario Tinner

Für Swissfundraising-Präsidentin Sibylle Spengler und die vor kurzem zurückgetretene Vizepräsidentin Felizitas Dunekamp war der diesjährige SwissFundraisingDay sozusagen ein «Abschiedsspiel»: Dunekamp moderierte zum letzten Mal, Spengler begrüsste zum letzten Mal offiziell. Und beide nutzten die Gelegenheit für einen humorvoll-lockeren Rückblick auf mehr als ein Jahrzehnt in Vorstand und Präsidium des Verbands: «Inside Swissfundraising» hiessen die Intermezzi, die den Tag am Morgen und Nachmittag auflockerten.

Expertise, AI und Leadership

In elf Workshops liessen sich die Teilnehmenden über neuste Entwicklungen in Bereichen wie Digital Campaigning, Marketing Automation, Kennzahlen oder internationales Fundraising informieren. Die Keynotes widmeten sich zukünftigen Herausforderungen und Chancen von Künstlicher Intelligenz in Philanthropie und Fundraising (Giuseppe Ignazio) bzw. Fragen von Leadership und Sinn in der Fundraising-Arbeit (Alice L. Ferris). Daneben standen Austausch und Networking wie immer im Zentrum dieses Branchentreffens, das in Bezug auf die Zahl der Teilnehmenden erneut einen Rekord verzeichnete.

Der Nachmittag ist traditionell den nominierten und ausgezeichneten Arbeiten im Rahmen des Swissfundraising Awards gewidmet. Dabei geht es nicht allein um die Auszeichnung, sondern vor allem um die

Präsentation der «Best Cases» und der Möglichkeit, von diesen zu lernen. Die erfolgreichste Fundraising-Aktion des Jahres wird dabei direkt durch eine Fachjury gewählt. Bei der kreativsten Fundraising-Aktion hat er eneut das Publikum vor Ort entschieden: Fünf Nominierte konnten in 5-minütigen Pitches ihre Arbeiten und Kampagnen vorstellen, über die dann live via Mentimeter abgestimmt wurde.

Erfolgreichste Fundraising-Aktion: Ukraine-Kampagne von Unicef Schweiz und Liechtenstein

Die als erfolgreichste Aktion ausgezeichnete Kampagne unter dem Titel «Ukraine 2022 – integrierte Nothilfekampagne: Nie aufgeben. Für jedes Kind.» war die erfolgreichste Kampagne von Unicef Schweiz und Liechtenstein sowohl in Bezug auf Spenden wie auf Reichweite. Neben den sehr hohen Spendeneinnahmen wurde auch ein grosses Spektrum an Freespace gespendet, weil Werbemittel angeboten werden konnten, die es zuvor nicht gab. Der Zugewinn an Neuspender:innen war ebenfalls aussergewöhnlich hoch. Die beeindruckenden Zahlen haben die Jury überzeugt, die Unicef damit den Swissfundraising Award für die erfolgreichste Fundraising-Aktion vergab

Kreativste Fundraising-Aktion: «Oligarchen-Quartett» von Public Eye

Die eindrückliche Kampagne von Public Eye, die mit vier anderen Aktionen um die Gunst des Publikums pitchte, holte sich im Online-Voting schliesslich mit deutlichem Vorsprung den Sieg: Public Eye reagierte schnell auf den russischen Angriffskrieg in der Ukraine und recherchierte die Verbindungen von 32 russischen Oligarch:innen in die Schweiz. Das Resultat der Recherche wurde auch als Quartett-Spiel veröffentlicht, das allen Bundesparlamentarier:innen zugeschickt wurde, um sie für das Thema zu sensibilisieren. Zusätzlich nutzte Public Eye das grosse Potenzial für die Akquisition von neuen Kontakten und das Upgrading von bestehenden Kontakten.

Die Gewinner:innen der Swissfundraising Awards 2023 (v. l. n. r.): Katja Leschnikowski und Marc Uricher von Unicef Schweiz und Liechtenstein (erfolgreichste Fundraising-Aktion), Roman Bolliger und Christian Engeli von Public Eye (kreativste Fundraising-Aktion).

Fotos: Alex Preobrajenski

Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Ostafrika-Experte wird neuer Erster Vorstand

Die Menschenrechts- und Hilfsorganisation Hoffnungszeichen – Sign of Hope e.V. hat seit dem 1. März 2023 mit **Klaus Stieglitz** einen neuen Ersten Vorstand. Er hat Politik- und Rechtswissenschaften studiert und ist Diplom-Verbandsmanager (VMI). Beim Hoffnungszeichen – Sign of Hope e.V. ist er bereits seit 1997 tätig, zunächst als Menschenrechtsbeauftragter, seit 2006 auch als Mitglied der Geschäftsleitung und stellvertretender Geschäftsführer. 2009 wurde er Zweiter Vorstand. Klaus Stieglitz verbrachte zahlreiche Rechercheaufenthalte in Asien, Südamerika und Ostafrika. Zudem hat er verschiedene Publikationen zu den Themen Menschenrechte und Südsudan herausgebracht. 2016 wurde sein Buch „Das Öl, die Macht und Zeichen der Hoffnung" veröffentlicht.

Fundraising in erfahrenen Händen

Die asm Agentur für Sozial-Marketing begrüßt **Anita Baumgartner** als neues Mitglied der Geschäftsleitung. Die diplomierte Fundraiserin hat über 20 Jahre Berufserfahrung in der Mittelbeschaffung und übernimmt die Verantwortung für das Stiftungs- und Großspenden-Fundraising. Als ehemalige Delegierte des Internationalen Komitee vom Roten Kreuz (IKRK) und langjährige Mitarbeiterin von Entwicklungsorganisationen kennt sie die gemeinnützige Welt aus erster Hand.

Auszeichnung für „Omas for Future"-Gründerin

Den diesjährigen Katharina-von-Bora-Preis erhält die Leipzigerin **Cordula Weimann**. Die ehemalige Geschäftsfrau hat 2019 die Initiative „Omas for Future" gegründet. Der Preis würdigt herausragendes gemeinnütziges Engagement von Frauen für die Gesellschaft. Er wird von der Stadt Torgau und dem Freistaat Sachsen vergeben, ist mit 3000 Euro dotiert und bezieht sich auf Katharina von Bora, die Ehefrau Martin Luthers.

Führungswechsel beim DDV

Seit dem 1. Mai 2023 ist **Franz Peter Altemeier** neuer Geschäftsführer des Deutschen Dialogmarketing-Verbands (DDV). Er folgt auf Paul Nachtsheim, der die Geschäfte des DDV seit 2005 geführt hatte und den Verband zum 30. April 2023 in beidseitigem Einvernehmen verlassen hat. Franz Peter Altemeier ist juristischer und politischer Profi. Er war vorher untger anderem Geschäftsführer des Deutschen Anwaltvereins und hat für die FDP-Bundestagsfraktion gearbeitet.

Wechsel im Stiftungsvorstand

Um die Fördertätigkeit zu verstärken, hat das Kuratorium der Alfried Krupp von Bohlen und Halbach-Stiftung Dr. **Michaela Muylkens** als Vorstandsmitglied berufen. Am 1. Juli 2023 hat die Wissenschaftsmanagerin und promovierte Historikerin damit die Nachfolge von Heike Catherina Mertens angetreten, die ihr Amt Ende Februar niedergelegt hat. Michaela Muylkens leitete zuletzt die Wissenschaftsplanung und Forschungsförderung des Landes Bremen. Neben beruflichen Stationen wie der Leitung des Bereichs Forschung und Transfer an der Universität Oldenburg war sie auch wissenschaftlich tätig: Mit einem Stipendium der Studienstiftung promovierte sie an der Uni Bonn in mittelalterlicher Geschichte und forschte am Deutschen Historischen Institut in Rom.

Diakonie Deutschland bekommt neuen Präsidenten

Pfarrer **Rüdiger Schuch** wird zum 1. Januar 2024 neuer Präsident der Diakonie Deutschland. Diese Entscheidung hat der Aufsichtsrat des Evangelischen Werks für Diakonie und Entwicklung (EWDE) bereits im Februar dieses Jahres getroffen. Er wird damit Nachfolger von Pfarrer Ulrich Lilie. Der Oberkirchenrat Rüdiger Schuch ist Beauftragter bei Landtag und Landesregierung von Nordrhein-Westfalen und Leiter des Evangelischen Büros NRW in Düsseldorf. Zuvor war er Vorstandsvorsitzender der Evangelischen Perthes-Stiftung e.V. Von 2006 bis 2013 stand er als Superintendent an der Spitze des Evangelischen Kirchenkreises Hamm und gehörte mehreren diakonischen Aufsichtsgremien an. Der 54-jährige Theologe ist verheiratet und hat zwei erwachsene Kinder.

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

gutes-wissen.org

Das gute Job-Portal für die Gute Sache

Gute Jobs für die Gute Sache

Stellenangebote rund ums Non-Profit-Umfeld.
Jobs mit Sinn finden und freie Stellen anbieten.
Dieser Service ist kostenlos.

Mit der Kompetenz vom FUNDRAISING magazin

www.gutes-wissen.org

Kommunikationsprofi übernimmt Fundraising und Pressearbeit

Die Leitung der Unternehmenskommunikation beim Wiener Hilfswerk hat im April 2023 **David Weichselbaum** übernommen. Er verantwortet die Bereiche Public Relations, Marketing, Eventmanagement und Fundraising und ist gleichzeitig Pressesprecher. Diese Aufgabe hatte der studierte Medienmanager zuletzt auch bei der Allianz Österreich inne, wo er interimistisch den Bereich Corporate Communications leitete. Davor war David Weichselbaum als Pressesprecher für die Österreichische Post tätig. Seine berufliche Laufbahn startete er beim Wirtschaftsförderungsinstitut der Wirtschaftskammer (WIFI) Niederösterreich im Marketing- und Produktmanagement, anschließend war er beim Handelsunternehmen ADEG Österreich für die interne Kommunikation zuständig.

Fundraising-Verstärkung für Caritas international

Ingmar Vocke-Neumann, bisher Fundraising Officer an der Uni Basel, verstärkt seit April das Fundraising-Team bei Caritas international in Freiburg und entwickelt dort im Bereich Großspendenfundraising die Betreuung der Middle Donor konzeptionell und strategisch weiter. Er war bereits von 2012 bis 2019 für das Hilfswerk des Deutschen Caritasverbands tätig. Weitere Stationen waren die Stiftung Hilfe mit Plan/Plan International und Greenpeace Deutschland.

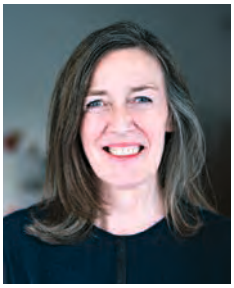
Geschäftsführung der Klaus-Tschira-Stiftung komplett

Die Klaus-Tschira-Stiftung gGmbH hat mit **Rafael Lang** einen neuen Geschäftsführer. Seit Mai 2023 teilt er sich diese Aufgabe mit Lilian Knobel, die bereits seit Herbst 2022 die Geschäfte führt. Damit ist die neue Doppelspitze der Stiftung komplett. Der 44-Jährige ist Professor für Physik und Astronomie an der Purdue University in Indiana/USA und verantwortlich für den Förderbereich Forschung. Er hat in Ulm sowie in Melbourne und Zeuthen studiert.

Präsidentenamt bleibt in Familienhand

Anna Brand ist die neue Präsidentin der Schweizer Stiftung Zerowaterloss, die die Forschung zu innovativem Wassermanagement fördert und vor drei Jahren von der Industriellenfamilie Brand gegründet wurde. In ihrer leitenden Funktion ist Anna Brand für alle Aspekte der Stiftungsarbeit verantwortlich, einschließlich der Forschungszusammenarbeit und der Interessenvertretung großer Teile der Schweizer Bevölkerung, die eine sichere Wasserversorgung brauchen.

Save the Children stellt Kommunikation neu auf



Martina Dase, Leiterin Strategische Kommunikation bei Save the Children, verlässt die Organisation im gegenseitigen Einvernehmen zum 31. August 2023. Sie hatte ihre Arbeit 2016 begonnen und wurde im letzten Jahr für Save the Children international nach Nairobi entsandt. Von 1993 bis 2005 hat sie Reportagen für ARD, arte und 3sat realisiert. Anschließend war sie Kommunikationsdirektorin bei Greenpeace und Marketingvorstand der Welthungerhilfe.

Neues Vorstandsmitglied bei SOS-Kinderdörfer weltweit

Im Vorstand bei SOS-Kinderdörfer weltweit hat es Personalzuwachs gegeben. Seit dem 1. April 2023 ist **Peter Fechner** Vorstandsmitglied. Er wechselte bereits 2016 zu SOS-Kinderdörfer international. Fünf Jahre später wurde er Leiter für Programmentwicklung und Strategie. Davor war er für das BCG Social Impact Practice Network der Boston Consulting Group unter anderem für Projekte in den Bereichen Wirkungsmessung und Fundraising internationaler NGOs verantwortlich.

Haben Sie Neuigkeiten?

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

vanacken Fundraising

Kennen Sie uns schon?

Es gibt viele bunte Vögel da draußen …

Welcher passt zu Ihnen?

Erfolgreiches Fundraising mit System

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

van Acken – mehr als nur eine Agentur.

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

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

100 Tage im neuen Job

Heike Westhofen ist Fundraiserin an der Junior-Uni Ruhr

Die ersten 100 Tage im neuen Job sind oft herausfordernd, spannend oder überraschend … In unserer Serie stellen wir Menschen an ihrem neuen Arbeitsplatz vor.

Nach einem langen Berufsleben als Buchhändlerin und Heilpraktikerin ist Heike Westhofen jetzt ins Fundraising an der Junior-Uni Ruhr in Mühlheim an der Ruhr eingestiegen. Die Kontakte, die sie während ihrer Zeit in der Redaktion einer Wochenzeitung geknüpft hat, und Skills wie Recherchieren, crossmediales Arbeiten, Artikel schreiben und Interviews führen zahlen sich nun auch in ihrem neuen Job aus.

Wer ist Ihre neue Arbeitgeberin?
Seit Anfang des Jahres arbeite ich in Teilzeit für eine Kinder- und Jugenduniversität im Ruhrgebiet, die Junior-Uni Ruhr, in Mülheim an der Ruhr, als Fundraiserin. Im Bewerbungsgespräch sagte ich: „Ich habe keine Ahnung von Fundraising. Aber das kann ja kein Hexenwerk sein, andere Fundraiser haben das auch gelernt. Also probiere ich es." Nach ein paar Monaten Arbeit denke ich, dass ich Recht hatte: Fundraising ist tatsächlich kein Hexenwerk – aber manchmal eine Ochsentour. Der Spruch: „Da stehst du wie ein Ochs vorm Berg!" hat in den letzten Monaten eine lebendige Bedeutung für mich bekommen.

Auch 100 Tage im neuen Job?

Schreiben Sie uns gern und senden Sie uns ein Foto zu. Vielleicht steht Ihr „Job-Porträt" schon im nächsten Heft an dieser Stelle. Schreiben Sie bitte an:
redaktion@fundraising-magazin.de

Welcher Jobtitel steht auf Ihrer neuen Visitenkarte?
Dort steht das Gebiet, für das ich zuständig bin: Fundraising und Verwaltung.

Wie würden Sie einem Kind erklären, was Sie machen?
Da wir als Junior-Uni täglich viele Kinder- und Jugendliche zu Gast haben, hatte ich bereits das Vergnügen, 10- bis 12-jährigen Kindern meinen Job zu erklären: „Ich sorge gemeinsam mit der Geschäftsführerin dafür, dass ihr zu uns kommen könnt, um spannende Kurse zu besuchen. Dafür braucht die Junior-Uni Geld, damit ihr mit Robotern, 3D-Druckern und Kunstmaterial arbeiten könnt. Um das Geld für das alles zu besorgen, führen wir viele Gespräche und stellen Anträge bei Menschen und Organisationen. Manchmal geben sie uns gerne Geld, weil wir Kurse für euch anbieten, die ihnen sehr gefallen. Diese Menschen geben uns das Geld, weil sie in Stiftungen arbeiten, die ein reiches Unternehmen zu wohltätigen Zwecken gegründet hat. Warum verschenken sie das Geld an uns? Das machen sie, weil sie euch und damit der Gesellschaft etwas Gutes tun wollen. Das nennt sich dann „Soziales Engagement". Menschen arbeiten gerne für Unternehmen, die einen Teil ihres Geldes für wohltätige Zwecke spenden – und Kunden kaufen gerne dort ein.

Wie weit ist es bis zur nächsten Kaffeemaschine?
Das sind schon ein paar Schritte. Je nachdem, auf welcher Etage ich mich befinde, ungefähr 25 Meter.

Was braucht mehr Zeit? Das Pendeln zum Arbeitsplatz oder das allmorgendliche Checken der E-Mails?
Ich arbeite oft im Homeoffice, aber sehe zu, dass ich wenigstens einmal wöchentlich vor Ort bin. Dann setze ich mich auf mein E-Bike, radele ein paar Kilometer an der schönen Ruhr entlang und freue mich, dass ich nicht in einer Blechkiste sitzen muss. Das Checken der E-Mails ist nicht so wild, denn die meisten landen im PC der Geschäftsführerin. Sie leitet dann Wichtiges an mich weiter.

