Branchen-Magazin für Sozialmarketing | Spenden | Vereine | Stiftungen 6|2023

# FUNDRAIS!NG magazin

## Vermächtnis für den guten Zweck

### Legate-Fundraising:

*mit digitalen Tools von heute für gutes Erben von morgen*

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
INTELLIGENCE

# BUSINESS INTELLIGENCE FÜR FUNDRAISER.

Nutzen Sie die Intelligenz unserer Software: Mit Fundraise Intelligence gelingt Ihnen perfektes Data Mining und Data Drilling. Das Ergebnis: vom Jahresbericht mit grafischer Aufbereitung über die Marketingstrategie bis zur Erfolgskontrolle – alles mit einem Tool: Fundraise Intelligence.

Tappen Sie nicht länger im Dunkeln.
Wir zeigen Ihnen gerne, wie Fundraise Intelligence auch Ihren Alltag erleuchtet!

STEHLI
SOFTWARE
DATAWORKS

stehli software dataworks GmbH · Holzkamp 24 · 25524 Itzehoe
Niederlassung Köln: Hohenstaufenring 29-37 · 50674 Köln
Fon: [+49] 0 48 21/95 02-0 · Fax: [+49] 0 48 21/95 02-25 · info@stehli.de · www.stehli.de
Partner von POSTADRESS CLEAN POSTADRESS MOVE · Systempartner von klickTel

*Liebe Leserin, lieber Leser,*

Legate für den guten Zweck – das ist der Themenschwerpunkt dieser Ausgabe. Wie hat sich das Nachlass-Fundraising in den vergangenen Jahren entwickelt? Welche Möglichkeiten bietet die Digitalisierung in dem Bereich? Wie werben NGOs heute für das Testament zu ihren Gunsten? Und wie hat sich die Kommunikation dazu gewandelt? Ab Seite 20 finden Sie Antworten auf diese Fragen.

Im September führten wir ein Interview mit Professor Doron Kiesel, der in Frankfurt am Main die Jüdische Akademie aufbaut. Zu diesem Zeitpunkt war noch nicht abzusehen, dass in Israel wenig später ein fürchterlicher Krieg toben würde. Antisemitismus ist auch dadurch stark im öffentlichen Bewusstsein präsent. Doron Kiesels Waffe: politische Bildung. Das spannende Interview lesen Sie ab Seite 16.

Für alle, die in der Spendenbranche tätig sind, ist jetzt Hochsaison. In dieser hektischen Zeit bleibt oft wenig Raum für besinnliche Momente in der nahenden Adventszeit. Ich wünsche Ihnen, dass Sie Gelegenheit finden, diese besonderen Augenblicke zu genießen und frische Energie für die kommenden Herausforderungen im Jahr 2024 zu tanken.

Ihre

Daniela Münster,
Chefredakteurin

PS: Welche Projekte beschäftigen Sie derzeit? Welche Pläne haben Sie für 2024? Darüber wollen wir berichten! Welche Erfahrungen im Fundraising wollen Sie mit den Leserinnen und Lesern dieses Magazins teilen? Welche spannenden Menschen kennen Sie, die wir einmal interviewen sollten? Schreiben Sie uns bitte an *redaktion@fundraising-magazin.de*

direct.
AGENTUR + LETTERSHOP
www.directpunkt.de

**Ich packe meinen Koffer ...** 22
Wie lässt sich eine Donor Journey
bei Nachlass-Spendenden gestalten?

**Mit Vertrauen und Fingerspitzengefühl** 24
Von Großspenden zum Nachlass – und umgekehrt

**Broschüren bestellen war gestern** 26
Wie gemeinnützige Organisationen
heute für das gute Testament werben

**Die Zeichen der Zeit verstehen und deuten** 28
Datenanalyse für effektiveres Erbschaftsfundraising

**Status quo der Testamentsspenden** 30
Das Fundraising-Symposium widmet sich 2024
dem digitalen Nachlass-Fundraising

## Projekte & Stiftungen

**„Sie können mehr bewirken, als Sie denken“** 34
Eine Fundraising-Kampagne,
die das Fundraising selbst zum Thema macht

**Daten für den Umweltschutz** 36
Wie auch das Wattenmeer von der Digitalisierung profitiert

**Die unbekannte Superkraft** 38
Fundraising für Moore „ist echt hart“

**Auf breiteren Füßen** 46
Wann Zustiftungen sinnvoll sind und
wie man sie gewinnen kann

**Alle an einem Tisch** 48
Ein Projekt der Dresdner Cellex Stiftung
bringt Kulturen zusammen

**Die Zukunft zum Anfassen** 50
Die Dr. Hans Riegel-Stiftung hat ein Labor
für das digitale Zeitalter entwickelt

## Praxis & Erfahrung

**Eine Frage der Perspektive** 72
Wie Overhead-Kosten in der Kostentorte besser schmecken

**Effiziente Kommunikation durch Vorhersagen** 74
Was Predictive Analytics im Fundraising wirklich bringt

**Telefonfundraising im Wandel** 76
Vom Kampagnenfokus zur Spenderzentrierung

**Digitale Strategie** 78
Intelligente Online-Spendenshops
statt passive Spendenformulare

**Neue Kanäle, neue Chancen** 80
Streaming-TV-Werbung für Non-Profits

**Enttäuschungen vermeiden!** 82
Warum viele Software-Einführungen zu scheitern drohen

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

**Professor Doron Kiesel**

... baut gerade in Frankfurt am Main die Jüdische Akademie auf ..... 16

**Sandra Güntner**

... leitet die Umweltstiftung Greenpeace und spricht über Ziele ..... 40

**Anita Baumgartner**

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

**Doris Voll**

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

## Meinungen

**Persönliche Gedanken** ..... 14
**Klaus Falk Schenkel**
Ausschreibungen von NGOs: hinter den Kulissen der Auftragsvergabe

**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 ..... 92
Wissen testen & gewinnen ..... 96
Das Letzte ..... 98
Vorschau & Impressum ..... 98

## Autorinnen & Autoren

... dieser Ausgabe:
Matthias Daberstiel, Dr. Marita Haibach, Elisabeth Hinterholzer, Thomas Jahnke, Dr. Paula Lavinia Kroner, Kurt Manus, Matthias Marx, Daniela Münster, Stephanie Neumann, Ute Nitzsche, Pia Rast, Klaus Falk Schenkel, Prof. Dr. Georg von Schnurbein, Nadine Shalala, Katja Sichtermann, Karin Sommer, Rico Stehfest, Jan Uekermann, Lena Vizy, Dr. Matthias Zehnder

## Weiterhin

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



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

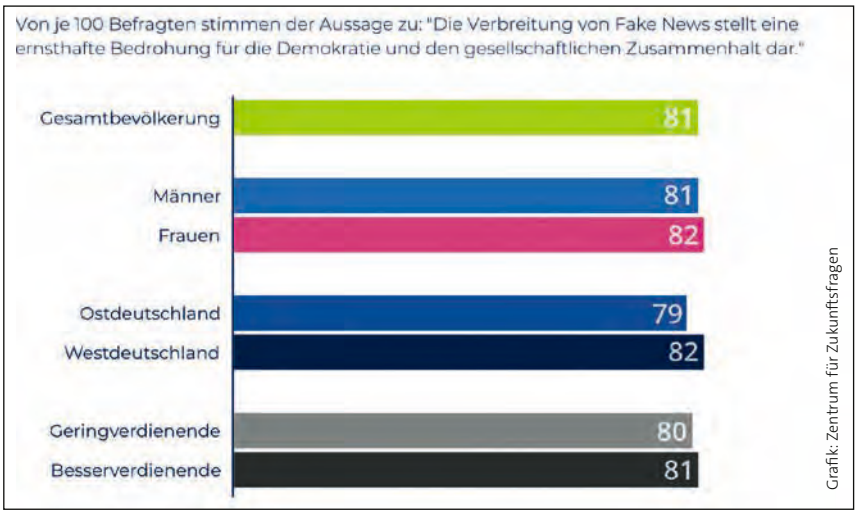
**Lernen Sie unsere „Vögel“ kennen.**

Wir freuen uns auf Sie!

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

# Zahlen & Fakten

## Fake News bedrohen Demokratie und Gesellschaft




Gemäß einer aktuellen Erhebung der Stiftung für Zukunftsfragen haben Fake News das Potenzial, Desinformation zu verbreiten, das Vertrauen in die Medien zu untergraben und politische Meinungen zu beeinflussen. Diese hohe Übereinstimmung verdeutlicht die Notwendigkeit, die Mechanismen hinter der Verbreitung von Fake News zu verstehen und Gegenmaßnahmen zu entwickeln. So könnte eine stärkere Regulierung helfen, Falschmeldungen schneller zu identifizieren und zu löschen. Online-Plattformen könnten verpflichtet werden, Inhalte durch eine künstliche Intelligenz zu überprüfen und die Identifizierung der Verfasser zu ermöglichen. Bei Missbrauch könnten dann entsprechende Sanktionierungen und Strafen folgen. Sind Sie fit in Sachen Fake News? Das lässt sich mit einem Selbsttest unter *www.newstest.ch* herausfinden.

▶ **www.stiftungfuerzukunftsfragen.de**

# Nachruf

## Danke an Dr. Christoph Müllerleile

Dr. Christoph Müllerleile, Journalist, Fundraiser, Bundesverdienstkreuzträger und Gründervater des Fundraising-Verbandes, ist am 18. Oktober 2023 verstorben. Für das Fundraising-Magazin war er Motivator, Fachautor und intensiver Wegbegleiter. Er war immer geradeheraus, ehrlich, zugewandt. Das schätzten wir besonders.

Mit Christoph verlieren wir einen Freund, der das Fundraising in Deutschland mehr als 50 Jahre geprägt hat. Professionelles Fundraising lebte er seit den 1970ern in unglaublich vielen Ehrenämtern vor. Sein Credo: „Es ist keine Kunst, gute Ratschläge zu geben – wohl aber tatsächlich Mittel einzuwerben." Jeder Satz, den er schrieb, war fachlich fundiert, markant und oft auch selbstironisch. Genauso wie sein Lexikoneintrag, den er sich in unserer Rubrik „Fragebogen" vorstellen konnte: „Er hat nicht nur seinen Vorteil gesucht." Viel zu bescheiden, lieber Christoph, denn du bleibst für uns eine echte Inspiration.

# MEINE MEINUNG

## „Nestbeschmutzer" gehören gewürdigt!

**Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL**

Die scheinbar heile Welt der Non-Profit-Organisation: Hier arbeiten die Untadeligen, die mit dem hohen Anspruch an Integrität und Ethik. Doch wie passen dazu die offenbar 1,8 Millionen veruntreuten Euro aus Erbschaften durch den langjährigen Geschäftsführer der Deutschen Parkinson-Vereinigung (Bundesverband) in Neuss? Natürlich gar nicht! Denn die Welt von NGOs ist nicht anders als die der Wirtschaft oder Verwaltung.

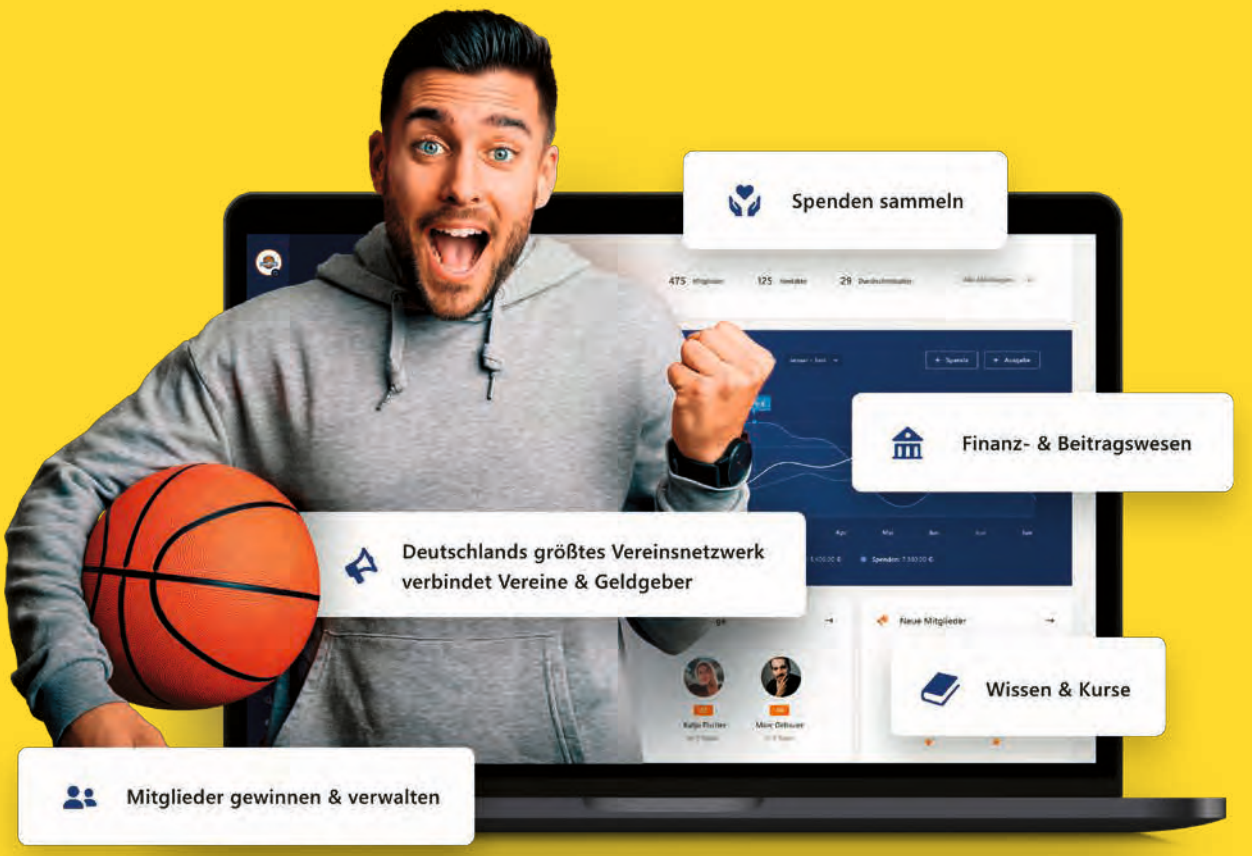
Symptomatisch für den Fall in Neuss ist, dass erste Vorwürfe schon 2010 bekannt wurden. Aber weder die Delegiertenversammlung noch der Vorstand sahen Handlungsbedarf für eine unabhängige Untersuchung. Mitglieder, die daraufhin mit einem Schwarzbuch an die Öffentlichkeit gingen, wurden sogar verklagt. Wäre diesen ersten Missständen konsequent nachgegangen worden, hätte sich der Fall schnell erledigt, und der Schaden wäre überschaubar. Da lobe ich mir diese „Nestbeschmutzer", die sich nicht wegducken, sondern Auskunft fordern. Für mich sind es integre Mitglieder.

Ja, Kritik ist nie schön, sogar schmerzhaft. Aber gerade deshalb wäre es fahrlässig, die heile Welt in Vereinen zu beschwören, anstatt zu handeln. Effektive Kontrolle und das Ansprechen von Problemen in der Mitgliederversammlung machen eine gute Organisation aus. Nicht das Verdrängen. Auf den betroffenen Verband wirft das jetzt ein sehr schlechtes Licht, aber auch auf alle anderen Vereine. Denn die Misstrauensbombe ist vor aller Augen in der ARD-Tagesschau geplatzt.

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

WISO MeinVerein

# Die Software, die Euch mehr Geld bringt als sie kostet!




Gültig bis 31.12.2023

## 40 % Rabatt* sichern

Code: FUNDRAISE40

cloud services MADE IN GERMANY

geschützt durch buhl:Banking

EU-DSGVO Datenschutz-Grundverordnung

:buhl

* Die Aktionsbedingungen findet Ihr unter: https://www.meinverein.de/fundraisingmagazin

# Drei Fragen an … Therese Niss

## Die Mitgründerin der MINTality Stiftung wurde als „Stifterin des Jahres“ geehrt

**? Sie wurden vom Verband für gemeinnütziges Stiften für Ihre Verdienste im Philanthropie-Sektor ausgezeichnet. Was bedeutet die Ehrung für Sie und Ihre Arbeit?**

*Die Ehrung freut mich sehr, weil ich damit sehe, dass unser Anliegen ein gesellschaftspolitisch relevantes ist. Sie stärkt mein Team und mich in unserer Arbeit und zeigt uns, dass wir mit unserem Ziel, signifikant mehr junge Mädchen für technische Ausbildungen zu begeistern, nicht alleine sind. Nur durch die Bereitschaft, Projekte zu machen und zu finanzieren, die Mädchen für Technik begeistern sollen, aber auch durch den Willen, auch umzudenken („Du kannst mehr als Deine Rolle!“) können wir auch tatsächlich etwas bewirken. Der Weg ist kein einfacher, da wir das Mindset ändern müssen.*

### Therese Niss …

… ist Vorstandsmitglied der im Januar 2022 gegründeten MINTality Stiftung in Österreich.

**? Wie kam es zu Ihrer Motivation, Mädchen und Frauen für MINT-Fächer bzw. -Berufe zu begeistern?**

*Ich habe von vielen Unternehmen immer wieder gehört, dass sie zu wenige Fachkräfte haben, vor allem weibliche. Da dachte ich mir, das müssen wir ändern. Auch im Hinblick auf die Chancengerechtigkeit der Frauen – ich möchte nicht, dass meinen Töchtern und allen anderen jungen Frauen und Mädchen solch spannende Berufe vorenthalten sind, auch wenn der Vorbehalt natürlich ein subtiler ist.*

**? Welche Herausforderungen sehen Sie diesbezüglich in Ihrer täglichen Arbeit?**

*Dass Technik eigentlich nichts für Mädchen ist, ist leider zu stark verankert in unserem Denken. Das müssen wir ändern! Auf der anderen Seite fragen wir uns natürlich, wie wir am besten wirken. Wie schaffen wir es, praktische MINT-Erlebnisse zu ermöglichen – und das mit einem sinnvollen Ressourceneinsatz? Eine wichtige Zielgruppe sind für uns Pädagogen, denn sie haben einen großen Einfluss auf junge Mädchen. Sie können motivieren.*

▶ www.mintality.at

# Kurzgefasst ...

## Freundschaften fördern ehrenamtliches Engagement

Eine neue Studie des Schweizer Gottlieb Duttweiler Institute zeigt: Während der Einfluss von Freunden auf das Spenden für wohltätige Zwecke gering ist (19 %), ist er beim ehrenamtlichen oder sozialen Engagement mehr als doppelt so hoch (46 %). Wer mehr Freunde hat, engagiert sich mehr und berichtet auch über einen größeren Einfluss der Freunde auf das eigene Engagement.

▶ www.gdi.ch/publikationen/studien

## Greenpeace Deutschland: Jahresbilanz 2022

Greenpeace Deutschland wurde zum Jahresende 2022 von 621 000 Fördermitgliedern finanziell unterstützt. Damit verringerte sich deren Zahl leicht im Vergleich zum Vorjahr (633 000). Die Spenden erreichten mit 86 Millionen Euro einen neuen Höchststand (2021: 81 Mio.). Beträge bis zu 100 Euro jährlich machten den größten Anteil aus (55 Mio. / 2021: 55 Mio.).

▶ www.greenpeace.de

## Frauenzentrale Zürich auf OnlyFans

Als erste Organisation für Frauenrechte weltweit betreibt die Frauenzentrale Zürich einen Account auf der Bezahlplattform OnlyFans. Die Organisation nutzt den Kanal, um über ihr Engagement zu informieren, bietet Informationen zu Anlaufstellen und Frauenrechten und zeigt im Austausch mit Frauenorganisationen aus anderen Ländern, wo sich Frauen bei Bedarf melden können.

▶ www.frauenzentrale-zh.ch

## Unicef für die ganze Familie

Unicef Deutschland bietet vermögenden Familien mit seiner Family Academy die Möglichkeit, auch ihre Kinder in das philanthropische Engagement der Familie einzubinden und so in Generationen zu denken. Das Weiterbildungsangebot vermittelt in Köln, Genf und Kopenhagen in drei Modulen Wissen über die Zusammenhänge humanitärer Hilfe.

▶ www.unicef.de/spenden/foerdern-stiften-vererben/grossspende/family-academy

## Ukrainehilfe: Mehr als eine Milliarde Euro Spenden

Laut DZI haben die Menschen in Deutschland 2022 insgesamt 1,012 Milliarden Euro für die Nothilfe zugunsten der vom Krieg in der Ukraine betroffenen Menschen gespendet. Dies ist der höchste Betrag, der in Deutschland jemals anlässlich einer einzelnen Notsituation gespendet und auch statistisch erfasst wurde.

▶ www.dzi.de

**Fotos für die Pressefreiheit.** Seit 1994 veröffentlicht Reporter ohne Grenzen jährlich den Band „Fotos für die Pressefreiheit". International renommierte Fotografinnen und Fotografen stellen ihre Arbeiten zur Verfügung. Die Erlöse aus dem Verkauf der Bände kommen direkt der Menschenrechtsarbeit zugute. Dieses Bild entstand im Juli 2022 in der ostukrainischen Millionenstadt Charkiw: Ein Mann sitzt weinend neben der Leiche einer Frau. Sie wurde bei einem Raketenangriff der russischen Streitkräfte auf ihr Wohnviertel getötet. Im Hintergrund liegt die Leiche einer weiteren Nachbarin.

► www.reporter-ohne-grenzen.de

FUNDRAISINGBOX

Die digitale Fundraising Plattform für Non-Profits

FUNDRAISE

Sammle mehr Spenden über digitale Touchpoints, Spendenaktionen oder Spendenshops.

MANAGE

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

AUTOMATE

Automatisiere wiederkehrende manuelle Tätigkeiten und schaffe einfachere Prozesse.

fundraisingbox.com

# 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

# 10FF ONLINE FUNDRAISING FORUM 2024

AZ fundraising

## Auf unserem #OFF24 erhalten Sie durch die Vorträge und Gespräche mit den Expert:innen viele konkrete Tipps zur Steigerung Ihrer Performance und Conversions. Digitale Expert:innen aus NGOs und Agenturen vermitteln neueste digitale Trends und berichten von erfolgreichen Cases.

Das Forum für NGOs aus Deutschland, Österreich und der Schweiz jährt sich zum 10. Mal. Erleben Sie die spannenden Vorträge rund um das digitale Fundraising beim Top-Event der Branche! Seien Sie vor Ort in Köln oder live im Stream dabei. Wir freuen uns auf Sie!

**SAVE THE DATE**

**28.02.2024**

9:30 – 15:30 Uhr

**Design Offices**
**Schanzenstraße, Köln**
Vor Ort oder im Stream

**MELDEN SIE SICH JETZT AN!**

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

www.az-fundraising.de/off-2024

Das Forum ist kostenlos für Teilnehmer:innen aus Organisationen und Stiftungen. Auch in diesem Jahr sind wir vor Ort und im Stream unterwegs – die Plätze vor Ort sind jedoch limitiert, also schnell anmelden!

**Für weitere Infos folgen Sie uns auf LinkedIn oder schreiben Sie uns an az-fundraising@bertelsmann.de**

# Schöner scheitern

## … mit Last-Minute-Weihnachts-Mailings

**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.**

Wie in jedem Jahr steht (völlig überraschend) Weihnachten vor der Tür. Alle großen NGOs haben ihre Mailings längst versandt, und doch soll es Vereine geben, die in letzter Minute noch schnell einen Spendenbrief oder eine Weihnachts-E-Mail rausschicken. Das muss nicht unbedingt schlecht sein, solange es authentisch ist. Und: Wenn die folgenden drei typischen Fehler vermieden werden. Hier – aus Erfahrung – ein kleiner Leitfaden für „Ho-Ho-Ho-Horror"-freie Spenden-Kommunikation.

### Fehler Nummer 1: Der „Copy-Paste" Wahnsinn

Wir sind alle im Stress, besonders zur Weihnachtszeit. Der Versuchung, wie verrückt zu kopieren und einzufügen, sollten wir trotzdem widerstehen: Nicht aus den eigenen Briefen vom letzten Jahr! Nicht aus denen von anderen! Und auch der Chatbot sollte nur ganz dezent zum Einsatz kommen. Das ist schließlich kein „Terminator vs. Tannenbaum"-Crossover.

### Fehler Nummer 2: Die „Spendenforderung" in Verkleidung

Spendenbriefe zur Weihnachtszeit sollten nicht aussehen, klingen oder riechen wie Drohbriefe. „Wenn Sie dieses Jahr nicht spenden, wird das Christkind sich abwenden und bitterlich weinen!" mag vielleicht Aufmerksamkeit erzeugen, aber Verzweiflung ist selten ein guter Ratgeber. Statt Panik („Wenn wir das Geld nicht zusammenbekommen, muss das Tierheim abgerissen werden und die süßen Kätzchen sterben …") besser das Gute betonen: Was bereits erreicht wurde und was mit weiterer Unterstützung erreicht werden kann – anstatt auf Schuldgefühle zu setzen.

### Fehler Nummer 3: Das überambitionierte Versprechen

„Jeder Spender erhält eine lebensgroße Replik des Nordpols mit Rentier-Schlitten!" Klingt toll, oder? Nicht wirklich, wenn die Organisation das Budget eines Schokoladen-Adventskalenders hat. „Mit Ihrer Spende besiegen Sie den Hunger auf der Welt / stiften Sie Frieden in Nahost / bewahren Sie die Menschheit vor dem Klimawandel …" Wäre alles superschön, ist aber unrealistisch. Eine Nummer kleiner ist angesagt. Denn Versprechen, die sich nicht einhalten lassen, sind wie Geschenkpapier mit leeren Boxen drin.

**Zusatz-Tipp:** Zeigen wir Dankbarkeit und Wertschätzung in jedem Brief. Lassen wir die Menschen, die für unseren Verein spenden, wissen, wie wichtig sie sind und wie sehr wir ihre Unterstützung schätzen. Dann kann die Spendenbereitschaft auch last minute wieder so hoch werden wie die Spitze des Weihnachtsbaums.

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

# Ausschreibungen von NGOs: hinter den Kulissen der Auftragsvergabe

## Persönliche Gedanken von Klaus Falk Schenkel

Große Ausschreibungen von Organisationen auf der Suche nach neuen Fundraising-Automation-Systemen sind mittlerweile die Regel. Sie umfassen gut und gerne 30 bis 40 Seiten mit unzähligen Fragen, über deren Sinnhaftigkeit teilweise zu diskutieren wäre. Aber ist diese Art der Auftragsvergabe überhaupt sinnvoll? Steht der Aufwand, der in diese Ausschreibungen gesteckt wird, noch in einem angemessenen Verhältnis zum Nutzen, den die NGO am Ende erhält?

Teure Berater werden oft engagiert, um Ist- und Soll-Prozesse zu beschreiben. Gleichzeitig sind aber die Mitarbeiter der Organisation in diesen Veränderungsprozess nicht involviert. Monate werden darauf verwandt, Funktionen im Lastenheft detailliert zu beschreiben. Den Bietern wird im Gegenzug oft nur ein kleines Zeitfenster zur Bewertung dieser komplexen Prozesse zugestanden, Rückfragen sind sogar unerwünscht.

Die Abschätzung des Aufwands bleibt oft eine Herausforderung. Qualität der Software, Benutzerfreundlichkeit und Zusammenarbeit des Teams mit der NGO werden oft nicht berücksichtigt. Häufig werden Vergleichsmöglichkeiten mithilfe einer Excel-Tabelle geschaffen, was die Qualität, Kreativität und das Potenzial eines Softwarepartners nicht sichtbar machen kann. Angebote in Vergabeportalen, in denen nur Fakten verglichen werden, haben meiner Ansicht nach keinerlei konkrete Aussagekraft. An all diesen genannten Stellen fehlt mir persönlich die Kommunikation. Welche Wünsche und Erwartungen hat der Kunde? Welche Interessen gilt es umzusetzen? Passt die Chemie zwischen der Organisation und dem Dienstleister? Immerhin handelt es sich um Systeme, die über viele Jahre supportet werden.

Die Erstellung von Angeboten ist eine zeitaufwendige und sehr individuelle Arbeit, für die wir keine Bezahlung erwarten. Aber eine Wertschätzung dieser Arbeit sollte nicht fehlen. Anonymisierte Angebotsabgabe macht dies unmöglich. Leider ist oft nicht sichergestellt, dass die NGO am Ende die passende Software und den besten Anbieter oder Partner auswählen kann. Das führt dazu, dass Spendengelder für Projekte verschwendet werden, die keine echte Verbesserung bringen oder gar zum Desaster werden.

NPOs sollten meiner Meinung nach nicht nur ihre Ziele, sondern auch die Gründe für die Suche nach einer neuen Software klar im Lastenheft kommunizieren. Der persönliche Kontakt zum Anbieter darf nicht außer Acht gelassen werden.

Lasst uns gemeinsam darüber nachdenken, wie wir diesen Prozess optimieren können und sicherstellen, dass gemeinnützige Organisationen die besten Tools erhalten, um ihre wertvolle Arbeit fortzusetzen.

**Klaus Falk Schenkel** ist seit 2019 Country Manager bei der Ifunds Germany GmbH. Der studierte Wirtschafts-Informatiker und Finanzexperte ist ein bekennender IT-Junkie und führt leidenschaftlich gerne Projektteams. Die Weiterentwicklung von qualitativ hochwertigen Produkten und Ideen speziell für den Non-Profit-Markt ist ihm eine Herzensangelegenheit.
▶ www.ifunds-germany.de

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

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

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

## Ihre Vorteile als Partner-Organisation:

- ✓ **Digitales Erbschafts-Fundraising 7x24**
- ✓ **Simple Website-Integration**
- ✓ **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**

# „Wir müssen diskurs

Professor Doron Kiesel baut gerade in Frankfurt am Main die Jüdische Akademie auf. Matthias Daberstiel sprach mit dem Erziehungswissenschaftler über den Zusammenhalt in unserer Gesellschaft und über politische Bildung als Grundpfeiler der Demokratie.