Wie hat Ihr neues Team Sie am ersten Arbeitstag begrüßt?
Ich wurde sehr nett begrüßt und vorgestellt bei einem unserer regelmäßigen Team-Meetings. Das ist der einzige Termin, an dem viele vom Team zur selben Zeit am selben Ort sind.

Wo steht Ihr Schreibtisch: im Großraumbüro oder im Grünen?
Mein Schreibtisch in der Junior-Uni Ruhr steht in einem großen, sehr hellen Büro mit vielen Fenstern, das ich meist für mich allein habe, wenn ich dort bin. Mein anderer Arbeitsplatz ist bei mir zu Hause. Ich habe den Vorteil, ein sehr schönes Arbeitszimmer mit einem ergonomischen Arbeitsplatz und allen technischen Voraussetzungen zu haben, in dem ich völlig ungestört arbeiten kann.

Womit haben Sie sich die ersten Tage im Job beschäftigt?

Eine eher nervige Tätigkeit zu Beginn ist die Einrichtung aller PC-Accounts. Da unser PC-System eine XXL-Sicherheits-Software hat, dauerte das eine Weile. Außerdem habe ich mir etliche Passwörter ausgedacht und notiert. Danach habe ich mich durch Schriftwechsel mit Stiftungen, Förderanträge und Formulare gelesen. Als ich einen groben Überblick über alles hatte, habe ich neue Ordner angelegt und mir eine Struktur ausgedacht, wie meine Kolleginnen und ich schnell Unterlagen finden, die wir gerade brauchen – und habe die Dateien im PC neu strukturiert.

Wer oder was hat Sie überrascht?

Überrascht bin ich davon, dass diese Arbeit mir so viel Freude macht! Dachte ich zuerst, dass es öde sein wird, mich mit Anträgen herumzuschlagen und Satzungen zu studieren, komplizierte Anträge zu stellen und dann auf Annahme oder Ablehnung zu warten, finde ich nach ein paar Monaten: Das alles ist vielseitig, spannend und jeder Antrag, jeder Kontakt ist eine Herausforderung! Wenn dann eine Zusage kommt, ist es, als hätte man sein Pferd als Erste ins Ziel gebracht. Es sind immer die Erfolg und die Arbeit des gesamtem Teams und das gefällt mir.

Was lief gut und wo ist noch Luft nach oben?

Vieles läuft schon sehr fein: Die Zusammenarbeit mit der Geschäftsführung ist eng, transparente Kommunikation und Entscheidungen werden schnell getroffen. Dieser Job verlangt hohe Flexibilität und das bedeutet: Was ich gerade auf dem Tisch habe, muss ich beiseitelegen, um Dringenderes sofort zu bearbeiten. Prioritäten müssen immer wieder besprochen und umgesetzt werden. Meine Ideen werden unterstützt und Kreativität ist willkommen. Fundraising-Ziele sind für das Jahr definiert und in der Förderantragslandschaft sind wir bis jetzt erfolgreich. Luft nach oben ist immer und alle im Team hätten sicher gerne mehr Zeit, um alles umzusetzen, was wir so im Kopf haben. Ich denke, so langsam bin ich angekommen in meinem neuen Arbeitsgebiet als Fundraiserin.

▶ https://junioruni.ruhr

Job mit Sinn finden oder Stellen ausschreiben

Zahlreiche Stellenangebote aus NGOs finden Sie in unserem Job-Portal auf

gutes-wissen.org

Haben Sie Stellen zu besetzen? Tragen Sie diese kostenlos ins Job-Portal ein.

Kultur-Marken kommen heim

„KulturInvest!-Kongress“ soll 2024 wieder stattfinden

Die Markenrechte für die Wortmarken Causales, Kulturmarke, Kulturmarken, KulturInvest! sowie Aurica gehen an ihren Erfinder Hans-Conrad Walter zurück. Im Jahr 2022 hatte der Theaterverlag Friedrich Berlin nach der Insolvenz der Agentur Causales die Markenrechte erworben und damit bewahrt, ohne eine Rechtsnachfolge anzutreten.

Im Jahr 2024 plant der Kulturmanager Hans-Conrad Walter als alleiniger Markeninhaber, den Kulturkongress wieder jährlich in Eigenregie mit namhaften Juroren, Referenten und Fördereren zu realisieren und wird damit weiterhin Trends im europäischen Kulturmarkt aufzeigen sowie die dynamischsten Kulturprojekte, die engagiertesten Kulturmanagerinnen und ihre Förderinnen auszeichnen.

Walter hatte die gleichnamige Initiative Kulturmarken im Jahr 2003 mit dem Ziel gegründet, Kulturprojekte und deren Markenpflege in Zusammenarbeit mit Sponsoren sichtbarer zu machen, und bis zum Jahr 2021 veranstaltet.

▶ https://kulturmarken.de

ENDLICH!

Alle relevanten Fundraising-Jobs in einer E-Mail zusammengefasst, regelmäßig in Deinen Posteingang.

Trag Dich jetzt in meinen E-Mail-Verteiler ein:

www.januekermann.com

Kurzgefasst …

CiviCRM-Community trifft sich in Leipzig

Bereits rund 900 deutschsprachige NPOs setzen in der Kontakt- und Spendenverwaltung auf CiviCRM und damit auf Open Source und volle Datenkontrolle. Statt eines Herstellers steht hinter der Software eine aktive Community, die das Tool weiterentwickelt. Erleben lässt sich das auf dem CiviCamp am 11. September in Leipzig. Die ganztägige Veranstaltung bietet Input und Austausch für Anwender und Entwickler.

▶ software-fuer-engagierte.de/civicamp2023

Heiliger Bimbam!

Kloster Eberbach und die gleichnamige Stiftung haben viel zu erzählen. Deshalb gibt es nun auch eine Podcast-Reihe aus dem europäischen Kulturdenkmal im Rheingau. Das neue Format, das zukünftig einmal im Monat mit außergewöhnlichen Einblicken und Geschichten aus Kloster Eberbach veröffentlicht wird, trägt den Titel „Heiliger Bimbam!“.

▶ https://kloster-eberbach.de

Tafeln entwickeln eco-Plattform

Die über 960 Tafeln in Deutschland unterstützen aktuell etwa 2 Millionen armutsbetroffene Menschen. Durch digitale Lösungen eröffnen sich neue Möglichkeiten, diesen Einsatz noch nachhaltiger und effizienter zu gestalten. Im Rahmen des Innovationsprojektes „Tafel macht Zukunft – gemeinsam digital“ wurde mit der eco-Plattform eine webbasierte Software zur Organisation der Spendenprozesse erfolgreich an den Start gebracht.

▶ www.tafel.de

Prix Caritas geht in die Ukraine

Der 20. Prix Caritas geht an die Ökonomin und Theologin Tetiana Stawnychy, Präsidentin der Caritas Ukraine. Unter ihrer Führung startete die Nothilfe der Caritas unter schwierigsten Umständen, bereits über 2,2 Millionen Menschen wurden inzwischen erreicht. Die Preissumme von 20 000 Franken kommt einem Projekt der Caritas Ukraine zugute.

▶ www.caritas.ch/prixcaritas

Gigantisches Schweinebaby

Mit einem bewegenden Riesenplakat machte die Tierschutzorganisation PETA in Berlin auf Tierleid aufmerksam. Vom 15. bis zum 30. Juni war das über 250 Quadratmeter große Motiv in Berlin-Friedrichshain zu sehen. Die klare Botschaft: Tiere sind empfindungsfähige Individuen und wollen nicht getötet werden.

▶ PETA.de/Themen/Fleisch

Mehr Medienkompetenz bitte!

Digitaler Graben in der Gesellschaft – und was dagegen hilft

Die einen nutzen das Internet und digitale Technologien in Alltag und Beruf selbstverständlich, die anderen kommen bei der Entwicklung nicht mehr mit: Eine Mehrheit der Deutschen (60 Prozent) sieht das Land digital gespalten. Die Hälfte der Menschen (51 Prozent) hat zudem Angst, der technischen Entwicklung nicht folgen zu können.

Das sind die zentralen Ergebnisse einer repräsentativen Studie im Auftrag der Initiative „Digital für alle" anlässlich des vierten bundesweiten Digitaltags, der im Juni stattfand. Befragt wurden 1002 Personen in Deutschland ab 16 Jahren.

Allerdings ist der Großteil der Befragten überzeugt: Wer sich nicht gut mit digitalen Geräten und Anwendungen auskennt, habe es im Alltag zunehmend schwer (85 %). Gleichwohl ist die Einstellung gegenüber der Digitalisierung grundsätzlich positiv: 84 Prozent der Deutschen sehen sie als Chance – und nur 12 Prozent als Gefahr. Beim Tempo der Digitalisierung in Wirtschaft und Gesellschaft ist die Bevölkerung demnach gespalten: Drei von fünf (60 %) geht es mit der Digitalisierung in Deutschland zu langsam. Für 23 Prozent ist das Tempo genau richtig, aber für jede und jeden Sechsten (16 Prozent) zu schnell.

Entsprechend groß ist der Wunsch nach der Förderung digitaler Kompetenzen: 86 Prozent wollen, dass Medienkompetenzen gefördert werden, sodass alle Menschen Medien sicher nutzen und Inhalte kritisch einordnen können. 65 Prozent fordern mehr Unterstützungsangebote, wie etwa Begleitpersonen, die Bürgerinnen und Bürgern bei Digitalthemen helfen. 61 Prozent fordern ein größeres Angebot an kostenlosen Schulungen und Weiterbildungen.

Hinter dem Digitaltag steht die Initiative „Digital für alle" – ein breites Bündnis von 28 Organisationen aus Zivilgesellschaft, Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft, Wohlfahrt und öffentlicher Hand. Das gemeinsame Ziel der Initiative ist es, digitale Teilhabe in Deutschland zu fördern.

▶ https://digitaltag.eu

INTERNATIONAL

innovairre™
We Help People Who Help People

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

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

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

ÖSTERREICH

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

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

Ich freue mich auf Sie!

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

BPA
BUSINESS PROCESS AUTOMATION
IHR PROFESSIONELLER PARTNER FÜR SPENDEN- & MITGLIEDERORGANISATIONEN

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

werden Ihre Anforderungen effizient abgedeckt.

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

20 Jahre
Den Spender im Herzen.

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

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

30 Jahre
Den Spender im Herzen.

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

Dieses erfahrene Team steht Ihnen mit Freude zur Seite.

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

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

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

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

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

DEUTSCHLAND PLZ 0

Mit unserem Know-how finden auch Sie Menschen, die Ihr Anliegen unterstützen.

€ SPENDENAGENTUR

Spendenagentur
Fundraising | Marketing | Public Relations
Die Spendenagentur hilft bei der Gründung der Organisation und dem Aufbau des Fundraisings, unterstützt Sie bei der konzeptionellen Arbeit, bildet Ihr Personal oder Ihre ehrenamtlichen Fundraiser weiter und spart Ihnen Zeit bei vielen praktischen Fragen. Vereinbaren Sie einfach ein kostenfreies Beratungsgespräch.

Altlockwitz 19 · 01257 Dresden
Telefon: +49 (0)351 87627-60
kontakt@spendenagentur.de | spendenagentur.de

MediaVista KG

Sprechen Sie Klartext!
Treffen Sie den richtigen Ton!
Damit Ihre Spender und Sponsoren Sie immer richtig verstehen.
Wir unterstützen Sie dabei.
www.mediavista.de

MediaVista KG
Agentur für Medien, Public Relations & Werbung
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Spendenbriefe richtig schreiben
- Sponsoren erfolgreich ansprechen
- Corporate Design
- Entwicklung Ihres Leitbildes
- Ganzheitliche Kommunikation
- Zeitschriften, Newsletter, Internet

Damit Ihre Spender und Sponsoren Sie richtig verstehen.

Altlockwitz 19 · 01257 Dresden
Telefon: +49 (0)351 87627-10
kontakt@mediavista.de | www.mediavista.de

DEUTSCHLAND PLZ 1

Amender GmbH
Amender begleitet und berät Organisationen auf dem Weg zu innovativen Organisations- und Softwarelösungen. Wir bieten:
- Standortbestimmungen zu Softwarelösungen, Arbeitsprozessen, Kollaboration und Datenschutz
- Anforderungserhebung
- Projektbegleitungen
- Change Management-Coaching
- Strategie- und Teamentwicklung
- Weiterbildungen

Leipziger Platz 16 · 10117 Berlin
Telefon: +49 (0)30 16636493
info@amender.de | www@amender.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

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

LuckyShot GmbH
Vereinssoftware! Endlich einfache Vereinsverwaltung.
Vereinssoftware ist mehr als Tabellenkalkulation! Hier findest du viele Funktionen in einem tollen Design – damit Vereinsverwaltung Spaß macht!
Schönhauser Allee 163 · 10435 Berlin
Telefon: +49 (0)30 403639730
support@campai.com | https://campai.com

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

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

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

Hirzerweg 157 · 12107 Berlin
Telefon: +49 (0)30 70782840
info@akb-fundraising.net | www.akb-fundraising.net

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

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

Joachimsthaler Straße14 · 10719 Berlin
partner@spendino.de | www.spendino.de

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

Holzkamp 24 · 25524 Itzehoe
Telefon: +49 (0)4821 9502-0
info@stehli.de | www.stehli.de

neolo fundraising GmbH
Effektives Geldauflagen-Marketing: Wir halten die Kosten niedrig und erhöhen damit Ihren Ertrag. Wir bieten Full-Service vom Mailing über die Verwaltung bis zu Bindungsmaßnahmen und der Evaluation Ihrer Geldauflagen.
Profitieren Sie auch von einer passgenauen Fundraising-Strategie und unserer jahrelangen Erfahrung in der Antragstellung.

Burgstraße 3 a · 29342 Wienhausen
Telefon: +49 (0)5082 2193280
mail@neolo.de | www.neolo.de

DEUTSCHLAND PLZ 3

adfinitas
Auf der Suche nach neuen Spendern?
Auf der Suche nach neuen Spendern?
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

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

Cloud und Rüben gGmbH
Wir unterstützen Sie dabei, Ihre Entscheidung für ein Fundraising-Datenbank-System auf einem soliden Fundament treffen zu können.
Für alle, die:
- mittelfristig ein System anschaffen möchten und sich schon mal gut aufstellen möchten,
- vor der Aufgabe stehen, erstmalig eins auszuwählen oder
- die von einem auf ein anderes System wechseln möchten.

Lewerentzstraße 104 · 47798 Krefeld
Telefon: +49 (0)2151 6035858
bhatti@cloud-und-rueben.org
www.cloud-und-rueben.org

van Acken Fundraising GmbH
Dienstleistung im Fundraising seit 1975
Wir bieten:
- Strategie (Markforschung, Konzeptentwicklung, Adressauswahl, Erfolgskontrolle)
- Projektmanagement (Beratung, Koordination, Terminplanung, Etatüberwachung)
- Produktion (Druck, Personalisierung, Lettershop, Postversand)
- Print- und Außenwerbung
- Direktkommunikation (Mailings, Beilagen, telefonische Spenderbetreuung)
- Markenbildung
- Internet (Online-Marketing, Social Media)

Magdeburger Straße 5 · 47800 Krefeld
Telefon: +49 (0)2151 4400-0
info@van-acken.de | www.van-acken.de

GOB Software & Systeme
GOB ist weltweit einer der größten Microsoft Partner im Non-Profit-Sektor und Marktführer von Fundraising-Software in Deutschland. Mit über 300 Mitarbeitern unterstützen wir Sie mit ausgezeichnetem Beratungs-Know-how und Support bei der erfolgreichen Implementierung Ihres Software-Projektes.

Europark Fichtenhain A 5 · 47807 Krefeld
Telefon: +49 (0)2151 349-3000
info@gob.de | www.gob.de

HP-FundConsult – Brücke zwischen Profit und Non-Profit
Partner und Bindeglied zwischen gemeinnützigen Organisationen, Wirtschaftsunternehmen und Privatpersonen
Kompetenter Partner bei Fundraising- und CSR-Prozessen für Non-Profit- und Profit-Kunden. Beratung bei Entwicklung, Aufbau und Umsetzung von nachhaltigem Fundraising und gesellschaftlichem Engagement. Integration in unternehmerisches Kerngeschäft. Verbindung von Wert und Werten. Lösung von Zielkonflikten zwischen Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft.

Rothenburg 41 · 48143 Münster
Telefon: +49 (0)251 48435-70
info@hp-fundconsult.de | www.hp-fundconsult.de

DEUTSCHLAND PLZ 5

Spring Global Delivery Solutions
G3 Worldwide Mail (Germany) GmbH
Flexibel, individuell, kosteneffizient: Spring Global Delivery Solutions ist die 100-prozentige Tochter der PostNL Group, in über 190 Ländern aktiv und unterhält 13 Landesniederlassungen auf drei Kontinenten. Ihr Versanddienstleister für
- Geschäftspost
- Direktmarketing
- Dialogbrief
- International / National

We listen. We inspire. We deliver.