# fähig bleiben …“

**? Herr Professor Kiesel, Sie beschäftigen sich in der Lehrerausbildung mit dem Thema der politischen Bildung. Worum geht es dabei?**

*Mein Arbeitsschwerpunkt im Moment ist die Gründung der ersten Jüdischen Akademie seit der Shoah hier in Deutschland. Da habe ich aktuell noch viele Vorbereitungen zu treffen.*

*Als Wissenschaftler beschäftige ich mich in Kooperation mit Kolleginnen und Kollegen der Uni in Frankfurt mit der Frage, wie wir im Bereich der Ausbildung von Lehrerinnen und Lehrern Themen wie die Shoah, den Nationalsozialismus oder Auschwitz und deren Konsequenzen so pädagogisch implementieren, dass das nicht einfach nur ein historisches Thema ist. Was abgelegt und vorbei ist, oder einfach nur zur Kenntnis genommen wird, aber nicht mehr reflektiert, nicht verstanden wird, ist auch schnell vergessen. Oft ist das ja noch immer ein Familiengeheimnis, was in irgendeiner Form wabert. Ich möchte, dass dieses Thema auch interdisziplinär gewissermaßen durch unterschiedliche Fakultäten hindurch ein Thema wird. Und daran arbeite ich.*

**? Was muss sich denn aus Ihrer Sicht in Deutschland für ein besseres Zusammenleben ändern?**

*Ich beobachte mit großer Sorge, dass sich offensichtlich Millionen von Menschen entschieden haben, sich von „Erinnerungsballast“ zu trennen und sich lieber unter Umgehung der Geschichte oder deren rechtlichen Folgen auf ein antidemokratisches Konzept von Herrschaft und Macht zu beziehen. Und das ist etwas, das ich mir in diesem Land nie hätte vorstellen können! Bis vor einigen Jahren dachten wir, so etwas wäre in Deutschland nie wieder möglich. Vielen ist offenbar nicht klar, dass dies ein autoritäres, faschistoides, menschenverachtendes, Minderheiten verachtendes System ist, das viele AfD-Wähler da gerne wieder einrichten würden.*

**? Auch rassistische, menschenverachtende Postings haben in den sozialen Medien deutlich zugenommen. Woher kommt diese Verrohung, die wir da erleben? Haben wir aus der Geschichte zu wenig gelernt?**

*Ich war ja zwischen 1998 und 2016 als Professor für Erziehungswissenschaften in Erfurt tätig. Und mir fiel auf, dass das Thema demokratische politische Bildung dort auf keiner Ebene thematisiert oder auch als Lernkonzept etabliert worden ist. Als Professoren und Studierende waren wir da privilegiert und haben uns damit auseinandergesetzt. Aber ein Großteil der Bevölkerung hat sich überhaupt nicht mit der eigenen Geschichte auseinandergesetzt. Ich glaube, man hoffte, dass die Zeit oder die D-Mark und der Wirtschaftsaufschwung das Ihre tun würden. Dem war überhaupt nicht so. Und wenn wir heute sehen, welche Zuwächse eine autoritäre politische Ideologie in den neuen Bundesländern hat, dann wird klar, dass hier versagt wurde.*

*Verstehen Sie mich nicht falsch: Ich würde die Entnazifizierung in den von den Alliierten besetzten Gebieten auch nicht als erfolgreich bezeichnen. Aber immerhin hat es Institutionen hervorgerufen, ein politisches Bewusstsein, eine gewisse Sensibilität. Und ich habe den Eindruck, man hat so viel Kraft und Energie in den Aufbau Ost investiert, dass dabei fast vergessen worden ist, wofür man das überhaupt macht, nämlich für den Demokratieaufbau.*

**? Aber in der ehemaligen DDR war das Thema Nationalsozialismus doch stark präsent. Auch im Unterricht.**

*Das ist ja auch richtig, Sie haben sicherlich in der DDR einiges über den Nationalsozialismus gehört. Was aber aus meiner Perspektive völlig fehlte, ist das Thema Antisemitismus. Das passte nicht in die Ideologie des Klassenkampfes zwischen Kapitalismus und Kommunismus. Man hat den Mord an den Juden sehr schnell an das politische ökonomische System des Kapitalismus gebunden.*

**? Tendenzen der Ausgrenzung erleben wir momentan in vielen Ländern …**

*Richtig, wir stellen in vielen Ländern eine entsprechende Entwicklung fest, auch in Italien, Spanien, unlängst in Griechenland. Sehr beunruhigend. Der Punkt ist nur: Deutschland hat eine sehr spezifische Geschichte, die in einer extrem großen Blutspur endete. Und insofern ist diese Entwicklung hier natürlich noch mal besonders problematisch. Die anderen sind nicht harmlos, aber die Deutschen kennen schon die Konsequenz dieser ideologischen Entwicklung. Es ist dokumentiert. Also müssen wir erkennen, dass das ein ähnliches Fiasko werden könnte, wenn wir das weiter so ertragen oder gar mittragen. Ich finde, wir können heute sehr viel von früher lernen. Hitler ist demokratisch an die Macht gekommen, er musste gar nicht putschen. Mir fehlt der massive Widerstand gegen diese Entwicklung.*

**? Die Polarisierung in Deutschland nimmt zu. Meinungen gelten als Standpunkte und werden gar nicht mehr diskutiert. Nach dem Motto: Wer nicht für uns ist, ist gegen uns. Dogmatisch. Wie kann man das aufbrechen?**

*Ich habe keine Lösung, nur eine Idee. Die Idee wäre in Anbetracht dieser Situation, dass sich die demokratischen Parteien im Bundestag zusammentun und tatsächlich eine groß angelegte Kampagne für demokratische Prinzipien und gegen die AfD initiieren. Eine Kampagne, die zeigt, was die AfD eigentlich für ein Gift streut, welche ideologischen Denkgebäude hier vermittelt werden und wo das hingeführt hat und wo es wieder hinführen kann. Wenn man diesen Höcke hört, dann ist das menschenverachtend par excellence. Der redet noch nicht von KZs gegenüber …* ▶

*Juden, aber er meint die Muslime. Noch gibt es eine gewisse innere Tabuisierung, aber als Nächstes werden die Juden dran sein. Der Präsident des Zentralrats der Juden in Deutschland hat schon sehr früh vor dieser Bewegung und dieser Partei gewarnt. Mir fehlt es wirklich an einer heftigen Reaktion. Wenn ich dann noch höre, dass auch noch die Mittel der Bundeszentrale für politische Bildung gestrichen werden! Da habe ich gar kein Verständnis mehr. Finanzminister Lindners Handeln kann ich da nicht verstehen. Wie kann es sein, dass in Zeiten, in denen wir dauernd darauf verweisen, wie wichtig Aufklärung in Bezug auf Geschichte, Kampf gegen Antisemitismus oder Rechtsextremismus ist, Institutionen geschrumpft werden, die gerade dafür wichtig sind? Das passt nicht!*

**? Die Jüdische Akademie soll genau so ein Diskurspunkt sein. Sie wollen eine Diskussion in die Gesellschaft tragen. Welche Rolle können denn auch Non-Profit-Organisationen spielen?**

*Non-Profit-Organisationen haben eine sehr große Bedeutung. Durch ihre Kreativität und ihre Freiheit wird hier wirklich anders diskutiert. Hier können Gespräche geführt werden, wie sie an anderer Stelle durch politische Gegebenheiten oder durch starre Abhängigkeiten von Arbeitgebern, die bestimmte Positionen verlangen, gar nicht möglich sind.*

*Für mich ist die Akademiearbeit tatsächlich eine Plattform eines offenen Diskurses zu ganz unterschiedlichen Fragestellungen. Es wird um interreligiöse oder religiöse Debatten zwischen Juden, Muslimen und Christen gehen, aber auch um die Frage, wie wir unsere Demokratie schützen, aufbauen und sichern. Wie gehen wir gemeinsam gegen eine rechte Gefahr vor? Wie identifizieren wir uns mit Menschen, die unsere Unterstützung benötigen und brauchen? Wie gewinnen wir auch Menschen überhaupt wieder? Und da bin ich ganz bei Ihnen: Wir müssen diskursfähig bleiben.*

**? Jüdisches Leben wird auch in Deutschland bedroht. Wie gehen Sie damit um? Macht Ihnen das Angst?**

*Ich mache mir keine Illusionen. Wir leben in einem Land, in dem es Antisemitismus noch gibt, vielleicht tabuisiert, aber latent, teilweise offen vorhanden. Aber es gibt auch andere, sonst würde ich hier nicht leben, sonst hätte ich längst dieses Land verlassen und hätte auch den Menschen, die um mich herum sind, sei es in der jüdischen Gemeinde oder in der jüdischen Gemeinschaft, dies empfohlen. Das Projekt „Deutschland und Judentum" ist möglich.*

*Ich denke, die Fähigkeit, sich gegenüber diesem Spuk zu wehren, ist auch Ausdruck der Gründung der Jüdischen Akademie. Mir fehlen solche Initiativen in der Justiz und in der Politik. Mir fehlt die Stimme, die dagegen vorgeht. Aber es ist ein demokratisches Unterfutter da, was gestärkt diese Prozesse zumindest stoppen könnte. Insofern fühle ich mich nicht bedroht.*

*Ich gehe erhobenen Kopfes als Jude durch Deutschland, überall dort, wo ich bin. Mit meinen Positionen trete ich auf, vermittle sie, deute sie, mache sie auch klar, bin mehrfach eben Bürger dieses Landes, bin Jude, Israeli; ich bin Deutscher. Das heißt, in diesen verschiedenen Rollen und Haltungen habe ich auch eine Verantwortung zur Vermittlung: Wenn du hier leben willst, musst du dich auch darauf einlassen. Nicht nur partizipieren, sondern die Kräfte stärken, die demokratische Prinzipien hochhalten und durchsetzen wollen. Und da bin ich nicht alleine, sondern da haben wir sehr viele Partner.*

*Aber wir haben auch Gegner. Deshalb müssen jüdische Einrichtungen durch Polizisten geschützt werden. Deshalb muss unsere Akademie mit Materialien gebaut werden, die mögliche Angriffe verhindern. Dass Juden in Deutschland 80 Jahre nach der Shoah immer noch geschützt werden müssen, ist schon bedenklich. Übrigens nicht nur gegen Rechtsextreme, auch vor Menschen, die von falschen religiösen Vorbildern aufgehetzt werden.*

*Wir leben in keinem Paradies. Damit gehen wir um, und diese Auseinandersetzung nehmen wir auch an. Nur alleine dazustehen, wird nicht funktionieren. In Frankfurt gibt es ein Bündnis Römerberg, das alle demokratischen Gruppierungen vereint und gegen rechtsextreme Phänomene gemeinsam auftritt. Das hat sich bewährt. Diese Initiative macht deutlich: Hier ist die Grenze! Dieses Land nehmt ihr Rechtsradikale, Antisemiten, Extremisten uns nicht wieder weg!*

gutes-wissen.org

Das Portal für die Gute Sache

- Wissen
- Job-Portal
- NPO-Campus
- Rat und Tat
- Shop

Mit der Kompetenz vom FUNDRAISING magazin

www.gutes-wissen.org

# WAS IHNEN HILFT FÜR GUTE TATEN? GUTE DATEN.

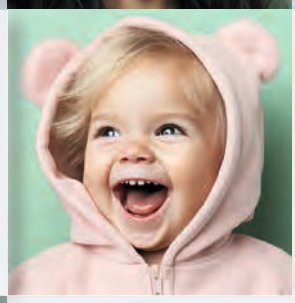
DAS WICHTIGSTE IM FUNDRAISING SIND DIE SPENDERDATEN. MIT UNSEREN EXKLUSIVEN ANALYSE-WERKZEUGEN KÖNNEN WIR DIE DATEN SO AUFSCHLÜSSELN, DASS WIR DARAUS FÜR SIE MASSGESCHNEIDERTE LÖSUNGEN FÜR SPENDERBINDUNG, NEUSPENDERGEWINNUNG UND SPENDER-UPGRADES ENTWICKELN KÖNNEN. KONTAKTIEREN SIE UNS UNVERBINDLICH UNTER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

WALTER SCHMID
FUNDRAISING & DATA

# Vermächtnis für den guten Zweck

## Ich packe meinen Koffer ...

Wie lässt sich eine Donor Journey bei Nachlass-Spendenden gestalten? Eine gute Karte mit definierten Etappen und der entsprechenden Ausrüstung hilft, zum Ziel zu gelangen. Seite 22

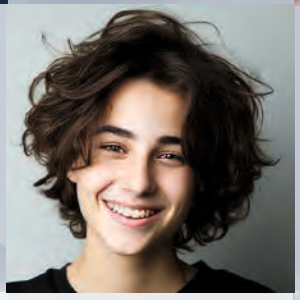


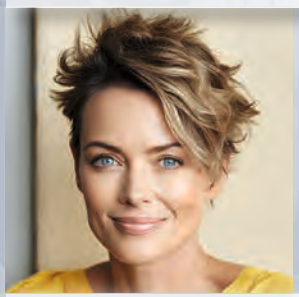
## Mit Vertrauen und Fingerspitzengefühl

Großspenden-Fundraising und Testamentsspenden-Fundraising werden häufig als zwei unterschiedliche Gebiete gesehen. Dabei gibt es wechselseitige Synergieeffekte. Seite 24

## Broschüren bestellen war gestern

Wie gemeinnützige Organisationen heute für das gute Testament werben: stark serviceorientiert, digitaler und frei von Tabus. Seite 26



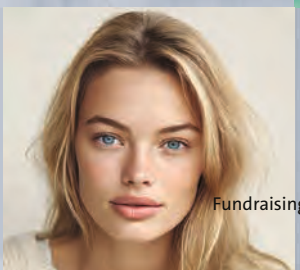


## Die Zeichen der Zeit verstehen und deuten

Oft fehlen die relevanten Fakten für strategische Planungen und Gespräche mit Managern oder Vorstandsmitgliedern. Die Lösung: Datenanalyse für effektiveres Erbschaftsfundraising. Seite 28

## Status quo der Testamentsspenden

Auf dem Gebiet des Nachlass-Fundraisings hat sich viel getan, und es ist aktueller denn je. Das Fundraising Symposium widmet sich 2024 dem digitalen Nachlass-Fundraising. Seite 30



# Ich packe meinen Koffer …

## Wie lässt sich eine Donor Journey bei Nachlass-Spendenden gestalten?

**Wenn einer eine Reise tut, dann hat er viel zu planen. So auch Organisationen, wenn es um die Entscheidungswege von Menschen hin zu einer Testamentspende geht. Eine gute Karte mit definierten Etappen und der entsprechenden Ausrüstung hilft, zum Ziel zu gelangen.**

**Von NADINE SHALALA**

Um Zielgruppen bedarfsgerecht anzusprechen, ist es auch im Nachlass-Fundraising sinnvoll, die verschiedenen Stadien zu kategorisieren, die Unterstützer durchlaufen, wenn sie sich mit dem Gedanken für eine Testamentspende tragen. Kleinere Organisationen nutzen vielleicht zwei Phasen, größere bis zu vier. Wichtig ist dabei, die Interaktionen und Angebote pro Phase zu bestimmen und beispielsweise zu definieren, wie lange eine Person in einer Kategorie bleibt. Mit entsprechenden Nachfass-Aktionen können Kategorien so auch regelmäßig „aufgeräumt" werden.

Über verschiedene Wege kommt eine Organisation mit Unterstützern in Kontakt, die ein erstes Interesse an einer Nachlassspende zeigen.

### 1. Phase: Entdecken (Prospects)

Natürlich sind viele der potenziellen Erbschaftspender Menschen, die die Arbeit einer Organisation schon lange und treu unterstützen. Jedoch erhalten Organisationen oft Erbschaften von Menschen, die nicht in ihrer Datenbank stehen. Die Zielgruppe ist also breiter als die eigene Spenderbasis, Freiwillige oder (ehemalige) Mitarbeitende.

Häufig kommen Anfragen über die Service-Hotline oder die spezielle Website für Nachlassspenden. Potenzielle Erbschaftspender werden oft proaktiv durch Kampagnen in sozialen Medien, Umfragen oder durch Veranstaltungen akquiriert. So entsteht der Status ‚Prospect' meist als Folge einer spezifischen Kommunikations- oder Marketinginitiative.

Sobald eine solche Anfrage gestellt und Interesse gezeigt wird, startet der Prozess der Beziehungspflege (Stewardship). Interessierte (Prospects) sollen zu verschiedenen Zeitpunkten, in sogenannten Touchpoints der Legacy Journey, über eine Nachlassspende informiert, inspiriert und motiviert werden. Zu Beginn des Beziehungsaufbaus ist es wichtig, Informationen über die transformative Wirkung von Nachlassspenden bereitzustellen. Eine Broschüre dient hierbei als hilfreiche und niedrigschwellige Informationsquelle.

Vor allem in den ersten Wochen und Monaten nach einer Interessensbekundung sollten Prospects vielfältige Informationen erhalten. Wegen des oft langen Entscheidungsprozesses bei Testamentspenden ist es essenziell, Erbschaftspender kontinuierlich mit verschiedenen Informationen zu motivieren und an das Thema zu erinnern.

### 2. Phase: Überlegen und Beabsichtigen (Considerer | Intender)

Menschen, die eine Nachlassspende in Erwägung ziehen, benötigen sensible und spenderzentrierte Unterstützung. Wo möglich, sollte in dieser Etappe ein persönliches Treffen arrangiert werden. Ist das nicht

machbar oder gewollt, bieten Telefon, Videokonferenzen und E-Mail gute Alternativen. Im Gespräch mit der interessierten Person sollen konkrete Bedarfe identifiziert werden. Geht es ihr um das „Wie"? (z. B. den formalen Prozess: Wie kann ich eine Organisation in meinem Testament bedenken?) Oder um das „Was"? (Welche Organisation möchte ich unterstützen und was möchte ich konkret bewirken?) Es ist jedoch von großer Bedeutung, die Frage „Warum möchten Sie gerade unsere Organisation unterstützen?" nicht zu vergessen. Neben praktischen Fragen ist das Verstehen der Motive ein zentraler Punkt. Wenn jemand der Organisation die eigenen Beweggründe anvertraut, schafft dies eine tiefe gemeinsame Basis zum Aufbau einer vertrauensvollen Beziehung.

Auch wenn es Personen gibt, die eine Organisation im Testament bedenken, ohne diese darüber zu informieren, gehen auch diesen Entscheidungen intensive Überlegungen voraus. In der Entscheidungsphase tauschen sich Unterstützer oft ausführlich mit Familie, Freundinnen und vertrauten Beratern aus. Für Organisationen bedeutet dies beispielsweise eine Antwort auf die Frage zu haben: Wie spreche ich mit meiner Familie?

Hier können sich Organisationen als kompetente Partner positionieren oder den Kontakt zum eigenen Netzwerk vermitteln. Marketing kann den Service der Organisation, wie Ansprechbarkeit, Anleitungen und Checklisten oder die Kompetenz in der Abwicklung, hervorheben. Testimonials von anderen Unterstützern können in dieser Phase den finalen Anstoß geben, indem sie die Entscheidung als soziale Norm darstellen und sie als alltäglich positionieren.

### 3. Phase: Entscheiden (Pledger)

Das Ziel ist erreicht und die Organisation steht im Testament. Manche Spender überspringen dabei eine Phase oder brauchen die Unterstützung der Organisation mehr als andere. Unabhängig vom Weg beginnt das Kofferpacken (erneut) von vorn. Denn auch am Ziel angekommen, kehren einige noch einmal um oder fahren an einen anderen Ort weiter. Für Fundraiser bedeutet dies, eine neue Reise zu planen und eine neue Karte für die nächste Beziehungsreise zu erstellen.

**Nadine Shalala** (CFRE) leitet den Bereich Fundraising an der Medizinischen Hochschule Brandenburg. Sie ist Gründerin des Arbeitskreises Groß- und Testamentsspenden im Deutschen Fundraisingverband und Mitorganisatorin im „Nachlass-Netzwerk". In Vorträgen und Workshops gibt sie regelmäßig ihr Wissen weiter und begleitet Organisationen im Aufbau und Ausbau des Nachlassfundraisings.
▶ www.nadine-shalala.de

Die allseits beliebte und vielzitierte

**Mrs. Donor Journey**

Abschied nehmen gehört zum Leben. Und doch passiert es manchmal viel zu früh. Wenn auch Sie glauben, dass mit dem Tod die Reise zu Ende gegangen ist, gibt es eine tröstliche Botschaft: Fragen Sie nach unserem Nachlass-Programm.

Denn viele Menschen schätzen es, wenn sie der Nachwelt etwas Gutes und Bleibendes hinterlassen können.

Auf ein vertrauensvolles und offenes Gespräch freut sich Michael Hirsch.
E-Mail: michael.hirsch@directmind.de
www.directmind.de

DIRECT mind

# Mit Vertrauen und Fingerspitzengefühl

## Von Großspenden zum Nachlass – und umgekehrt

**Großspenden-Fundraising und Testamentspenden-Fundraising werden häufig als zwei unterschiedliche Gebiete gesehen und die wechselseitigen Synergieeffekte außer Acht gelassen. Dabei gibt es unter den aktuellen und potenziellen Großspendern einer Organisation oft Menschen, die diese nicht nur mit ihren Spenden zu Lebzeiten, sondern auch mit einer Testamentspende unterstützen könnten. Gleichzeitig sind unter denjenigen, die eine Organisation in ihrem Testament bedenken, Menschen, die auch als Großspender in Betracht kommen.**

**Von Dr. MARITA HAIBACH**

Eine wesentliche Abgrenzung beider Bereiche liegt in der Bewerbung: Testamentspenden werden aktiv und regelmäßig bei der gesamten Unterstützerbasis einer Organisation und eventuell auch darüber hinaus beworben, hauptsächlich durch bekannte Kommunikationswege wie Mailings, Informationsmaterialien, Infoveranstaltungen und anderes mehr. Immer wieder berichten Fundraiser von Vermächtnissen, die sie von Menschen erhalten, die bisher lediglich eine oder mehrere kleine Spenden gegeben haben und demnach vermutlich nicht im Fokus des Großspenden-Fundraisers standen. Beim Großspenden-Fundraising hingegen liegt der Schwerpunkt von Anfang auf der gezielten Identifizierung und einer individuell maßgeschneiderten Gewinnung der Einzelnen.

### Ansiedlung und Verantwortlichkeit

Die organisatorische Ansiedelung des Erbschaftsfundraisings innerhalb von Organisationen reicht vom Breiten-Fundraising, über eine Stiftung zugunsten der Organisation bis hin zum Erbschaftsfundraising als eigenem Bereich. Mit bedacht werden muss auch die teils erhebliche Arbeit bei der Abwicklung von Testamenten.

Seitdem das Großspenden-Fundraising als eigener Bereich innerhalb des Fundraisings vielerorts Fuß gefasst hat, es einzelne oder zunehmend mehrere dafür zuständige Fundraiser gibt, wird diesem Bereich oft auch das Legat-Fundraising zugeordnet. In der Umfrage des Major Giving Institute zum Großspenden-Fundraising „Viel Bewegung, noch viel zu tun!“ (Juni 2023) zeigte sich, dass dies bei der Hälfte der Befragten der Fall ist. Aufgrund der Gemeinsamkeiten beim Umgang mit Großspendern und Erblassern bringt die Verankerung im Großspenden-Fundraising eine ganze Reihe von Vorteilen mit sich: In beiden Bereichen ist eine einfühlsame, sensible und feinfühlige Kommunikation und Beziehungsgestaltung notwendig. Mit Testamentspendern oder gegebenenfalls ihren Nachkommen sollte ebenso individuell und maßgeschneidert zusammengearbeitet werden wie mit Großspendern.

### Silodenken fehl am Platz

Stehen mehr Mitarbeiter im Großspenden-Fundraising zur Verfügung, wird es häufig so gehandhabt, dass eine Person die Zuständigkeit für das Erbschaftsfundraising übernimmt. Doch es gibt auch Organisationen, wo alle Großspenden-Fundraiser das Testamentsspenden-Fundraising in ihrem Aufgaben-Portfolio haben. Ein Vorteil, wenn die Fäden für Testamentspenden bei einer Person zusammenlaufen, ist, dass diese häufig über spezifisches Know-how rund um das Thema Erbschaften verfügt. Doch was ist mit einzelnen Großspendern, die im Kontext einer vertrauensvollen Beziehungen mit „ihrem“ Großspenden-Fundraiser möglicherweise selbst das Thema Testamentspende ansprechen würden? Grundsätzlich ist wichtig: Silodenken nützt niemandem.

Jeder Spender und dessen Situation muss individuell betrachtet werden, möglichst im Team und dabei auch abgewogen: Wer unter

den Großspendern wäre eventuell auch an einer Testamentspende interessiert? Wer unter den Testamentversprechern könnte auch als Großspender in Frage kommen? Was lässt sich daraus an Schritten ableiten?

### Sensibel Möglichkeiten ausloten

Die meisten Fundraiser scheuen sich davor, ihre Großspender im persönlichen Kontakt auf das Thema aufmerksam zu machen, in der Angst, einen wichtigen Geldgeber zu verlieren. Grundsätzlich sollte auch hier ebenso wie bei der Testamentspenden-Bewerbung in der Breite das Prinzip der passiven Ansprachestrategie beherzigt werden. Gleichzeitig eröffnen persönliche Beziehungen mit Einzelnen die Chance, nach Möglichkeiten Ausschau zu halten, wo und wie die Thematik Testamente auf dezente Weise platziert werden kann. Es gibt auch Beispiele dafür, dass Großspenden „Testspenden" des Erblassers sind, um herauszufinden, wie die Organisation mit den ihr anvertrauten Mitteln und auch mit dem Spender bzw. der Spenderin selbst umgeht.

### Offene Gespräche

Es braucht großes Vertrauen zwischen Spendern und Organisation sowie viel Taktgefühl des Fundraisers, um das Thema Testament eventuell auch aktiv anzusprechen. Ein Beispiel für einen Weg, um die Testament-Möglichkeit zu bewerben, ist eine Art Gedenktafel in den Räumen der Organisation für alle Personen, die diese Organisation bereits durch ein Vermächtnis unterstützt haben. Dies kann Gelegenheiten eröffnen, um mit Besuchern über das Thema zu sprechen.

Beim Thema Großspenden von Testamentspendern ist mir das Beispiel eines Fundraisers der University of Edinburgh im Gedächtnis geblieben, der zu einer Fundraising-Tagung in Birmingham ein betagtes Ehepaar als Co-Referenten zu seinem Vortrag mitbrachte. Dieses berichtete sichtlich beglückt über persönliche Begegnungen mit Stipendiaten und seiner Dankbarkeit, dass es durch Gespräche mit dem Fundraiser ermutigt worden war, sich auch vor seinem Ableben mit einem hohen Spendenbetrag zu engagieren.

**Dr. Marita Haibach** begleitet seit mehr als drei Jahrzehnten Non-Profit-Organisationen als Fundraising-Beraterin, Trainerin und Coach. Sie ist Mitinhaberin des Major Giving Institute, das auf Weiterbildung im Bereich Großspenden-Fundraising spezialisiert ist. Für ihr Engagement bei der Entwicklung von Philanthropie und Fundraising in Deutschland wurde die Autorin mehrerer Fachbücher mit dem Bundesverdienstkreuz und dem Deutschen Fundraising-Preis ≠ausgezeichnet.
▶ www.major-giving-institute.org

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

# Broschüren bestellen war gestern

## Wie gemeinnützige Organisationen heute für das gute Testament werben

**Am 13. September wurde er wieder begangen: der Internationale Tag des Testaments. Viele Organisationen haben anlässlich des Tages für das Thema im Internet geworben. Die Kommunikation dazu ist normal geworden und mittlerweile stark serviceorientiert.**

**Von MATTHIAS DABERSTIEL**

Der Internationale Tag des Testaments am 13. September ist für das Erbschaftsfundraising ein wichtiger Tag. Viele Organisationen und auch die nationalen Netzwerke nutzen ihn, um in sozialen Medien und auf Websites auf das Thema gemeinnütziges Testament aufmerksam zu machen. Die einen promoten einen Video-Ratgeber zum Thema, die anderen bieten Veranstaltungen und Beratung an. Das Schweizer Rote Kreuz (SRK) Zürich nutzte den Tag, um auf einen Film über Zugkinder im Jahr 1948 aufmerksam zu machen, der offensichtlich den Nerv der älteren Generation traf. 1200 Personen hinterließen im September ihre Kontakte, um den Film zu sehen oder als sie ein Online-Testament über die Website aufstellten. Zweifelsohne: Nachlassfundraising ist deutlich digitaler geworden.

### Corona hat Menschen sensibilisiert

Die Gefahr, sich gerade in sozialen Netzwerken auch Kritik auszusetzen, scheint eher nur noch bei gesponsorten Posts zu bestehen. In der eigenen Community gibt es eher sachdienliche Hinweise. So fragte eine Facebook-Nutzerin 2022, wieso beim Tierschutzverein Berlin zum Thema Testament immer Hunde abgebildet werden und keine Katzen. Das zeigt, wie normal das Thema geworden ist. Grund hierfür ist wohl auch Corona. Die Zeit für sich und der Verlust von Angehörigen haben viele Menschen dazu gebracht, sich mit dem Thema Testament zu beschäftigen. Umgesetzt hat es aber nur ein Viertel der Bevölkerung der Schweiz und Deutschlands. In Österreich sind es 35 Prozent. In der Schweiz hat auch die Erbrechtsreform Anfang des Jahres zu größerer Aufmerksamkeit geführt. Seitdem ist es möglich, eine höhere Quote des Erbes gemeinnützig zu vererben.

### Patientenverfügung online

Nicolas Gehrig hat 230 gemeinnützige Organisationen auf der Seite DeinAdieu.ch versammelt. Dort kann man sein Testament oder eine Patientenverfügung online machen und bereits eine Organisation bedenken. Der Verein oder die Stiftung erfährt seit Anfang 2023 in jedem Fall von dieser Berücksichtigung. Dasselbe Tool lässt sich auch in die eigene Website einbinden. Aus der Sicht von Gehrig vernachlässigen viele Organisationen noch die Conversion auf der eigenen Website im Nachlassfundraising: „Es geht dort darum, die Menschen, die sich interessieren, im Prozess der Nachlassregelung digital zu unterstützen und zu prüfen, ob ein Vermächtnis für die Person in Frage kommt!“

Ein Kardinalsfehler für Gehrig ist, dass auf vielen Websites immer noch die Bestellung einer Erbschaftsbroschüre im Vordergrund

steht. „Das ist doch eine 2000er Funktion! Wenn Sie online sind, dann wollen Sie auch online Informationen zum Thema“, begründet er. „Unser Testament-Tool leistet das sofort. Das kennen Sie beispielsweise von Banken, die schon seit gefühlt zehn Jahren einen Hypothekenrechner für an Baukrediten Interessierte anbieten. Die Möglichkeit, online sein Testament als Vorlage für die handschriftliche Übertragung zu erstellen, deckt in ähnlicher Weise sofort das Informationsinteresse und ist ein guter Service.“

### Neue Tools sorgen für Conversion

Auch das Angebot einer kostenfreien Beratung ist seiner Meinung nach nicht niederschwellig genug. „Unser Online-Testament-Tool wird etwa 10- bis 30-mal mehr angeklickt als das Angebot der Beratung“, weiß er aus den Erfahrungen von 230 Organisationen zu berichten. Den Grund sieht Gehrig darin, dass eine Beratung einen persönlichen Kontakt bedeutet, der für viele noch zu früh kommt. Der Vorteil, sein Testament sofort online zu erstellen und darin sogar schon eine Organisation zu bedenken, signalisiere der Organisation dagegen gleich ein Interesse der Person mit Adresse, Geburtsjahr, verifizierter E-Mail-Adresse, und Opt-in für die weitere Kontaktaufnahme und Beziehungspflege.

### Service steht im Vordergrund

Auch die deutsche Initiative „Mein Erbe tut Gutes – Prinzip Apfelbaum“, die Caritas-Stiftung des Bistums Limburg oder die Initiative Vergissmeinnicht.at aus Österreich sind serviceorientiert. Hier gibt es einen Erben- bzw. Testamentsrechner, mit dem man seine Erbverteilung an die aktuellen Nachkommen ermitteln kann. Auch der mögliche Anteil, den man nach Abzug der Pflichtteile frei an Dritte vergeben könnte, wird angezeigt. Dort landet man dann bei einer Testamentsbroschüren-Bestellung und kann sich sein Ergebnis downloaden.

Experte Gehrig schätzt, dass mindestens 5 bis 15 Prozent der Menschen in den Datenbanken gemeinnütziger Organisationen bereit wären, die Organisation im Testament zu berücksichtigen. Dieses Potenzial niederschwellig zu heben, ist sein Ziel. Sein Tool zur Testamentserstellung nutzen aktuell vor allem die Geburtsjahrgänge der 50er- und 60er-Jahre. Andere Vereine suchen dagegen nach neuen Erben im Internet und setzen auf Google Ads oder das Google Programm Ad Grants für Gemeinnützige, um auf das Thema aufmerksam zu machen. Aber auch hier kommt es am Ende darauf an, dass die Menschen auf der Website der Organisation ihre Daten für weiteren Kontakt hinterlassen.

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.

# Die Zeichen der Zeit verstehen und deuten

## Datenanalyse für effektiveres Erbschaftsfundraising

**Das Nachlassfundraising birgt für Fundraiser einige Herausforderungen. Wie ermitteln wir das zukünftige Potenzial für unsere Organisation? Wie begründen wir Investitionen und entscheiden, wo sie getätigt werden sollten? Trotz meines Wissens um das große Potenzial im Erbschaftsfundraising fehlten mir oft die relevanten Daten für strategische Planungen und Gespräche mit Managern oder Vorstandsmitgliedern, um Investitionen zu untermauern. Datenanalyse war damals mein Schlüssel zum Erfolg.**

**Von LENA VIZY**

Der Legacy Monitor, ein Best-Practice-Beispiel aus den Niederlanden und dem Vereinigten Königreich, kann hier als Inspirationsquelle und Orientierungshilfe dienen. Der Monitor analysiert jährlich gemeinnützige Erbschaftsspenden und bietet NGOs detaillierte Einblicke in Spenden-Volumina und Prognosen für den Gesamtmarkt sowie individuelle Performance. Der UK-Monitor rechnet für 2027 mit Nachlassspenden von bis zu 4,2 Milliarden Pfund. Angesichts seiner kleineren Bevölkerung prognostiziert der NL-Monitor für seine Top 100 NGOs im gleichen Jahr Einnahmen von 385 Millionen Euro. Die Analysen des Monitors basieren auf ökonometrischen Modellen, die für jedes Land individuell angepasst sind. Dennoch können wir Schlüsselfaktoren identifizieren, die Schlussfolgerungen für den deutschen Markt ermöglichen.

### Die Makroebene

Die Einnahmen von NGOs aus Erbschaften setzen sich aus der Anzahl und dem Wert der Zuwendungen zusammen. Entscheidend hierfür ist, wie viele Menschen gemeinnützige Organisationen in ihrem Testament bedenken. Beeinflusst wird dies durch folgende Faktoren:

1. Demografische Entwicklungen in Deutschland führen durch eine alternde Bevölkerung und steigende Sterblichkeitsraten zu mehr Erbschaftsspenden für wohltätige Organisationen. Rund 24,8 Millionen Deutsche sind mittlerweile 60 Jahre oder älter.

2. Ökonomische Faktoren beeinflussen die Höhe von Erbschaftsspenden. Wie in unseren Nachbarländern haben die alternden Babyboomer mehr zu vererben als vorherige und nachfolgende Generationen. Obwohl genaue Daten in Deutschland fehlen, wird das Erbschaftsvolumen, inklusive Spenden, bis 2027 auf rund 400 Milliarden Euro jährlich geschätzt. Wenn nur ein Prozent hiervon an wohltätige Zwecke vererbt wird, entspricht dies jährlich 4 Milliarden Euro.

3. Auch in Deutschland wächst die Bereitschaft, gemeinnützige Organisationen im Testament zu bedenken. Hierfür spielen verschiedene Faktoren eine Rolle, jedoch ist einer der Hauptgründe die steigende Kinderlosigkeit; Deutschland hat den höchsten Anteil kinderloser Frauen in Europa. Rund 23 Prozent der 1968 geborenen Frauen sind kinderlos, was in Zukunft zu mehr Nachlassspenden führen kann, da Menschen ohne Kinder eher an gemeinnützige Organisationen vererben.

Angesichts dieser Faktoren könnte sich Nachlassspenden für NGOs in Deutschland ähnlich positiv wie in den Niederlanden und UK entwickeln. Doch NGOs müssen gemeinsam an diesem Wachstum arbeiten. Eine tiefere Analyse des deutschen Marktes wäre sehr wertvoll und hilfreich, um Leistungen zu verbessern und den Marktanteil zu steigern.

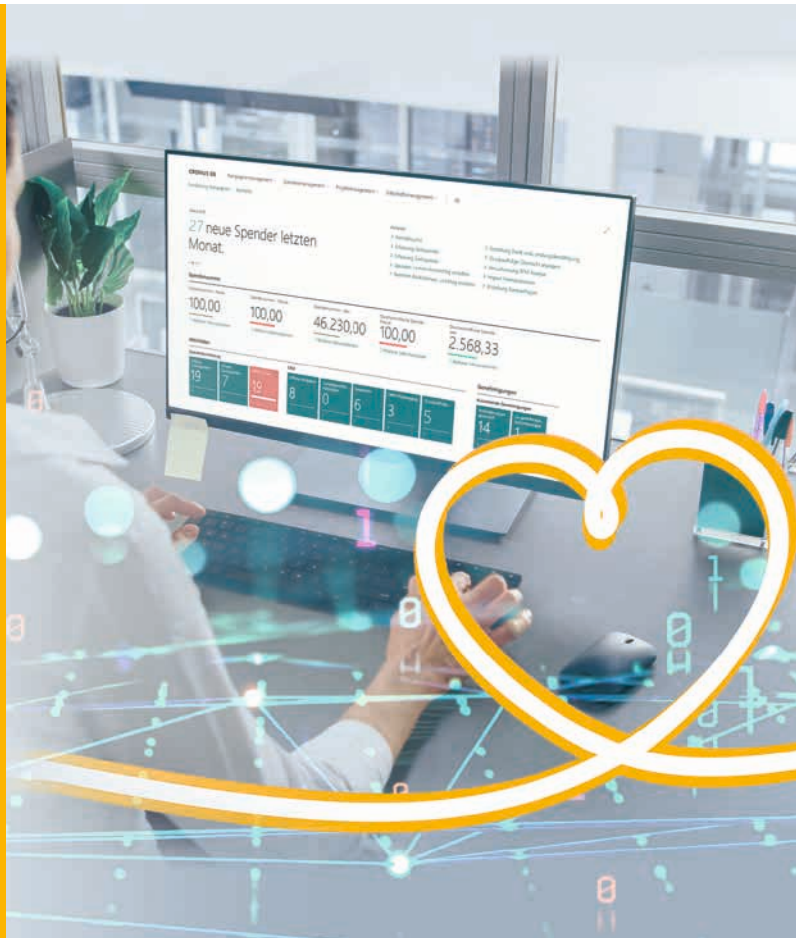
## Die Mikroebenen

Vom Legacy Monitor lernen wir auch, wie wichtig es ist, spezifische eigene Daten zu untersuchen und daraus Schlüsse zu ziehen. Die teilnehmenden Organisationen sammeln eigene Daten zu ihren Nachlassspenden, die anschließend vom Monitor analysiert werden. Dies ermöglicht Organisationen, ihre individuelle Situation zu verstehen und zu interpretieren. Anhand der Daten ist zudem ein Vergleich mit anderen teilnehmenden Organisationen möglich. Jede Organisation hat ein einzigartiges Profil im Bereich Erbschaftsspenden mit individuellen Stärken und Schwächen. Dieses Profil wird vor allem deutlich, wenn man es im Kontext und im Vergleich mit anderen Organisationen analysiert. Aufschlussreich sind zum Beispiel Aspekte wie die Anzahl und der Wert von erhaltenen Erbschaftsspenden, das Verhältnis zwischen Erbschaften und Vermächtnissen, das eigene Spenderprofil, Mitbegünstigte und die Wachstumsrate.

Organisationen, die ihre Daten verstehen, legen eine solide Basis für fundierte Investitionsentscheidungen im Bereich Nachlassfundraising und Budgeteinsatz. Dieses Wissen fördert untermauerte Entscheidungen. Mir hat es geholfen, mehr Investitionsbereitschaft in meiner damaligen Organisation zu stimulieren.

**Lena Vizy** ist als Fundraiserin auf Nachlassfundraising spezialisiert. Sie hat fast ein Jahrzehnt Erfahrung in diesem Bereich und arbeitete international für NGOs wie Amnesty International, Oxfam Novib und CARE. Als Beraterin bei der Agentur Legacy Futures unterstützt sie Organisationen auf vielfältige Weise beim Auf- und Ausbau von Erbschaftsfundraising. Sie ist Mitbegründerin des Blogs *www.legacygiving.eu*.
▶ **www.legacyfutures.com**

Mit uns gestalten Sie den
**DIGITALEN WANDEL**
Ihrer Fundraising
Organisation




GOB SOFTWARE & SYSTEME
UNITOP FUNDRAISING DIE GANZHEITLICHE LÖSUNG
Microsoft

Sie wollen mehr erfahren? Dann vereinbaren Sie jetzt Ihr unverbindliches Strategiegespräch mit unserem Experten:

**TIM WAGEMANS** | t. +49 2151 394-1130 | tim.wagemans@gob.de | www.unitop-welt.de

# Status quo der Testamentsspenden

## Das Fundraising-Symposium widmet sich 2024 dem digitalen Nachlass-Fundraising

**Bereits im Jahr 2016, zur allerersten Ausgabe des Fundraising-Symposiums, stand das Nachlass-Fundraising als zentrales Thema auf dem Programm. Und wie sich heute zeigt, hat sich auf dem Gebiet viel getan, und es ist aktueller denn je.**

**Von RICO STEHFEST**

„Man kann sagen, dass sich das Thema in den letzten sieben Jahren, seit unserem ersten Symposium, extrem digitalisiert hat. 2016 sprachen wir in Frankfurt darüber, ob man in den einzelnen Organisationen überhaupt mit Nachlass-Fundraising beginnen sollte. Heute sind viele Organisationen deutlich weiter. Heute diskutieren wir, wie die Umsetzung im Detail erfolgreich sein kann", so Matthias Daberstiel, Mitherausgeber des Fundraising-Magazins, das auch Veranstalter des Symposiums ist. Im Detail bemerkt er im Bereich des Nachlass-Fundraisings, dass es nicht mehr nur darum geht, dass mittels digitaler Kanäle entsprechende Zielgruppen inzwischen per E-Mail angesprochen werden. Heute werben auch viele Organisationen über Websites aktiv für ein gutes Testament. Damit sind die digitalen Serviceangebote deutlich breiter aufgestellt als noch vor einigen Jahren.

### Weiterer Entwicklungsbedarf

Könnte man dann also nicht sagen: „Läuft!"? Ganz so ist es dann doch nicht, wie Matthias Daberstiel weiter erläutert: „Es geht ja bei unserem Symposium vor allem darum, Erfahrungen auszutauschen. Und bei vielen Organisationen sind die eben noch relativ frisch. Viele Dinge werden noch getestet, und es wird ausprobiert. Die digitale Welt ist sehr vielfältig. Da kann nicht immer alles funktionieren. Manches geht auch mal gegen den Baum. Eine zentrale Frage dabei bleibt immer: Passt es für meine Organisation? Deshalb bieten wir für unser Symposium auch die Möglichkeit, den zweiten Tag, an dem zwei Seminare besucht werden können, separat zu buchen. Das bietet sich vor allem für all die Organisationen an, die ihr Nachlass-Fundraising weiter ausbauen wollen."

### Ein Forum für Profis

Das Fundraising-Symposium hat sich in den letzten Jahren als Forum für Experten mit sehr intensiven Austauschmöglichkeiten etabliert, nicht zuletzt auch durch die internationale Perspektive: Sowohl die Referentinnen und Referenten als auch die Besucher kommen aus dem gesamten DACH-Raum und teilweise darüber hinaus. Der Blick weit über den Tellerrand wird zur kommenden Ausgabe des Symposiums am 22. und 23. Februar unter anderem durch die Keynote von Claire Routley aus London ermöglicht. Sie ist ausgewiesene Expertin für Nachlass-Fundraising und seit vielen Jahren als Beraterin auf dem Gebiet tätig. Sie wird vor dem Hintergrund internationaler Forschung darüber berichten, was Testamentsspender tatsächlich wollen.

Weitere Referierende sind unter anderen Lea Moliterni vom Schweizerischen Roten Kreuz, die gemeinsam mit Nicolas Gehrig von DeinAdieu einen möglichen Weg von der ersten Idee hin zu einer digitalen Kampagne aufzeigen wird.

Dass es im Tätigkeitsfeld des Nachlass-Fundraisings besonderes Fingerspitzengefühl und viel Empathievermögen braucht, beleuchtet Almuth Wenta (BUND), die der Frage nachgeht, was der Job mit einem macht und wie man den damit verbundenen Herausforderungen begegnen kann. Dem Thema digitale Werbung für Nachlass-Fundraising widmet sich Jona Hölderle (Pluralog) und Lena Vizy aus Amsterdam zeigt den Nutzen von Partnernetzwerken im internationalen Kontext auf.

Weitere Aspekte im Programm werden Kondolenzspende und telefonische Ansprache sein. Auch das Thema KI wird eine Rolle spielen: Predictive Analytics war vor einigen Jahren noch Zukunftsmusik. Die Tools für Datenanalyse werden aber immer besser. Das wird Martin Clarke (Apteco) gemeinsam mit José Chai Jurado aus Spanien zeigen, der für den Daten-Analysten Adroit Data & Insight tätig ist.

Interessenten für das Symposium können sich online registrieren, um über das Programm auf dem Laufenden gehalten zu werden: ▶ **www.fundraising-symposium.de**

# TeleDIALOG hilft Ziele zu erreichen.

Foto: AdobeStock (Maygutyak)

* *Dabei können wir helfen: im telefonischen Dialog mit Ihren Interessierten. Als erfahrene Spezialisten für Telefon-Fundraising sorgen wir seit 25 Jahren für wertvolle Kontakte zu den Menschen, die fördern und spenden. Eine direkte und dauerhafte (Ver-)Bindung, die sich auszahlt! Rufen Sie uns an und erfahren Sie, wie wir für unsere aktuellen Kundinnen und Kunden erfolgreich und beschwerdefrei Spenderinnen und Spender für weitere Schritte im Nachlass-Fundraising qualifizieren.*

TeleDIALOG
Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

# Tierquälerei in Bayern

Eine Anzeigenkampagne hat auf Aspekte der vom Bayerischen Landwirtschaftsministerium per Gesetz geförderten, nicht tierschutzkonformen Jagd aufmerksam gemacht. Demzufolge ist in Bayern nach wie vor die „Vergnügungsjagd“ auf Eichelhäher erlaubt, was zu einem jährlichen Abschuss von etwa 20 000 Exemplaren der Art führt. Argumentativ wird immer wieder angeführt, der Eichelhäher „störe“ mit seinem Warnruf die Jagd auf andere Tiere.

▶ www.wildtierschutz-deutschland.de

# Bitcoin-Spenden

## „Jugend Eine Welt“ Österreich will weiter Bildung fördern

Neben Geld- und Wertpapierspenden sowie Übertragungen von Immobilien oder Wertsachen sind für die österreichische NGO „Jugend Eine Welt“ seit Kurzem auch Bitcoin-Spenden über die neu gestaltete Website möglich. „Der innovative Weg einer Bitcoin-Spende ist für uns ein ganz wichtiger Förderbeitrag und hilft unserer Entwicklungsorganisation „Jugend Eine Welt“ Projekte im Globalen Süden sowie Maßnahmen für mehr Globale Gerechtigkeit bei uns in Österreich zu fördern. Mit der Bitcoin-Spende öffnen wir eine weitere Türe, um benachteiligten Kindern und Jugendlichen eine Chance auf ein besseres Leben zu ermöglichen“, so Reinhard Heiserer, Geschäftsführer von „Jugend Eine Welt“. Als österreichische Entwicklungsorganisation setzt sich „Jugend Eine Welt“ seit der Gründung vor 26 Jahren unter dem Leitgedanken „Bildung überwindet Armut“ weltweit für benachteiligte Kinder und Jugendliche ein. Schulen, Berufsausbildungseinrichtungen, Sozialzentren und Straßenkinder-Programme in Asien, Afrika, Lateinamerika, dem Nahen Osten und Osteuropa werden unterstützt. Wie auch Projekte zur Armutsbekämpfung, Empowerment benachteiligter Gruppen sowie dringender humanitärer Nothilfe, zum Beispiel aktuell aufgrund des Ukrainekriegs.

▶ www.bitcoinspenden.at

# MEINE MEINUNG

## „Not macht erfinderisch?“

**Ein Kommentar von RICO STEHFEST**

Vor Kurzem titelte ein großes Medienhaus: „Inselstaat verkauft sein Meer, um es zu schützen“. Diese Zuspitzung bezog sich auf Niue, ein kleiner Inselstaat zwischen Fidschi und den Cookinseln, der mit Neuseeland assoziiert, aber selbstregiert ist. Vor einigen Jahren machte der Staat auf sich aufmerksam, als er die erste raucherfreie Insel werden wollte. Und jetzt bietet die gerade mal 1700 Einwohner umfassende Nation ein Crowdfunding an, an dem sich jeder beteiligen kann. Unternehmen, NGOs und Privatpersonen sind dazu eingeladen, für umgerechnet etwa 140 Euro Patenschaftsanteile an einem geplanten Meeresschutzgebiet zu erwerben. Insgesamt stehen 127 000 Anteile zur Verfügung. Damit sollen idealerweise für die kommenden 20 Jahre etwa 17 Millionen Euro eingenommen werden. Neben dem Klimawandel und dem klassischen Müllproblem hat Niue in seinen Hoheitsgewässern auch mit teils illegaler Überfischung zu kämpfen. Ein Großteil der Gewässer soll durch das Schutzgebiet unangetastet bleiben.

Was wie eine äußerst clevere Idee klingt, und es sicherlich auch sein mag, ist aber tatsächlich aus der Not heraus geboren, wie vonseiten der Regierung verlautbart wurde. Auf internationalen Konferenzen blieben demnach Bitten um Unterstützung ungehört. Jetzt ist es also möglich, dass ein kleiner Staat es „den großen“ zeigt. Wenn die Sache von ausreichend vielen Menschen als relevant genug betrachtet wird. Vielleicht wird das ja zu einer Art Modell-Projekt.

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

# Kurzgefasst ...

### Gemeinsam Meer schaffen

Saubere Meere für Menschen und Tiere – dieses Ziel verfolgen das Hotel Birke in Kiel und die Naturkosmetik-Marke Oceanwell. Mit der Aktion „Gemeinsam MEER schaffen" sammeln sie in gastronomischen Betrieben in Schleswig-Holstein Spenden für die Arbeit des Vereins One Earth – One Ocean e.V., der Müll aus den Meeren birgt.

▶ www.oneearth-oneocean.com

### 100 000 Mahlzeiten für bedürftige Menschen

Die Malteser können dank einer Spende von GB Foods Deutschland Menschen in Not mit einer warmen Mahlzeit unterstützen. Insgesamt spendet das Unternehmen, das vor allem für die Marke Erasco bekannt ist, mehr als 50 000 Dosen Suppen und Eintöpfe. Damit können die Malteser mehr als 100 000 Mahlzeiten an bedürftige Menschen austeilen.

▶ www.malteser.de

### Digitales Förderprogramm

Um Kinder zu befähigen, ihr Vertrauen in sich und andere zu stärken, haben die Arche Kinderstiftung und die Bepanthen-Kinderförderung im Rahmen ihres jährlichen Förderprogramms gemeinsam das digitale Lernprogramm „TRUST – Superpower für Dein (Selbst-)Vertrauen!" entwickelt. Kern des Projekts ist eine fünfteilige Videoreihe auf dem YouTube-Kanal der Arche.

▶ www.youtube.com/@diearche7972/videos

### Blind Date – mit Anfassen

Am Oberlandesgericht Frankfurt gibt es noch bis zum 12. Januar eine Ausstellung mit Collagen der Künstlerin Christa Jäger-Schrödl zu erleben. Da diese in ihren Arbeiten viel mit dreidimensionalen Strukturen arbeitet, richtet sich die Ausstellung auch explizit an seheingeschränkte und blinde Besucher. Das Berühren der Werke ist also unbedingt erlaubt.

▶ www.atelier-cj.de

### Ein-Euro-Spende pro Neuvertrag

Der Anbieter für nachhaltige Investments Pangaea Life spendet seit Kurzem pro Neuvertrag je einen Euro, wobei das Geld zunächst gleichmäßig zwischen drei NGOs verteilt wird, und zwar an die Klimaorganisation WeForest und die Kinderstiftungen „Die Arche München" und „vr4kids". Später können die Kunden selbst entscheiden, an welche der drei Organisationen gespendet werden soll.

▶ www.pangaea-life.de/nachhaltigkeit/nachhaltige-aktivitaeten

# Kultur-Matching

## Erfolgreiches Crowdfunding für Vermittlungs-Software

Ganze 20 555 Euro konnte bis Ende September ein Zusammenschluss von 13 Kulturvermittlungs-Vereinen über startnext sammeln. Ihr Ziel: Menschen, die sich die Teilnahme an kulturellen Veranstaltungen nicht leisten können, sollen in ihrer jeweiligen Stadt kostenlos die Möglichkeit der Teilhabe bekommen. Das betrifft in erster Linie ältere Menschen, aber auch viele Kinder von Alleinerziehenden, ebenso kinderreiche Familien, Jugendliche, Menschen mit Fluchterfahrung und Personen mit körperlichen oder psychischen Beeinträchtigungen. Die Karten für die jeweiligen Veranstaltungen werden von den Kulturpartnern wie Theatern, Kinos und Konzertveranstaltern kostenlos zur Verfügung gestellt. Die neue Vermittlungs-Software findet das passende Match aus registriertem Kultur-Gast (mit Interessen und evtl. persönlichen Einschränkungen) und dem passenden freien Kulturangebot. Die beteiligten Teams vermitteln die Karten dann per Telefon und E-Mail direkt oder über soziale Einrichtungen.

▶ www.kulturteilhabe.de

# „Sie können mehr bewirken, als Sie denken“

## Eine Fundraising-Kampagne, die das Fundraising selbst zum Thema macht

**Jedes Jahr überlegt sich das Fundraising-Team des Wiener Konzerthauses eine Fundraising-Kampagne, die meist im November lanciert wird und bis ins neue Jahr läuft. Oft sind es Investitionen, wie ein neuer Lift, der zur Barrierefreiheit beiträgt, oder ganz einfach Konzerte, die unterstützt werden müssen. Aktuelle Umstände erschweren diese Aufgabe. Da hilft Transparenz.**

**Von ELISABETH HINTERHOLZER**

Das Wiener Konzerthaus ist ein privater Verein, der weniger als 20 Prozent Subventionen erhält und einen sehr hohen Eigenfinanzierungsgrad aufweist. Mehr als 900 Veranstaltungen unterschiedlichster Genres gehen jede Saison über die Bühnen der vier Säle. Im Herbst 2022 standen wir erstmals vor der Frage: Wie können wir um Geld für die schönen Künste bitten, wenn Herausforderungen wie der Krieg in Europa oder die Inflation die Menschen belasten? In dieser Situation nach finanzieller Hilfe für eine neue Orchestergarderobe oder eine Bestuhlung zu bitten, erschien uns gänzlich unpassend. Trotzdem brauchten wir die jährliche Unterstützung in der vergangenen Saison umso mehr. Kämpften wir doch, wie alle Kulturinstitutionen, immer noch mit der Rückgewinnung von Besuchern als Folge der Coronakrise.

### Kultur als gesellschaftlicher Anker

So kam uns der Einfall, genau dieses Dilemma zum Thema zu machen. Es war uns wichtig, den Gedanken zu stärken, dass in herausfordernden Zeiten Musik, Theater, Literatur und andere Künste für viele Menschen ein wichtiger Anker sind und die damit verbundenen Werte das gesellschaftliche Miteinander stärken. Um dies zu thematisieren und auch um einen Motor zu finden, die jährlich nötige Spendensumme für die Wiener Konzerthausgesellschaft von unserem Publikum und unseren Unterstützern zu gewinnen, wurde die Idee geboren, eine Podiumsdiskussion auf der Bühne des Großen Saals zu veranstalten und mit prominenten Gästen über folgende Fragen zu diskutieren: Welche Rolle spielen Kunst und Kultur für unser Miteinander? Was bedeutet zivilgesellschaftliches Engagement als soziale Verantwortung für unsere Gesellschaft und das Wiener Konzerthaus?

Unter dem Motto „Sie können mehr bewirken, als Sie denken“ diskutierten die ORF-Moderatorin Claudia Reiterer, Konrad Paul Liessmann (Philosoph), Andreas Schett (Musiker), Helga Rabl-Stadler (ehem. Präsidentin Salzburger Festspiele), Maria Katharina Moser (Direktorin Diakonie Österreich)

sowie Matthias Naske (Intendant Wiener Konzerthausgesellschaft). Alle Beteiligten waren überzeugt von der Relevanz der Themenstellung und haben ihre Mitwirkung ehrenamtlich angeboten.

### Nahbar und vertrauensvoll

Es war uns wichtig, auch kritische Stimmen und Vertreter anderer NPOs (Diakonie) auf dem Podium zu begrüßen. Ein einleitender Vortrag von Intendant Matthias Naske erklärte vorab die aktuelle finanzielle Situation. Das Setting des Abends sollte möglichst nahbar und vertrauensvoll sein und gleichzeitig die Möglichkeit bieten, dass viele Zuhörer bei diesem Dialog Platz finden. So wurde die Bestuhlung im Parterre halb ausgeräumt, und im vorderen Bereich gab es Sitzreihen für die Zuhörer. Im hinteren Bereich standen Stehtische für einen anschließenden Empfang und einen Austausch mit den Podiumsteilnehmern.

### Persönliche Einladung

Wichtig war uns, dass die Einladung zwar mit dem Wort „Fundraising" versehen war, es sich also um ein Fundraising-Panel handelte und dies auch klar kommuniziert wurde, aber es keinen Call-to-Action vorab gab. Alle Einladungen wurden per Mail, personalisiert und von der E-Mail-Adresse des Intendanten sowie mit seiner Unterschrift verschickt. Dieser Absender und die persönliche Ansprache brachte bei den Empfängern erhöhte Aufmerksamkeit. Eingeladen haben wir treu verbundene Unterstützer, die sich durch den Dialog in ihrem Engagement gestärkt und motiviert fühlen sollten, sich noch intensiver einzubringen. Darüber hinaus haben wir auch neue potenzielle Unterstützer eingeladen, um diese von der Förderungswürdigkeit der Wiener Konzerthausgesellschaft zu überzeugen. Durch ein detailliertes Datenscreening unserer Kundendatenbank konnten wir vorab neue mögliche Geldgeber identifizieren. Dabei haben wir die Kundendaten nach Umsatzhöhe, Kategorie ihrer Kartenkäufe, Musikvorliebe, Postleitzahl, Berufsstand und einigen weiteren Kriterien selektiert. Bei den Spenderinnen, die uns schon länger verbunden sind, haben wir die Einladung entsprechend abgeändert, um die bestehende Nähe noch mehr zu betonen.

### Call-to-Action erst im Nachgang

Im Nachgang der Veranstaltung wurde ein Spendenaufruf mit klarem Call-To-Action zielgruppengerecht erneut vom Intendanten gezeichnet, per Mail an alle Anwesenden und auch an die Eingeladenen, die nicht gekommen waren, verschickt. Aufhänger war ein kurzer Trailer, den wir von der Podiumsdiskussion gemacht haben. Bei den Gästen, die gekommen waren, haben wir uns für ihre Teilnahme bedankt und argumentiert, dass, wenn sie nach diesem Abend von der Förderungswürdigkeit des Wiener Konzerthauses überzeugt sind, wir für eine Spende sehr dankbar sind. Bei den Personen, die an diesem Abend nicht anwesend waren, haben wir auf den Trailer verwiesen und betont, wie wichtig die Unterstützung für die Institution ist und ebenso um eine Spende gebeten. Die Kosten für den Abend setzten sich hauptsächlich aus Cateringkosten, ein wenig Technik und Spesen für die Podiumsteilnehmer zusammen. Der Spendenaufruf hat zu unser aller Überraschung und Freude 163 000 Euro generiert, was bei einem finanziellen Aufwand von knapp 4000 Euro ein wunderbares Ergebnis ist.

**Elisabeth Hinterholzer** ist seit 2017 als Referentin des Vorstands der Wiener Konzerthausgesellschaft tätig und leitet zudem die Abteilung für Fundraising und Membership Development. Von 2013 bis 2017 war sie im Management des Orchesters Camerata Salzburg, wo sie für die Programm-, Tournee- und Budgetplanung des Ensembles sowie für den Verkauf verantwortlich war. Seit 2019 engagiert sie sich zudem im Rahmen ihrer Funktion als Vorstandsmitglied der Camerata Salzburg ehrenamtlich in den Bereichen Sponsoring und Fundraising.
▶ **www.konzerthaus.at**

mantau!
Der Gruppenmanager

Denn die Zukunft des Engagements ist digital.

Gruppen, Strukturen, Rechte
Messenger
Online-Speicher
Terminplaner
Umfragen, Formulare uvm.
Videokonferenz
Persönliche Beratung & Support

Die App für Organisationen, Vereine und Initiativen.

0 26 23 / 987 977 • info@mantau.de • mantau.de
EXEC IT Solutions GmbH • Ransbach-Baumbach • Berlin

Made & Hosted in Germany

DEVELOPED BY EXEC IT SOLUTIONS

# Daten für den Umweltschutz

## Wie auch das Wattenmeer von der Digitalisierung profitiert

**Alle wissen: NGOs erfüllen für die Gesellschaft und die Umwelt wichtige Aufgaben. Gerade deshalb müssen auch sie den Sprung in das Zeitalter der Digitalisierung schaffen. Wie sich mit Kreativität auch ohne üppige Budgets moderne Technologien und Prozesse implementieren lassen, zeigt das Beispiel der Schutzstation Wattenmeer.**

**Von Dr. PAULA KRONER**

Das Wattenmeer der Nordsee, mit 11 500 Quadratkilometern das größte Wattenmeer der Welt und seit 2009 UNESCO-Weltnaturerbe, dient zahlreichen Vögeln, Fischen und anderen Lebewesen als Refugium – und trägt so zu einer hohen Biodiversität bei. Die Schutzstation Wattenmeer, ein eingetragener Verein mit 30 festangestellten Mitarbeitern und jährlich etwa 100 Freiwilligen, beobachtet seit 1962 an 18 Stationen die Entwicklung der Flora und Fauna dieses Naturraums und dokumentiert Einflüsse und Gefährdungen durch den Menschen. Die Analysen dienen schließlich als Grundlage für Maßnahmen zum Erhalt des Ökosystems.

### Modernes Gewand für tradierte Prozesse

In weiten Teilen arbeitete der Verein bis vor Kurzem allerdings noch mit tradierten Prozessen. Angestellte und Freiwillige dokumentierten ihre Beobachtungen meist handschriftlich am Klemmbrett – anhand vorgegebener, papiergebundener Dokumente. Dies führte dazu, dass die Beobachtungsdaten häufig nicht einheitlich oder nur unvollständig vorlagen. Teilweise kam es auch zu falschen Datenzuordnungen und redundanten Tätigkeiten – beispielsweise, da die Beobachter ihre handschriftlichen Notizen noch in standortbezogene Excel-Listen übertragen mussten. Ein Prozess, der fehleranfällig und langsam war. Das Ausgangsszenario sah zudem keine automatisierten, standortübergreifenden Auswertungen oder eine gezielte Datenaggregation vor. „Für uns ist es jedoch sehr wichtig, über Vorgänge in den Schutzgebieten zügig informiert zu werden – auch bei einer wachsenden Zahl an Naturschutzstationen", kommentiert dazu Dr. Barbara Ganter, Bereichsleiterin der Schutzstation Wattenmeer. „Entdecken wir beispielsweise eine besondere Verunreinigung der Strände mit Plastikmüll oder dass sich die Zahl erkrankter Tiere häuft, können unverzügliche Schutzmaßnahmen notwendig sein." Der Verein Schutzstation Wattenmeer entschloss sich daher, die Prozesse neu aufzustellen – und zu digitalisieren. Finanzielle Unterstützer für diese Idee gewann er bei der „Bingo! Umweltlotterie" sowie der Nationalparkstiftung Schleswig-Holstein.

Die Suche nach einem geeigneten Projektpartner führte den Verein zudem zum Digital-Engineering-Experten Nagarro, der auch auf die Bedürfnisse von NGOs ausgerichtet ist. „Wir suchten einen Partner, der unsere Bedürfnisse versteht und sich proaktiv einbindet", erläutert dazu Björn Marten Philipps, Geschäftsführer der Schutzstation. „Als Non-Profit-Organisation benötigten wir eine intuitiv-nutzbare IT-Umgebung, mit der sich auch unsere Freiwilligen schnell zurechtfinden. Das System musste sich zudem innerhalb unseres finanziellen Rahmens bewegen."