Lise-Meitner-Straße 9 · 50259 Pulheim
Telefon: +49 (0)2234 4345-519
kam-germany@spring-gds.com
www.spring-gds.com/de

fundango GmbH
Preisgekröntes Fundraising aus Köln: fundango unterstützt Sie nach allen Regeln der Kunst. Ob Gewinnung oder Bindung, Upgrading oder Großspenden: Im Full Service konzipieren und realisieren wir sowohl Einzelmaßnahmen als auch Kampagnen, die Spenderinnen und Spender nachhaltig überzeugen – kreativ, authentisch, verlässlich und vor allem erfolgreich!

Breite Straße 101 · 50667 Köln
Telefon: +49 (0)221 67784590
info@fundango.de | www.fundango.de

steinrücke+ich gmbh
Kommunikation und Fundraising für soziale Anliegen
Entwicklung und Umsetzung von Fundraisingkampagnen und -maßnahmen | Gewinnung von Neu- oder Dauerspenden | Reaktivierung von Inaktiven | Testamentsspenden | Aktivierung Ehrenamtlicher | Konzept, Text, Grafik und Produktion von Materialien | Internetauftritt, Newsletter, Social-Media | Events | Sponsoren und Unternehmenskooperationen | Pressearbeit

Bismarckstraße 12 · 50672 Köln
Telefon: +49 (0)221 569656-00
info@steinrueckeundich.de
www.steinrueckeundich.de

Fundraising Profile GmbH & Co. KG
Mit Mailings Menschen berühren und zum Spenden bewegen. Das ist unsere Leidenschaft.
Ihr Fundraising profitiert von
- kreativen und glaubwürdigen Konzepten
- klugen Köpfen
- zuverlässiger Produktion
- vielen Jahren Erfahrung

Mit maßgeschneiderten Mailings gewinnen, binden und reaktivieren wir erfolgreich Ihre Spenderinnen und Spender und unterstützen Sie professionell im Erbschafts- und Stiftungsmarketing.

Alpenerstraße 16 · 50825 Köln
Telefon: +49 (0)221 484908-0
welcome@fundraising-profile.de
www.fundraising-profile.de

Christian Gahrmann Philanthropy Consulting
Strategische Fundraising-Beratung
Experte für strategisches Fundraising und passionierter Geschichtenerzähler. Wir bringen Ihre Spenden nach oben. Für große & kleine Organisationen.
- Fundraising-Strategie
- Storytelling/Texten
- Externer Fundraiser auf Honorarbasis
- Mailings
- (EU-)Fördermittel-Akquise
- Spenden-Kampagnen
- Online Fundraising
- Seminare/Vorträge

Bismarckstraße 12 · 50996 Köln
Telefon: +49 (0)221 27644161
christian.gahrmann@web.de
www.christian-gahrmann.de

ifunds germany GmbH
Wir von ifunds sind Spezialisten für Daten im Fundraising. Wir vertreiben CRM- & Fundraisingsoftware, bieten Datenservices und Beratungsleistungen. Auch die systematische Aufbereitung und aussagekräftige Darstellung von Daten im Fundraising, gehört zu unserem Portfolio. Unsere Produkte sind ifunds engage und analyse-it.

ifunds engage
Basierend auf Microsoft Dynamics 365 bietet die moderne CRM- & Fundraising-Cloud-Applikation ifunds engage eine webbasierte, flexible und standardisierte Lösung für Non-Profit-Organisationen aller Größen.

analyse-it
Ein modernes und leistungsfähiges BI-Werkzeug, das Ihre Organisations- und Fundraisingdaten Ihren individuellen Anforderungen entsprechend übersichtlich und strukturiert darstellt.

Schanzenstraße 35 · 51063 Köln
Telefon: +49 (0)221 6699520
info@ifunds-germany.de | www.ifunds-germany.de

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

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
kontakt@gruen.net | www.gruen.net

GRÜN alpha GmbH
Fundraising / Kommunikation
GRÜN alpha ist die Fullservice-Agentur für Fundraising und Kommunikation. Wir sind Teil der GRÜN-Gruppe, bundesweit im Einsatz und arbeiten für viele NGOs, Stiftungen, Vereine und Verbände. Schwerpunkte sind strategische Beratung, Gewinnung und Bindung von Spendern, Online-Spendenverwaltung sowie alles rund ums klassische und digitale Fundraising.

Pascalstraße 6 · 52076 Aachen
Telefon: +49 (0)241 9278830
kontakt@gruenalpha.net
www.gruenalpha.net

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

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

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

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

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

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

fundraising strategen
Strategien und Stories für mehr Spenden
Wir finden für Sie Wege zu neuen Fans, Freunden und Partnern. Gemeinsam machen wir Ihren Herzschlag für Menschen spürbar und heben Ihre Fundraising-Potenziale.
Unsere Potenzialzünder:
- Fundraising- & Kommunikationsberatung
- Positionierung, Storytelling, Spendergewinnung
- Konzeption und Umsetzung von Kampagnen
- Workshops, Trainings, Coaching

Lars Flottmann
Fundraising Manager & Betriebswirt
Geberstraße 38a · 53797 Lohmar
Telefon: +49 (0)2246 9049668
info@fundraising-strategen.de
www.fundraising-strategen.de

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.

Lilistraße 83 E | Haus 12 · 63067 Offenbach am Main
Telefon: +49 (0)6182 77287-0
vertrieb@enterbrain.eu | www.enterbrain.gmbh

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

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

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

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

combit Software GmbH
Mit combit CRM erhalten Non-Profits ein zentrales System für Prozesse und Administration. Verzichten Sie auf Insellösungen und Excel-Tabellen.
Das erwartet Sie:
- Adress- & Kontaktmanagement
- Dokumentenverwaltung
- Fundraising & Spendenverwaltung
- Auswertungen & Statistiken
- Kampagnen jeglicher Art
- Seminar- & Eventorganisation u.v.m

Bücklestraße 3–5 · 78467 Konstanz
Telefon: +49 (0)7531 906010
service@combit.net | www.combit.net/crm-software

Uekermann Fundraising & Communication
Jan Uekermann ist Berater für Fundraising und Kommunikation. Als Trainer, Coach, Sparringpartner, Speaker unterstützt er Vereine, Stiftungen u. a. Organisationen sowie Einzelpersonen, nächste Erfolgsstufen zu erklimmen. Schwerpunkte: Fundraising-Strategie, -Aufbau, -Implementation, Großspenden-Fundraising, Digital, Philanthropie, Leadership.

Lange Straße 18 · 76467 Bietigheim
Telefon: +49 (0)7245 8020145
mail@januekermann.com | www.januekermann.com

fides Druck & Medien GmbH
Nachhaltige & günstige Werbemittel
Unsere Mitarbeiter von 19 bis 76 Jahren mit und ohne Handicap stellen nachhaltige, emotionale und günstige Werbemittel aus Karton her. Wir sind ein klimaneutrales Unternehmen, da wir ohne Heizung sind und den Strom selbst erzeugen. Fordern Sie unsere Mustermappe an. Oder wir entwickeln gemeinsam mit Ihnen das passende Produkt für Ihre Zielgruppe!

Nachtweide 3 · 77743 Neuried
Telefon: +49 (0)7807 957999-22
info@fides-druck.de | www.fides-druck.de

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

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

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 begleitet und berät Organisationen auf dem Weg zu innovativen Organisations- und Softwarelösungen. Wir bieten:
- Standortbestimmungen zu Softwarelösungen, Arbeitsprozessen, Kollaboration und Datenschutz
- Anforderungserhebung
- Projektbegleitungen
- Change Management-Coaching
- Strategie- und Teamentwicklung
- Weiterbildungen

Rathausgasse 8 · 5000 Aarau
Telefon: +41 (0)62 5614222
info@amender.ch | https://www.amender.ch

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

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

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

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

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

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

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

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

Hertistrasse 2c · 8304 Wallisellen
Telefon: +41 (0)44 5522929
info@ant-informatik.ch | www.ant-informatik.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 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

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

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

gutes-wissen.org

Profis für die Gute Sache: der große Überblick

Im Dienstleistungs-Verzeichnis finden sich Unternehmen, die Non-Profits gern mit Rat und Tat zur Seite stehen, z. B. in Beratung, Druckerei, Software, Lettershop, Kommunikation, Kreation, Face-to-Face- und Telefon-Fundraising sowie Recht, Steuern und Fördermittel.

Die Recherche ist kostenlos.

Mit der Kompetenz vom FUNDRAISING magazin

www.gutes-wissen.org

Jetzt spenden – später zahlen

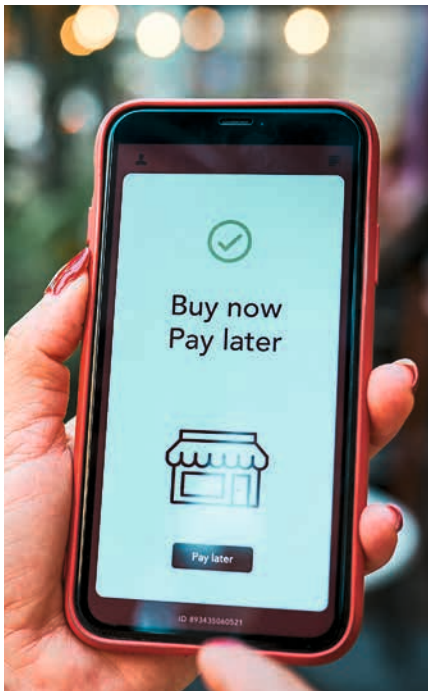
Spannendes Fundraising-Tool oder Schuldenfalle?

Es gibt ein neues Spenden-Tool im US-amerikanischen Fundraising: Donate now, pay later (DNPL). Angelehnt an E-Commerce bietet es nun auch Menschen, die Geld spenden, das „Zahlen auf Pump". Welche Vor- und Nachteile hat das und ist es überhaupt sinnvoll, Spenden in Raten abzustottern?

Von KARIN SOMMER

Derzeit gibt es zwei US-amerikanische Unternehmen, über die Organisationen „Donate now, pay later" in ihre Online-Formulare integrieren können. Wie funktioniert's? Bei den Anbietern (Givzey und BGenerous) befindet sich ein eigener Button, über den man auf das Donate-now,-pay-later-Formular kommt. Hier können Spendende dann den Spendenbetrag in drei, sechs oder neun Raten stückeln. Die Organisation erhält den Gesamtbetrag sofort. Das geht über eine Bank, die einen zinslosen Kredit für die Spendensumme gibt. Sie übernimmt auch das Ausfallrisiko. Falls eine Rate nicht gezahlt wird, wird nicht gemahnt. Einer der beiden Anbieter beschäftigt angeblich (ganz sicher lässt sich das nicht recherchieren und meine Anfragen für diesen Artikel blieben leider unbeantwortet) selbst Fundraiserinnen und Fundraiser, die bei Nichtzahlung bei den Spendenden nachtelefonieren.

Für die Spenderinnen und Spender ist das alles kostenfrei. BGenerous behält eine Gebühr zwischen 8,25 und 15 Prozent der Spende ein, bei Givzey muss von der Organisation ein Mitgliedsbeitrag entrichtet werden.



Gleiches Potenzial wie im E-Commerce?

Zumindest was den US-amerikanischen Markt betrifft, hat sich das Buy now, pay later-Modell (BNPL) im E-Commerce durchgesetzt. 28 Prozent der US-Amerikaner haben einen solchen Kredit. Ratenkauf ist aber auch in Europa auf dem Vormarsch, spätestens seit der enormen Teuerung 2022. Dem gesamten Sektor wird global ein hohes Wachstum vorhergesagt. Doch wer sind die Leute, die gerne später zahlen?

Laut vielen Studien zum Thema BNPL sind es vor allem Angehörige der Generationen GenY und GenZ, die diese Zahlungsart verwenden. Sie machen bis zu 70 Prozent der BNPL-Nutzenden aus. Das liegt vermutlich daran, dass diese jüngeren Gruppen mehr Probleme dabei haben, ihr Leben zu finanzieren.

Unterm Strich stehen die Chancen also gar nicht schlecht, dass Spenderinnen und Spender dieses Modell annehmen und nutzen. Obendrein haben viele Organisationen Schwierigkeiten damit, junge Zielgruppen zu erreichen und zum Spenden zu motivieren – vielleicht bietet Donate now, pay later hier Potenzial?

DNPL aus der Fundraising-Perspektive

Spenden hat immer mit Emotionen zu tun und die sind bekanntermaßen spontan und akut. Angenommen, jemand liest eine Erfolgsmeldung einer NPO und ist daraufhin so begeistert und motiviert, dass er die Arbeit unterstützen möchte. Doch es ist Ende des Monats und auf dem Konto herrscht gähnende Leere. Die Person wird vielleicht per Kreditkarte spenden – oder es bis zur nächsten Gehaltszahlung aufschieben und dann doch wieder vergessen. Letzteres könnte durch DNPL verhindert werden, da die Spendenden in ihren Emotionen abgeholt und ihnen unabhängig vom Kontostand eine Möglichkeit geboten wird.

Höhere Spendenbeträge möglich

Außerdem – damit werben auch beide anbietenden Unternehmen – fördert DNPL höhere Spendenbeträge. Das ist der gleiche Effekt wie bei regelmäßigen Spenden, die auf monatliche Beträge aufgeteilt werden: Viele kleine Spenden sind einfacher zu stemmen als eine große. Laut dieser Quelle betrug die Durchschnittsspende in den USA im Jahr 2022 128 Dollar, wohingegen die durchschnittliche Spende über DNPL 470 Dollar beträgt. Ob dieser große Unterschied

US-Fundraising-Trends

Die Association of Fundraising Professionals (AFP) lud im April zur AFP ICON-Konferenz nach New Orleans ein. Impressionen von der Konferenz und vom amerikanischen Fundraising-Markt lesen Sie auf Seite 89 dieser Ausgabe.

tatsächlich damit zusammenhängt, dass die Spende in Raten gezahlt wird, oder ob es dafür auch andere Gründe gibt, weiß ich nicht. Aber immerhin sind 470 Dollar ein imposanter Wert.

Notfälle und Aktionen profitieren

In sehr dringenden Fällen wie der Katastrophenhilfe könnte DNPL eine hilfreiche Sache sein. Da die Organisation sofort den vollen Betrag erhält, kann das Geld gleich im Hilfsprojekt eingesetzt werden. Auch bei Spendenaktionen könnte DNPL gut zum Einsatz kommen. Eine Gift-Matching-Kampagne könnte dadurch erfolgreicher sein, weil Einzelpersonen höhere Beträge spenden und dadurch auch die Unternehmen mehr geben.

Junge Spendende gewinnen

Die junge Generation ist mit Abo-Modellen wie Netflix und Co. groß geworden. Sie haben tendenziell weniger Vorbehalte dagegen und nutzen Buy now, pay later sehr häufig. Donate now, pay later könnte dieser Zielgruppe also genau in die Hände spielen, da sie das Modell der Ratenzahlung von Einkäufen kennen und oft nicht in der Lage sind, größere Beträge auf einmal zu geben.

Rate oder regelmäßige Spende

Im Grunde ist DNPL wie eine regelmäßige Spende mit fixem Enddatum. Das ist sicherlich für viele Spendenden ein Argument pro Ratenzahlung. Außerdem erhält die Organisation den Gesamtbetrag sofort, was ebenfalls ein Vorteil gegenüber dem Dauerauftrag ist. Allerdings laufen viele regelmäßige Spenden über einen längeren Zeitraum. Nach mehreren Jahren kommt so eine wesentlich größere Summe zusammen.

Die moralische Seite der Medaille

Donate now, pay later ist sicherlich eine interessante Ergänzung zum bestehenden Fundraising-Werkzeugkasten der Organisationen und kann auf unterschiedliche Weise strategisch genutzt werden. Doch es bleibt auch ein Modell, das auf Schulden basiert. Da es besonders von jüngeren Generationen angenommen wird, die ohnehin keine großen Reserven auf der Bank haben, geht mit DNPL auch ein finanzielles Risiko einher.

Menschen könnten dazu verleitet werden, mehr zu spenden, als sie sich eigentlich leisten können. Zusammen mit Kreditkarten und Ratenkäufen ist der Überblick schnell verloren. Wenn dann die Miete nicht mehr gezahlt werden kann, weil Handyrechnung, Ikea-Rate und Spenden-Rate schon vom Konto abgezogen wurden, geraten junge Menschen schnell in Probleme. Spenden könnte damit im Nachhinein zu einer negativen Erfahrung werden und von weiteren, zukünftigen Spenden abhalten.