### Mit Low-Code zu mehr Selbständigkeit

Zunächst analysierten die Experten den Ist-Zustand der bestehenden IT-Umgebung. Zusätzlich durchleuchtete das gemeinsame Projektteam die etablierten Geschäftsprozesse, beispielsweise die papierbasierte Datenerhebung. Anhand dieser Erkenntnisse definierte es dann die übergeordneten Anforderungen der künftigen Lösung: insbesondere eine schnellere Informationsverarbeitung für kürzere Reaktionszeiten.

Da die Schutzstation Wattenmeer teilweise bereits mit Google Tools arbeitete, entschlossen sich die Beteiligten, Google AppSheet als neue Digitalplattform einzuführen. Mit ihr lassen sich in einer No- beziehungsweise Low-Code-Umgebung Apps einfach entwickeln und umsetzen, „No- beziehungsweise Low-Code-Lösungen sind immer dann interessant, wenn Institutionen ihre IT-Landschaft selbstständig weiterentwickeln wollen, aber keine eigene Entwicklungsabteilung vorhalten möchten. Sie ermöglichen es dem Anwender, in kurzer Zeit selbst zum Entwickler zu werden – wir sprechen in diesem Fall von

Citizen Developern. Dies funktioniert durch vorgefertigte Programmelemente, die der Entwickler frei miteinander kombinieren kann. Umfangreiches Coding ist dafür nicht mehr nötig", erläutert dazu Sachin Vijan, Low-Code-Experte bei Nagarro.

### Arbeit mit Tablet und Smartphone

Auf Basis von AppSheet entwarf das Projektteam die Wattenmeer-Naturschutz-Daten-App und digitalisierte mit ihr zunächst vier bisher papierbasierte Monitoring-Verfahren. Die Mitarbeiter können mit diesen von nun an ihre Beobachtungen in real time bequem via Tablet oder Smartphone melden.

Die Lösung ergänzte das Projektteam zusätzlich durch eine neue webbasierte Managementplattform und eine zentrale Datenbank. „Dadurch erhält das Vereinsmanagement einen einfachen Zugriff auf alle Daten und kann diese vergleichen, aggregieren und analysieren; Tools wie Google Trend Studio helfen dabei. Das neue System fordert darüber hinaus das Management zu regelmäßigen Feedbacks an die Mitarbeiter auf. Feedbackschleifen werden so deutlich beschleunigt, Reaktionszeiten verkürzt", resümiert David Zabel, Business-Analyst bei Nagarro.

### Zentrale Daten statt Stift und Papier

Die eingeführten Neuerungen führten schnell zu sichtbaren Erfolgen, etwa einer niedrigeren Fehlerquote in der Datenerfassung sowie einer besseren Datenqualität. Anhand des neu etablierten Dashboards können zudem nun alle Beteiligten den aktuellen Bearbeitungsstatus der von ihnen übermittelten Daten jederzeit in Echtzeit verfolgen. So erkennen sie schon früh, ob das Management Warnhinweise schnell genug wahrnimmt – und rechtzeitig darauf reagiert.

Ein weiterer Vorteil der neuen Lösung ist die zentrale Datenerfassung: Umfangreiche Datenpakete lassen sich künftig durch einfache Export-Routinen mit wenigen Klicks extrahieren, die Synchronisation aus verschiedenen Quellen wird überflüssig. Dadurch reduziert sich die Zeit für Datenexporte um rund 95 Prozent – Zeit, die der Verein in zusätzliche Feldbeobachtungen und tiefergehende Auswertungen investieren kann.

**Dr. Paula Lavinia Kroner** arbeitet als Engagement-Managerin für das Digital-Engineering-Unternehmen Nagarro in München. Nach Studium und Promotion im Bereich Informatik war sie zunächst im Umfeld der internationalen IT-Forschung tätig, bevor sie schließlich zu ihrem heutigen Arbeitgeber wechselte. Seit mittlerweile über 15 Jahren ist sie dort im Bereich der Digitalisierung beschäftigt und setzt sich vor allem für mehr Nachhaltigkeit, Inklusion und soziale Verantwortung von Unternehmen ein.

▶ www.schutzstation-wattenmeer.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

# Die unbekannte Superkraft

## Fundraising für Moore „ist echt hart“

**Obwohl Moore eine unheimlich wichtige Bedeutung für den Schutz unseres Planeten haben, sind sie in Gefahr. Moore sind wichtige Kohlendioxidspeicher und wichtiger Lebensraum zugleich. Sie binden doppelt so viel $CO_2$ wie alle Wälder dieses Planeten zusammen. Die NGO Mission to Marsh setzt sich für ihren Erhalt ein.**

**Von JAN UEKERMANN**

Feuchtgebiete wie Moore, Mangroven oder Sümpfe wurden und werden zum Zweck der Land- und Forstwirtschaft, für Siedlungen oder andere „produktive“ Nutzung größtenteils zerstört. In Deutschland sind bereits über 95 Prozent der Moore verloren und können dadurch keinen Kohlenstoff mehr aufnehmen. Als sich Ann Christin Kornelsen während ihres Geografiestudiums damit auseinandersetzte, wurde ihr klar: Sie muss Moore – die „Klimahelden unseres Planeten“, wie sie sie nennt – schützen. Ihre logische Konsequenz war es, die Non-Profit-Organisation Mission to Marsh zu gründen. Heute setzt sie ihre Lebensaufgabe darin um. Gemeinsam mit ihrem Team aus Klimaaktivisten und Umweltschützern auf der ganzen Welt will sie Projekte im Bereich Moorschutz realisieren.

Dabei setzen Anni, wie sie genannt wird, und Alexander Kornelsen (alias Alex und CEO von Mission to Marsh) insbesondere auf Awareness. Den allermeisten Menschen ist die Wichtigkeit der Moore nicht bewusst. Anni will am schlechten Image der Moore arbeiten und Menschen davon überzeugen, dass Moore keine stinkenden und mückenbewohnten Einöden sind.

Moorschutz ist Klimaschutz. Das machen Anni und Alex jetzt in Deutschland sichtbar. Mit ihrem ersten Projekt nahe Hannover wollen sie mit ihrer Mission to Marsh den Menschen die Augen für die Superkräfte der Moore öffnen. Das große Projekt ist in vollem Gange. Solarpumpen sollen die Meerbruchswiesen am Steinhuder Meer bewahren. Doch Moor-Renaturierungsprojekte kosten viel Geld. Dazu sagt Alex:

> ***„Fundraising für Moore ist echt hart, echt schwer. Denn wir können nicht zeigen, wie zerstörte Moore aussehen – da könnten wir dann nur einen Acker zeigen.“***

Zusammen mit GoFundme wollen sie aktuell 50 000 Euro generieren. „Das ist alles sehr viel Fleißarbeit und zieht sich lange hin. Wir schwanken immer wieder zwischen Frust und Angst, dass wir es nicht schaffen, und der Euphorie, wenn dann mal wieder zehn Menschen spenden“, fasst Alex die Erfahrungen zusammen. Doch sie setzen nicht nur auf Einzelspender, sondern kooperieren mit passenden Firmen oder beantragen erfolgreich Fördergelder, wie beim Environmental Grants Program Fund von Patagonia. Die gesammelten Gelder werden in Maßnahmen zur Wiedervernässung investiert – und diese zeigen vielfältige Wirkung: Moore sind Wasserfilter, sie haben Wasserspeicherkapazität und sind damit Grundwasserspeicher und schützen vor Fluten. Anni und Alex arbeiten dabei mit der „Ökologischen Schutzstation Steinhuder Meer“ zusammen und freuen sich jetzt schon auf die Renaturierung, die gleichzeitig den Lebensraum vieler, auch gefährdeter Tierarten wiederherstellen wird. Weitere große, neue Projekte sind bereits dabei, finalisiert zu werden. Dazu gehört auch der erste Dokumentarfilm, und gemeinsam schreiben sie ein Buch über Moore. „Wir wollen eingeladen werden, um über die unbekannten Helden – die Moore – zu erzählen. Wir wollen den Menschen helfen, aus der Ohnmacht beim Klimaschutz zu kommen. Moore sind etwas sehr Konkretes, das wir bei uns vor der Haustür schützen können.“ Für ihr Engagement wurden sie jüngst auch für den „Planet Hero Award“ nominiert.

Dass Begeisterung ein essenzieller Teil erfolgreichen Fundraisings ist, zeigen Anni und Alex in besonderer Weise. Mit der Kraft der Natur den Klimawandel zu stoppen und bedrohte Tierarten zu schützen ist ein großartiges Projekt, das Hoffnung macht.

▶ www.missiontomarsh.org

„Um eine gerechte Zukunft ohne Armut zu schaffen, brauchen wir Partner, die mit uns die Welt verändern. Dazu gehören auch engagierte, kompetente Dienstleister, die unsere Ziele unterstützen.“

**Michael Staegemann**
Fundraising Database Manager
Oxfam Deutschland

Oxfam

Foto: © Pablo Tosco/Oxfam

Oxfams Sanitärtechniker Bassam Abbas spricht mit Alya Mohammed, deren Dorf schwer durch den Krieg im Jemen betroffen ist.

## Fundraising muss einfach sein. Nur so können Sie mit Ihrer Arbeit optimale Hilfe leisten.

Ein perfekt aufeinander abgestimmtes Team, hat die Unterstützung Ihrer Mitarbeiter und deren Arbeitsabläufe im Fokus. Motivation gepaart mit Knowhow und Empathie sind die Grundsätze guter Zusammenarbeit. Mit Hilfe unserer Fundraising-Automation-Systeme rücken die Bedürfnisse jedes einzelnen unserer Kunden in den Mittelpunkt, die richtigen Maßnahmen werden typgerecht identifiziert und angestoßen.

**Was wir sonst noch für Sie und Ihr Team tun können, das entscheiden Sie!**

ifunds

**Kontakt.**

kontakt@ifunds-germany.de

Fon +49 22 1 66 99 52 0

Nach 24 Jahren hat die Umweltstiftung Greenpeace eine neue Leiterin: Sandra Güntner. Im Interview sprach Matthias Daberstiel mit ihr über die Krise der Klimabewegung, ihre Sicht auf Unternehmenskooperationen, die aktuelle Erbengeneration sowie die Herausforderungen für die Stiftung.

# „Es geht darum, gemeinsam ins Gestalten zu kommen“

**? Frau Güntner, Sie haben kürzlich die Leitung der Umweltstiftung Greenpeace übernommen. Wie kam es zu Ihrer Karriere im Non-Profit-Bereich?**

*Am Ende meines Studiums der Erziehungswissenschaften brachte mich die Auseinandersetzung mit Finanzierungsmodellen im sozialen Bereich angesichts leerer öffentlicher Kassen zum Sozialmarketing und Fundraising. Ich hatte dann das große Glück, gleich nach dem Studium bei der Agentur „neues handeln“ ein Volontariat und berufsbegleitend die Ausbildung an der Fundraising-Akademie zu machen. Seitdem bin ich im Fundraising tätig, seit 2010 bei Greenpeace. Dort habe ich vor allem strategische Entwicklungsprojekte geleitet und mich parallel in verschiedenen Themen weitergebildet, zum Beispiel in der Philanthropie-Beratung. Momentan bin ich in der Endphase eines Global Executive MBA, da nehme ich natürlich eine Menge mit für den neuen Job.*

**? Warum Greenpeace?**

*Es ist tatsächlich so, dass ich mir nicht hätte vorstellen können, für jede beliebige Organisation zu arbeiten. Als ich vor 15 Jahren bei Greenpeace ins Großspenden- und Nachlass-Fundraising eingestiegen bin, ging es ja auch viel darum, die Organisation zu repräsentieren und über ihre Ziele und Anliegen im Gespräch zu sein. Da braucht es eine innere Haltung. Vor meinem Wechsel war ich vier Monate in einem Sabbatical im Hinterland von Colorado, mitten in der Wildnis, in wunderbar unberührter Natur. Der Schutz unserer Lebensgrundlagen liegt mir wirklich sehr am Herzen. Und dann kam ich zurück und fand eine Ausschreibung von Greenpeace. Vielleicht war es doch etwas Schicksal, aber das passte einfach total.*

**? Was macht das Fundraising bei Greenpeace besonders?**

*Was ich an Greenpeace so schätze und was mir wichtig war, ist, dass Fundraising dort einen hohen Stellenwert hat. Greenpeace ist unabhängig, nimmt kein Geld von Regierung oder Industrie. Das heißt natürlich, das Fundraising muss zentraler Teil der Organisation sein. Als globale Umweltschutzorganisation arbeiten wir über Ländergrenzen hinweg. Auch das ist mir wichtig. Da kam einfach viel Positives zusammen.*

**? Sie sind jetzt die neue Chefin der Umweltstiftung Greenpeace und treten da in nicht unbeträchtliche Fußstapfen. Wie ist das Gefühl?**

*Es freut mich sehr, dass ich in meiner neuen Position die Möglichkeit habe, verschiedene Aspekte meiner bisherigen beruflichen und persönlichen Erfahrungen und Expertise miteinander zu verbinden. Melanie Stöhr hat die Stiftung aufgebaut und erfolgreich zu einer der bedeutendsten Umweltstiftungen in Deutschland gemacht! Ich übernehme die Leitung in einer bewegten Zeit, in der gesellschaftlich und am Spendenmarkt viel in Bewegung ist und sich ganz neue Herausforderungen stellen. Mir ist bewusst, dass eine Organisation immer ein lebendiger Organismus ist – und es geht jetzt darum, gemeinsam ins Gestalten zu kommen.*

**? Wo liegen die Herausforderungen?**

*Die Umweltstiftung Greenpeace hat natürlich über die vergangenen Jahre wirklich eine enorme Entwicklung hinter sich. Nächstes Jahr feiern wir unser 25-jähriges Jubiläum. Greenpeace e.V. war ja 1999 der erste Stifter. Mittlerweile sind wir bei einem erheblichen Stiftungskapital mit einer breiten Basis an über 1200 Stifterinnen und Stiftern. Die Möglichkeiten zu stiften und zu spenden sind vielfältig, von einer einfachen Spende bis zur Zustiftung oder einem Darlehen. Die damit verbundenen Interessen und Erwartungen müssen sich in unseren Förderungen und Investitionen abbilden. Zugleich orientieren wir uns inhaltlich an den Schwerpunktsetzungen des Vereins. Eine große Herausforderung sind auch die rapiden Veränderungen am Finanzmarkt.*

**? Wo sehen Sie Möglichkeiten am Finanzmarkt?**

*Wodurch sich die Stiftung sehr stark auszeichnet, ist der ganze Bereich der nachhaltigen Geldanlagen. Das beachten wir schon seit 24 Jahren. Und deshalb haben wir da natürlich auch eine enorme Expertise. Wir arbeiten mit diversen Banken zusammen und treiben die manchmal auch ein Stück weit vor uns her, damit wir unserem Anspruch an nachhaltige Geldanlagen auch gerecht werden können. Ich könnte mir vorstellen, dass das perspektivisch ein Hebel sein könnte, neue Zielgruppen für die Stiftung zu erschließen und sich mit dieser Kompetenz dem Finanzsektor gegenüber noch mal ganz anders zu öffnen. Das merke ich gerade auch in Gesprächen, dass wir Anknüpfungspunkte bieten, wo wir vielleicht Menschen, die klassischerweise nicht spenden, noch mal ganz anders dafür gewinnen können, sich in unserem Kontext zu engagieren.*

**? Was ist dann eine nachhaltige Geldanlage bei Greenpeace?**

*Nun, wir haben klare Kriterien entwickelt, wo wir investieren und wo nicht. Wir können nicht in Umweltverschmutzung investieren, um dann hinterher das Problem als Greenpeace wieder zu lösen. Mit unseren Anlagen zielen wir darauf ab, gleichzeitig einen sozialen und ökologischen Impact zu erzeugen und mit den Renditen unsere Projekte zu unterstützen. In dem Zusammenhang ist es auch wertvoll, dass wir beim ...* ▶

*... Greenpeace e. V. ein eigenes Finanzwendeteam haben, da gibt es durchaus interessante Debatten mit den Banken! Gemeinsam werden wir so unserem Anspruch gerecht, die Finanzbranche im positivsten Sinne mitzugestalten. Der Stiftung geht es darum, mehr Geld in grüne Technologien und umweltbewusste Unternehmen zu stecken.*

**? Wohin wird sich die Umweltstiftung Greenpeace entwickeln?**
*Wir werden zukünftig auf jeden Fall unsere Engagement-Beratung weiter stärken. Das bedeutet zu prüfen: Was möchte dieser Mensch bewirken, und in welcher Form macht das Engagement am meisten Sinn? Welches Angebot wollen wir da machen? Was interessiert die Person tatsächlich? Vielen Stifterinnen und Stiftern ist daran gelegen ist, ihre Kinder und Enkel an die Wertegemeinschaft, die wir als Greenpeace sind, heranzuführen. Deshalb überlegen wir, unsere Veranstaltungen generationenübergreifender auszurichten.*

**? Wie sind Ihre Erfahrungen als Stiftung mit der neuen, jüngeren Erbengeneration?**
*Ich habe das Gefühl, dass der wirtschaftliche Aspekt einer Geldinvestition und die damit verbundene gesellschaftliche Wirkung bei dieser Generation näher zusammenrücken. Hier tut sich ein Feld auf, in dem auch viele neue Angebote und Konzepte entstehen, einige zielen auf ernsthafte Transformation, andere eher auf Greenwashing. Hier möchten wir auch Orientierung und Klarheit geben und arbeiten da eng mit unseren Banken zusammen. Ansätze wie „Blended Value", „Effective Altruism" und „Impact Investing" können durch andere Blickrichtungen ganz neue Möglichkeiten des Engagements erschließen, damit mehr Geld in den Umlauf kommt und sich damit auch mehr Wirkung für eine umweltbewusste Gesellschaft erzielen lässt. Ich merke aber auch, dass dann deutlich mehr Mitsprache gefordert wird.*

**? Die Klimaschutzbewegung scheint gerade an Schwung einzubüßen und verliert auch viel an Vertrauen in der Bevölkerung. Das sind keine guten Aussichten, oder?**
*Grundsätzlich bin ich optimistisch und denke, dass sich einiges auch in eine gute Richtung bewegt. Klar ist: Bei den gesellschaftlichen Herausforderungen und den Krisen, vor denen wir stehen, haben wir keine Zeit zu verlieren und müssen hier und jetzt an konkreten Lösungen arbeiten. Aus meiner Sicht ist es wichtig, die Wirtschaft stärker in die Verantwortung zu nehmen. Für die Stiftung ist dies ein zentraler Bereich, weil wir letztendlich auch dort investieren. Deshalb muss ich auch mit Unternehmen und Banken über deren Vision und Ausrichtung sprechen, um unsere Mission und unseren Anspruch an ein Mission- bzw. Impact-Investing zu realisieren.*

**? Andere Organisationen gehen da aktuell einen konfrontativeren Weg, um die Bevölkerung aufzurütteln.**
*Ja, die Umwelt- und Klimabewegung ist vielfältig, das zeigt sich in den Strategien und Taktiken. Aktuelle Studien sagen, dass die Bereitschaft der Bevölkerung, die Klimabewegung zu unterstützen, abnimmt – sich von 2021 bis 2023 de facto von 68 auf 34 Prozent halbiert hat. Das ist unerfreulich und problematisch. Das müssen wir analysieren und daraus die Lehren ziehen. Ich denke, gerade wir Umweltstiftungen, die auf greifbare Projekte und Maßnahmen setzen, können hier auch eine vermittelnde Rolle einnehmen.*

**? Wie kann man die Menschen überzeugen?**
*Wir müssen Menschen als Partnerinnen und Partner in der sozialökologischen Transformation sehen und nicht mit dem erhobenen Zeigefinger dastehen. Viele Ängste und Vorbehalte haben mit Unkenntnis und einem Gefühl der Hilflosigkeit zu tun, mit einseitigen und immer wieder auch falschen Informationen. Grundsätzlich kann unser Ansatz als Stiftung, positive Beispiele zu fördern, dazu beitragen, mit mehr Zuversicht in die Zukunft zu blicken.*

**? Was macht Ihre Stiftung da?**
*Wir wollen als Stiftung zu einer Drehscheibe von guten Beispielen und Modellprojekten werden, die auch anderswo umsetzbar sind. Ja, es gibt multiple Krisen und viele Probleme, aber es gibt auch Lösungen, und wir tragen einen Teil dazu bei. Deshalb ist es aus meiner Sicht extrem wichtig, jetzt nicht zu polarisieren, sondern größtmögliche Geschlossenheit hinzubekommen. Wenn wir die richtigen Entscheidungen gemeinsam treffen, können wir das Ruder noch herumreißen. Gemeinsam können wir so viel bewirken!*

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

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

# Bademantel statt Wintermantel

Um auf die Situation der rund 1,8 Millionen an Demenz erkrankten Menschen in Deutschland aufmerksam zu machen, hat die DZNE-Stiftung im September die #bademantelchallenge ausgerufen. Dabei sollen sich Menschen in der Öffentlichkeit im Bademantel fotografieren und das Bild auf Social Media teilen. Mit der Aktion soll um Spenden für die Demenzforschung geworben werden. Auch Unternehmerin Judith Williams, Hundetrainer Martin Rütter und Schauspielerin Katy Karrenbauer (Foto) haben mitgemacht.

▶ **www.bademantelchallenge.de**

# Tausend Tage Spaß

## Digitales Experiment im Stiftungssektor

Konkrete Lösungsansätze, um die Stiftungspraxis noch wirksamer zu machen – das ist das Ziel des Stiftungslabors. Der digitale Experimentierraum für den Schweizer Stiftungssektor ist am 5. Oktober 2023 gestartet und soll genau 1000 Tage, bis zum 1. Juli 2026, bestehen. Theresa Gehringer, Konrad Weber und Sandro Alvarez-Hummel, die das Stiftungslabor initiiert haben, wollen damit einen niederschwelligen Zugang schaffen, bei dem sich alle einbringen können, die sich für Stiftungen interessieren und im Stiftungssektor etwas bewegen wollen. In Workshops und Arbeitsgruppen werden verschiedene Fragestellungen erörtert, Lösungen erarbeitet und konkrete Herausforderungen angesprochen. Wer mitmacht, soll außerdem leichter Zugang zu bestehendem Expertenwissen erhalten. Vor allem aber soll das Experiment Stiftungslabor auch Spaß machen, wie die drei betonen.

▶ **www.stiftungslabor.ch**

# MEINE MEINUNG

## „Der Grat zwischen Aufmerksamkeit und Entwürdigung ist schmal“

**Ein Kommentar von UTE NITZSCHE**

Im Bademantel vor die Haustür – und das nicht, um mal schnell den Müll wegzubringen, sondern weil man es gar nicht merkt, was man da anhat. Die #bademantelchallenge der DZNE-Stiftung, welche die Erforschung neurodegenerativer Erkrankungen fördert, zeigt das ganze Spektrum zwischen Tragik und unfreiwilliger Komik, die Krankheiten wie Demenz mit sich bringen können. Was gut gemeint ist, um darauf aufmerksam zu machen, hat für mich einen Haken: die Würde der Betroffenen. Während gesunde Menschen über derartige „Wunderlichkeiten“ schmunzeln, werden die Erkrankten in der Öffentlichkeit kompromittiert. Denn wer freiwillig so durch die Straßen läuft, macht das entweder zu Fasching oder hat eine Wette verloren. Wer es nicht einmal merkt, dass er bei Minusgraden mit Hausschlappen und Bademantel unterwegs ist, wird hingegen schnell zur Karikatur seiner selbst. Der Grat zwischen dem Generieren von Aufmerksamkeit und der Entwürdigung kranker Menschen ist an dieser Stelle sehr schmal. War der Kübel Wasser bei der #icebucketchallenge der ALS Association seinerzeit wirklich originell, so sind alle weiteren Challenges, denen sich die Internetgemeinde zwecks Spendensammeln seitdem stellen sollte, doch nur mehr oder weniger gute Kopien des Originals. Und wenn wir ehrlich sind, ist dieses Thema auch durch. Um ein so wichtiges Anliegen wie Demenz in die Öffentlichkeit zu bringen, gibt es sicher bessere Ideen.

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

# Kurzgefasst …

### Jederzeit geöffnet

Im digitalen Museum „BrosTRäume“ der Brost-Stiftung sind ab sofort 30 Fotografien des Jazztrompeters Till Brönner zu sehen, die das Ruhrgebiet zeigen. Die Ausstellung „Melting Pot“ konnte 2019 live im Museum Küppersmühle in Duisburg sowie anschließend in Potsdam und Koblenz besichtigt werden. Nun hat sie Elke Heidenrich für den virtuellen Raum kuratiert.

▶ https://broststiftung.ruhr/virtuellesmuseum

### Forschung zur Nachhaltigkeit

Die „Edeka Zentrale Stiftung“ fördert ab 2024 eine Juniorprofessur für nachhaltiges Kauf- und Konsumverhalten an der Leuphana-Universität Lüneburg. Die Finanzierung ist zunächst auf einen Zeitraum von sechs Jahren ausgelegt. Der Lebensmittelhändler will damit nach eigenen Angaben die Nachhaltigkeitsforschung und den Wissenstransfer stärken.

▶ https://stiftung.edeka

### Sterben in Würde

Um obdachlose Menschen in Köln am Ende ihres Lebens begleiten zu können, wurde im Erzbistum Köln die „Pace e Bene-Stiftung“ gegründet. Sie wird von der Caritas-Stiftung verwaltet und finanziert zukünftig beispielsweise Plätze in Hospiz-Einrichtungen. Langfristig ist auch der Unterhalt einer Wohnung geplant, in der Wohnungslose beim Sterbeprozess begleitet werden.

▶ www.paceebene-stiftung.de

### Positives Mindset

Mit der Kampagne „Supergut“ will sich die gemeinnützige Hilti Family Foundation aus Liechtenstein für mehr Biodiversität einsetzen. Auf Plakaten und in bewegten Bildern werden Headlines zum Thema präsentiert, zum Beispiel: „Supergut ist, wenn man die Vögel deutlicher hört als den Verkehrslärm.“ Statt auf Alarmstimmung geht es um positive Aussagen, die zum Umdenken bewegen sollen.

▶ www.supergut.li

### Positive Bilanz

Seit 2020 gibt es in Tirol die Sozialstiftung „Die Seraphiner“, die Menschen in schwierigen Lebenslagen begleitet. Nun wurde erstmals Bilanz gezogen: In den ersten drei Jahren konnten 400 000 Euro ausgeschüttet werden, mit denen 13 Vorhaben realisiert wurden, zum Beispiel eine Sozialorganisation in Innsbruck, die sich für Menschen mit Behinderung einsetzt.

▶ www.seraphiner.at

# Aktueller Report

## Zahlen und Fakten zu Bürgerstiftungen

Rund 400 000 Menschen in 426 Orten engagieren sich in Deutschland mit Geld, Zeit und Ideen in Bürgerstiftungen. Das geht aus dem aktuellen „Report Bürgerstiftungen“ hervor, den die Stiftung Aktive Bürgerschaft erstellt hat.

Das Stiftungskapital aller Bürgerstiftungen liegt derzeit bei 556 Millionen Euro. Dabei hat im vergangenen Jahr die Fördersumme mit 29 Millionen Euro einen neuen Höchststand erreicht. Die Gelder stammen sowohl aus Kapitalerträgen als auch aus Spendeneinnahmen. Eine wichtige Rolle spielen die Genossenschaftsbanken. 87 Prozent der deutschen Bürgerstiftungen erhalten von mindestens einer Volksbank-Raiffeisenbank Unterstützung vor Ort. 257 Genossenschaftsbanken sind Gründungsstifter beziehungsweise Förderer einer Bürgerstiftung.

Aktuelle Herausforderungen für die Bürgerstiftungen sind der Rückgang des ehrenamtlichen Engagements, bürokratische Hürden, niedrige Zinsen und die Belastungen durch die Corona-Pandemie. Weitere Zahlen und Trends unter

▶ www.buergerstiftungen.org/zahlen-und-fakten

# Auf breiteren Füßen

## Wann Zustiftungen sinnvoll sind und wie man sie gewinnen kann

**Wenn das Stiftungsvermögen abschmilzt, sei es beispielsweise durch zu geringe Erträge oder die hohe Inflation, sehen sich insbesondere Stiftungsvorstände herausgefordert, Zustiftungen einzuwerben. Wie können Stiftungen dabei konkret vorgehen und wann ist der richtige Zeitpunkt dafür?**

**Von MATTHIAS MARX**

Der erste Schritt sollte darin bestehen, dass sich die Stiftung – sofern die satzungsgemäße Erlaubnis zum Empfang von Zustiftungen vorliegt – zunächst mit ihrem Bedarf an Zustiftungen und Spenden vertieft auseinandersetzt, und dies sowohl in einer aktuellen Status-quo- als auch in einer Langzeit-Perspektive.

Warum ist dies sinnvoll? Da Zustiftungen zum dauerhaft zu erhaltenden Grundstockvermögen gehören und damit nur deren Erträge, nicht aber sie selbst in toto verwendet werden dürfen, können sie in Konkurrenz zu kurzfristig benötigten Spenden stehen. Braucht die Stiftung also dringend größere Zuwendungen für laufende oder kurz vor dem Start stehende Projekte und Vorhaben und kann nicht kompensatorisch auf Rücklagen zurückgreifen, sollte sie womöglich einen späteren Zeitpunkt zur (proaktiven) Akquisition von Zustiftungen auswählen.

### Wie kommunizieren?

Nach einer positiv beschiedenen Bedarfsanalyse, im Sinne eines „ja, wir benötigen möglichst zeitnah Zustiftungen", rückt die Kommunikation des Bedarfs in den Blick. Wie, wann und auf welchen Kanälen kommunizieren wir die Notwendigkeit, uns durch Zustiftungen zu unterstützen? Welche Anreize können wir setzen? Hier bietet sich eine Kombination verschiedener Kommunikationswege, von der Einrichtung einer eigenen Unterseite zu dieser Thematik oder inhaltlichen Erweiterung der Spendenrubrik über die Aufnahme von Hinweisen in bestehenden Publikationen, wie beispielsweise dem Förderermagazin oder dem Jahresbericht, bis hin zu Zustiftungsbriefen und persönlichen Gesprächen mit bestehenden Großspendern, potenziellen Zustifterinnen und Zustiftern, an. Keinesfalls sollte der Hinweis auf das Thema ein singulärer sein, sondern in unterschiedlicher Variation, etwa auch in Form persönlicher Geschichten und Porträts von Zustiftern, zu unterschiedlichen Zeitpunkten offensiver erfolgen, um unterschiedlichen Lebensphasen und (verbesserten) Vermögensverhältnissen alter wie neuer Unterstützer Rechnung zu tragen.

### Langfristige Investition

Will man Zustiftungen in ein positives Licht rücken, lassen sich – im Vergleich zu Spenden – vor allem zwei wesentliche Argumente ins Feld führen: 1. Die Zustiftung kann als langfristige Investition in die Stiftung und bewusste, willentliche Stärkung ihres Grundstocks präsentiert werden. Als substanzieller Beitrag, der dazu dient, die finanzielle Stabilität der Stiftung zu sichern und sie von schwankenden Spendeneinnahmen unabhängiger zu machen. 2. Zustifter können vom erweiterten Sonderausgabenabzug profitieren. Damit kann die Zustiftung, sofern sie an eine Stiftung öffentlichen Rechts oder eine

steuerbefreite Stiftung privaten Rechts geht, auf Antrag des Steuerpflichtigen im Jahr der Zuwendung und in den folgenden neun Jahren bis zu einem Gesamtbetrag von einer Million Euro abgezogen werden. Dies geht über die steuerlichen Abzugsfähigkeiten einer einfachen Spende weit hinaus.

### Zeichen der Würdigung

Einige Stiftungen werden ihren Unterstützern auch die zweckgerichtete Zustiftung – für einen bestimmten Stiftungszweck, ein besonderes Thema – in Form eines zu Lebzeiten oder per testamentarischer Verfügung eingerichteten Stiftungsfonds, der ihren Namen trägt, anbieten können. Ein gleichermaßen nach innen und außen gerichtetes herausgehobenes Zeichen der Würdigung und dauerhaften Danks des besonderen Beitrags.

Inwieweit die „Werbemaßnahmen" von Erfolg gekrönt sind, hängt sicherlich von mehreren Faktoren ab, wie die berühmt berüchtigte Institutional Readiness.

Auch ein in der Praxis bewährtes Großspendenkonzept und der bereits existierende Zugang zu einem breiteren, der Organisation – und nicht nur ihren Projekten – freundschaftlich verbundenen (Groß)Spenderkreis dürfte die Chancen erheblich verbessern. Stiftungen, die hier erst am Anfang stehen, werden die Früchte ihrer Investitionen erst mit einiger Verzögerung – gegenüber denen, die bereits über größere Fundraising-Erfahrung und -Grundlagen verfügen – ernten können.

Zwar lockt die im Vergleich zur durchschnittlichen Spende um ein Vielfaches, teils hundert-, bestenfalls tausendfach höhere Zuwendung, sind Zustifter in der Spenderpyramide auf Ebene der Großspender und Stifter oder einer Zwischenebene anzusiedeln, jedoch ist der Betreuungsaufwand dieser Zielgruppe entsprechend. Von daher bleibt es auch beim Gewinnen von Zustiftungen bei der fürs Fundraising allgemein wie für einzelne Maßnahmen bekannten und nach wie vor gültigen Aussage: Von nichts kommt nichts ...

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

JOURNEY ROCKET

Journey Rocket: Automatisiertes Marketing für mehr Spenderbindung!

- Spender mit einer automatisierten Donor Journey erreichen
- Personalisierte E-Mails erstellen und jeden Spender individuell ansprechen
- Landingpages und E-Mails mit Drag-and-Drop-Editor bauen
- Mit Echtzeitanalysen mehr Kontrolle über Ihre Maßnahmen erhalten

powered by gfs.

www.journeyrocket.de

# Alle an einem Tisch

## Ein Projekt der Dresdner Cellex Stiftung bringt Kulturen zusammen

**Über gemeinsames Essen ins Gespräch kommen – das ist die Idee von „Dresden is(s)t bunt". Seit 2015 lädt die Cellex Stiftung einmal im Jahr zu einem Gastmahl für alle, die Lust auf ein gelebtes Miteinander und eine vielfältige Stadtgesellschaft haben. Und jedes Mal wird die Festtafel länger …**

**Von UTE NITZSCHE**

Essen verbindet. Zusammen an einem Tisch zu sitzen und Köstlichkeiten aus verschiedenen Ländern zu probieren, reißt kulturelle Grenzen nieder. Als 2015 über eine Million Geflüchtete nach Deutschland kamen und ihnen zunehmend Hetze und Aggressivität entgegenschlugen, taten sich unter Federführung der Cellex Stiftung Akteure der Dresdner Stadtgesellschaft aus Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur und Politik zusammen, um diesen schrillen Tönen, die vor allem auf den Straßen und in den sozialen Medien laut wurden, ein deutliches Zeichen entgegenzusetzen. Die Stiftung geht aus einer Initiative der Unternehmen Cellex und GEMoaB hervor und setzt sich für Toleranz und Weltoffenheit sowie Wissenschaft und Forschung ein. „Die Ursprungsidee des Gastmahls ist das gelebte friedliche Miteinander, das es in dieser Stadt zuhauf gibt. Dieses wollen wir in den Mittelpunkt stellen und öffentlich zeigen, um damit den Stillen eine Stimme und ein Gesicht zu geben", erklärt Dr. Eva Sturm, Vorstand der Stiftung. „Es gibt so viele Menschen in Dresden, die am friedlichen Miteinander interessiert sind und das auch leben."

### Eine große Portion Gastfreundschaft

Was es dazu braucht, waren anfangs kaum 100 Tische, aber jede Menge engagierte Dresdnerinnen und Dresdner, die Spezialitäten aus ihren Heimatländern zubereiteten, ein buntes Potpourri kultureller Beiträge vorbereiteten und eine riesige Portion Gastfreundschaft mitbrachten. In diesem Jahr steuerte beispielsweise die internationale Sprachschule TUDIAS amerikanische Süßigkeiten wie Fluffernutters und Whoopie Pies bei. Der Verein Gefilte Fest Dresden e.V. servierte Hummus, Fischbällchen und Grießküchlein mit Mandeln. Und beim Dresdner IT-Unternehmen Sandstorm Media hieß es „Programmier dir deinen Wrap". Mit diesem interaktiven Angebot konnte die Füllung eines Wraps mit den Grundlagen der Programmiertechnik bestimmt werden. Tango, Salsa, der Kinderchor der Semperoper, chinesische Kampfkunst, Grundgesetz-Memory, die Dresdner Frauenkirche gebaut aus 20 Kilogramm Legosteinen – das alles und noch viel mehr bot das bunte Treiben neben den Tischen.

Bei der mittlerweile siebten Auflage Anfang September 2023 ist die Anzahl der

Tische auf 270 gestiegen, die sich auf einer Länge von 600 Metern mitten in der Dresdner Altstadt aneinanderreihten. Mindestens 45 Nationen waren beteiligt, von Afghanistan und Bulgarien über Israel und die Philippinen bis hin zu den USA und Zypern. Das Fest war ausgebucht bis auf den letzten Tisch; in diesem Jahr habe es sogar Wartelisten gegeben, wie Eva Sturm erzählt.

### Migrantische Communities

Bei der Vorbereitung halfen Ehrenamtliche aus sechs Nationen mit, vor allem aus der großen Gruppe von Menschen aus spanischsprachigen Ländern, weiterhin aus Pakistan, der Ukraine, aber auch aus der russischsprachigen Community. So lernen sich viele schon bei der Organisation des Festes kennen. „Mich freut besonders, dass der Anteil der migrantischen Communities in Dresden über die Jahre gewachsen ist und diese mit dem Essen einen guten Zugang finden", sagt Eva Sturm. „Aus meiner Perspektive gibt es in Sachsen nichts Vergleichbares, was diese Vielfalt wiedergibt."

### Große Player aus der Wirtschaft

Wie wichtig Vielfalt auch für die Stadt als Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort ist, haben viele in Dresden ansässige Unternehmen schnell erkannt. Eine internationale Atmosphäre, in der sich alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wohlfühlen, ist insbesondere für internationale Firmen entscheidend. Deshalb sind Wirtschaftsinstitutionen wie das Max-Planck-Institut und die Technische Universität Dresden – allein in diesem Jahr mit elf Instituten vertreten – ebenso bei „Dresden is(s)t bunt" dabei wie echte Globalplayer aus der Wirtschaft, darunter der US-amerikanische Halbleiterhersteller Globalfoundries, GlaxoSmithKline Biologicals, die Elbe Flugzeugwerke und der Software-Riese SAP. Außerdem gibt es eine Kooperation mit dem Verein „Wirtschaft für ein weltoffenes Sachsen". Und auch Dresdner Kulturinstitutionen, wie das Staatsschauspiel und das Deutsche Hygiene-Museum, wollen Gesicht zeigen und nehmen an der Festtafel Platz. So zählten die Organisatoren dieses Jahr über 200 teilnehmende Institutionen, darunter 87 Sponsoren. Sie zahlen Geld für ihren Tisch und tun das nicht aus Imagegründen, sondern weil es Spaß mache, wie Eva Sturm betont.

Mittlerweile hat sich das Fest zu einem Selbstläufer entwickelt. Das Feedback ist positiv. „Menschen mit internationaler Biografie spiegeln uns, dass das Gastmahl eine Veranstaltung ist, die sie sehr bestärkt. Sie gibt Sicherheit, es gibt die Möglichkeit, etwas von sich mitzubringen und es macht ein gutes Gefühl", freut sich Eva Sturm. „Ich kann einfach nur sagen: Das Fest wird geliebt."

▶ www.cellex-stiftung.org/gastmahl




ESV DIGITAL
Die Contentplattform

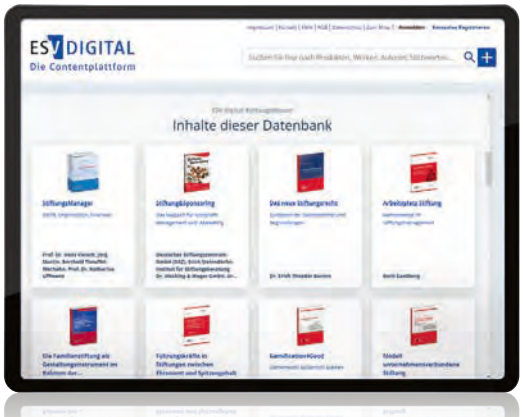
Gebündelt für alle, die Gutes tun.

ESV-Digital StiftungsWissen

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

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

Mit dem StiftungsManager von Fleisch/Martin/Theuffel-Werhahn/Uffmann, der Zeitschrift Stiftung&Sponsoring und weiteren Fachbüchern.




**1 Nutzer 19,95 €**
Einzellizenz, netto/Monat

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

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

ESV ERICH SCHMIDT VERLAG
*Auf Wissen vertrauen*

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

# Die Zukunft zum Anfassen

## Die Dr. Hans Riegel-Stiftung hat ein Labor für das digitale Zeitalter entwickelt

**Wie die Zukunft aussieht, können wir bestenfalls erahnen. Sie mitzugestalten liegt jedoch in unserer Hand. Das Touch Tomorrow Lab der Dr. Hans Riegel-Stiftung lädt deshalb dazu ein, sich schon heute mit zukünftigen Technologien auseinanderzusetzen.**

**Von UTE NITZSCHE**

Kann Precision Farming zukünftig die Welternährung sicherstellen? Sollten Roboter menschenähnlich aussehen? Findest Du es gut, dass Ärztinnen und Ärzte virtuell Operationen trainieren? Diese und weitere Fragen bekommen die Besucherinnen und Besucher im Touch Tomorrow Lab im Deutschen Museum in Bonn gestellt. Damit sollen sie ihre Einstellung zum jeweiligen Thema reflektieren und die Möglichkeit erhalten, sich aktiv zu positionieren. Am Ende werden die eigenen Antworten denen anderer Gäste gegenübergestellt.

### Kein passiv-musealer Betrieb

Das Lab ist Teil der gleichnamigen Touch-Tomorrow-Kampagne, die es seit 2018 gibt. Initiiert wird sie von der Stiftung des ehemaligen Haribo-Mitinhabers Dr. Hans Riegel. Sie will junge Menschen dabei fördern und begleiten, ihre Zukunft aktiv zu gestalten. Im „Zukunftslabor für das digitale Zeitalter" haben Jugendliche daher die Möglichkeit, Zukunftstechnologien selbst auszuprobieren. Mit dem Deutschen Museum in Bonn hat die Stiftung dafür den passenden Partner gefunden: „Hintergrund ist, dass es sich nicht um einen passiv-musealen Betrieb handelt, sondern um eine dynamische, generationsübergreifende Wirkungsstätte, die sehr stark von Mitmachaktionen für Kinder und Erwachsene geprägt ist. Im Rahmen einer Neuausrichtung entwickelt sich das Deutsche Museum Bonn zum zentralen Erlebnisort für Künstliche Intelligenz in Nordrhein-Westfalen", sagt Projektleiter Alexander Kukla. Das Touch Tomorrow Lab ist grundsätzlich offen für alle. So können beispielsweise auch Eltern oder Großeltern gemeinsam mit Kindern die einzelnen Stationen erkunden.

### Aufgaben und Challenges

Sowohl als offener Entdeckungs- und Vermittlungsraum als auch als geschlossener Workshopraum nutzbar, ist das Touch Tomorrow Lab mit drei interaktiven Themenstationen ausgestattet: „KI & Ernährung der Zukunft", „Virtual Reality Learning" und „Robotik". An den Stationen werden die unterschiedlichen Technologien vorgestellt und die Besucherinnen und Besucher können entweder selbstständig oder unter Anleitung des Museumspersonals Aufgaben und Challenges lösen, zum Beispiel wie man eine KI „trainiert", einen NAO-Roboter programmiert oder eine Maschine im virtuellen Raum repariert. Darüber hinaus ist das Deutsche Museum eins von fünf Open Roberta Coding Hubs in NRW. Diese außerschulischen Lernorte sind mit Robotern und Laptops ausgerüstet und werden von Personal betreut, das von Mitarbeitenden des Fraunhofer-Instituts für Intelligente Analyse- und Informationssysteme (IAIS) ausgebildet wurde. Alexander Kukla erklärt: „Das Touch Tomorrow Lab im Deutschen Museum Bonn bietet eine ideale Kulisse für diverse Workshops in diesem Kontext. 2022 haben in 52 Kursen mehr als 700 Kinder und Jugendliche erste Programmier-Erfahrungen im Touch Tomorrow Lab sammeln können."

Geplant ist nun auch eine virtuelle Plattform, die verstärkt mit dem Touch Tomorrow Lab verknüpft werden soll, wie Alexander Kukla verrät, denn „die ‚Mission KI' des Deutschen Museums Bonn entwickelt sich fluide weiter – wir versuchen, dies auch beim Lab zu gewährleisten und regelmäßig neue Impulse zu setzen ..."

▶ www.hans-riegel-stiftung.com

Fundraising SYMPOSIUM

Internationaler Erfahrungsaustausch
für Fundraising-Profis zum Thema

# Das Erbe für den guten Zweck

22. und 23. Februar 2024
Goethe-Universität
Frankfurt am Main

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

FREUNDLICH UNTERSTÜTZT VON

DEIN ADIEU TESTAMENTSERVICE · TeleDIALOG Telefon-Fundraising · Apteco INSIGHT INTO ACTION · adroit · NACHLASS-PORTAL.DE · Fundraising Akademie WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

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

Informationen und Anmeldung
www.fundraising-symposium.de

# 30. Österreichische Fundraising Awards im Zeichen gemeinütziger Ausnahmeerscheinungen

**Was sind die vielversprechendsten Trends und Innovationen im internationalen Fundraising? Dieser Frage gingen Anfang Oktober wieder über 440 Fundraiser*innen aus dem deutschsprachigen Raum und darüber hinaus beim Österreichischen Fundraising Kongress in Wien nach. Die 30. Jubiläumsausgabe rückte Künstliche Intelligenz als technologischen Meilenstein unserer Generation in den Mittelpunkt. Die ebenfalls zum 30. Mal ausgelobten Fundraising Awards standen im Zeichen einer Capital Campaign in Rekordhöhe und des Abschieds von Fundraising Verband Austria – Geschäftsführer Günther Lutschinger, der mit einem Special Award für seinen umfassenden Beitrag für eine Kultur des Gebens in Österreich prämiert wurde.**

Marion Rödler, Geschäftsführerin DIRECT MIND (li.) und Günther Lutschinger (re.) mit Gaia Novarino vom ISTA, die den Award stellvertretend für Martin Hetzer entgegennahm. © *Ludwig Schedl*

Künstliche Intelligenz, Chatbots und personalisierten Algorithmen – auf diesen auch im Bereich der Spender*innen-Kommunikation brennenden Themen unserer Zeit lag der Fokus des 30. Fundraising Kongresses. Mit Michael Katzlberger von der Kreativagentur 3LIOT.ai und Prof. Clemens Heitzinger vom Center for Artificial Intelligence and Machine Learning (CAIML) an der TU Wien, offenbarten zwei der führenden KI-Experten Österreichs spannende Einblicke in zukünftige KI-gestützte Arbeitswelten im Fundraising. Insgesamt lieferten rund 40 hochkarätigen Speaker*innen aufschlussreichen Input für die praktische Arbeit.

## Weitere Preisträger*innen im Überblick

- **Hochschulfundraising Award** in Kooperation mit dem Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung: **Technische Universität Wien** für den Aufbau wegweisender und nachhaltiger Fundraising-Strukturen.
- **ANT Fundraising Award** für die beste **Aktion des Jahres**: BRAVEAURORA – Kampagne „Spenden & Helfen²“ für dringend benötigte Mittel für Menschen in Ghana.
- **GRÜN Fundraising Award – Online-Kampagne des Jahres**: Caritas Wien – Kampagne „You are bloody awesome – Dringend gesucht: Periodenpat*innen“ zugunsten armutsbetroffener Frauen ohne Zugang zu teuren Menstruationsprodukten.
- **POST Fundraising Award – Direct Mailing des Jahres**: CARE und Agentur fundoffice GmbH für Notfall-Spendenbrief nach dem verheerenden Erdbeben in der Türkei und Syrien.
- **ERSTE BANK Fundraising Award – Partnerschaft des Jahres**: Caritas Österreich und die VERBUND AG für die Bekämpfung von Energiearmut (Stromhilfefonds) und der Auswirkungen der Teuerung (Hilfe in Not im Inland).
- **BDO Fundraising Award – Neuspender*innen-Kampagne des Jahres**: TierQuarTier Wien und die Agentur fundoffice GmbH für ihre digitale, zweistufige Kampagne, die einen sehr effizienten Zugang zu neuen Unterstützer*innen geebnet hat.
- **Salesforce Fundraising Award – Innovation des Jahres**: Caritas Wien für die Einbindung von 16 Influencer*innen, die durch kreativen Content große Aufmerksamkeit auf die Caritas-Einrichtungen richteten.

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

### Rekordkampagne: 100 Millionen für die Forschung

Highlight des ersten Kongresstages ist traditionell die Vergabe der renommierten Fundraising Awards für beispielhafte Spender*innen-Kommunikation. Mit dem Hauptpreis **Fundraiser des Jahres – sponsored by Direct Mind** – wurde heuer der Präsident des Institute of Science and Technology Austria (ISTA), **Martin Hetzer**, für eine in Österreich noch nicht dagewesene Capital Campaign bedacht. Ausgangspunkt dafür war die größte in Österreich je getätigte Testamentsspende: Die ehemalige Wiener Unternehmerin Magdalena Walz hat dem Forschungsinstitut ihr gesamtes Vermögen in der Höhe von 25 Mio. Euro für die Förderung der Grundlagenforschung vermacht. Darauf aufbauend, hat das ISTA unter der Leitung von Präsident Martin Hetzer eine Fundraising-Kampagne ins Leben gerufen, die bis 2027 100 Mio. Euro aufbringen soll,

um die Spitzenforschung in Österreich langfristig zu sichern. Im Rahmen dieser Capital Campaign werden alle Spenden zudem von der öffentlichen Hand verdoppelt.

Emotionaler Höhepunkt des Galaabends war der durch den Vorstand des Fundraising Verband Austria vergebene **Special Award** für **Günther Lutschinger**. Dieser hat als Geschäftsführer des Verbandes nicht nur die Entwicklung der österreichischen und europäischen Fundraising-Szene wesentlich mitgelenkt, sondern als Sprachrohr und Netzwerker entscheidend zur Stärkung des gemeinnützigen Sektors in Österreich insgesamt beigetragen. Mit Jahresende verabschiedet sich Lutschinger nach 17 Jahren als Geschäftsführer in die Pension.

Für seinen permanenten, höchst engagierten Einsatz zugunsten des Dritten Sektors wurden Günther Lutschinger mit Standing Ovations verabschiedet. *© Ludwig Schedl*

## Wirkungsvolle Unternehmenspartnerschaften – Wirtschaft hilft-Awards

Mit fast 100 Mio. Euro an Zuwendungen, zeichnen Österreichische Unternehmen für jeden neunten Spendeneuro verantwortlich. Dementsprechend groß ist das Feld an Kooperationen zwischen NPOs und Wirtschaft. Um sie in ihrer Vielfalt vor den Vorhang zu holen, vergibt der FVA neben den Fundraising Awards jedes Jahr auch die „Wirtschaft hilft"-Awards. Erstmals wurde dabei heuer ein Award für herausragende Langzeitkooperationen ausgelobt, in Kooperation mit den Österreichischen Lotterien – einem Unternehmen, in dem soziale Verantwortung selbst gelebt wird, wie Gerlinde Wohlauf, Österreichische Lotterien, betont: *„Ein möglichst enger Schulterschluss zwischen NPO-Szene und Wirtschaftsunternehmen ist essenziell, um die vielfältigen gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit zu meistern. Dieser Leitgedanke findet sich auch tief in der Unternehmenskultur der Österreichischen Lotterien verankert."*

- **Großunternehmen-Award:** **Erste Group Bank AG** für das großangelegte Ukraine-Hilfsprojekt in Kooperation mit der Caritas. Zusätzlich zu 1 Mio. Euro an Soforthilfe, hat das Unternehmen laufenden Kosten für ein Tageszentrum in Höhe von 1,1 Mio. Euro geleistet.
- **KMU-Award in Kooperation Crowe SOT:** **willhaben internet service GmbH & Co KG** gemeinsam mit ihrem NPO-Partner Make-A-Wish Austria, die mit dem Gaming-Influencer Veni das Projekt „Charity Royale" initiiert und damit 130 000 Euro für die Herzenswünsche schwerstkranker Kinder aufgebracht haben.
- **Corporate Volunteering-Award:** **SeneCura Kliniken- und Heimebetriebsgesellschaft mbH** in Zusammenarbeit mit dem Verein „kleine Herzen", die mit 500 Stunden an Mitarbeitenden-Arbeitszeit ein ehemaliges 4-Sterne-Hotel schnell und unbürokratisch in ein neues Zuhause für 61 ukrainische Waisenkinder verwandelt haben.
- **Langzeitkooperationen-Award in Kooperation mit Österreichische Lotterien:** **Allianz Versicherung** für ihr 40-jähriges Engagement zugunsten des Vereins e.motion – Lichtblickhof, der sich der Unterstützung schwer kranker Kinder und ihrer Familien verschrieben hat.

Die „Wirtschaft hilft"-Gewinner*innen 2023. *© Ludwig Schedl*

# Zewo-Richtlinien: Fundraising zwischen Markt und Ethik

**Die Stiftung Zewo, Gütesiegel-Organisation für Hilfswerke in der Schweiz, überarbeitet derzeit ihre Standards, an die sich zertifizierte Organisationen zu halten haben. Dabei gilt es, ethische Richtlinien umzusetzen und gleichzeitig den Spielraum für die NPO – gerade auch im Fundraising – nicht zu stark einzuschränken. Die Stellungnahme von Swissfundraising fand in der nun vorliegenden, vorläufigen Neufassung zumindest teilweise Gehör.**

**Von ROGER TINNER**

Swissfundraising äusserte sich in der Vernehmlassung nur zu Standards, die einen engen Bezug zur Arbeit der Fundraiser:innen haben: Standard 18 «Spendenwerbung», Standard 20 «Fundraising-Partner» und Standard 21 «Sammlungskalender». Auch wenn die Zewo-Standards nur für zertifizierte Organisationen verbindlich sind, so prägen sie darüber hinaus die Best Practice für alle Spenden sammelnden Organisationen und sind wichtige Grundsätze für die tägliche Arbeit der im Verband organisierten Fundraiserinnen und Fundraiser.

Diese drei Standards der Zewo sind aus Fundraising-Sicht besonders wichtig. Swissfundraising hat sich deshalb in der Vernehmlassung dazu ausführlich geäussert (Bild Zewo).

## Spendenwerbung: Geschenkbeilagen und F2F-Vorgaben

Zum Einsatz von Geschenkbeilagen bei Spendenbriefen in den Standards eine Vorgabe zu machen, begrüsste Swissfundraising in der Stellungnahme. Tatsächlich irritieren NPO-Mailings immer mal wieder mit Beilagen, die aus Billigproduktion und damit Tieflohnunternehmen stammen und keinen Bezug zur Spendensammlung haben. Die Ergebnisse des Swissfundraising-Direct-Mail-Panel lassen ausserdem vermuten, dass solche kleinen Geschenke zwar die Rücklaufquote in der Regel erhöhen, aber tiefere Durchschnittsspenden generieren. Das ist ein Anzeichen dafür, dass Spendende sich (leicht) unter Druck gesetzt fühlen, mit einer kleinen Spende das Gewissen zu beruhigen, weil sie eine Art Geschenk bekommen haben.

Die Zewo hat nun eine Formulierung gewählt, die dem Input von Swissfundraising nahekommt. Wörtlich heisst es nun: «Setzen Organisationen kleine Geschenkbeilagen zum Spendensammeln ein, so achten sie auf deren ökologische und soziale Nachhaltigkeit und analysieren periodisch den Effekt. Wünschen bestehende Spenderinnen und Spender keine Geschenkbeilagen, verzichtet die Organisation bei diesen Personen auf den Einsatz.»

Ebenfalls in diesem Standard angesprochen werden Sammlungen im Direktkontakt, zum Beispiel am Telefon, per SMS, an der Haustür und auf der Strasse, also besonders sensible Sammlungsinstrumente. Dass hier die Einhaltung ethischer Grundsätze wie Ehrlichkeit, Respekt und Integrität besonders gefragt sind, ist Swissfundraising genauso wichtig wie der Zewo.

## Fundraising-Partner: Prozentuale Transaktionsgebühren minimieren

Ein Thema, das auch ausserhalb der Zewo-Richtlinien in letzter Zeit immer häufiger auftaucht, sind prozentuale Transaktionsgebühren bei Spendenüberweisungen via Kreditkarte, Twint, etc. Gerade bei hohem Spendenaufkommen, zum Beispiel in Nothilfe-Situationen, ist es störend, dass Zahlungsanbieter dann sozusagen mit der Katastrophe unverhältnismässig hohe Einnahmen haben, ohne dass ihr Aufwand damit grösser ist. Swissfundraising teilt die Auffassung der Zewo, dass unlimitierte prozentuale Transaktionskosten im Zusammen-

hang mit Spenden anders zu beurteilen sind als im kommerziellen Bereich.

Die Zewo legte zwei Optionen zur Regelung vor, von denen die eine auch aus Sicht von Swissfundraising viel zu weit ging: Sie hätte Zewo-zertifizierten NPO untersagt, überhaupt mit Partnern zusammenzuarbeiten, die prozentuale Transaktionsgebühren verlangen. Dies hätte mehrere elektronische Zahlungskanäle direkt ausgeschlossen und den NPO geschadet. Swissfundraising hat sich für die Variante ausgesprochen, in der NPO verpflichtet werden, dass den Spender:innen gegenüber Transparenz über die Transaktionsgebühren zu schaffen ist und diese damit (implizit) auf den günstigsten Weg für eine Spende zu leiten. Dies hat die Zewo nun als Empfehlung in die Standards übernommen.

Das Thema ist für Swissfundraising damit jedoch nicht abgeschlossen: Verbände und Organisationen aus dem gemeinnützigen Bereich müssen sich gemeinsam bei den Zahlungsanbietern – allenfalls auch unterstützt aus der Politik – dafür einsetzen, dass Zahlungsgebühren für Spenden gesenkt oder gedeckelt werden.

### Sammelkalender: Mehr Freiheiten für die NPO

Der bisher sehr strikte Sammelkalender, in dem für die grossen, schweizweit tätigen NPOs Termine für ihre Kampagnen fixe Daten erhalten, wird dem neuen Marktumfeld angepasst: Künftig sollen nur noch die Termine für Fremdmailings ab 150'000 Adressen und für Streuwürfe ab 250'000 Adressen koordiniert werden. Geklärt wird nun auch, dass Sammlungen per E-Mail und Spendenwerbung in Printmedien, Radio, Fernsehen, online sowie auf Social-Media-Kanälen jederzeit ohne Eintrag im Kalender möglich sind. Ob der Sammelkalender ein striktes Regulierungsinstrument für die grossen NPO bleibt oder nur noch Transparenz und damit Selbstregulierung schaffen soll, wird mit den betroffenen Organisationen nochmals diskutiert. Swissfundraising hat sich für die Variante «Transparenz schaffen» ausgesprochen: Damit ergibt sich Flexibilität, ohne dass das gemeinsame Ziel in Frage gestellt ist, die Spender:innen nicht mit zu vielen gleichzeitig lancierten Spendenaufrufen zu überfordern und das eigene Fundraising-Ergebnis indirekt zu gefährden.

Die definitive Version der Zewo-Standards ist gegen Ende 2023 geplant. Mehr dazu gibt es auf der Swissfundraising-Webplattform.

# Wechsel in der Co-Leitung von GivingTuesday Schweiz

**Marc-André Pradervand ist neuer Global Leader bei GivingTuesday Schweiz und übernimmt damit in der ehrenamtlichen Organisation den Co-Lead mit Mario Tinner. Zusammen mit der Geschäftsstelle von Swissfundraising will er das Projekt in Zukunft breiter abstützen und in der Schweiz als «Tag des Gebens» noch besser verankern.**

Marc-André Pradervand war schon bisher Mitglied der Arbeitsgruppe, die das Projekt begleitet hat. Nun verstärkt er sein Engagement und verfolgt zusammen mit Swissfundraising hohe Ziele: «Mit Blick auf die weltweiten Aktivitäten von GivingTuesday ist der Tag in der Schweiz immer noch verhältnismässig wenig bekannt. Das wollen wir – in Zusammenarbeit mit weiteren Verbänden, Organisationen und Unternehmen – in den kommenden Jahren ändern», sagt er. Er zeigt sich zuversichtlich, dass dies gelingen kann.

Als Global Leader löst er Swissfundraising-Geschäftsführer Roger Tinner ab, der diese Funktion seit dem ersten GivingTuesday in der Schweiz 2016 innehatte. Unterstützt werden die Co-Leiter Marc-André Pradervand und Mario Tinner von einer Arbeitsgruppe, der Mariana Dittmann von «Schweiz ForAfrika», Annamarie Dober von MYBLUEPLANET, Milena Geiser vom

Schweizer Heimatschutz, Eléonore Gruffel von Swissfundraising, Tamara Reinhard von RaiseNow und Arianna Scariggi von der Winterhilfe Schweiz angehören.

Aktuelle Informationen zum GivingTuesday in der Schweiz auf www.giving-tuesday.ch

# Neue Aufgaben rund ums Fundraising

## Erfahrung für die Stiftung Kifa Schweiz

Der Stiftungsrat der Stiftung Kifa Schweiz hat **Monika Kummer** zur neuen Geschäftsführerin gewählt, die ihre Stelle am 1. September 2023 angetreten hat. Sie wird Nachfolgerin von Jürg Schläfli, der die Stiftung von März bis August dieses Jahres interimsmäßig leitete und nun das Amt des Vize-Präsidenten übernommen hat. Monika Kummer bringt langjährige Führungserfahrung mit. Als diplomierte Pflegefachfrau hat sie unter anderem in der Akutpflege, als Stations- bzw. Pflegedienstleitung und in der ambulanten Suchthilfe gearbeitet. Sie hat außerdem ein Nachdiplomstudium im Bereich „NPO-Management in Sozialen Organisationen" und eine Weiterbildung in Gesundheitsökonomie absolviert. In den letzten neun Jahren war Monika Kummer Direktorin des Regionalgefängnisses Bern.

dialog4good

Die dialog4good GmbH sucht ab sofort eine

**Leitung Operations (m/w/d) in Vollzeit (40 h/Woche)**

für unser Fundraising-Callcenter am Standort Berlin-Friedrichshain.

Wir sind eine auf telefonisches Fundraising spezialisierte Dialogmarketing-Agentur und arbeiten seit über 13 Jahren ausschließlich für Non-Profit-Organisationen. Wir übernehmen für unsere Kunden Outbound-Telefonie, Inbound-Services und führen Schulungen durch.