Schulden-Risiko wie Kreditkarte

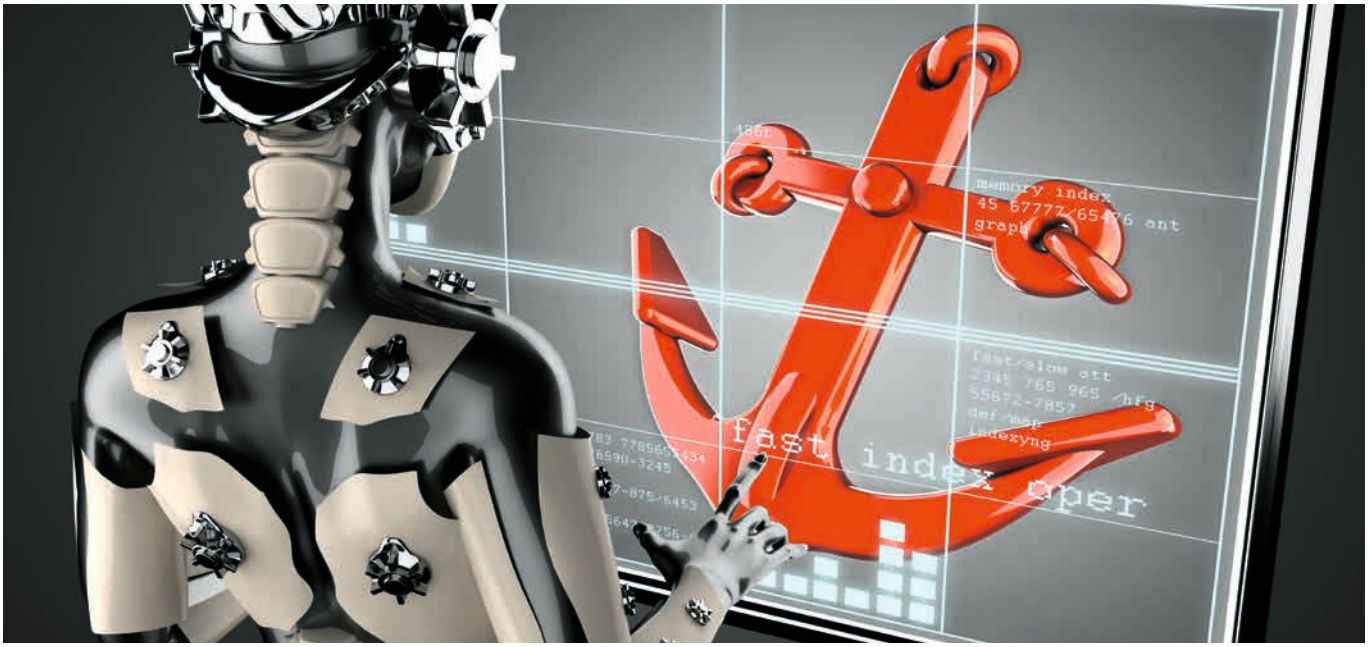
Trotzdem halte ich das Risiko bei einer Spende auf Raten für überschaubar. Es ist immerhin ein fixer Betrag mit fixen Raten und kein offenes Abo, das erst gekündigt werden muss. Vermutlich stellt Donate now, pay later ein ähnliches Risiko dar, in die Schuldenfalle zu tappen, wie eine Kreditkarte.

Unterm Strich ...

... ist Donate now, pay later eine Spende auf Raten, wie eine regelmäßige Spende, bloß mit einem Enddatum. Im Hinblick darauf, dass die Organisation den Gesamtbetrag sofort bekommt, hat das neue Modell aus den USA die Nase vorn. Außerdem senkt es die Hürde, eine Spende zu geben, sofern nicht viel Geld vorhanden ist. DNPL könnte eine weitere Option im Zahlungsarten-Mix beim Spenden werden.

Vor allem im Hinblick auf die gestiegenen Lebenshaltungskosten könnte das Modell in den USA erfolgreich sein. Ob es auch nach Europa kommt, steht derzeit noch in den Sternen. Hier gibt es jedenfalls strengere Regularien für Konsumkredite.

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



Ankerwerte mit Hilfe von KI

Was Künstliche Intelligenz im Fundraising aktuell schon leistet

Im Fundraising spielen ethische Grundsätze und Ankerwerte eine entscheidende Rolle, um das Vertrauen von Spendenden zu gewinnen und langfristige Beziehungen aufzubauen. Die fortschreitende Entwicklung von Künstlicher Intelligenz (KI) eröffnet neue Möglichkeiten, diese Werte in den Einsatz von Technologien zu integrieren.

Von JIRKA WIRTH

Künstliche Intelligenz kann eine wichtige Rolle bei der Gewährleistung von Transparenz spielen. Mithilfe von KI-gestützten Chatbots oder KI-integrierten E-Mail-Programmen können individuelle Anfragen von Spendern detaillierter, präziser und schneller, zum Beispiel über die Mittelverwendung, beantwortet werden. Ein Beispiel für eine solche Anwendung ist der Chatbot von *www.yuma.ai*, der bereits heute automatisierte Antworten auf Basis hinterlegter Informationen (z. B. des Jahresberichts) generiert und den Spendenservice effizienter machen kann.

Integrität und Ethik

KI kann dazu beitragen, Betrug und Missbrauch zu bekämpfen, indem sie automatisierte Systeme zur Erkennung potenziell betrügerischer Aktivitäten implementiert. Dies findet bereits Anwendung, beispielsweise bei der Prüfung von Kreditkarten-Transaktionen. KI kann auch helfen, ethische Richtlinien einzuhalten, indem sie Firmenprüfungen und Bewertungen basierend auf internen Richtlinien und öffentlich zugänglichen Informationen durchführt.

Verantwortungsvolle Mittelverwendung

Die Stärke von KI liegt in der Analyse großer Datenmengen, wie sie im Massen-Fundraising anfallen. KI kann diese Daten anhand vordefinierter Kriterien analysieren und Empfehlungen für eine effizientere Mittelverwendung geben. Bereits heute finden sich KI-basierte Anwendungen z.B. in Salesforce (*www.salesforce.com/de/products/einstein/features*) und Microsoft PowerBI (*www.learn.microsoft.com/en-us/power-bi/create-reports/service-insights*), die diese Funktionalität bieten. Die Qualität der bereitgestellten Daten ist, wie generell bei KI-Anwendungen, von essenzieller Bedeutung.

Spenderbindung

Durch die Analyse von Spendendaten können KI-Algorithmen Vorlieben und Interessen der Spender erkennen und individuelle Botschaften generieren, die im Einklang mit den Werten der Organisation und den einzigartigen Bedürfnissen der Spender stehen. Das fördert die Bindung und den Aufbau langfristiger Beziehungen. Heutige Marketing-Automation-Anwendungen wie Salesforce-Marketing-Cloud oder Apteco ermöglichen bereits eine personalisierte Kommunikation auf Basis von Spendersegmenten.

Künftig könnten KI-Systeme individuelle Spender-Journeys entwickeln und damit die Bindung noch weiter stärken.

Spenderzufriedenheit

KI kann auch dazu beitragen, das Spendenverhalten vorherzusagen, indem sie Trends und Muster im Verhalten von (potenziellen) Spendern erkennt. Dies ermöglicht eine bessere Ansprache (z. B. mit dem richtigen Spendenbetrag) und eine daraus resultierende höhere Zufriedenheit der Spender. Technologien wie FundraiseUP nutzen bereits KI, um anhand von Datenpunkten im Spendenformular den idealen Betrag für jeden Besucher anzuzeigen.

Ethiküberprüfung von KI-Systemen

Es ist von entscheidender Bedeutung, dass Fundraising-Organisationen sicherstellen, dass die eingesetzten KI-Systeme ethischen Standards entsprechen. Eine kontinuierliche Ethiküberprüfung der Algorithmen ist erforderlich, um zu garantieren, dass sie nicht voreingenommen oder diskriminierend sind. Zudem müssen Datenschutzrichtlinien beachtet werden, um die angemessene Sicherheit und den Schutz persönlicher Daten zu gewährleisten.

Die Integration der Ankerwerte des Fundraisings in KI-Anwendungen bietet also enorme Chancen, ethische Grundsätze zu stärken, Vertrauen aufzubauen und die Effektivität des Fundraisings zu verbessern. Transparenz, Integrität, verantwortungsvolle Mittelverwendung, individualisierte Kommunikation und die Vorhersage von Spendenverhalten sind einige der Bereiche, in denen KI das Fundraising unterstützen kann. Fundraising-Organisationen sollten jedoch darauf achten, dass eine kontinuierliche Ethiküberprüfung durchgeführt wird, um zu gewährleisten, dass die eingesetzten KI-Systeme den ethischen Standards entsprechen. Durch eine bewusste und verantwortungsvolle Nutzung von KI können Fundraising-Organisationen ihre Ziele effektiver erreichen und gleichzeitig ihr Wertesystem stärken.

Jirka Wirth arbeitet seit 2003 in verschiedenen Rollen im Fundraising-Bereich (u. a. bei Ärzte ohne Grenzen). Er ist starker Befürworter von datengestützten Entscheidungen. Als Fundraising Consultant unterstützt er nationale und internationale Organisationen bei der Entwicklung von Fundraising-Strategien, der Optimierung ihrer bestehenden Fundraising-Programme sowie der Erneuerung ihrer Fundraising-Systeme (u. a. CRM, Marketing-Automation, Online-Spenden). Er hat ein Zertifikat als Fundraising-Manager der Deutschen Fundraising-Akademie und als Coach/Mentor (EMCC Global Individual Accreditation).
▶ www.jirkawirth.com

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

Datenanalysen im Nachlass-Fundraising

Warum es sinnvoll ist, in Ressourcen für datenbasiertes Fundraising zu investieren

Testamentsspenderinnen und -spender sind eine Blackbox? Nicht zwangsläufig. Mit gezielten Analysen gelingt es, mehr über sie zu erfahren, sie zu identifizieren und zielgenau anzusprechen.

Von NADINE SHALALA

Über die Motive des gemeinnützigen Vererbens gibt es inzwischen viele Erkenntnisse. Wer sind jedoch die Personen, die bereit sind, meine Organisation in ihrem Nachlass zu bedenken? Eine systematische Auswertung von Informationen kann Antworten auf diese Frage geben. Allgemein zugängliche statistische Daten zu Todesfällen, Kinderlosigkeit und testamentarischen Verfügungen können, angewendet auf die eigene Spenderdatenbank, zunächst Auskunft über die Potenziale in der eigenen Organisation geben.

Muster und Potenziale erkennen

Es gilt, so viel wie möglich über potenzielle Testamentsspender zu erfahren, um so die Kommunikation und das Marketing für interne und externe Adressaten auszurichten. Denn mithilfe der entstehenden Muster können Organisationen individuelle Personas, Donor Journeys und passgenaues Storytelling entwickeln. Die spezifischen Merkmale helfen zudem dabei, die Personen in der eigenen Datenbank zu identifizieren, die mit hoher Wahrscheinlichkeit Interesse an einer Nachlass-Spende haben.

Erkenntnisse aus eingehenden Nachlässen

Je mehr Nachlässe eine NGO bereits erhalten hat und je größer der Zeitraum der Betrachtung, desto genauer lassen sich individuelle Eigenschaften potenzieller Testamentsspender herausarbeiten. Analysiert werden unter anderem die Art des Testaments, die Höhe des Nachlasses, das Alter des Testaments und auch, ob die Organisation Erbin wurde oder ein Vermächtnis erhielt. Kommt der Großteil der Nachlässe beispielsweise von inaktiven Spendern? Dann sollte die Organisation auch diese Gruppe stärker in den Fokus des Nachlass-Marketings nehmen und sogar direkt zum Thema ansprechen. Eine überwiegende Zahl an Vermächtnissen kann wiederum ein Hinweis auf Lücken in der eigenen Kommunikation sein. Wirbt die Organisation aktiv um Erbschaften und positioniert sich als Partner, der Erbschaften kompetent und professionell abwickeln kann? Eine systematische, über mehrere Jahre fortlaufende Analyse kann zudem im Vergleich und Austausch mit anderen Organisationen Auskunft zu den eigenen Stärken und Schwächen geben sowie dem Benchmarking dienen.

Testamentversprecher und -interessierte

Organisationen, die bereits langfristig und systematisch Maßnahmen im Nachlassfundraising umsetzen, verfügen häufig über eine nicht unerhebliche Anzahl an Testamentsversprechen. Es mag selbstverständlich klingen, jedoch verbergen sich gerade in der Gruppe der Personen, die einer Organisation mitteilen, dass sie diese im Testament bedacht haben, beziehungsweise

vorhaben, dies zu tun, zahlreiche wertvolle Hinweise. Wer sind diese Personen und woher kommen sie? Wie haben sie zu meiner Organisation gefunden? Wie haben sie bisher gespendet? Und was können wir daraus für Beziehungsaufbau und -pflege mit den Spendern ableiten?

Schätze in der Datenbank

Langjährige Spender, die Vertrauen und eine Beziehung mit der Organisation aufgebaut haben, sind eine der wichtigsten Zielgruppen im Nachlassfundraising. Um diese zu finden und beispielsweise mittels schriftlicher Umfragen oder telefonischer Befragungen gezielt anzusprechen, ist eine auf Erfahrungen und analysierten Kennwerten basierende Selektion unerlässlich. Auswertungen haben beispielsweise gezeigt, das mit Ausnahmen, nicht Großspender gemeinnützig testieren, sondern eher unauffälligere Spender mit moderatem Spendenvolumen. Diese Beschreibung trifft wohl auf einen Großteil der Kontakte in den Datenbanken zu. Ist das Geburtsdatum nicht vorhanden, kann der Blick auf den Beginn der Spendentätigkeit ein Anhaltspunkt für das Alter des Spenders sein. Ebenso können Namensanalysen Hinweise auf eine entsprechende Generation geben und so helfen, die Zielgruppe einzugrenzen. Eine händische Auswertung mit einer Kombination verschiedener Merkmale wie Alter und Spendenhistorie kommt schon bei mehreren zehntausend Spendern schnell an ihre Grenzen. Hier kann externe Unterstützung für die Datenanalyse hilfreich sein, über-schaubare Gruppen auszuwählen.

Numbers tell the story

Neben den oben genannten Beispielen helfen auch Auswertungen des Spenderverhaltens auf der Website, die Evaluation von Veranstaltungen und Umfragen sowie vielem mehr, das Potenzial der eigenen Daten zu erkennen und auszuschöpfen. Organisationen sollten deshalb auch im Bereich des Nachlassfundraisings in Ressourcen für datenbasiertes Fundraising investieren. Denn nicht zuletzt dienen die Ergebnisse auch als Basis für die Strategieentwicklung und Mehrjahresplanung.

Nadine Shalala (CFRE) leitet den Bereich Fundraising an der Medizinischen Hochschule Brandenburg. Sie ist Grün-derin des Arbeitskreises Groß- und Testamentsspenden im Deutschen Fundraisingverband und Mitorganisatorin im Nachlass-Netzwerk. Zudem begleitet sie Organisationen beim Aufbau und Ausbau des Nachlassfundraisings.
▶ **www.nadine-shalala.de**

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

Spezifisch, messbar, attraktiv …

NGOs und Unternehmen: Wie lassen sich Differenzen überwinden?

Anfang des Jahres sitze ich in einer spannenden Diskussionsrunde mit Vertretern von Umweltschutzorganisationen und Klimaschutz-Aktivisten. Die Frage zur Debatte: Können NGOs und Corporates zusammenarbeiten oder ist eine Kollaboration ausgeschlossen? Schnell merke ich, wir bewegen uns hier in einem Spannungsfeld.

Von CHRISTOPHER SCHULZ

Als ein Vertreter des NGO- und Klimaschutzbereiches möchte ich heute bewusst eine Lanze brechen für die Kollaboration von NGOs mit Unternehmen. Ich möchte meine Erfahrungen teilen und aufzeigen, was für ein gewaltiges Veränderungspotenzial in diesen Partnerschaften steckt.

Welche Hürden gibt es in der Zusammenarbeit zwischen NGOs und Unternehmen? For-Profit-Unternehmen haben sich am Markt etabliert, weil sie profitabel sind. Ein so starker Fokus auf wirtschaftlichen Erfolg bedeutet jedoch auch, Abstriche zu machen in anderen Bereichen – zum Beispiel bei der Nachhaltigkeit. NGOs hingegen haben Themen wie Nachhaltigkeit fest in ihrer DNA. Das kann zu einem Interessenkonflikt führen.

NGOs fürchten sich, ihre gute Reputation zu verlieren. Greenwashing-Skandale von großen Konzernen häufen sich. Unternehmen hingegen haben womöglich Angst vor chaotischen Strukturen und empfinden den Druck seitens der NGOs vielleicht als abschreckend.

Enorme Emissionen

Welche Chancen gibt es in der Zusammenarbeit zwischen NGOs und Unternehmen? Ein Drittel aller Treibhausgasemissionen in Deutschland werden von nur 30 Unternehmen produziert. Rund 1800 Stahlwerke, Raffinerien, Kohlekraftwerke und Glasfabriken stießen in den Jahren 2013 bis 2020 fast die Hälfte aller Emissionen aus – das untersuchte die Süddeutsche Zeitung im letzten Jahr. Das klingt alarmierend, gleichzeitig steckt hier ein gewaltiges Potenzial. Eine Umfrage der Bertelsmann-Stiftung zeigt: 85 Prozent der Unternehmen sehen es als wesentlich oder sehr wesentlich an, ihren CO_2-Ausstoß zu senken. Wenn diese Unternehmen den nachhaltigen Wandel einleiten, entsteht ein riesiger Hebel. Als NGOs müssen wir große Unternehmen mit einbeziehen, um große Veränderungen zu bewirken.