**Ihre Aufgaben**

Als Leitung Operations koordinieren, betreuen und motivieren Sie drei Teams von etwa 40 Mitarbeitenden und das zugehörige Backoffice-Team. Sie sind Teil des Leitungsteams und stimmen sich regelmäßig mit der Kundenbetreuung, dem Vertrieb, dem Development und der Geschäftsführung ab.

**Was wir bieten**

- eine vielseitige und sinnstiftende Tätigkeit mit Entwicklungsmöglichkeiten,
- Themenvielfalt durch abwechslungsreiche Kunden und Kampagnen,
- die Möglichkeit, mit Ideenreichtum und Gestaltungsspielraum zur strategischen, Weiterentwicklung der Agentur maßgeblich beizutragen,
- die Arbeit in einem modern ausgestatteten Fundraising-Callcenter,
- ein engagiertes und gut gelauntes Team mit einer wertschätzenden Arbeitskultur.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung als PDF-Datei bis zum 31. Dezember 2023 per E-Mail an *s.maetzel@dialog4good.de.*
Ausführliche Stellenbeschreibung → QR-Code scannen

## Wechsel in die Geschäftsführung

Die gemeinnützige Organisation HateAid hat ein neues Mitglied in der Geschäftsführung: Die Rechtsanwältin **Josephine Ballon** war bereits seit 2019 Head of Legal und bildet ab jetzt zusammen mit Anna-Lena von Hodenberg eine Doppelspitze. Damit will HateAid den rechtspolitischen Schwerpunkt auch in der Führungsebene verankern. Josephine Ballon hat Rechtswissenschaften studiert und war zunächst im Bereich Verbraucherrechte und Legal Tech tätig.

## Verstärkung im Führungsteam

Die Agentur für Fundraising und Kommunikation GRÜN alpha hat **Martin Vierkötter** ins Führungsteam am Standort München geholt. Als Experte für digitale Fundraising-Strategien verfügt er mit mehr als 20 Jahren Erfahrung über profunde Expertise und Vernetzung im Markt. In der Vergangenheit hat er Organisationen bei der Entwicklung und Umsetzung von digitalen Fundraising-Strategien unterstützt und wird nun die digitale Kompetenz bei GRÜN alpha weiter ausbauen.

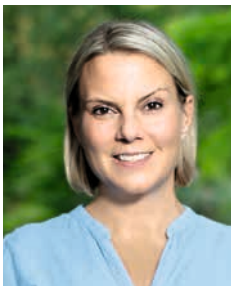
## Im Einsatz für Menschenrechte

Die Menschenrechtsaktivistin und Iran-Expertin **Shoura Zehetner-Hashemi** ist neue Geschäftsführerin von Amnesty International in Österreich. Vorher war sie mehrere Jahre im diplomatischen Dienst des Außenministeriums. In ihrer neuen Aufgabe will sich die 40-Jährige dafür einsetzen, dass menschenrechtliche Probleme in Österreich, wie Angriffe auf die Pressefreiheit und Kriminalisierung von Protest, auf die politische Tagesordnung gesetzt werden.

## Führungswechsel bei der Umweltstiftung Greenpeace

Seit April 2023 ist **Sandra Güntner** im Vorstand der Umweltstiftung Greenpeace, wo sie geschäftsführend tätig ist. Die diplomierte Erziehungswissenschaftlerin und Fundraising-Managerin (FA) leitete zuvor strategische Initiativen im Bereich Donor Retention und Development des Greenpeace e. V. Im Rahmen eines berufsbegleitenden Global Executive MBA legt sie derzeit einen Schwerpunkt auf Foresight-Prozesse und die intersektorale Zusammenarbeit zur Gestaltung einer wünschenswerten Zukunft. Hier knüpft sie in der Ausrichtung der Stiftung an, die sich als Teil des internationalen Greenpeace-Netzwerks mit beispielgebenden Projekten und grünen Geldanlagen für den Schutz der Lebensgrundlagen einsetzt. Ihre Ausbildung hat sie untzer anderem an der Fundraising-Akademie absolviert.

## Neue Herausforderungen beim WWF Deutschland



**Meike Rothschädl** verantwortet seit 1. November 2023 beim WWF Deutschland im neu berufenen Vorstand den Bereich Kommunikation, Marketing, Fundraising und Transformation Gesellschaft. Bisher standen strategische Markenführung und -entwicklung, Transformationsprozesse sowie Fundraising im Fokus ihrer Tätigkeiten in international agierenden Unternehmen und Organisationen. Zuletzt hat Meike Rothschädl das Deutsche Rote Kreuz kommunikativ durch intensive Krisenphasen geführt und dabei das Fundraising in neuen Kanälen platziert. „Ich freue mich auf die neuen Herausforderungen. Es geht darum, dass der WWF seinen wirkungsvollen Beitrag zur Transformation unserer Gesellschaft hin zu einem Leben und Arbeiten in den planetaren Grenzen leistet."

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

## „Weihnachten im Schuhkarton“ hat eine neue Leiterin

Anfang September 2023 hat **Ursula Simon** die Leitung der Geschenkaktion „Weihnachten im Schuhkarton“ von Samaritan's Purse übernommen. Die 47-Jährige ist seit drei Jahren bei der christlichen Hilfsorganisation und war zuletzt Leiterin des Bereichs Operations, der die logistischen und administrativen Abläufe organisiert. In ihrer neuen Position folgt sie auf Alexander Becker, der im vergangenen Jahr ausgeschieden war.

Ursula Simon ist damit gleichzeitig auch Mitglied des Leitungsteams, das nun aus vier Frauen und fünf Männern besteht. „Ich freue mich über das Vertrauen und die Möglichkeit, diese Aktion weiterzuentwickeln, damit noch mehr Kinder dadurch Liebe erfahren können“, sagt die gelernte Fachübersetzerin und studierte Tourismusmanagerin.

GLÜCK AUF
FÜR IHRE »KOHLE-FÖRDERUNG«

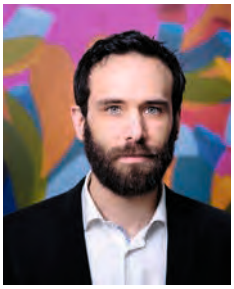
BODENSTÄNDIGE SOFTWARE AUS DEM HERZEN DES RUHRPOTTS:
Buchhaltung,
Fundraising,
Adress-, Beleg- und Projekt-Management,
Controlling ...

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

OPTIGEM OPTIMIERTE SOFTWARELÖSUNGEN FÜR GEMEINNÜTZIGE ORGANISATIONEN

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

## Vom Betriebssport-Verband zur Rheuma-Liga



Bereits seit April 2023 verstärkt **Florian Ram** als Referent für Finanzen und stellvertretender Geschäftsführer den Deutsche Rheuma-Liga Bundesverband e.V., wo er für das Fundraising, die Mittelbewirtschaftung und das Controlling verantwortlich ist. Er folgt auf Karl Cattelaens, der bis 31. Juli beim Bundesverband tätig war und nun in den Ruhestand gegangen ist. Florian Ram wechselt vom Österreichischen Betriebssport-Verband zur Deutschen Rheuma-Liga.

## Neues Mitglied in der Kinderlachen-Familie

Der Verein Kinderlachen e.V. wird seit Juni 2023 bei seiner Pressearbeit von **Birgit Borreck** unterstützt. Sie steht als Beraterin für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Seite und betreut die Veranstaltungen wie „Kinderlachen Open“ und die „Kinderlachen-Gala“. Die Kommunikationsexpertin ist seit 15 Jahren selbstständig und hat eine eigene Agentur. Zuvor hat sie über 20 Jahre als Presseverantwortliche für internationale Hotelkonzerne gearbeitet.

## Generationenwechsel beim ChildFund Deutschland

Mit **Carolin Schiemenz** hat ChildFund Deutschland seit August 2023 eine neue Co-CEO. Sie tritt die Nachfolge von Jörn Ziegler an, der im nächsten Jahr in den Ruhestand gehen wird. Die Diplom-Kulturwissenschaftlerin war vorher bei IsraAID Deutschland und bei Kinderrechtsorganisationen wie Save the Children und der Kindernothilfe, wo sie im Programm- und Projektbereich aktiv war. Auslandserfahrungen sammelte sie unter anderem für die GIZ als Projektleiterin in Afghanistan.

## Journalistin für Menschenrechte übernimmt Chefredaktion

Das von SOS Mitmensch herausgegebene „MO-Magazin für Menschenrechte“ hat eine neue Chefredakteurin. **Milena Österreicher** ist Journalistin und löst Gunnar Landsgesell ab, der über 17 Jahre die redaktionelle Leitung innehatte und das Magazin seit 2005 mit aufgebaut hat. Es erscheint vierteljährlich und wurde 2022 für seinen Journalismus rund um Menschenrechte mit dem MigAward, dem Preis der österreichischen Migrantinnen und Migranten ausgezeichnet.

## Neue Fundraiserin bei der Kriegsgräberfürsorge

Seit Juli ist **Ellen Herzog** Referatsleiterin Marketing und Fundraising beim Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge e.V. Dieser engagiert sich als humanitäre gemeinnützige Organisation seit 100 Jahren für Frieden und Versöhnung. Für ihre neue Tätigkeit hat sich Ellen Herzog vorgenommen, Unternehmen und neue Generationen von Menschen, die spenden, zu aktivieren. Zuletzt war sie bei ArbeiterKind.de verantwortlich für Onlinefundraising und Unternehmenskooperationen.

## 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

## Anita Baumgartner ist neues Mitglied der Geschäftsleitung bei der asm Agentur für Sozial-Marketing

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

Sie kennt die gemeinnützige Welt aus erster Hand: Anita Baumgartner war Delegierte des Internationalen Komitee vom Roten Kreuz (IKRK) und hat viele Jahre in Entwicklungsorganisationen mitgearbeitet, sodass sie inzwischen über zwei Jahrzehnte Berufserfahrung in der Mittelbeschaffung vorweisen kann. Nun ist die diplomierte Fundraiserin Mitglied der Geschäftsleitung bei der asm Agentur für Sozial-Marketing, wo sie die Verantwortung für das Stiftungs- und Großspenden-Fundraising übernommen hat. ▶ www.asm-cc.ch

**Wer ist Ihre neue Arbeitgeberin?**
Die asm Agentur für Sozial-Marketing – eine Fullservice-Agentur in Zürich, die Hilfswerke bei der Mittelbeschaffung berät. Von klassischen Fundraising-Kampagnen über Digital-Fundraising bis zu Großspenden-Fundraising bieten wir alles – namentlich auch eine topmoderne Fundraising-Datenbank für unsere Kunden.

**Welcher Jobtitel steht auf Ihrer neuen Visitenkarte?**
„Leiterin Stiftungs- und Grossspenden-Fundraising, Mitglied der Geschäftsleitung". Ich berate die Organisationen, wie sie Stiftungen, vermögende Privatpersonen, Firmen oder die öffentliche Hand für ihre Sache gewinnen und eine langfristige Beziehung mit ihnen aufbauen.

**Wie würden Sie einem Kind erklären, was Sie machen?**
Ich helfe Organisationen, die sich für Menschen, Tiere oder die Umwelt einsetzen, mehr Geld zu bekommen. Damit sie mehr Gutes tun können.

**Wie weit ist es bis zur nächsten Kaffeemaschine?**
Weniger als zehn Schritte.
Und es ist ein sehr guter Kaffee!

**Was braucht mehr Zeit? Das Pendeln zum Arbeitsplatz oder das allmorgendliche Checken der E-Mails?**
Bis jetzt noch das Pendeln. Das könnte sich aber ändern – mit dem Fahrrad brauche ich nur 25 Minuten …

**Wo steht Ihr Schreibtisch: im Großraumbüro oder im Grünen?**
In einem Zweierbüro. Mit Grün vor dem Fenster. Und dem Zürichsee in Gehdistanz.

**Wie hat Ihr neues Team Sie am ersten Arbeitstag begrüßt?**
Mit Blumen, Karten und einem Lego-Einhorn zum Zusammenbauen. Und natürlich gutem Kaffee!

**Womit haben Sie sich die ersten Tage im Job beschäftigt?**
Zuerst mal alle und alles kennenlernen. Und dann durfte ich zum Glück bereits in der ersten Woche produktiv sein. Nach 20 Jahren im Fundraising konnte ich mein Wissen konkret einbringen bei einem Auftrag. Das hat Freude gemacht.

**Wer oder was hat Sie überrascht?**
Es ist spannend, Einblicke in die verschiedenen Organisationen zu bekommen, in die unterschiedlichen Themen, ihre jeweiligen Stärken, Potenziale und Herausforderungen. Überrascht hat mich, wie wenig es oft braucht, um die Einnahmen zu erhöhen. Nicht so bewusst war mir zudem die Qualität unserer Datenbank.

**Was lief gut und wo ist noch Luft nach oben?**
Die ersten Anfragen kamen sofort rein, das hat mich sehr gefreut. Nun hoffe ich, dass meine Beratung hilft. Luft habe ich noch bei den vielen intern gebräuchlichen Abkürzungen, die sind wie so oft eine Herausforderung für Neue.

**Job mit Sinn finden**
Zahlreiche Stellenangebote aus NGOs finden Sie in unserem Job-Portal auf
**gutes-wissen.org**

cjd
Das Bildungs- und Sozialunternehmen

# Neustart JETZT.

Aufbruchstimmung im CJD – und bei Dir?
Werde Teil unseres Fundraising-Teams und ermögliche jungen Menschen eine Perspektive für ihr Leben.

Erfahre mehr:
www.cjd.de/neustart-jetzt

In vielfältigen Positionen deutschlandweit hast Du bei uns die Möglichkeit, Fundraising neu zu denken. Lass uns per Mail, Anruf oder WhatsApp ins Gespräch kommen: alexander.leitow@cjd.de // +49 170 7140 200

Das Zusammen wirkt.

Der Staffelstab ist übergeben: **Nadine Shalala** und **Dr. Viva Volkmann** (v. l. n. r.) haben die Leitung der Arbeitsgruppe „Groß- und Testamentsspenden", die beim Deutschen Fundraisingverband angesiedelt ist, weitergereicht. Beide Fundraisingexpertinnen hatten den Arbeitskreis vor fünf Jahren ins Leben gerufen, um den kollegialen Austausch auf diesem Gebiet zu stärken und die Professionalisierung weiter voran zu bringen. Die Leitung wurde mittlerweile an **Almuth Wenta** (BUND e.V.) und **Imke Spannuth** (Don Bosco Mondo) übergeben.

▶ www.dfrv.de/arbeitsgruppen/arbeitskreise

# Kurzgefasst …

## Fachverband Bürgerbeteiligung gegründet

Im Oktober wurde in Berlin der Fachverband Bürgerbeteiligung gegründet. Er ist der berufsständische, auf Praxis ausgerichtete, wissenschaftsbasierte Fachverband der Bürgerbeteiligung sowie die Interessenvertretung der in diesem Bereich beruflich Tätigen. Als „Sprachrohr der Branche" wirbt er für Vertrauen und Akzeptanz und verdeutlicht den Nutzen der Bürgerbeteiligung gegenüber Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit.

▶ https://fvbb.info

## Mit Brief und Siegel

Mit dem QISH-Qualitätssiegel steht 2023 erstmals ein Qualitätsmerkmal für das Face-to-Face Fundraising in Deutschland zur Verfügung. Es zeichnet Agenturen und wohltätige Organisationen aus, die die QISH-Qualitätsstandards einhalten und diese durch eine unabhängige Prüfung einer externen Ombudsstelle belegen können.

▶ www.qish.de/siegel.html

## Außenwerbung für den WWF

Die Umweltschutzorganisation WWF Schweiz und der Anbieter für digitale Außenwerbung Livesystems haben eine weitreichende Partnerschaft für die Kommunikation von Klimaschutzthemen und Umweltfragen geschlossen. Im Rahmen der Partnerschaft soll nun das Bewusstsein der Schweizer Bevölkerung geschärft und Aufmerksamkeit zu den neuesten Erkenntnissen aus Umwelt- und Klimaschutz generiert werden.

▶ www.wwf.ch

## Erste Krypto-Briefmarke

Seit Anfang November ist die erste Krypto-Briefmarke der Deutschen Post erhältlich. Das Motiv blieb bis Redaktionsschluss noch geheim. Wie die Post mitteilt, ist es „eine revolutionäre Kombination aus physischer und digitaler Kunst". Die Marke ist ein Sammlerobjekt und im Online-Shop der deutschen Post bestellbar.

▶ https://shop.deutschepost.de

## #vorlesenschafftchancen

Am 17. November fand bereits zum 20. Mal der deutschlandweite Vorlesetag statt. Das Motto in diesem Jahr: „Vorlesen verbindet". Gemeinsames Vorlesen bestärkt Kinder, neugierig die Welt zu entdecken – und ist somit der Schlüssel für ihre Zukunft. Als prominenter Botschafter der Stiftung Lesen fungiert der Musiker und Comedian Bülent Ceylan. Der Vorlesetag ist eine Initiative der Stiftung Lesen, der Deutsche-Bahn-Stiftung sowie der Wochenzeitung „Die Zeit".

▶ www.vorlesetag.de

# Daueraufgabe Datenschutz

## Fünf Jahre Datenschutz-Grundverordnung – mehr Schatten als Licht

Seit dem Inkrafttreten der europäischen Datenschutz-Grundverordnung 2018 steht diese in der Kritik: Praxisferne und verkomplizierte Prozesse. Gibt es auch Positives?

**Von PIA RAST**

Zum Jubiläum der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) führte der Digitalverband Bitkom eine repräsentative Umfrage unter 503 Unternehmen in Deutschland durch. Ergebnis: Für 56 Prozent bewirkt die DSGVO Verzögerungen bei der Entwicklung neuer Angebote. 48 Prozent bedauern, dass Innovationen aus anderen Regionen aufgrund der DSGVO nicht genutzt werden können. Auch ist der Aufwand für Datenschutz in den letzten fünf Jahren stetig gestiegen. 86 Prozent der Datenschutzbeauftragten in den Unternehmen haben Schwierigkeiten, Schritt zu halten mit den aktuellen Entwicklungen in der Datenschutzrechtsprechung. Drei Viertel finden, dass Datenschutz in Deutschland so komplex geworden ist, dass es schwerfällt, Mitarbeiter über Datenschutz aufzuklären. Fast 60 Prozent beklagen, dass sie im Unternehmen vor allem als Bedenkenträger wahrgenommen werden. Als größte Herausforderung der DSGVO nennen 92 Prozent, dass deren Umsetzung nie vollständig abgeschlossen ist.

Positive Aspekte: Die Datensicherheit im Unternehmen habe sich verbessert, die DSGVO setze weltweit Standards, das Vertrauen in digitale Prozesse wurde gestärkt und die Wettbewerbsbedingungen in der EU sind nun einheitlicher, sagen die Befragten.

„Auch nach fünf Jahren gibt es bei der DSGVO leider mehr Schatten als Licht. Das Ziel, einen einheitlichen Datenschutzrahmen mit hohen Standards für Europa zu schaffen, war und ist richtig. Doch Umsetzung und Auslegung in der Praxis führen dazu, dass dieses Ziel noch nicht erreicht wurde. Die Unternehmen haben mit der Daueraufgabe Datenschutz zu kämpfen“, meint Susanne Dehmel, Mitglied der Bitkom-Geschäftsleitung. „Wir brauchen einen Datenschutz, der verständlich und praxistauglich ist.“

## INTERNATIONAL

**Moodus B.V.**

Immer weniger Menschen tragen Bargeld bei sich. Das merken auch Wohltätigkeitsorganisationen, Kirchen und andere Einrichtungen, die auf Spenden angewiesen sind. Aus diesem Grund hat Moodus die digitale Spendensäule entwickelt. Eine personalisierte und mobile Säule, an der die Menschen mit ihrer EC-Karte oder ihrem Smartphone kontaktlos spenden können.

Gyroscoopweg 23 · 1042 AC Amsterdam
Telefon: +49 30 767597729
alen@moodus.com | https://moodus.com/de/

innovairre™
We Help People Who Help People

**innovairre & DO int!**

**Ihr Partner im Direct-Mail-Fundraising.**

Sind Sie auf der Suche nach neuen, dauerhaften Spender*innen? Suchen Sie Lösungen, um Kosten zur Gewinnung von Neuspender*innen zu senken? Möchten Sie Ihre Spendeneinnahmen dauerhaft steigern? Wir haben praktische Erfahrung, Ideen und Lösungen. Kontaktieren Sie uns jetzt für ein erstes Beratungsgespräch:
innovairre communications & DO int!
the direct mail boutique

Polarisavenue 25 · 2132 Hoofddorp
Telefon: + 49 (0) 21 57 87 55 840
ppmoors@innovairre.com | www.innovairre.com

## ÖSTERREICH

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 und -Anmeldung
- Vereinbarungen (Mitglieder, Dauerspenden, Abos)
- Warenwirtschaft
- Projektverwaltung
- Kampagnen-Analysen

werden Ihre Anforderungen effizient abgedeckt.

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

**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

FORMUNAUTS
F2F Fundraising Space Navigators

**Formunauts GmbH**

**Face-to-Face Fundraising neu definiert!**

Spender:innen inspirieren – wir kümmern uns um den Rest!
NPOs:
- Dauerspender:innen über unsere Fundraising Partner
- Vollständig gemanagte, Straßen-, Event-, und Haustür-Kampagnen

F2F Teams:
- Zugang zu Top Fundraising-Kampagnen
- Beste Konditionen, keine Zusatzkosten für Software & Material

Gemeinsam gestalten wir die Zukunft des Fundraisings neu!

Theobaldgasse 20/7 · 1060 Wien
Telefon: +43 (0)1 3932057
info@formunauts.com | www.formunauts.com

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 passende Adressen mieten?
- Benötigen eine Fundraising-Software mit Kennzahlen als Entscheidungshilfe?
- Wollen eine Telefon-Aktion starten?
- Suchen frische Kreationen mit einer Strategie, die den aktuellen Trend am Markt berücksichtigt?

Unser erfahrenes Team steht Ihnen mit Freude zur Seite.

Technologiestraße 8 · 1121 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 ist darauf angewiesen, alle Kanäle zu nutzen, um die Kommunikation mit den Zielgruppen zu ermöglichen. Beziehungsmarketing heißt für uns, dass wir die hohe Identifikation mit der Organisation auch in einem Telefongespräch erlebbar machen. Unsere auf Fundraising spezialisierten Agents finden den richtigen Ton, um Ihr Anliegen umzusetzen.

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

## DEUTSCHLAND PLZ 0

FORMUNAUTS

**Formunauts GmbH**

**Face-to-Face Fundraising neu definiert!**

info@formunauts.com | www.formunauts.com

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

€ SPENDENAGENTUR

**Spendenagentur**

**Fundraising | Marketing | Beratung Weiterbildung**

Die Spendenagentur hilft bei der Gründung der Organisation und dem Auf- und Ausbau des Fundraisings. Ich unterstütze Sie bei der konzeptionellen Arbeit, bilde Ihr Personal oder Ihre Ehrenamtlichen weiter und organisiert Ihre Fundraising-Kampagnen. Vereinbaren Sie ein kostenfreies Beratungsgespräch. Sie suchen einen erfahrenen Referenten für ein Seminar oder Webinar? Rufen Sie mich an.

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

MediaVista

**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**

**Verlag & Agentur für Medien, PR und Werbung**

Sie wollen ein Magazin für Ihre Mitglieder, Spendenden oder Fans machen: Print oder Online? Sie wünschen sich Hilfe beim Newsletter? Sie suchen Unterstützung bei Kommunikations-Maßnahmen oder im Fundraising? Sie möchten, dass jemand Ihre Texte optimiert auf Verständlichkeit und Zielgruppen? Dann sind Sie hier richtig! Profitieren Sie von unserer mehr als 25-jährigen Erfahrung als Verlag & Agentur.

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 passenden und innovativen Organisations- und Softwarelösungen. Wir bieten:
- Standortbestimmungen zu Softwarelösungen, Arbeitsprozessen, Kollaboration und Datenschutz
- Anforderungserhebung und Evaluationsbegleitung
- Projektcoaching
- Change-Management
- Strategieberatung
- Teamentwicklung
- Weiterbildungen

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

**Talents4Good GmbH**

Wir sind die Personalberatung für gemeinnützige Organisationen und gemeinwohlorientierte Unternehmen. Wir helfen Ihnen, das richtige Talent für Ihren Job mit gesellschaftlichem Mehrwert zu finden, und beraten Sie zu Themen wie Fachkräftegewinnung, Diversity oder Gehalt, damit Ihre Organisation zukunftsfähig bleibt.

Marienstraße 26 · 10117 Berlin
Telefon: +49 (0)30 60983766
kontakt@talents4good.org | www.talents4good.org

dialog4good

**dialog4good GmbH**

Wir sind eine auf telefonisches Fundraising und Inbound-Service spezialisierte Dialogmarketing-Agentur und arbeiten seit über 13 Jahren ausschließlich für Non-Profit-Organisationen aus den Bereichen Umwelt- und Naturschutz, Menschenrechte, Gesundheit, sowie für nationale und internationale Hilfswerke. Unser Ziel ist, Menschen dabei zu helfen, ihre Herzensanliegen bestmöglich unterstützen zu können.

Boxhagener Straße 119 · 10245 Berlin
Telefon: +49 (0)30 232553000
mail@dialog4good.de | www.dialog4good.de

**getunik GmbH**
**Digitales Fundraising für Non-Profits**
Wir glauben an die Kraft des Gebens. Darum unterstützen wir seit 1998 Nonprofits dabei, ihr volles Fundraising-Potenzial zu entfalten. Mit strategischen Lösungen, kreativen Konzepten und wirkungsvollen Tools kreieren wir für sie einzigartige Spender*innen-Erlebnisse, die ihre Spendeneinnahmen erhöhen. Wir unterstützen in den Bereichen Strategie, Design, Kampagnen, Marketing Automation und Data.

Frankfurter Allee 56 · 10247 Berlin
Telefon: +49 30 80098710
hello@getunik.com | www.getunik.com

**RaiseNow GmbH**
Mit modernster Technologie unterstützen wir seit 2015 Weltveränder:innen. Wir bieten umfassende Fundraising-Lösungen für Individuen sowie NGOs weltweit. Unsere Plattform umfasst Online-Spendenabwicklungen, Peer-to-Peer-Fundraising und nahtlose Integrationen. Über 9.000 Organisationen wie der WWF und UNICEF vertrauen uns, mit über 11,5 Mio. Transaktionen und einem Spendenvolumen von 846 Mio Euro.

Frankfurter Allee 56 · 10247 Berlin
Telefon: +49 (0)30 55571739
info@raisenow.com | www.raisenow.com

**campai 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

**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

**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

**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

**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

**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**
**Filmproduktion**
Time Prints - Die Filmproduktion für NGO/NPO.
Unsere Leistungen:
- Fundraising-Videos für Web, Social Media und TV
- Image- und Kampagnenfilme
- Live-Streaming

Wir bieten:
- Erreichung Ihrer Fundraising-Ziele mit Film und Stream
- Beratung zu technischer Umsetzung, Veröffentlichung und Kanälen
- Social-Media-Know-how

Erkelenzdamm 59/61 · 10999 Berlin
Telefon: +49 (0)30 27582138
trucken@timeprints.de | https://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

**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**
**co-shaping Europe**
Fördermittel- und Fundraising Know-how & Organisationsentwicklung: alles aus einer Hand!
Mit Weiterbildungen, Workshops und individueller Beratung qualifizieren wir Sie, Ihre Organisation zukunftsorientiert weiterzuentwickeln und Ihre Projekte erfolgreich umzusetzen sowie die richtige Fundraisingstrategie und das passende Förderprogramm zu finden.

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

**Marken-MEDIA**
Effektives Newsletter-Marketing mit Marken-MEDIA: Wir bieten Ihnen exklusive Newsletter-Listen mit Werbeeinverständnis zur Neukundengewinnung.
E-Mailinglisten für Ihre Zielgruppen: Stellen Sie Ihre Werbebotschaft exklusiv einem neuen und selektiertem Empfängerkreis vor.
Online-Newsletterversand: Nutzen Sie unsere Expertise und das Potenzial für Ihre Online-Marketing-Aktionen.
Ballindamm 39 · 20095 Hamburg
Telefon: 040 99 99 93 00 0
info@marken-media.com | www.marken-media.com

**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

**gettup**
**Cloud Software für Non Profit Organisationen**
gettup ist eine Cloud Software für Vereine, Stiftungen und Hilfsorganisationen. Intuitiv bedienbar, sicher und modern. Mit smarten Funktionen für Mitglieder- und Spenderverwaltung (CRM), Buchhaltung (EÜR) und Online Fundraising. DSGVO-konform entwickelt und betrieben in Deutschland.

Schauenburgerstraße 116 · 24118 Kiel
Telefon: +49 (0)431 22139660
kontakt@gettup.de | www.gettup.de

**stehli software dataworks GmbH**
- Druckfertige Mailingaufbereitung
  Von Postadress über DataQuality – Datenverarbeitung mit unserer MasterIT
- Business Intelligence mit FundraiseIntelligence
- Spendenverwaltung mit FundraisePro
- Wealth Overlay – Großspenderpotentialanalyse
  Wir helfen Ihnen, Ihre Großspender in Ihrer Hausliste zu identifizieren!

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

## DEUTSCHLAND PLZ 3

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

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

**SAZ Services GmbH**
Wir sind Ihr Ansprechpartner, wenn es um erfolgreiche Fundraising-Kampagnen geht:
- Neuspendergewinnung
- Spendenmailing
- Telefonische Spenderbetreuung (Lastschriften, Upgrades, Patenschaften, Bedankungen u.v.m.)
- Online-Fundraising
- Zielgruppen-Adressen
- Adress-Services
- Strategische Beratung, u. v. m.

SAZ, Fundraising das wirkt.

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

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

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

Im Dienstleisterverzeichnis des Fundraising-Magazins finden Sie Rat und Tat für Ihre Projekte rund um die Themen Fundraising, Stiftungen & Sponsoring.

Ihr Unternehmen fehlt hier noch? Gleich eintragen unter:

***fundraising-dienstleister.de***

**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 402500
info@komserv-gmbh.de | www.komserv-gmbh.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 | https://service94.org

**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
Thomas.Wonnemann@Bertelsmann.de
www.az-fundraising.de

**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

**OPTIGEM GmbH**
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 Finanz- und Spendenbuchhaltung, Kontaktmanagement, Fundraising u. v. a. m.

Hohenbuschei-Allee 1 · 44309 Dortmund
Telefon: +49 (0)231 18293-0
info@optigem.com | www.optigem.com

**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

**Benefit Informationssysteme AG**
Die Benefit ist seit 25 Jahren ein führender Anbieter im Bereich Fundraising-Software.
OpenHearts unterstützt alle zentralen Abläufe großer und kleiner Non-Profit-Organisationen 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.

Wasserstraße 3–7 · 45468 Mülheim an der Ruhr
Telefon: +49 (0)208 30193-45
info@benefit.de | www.benefit.de

**Maik Meid Fundraising Media**
Ideen für die Fundraising-Kommunikation von Nonprofits. Aus dem Ruhrgebiet und mit über 20 Jahren Erfahrung in der Sozialwirtschaft.
- Fotografie für Nonprofits, Video- und Podcast-Produktion
- Fundraising Motivations-Workshops
- Foto-, Video- und Podcast-Workshops
- Unterstützung bei Online-Events
- digitale Recruiting Konzepte für soziale Träger
- Strategien für den Einsatz digitaler Medien

Bruchstraße 43 · 45525 Hattingen
Telefon: +49 (0)2324 5699546 (Messagebox)
maik@meid.media | https://meid.media

**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

**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.

Hermann-Löns-Straße 37 · 47199 Duisburg-Baerl
Telefon: +49 (0)1514 1437541
kunstdorff@cloud-und-rueben.org
www.cloud-und-rueben.org

**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

**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**

Mit über 55 Jahren Erfahrung in der IT, einem starken Team aus über 330 Mitarbeitern sowie den neuesten Microsoft-Technologien sind wir, die GOB, einer der führenden Anbieter von Softwarelösungen und IT-Dienstleistungen für gemeinnützige Organisationen. Dabei verstehen wir uns als ganzheitlicher Anbieter von IT-Lösungen und finden mit unseren Kunden zusammen das optimale Lösungskonzept.

Europark Fichtenhain A 5 · 47807 Krefeld
Telefon: +49 (0)2151 3493000
info@gob.de | www.gob.de

**HP-FundConsult –**
**Brücke zwischen Profit und Non-Profit**

Partner und Bindeglied zwischen gemeinnützigen Organisationen, Wirtschaftsunternehmen und Privatpersonen

- Fundraising- und CSR-Beratung für Non-Profit- und Profit-Kunden
- Beratung bei Entwicklung, Aufbau und Umsetzung von nachhaltigem Fundraising und gesellschaftlichem Engagement
- Unternehmenskooperationen, Strategieberatung, Konzeption, Groß- und Testamentsspenden, Seminare/Trainings/Coaching

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
- vielen Jahren Erfahrung
- klugen Köpfen
- zuverlässiger Produktion

Mit maßgeschneiderten Spendenaufrufen gewinnen, binden und reaktivieren wir erfolgreich Ihre Spender:innen und unterstützen Sie 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**

Experte für strategisches Fundraising & Fördermittel. Passionierter Storyteller. Für große & kleine, nationale & internationale Organisationen.

- Fundraising-Strategie
- Storytelling/Texten
- (EU-)Fördermittel-Akquise
- Externer Fundraiser auf Honorarbasis
- Online Fundraising
- Mailings
- Spenden-Kampagnen
- Seminare/Vorträge

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

**Ifunds Germany GmbH**

Als ein auf Non-Profit-Organisationen spezialisiertes Dienstleistungsunternehmen unterstützt und begleitet die Ifunds Germany GmbH seit vielen Jahren Hilfsorganisationen bei allen Fragen des Fundraisings. Wenn es um Fundraising-Software, CRM, Marketing-Automation, Analysen, Mailings oder Routinearbeiten im Bereich Spendenabwicklung geht, dann sind Sie bei uns genau an der richtigen Stelle!

Schanzenstraße 35 · 51063 Köln
Telefon: +49 (0)221 6699520
klaus.schenkel@ifunds-germany.de
https://ifunds-germany.de

**GOLDWIND – gemeinsam wirken**
**Dipl.-Psych. Danielle Böhle**

Den Blick für Ihre Spender:innen und deren Bedürfnisse zu schärfen, ist meine Mission. Daher unterstütze ich das Fundraising gemeinnütziger Organisationen seit Ende 2010 mit viel Leidenschaft durch

- Beratung zu psychologisch-wirksamer Spenderkommunikation
- Spenderbefragungen
- Workshops zur Spenderpsychologie

Schwerpunkte: Spenderbindung, spenderzentrierte Kommunikation

Wacholderschleife 6 · 51597 Morsbach
Telefon: +49 (0)221 7158959
www.goldwind-bewirken.de

**GRÜN Software Group GmbH**

Die GRÜN Software Group bietet Software- und IT-Serviceleistungen für Spendenorganisationen an. Mit der marktführenden Branchen-Softwarefamilie GRÜN VEWA werden 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 18900
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

**Tagungsschmiede**
**c/o Stiftung Deutsche Leukämie- & Lymphom-Hilfe**

Maßgeschneiderte Lösungen:
Jede Veranstaltung ist einzigartig. Daher ist auch unser Leistungsangebot sehr breit gefächert. Ob Sie eine Fortbildung mit 100 Personen, oder einen Kongress mit 600 Teilnehmern planen – wir unterstützen Sie gerne mit individuellen Dienstleistungen oder unserem Rundum-Sorglos-Paket! Kontaktieren Sie uns!

Thomas-Mann-Straße 40 · 53111 Bonn
Telefon: +49 (0)228 33889210
info@tagungsschmiede.de
www.tagungsschmiede.de

**SYSTOPIA GmbH**
SYSTOPIA unterstützt seit über 10 Jahren als Marktführer im deutschsprachigen Raum Nonprofits bei der Einführung und Nutzung der Open-Source-Software CiviCRM. Als CiviCRM-Goldpartner bieten wir das gesamte Spektrum von technischer Betreuung über Beratung und Konzeption, Projektmanagement und Schulung bis hin zu komplexen Konfigurationen und Programmierung von Erweiterungen und Schnittstellen.

Adenauerallee 12–14 · 53113 Bonn
Telefon: +49 (0)228 96104990
info@systopia.de | www.systopia.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

**Andreas Berg - Analyse Beratung Strategie**
Schwieriges einfach machen ist seit über 25 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**
Wir finden für Sie Wege zu neuen Fans und Freunden und machen Ihren Herzschlag spürbar. Von den ersten Schritten ins Fundraising begleiten wir Ihr Team bis zum Ziel: Mehr Spenden für mehr gute Projekte. Unsere Potenzialzünder:
- Fundraising- & Kommunikationsberatung
- Positionierung, Storytelling, Spendergewinnung
- Konzeption und Umsetzung von Kampagnen
- Workshops, Trainings, Coaching

Geberstraße 38a · 53797 Lohmar
Telefon: +49 (0)2246 9049668
info@fundraising-strategen.de
www.fundraising-strategen.de

## DEUTSCHLAND PLZ 6

**eXotargets Data Network GmbH**
**Ihr Ansprechpartner für 100% Success**
Sie wünschen eine optimale Spendengewinnung und Spendererreichbarkeit. Wir versorgen Sie mit potenziellen Neuspendern (Spenderlisten) und erhöhen deren Erreichbarkeit über E-Mails, Rufnummern, postalische Anschriften und Merkmale (Alter u.v.m.). Mit dem Adress-Service bereinigen Sie Ihre Kundendatenbestände und optimieren deren Erreichbarkeit (Data Care).

Hafenstraße 3 · 60327 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)176 7359 6062
fsamuel@exotargets.de | www.exotargets.de

**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. Wir vermitteln Ihnen auch ausgewiesene Referent*innen zum Thema Fundraising und suchen gemeinsam nach neuen Fachkräften.

Emil-von-Behring-Straße 3 · 60439 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 58098-124
info@fundraisingakademie.de
https://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**
**Fundraising, Marketing und Nonprofit-Management**
Wir stärken Organisationen und Engagierte in den Bereichen, die für ihre Zukunftsfähigkeit entscheidend sind, so etwa in der
- Finanzierung der Arbeit und Bauprojekten (Fundraising)
- nachhaltigen Ausrichtung (Strategie)
- organisatorischen Umsetzung (Management & Prozesse)
- persönlichen Stärkung als Führungskraft (Leadership)
- öffentlichen Wahrnehmung (Marketing & Kommunikation)

Rheinstraße 40–42 · 64283 Darmstadt
Telefon: +49 (0)6151 1365180
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

**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

**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

## DEUTSCHLAND PLZ 7

**Arnold, Demmerer & Partner**
Über 35 Jahre Fundraising-Erfahrung für Ihren Erfolg! Wir unterstützen Sie u.a. in folgenden Bereichen:
- Neuspendergewinnung (Listbroking/Mailings, Beilagen, Media, Online)
- Optimierte Reaktivierung inaktiver Spender
- Bestands-/Mail-Response-/LTV-Analysen
- Scorings / List-Optimierungen (Datenbank mit ca. 35 Mio. Adressen)
- EDV-Services (u.a. Adressabgleiche, -aktualisierungen/-bereinigungen)

Kallenbergstr. 58 · 70825 Korntal-Münchingen
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**
Dialogmarketing lebt von Dialog, doch das letzte Wort haben bei uns Daten. Sie verraten uns, wie Sie bei Ihren Zielgruppen ins E-Mail-Postfach, in den Briefkasten, in Feeds, Storys und ins Gespräch kommen. Und am Ende: Spenden generieren.
- Strategisches Fundraising
- Kampagnenkreation & Produktion
- Adresspflege & Listbroking
- Erfolgskontrolle

Stuttgarter Straße 41 · 71254 Ditzingen
Telefon: +49 (0)7156 42584-10
elke.weimer-roecker@as-dialoggroup.de
https://as-dialoggroup.de

**P Direkt GmbH & Co. KG**
Als engagierte/r FundraiserIn helfen Sie, die Welt jeden Tag besser zu machen. Wir unterstützen Sie dabei: mit kreativen, treffsicheren und erfolgreichen Mailing-Kampagnen im Full Service.
- Beratung/Strategie
- Neuspendergewinnung
- Spender-Dialog
- Emergency-Mailings
- Geldauflagenmarketing
- Listbroking
- Daten-Management
- Produktion (Druck und Lettershop)

Gritznerstraße 11 · 76227 Karlsruhe
Telefon: +49 (0)721 626938-0
info@pdirekt.de | www.pdirekt.de

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

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

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

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

**V & M Service GmbH**
**bussgeld-fundraising.de: Mit Geldauflagen erfolgreich Projekte finanzieren**
- über 12.000 personalisierte Adressen Strafrichter, Amts- und Staatsanwälte mit Kontaktdaten
- zielgruppengenaue Selektion
- online selektieren und einfach als Excel-Tabelle herunterladen
- ohne Nutzungsbegrenzung: „preiswert kaufen statt teuer mieten"
- Adresspflege und -updates
- +ullservice: Mailingabwicklung und Geldauflagen-Verwaltung
- individuelle Beratung

Postfach 102133 · 78421 Konstanz
Telefon: +49 (0)7531 282180
post@bussgeld-fundraising.de
www.bussgeld-fundraising.de

**combit Software GmbH**
Mit combit CRM erhalten Non-Profits ein zentrales System für Prozesse und Administration. Verabschieden Sie sich von 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/non-profits

**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 cross-channel 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 211129-0
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 35 Jahre Fundraising-Erfahrung für Ihren Erfolg! Wir unterstützen Sie u.a. in folgenden Bereichen:
- Neuspendergewinnung (Listbroking/Mailings, Beilagen, Media, Online)
- Optimierte Reaktivierung inaktiver Spender
- Bestands-/Mail-Response-/LTV-Analysen
- Scorings / List-Optimierungen (Datenbank mit ca. 35 Mio. Adressen)
- EDV-Services (u.a. Adressabgleiche, -aktualisierungen/-bereinigungen)

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

**hsp FUNDRAISING GmbH**
Vor 25 Jahren begann hsp mit der Mitgliederwerbung für NPOs in Deutschland, bald danach in Österreich. Die intensive Zusammenarbeit mit den Organisationen führte rasch zur Ausweitung der Geschäftsfelder: IT Services, Datenbank, Direct Mailings, Telefonmarketing etc. führten zur Etablierung einer auf Fundraising spezialisierten Firmengruppe, die alle Bereiche des Spendenmarketings abdeckt.

Zielstattstraße 11 · 81379 München
Telefon: +49 (0)89 46138686
georg.kolb@hsp.at | www.hsp-fundraising.de

**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

**Thomas Jahnke**
**FundraisingAnalytics.de**
Seit über 8 Jahren verbinde ich das Beste aus zwei Welten: Fundraising & Analytics. Ich unterstütze in folgenden Bereichen:
- Predictive Analytics mittels KI-Modellen, wie z. B. Identifikation pot. Großspender oder Vorhersage von Mailing-Reagierern
- Datenanalysen, wie RFM-Modelle und Segmentierungen
- Auswahl von BI-, Analyse- und Marketing-Automation-Software
- Datenstrategie
- KPI-Dashboard-Entwicklung

Hofmark 8 · 82393 Iffeldorf
Telefon: +49 (0)177 6998158
thomas.jahnke@fundraisinganalytics.de
www.fundraisinganalytics.de

**TeleDialog GmbH**
Telefon-Fundraising: seit vielen Jahren ausschließlich für Non-Profit-Organisationen in der telefonischen Spenderbetreuung tätig.
Neuspendergewinnung – Interessenten werden zu langfristigen Spendern
Spender-Bedankung, Reaktivierung – Vom inaktiven zum aktiven Spender.
Upgrading, Datenkontrolle, Adressrecherche, Info- und Serviceline

Kirchenweg 41 · 83026 Rosenheim
Telefon: +49 (0)8031 80660
kundenbetreuung@teledialog.com
www.teledialog.com

**base4IT AG**
In langjähriger Zusammenarbeit mit Stiftungen und Spendenorganisationen haben wir eine modulare und flexibel anpassbare Software-Lösung zur Optimierung sämtlicher Fundraising-Prozesse entwickelt. Leistungsspektrum (Auszug):

Leistungsspektrum (Auszug):
- Kontaktverwaltung/CRM
- Kampagnen
- Spendenmanagement
- Dokumentenverwaltung
- Förderprojekte / operative Projekte
- integriertes Rechnungswesen

Carl-von-Linde-Straße 10a · 85716 Unterschleißheim
Telefon: +49 (0)89 809093-0
r.prummer@base4it.com | www.base4it.de

**Ihr Dienstleister-Eintrag** erscheint ein Jahr lang im Dienstleisterverzeichnis von **gutes-wissen.org** unter **fundraising-dienstleister.de** und in 6 Ausgaben des gedruckten Magazins.

| Standard-Eintrag | Premium-Eintrag (Standard + Stopper-Anzeige) |
|---|---|
| 149 € | 499 € |

**FundraisingBox**
**Plattform für digitales Fundraising**
Erhöhe Deinen Social Impact mit unserer digitalen Fundraising Plattform. Sammle mehr Spenden über digitale Touchpoints, Spendenaktionen oder Spendenshops. Überblicke Spenden, Spendenden-Daten, Deine Organisation und die Aufgaben Deines Teams in einer Plattform. Automatisiere wiederkehrende manuelle Tätigkeiten und schaffe einfachere Prozesse.
Starte direkt kostenlos oder kontaktiere unser Team.

Schießgrabenstraße 32 · 86150 Augsburg
Telefon: +49 (0)821 907862-50
kontakt@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 Torsten Schmotz**
Wir unterstützen gemeinnützige Träger bei der Gewinnung von Fördermitteln und im Fundraising.
Wir bieten:
- Fördermittelberatung
- Fördermittelrecherche
- Antragstellung
- Auswahl Software
- Strategieentwicklung
- Organisationsentwicklung
- Seminare und Workshops
- Fachliches Coaching
- Fachbücher, Checklisten, Musteranträge
- Fördermittelverzeichnisse

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

da vinci social

**Sebald Software**
**DaVinci®.organic.social.objects**
- 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
- Kampagnen
- Relation Management

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

## SCHWEIZ

**Formunauts GmbH**
**Face-to-Face Fundraising neu definiert!**
info@formunauts.com | www.formunauts.com

**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://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

**Lazoona AG**
Die Lazoona AG wurde 2020 gegründet und spezialisiert sich auf nachhaltiges Door-to-Door Fundraising. In der ganzen Schweiz durch Büros vertreten, bietet Lazoona das ganze Jahr Dienstleistungen an. Im Innen- und Aussendienst sorgen wir für die perfekte Planung und den reibungslosen Ablauf der Kampagnen unserer Auftraggeber*innen (NGOs).

Stationsstrasse 1 · 8003 Zürich
Telefon: +41 (0)44 545 77 88
info@lazoona.com | www.lazoona.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.

Langstrasse 229 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 2710202
info@fundcom.ch | https://fundcom.ch

**getunik AG**
**Digitales Fundraising für Non-Profits**
Wir glauben an die Kraft des Gebens. Darum unterstützen wir seit 1998 Nonprofits dabei, ihr volles Fundraising-Potenzial zu entfalten. Mit strategischen Lösungen, kreativen Konzepten und wirkungsvollen Tools kreieren wir für sie einzigartige Spender*innen-Erlebnisse, die ihre Spendeneinnahmen erhöhen. Wir unterstützen in den Bereichen Strategie, Design, Kampagnen, Marketing Automation und Data.

Hardturmstrasse 101 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 533 56 00
hello@getunik.com | www.getunik.com

**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

**asm**
**Agentur für Sozial-Marketing**
Full-Service-Agentur: Professionelle Mittelbeschaffung für NPOs seit über 35 Jahren. Von der Kreation bis zur Postaufgabe, von der Responseverarbeitung bis zur Adresspflege, on- und offline:
- Strategische Fundraising-Planung
- Mailing-Konzepte und Fundraising-Mix
- Spendergewinnung, -bindung, -upgrading
- Digitales Fundraising
- Grossgönner-/Stiftungs-Fundraising
- Fundraising-Datenbank amber

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

**comconsult**
Zuverlässiger Outsourcing-Partner für alle Datenbank-Dienstleistungen rund ums Fundraising.
- Pflege Spenderbestand über ein EDÖB-zertifiziertes Secu*re 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

**Arenae Consulting AG**
Als etablierte Branchensoftware bietet die modular aufgebaute CRM-Datenbank funtrade™ Schnittstellen zu allen gängigen Anwendungen (Buchhaltungssoftwares, E-Mailing Plattformen, u.v.m.), mit denen ein modernes NPO / NGO arbeitet. Nebst der Software gibt es ergänzend alles aus einer Hand: Individuelle Entwicklung, Hosting, Support, Schulung und Beratung. Vereinbaren Sie ein persönliches Gespräch!

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

**Corris AG**
Seit 1995 ist Corris die führende Fundraising-Agentur der Schweiz. Von unseren Standorten in Zürich, Lausanne und Bellinzona organisieren wir Fundraising-Kampagnen mit effektiven Infostandaktionen und modernster Datenverwaltung. Unser neustes Produkt „Story To Go" zeigt NGO-Projekte als packende Geschichten. Unsere Spendenserviceplattform minimiert für Spender*innen den Verwaltungsaufwand.

Hardturmstrasse 261 · 8047 Zürich
Telefon: +41 (0)44 5638888
info@corris.com | www.corris.ch

**fundraiso.ch**
**by InternetTime GmbH**
Fundraiso.ch bietet eine Suchplattform im Bereich Stiftungen, Fonds und Sponsoring. Die Datenbank fokussiert sich auf die Schweiz, Liechtenstein sowie das umliegende Ausland. Sie bietet somit eine grenzüberschreitende Datensammlung im Bereich des institutionellen Fundraisings und eignet sich für die Suche nach Grossspendern. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

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

**Ihr Dienstleister-Eintrag** erscheint ein Jahr lang im Dienstleisterverzeichnis von **gutes-wissen.org** unter **fundraising-dienstleister.de** und in 6 Ausgaben des gedruckten Magazins.

**Standard-Eintrag**
**149 €**

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

### ANT-Informatik AG

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 | https://ant-informatik.ch

### Beni Gartenmann Design & Development GmbH

**Spendenverwaltung mit cuora**

Es ist zeitaufwändig allen Spendern gebührend Danke zu sagen. Du verbringst Stunden mit Auswertungen und Spendenbescheinigungen zusammenstellen. Du verlierst den Überblick über Spendeneingänge und -zwecke.
Mach es dir einfacher – mit cuora!
Personalisierte Dankesbriefe per E-Mail.
Spendenbescheinigungen per Knopfdruck.
Spendenerfassung mit Bankabgleich.
Patenschaften und Spenden verwalten.

Rebenstrasse 5 · 8354 Dickbuch
Telefon: +41 (0)77 530 13 22
info@mitcuora.ch | www.mitcuora.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 und kompakte Weiterbildungskurse) mit Fokus auf Strategieentwicklung, Leadership und Philanthropie an und bereitet Fundraiser:innen optimal auf Herausforderungen in der Branche vor.

Gertrudstrasse 8 · 8401 Winterthur
Telefon: +41 (0)58 934 79 15
info.zkm@zhaw.ch | www.zhaw.ch/zkm/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 Infostandkampagne in der Schweiz erbracht werden müssen.

Kriesbachstrasse 30 · 8600 Dübendorf
Telefon: +41 (0)44 5442248
everyone@voiss.ch | https://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

Neugutstrasse 66 · 8600 Dübendorf
Telefon: +41 (0)44 8026000
b.hemmi@wsag.ch | www.wsag-fundraising.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

Seit über 30 Jahren bewegen wir uns im Dritten-Sektor. Wir kennen die Anforderungen, die das Spendensammeln oder föderalistische Strukturen mit sich bringen. Verbände, Parteien oder NPOs sind enorm vielfältig, komplex und vielschichtig. Wir entfalten uns darin, spezifische Lösungen auf Basis der zeitgemässen Standards zu erarbeiten. Dafür entwickeln wir die Software fortwährend weiter – und uns.

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

gutes-wissen.org

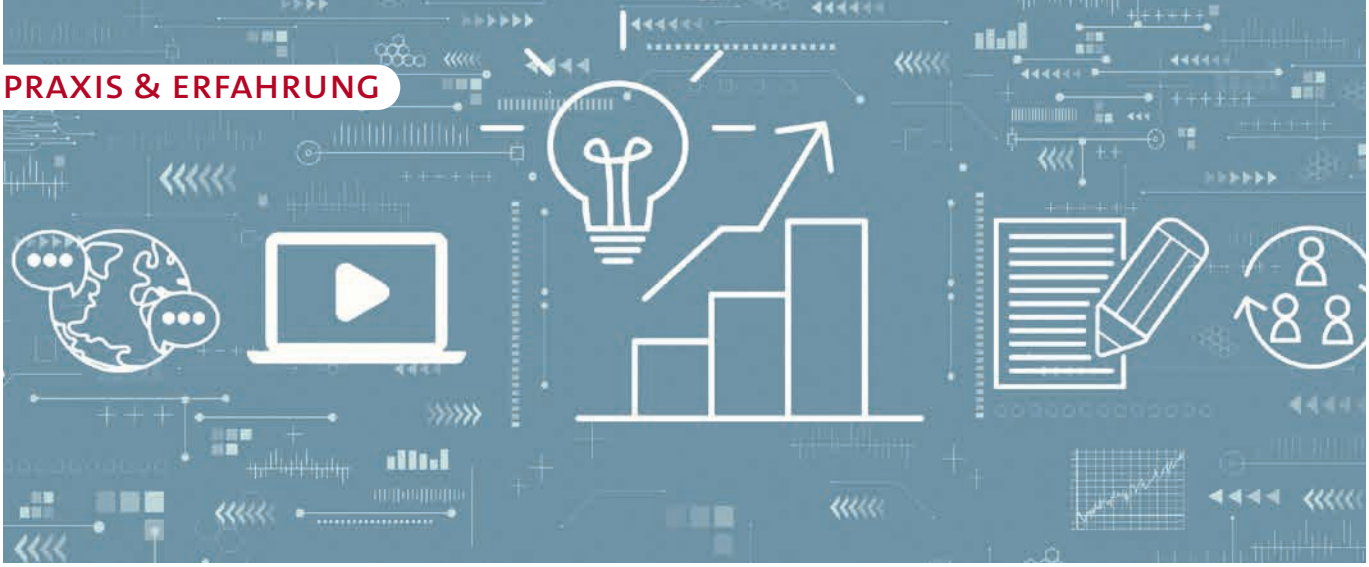
Profis für die Gute Sache: der große Überblick

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



# Eine Frage der Perspektive

## Wie Overhead-Kosten in der Kostentorte besser schmecken

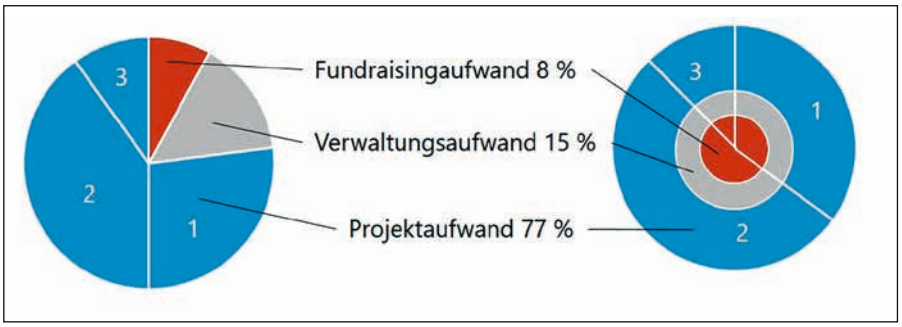
**Das Verhältnis von Non-Profit-Organisationen zu Kosten ist schwer belastet. Gerade, was die Fundraising- und Verwaltungskosten betrifft. Eine veränderte Darstellung des häufig verwendeten Kuchendiagramms kann zu einem Umdenken in der Wahrnehmung der Kosten beitragen.**

**Von Prof. Dr. GEORG VON SCHNURBEIN**

In Non-Profit-Organisationen (NPO) und ihren Anspruchsgruppen wird gern zwischen guten und schlechten Kosten unterschieden. Gute Kosten dienen der Zweckerfüllung, schlechte Kosten sind Verwaltung und Fundraising. Diese Zweiteilung hat sich derart in den Köpfen festgesetzt, dass manche Verantwortlichen von NPO selbst daran glauben. Anders sind Aussagen wie „100 Prozent der Spende fließen in Projekte" nicht zu erklären.

### Der (zu) einfache Fokus auf die Kosten

Die Wurzel des Übels liegt in einem wesentlichen Unterschied zwischen Unternehmen und NPO: Ein Unternehmen erzielt seine Erträge mehrheitlich durch die Leistungserbringung und deckt die entstehenden Kosten mit dem erwirtschafteten Ertrag. Eine NPO sichert sich erst die notwendigen Finanzressourcen durch einen Leistungsvertrag oder Fundraising, bevor die Leistung erbracht wird und Kosten entstehen. Da aufgrund des gemeinnützigen Charakters in den meisten Projekten kaum Ertrag generiert wird, interessiert anschließend nicht der Gewinn, sondern nur, welche Kosten entstanden sind.




In der Berichterstattung der NPO richtet sich das Augenmerk daher immer wieder auf die Frage nach dem Anteil der Verwaltungs- und Fundraisingkosten, dem sogenannten Overhead. Die Berechnung des Anteils der Overheadkosten an den Gesamtkosten ist einfach und das Ergebnis scheinbar leicht verständlich. Deshalb wird dieser Fetisch auch nicht so bald verschwinden.

### Eine Hungerkur der NPO

Was können NPO also tun, um der Sogwirkung von „weniger Overhead ist besser" zu entkommen? Studien aus mehreren Ländern zeigen, dass sich NPO in den vergangenen Jahren einer regelrechten Hungerkur unterzogen haben und die Fundraising- und Verwaltungskosten kontinuierlich gesunken sind. In der Schweiz sind gemäß den Kostenstudien der Stiftung Zewo die Verwaltungs- und Fundraisingkosten der Zewo-zertifizierten Hilfswerke zwischen 2004 und 2022 im Durchschnitt von 25 auf 19 Prozent gefallen. Interessant dabei ist, dass die effektiven Kosten für Fundraising mit durchschnittlich 7 bis 8 Prozent weitgehend konstant geblieben sind. Das heißt, der Rückgang wurde vor allem durch Einsparungen bei den Verwaltungskosten erreicht, also letztlich beim Personal.

Oftmals können schon kleine Änderungen hilfreich sein, um ein Umdenken einzuleiten. In vielen Jahresberichten werden die Kosten als Kuchendiagramm dargestellt, meist unterteilt in Projekt-, Verwaltungs-

und Fundraisingkosten. Auch wenn das „Projekt-Kuchenstück“ am größten ist, fördern die beiden anderen Kuchenstücke den Eindruck, dass etwas vom Ganzen fehlt und es für die Zweckerfüllung der NPO doch besser ist, wenn diese beiden Kuchenstücke möglichst klein sind.

### Keine fehlenden Stücke im Kuchen

Ganz anders sieht es aus, wenn der Kuchen nicht in Stücke geschnitten wird, sondern der Overhead als innere Kreise dargestellt wird. Der innerste Kreis sind die Fundraisingkosten. Schließlich braucht jede NPO zunächst Geld, um überhaupt aktiv werden zu können. Anschließend folgen die Verwaltungskosten, denn es ist auch nicht denkbar, dass eine NPO völlig ohne Verwaltung auskommt. Außen liegen die Projektkosten, die bei Bedarf noch weiter in indirekte und direkte Projektkosten aufgeteilt werden können. Erst jetzt werden Kuchenstücke für die einzelnen Projekte geschnitten, wodurch deutlich wird, dass jedes Projekt einen entsprechenden Anteil an Verwaltungs- und Fundraisingkosten tragen muss. Auch wird in dieser Darstellung gut nachvollziehbar, dass ein Projekt, für das nur die unmittelbaren Projektkosten eingeworben werden konnten, zu einer Finanzierungslücke in der Organisation führt, da die mittleren Kreise nicht gefüllt werden können.

In der Abbildung sind die Flächen der Kreise rechts identisch mit den Flächen der klassischen Kuchenstücke auf der linken Seite, genauso wie die Verteilung der Projektkosten auf die drei Projekte gleich geblieben ist. Dennoch erzählt die rechte Darstellung eine ganz andere Geschichte, da Verwaltungs- und Fundraisingkosten den Projekten zugerechnet werden können. Sollte in der Praxis die dargestellte Gleichverteilung der Kosten auf die Projekte nicht zutreffen, kann dies grafisch mit engeren und weiteren Ringen bei den einzelnen Projekten korrigiert werden. Jedoch erscheint für eine aggregierte Darstellung die Annahme der Gleichverteilung zulässig.

Overhead lässt sich nicht verstecken oder wegzaubern. Jedoch kann über die veränderte Darstellung der Beigeschmack des Unerwünschten verringert werden. Denn bekanntlich isst das Auge mit!

**Georg von Schnurbein** ist seit 2008 Professor und Gründungsdirektor des Center for Philanthropy Studies (CEPS) der Universität Basel. Seine Forschungsschwerpunkte liegen auf Nonprofit Governance, Finanzmanagement von NPO und Freiwilligenarbeit. Er ist Mit-Herausgeber des Swiss Foundation Code und des jährlich erscheinenden Schweizer Stiftungsreports. Zuletzt erschien sein Buch „Finanzmanagement in Non-Profit-Organisationen“ bei Springer Gabler.
▶ https://wwz.unibas.ch

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

# Effiziente Kommunikation durch Vorhersagen

## Was Predictive Analytics im Fundraising wirklich bringt

**Das Thema Künstliche Intelligenz (KI) mag einigen neu erscheinen, doch seine Wurzeln reichen weit zurück. Der Begriff wurde erstmals 1956 auf einer wissenschaftlichen Konferenz vorgestellt. In jüngerer Zeit hat Predictive Analytics durch den aktuellen KI-Hype verstärkte Aufmerksamkeit erhalten. Aber was unterscheidet Generative KI von Predictive KI, wie Predictive Analytics oft genannt wird?**

**Von THOMAS JAHNKE**

Generative KI und Predictive KI: Beide Konzepte sind Unterbereiche der Künstlichen Intelligenz (KI), doch sie haben unterschiedliche Ziele und Funktionen. Generative KI ist darauf ausgelegt, neuen Content zu kreieren. Sie nimmt den Prompt eines Benutzers entgegen und generiert daraufhin neue Inhalte wie Texte oder Bilder, basierend auf bereits gelernten Daten. Predictive Analytics hingegen fokussiert sich auf die Erstellung von Vorhersagen. Dies geschieht durch die Erkennung von Mustern in größtenteils eigenen historischen Daten. Die Analyse dieser Muster ermöglicht es, Prognosen über zukünftige Verhaltensweisen abzuleiten. Was aber genau stellt den Nutzen von Predictive Analytics dar? Im Fundraising-Bereich konzentrieren sich die Strategien oft auf vier Kernfragen: Wen sollte man ansprechen? Wann ist der optimale Zeitpunkt dafür? Über welchen Kanal sollte die Kommunikation stattfinden? Mit welchem Inhalt sollte die Ansprache gestaltet werden?