Interessen beider Parteien

Wie kann die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und NGOs gut gelingen? Definieren Sie ein realistisches, gemeinsames Ziel, das die Interessen beider Parteien bestmöglich reflektiert! Wenn Sie Ihr Ziele festlegen, eignet sich die SMART-Formel. Gemeinsame Ziele sollten spezifisch, messbar, attraktiv für beide Parteien, realistisch und terminiert sein.

Ich empfinde es als enorm wichtig, dass NGOs ein Gefühl dafür entwickeln, dass

Unternehmen nicht von heute auf morgen zu 100 Prozent nachhaltig sein können. Unternehmen hingegen sollten verstehen: NGOs beschäftigen sich täglich mit globalen, humanitären und ökologischen Krisen – für sie kann es nicht schnell genug gehen. Wir brauchen ein hohes Maß an Verständnis für die jeweils andere Seite und den unbedingten Willen, eine gute Partnerschaft aufzubauen.

Sprechen Sie oft und offen miteinander

Kommunikation auf Augenhöhe schafft Vertrauen. In der Praxis kann das so aussehen, dass regelmäßige Meetings abgehalten werden. Diese brauchen eine feste Agenda mit klarem Ziel, damit sie produktiv bleiben. Ich schlage vor, dass beide Parteien über aktuelle Vorgänge berichten und am Ende konkrete To-dos mit Deadlines klären. Offenheit ist der Schlüssel. Es ist kein Weltuntergang, sich mal uneinig zu sein. Wichtig ist, dass alle Teilnehmer das Gefühl haben, gleichwertig in die Kollaboration eingebunden zu sein.

Macht das Thema zur Chefsache!

Nachhaltigkeit muss verankert sein im C-Level eines Unternehmens. Dr. Claudia Brunner, Professorin an der International University SDI München, forscht zu diesem Thema: „Das Senior-Management eines Unternehmens muss begeistert sein, damit das Projekt erfolgreich wird", erklärt sie in einem aktuellen Paper. Mein Rat an NGOs: Besuchen Sie Messen, Diskussionsrunden und nutzen Sie Business-Plattformen wie LinkedIn, um Entscheider proaktiv anzusprechen. Zeigen Sie ihnen, welche Vorteile in einer Partnerschaft liegen!

Die Zusammenarbeit zwischen NGOs und Unternehmen ist eine wertvolle Ressource, um große Veränderungen im Bereich des Klima- und Umweltschutzes herbeizuführen. Trotz Differenzen und Herausforderungen bieten solche Partnerschaften erhebliche Chancen für beide Seiten.

Es ist wichtig, dass Partner einander aktiv zuhören und die Perspektiven des jeweils anderen verstehen. Gemeinsame Ziele sollten klar definiert werden, um die Zusammenarbeit auf eine solide Basis zu stellen.

Christopher Schulz leitet bei der gemeinnützigen GmbH ForTomorrow in Berlin das Marketing. Nach seinem Studium der Kommunikationswissenschaft in Wien sammelte er Erfahrung als Copywriter und Konzepter einer führenden Berliner Kreativagentur. Er kreierte Kommunikationskampagnen für Unternehmen wie ADAC, Klarna und die Sparda-Bank Baden-Württemberg.

▶ www.fortomorrow.eu

24. BAD HONNEFER
FUNDRAISING FORUM 2023

10. November 2024

Zwischen Ethik und Effizienz - der Einsatz von KI im Fundraising

Jetzt QR-Code scannen und zum günstigen Frühbuchertarif anmelden.
Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

http://landing.gfs.de/forum-save-the-date

Auf den Punkt gebracht

Der Case for Support als Grundlage erfolgreicher Fördererkommunikation

Die Initiative „Dialog.Kultur.Dialog" hat mit ihrem Projekt „Zuhören.Draussen" einen Nerv der Zeit getroffen. Jedoch verlief die Fördermittelakquise eher schleppend. Das änderte sich, nachdem ein Case for Support entwickelt wurde. Seitdem ist die Gewinnung der Fördermittel ins Rollen gekommen.

Von MARIANNE GRAHM

„Dialog.Kultur.Dialog" wurde im Oktober 2021 als gemeinnützige Körperschaft mit dem Ziel gegründet, die allgemeine „Zuhör-Kultur" zu verbessern. Das erste große Projekt ist „Zuhören.Draussen". Es schenkt Menschen, die das Bedürfnis nach Austausch und sozialem Kontakt haben, Zeit und ein offenes Ohr – zum Beispiel mit Zuhörbänken, auf denen geschulte Ehrenamtliche sitzen und aufgeschlossen für große und kleine Anliegen sind. Die Gesellschafterin und Ideengeberin von „Dialog.Kultur.Dialog", Christine von Fragstein, will mit dem Projekt der zunehmenden Verrohung von Kommunikation entgegenwirken.

Kaum Fördermittel trotz Zuspruchs

Sie merkte schnell, dass sie einen Nerv der Zeit getroffen hatte, aber ihr Anliegen klar zu formulieren und in Bezug zu den gesellschaftlichen Herausforderungen zu setzen, war nicht ganz einfach. Sogar trotz großen Zuspruchs von Seiten der Presse und durchgängig positiver Resonanz auf das Projekt durch Engagierte und kommunale Partner lief die Fördermittelakquise eher schleppend. Doch nach dem Aufbau der Grundargumentation, dem Case for Support, und der Einführung eines systematischen Fördermittelprozesses durch die Beratungs-Agentur Zielgenau änderte sich das.

Christine von Fragstein sagt rückblickend: „Wir hatten von Beginn an das richtige Thema und auch eine Vielzahl von guten Kontakten. Aber der Erfolg bei den Förderanträgen, die wir gestellt haben, blieb anderthalb Jahre aus. Der Case for Support hat uns intern geholfen, unser gesellschaftliches Anliegen klar zu formulieren und an potenzielle Förderer zu adressieren. Seitdem wir unsere Anträge auf dieser Grundlage erarbeiten, haben wir bereits drei Förderzusagen erhalten. Letztendlich wirkt die Kombination von guten Argumenten und Vertrauensaufbau."

Herzstück der Kommunikation

Mit dem Case for Support wurde das Herzstück der Fördererkommunikation geschaffen. Kurz, prägnant und leicht verständlich formuliert ist er eine Grundargumentation, die den gesellschaftlichen Auftrag und die Relevanz einer gemeinnützigen Organisation oder eines Projektes verdeutlicht.

Viele Organisationen haben bereits klare Vision- und Missionstatements. Dies ist eine gute Grundlage zur Entwicklung eines Case

for Support – doch er geht noch weiter. Er schafft eine klare Argumentationslinie mit Bezug zur gesellschaftlichen Wirkung und zur aktuellen Relevanz.

Kurz und prägnant

Auf der Basis eines guten Case for Support können kommunikative Maßnahmen zielgerichtet und wirkungsvoll entwickelt werden. Er folgt einem festen Schema und beantwortet systematisch eine Reihe von W-Fragen: Wer ist die Organisation? Welches gesellschaftliche Problem will die Organisation lösen? Warum will sie das – und wie macht sie das konkret? Warum soll das Problem jetzt gelöst werden? Welchen Impact auf die Gesellschaft hat das? Wie kann ich diese Wirkung sehen und als Förderer unterstützen? Was braucht es dafür konkret?

Die Länge eines Case for Support variiert, je nachdem ob er für ein Projekt, eine Kampagne oder das gesamte Handlungsspektrum einer Organisation geschrieben wird. Er sollte aber in der Kurzfassung schnell zu erfassen und idealerweise mit allen Punkten nicht länger als zwei Seiten sein. Entscheidend ist, dass jeder Aspekt kurz, prägnant und für Fremde verständlich ist. Der Case for Support ist das verbindende Element sowohl in der persönlichen Fördereransprache, der Ansprache von Unternehmen, bei der Planung von Kampagnen, der Vorbereitung von Fördermittelanträgen als auch beim Fundraising für Bauprojekte.

Ausweitung des Projekts

Nun will „Dialog.Kultur.Dialog“ das Konzept von „Zuhören.Draussen“ auf weitere Städte ausdehnen und das Zuhören als Kernkompetenz für besseres Miteinander in die Breite tragen. Christine von Fragstein ist sich sicher: „Die ersten wichtigen Erfolge sind da, die ersten Schritte zur Skalierung unseres Angebotes sind gemacht. Mit den guten Kontakten, die wir mit Hilfe unseres Case for Support nun systematisch und argumentationssicher ansprechen, wird eine Ausweitung unserer Projekte gelingen.“

Marianne Grahm ist seit 2020 bei der Agentur Zielgenau Ansprechpartnerin für Fördermittel und Nachlassfundraising. Die studierte Germanistin arbeitete lange im Bildungssektor im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und tauchte nach einer Ausbildung an der Fundraising-Akademie tiefer in die Welt der Gemeinnützigkeit ein. Das Schreiben von Cases for Support gehört in all seiner Vielfalt zu ihren Lieblingsaufgaben.
▶ **www.zuhoeren-draussen.de**

Vor allem dann, wenn's einmal nicht so funktioniert, wie man möchte. Dann nämlich nehmen unsere Kunden einfach das Telefon in die Hand und rufen an. Ohne Ticket. Ohne Anmeldung. Kein Call Center. Keine Warteschleife.

Einfach anrufen und Support bekommen. So ein einfaches Leben kann schon einmal glücklich machen. Vielleicht auch nur, wenn man Fundraiser ist. So wie Sie und wir.

www.hsp-fundraising.de

hsp GRUPPE

So spendet die D-A-CH-Region online

Die Fundraising-Plattform RaiseNow hat sich für die Spender-Studie 2023 mit den Online-Spendendaten von kleinen, mittleren und großen Organisationen in Deutschland, Österreich und der Schweiz befasst. Die Ergebnisse: 2022 war ein besonderes Spendenjahr, in dem ein Rekord den anderen jagte und zwei Bezahlsysteme alle anderen hinter sich ließen.

Die fortschreitende Digitalisierung in den meisten Gesellschaftsbereichen hat den Spendenmarkt voll ergriffen. Noch nie war der Anteil von Online-Spenden am Gesamtspendenvolumen so hoch wie im Jahr 2022. Der Trend hin zu Online-Spenden war dabei über alle Organisationsgrößen hinweg und in allen Ländern spürbar. So wuchs das Online-Spendenvolumen um 22 Prozent. Die Anzahl der Transaktionen legte um 32 Prozent zu.

Dabei machen einmalige Spenden den größten Anteil am Wachstum aus, aber auch wiederkehrende Spenden tätigen die Spender immer öfter über digitale Kanäle. Im März 2022 kam es nach Ausbruch des Ukraine-Kriegs zu einer Solidaritätswelle, die auch einen massiven Anstieg von Online-Spenden nach sich zog.

Welche Bezahlmethoden nutzen Spender online? Hier gibt es große Unterschiede zwischen Deutschland/Österreich und der Schweiz aufgrund unterschiedlicher Bezahlsysteme. In Deutschland und Österreich konnte sich PayPal als bevorzugtes Online-Bezahlmittel behaupten und seinen Vorsprung bei der Anzahl der Spenden-Transaktionen um drei Prozentpunkte auf 63 Prozent ausbauen. Wobei das Spendenvolumen via PayPal mit 47 Prozent konstant blieb. Leicht verloren haben Sofort-Überweisung/Klarna und SEPA-Lastschrift, während Kreditkartenzahlungen auf dem gleichen Niveau geblieben sind.

Auch in der Schweiz ist der Trend hin zum digitalen Spenden ungebrochen. Einsamer Spitzenreiter bei den Bezahlmethoden ist dabei TWINT. Von den rund 8,7 Millionen Einwohnerinnen der Schweiz hatten 2022 bereits über fünf Millionen die Bezahl-App installiert – Tendenz steigend. Viele Organisationen nutzen den QR-Code mittlerweile als bequeme und sichere Bezahloption auf Print-Mailings, Websites, in Newslettern oder direkt in der App mit der Funktion TWINT+, bei der man an eine Vielzahl an Organisationen spenden kann.

So verwundert es nicht, dass TWINT seinen Vorsprung unter den Online-Zahlungsmitteln bezüglich Spendenvolumen innerhalb eines Jahres von 43 auf 49 Prozent ausbauen konnte. Noch größer ist der Zuwachs von TWINT bei der Anzahl der Transaktionen: Hier sprang der Anteil der App von 46 auf 61 Prozent. Kreditkartenzahlungen nahmen massiv ab (2021: 31 %, 2022: 23 %), PostFinance und PayPal verloren ebenfalls.

▶ www.raisenow.com/studie

TeleDIALOG gibt Spenden mehr Gewicht

Fotos: AdobeStock©auergraphics, ©FriendsStock

Im mittleren Spendensegment geht noch mehr

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

TeleDIALOG
Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

Seminare und Tagungen im Überblick

JULI

Photoshop 1
18.07., online
www.fundraising.at

InDesign 1
19.07., online
www.fundraising.at

Geschickt gendern – Praktisch und lesbar
20.07., online
www.ibpro.de

Von der Theorie zur Praxis: Nachhaltigkeit in Vereinen und im Ehrenamt leben
26.07., online
www.vereine-stiftungen.de

AUGUST

Fortbildung „Fundraising-Referent*in", Block 2
21.08.–24.08., online
www.fundraisingakademie.de

Die digitale Stadt gemeinsam mit den Bürger/innen entwickeln
25. & 26.08., Münster
www.mitarbeit.de

12. Basler Stiftungstag
29.08., Novartis Campus Universität Basel
www.swissfoundations.ch

Vertiefungskurs Freiwilligenkoordination: Kommunikation
29.0 & 30.08., Berlin
www.ehrenamt.de

Seminar Referent*in Gesundheitsfundraising, 1. Modul
29.08.–01.09., Hofgeismar
www.fundraisingakademie.de

Vereinssatzungen optimieren
30.08., online
www.vereinsknowhow.de

Chancen und Tools für die Digitalisierung im Verein
30.08., Dresden
www.vereine-stiftungen.de

NPO Finanzkonferenz 2023: Aktuelles aus Recht und Finanzen
31.08., Rotkreuz, Hochschule Luzern
www.npofinanzforum.ch

SEPTEMBER

Rhetorik-Workshop für Frauen
05.09., Bern
www.kampagnenforum.ch

Seminar Referent*in Fördermittelmanagement, 2. Modul
05.09.–07.09., Hofgeismar
www.fundraisingakademie.de

Übungsleiter- und Ehrenamtsfreibetrag
06.09., online
www.vereinsknowhow.de

Taler & Talar – Konferenz für Wirtschaftsethik
07. & 08.09., Körner/Kloster Volkenroda
www.talerundtalar.de

Projektförderung für gemeinnützige Organisationen – Zuwendungen von Stiftungen und öffentlicher Hand
07. & 08.09., online
www.kbw.de

Kompaktlehrgang „Family Office & Strategic Philanthropy: Theory, Best Practice, Instruments and Visions"
08.09.–17.11., Universität Luzern und
www.unilu.ch

Lehrgang: „Testamentsspende"
11.09.–13.09., Wien
www.fundraising.at

CiviCamp 2023 – Austausch & Kennenlernen der CiviCRM-Community
11.09., Leipzig
www.software-fuer-engagierte.de

Seminar Stiftungsmanager*in, 2. Modul
11.09.–14.09., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Aktuelle Praxisfragen zum Vereinsrecht
11.09., online
www.esv.info

Zewo-Tagung
12.09., Bern
www.zewo.ch

Tag der Verbände Bayern
12.09., München
www.tag-der-verbaende.de

Spenderbindung – auf die zweite Spende kommt es an
13.09., Meißen
www.vereine-stiftungen.de

OWL goes Fundraising Spezial: Online-Fundraising
13.09., Bad Salzuflen,
www.druck-u-service.de

Beste Stiftungsratspraxis 2023
13.09., Lake Side, Zürich
www.swissfoundations.ch

Charity Dinner erfolgreich(er) planen und durchführen
13. & 14.09., online
www.npo-academy.com

faith+funds – Fachtagung Fundraising für Kirche, Caritas, Diakonie & Orden
13. &14.09., München
www.dfrv.de

OWL goes Fundraising: Ein Workshop-Tag in Ostwestfalen
14.09., Bad Salzuflen
www.druck-u-service.de

Crashkurs Erbrecht für Nachlassfundraiser*innen: Basiswissen für den beruflichen Alltag
15.09., online
www.nachlass-netzwerk.de

Strategie, Innovation und Wirkung (Teil 1/2)
16. & 17.09., Münster
www.weiterbildung.uni-muenster.de

Gemeinnützigkeits- und Spendenrecht
18.09., online
www.haufe-akademie.de

Strategisches Freiwilligenmanagement (Modul 2)
18.09.–20.09., Berlin
www.ehrenamt.de

Schreibwerkstatt: Wirkungsvolle Spenden-Mailings
19.09., online
www.ibpro.de

Buchführung für Vereine I: Grundlagen der Buchhaltung
20.09., online
www.vereinsknowhow.de

Aktuelle Fördermöglichkeiten für Klimaschutz und Klimaanpassung – Fachgruppe Fördermittel
20.09., online
www.dfrv.de

gutes-wissen.org

NPO-Campus: Weiterbildung für alle

Der Veranstaltungs-Kalender für den guten Überblick: Weiterbildung, Seminare, Tagungen und Webinare für Vereine, Stiftungen, Non-Profits und Menschen, die die Welt besser machen wollen.

Ihre Veranstaltung fehlt? Einfach E-Mail an kalender@gutes-wissen.org

www.gutes-wissen.org

Mit der Kompetenz vom FUNDRAISING magazin

Auf den hellgrün 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 werbung@fundraising-magazin.de.

Datenschutz für Vereine und gemeinnützige Organisationen
20.09., online
www.ibpro.de

Seminar Initiative für gemeinnütziges Vererben – Nachlassfundraising, Block 2
20.09.–22.09., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Datenschutz für Vereine und gemeinnützige Organisationen
20.09., online
www.ibpro.de

Seminar Nachlassfundraising in Kirche, Caritas und Diakonie, 2. Modul
20.09.–22.09., Schmitten
www.fundraisingakademie.de

Fundraisingtag Berlin-Brandenburg
21.09., Potsdam
www.fundraisingtage.de

Fundraising TAGE
POTSDAM,
21. SEPTEMBER 2023
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
WWW.FUNDRAISINGTAGE.DE

22. Schweizer Stiftungssymposium 2023
21.09., Forum Fribourg
www.swissfoundations.ch

Info-Webinar zum Diplomlehrgang 2023/24
21.09., online
www.fundraising.at

Die Rechtsform Verein
(Baustein 1 – Vereinsführerschein)
21.09., online
www.ibpro.de

Wie Sie Förderanträge und Berichte professionell abfassen. Die Basis für gelingende Kooperationen zwischen NPOs und Fördernden
21. & 22.09., online
www.npo-academy.com

How do you make your donors feel? – wie die Wissenschaft helfen kann, Nachlass-Spender*innen zu gewinnen
22.09., online
www.nachlass-netzwerk.de

Leaders of Tomorrow
Das Entwicklungsprogramm für Führungskräfte der Zivilgesellschaft
Jetzt für den Kurs vom 24.-29.09.23 bewerben!
de.leaders.ngo

Leaders of Tomorrow:
Das Entwicklungsprogramm
für Führungskräfte der Zivilgesellschaft
24.09.–29.09., Pfofeld-Langlau
https://de.leaders.ngo

Digital Culture Summit
25. & 26.09., Köln
www.pausanio.com

Hamburger Stiftungstage 2023
26.09.–01.10., Hamburg
www.hamburger-stiftungen.de

Sommerakademie Stiftungsmanagement Schwanenwerder (Berlin) | Zertifizierungslehrgang
26.09.–08.11., Berlin und
www.stiftungsakademie.de

Tag der Verbände Hessen
27.09., Wiesbaden
www.tag-der-verbaende.de

Buchführung für Vereine II:
Praktische Buchführung
27.09., online
www.vereinsknowhow.de

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

Weiterbildung Wirkungsmanagement
27.09., online
www.skala-campus.org

Spendengespräch-Training
28. & 29.09., Nürnberg
www.brakeley.de/training/

OKTOBER

11. Wiener Freiwilligenmesse
07. & 08.10., Wien
www.freiwilligenmesse.at

Rhetorik-Workshop für Frauen
09.10., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Akquise macht Spaß – Spendengespräche wirkungsvoll führen
10.10., online
www.ibpro.de

Insta und Eva, Instagram – Basic
11.10., Wiesbaden
www.berufswege-fuer-frauen.de

Rechtliche Aspekte: Vorstand im Verein
12.10., online
www.ehrenamt.de

„Donor-Loyalty": Die Verbundenheit mit Ihren Spenderinnen und Spendern ist entscheidend!
16. & 17.10., online
www.npo-academy.com

Unternehmenskooperationen – Gemeinsam wirken
16.10.–17.10., online
www.ibpro.de

Erfolgreiche Korrespondenz mit Spenderinnen und Spendern
17.10., Berlin
www.npo-academy.com

Zeitnahe Mittelverwendung und Rücklagenbildung
18.10., online
www.vereinsknowhow.de

So geht Flyer
18.10., online
www.berufswege-fuer-frauen.de

Storytelling im Fundraising
18.10., online
www.munichfundraising.school

Strategisches Fundraising
19. & 20.10., online
www.npo-academy.com

Zertifikatslehrgang: Fundraising in Vereinen und NPOs
19.10.–12.12., online
www.npo-academy.com

Start: CAS Digital Marketing in NPO
20.10., Winterthur
www.zhaw.ch

Strategie, Innovation und Wirkung (Teil 2/2)
20.–22.10., Münster
www.weiterbildung.uni-muenster.de

Fortbildung „Fundraising-Referent*in", Block 3
23.–26.10., online
www.fundraisingakademie.de

Versicherungen und Haftpflichtrisiken für Vereine
23.10., online
www.ibpro.de

Der Verein als Arbeitgeber
(Baustein 2 – Vereinsführerschein)
24.10., online
www.ibpro.de

Mit Plan zum Fundraising-Erfolg – Der „rote Faden" des Fundraisings
24.10., online
www.ibpro.de

Jugendmarketing in Organisationen – Jugendliche und junge Erwachsene frühzeitig ansprechen
24.10., online
www.munichfundraising.school

Spenden – Werbung – Sponsoring
25.10., online
www.vereinsknowhow.de

ConSozial 2023
25. & 26.10., Nürnberg
www.consozial.de

Nähe und Distanz in Beratungsprozessen mit interkulturellem Setting
25.–27.10., Berlin
www.bildungszentrum-steglitz.de

Weiterbildungskurs Basics in Fundraising Management
26. & 27.10., Winterthur
www.zhaw.ch

Schwierige Gespräche führen – Kommunikation mit Mitarbeitenden
30. & 31.10., Bern
www.kampagnenforum.ch

MUSEUMSMENSCHEN
Menschen für Museen begeistern
6./7. November 2023
16. Museumsmanagement-Tagung in Braunschweig
www.mvnb.de/museumsmanagement
MUSEUMS MANAGEMENT

NOVEMBER

Rhetorik-Workshop für Frauen
03.11., Zürich und Bern
www.kampagnenforum.ch

Social Media Kampagnen für Vereine und Nonprofit-Organisationen
06. & 07.11., online
www.npo-academy.com

„Museumsmenschen:
Menschen für Museen begeistern"
06. & 07.11., Braunschweig
www.mvnb.de

Strategisches Freiwilligenmanagement (Modul 3)
06.–08.11., Berlin
www.ehrenamt.de

Online-Schnuppertraining zum Einstieg in das Thema Giving Circle
07.11., online
www.giving-circle.de

Die Gestaltung der perfekten Ehrenamtsvereinbarung
08.11., online
www.vereinsknowhow.de

Berufsbilder im Fördermittelmanagement – Fachgruppe Fördermittel
08.11., online
www.dfrv.de

Der Schweizer Stiftungstag 2023
08.11., Theater Basel
www.profonds.org

Gemeinnützigkeit und Steuerrecht – Vereine, gGmbH, gemeinnützige Stiftungen und gemeinnützige Körperschaften in öffentlicher Trägerschaft
09. & 10.11., Berlin
www.kbw.de

Tag der Verbände in Berlin
13. & 14.11., Berlin
www.tag-der-verbaende.de

Fortbildung Referent*in Online-Fundraising, Modul 1
13.–15.11., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Seminar Stiftungsmanager*in, 3. Modul
13.–16.11., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Lehrgang: „Fundraising-Kommunikation"
13.–21.11., Wien
www.fundraising.at

Die Psychologie des Danken – worauf es beim Spenderdank ankommt
14. & 15.11., online
www.npo-academy.com

Seminar Referent*in Fördermittelmanagement, 3. Modul
14.–16.11., Hofgeismar
www.fundraisingakademie.de

Workshop: So geht Website!
15.11., online
www.berufswege-fuer-frauen.de

Seminar Initiative für gemeinnütziges Vererben – Nachlassfundraising, Block 3
15.–17.11., Frankfurt/Main
www.fundraisingakademie.de

Bad Honnefer Fundraising Forum
16.11., Bad Honnef
www.gfs.de

Großspenden-Fundraising
16. & 17.11., online
www.npo-academy.com

Weiterbildung: Kultur – Marketing – Kommunikation 2023/24
16.11.–13.04., Potsdam
www.fh-potsdam.de

Diplom-Lehrgang DAS) Verbands-/NPO-Management mit vier kompakten Wochenmodulen
19.11.2023–08.11.2024,
verschiedene Orte Präsenz und online
www.vmi.ch

(Social Media) Content-Management „kompakt" für Vereine und Nonprofit-Organisationen
22. & 23.11., online
www.npo-academy.com

Gemeinnützigkeit und Steuern (Baustein 3 – Vereinsführerschein)
23.11., online
www.ibpro.de

Online-Fundraising
23. & 24.11., online
www.npo-academy.com

Moderationstraining
27. & 28.11., Berlin
www.ehrenamt.de

Unternehmenskooperationen für Vereine und NPOs – wie Sie diese gewinnbringend gestalten
27. & 28.11., online
www.npo-academy.com

Geballtes Wissen

Fundraisingtag Berlin-Brandenburg in Potsdam

Großes steht wieder bevor: Erstmalig nach der Corona-Pause lädt das Fundraising-Magazin wieder nach Potsdam zum Fundraisingtag. Wie gewohnt stehen auf dem Programm eine Vielzahl von Themen, die aktuelle Trends und Fragestellungen aufgreifen und mühelos Fundraising-Einsteiger mit den „alten Hasen" zusammenbringen. Wie wäre es beispielsweise mit der Macht der Wertschätzung? Danielle Böhle, Agentur Goldwind, erläutert die Sinnhaftigkeit einer guten Dankeskultur. Oder Björn Lampe: Der Vorstand von betterplace.org verrät, wie man mit Matching-Formaten erfolgreich Spenderinnen und Spender gewinnt. Weitere Themen sind Mailings, E-Mail, Nachlass-Fundraising, Face-to-Face-Fundraising und die Recherche nach geeigneten Fördermitteln.

Fundraisingtag Berlin-Brandenburg am 21. September in Potsdam
▶ www.fundraisingtage.de

zh aw School of Management and Law
AACSB ACCREDITED Seit 2015

Bringen Sie Ihre Kompetenzen aufs nächste Level

Kompaktkurse für erfahrene Fundraiser:innen im Überblick:
– Great Fundraising (Oktober 2023, online)
– Corporate Philanthropy (November 2023, Zürich)
– Behavioral Economics (November 2023, Genf und Zürich)
– Strategy Mapping (November 2023, Zürich)

Auch für Interessierte aus Deutschland.

www.zhaw.ch/zkm/fundraising-bootcamp

Jetzt anmelden!

Taler & Talar

Eine „bessere Ethik im Bereich Führung, Wirtschaft und Finanzen" wünschen sich die Veranstalter der Konferenz Taler & Talar. Deshalb laden sie für Anfang September ins Kloster Volkenroda. Dort treffen Musiker auf Ökologen, Historiker auf Psychologen. Unter den Referenten werden unter anderen die Pfarrerin Margot Kässmann sein, der CEO von World Vision Deutschland, Christoph Waffenschmidt, und Tobias Wollermann, Vice President CR Otto Group. Auf dem Programm stehen Themen wie Managementkultur, Nachhaltigkeit und das Spannungsfeld zwischen Ökonomie und sozialem Impact.

Taler & Talar am 7. und 8. September im Kloster Volkenroda
▶ www.talerundtalar.de

faith + funds

Der Deutsche Fundraisingverband richtet wieder seine Fachtagung zum Fundraising für Kirche, Caritas, Diakonie und Orden aus. Mitte September wird es dazu in München Masterclasses, Sessions, Vorträge und Pecha Kuchas geben. So bietet beispielsweise Thomas Schiffelmann (Handicap International) eine Masterclass zum Thema Unternehmenspartnerschaften an. Weitere Themen sind unter anderem Erbschaftsfundraising und Mitgliederkommunikation. Dr. Katja Stahl vom Kindermissionswerk „Die Sternsinger" wendet sich dem aktuellen Thema Rassismus und Dekolonialisierung zu und geht der Frage nach, wie man in der eigenen Kirchgemeinde damit umgehen kann.

faith + funds am 13. und 14. September in München
▶ www.dfrv.de/faithfunds-2023

Brave New Philanthropy

Das 22. Schweizer Stiftungssymposium will mutig neue Wege gehen. Dazu lädt SwissFoundations, der Verband der Schweizer Förderstiftunge zu einer Mischung aus Workshops und Keynotes. Den Auftakt gestaltet Claude Garcia von der Universität für Angewandte Wissenschaften Bern mit einem Wake-up Call statt einer Keynote: „Facing today's challenges without loosing hope". Die Workshops sind geprägt von Themen wie Impact, Chancen und Herausforderungen für eine resiliente Anlagestrategie im aktuellen wirtschaftlichen Umfeld oder partizipatorische Grants, mit denen man junge Generationen erreichen kann.

22. Schweizer Stiftungssymposium am 21.9. in Granges-Paccot
▶ www.swissfoundations.ch/events/schweizer-stiftungssymposium-2023

Neuer Lehrgang an Uni Luzern

Family Office & Strategische Philanthropie

Gemeinsam mit dem Unternehmensnetzwerk Ashoka vermittelt die Universität Luzern in einem neuen Lehrgang Informationen zum Aufbau der Beratung von vermögenden Familien im Bereich der Philanthropie innerhalb und auch außerhalb einer Family-Office-Struktur, also von Gesellschaften, welche die Verwaltung eines privaten Vermögens zum Zweck haben. Der Lehrgang „Family Office & Strategic Philanthropy: Theory, Best Practice, Instruments and Visions" wurde von der Stiftungs- und Sponsoring-Beraterin Dr. Dr. Elisa Bortoluzzi Dubach und dem Steuerberater und Wirtschaftsjuristen Prof. Dr. iur. Swen Bäuml initiiert.

Auf dem Lehrplan stehen unter anderem die Bereiche Investmentstrategie und Impact Investing, Organisations-, Prozess- und Struktur-Know-how, Family Governance-, Nachfolge- und Führungskompetenz, Social Entrepreneurship sowie Wirkungskontrolle. Dabei werden aktuelle Themen wie die Bedeutung von Megatrends in der Entwicklung und Ausgestaltung von Family-Office-Strukturen bearbeitet. Die Teilnehmer erhalten zudem einen Überblick über Zahlen, Daten und Akteure der Stiftungslandschaft im deutschsprachigen Raum, über das Mäzenatentum und die Philanthropie.

Lehrgang Family Office & Strategische Philanthropie vom 8. September bis 17. November in Luzern und online

▶ www.unilu.ch/weiterbildung/weiterbildungsakademie/strategicphilanthropy

Gute Führung

Katarina Peranić von der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt eröffnet mit einer Keynote das diesjährige Stuttgarter Non-Profit-Forum Mitte November, das unter dem Motto „Führung" steht. Auch die Bereiche Recht und Steuern werden diskutiert werden. Gelegenheit dazu gibt es bei mehreren Thementischen, die auch bei der weiteren Vernetzung helfen sollen. Nach einer Pause widmet sich ein Veranstaltungspunkt einem Update im Gemeinnützigkeitsrecht, und das Thema Nachhaltigkeitsreport steht auch auf der Agenda.

Stuttgarter Non-Profit-Forum am 16. November in Stuttgart

▶ www.stuttgarter-non-profit-forum.de

Akademie
Beratung
Wissen

Fundraising Akademie
WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

Fortbildung „Referent*in Fördermittelmanagement (FA)"

Ansprache von Stiftungen, Soziallotterien und öffentlicher Hand (Land, Bund und Europäische Union)

Berufsbegleitend, kompakt und praxisorientiert.

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

www.fundraisingakademie.de

In Kooperation mit FUNDRAISING magazin

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!

Potsdam
Donnerstag, 21. September

München · Donnerstag, 14. März 2024

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG

www.fundraisingtage.de

Eine Veranstaltungsreihe des FUNDRAISING magazin

Kurzgefasst …

Mensch + Museum

Auch in Museen steht der Mensch im Mittelpunkt. Die Auswirkungen von Corona sind noch zu spüren; die Besucherzahlen sind noch nicht wieder auf dem Niveau der Zeit vor der Pandemie. Was hier getan werden kann, das diskutieren Experten des Museumswesens im Rahmen der 16. Tagung des Arbeitskreises Museumsmanagement am 6. und 7. November in Braunschweig.

▶ www.mvnb.de/museumsmanagement

Zewo-Tagung

Das Kultur Casino in Bern ist am 12. September wieder Veranstaltungsort der Zewo-Tagung. Die Gütesiegel-Tagung wendet sich an Stiftungsräte, Vorstände, Geschäftsleitungen, Führungskräfte von Hilfswerken und andere interessierte Kreise. Wie üblich werden die meisten Programmpunkte simultan ins Französische übersetzt werden.

▶ www.zewo.ch/zewo-tagung

Hamburger Stiftungstage

Die Hamburger Stiftungstage laden vom 26. September bis zum 1. Oktober in die Hansestadt. Als Abschluss der Bundesratspräsidentschaft Hamburgs findet dann zum Tag der Deutschen Einheit in diesem Jahr das Bürgerfest in der Hansestadt statt. Das will das Stiftungsbüro auf Einladung der Stadt Hamburg zusammen mit möglichst vielen Hamburger Stiftungen am 2. und 3. Oktober feiern.

▶ www.hamburger-stiftungen.de/stiftungstage-2023

Tag(e) der Verbände

Save the Date! 12. September in München und 27. September in Wiesbaden: Bayern und Hessen feiern im September ihren Tag der Verbände. Der Ausstellungs- und Präsentationsbereich wird jeweils eine zentrale Rolle einnehmen, um eine Grundlage für regen Austausch und interessante Diskussionen zu bieten.

▶ www.tag-der-verbaende.de/laender

CiviCamp 2023

Am 11. September kommt in Leipzig die Community der CiviCRM-Nutzer zusammen, der Open-Source-Anwendung für Kontakt- und Spendenverwaltung. Mit Keynotes von Greenpeace in Zentral- und Osteuropa und Online-Fundraising-Coach Jona Hölderle setzt der Verein Software für Engagierte „Fundraising mit CiviCRM“ als Schwerpunkt.

▶ www.software-fuer-engagierte.de/civicamp2023

Size matters!

Besuch der AFP ICON 2023: Impressionen vom amerikanischen Fundraising-Markt

Die Association of Fundraising Professionals (AFP) lud im April ihre über 30 000 Mitglieder zur AFP ICON-Konferenz nach New Orleans ein. Auch Stéphane Gay-Lang und Baldwin Bakker folgten wie weitere 3647 Menschen aus 26 Ländern dieser Einladung und geben uns hier einen Einblick.

Von STÉPHANE GAY-LANG und BALDWIN BAKKER

Das Kongressgebäude ist fast einen Kilometer lang und hat eine Gesamtfläche von rund 14 Fußballfeldern. Size matters! Das gilt in Amerika für fast alles. Auch der Fundraising-Markt ist gigantisch. Er umfasst 1,8 Millionen NPOs. Und mit einem jährlichen Spendenumsatz von 480 Milliarden US-Dollar ist der NPO-Sektor der drittgrößte Wirtschaftszweig des Landes. Pro Kopf der Bevölkerung wird in den USA drei- bis viermal mehr gespendet als in den DACH-Ländern!

Deshalb können unsere amerikanischen Fundraising-Kolleginnen und -Kollegen in ihrer täglichen Arbeit von ganz anderen Voraussetzungen ausgehen. Die Frage ist nicht, ob jemand spendet oder nicht, sondern nur wann und wo. Spenden ist in Nordamerika so alltäglich wie Händewaschen, denn viele Dienstleistungen im öffentlichen Bereich werden von NPOs übernommen und nicht vom Staat. Eine ideale Ausgangslage für das Public Fundraising.

Und trotzdem scheint sich das amerikanische Fundraising, im Gegensatz zu Europa, weniger für die schier endlos große Masse der kleinen und mittelgroßen Spenderinnen und Spender zu interessieren. Der Fokus liegt eindeutig auf dem Segment der Major Donors. Um sie dreht sich fast alles. Während in den DACH-Ländern die meisten Fundraising-Kampagnen zu 85 Prozent von Stiftungen finanziert werden, ist es in den USA umgekehrt. Dort werden Großprojekte zu 90 Prozent durch Spendenzusagen von Major Donors finanziert. Der fehlende kleine Rest wird dann von Stiftungen und Unternehmen beigesteuert.

Trotz neuer Fundraising-Kanäle wie WhatsApp, Tiktok, Facebook, Instagram, Twitter etc. spielt auch in Amerika das Directmailing immer noch die dominierende Rolle in der Mittelbeschaffung. Bei den für das Fundraising so wichtigen Zahlungsprozessen scheint Europa den Amerikanern um Lichtjahre voraus zu sein. Scheckzahlung und Rückantwortcouvert wirken antiquiert, sind dort aber immer noch Standard. Bewährte Fundraising-Methoden aus Europa wie Face-to-Face sind in den USA nur eine Randerscheinung. Immerhin wird am Infostand direkt per Karte bezahlt. Das Lastschriftverfahren hingegen kennen die Amerikaner so nicht.

Die USA gelten vielen in Europa als Wiege des professionellen Fundraisings. Unsere Reise über den großen Teich hat gezeigt, dass sich Fundraiserinnen und Fundraiser in den USA mit den gleichen Problemen und Unzulänglichkeiten herumschlagen – immer weniger Menschen spenden immer mehr. Die großen Unterschiede zu Europa sind ein scheinbar unendlicher Spendenmarkt, ein sehr laxer Datenschutz, eine seit 63 Jahren professionell strukturierte Fundraising-Branche sowie eine täglich aktiv gelebte Kultur des Gebens.

Stéphane Gay-Lang ist Mitglied der Geschäftsleitung der Walter Schmid Fundraising & Data AG, **Baldwin Bakker** ist CEO der Corris AG.
▶ www.wsag-fundraising.ch
▶ www.corris.ch

Nachhaltige Vereine

Bekanntlich ist die Vereinslandschaft thematisch vielfältig. Schließlich geht es darum, ganz konkreten persönlichen Interessen innerhalb einer Gemeinschaft nachzugehen. Bei aller Komplexität der Vereinsarbeit mit ihren Regelungen verbindet sich ein Verein schon allein in thematischer Hinsicht nicht unbedingt mit den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDG). Die Autoren erkennen aber gerade hier eine grundlegende Verantwortung, in der sich jeder Verein sehen sollte. Deshalb führen sie ganz allgemein in den Bereich der Nachhaltigkeit ein und zeigen auf, wie bereits bei der Organisation eines Vereins das Thema mitgedacht werden kann. Sie verweisen dabei auf einen ganz entscheidenden Punkt: Nichts kann funktionieren, wenn es nicht von den Vereinsmitgliedern (mit)getragen wird.

Trotzdem stellen die Autoren mit ihrem Buch Vereine gerade nicht vor nicht zu bewältigende Aufgaben. Stattdessen geht es ihnen darum, aus der Komplexität der SDG jene Aspekte zu wählen, die tatsächlich für einen jeweiligen Verein relevant und gleichzeitig umsetzbar sind.

Ronald Wadsack, Gabriele Wach. Vereinsarbeit nachhaltig gestalten. Möglichkeiten und Chancen für die Zukunft. Haufe-Verlag. 2023. 180 Seiten. ISBN: 978-3-648-16914-8. [D] 39,99 Euro, [A] 41,20 Euro, CHF 55,90.

Stressfrei

Von Schnelllebigkeit im beruflichen Umfeld ist immer wieder die Rede, genauso wie von dem Gefühl, der eigene Schreibtisch würde sich unter den Aufgaben biegen. Zum Zauberwort geworden ist der Begriff Resilienz. Aber niemand von uns ist den jeweiligen Umständen hilflos ausgesetzt. Stressbewältigung ist in den Augen der Autorinnen eine Frage des Bewusstseins und der entsprechenden Analyse. Deshalb führen sie in unterschiedliche Stresstheorien ein und zeigen, wie Stress überhaupt entsteht. So lässt sich verstehen, was bei Stress in uns vorgeht und wie wir ihm begegnen können. Sinnvollerweise präsentieren sie auch einfach umsetzbare Übungen für den Alltag. Das geht über unsere Blickrichtung (im Wortsinn) und über das richtige Atmen bis hin zu Ernährung.

Durch solche Akte der Selbstermächtigung können wir zu Gesundheitsförderung beitragen, legen unsere Potenziale frei und finden zu individueller Kreativität. Schlussendlich steigert das eigene Wohlbefinden auch die Zufriedenheit mit dem Job und mit dem eigenen Leben.

Ulrike Hellert, Karolin Six. Kreative Stresskompetenz für die Arbeitswelt. Haufe-Verlag. 2023. 264 Seiten. ISBN: 978-3-64816-944-5. [D] 49,99 Euro, [A] 51,40 Euro, CHF 69,90.

Gute Webinare

Der Einsatz von Videokonferenz-Software ist in vielen beruflichen Feldern zum Alltag geworden, was zweifelsfrei einen großen Fortschritt bedeutet. Nur lassen sich Fertigkeiten und Tools, die sich für erfolgreiche Workshops in Präsenz anwenden lassen, nicht eins zu eins auf den digitalen Bereich übertragen. Im Digitalen braucht es weitere bzw. andere Ansätze, um die Teilnehmer eines Webinars zusammenzubringen und bei der Stange zu halten. Wie man diese nutzen kann, zeigt die Autorin ausführlich. Dabei geht sie auch im Detail auf die konkreten Unterschiede zwischen Präsenzveranstaltungen und Webinaren ein. Neben didaktischen Aspekten nehmen viele „Spiele" großen Raum ein, von denen einige als „Energizer" dienen. Ein sehr nützliches Tool ist außerdem das Online-Whiteboard Miro, dessen Einsatzmöglichkeiten ausführlich beschrieben werden.

Ergänzend gibt es zwar viele Links zu Youtube-Videos, allerdings muss man dafür die URL abtippen. QR-Codes wären hier deutlich zeitgemäßer.

Zamyat M. Klein. Kreative und lebendige Live-Online-Seminare. managerSeminare Verlags GmbH. 2023. 384 Seiten. ISBN: 978-3-94961-114-8. [D] 49,90 Euro, [A] 52,50 Euro, CHF 69,75.

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**

Generation Z

Auch auf dem letzten Fundraising-Kongress in Berlin wurde es deutlich: Das Thema Erschließung neuer Spendergruppen bleibt nicht nur aktuell, sondern nimmt an Bedeutung sogar zu. Damit eng verzahnt sind auch die Entwicklungen technischer, konkret digitaler Neuerungen. Das Buch von Meike Terstiege nimmt die Generation Z in den Blick, also die zwischen 1995 und 2010 Geborenen. Ansprüche, Bedürfnisse, Erwartungen: Was macht diese gesellschaftliche Kohorte aus? Um das herauszufinden, hat die Autorin auch Interviews mit Experten in ihr Buch integriert, die das Wertesystem der Gen Z beleuchten. Diese sind allerdings keine Theoretiker, sondern den Anfang macht eine Vertreterin der Gen Z selbst, gefolgt von älteren Menschen, die in intensivem Kontakt mit der Zielgruppe stehen.

Durch die Vielfalt der Positionen wird klar, dass es sich um einen „Betrachtungsgegenstand" handelt, der in sich komplett heterogen ist. Gleichzeitig fällt eine grundsätzliche Neutralität auf, die so gestaltet ist, dass sich das Buch nicht über die Gen Z zu erheben versucht. Stattdessen geht es lediglich darum, eine Generation verstehen zu wollen, indem sie zuallererst beschrieben wird. Der Begriff „omnitemporär" lässt sich in diesem Kontext auf viele Themenbereiche anwenden: Eine von älteren Generationen als „Flatterhaftigkeit" empfundene Mentalität ließe sich zu einfach als augenscheinlichen Werteverfall deklarieren. Erfreulicherweise nimmt das Buch von solchen vorschnellen Schlüssen Abstand.

Rico Stehfest

Meike Terstiege. Die DNA der Generation Z. Der direkte Weg in ihr Mindset. Haufe-Verlag. 2023. 200 Seiten. ISBN: 978-3-64815-813-5. [D] 39,99 Euro, [A] 41,20 Euro, CHF 55,90.

Schöne Nachhaltigkeit

Es handelt sich hier um eine merkwürdige, bemerkenswerte Art von Buch. Das darf man so tatsächlich anmerken. Dem aktuell enorm wichtigen Thema Nachhaltigkeit nähern sich Sachbücher in der Regel aufklärerisch, mahnend, mit Anweisungen zu „guter" Lebensführung. Nicht so das von Eckart von Hirschhausen herausgegebene Buch, das in seiner großzügigen Aufmachung zunächst wie ein Bildband daherkommt. Tatsächlich ist es aber ein Lesebuch, das auf eine bemerkenswert sensible, geradezu ruhige und unaufgeregte Art den Menschen als vernunftbegabtes Wesen zeigen will, das eben, wie wir alle inzwischen wissen, leider an dem Ast sägt, auf dem es sitzt.

Das Inhaltsverzeichnis verrät im Prinzip gar nichts. Alle Kapitel tragen eine Art kreative Überschrift. Dadurch, aber auch durch das abwechslungsreiche Layout insgesamt hat man beim Blättern den Eindruck, auf jeder Seite Neues entdecken zu können. Selbst Tipps zum Energiesparen und für die Reduktion des eigenen CO_2-Abdrucks kommen nicht belehrend daher. Obwohl man sich fragen darf, ob es tatsächlich Leute gibt, die ohne Topf auf dem Deckel kochen. Auch die Empfehlung, vor der Abreise in den Urlaub zuhause alle möglichen Stecker aus der Dose zu ziehen, wirkt unfreiwillig altbacken.

Unterm Strich handelt es sich um ein Kompendium leicht goutierbarer „Schnipsel", die allesamt einen lockeren Einblick in die Problematik der Nachhaltigkeit und den damit verbundenen Herausforderungen und Notwendigkeiten geben. Das nennt man niederschwellig.

Rico Stehfest

Martin Häusler. Als ich mich auf den Weg machte, die Erde zu retten. Scorpio-Verlag. 2023. 240 Seiten. ISBN: 978-3-95803-530-0. [D] 38,00 Euro, [A] 40,50 Euro, CHF 53,10.

„Großspenden können Großes bewirken."

NEUE AKTUALISIERTE AUFLAGE

Das Standardwerk von **Dr. Marita Haibach** und **Jan Uekermann** zum Großspenden-Fundraising

- **Grundlagen**
- **Strategien**
- **Praktische Umsetzung**

„Hervorragender Praxisbezug durch Beispiele und eigene Erfahrungen der Autoren"

Jetzt bestellen unter shop.fundraiser-magazin.de ... oder im Buchhandel

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.

Grün für Wasser

Die Flutkatastrophe im Ahrtal auf der einen Seite, verdorrte Vorgärten in den Städten auf der anderen. Hier läuft ganz offenbar gewaltig was schief. Unter dem Begriff der Klimalandschaften greifen die Autoren deshalb in ihrem Buch den Zusammenhang zwischen Wasser und Vegetation in unseren Lebensräumen auf. Gerade aktuell geht beispielsweise die Idee von Schwammstädten durch die Medien. Als Gegenentwurf zu Bodenversiegelung stereotyper „Betonwüsten“ denkt ein solcher Ansatz Vegetation in der Stadtplanung nachhaltig mit, also über die Aufgabe optischer Aufwertung von Wohnquartieren für die Steigerung der Lebensqualität deutlich hinaus. So wird Vegetation also in einen Gesamtzusammenhang gestellt. Idealerweise sollen damit natürliche Wasserkreisläufe (wieder)hergestellt werden und die durchschnittlichen Temperaturen im Kleinen gesenkt. Dafür können und müssen aber auch Bereiche wie Landwirtschaft und Nutztierhaltung integriert werden. Schließlich hängt immer alles mit allem zusammen.

Um das anschaulich zu verdeutlichen, haben die Autoren eine Vielzahl an konkreten Beispielen weltweit zusammengetragen. Damit wird deutlich, welchen sichtbaren und spürbaren Effekt Begrünung und Renaturierung in mehrfacher Hinsicht jeweils mit sich bringen. Das Bemühen um ökologisches Gleichgewicht und um ein effizientes Zusammenspiel verschiedenster Faktoren (z. B. Schweinehaltung im Wald) werden so als Möglichkeiten erkennbar, mit denen sich auf lokaler Ebene globale Probleme angehen lassen.

Rico Stehfest

Ute Scheub, Stefan Schwarzer. Aufbäumen gegen die Dürre. oekom-Verlag. 2023. 272 Seiten. ISBN: 978-3-98726-020-9. [D] 25,00 Euro, [A] 26,50 Euro, CHF 34,95.

Böse Onkels?

Der Ukraine-Krieg und die Explosion an der Nord Stream 2 sind nur zwei Schlaglichter, die zeigen, das globale Rohstoffabkommen in der Vergangenheit mit offensichtlicher Blauäugigkeit getroffen worden sind. Blauäugig genau deshalb, weil unschöne Abhängigkeiten deutlich geworden sind. Das kann man nicht schönreden. Das Lieferkettengesetz ist natürlich mehr als nur zu begrüßen, aber was es wirklich zu leisten in der Lage ist, ist noch nicht ablesbar. Und der Begriff „Globaler Süden“ ist nur deshalb entstanden, weil die Industriestaaten es jahrzehntelang geschafft haben, ihre wirtschaftlichen Partner auszubeuten. All dem unterliegt genau ein entscheidender Faktor: Macht.

Dieses Buch nennt sich selbst eine „Mischung aus Branchenanalyse, Wirtschaftsgeschichte und Thriller“ und will aufzeigen, dass es nicht etwa Staaten sind, die hier die Geschicke lenken, sondern „Rohstoffmultis“. Das klingt erst mal etwas aufgebürstet. Und das will es auch. Ob der Thematik damit Rechnung getragen wird, mag man in Frage stellen. Es ist nicht einfach, ein Buch aufzuschlagen, das von vornherein „die Bösewichte“ klar identifiziert zu haben meint. Wenn dann auch noch das einführende Kapitel mit „Die letzten Haudegen“ überschrieben ist, meint man, Ennio Morricones legendäre Mundharmonika-Melodie zu hören. Eine solche Art der Sensationalisierung tut nie einer Sache einen Gefallen. Dadurch werden Klischees gepflegt, die in die Kerbe namens „Ich hab’s doch schon immer gewusst!“ schlagen.

Rico Stehfest

Javier Blas, Jack Farchy. The World for Sale. Geld, Macht und Geschäfte der globalen Rohstoffgiganten. Plassen-Verlag. 2023. 500 Seiten. ISBN: 978-3-86470-913-5. [D] 29,90 Euro, [A] 31,50 Euro, CHF 41,80.

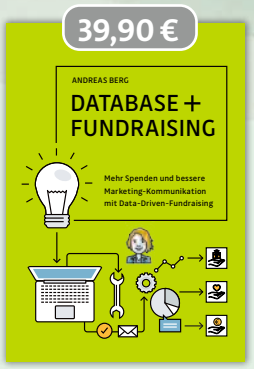
Neues und Gutes aus dem FUNDRAISING magazin SHOP

FACHBUCH
Fundraising Coach
von Kai W. Dörfner

FACHBUCH
Großspenden-Fundraising
von
Marita Haibach
und
Jan Uekermann

neue, erweiterte Auflage

FACHBUCH
Fundraising-Grundlagen von
Jan Uekermann



FACHBUCH
Database +
Fundraising
von Andreas Berg

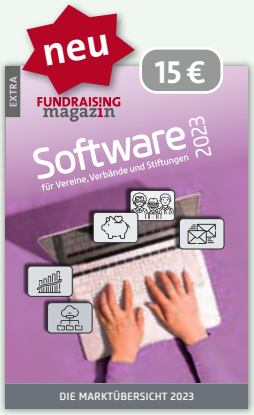
Nützliche EXTRA-Hefte zu ausgewählten Themen

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

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

Aktuelles Heft

Wir liefern versandkostenfrei innerhalb Deutschlands.

www.gutes-wissen.org

Fragebogen: Bruder Paulus sieht Neutronen

Bruder Paulus ist Kapuziner und katholischer Priester. Seine Mutter stand im Gemüseladen, der Vater war Kaufmann. Der Vertrieb liegt ihm im Blut. So sagt er von sich. Grundständig im westfälischen Münsterland aufgewachsen, war ihm die katholische Kirche nah. Und auch unheimlich. Zu mächtig. Zu bestimmend. Wenn da nicht die Nacht gewesen wäre, in der ihm aufgegangen ist: „Die Taufe gibt einem Distanz von Biografie und Biologie, sprich Heimattümelei und Familiarismus, sie bringt einen zusammen mit dem Urmenschen Jesus" – davon kann er schwärmen. Er wurde dann so etwas wie ein Vertriebler Gottes. Er hat Lust auf Menschen und auf immer neue Formate, die ansprechen, anregen, gelegentlich auch aufregen. 15 Jahre war er Talkmaster für seine Kirche auf Sat1: So gesehen: Talk am Sonntag. Anne Will, Harald Schmidt und andere haben ihn eingeladen, jetzt spricht er täglich einen Tagessegen online und auf Bibel.tv und nennt das alles gern auch Fundraising: das Vermögen des Menschen zur Liebe zu wecken. Gern zu sich selbst. Zum Mitmenschen. Und – warum nicht – zu Gott.

Der Seelsorger ist Gründungsvorstand der Franziskustreff-Stiftung und erhielt 2022 den Deutschen Fundraisingpreis. Seitdem ist er Mitglied im Deutschen Fundraising-Verband und dort Beirat. Jetzt lebt er in München und moderiert den Kontakt zu und die Suche nach denen, die jetzt und künftig die Leben und Wirken des Kapuzinerordens in Deutschland und weltweit unterstützen. Sein Traum: seine Erfahrungen weiterzugeben. Stiftungen und Vereine zu beraten, wo ihr Vermögen liegt, welchen Reichtum an Menschenkraft sie versammelt haben und wie sie es zu einem einzigartigen Konzept von Fundraising entwickeln können.

▶ www.kapuziner.de ▶ www.franziskustreff.de ▶ www.bruderpaulus.de

1. Was wollten Sie als Kind werden?

Mediziner. So ganz in Weiß. Und immer etwas in der Hinterhand, was den Menschen heilen kann, der zu mir kommt.

2. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Karriereplanung. Denn ich habe den Eindruck, dass viele sehr verunsichert sind, dass das Leben ganz anders ist, als man es plant. Aber das ist ja gerade Leben!

3. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Housing First. Baugenehmigungen werden nur erteilt, wenn in den Wohngebieten immer auch drei Wohnungen gebaut werden, in die Familien sofort einziehen können, wenn sie obdachlos geworden sind.

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

Zurück? Das kann ich nicht. Ich bin ein Mann der Hoffnung und der Zuversicht. Was wir waren, ist das Fundament, auf dem wir weiter werden.

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

Ich würde Herrn N. posthum einen verleihen. Über 40 Jahre als Bauleiter im Nahen Osten, hat er 81-jährig seine Wohnung in Deutschland unserer Stiftung geschenkt, acht Wochen vor seinem Tod, die letzten Wochen bewusst im Loslassen sich übend.

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

Wie viele Freunde haben Sie? Wem haben Sie noch nicht verziehen? Kennen Sie die Katze, die nachts um Ihr Haus schleicht? Und den Greis, der nebenan gern Zeit mit Ihnen verbrächte?

beim Tanzen zu

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

... sind Menschen, die „ja, aber" sagen. Diese BedenkenträgerInnenei ist furchtbar. Lieber mal ein paar Fehler machen, als gar nicht leben.

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

Mich über die Sonne wundern. Und im härtesten Eisen den Neutronen, Elektronen und Positronen beim Tanzen zusehen.

9. Worüber können Sie lachen?

Über mich. Gott sein Dank. Glück beginnt da, wo man sich selber nicht so wichtig nimmt.

10. Wann reißt Ihr Geduldsfaden?

Wenn mir Menschen zum x-ten Mal erzählen, wer wann was getan hat, was sie beleidigt oder zurückgesetzt hat, und sich nicht sagen: Wer mich ärgern darf, den suche ich mir selber aus.

11. Was war früher besser?

Nichts. So heute nichts schlechter ist. Alles zu seiner Zeit. Jede Zeit hat ihre Chancen. Ergreifen wir sie.

12. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Auf Rügen. Kap Arkona.

13. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Er war eine Kreativitätsagentur des Heiligen Geistes.

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

... die beste Investition: in Nächstenliebe.

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.

Wer lesen kann, ist klar im Vorteil – so heißt es. Deshalb stellen wir Ihnen regelmäßig neue (Fach-)Bücher vor. Und was geschieht eigentlich mit all den Büchern? Die geben wir gerne an Sie weiter: Unter allen richtigen Einsendungen des Lösungswortes dieses Gewinnspiels verlosen wir die Bücher, welche wir ab Seite 90 dieser Ausgabe vorstellen. Sie haben freie Wahl. Also testen Sie Ihr Wissen, lesen Sie vielleicht noch einmal nach und finden Sie die richtige Lösung heraus. Viel Spaß!

1 Wie viele ungenutzte Fahrräder sammelt die NGO Velafrica jährlich allein in der Schweiz ein?

BA) 4 000
BI) 40 000
BU) 400 000

2 In Deutschland trat am 1. Juli die Stiftungsrechtsreform inkraft. Wie viel Zeit nach deren Beschluss ist vergangen?

ND) zwei Jahre
MC) fünf Monate
LB) zehn Wochen

3 In den USA denkt man alles größer … Wie groß war das Kongressgebäude der AFP ICON-Konferenz in New Orleans?

ING) Höhe des Pariser Eiffelturms
ONG) Länge des Gotthardtunnels
UNG) Fläche von 14 Fußballfeldern

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 auch die Postadresse nicht, damit Ihr Gewinn Sie direkt erreicht! Diese Daten werden nur im Zusammenhang mit dem Gewinnspiel verarbeitet und nicht an Dritte weitergegeben. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Einsendeschluss ist der 31. August 2023. Viel Glück!

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

Dieses

Kraut-Fun-Ding

hatte sich H. aus L. irgendwie anders vorgestellt ...

Foto: zorandim75/AdobeStock

Fundraising-Magazin lesen hilft!

Das Branchen-Magazin für Sozialmarketing, Spenden, Vereine und Stiftungen erklärt, **worauf es ankommt beim Fundraising und Crowdfunding**. Best-Practice-Beispiele, Erfahrungsberichte, Trends, Analysen sowie praktisches Wissen liefern immer wieder neue Impulse für eine nachhaltige und erfolgreiche Mittel-Akquise. (Reichliche Ernte garantiert!)
Hier reinlesen & bestellen: **www.fundraising-magazin.de**

FUNDRAISING magazin

Fachlektüre, die Spaß macht.

Sinnfluencer Fabian F. Fröhlich stoppt die Erderwärmung

Plopp … plopp … pfffff … glitsch! … Mist, schon wieder geplatzt! Während meine Kolleginnen und Kollegen in der Redaktion mit Hochdruck das neue Heft produzieren, übe ich mich in der Produktion von Kaugummi-Blasen. Der Unterschied ist: Sie produzieren überwiegend heiße Luft, ich kalte. Und damit habe ich viel mehr Reichweite. Ich bin jetzt nämlich Influencer. Schließlich sollen meine wertvollen Beiträge nicht bis in alle Ewigkeit auf der letzten Seite eines analogen Mediums ihr Dasein fristen. Wenn Sie diesen Artikel zu Ende gelesen haben, hat meine Followerzahl bei Insta gerade die 500k-Marke geknackt.

Vermutlich stellen Sie sich jetzt vor, wie ich mir Anti-Aging-Creme mit irgendeinem exotischen Pilz, der nur auf der Nordseite des Mount Everest wächst, auf die Füße schmiere, oder mit einer elektrischen Zahnbürste meinen linken hinteren Backenzahn poliere und dabei den Sonnenuntergang vorm Bürofenster anschmachte – ganz falsch. Denn wie Sie bereits bemerkt haben, kaue ich Kaugummi. Und zwar rund um die Uhr. Das sorgt bei mir für den absoluten Wohlfühl-Boost und Frische-Moment. Für mich gibt es keinen Arbeitstag, kein Feierabendbier und keinen Meter im Auto ohne meinen „Super Fresh Extra Strong Hyper Air Bubble Gum". Er ist mein täglicher Begleiter in allen Situationen. In der Redaktion habe ich alle zuckerfreien Extra-Sorten direkt am Eingang gestapelt. Denn ein Kaugummi gehört zu jeder Redaktionskonferenz dazu.

Zur Sicherheit habe ich direkt zehn Paletten zu je 50 Packungen à 100 Stück geordert. Und damit tue ich auch etwas gegen den Klimawandel. Im Winter spare ich Heizkosten, weil sich die Kaumasse gleichzeitig als Dämmmaterial eignet, im Sommer sorge ich mit frischem Atem für angenehme Abkühlung. Ich habe nämlich mal ausgerechnet, dass sich die globale Durchschnittstemperatur um 3,72 Grad senken ließe, wenn zwei Drittel der Menschen in den Industrienationen täglich neuneinhalb Stunden den „Super Fresh Extra Strong Hyper Air Bubble Gum" zuckerfrei kauen würden.

Außerdem kann ich mich jederzeit spontan an Klimademos beteiligen, schließlich ist es mir möglich, mich mit einem Kaugummi ganz easy an der nächsten Straßenkreuzung, an einer Billigfleisch-Theke beim Discounter oder an der Venus von Botticelli festzukleben – natürlich nur am Rahmen, nicht dass Sie jetzt denken, ich würde junge Frauen belästigen. Zack, Kaugummi raus, fertig ist der Klimaprotest. Und das ist sogar nachhaltig, denn den Kaugummi kann ich mehrfach wiederverwenden. Außerdem lässt er sich problemlos entfernen, ohne dass dafür Tonnen an umweltschädlichen Lösungsmitteln zum Einsatz kommen müssen. Ich bin also nicht nur Influencer, ich bin sogar Sinnfluencer.

Ausgabe 5/2023 erscheint am 25. September 2023 unter anderem mit diesen Themen

- Aus Misserfolgen lernen
- Agiliät in der Praxis: Tun vs. Sein
- Zustiftungen und Stifter-Motive

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 5/2023 ist der 10.07.2023.

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 5/2023, die am 25.09.2023 erscheint, ist der 10.07.2023.

Fotonachweise:
Titelseite, S. 4 & S. 20: Montage Daniela Münster [Bilder von crazy nook@adobestock (gymnastin), whiskheels@adobestock (entwicklung), zamurovic brothers@adobestock (background)] | S. 3: René Grodde/atri.eu | S. 5 & 16: Neven Subotić Stiftung (subotić) | S. 5 & 42: Elisabeth Sachse-Grimm (hövener) | S. 6 & 23: René Grodde/atri.eu | S. 8: Wolfgang Heyder | S. 13: PrettyVectors@AdobeStock | S. 14: Ludwig Schedl | S. 21 & 22: Thomas Reimer@AdobeStock | S. 21 & 24: SRK Archiv | S. 21: REDPIXEL@AdobeStock (26) | S. 21 & 28: Volksbund | S. 25: SRK Kanton Zürich | S. 26: Pixel-Shot@AdobeStock | S. 21: olly@AdobeStock (30) | S. 32: Caritas/Ingo Pertramer (unten), René Grodde/atri.eu (stehfest) | S. 34 & 96: Chimwemwe Mkandawire | S. 35: Basti Funk | S. 36: Sabine Engels | S. 38: Markus Hauschild, www.hauschild.biz | S. 44: René Grodde/atri.eu (nitzsche) | S. 46: Charlotte Marie Amelung | S. 47: Jens Ahner | S. 48: Daniel Rahaus/Neopol & Susanne von Jan/smep-consult | S. 49: Peter Witkop (geissler) | S. 50: jro-grafik@AdobeStock | S. 56: Maurice K. Grünig (baumgartner), Wolfgang Schmidt (weimann) | Julia Deptala (altemeier) |S. 57: Fotostudio Sommer (muylkens), Wilfried Meyer/Evangelisches Büro NRW (meyer) | S. 58: Georg Wilke (weichselbaum), Sebastian Haury/Caritas international (vocke-neumann), Brian Powell (lang) | S. 59: Stephanie von Becker (dase), Martin Hanebeck/SOS-Kinderdörfer weltweit (fechner), eveleen007@AdobeStock (avatar) | S. 72: Przemek Klos@AdobeStock | S. 74: videodoctor@AdobeStock | S. 76: Markus Bormann@AdobeStock | S. 77: Stefan Specht | S. 78: zinkevych@AdobeStock | S. 80: Dialog.Kultur.Dialog | S. 96: Falko Matte@fotolia.com (oben), Brian Jackson@AdobeStock (50) | S. 98: oza@fotolia.com | alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der

Fundraising Akademie
WIRKE GESTALTEN. BIEN'FÖRDERN.

Neu hier?

Wir heißen Ihre Neuspender:innen willkommen.

Der erste Schritt für eine gute Beziehung: Ein Mailing-Package, das Neuspender:innen das Gefühl gibt, goldrichtig zu sein, und sie mit Ihrer Organisation zusammenwachsen lässt.

Neugierig?

Fon 0221 / 677 845 - 90 | kontakt@fundango.de
www.fundango.de

fundango
Fundraising ist mehr

Egal, wie Sie es drehen und wenden ...

... Neuspenderinnen und Neuspender gewinnen Sie am besten mit adfinitas – mit stimmigen Direct-Mail-Kampagnen, maßgeschneiderten Online-Projekten auf zahlreichen Plattformen oder einem Mix aus allen Kanälen. Gemeinsam entwickeln wir die bestmögliche Strategie, um noch mehr Menschen für Ihre Sache zu begeistern. Wir freuen uns auf Ihre Nachricht!

adfinitas

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

Egal, wie Sie es drehen und wenden ...

... Neuspenderinnen und Neuspender gewinnen Sie am besten mit adfinitas – mit stimmigen Direct-Mail-Kampagnen, maßgeschneiderten Online-Projekten auf zahlreichen Plattformen oder einem Mix aus allen Kanälen. Gemeinsam entwickeln wir die bestmögliche Strategie, um noch mehr Menschen für Ihre Sache zu begeistern. Wir freuen uns auf Ihre Nachricht!

adfinitas

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