### Präzise Strategien

Genau hier kommt Predictive Analytics ins Spiel, indem es weit über die traditionellen, regelbasierten Segmentierungen hinausgeht und sich zu einer personalisierten Kommunikation mit Spendern bewegt. Durch die Anwendung von Predictive Analytics können Organisationen präzise Strategien schmieden, die auf die individuellen Bedürfnisse und Verhaltensweisen der Spender abgestimmt sind.

Das Ergebnis ist eine effizientere und gezieltere Kommunikation, die nicht nur die Kosten senkt, indem sie beispielsweise die Versendung unnötiger Briefe reduziert, sondern auch die Zufriedenheit der Spender erhöht. Auf diese Weise können Spendengelder und Ressourcen effektiver genutzt und gleichzeitig die Nachhaltigkeitsziele der Organisation besser erfüllt werden.

### Antworten auf Schlüsselfragen

Predictive Analytics dient dazu, gezielte und datengetriebene Antworten auf Schlüsselfragen im Fundraising zu finden, darunter: Wer wird auf den Spendenaufruf reagieren? Wer hat eine erhöhte Wahrscheinlichkeit, eine Großspende oder einen Nachlass zugunsten der Organisation zu tätigen? Wer könnte Interesse daran haben, eine Paten-

schaft zu übernehmen? Wer ist anfälliger dafür, seine Dauerspende zu kündigen? Welchen Betrag sollte man welchem Spender vorschlagen, um die Wahrscheinlichkeit der Spende zu erhöhen? In welchem Intervall und über welchen Kanal sollte optimalerweise kommuniziert werden?

Durch die Analyse von Verhaltensmustern und Tendenzen können Fundraising-Organisationen ihre Strategien verfeinern und individuelle Ansätze entwickeln, die die Effektivität ihrer Kampagnen steigert.

### Wahrscheinlichkeit vs. Fakten

Die Aussichten von Predictive Analytics klingen verlockend, doch es gilt, die Realität nicht aus den Augen zu verlieren. Was man erhält, sind Wahrscheinlichkeiten, und diese können im Einzelfall auch danebenliegen. Zu beachten sind insbesondere folgende Herausforderungen:

Die Grundlage für zuverlässige Ergebnisse bildet die Qualität der Daten. Mangelhafte oder lückenhafte Informationen können die Genauigkeit von Vorhersagen beeinträchtigen.

### Vorhersagen richtig umsetzen

Manchmal liegt das Problem aber nicht in der Vorhersage selbst, sondern in der anschließenden Umsetzung. Ein Beispiel: Es wurde ein effektives Vorhersagemodell für potenzielle Großspender entwickelt, doch es ist unklar, wie man damit umgehen und die Betreuungskonzepte anpassen soll.

Mit dem wachsenden Einsatz werden auch Fragen zu Ethik, Datenschutz und Regulierung stärker in den Fokus rücken. Organisationen werden Richtlinien und Standards entwickeln müssen, um den verantwortungsbewussten Einsatz zu gewährleisten.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass Predictive Analytics, trotz der aufgeführten Herausforderungen, für Organisationen ein unverzichtbares Instrument darstellt. Es fördert nicht nur ein kosteneffizientes Fundraising und die Erreichung von Nachhaltigkeitszielen, sondern spielt auch eine entscheidende Rolle bei der Steigerung der Spenderzufriedenheit und -loyalität.

**Thomas Jahnke** ist unabhängiger Fundraising-Berater, spezialisiert auf die Bereiche Datenanalyse, Künstliche Intelligenz und Business Intelligence. Seine Expertise erstreckt sich von der Auswahl von Marketing-Automation-Lösungen über die Entwicklung von BI-Reports bis hin zur Durchführung von Fundraising-Audits, Segmentierungen, Spenderanalysen und KI-Modellen.
▶ www.FundraisingAnalytics.de

# Telefonfundraising im Wandel

## Vom Kampagnenfokus zur Spenderzentrierung

**Telefonfundraising ist seit Ende der 90er-Jahre fester Bestandteil im Kommunikationsmix vieler Hilfsorganisationen. Die Nachfrage nach dem persönlichen Spenderkontakt ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Die direkte, unmittelbare Interaktion und die sofort verfügbaren Ergebnisse machen das Telefon zu einem gern genutzten Fundraisinginstrument. In den letzten zwei Jahren ist ein Wandel im Telefonfundraising zu beobachten.**

**Von KATJA SICHTERMANN**

Das Instrument Telefonfundraising scheint sich vom reinen Kampagnenfokus hin zu einer ausgeprägteren Spenderzentrierung zu entwickeln. Während bisherig hauptsächlich blockweise einzelne Zielgruppen angerufen wurden, liegt der Schwerpunkt heute oftmals in der individuellen, effektiven Kommunikation mit Spenderinnen und Spendern. Klassischerweise konzentriert sich Telefonfundraising auf die Durchführung von einzelnen abgeschlossenen Kampagnen, die häufig zu bestimmten Jahreszeiten durchgeführt werden: Neuspenderbegrüßung im Januar, Reaktivierung inaktiver Spender im Spätherbst und Upgrading bestehender Dauerspender in den Sommermonaten. Der Schwerpunkt liegt oft darauf, die Botschaft der Organisation zu vermitteln, neue Projekte vorzustellen und Dauerspender zu gewinnen. In aller Regel sind Telefonkampagnen wenig auf andere Kommunikationskanäle abgestimmt.

### Kein Gießkannenprinzip mehr

Im Zeitalter der fortschreitenden Digitalisierung und Automatisierung in der Spenderkommunikation verlagert sich der Fokus auch im Telefonfundraising zusehends. Mehrere Faktoren treiben diesen Wandel voran.

**Datenbasiertes Fundraising:** Vorliegende und angereicherte Daten werden genutzt, um Spender zielgerichteter und effektiver anzusprechen. Auf diese Weise können Fundraising-Maßnahmen und Themen auf die individuellen Spenderbedürfnisse ausgerichtet werden, anstatt nach dem Gießkannenprinzip alle mit gleichen Inhalten zu bedenken.

**Systematische Donor Journeys:** Durch gut geplante und strukturierte Donor Journeys können Organisationen eine stärkere Beziehung zu ihren Unterstützern aufbauen, da diese die passende Information zum richtigen Zeitpunkt über den richtigen Kanal erhalten. Dies kann zu einer langfristigeren Bindung und wiederholten Spenden führen.

**Kanalübergreifende Kommunikation:** Verbindung der digitalen und analogen Kanäle ist in der modernen Spenderkommunikation das A und O. Viel zu oft werden Kommunikationskanäle und Instrumente getrennt voneinander betrachtet. Dieses Silodenken führt zu einer Überlagerung der Kanäle und zu einer oft unkoordinierten Informationsflut für die Spenderinnen und

Spender. Organisationen, die analoge und digitale Kanäle ganzheitlich denken und aufeinander abstimmen, sind im Vorteil. Spenderinnen und Spender lassen sich nicht mehr eindeutig in Online- und Offlineaffine kategorisieren, selbst ältere Zielgruppen sind mittlerweile in beiden Welten zuhause.

Diese Verschiebung zur Spenderzentrierung im Telefonfundraising spiegelt den zunehmenden Bedarf an individueller Ansprache und maßgeschneiderter Kommunikation, um den sich wandelnden Erwartungen der Spender gerecht zu werden. Zeitgemäße Kommunikation bewegt sich weg von starren Instrumenten und Maßnahmen, hin zu bedarfsgerechter Spenderansprache. Ziel muss es sein, dass jeder Unterstützer und jede Unterstützerin die persönlich passende Information zum richtigen Zeitpunkt auf dem favorisierten Kanal erhält.

## Noch ist es ein Trend

Es kann noch nicht abschließend gesagt werden, ob spenderzentriertes Telefonfundraising auf Dauer bessere Ergebnisse erzielt. Tests der letzten zwei Jahre zeigen jedoch, dass auf einen Anruf zum richtigen Zeitpunkt sowohl eine höhere Wandlungsquote als auch eine höhere Dauerspende folgt. Aktuell finden weitere datenbasierte Tests statt. Mit Ergebnissen ist Mitte des nächsten Jahres zu rechnen. Ob es die Bindung an die Organisation ebenso positiv beeinflusst, bleibt abzuwarten. Telefon ist kein „Stand alone"-Instrument, der Erfolg hängt auch vom Kommunikationsmix insgesamt und der Bereitschaft der Organisationen ab, ihr Silodenken aufzubrechen und Kommunikation ganzheitlich zu denken. Die bisherigen Ergebnisse spiegeln die Erkenntnis, dass langfristige Spenderbeziehungen und individuelle Bedürfnisse der Schlüssel zur nachhaltigen Unterstützung von Non-Profit-Organisationen sind. Noch ist es ein Trend. Für Organisationen, die den Schritt jetzt einplanen, kann es zum Wettbewerbsvorteil werden.

**Katja Sichtermann** ist seit Ende der 1990er Jahre Fundraiserin. Weit über die Hälfte ihrer Berufstätigkeit hat sie bei Non-Profit-Organisationen verbracht, unter anderem beim NABU und beim Mukoviszidose e.V. Dort hat sie vom Telefonfundraising über Neuspendergewinnung bis zum Nachlassfundraising die unterschiedlichsten Bereiche verantwortet. Seit 2015 berät die gelernte Betriebswirtin auf Agenturseite diverse Hilfsorganisationen. Aktuell beschäftigt sie sich als Fundraisingberaterin bei der van Acken Fundraising GmbH u.a. damit, das Telefon als Kommunikationskanal sinnvoll in diverse Donor Journeys zu integrieren.
▶ **www.van-acken.de**

Das verstehen wir. Deshalb nehmen wir uns gerne Zeit fürs Miteinander-Reden, vor allem aber fürs Zuhören. Und ja, sogar, wenn es um Probleme mit der Software geht.

Kaum zu glauben, aber bei unserem IT-Support können Sie einfach so anrufen. Ohne Anmeldung. Ohne Ticket. Ohne Warteschleife. Ohne Chatbot. Einfach so, mit Menschen reden und unkompliziert, schnell und kompetent Hilfe für Software-Probleme bekommen.

**www.hsp-fundraising.de**

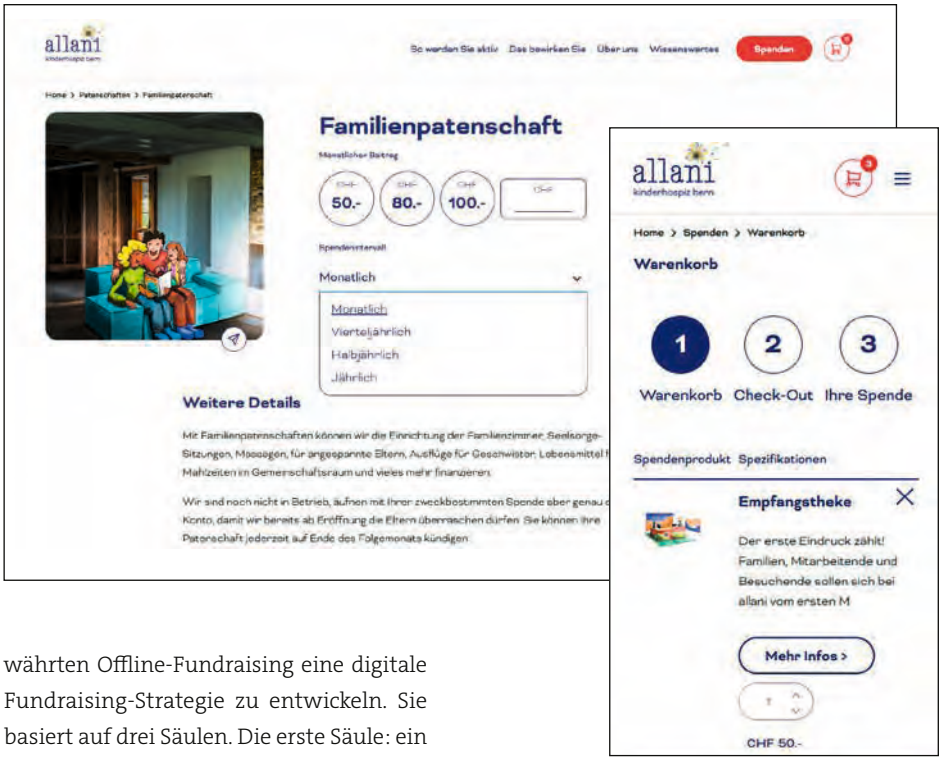
hsp GRUPPE

# Digitale Strategie

## Intelligente Online-Spendenshops statt passive Spendenformulare

**Einkauf und Medienkonsum haben sich weitgehend ins Internet verlagert. Richtig angepackt, ist es möglich, auch das Fundraising zu digitalisieren. Noch mehr als in der analogen Welt gilt es online jedoch, die Spenderinnen und Spender emotional zu involvieren. Möglich ist das mit einem mitreißenden Storytelling und der richtigen Technik. Clever kombiniert, können aus zufälligen Spenderinnen und Spendern schnell sehr aktive Community-Mitglieder werden.**

**Von Dr. MATTHIAS ZEHNDER**




Wenn ein Kind erkrankt, ist das für die Eltern schlimm. Kaum auszuhalten ist es, wenn es sich dabei um eine Krankheit handelt, bei der keine Aussicht auf Heilung besteht. In der Schweiz gibt es kaum Möglichkeiten, solchen Familien gerecht zu werden: Die Kinder liegen entweder in einem Kinderspital oder werden zu Hause gepflegt. Beides belastet die Eltern stark. Die Stiftung allani Kinderhospiz Bern will das ändern: Sie bietet Familien mit einem lebensverkürzend erkrankten Kind ab Frühling 2024 ein Zuhause auf Zeit für wochenweise Entlastungsaufenthalte an.

Zwei großzügige Gönner ermöglichten allani zwar den Kauf eines Bauernhauses mit Stöckli im Westen von Bern. Den Umbau, die Einrichtung und die ersten Betriebsjahre muss die Stiftung jedoch über Spendenbeiträge finanzieren, da Kinderhospize in der Schweiz gesetzlich noch nicht verankert sind. Wie schafft es eine kleine Organisation, im hart umkämpften Spendenmarkt das nötige Geld zu erwirtschaften?

### Strategie entwickeln

Allani kooperierte mit der Digital-Agentur Marketing Monkeys, um zusätzlich zum bewährten Offline-Fundraising eine digitale Fundraising-Strategie zu entwickeln. Sie basiert auf drei Säulen. Die erste Säule: ein digitaler Spendenshop. Er soll es ermöglichen, schnell und einfach online zu spenden, aber auch Dauerspenden in Form von Patenschaften anzubieten. Dafür hat allani den großen Finanzbedarf in viele kleine Posten unterteilt, von der Kaffeemaschine bis zur Nasszelle, von einzelnen Spielsachen bis zur Dachsanierung. Wie in einem herkömmlichen Shop stehen online die unterschiedlichen „Spendenprodukte" zum Kauf.

Die zweite Säule: Inhalte und Geschichten rund um die Idee des ersten Kinderhospizes der Schweiz. Die Inhalte basieren dabei auf den konkreten Bedürfnissen. „Wir haben versucht, aus der Not eine Tugend zu machen und das, was allani braucht, in Geschichten zu verpacken", erklärt Thomas Roth, Geschäftsführer der Marketing Monkeys GmbH. So erzählt allani zum Beispiel über die sozialen Medien davon, wie die Kinderzimmer künftig aussehen. Interessierte erhalten so die Möglichkeit, sich am Kauf eines Kinderbettes zu beteiligen oder einzelne Bereiche des Gebäudeumbaus zu finanzieren. Aus dem Spendenshop und seinen Inhalten ergab sich die dritte Säule: der Ausbau der Beziehungen zu den Spenderinnen und Spendern. Wer spendet, um ein Problem zu lindern, handelt zunächst auf der Sachebene. Weil sie sich dabei mit den Geschichten rund um die Kinder im Hospiz und ihren Bedürfnissen auseinandersetzen, kommt es zu einer emotionalen Beteiligung.

### Emotionale Beteiligung

Und daraus entwickelt sich eine Beziehung zu den betroffenen Familien und Kindern und ihren Bedürfnissen – ein Wechsel auf die Beziehungsebene. Ziel des Fundraisings ist es, diese Beziehung auszubauen, bis aus der Online-Zufallsbekanntschaft ein überzeugtes Mitglied der Community wird. Oder in der Fachsprache: Ziel ist ein ausgeklügeltes Donor-Relationship-Management.

Damit die drei Säulen der Strategie langfristig ein Projekt tragen können, müssen

Technik und Design, CRM und Bezahlservice, emotionale Geschichten und zielgerichtete Benutzerführung gut ineinandergreifen.

### Spenden als Nebensache

Das Spenden wird dabei zur selbstverständlichen Nebensache. Im Vordergrund steht die Identifikation der Spenderinnen und Spender mit dem Projekt. Das Programm und die Automationen sorgen dabei selbsttätig dafür, dass die Spender zum richtigen Zeitpunkt mit neuen Spendenmöglichkeiten kontaktiert werden. Mittlerweile haben allani und Marketing Monkeys die Website weiter ausgebaut. Aus der kleinen Stiftung ist ein starker digitaler Brand geworden. Eine Direktintegration in die Finanzbuchhaltung sorgt dafür, dass der Verbuchungs- und Verdankungsprozess im Hintergrund effizient abläuft. Der Erfolg von *www.allani.ch* gibt dem Projekt recht: Bereits im ersten Jahr konnte die Stiftung online Spenden im sechsstelligen Bereich erwirtschaften. Was war der wichtigste Erfolgsfaktor, einmal abgesehen von der Technik? Thomas Roth überlegt nicht lange: „Es sind die Geschichten." Die beiden zentralen Fragen, die jede NPO beantworten müsse, lauten: Warum brauchen wir Spenden? Und: Wie können wir Nutzerinnen und Nutzer emotional an diesem Ziel beteiligen? Sind diese beiden Fragen präzise beantwortet, bilden die Antworten den Kern der Strategie für den Aufbau des digitalen Fundraisings.

Roth rät dabei zum Aufbau eines eigentlichen Spendenshops, also einer interaktiven Umgebung, die es ermöglicht, ganz individuelle Spenden zu tätigen, wie in einem richtigen Onlineshop. Er sagt aber auch: „Das Wort Shop hat am Anfang Bedenken ausgelöst. Von den Spenderinnen und Spendern haben wir jedoch bis heute nur positive Rückmeldungen erhalten." Sie können dank der Plattform konkret nachvollziehen, wie sie mit ihrer Spende helfen und wohin die Gelder fließen. Zudem seien statische Spendenformulare in der heutigen digitalen Welt schlichtweg zu sperrig. Das Spenden müsse zur Nebensache werden: „Entscheidend ist der Wechsel auf die Beziehungsebene", sagt Roth. „Das funktioniert nur, wenn die Technik kaum mehr wahrnehmbar ist." Wenn den Gefühlen nichts mehr im Wege steht.

**Dr. Matthias Zehnder** ist freier Publizist, Berater und Autor in Basel. Er hat in Zürich Germanistik und Philosophie studiert und in Basel in Medienwissenschaften promoviert. Zehnder hat mehrere Start-up-Firmen und Publikationen rund um das Internet gegründet oder mitgegründet. Er unterstützt als freischaffender Berater die Online-Spendenplattform Soulclick.
▶ www.allani.ch

# Neue Kanäle, neue Chancen

## Streaming-TV-Werbung für Non-Profits

**Fernsehen ist nach wie vor eine der liebsten Freizeitbeschäftigungen, allerdings passiert das nicht mehr ausschließlich über Satellit oder Kabel. Immer mehr Menschen streamen TV-Inhalte auf internetfähigen Geräten. Dadurch ergeben sich auch neue Werbe-Chancen für Non-Profits.**

**Von KARIN SOMMER**

Allein in Deutschland nutzten im Jahr 2021 70 Prozent der Bevölkerung Streaming-TV-Angebote über das Internet. Der Medienkonsum hat sich mit dem großen Angebot an On-Demand-Videotheken, Live-Programm-Streaming und Kurzvideos sehr verändert. Besonders jüngere Generationen haben häufig gar keinen regulären TV-Anschluss mehr, sondern sehen ihre Lieblingssendungen auf ihren bevorzugten Streaming-Plattformen genau dann, wann sie es wollen. Damit ergeben sich auch interessante neue Werbe-Möglichkeiten – auch für gemeinnützige Organisationen.

### Werbefinanzierte kostenlose Plattformen

Zunehmend mehr Haushalte sind über klassisches lineares TV gar nicht mehr zu erreichen. Sie setzen voll auf Streaming-TV und schauen dabei auf unterschiedlichen CTV-Geräten. Einen Kabel- oder Satelliten-Anschluss gibt es oft gar nicht mehr. Dafür haben viele ein Abo, zum Beispiel bei Netflix oder Amazon Prime.

Einige dieser Anbieter haben zusätzlich zu den Abo-Diensten auch kostenlose Streaming-Plattformen, die sich ausschließlich über Werbung finanzieren (z. B. Amazon Freevee). Sie sind eine gute Werbemöglichkeit, da die Zuschauer die Werbung nicht ausblenden oder überspringen können. Mit dort platzierter Werbung lassen sich – die meist etwas jüngeren – Zielgruppen so gezielt ansprechen, wie das bei anderen digitalen Werbeformen der Fall ist. Damit erreicht die Werbung die richtigen Menschen zur richtigen Zeit – nämlich dann, wenn sie entspannt auf dem Sofa sitzen und Zeit haben, sich mit den beworbenen Themen auseinanderzusetzen.

### Starke Bilder, starke Emotionen

Als Formate kommen Videos und auch Anzeigen in Frage. Sie können neben dem Streaming-Fenster oder innerhalb des Videos selbst angezeigt werden. Video-Werbung bietet dabei für Non-Profits großes Potenzial, da über das Format starke Bilder gezeigt und die Zusehenden gut emotionalisiert werden können. Kombiniert mit einem Spenden-

aufruf – beispielsweise über QR-Code oder SMS-Spende – können sehr erfolgreiche Kampagnen zustande kommen. Auch Marketing-Ziele wie Awareness oder die Erhöhung des Bekanntheitsgrades können über solche Werbung gut erreicht werden.

Klassische TV-Werbung ist nach wie vor ein wichtiger Werbe-Kanal, auch für NPOs. Streaming-TV-Werbung hat allerdings eine Handvoll Vorteile: Werbeplätze sind in der Regel wesentlich günstiger als klassische TV-Werbung, Zielgruppen lassen sich genauer definieren, und Ergebnisse lassen sich besser tracken und auswerten.

### Wo werben, wie anfangen?

Wer ganz neu auf diesem Gebiet ist, holt sich am besten erfahrene Partner in Form von Agenturen an Bord. Sie kennen alle Ad-Plattformen und können eine gute Verteilung und Reichweite sicherstellen. Alternativ kann man sich auch direkt bei Anbietern wie Amazon, Netflix, Disney+, DAZN oder Joyn über Werbemöglichkeiten informieren. So wie im klassischen TV gibt es auch bei dieser Werbeform Pro-bono-Werbeplätze, die kostenlos oder stark rabattiert für gemeinnützige Vereine zur Verfügung stehen. Es lohnt sich, gezielt nach solchen Möglichkeiten zu fragen.

### Wer bekannt ist, erhält Spenden

Jedenfalls ist es wie bei allen Werbemaßnahmen wichtig, zuerst die gewünschte Zielgruppe zu definieren. Sie kann ausschlaggebend dafür sein, welches Medium letztlich gewählt werden sollte. Ein Beispiel: Disney+ hat eine Zielgruppe, die vermehrt aus Familien mit Kindern besteht. Eine Non-Profit, die thematisch zu Kinderrechten oder Familien-Unterstützung arbeitet, findet hier genau die richtigen Menschen für ihre Werbung vor. Ebenso kann etwa eine Tierschutzorganisation während einer Tier-Dokumentation um Spenden werben oder eine Organisation für Opfer von Gewalt während eines thematisch passenden Films.

Nur wenige Menschen spenden an eine Organisation, deren Namen sie zum ersten Mal gehört haben. Darum ist Marketing auch für Non-Profits wichtig: Ein hoher Bekanntheitsgrad erhöht auch die Bereitschaft, zu spenden. CTV-Werbung kann eine sinnvolle Ergänzung zum Werbe-Mix einer Organisation sein, vor allem wenn jüngere Zielgruppen angesprochen werden sollen.

**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

# Enttäuschungen vermeiden!

## Warum viele Software-Einführungen zu scheitern drohen

**In der letzten Ausgabe des Fundraising-Magazins veröffentlichten wir die Ergebnisse unserer Software-Zufriedenheitsumfrage. Viele Organisationen wollen ihre Datenbank wechseln. Einige scheitern daran. Doch woran liegt das?**

**Von KURT MANUS**

Gerade erreichte unsere Redaktion wieder eine Geschichte über eine Organisation, die ihre Förderbeziehungen in einer Excel-Datenbank abbildet. Diese Organisation kann man durchaus als größer, mit einer hohen Anzahl von Adressen in der Datenbank bezeichnen. Doch was hielt sie bisher von Veränderungen ab? Die eigenen Mitglieder! Diese haben das Excel-System ehrenamtlich aufgebaut und nutzen es seit vielen Jahrzehnten. Bisher schien das auch zu reichen, aber nun, mit den neuen digitalen Wegen der Kommunikation, ist es gar nicht mehr zeitgemäß. Software-Experte Andreas Berg bringt es auf den Punkt: „Excel ist keine Datenbank!“ Das Beispiel zeigt aber auch: Der menschliche Faktor wird bei der Einführung neuer Software enorm unterschätzt.

### Gründe fürs Scheitern

Wenn laut unserer Umfrage jede sechste Software-Einführung scheitert, sind die Gründe vielfältig. Veränderungswille entsteht meist erst durch Scheitern, Druck oder wenn Posten neu besetzt werden. Nur darf man oft nicht so lange warten. Der Vorteil für alle, die jetzt neu einsteigen: Sie können einen enormen Technologie-Sprung machen. Dafür notwendig ist aber ein Pflichtenheft, was sich mit allen Prozessen rund um digitale Kommunikation, Fundraising und der Buchhaltung des Vereins beschäftigt und danach erst mit Auswahl und Kosten einer Software beginnt.

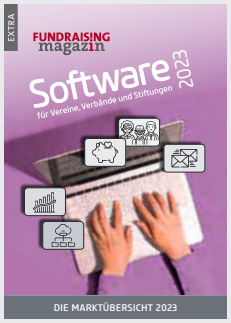
Wer heute Daten aus Newsletter-Reaktionen, aus Spendenprozessen, dem Online-Spendentool und aus Veranstaltungen separat abspeichert und diese nicht zentral zusammenführt, hat nicht verstanden, dass Spenderzentrierung in der Datenbank anfängt. Schon überraschend ist, dass nach der Umfrage viele Fundraising-Systeme immer noch nicht automatisch mit E-Mail-Newslettern oder sogar Online-Spendentools verbunden sind. Übrigens erfahrungsgemäß ein Hauptgrund für einen Wechsel der Software oder auf eine Plattform, die das zentral anbietet. Denn hier geht es um Effizienz und Kundenorientierung.

### Auch Hersteller in der Pflicht

Unsere Umfrage ist aber auch eine Warnung an die Hersteller. Wenn selbst Organisationen mit neu eingeführter Software zu einem Viertel unzufrieden sind, stimmt nur auf den ersten Blick etwas mit den Erwartungen der Kunden nicht. Es kann auch sein, das zu vollmundige Versprechen der Firmen, Schwächen in der Beratung, im Service oder der Schulung Gründe dafür sind. Auch die Preisgestaltung dieser Leistungen ist da bei einigen Herstellern sehr unübersichtlich. Gedanken sollten sich die Hersteller gerade um ihre langjährigen Bestandskunden machen. Hier ist schon die Hälfte unzufrieden. Ein enormer Wert, der auch die hohe Wechselwilligkeit erklärt. Die Gefahr, hier Kunden zu verlieren, ist hoch. Zumal immer wieder neue Hersteller und Innovationen auf den Markt kommen, wie unsere jährliche Marktübersicht zeigt.

**Marktübersicht über Software für Vereine, Verbände und Stiftungen**: über 70 Produkte im Vergleich, dargestellt nach Leistungskategorien für eine bessere Einordnung. Aktueller Vergleich von Online-Spendentools

**Zu bestellen auf www.gutes-wissen.org**



# Fundraising in unsicheren Zeiten

**Wenn die Wirtschaft ins Stocken gerät, fordert dies auch Non-Profit-Organisationen heraus: Sie müssen sicherstellen, dass sie weiterhin genügend Mittel generieren. Expertin Sonja Schüler erklärt, mit welcher Strategie das gelingt, und welches Vorgehen der falsche Weg ist.**

Gerade in unsicheren Zeiten ist beim Fundraising kontinuierliche Beziehungsarbeit gefragt.

Von wirtschaftlich unsicheren Zeiten sind auch Non-Profit-Organisationen (NPO) betroffen. Denn viele Firmen und Privatpersonen halten ihr Geld dann zusammen und sind weniger freigiebig. Was bedeutet das fürs Fundraising?

*«Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten sollten sich NPO regelmässig bei ihren wichtigsten Spendenden bedanken – etwa mit einer handschriftlich unterschriebenen Karte.»*

**SONJA SCHÜLER**
Expertin für Kommunikation und Fundraising Management von NPO

Sonja Schüler leitet an der Fachhochschule Nordwestschweiz Weiterbildungsprogramme in Kommunikation und Fundraising Management für NPO. Sie rät den Organisationen zu einer Fundraising-Strategie, die auch in Krisenzeiten Bestand hat: «NPO sollten mittel- bis langfristig festlegen, welche Ressourcen sie zum Erreichen ihrer Vision und ihrer Mission benötigen – und bei welchen Zielgruppen sie diese Mittel generieren wollen.» Um planbare Einnahmen zu erzielen, stehen im Fokus des Fundraisings also nicht Einzelspenden, sondern regelmässige Zuwendungen.

Gefragt ist daher kontinuierliche Beziehungsarbeit. Sie wird laut Sonja Schüler in unsicheren Zeiten noch entscheidender: «Das Vertrauen der treuen Spendenden aufrechtzuerhalten, hat oberste Priorität. Dabei spielt ein bedürfnisorientiertes Kommunikationsmanagement eine Schlüsselrolle: Eine NPO muss kommunikativ für ihr Engagement begeistern und ihren Zielgruppen konkrete Mitgestaltungsmöglichkeiten aufzeigen.»

## Emotionale Kernbotschaften

Auf Alleinstellungsmerkmale und das Leitbild ausgerichtete, klare und emotionale Kernbotschaften sind dafür Voraussetzung. Und natürlich müssen sich NPO bei ihren wichtigsten Spendenden gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten regelmässig bedanken – etwa mit einer handschriftlich unterschriebenen Karte. «Durch Verdankungen, Jahresberichte oder Newsletter erhalten Unterstützerinnen und Unterstützer wichtige Informationen darüber, was ihre Zuwendungen bewirken. Das erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass sie auf einen erneuten Spendenaufruf wieder reagieren.»

Erfordern unsichere Zeiten also gar keine Änderungen der Fundraising-Strategie? Hektische Anpassungen jedenfalls sind der falsche Weg: «Zuerst sollten NPO analysieren, ob und inwiefern sich wichtige Parameter wie Spendenaufkommen und Gebelogiken der Zielgruppen durch die Krise überhaupt verändern. Nur wenn dies der Fall ist, wird die Strategie gezielt nachjustiert.»


## Erfolgreiches Fundraising in Krisenzeiten? Schärfen Sie Ihren Mediamix

In Krisenzeiten gilt beim Fundraising genau wie bei der Werbung: An der langfristigen Strategie festhalten und die Wirkung optimieren. Wie Sie dabei systematisch vorgehen und Ihre Mittel gerade bei schlankerem Budget gut investieren?
Mit dem kostenlosen Leitfaden von DirectPoint, der Wissensplattform der Schweizerischen Post für Werbung, die ankommt. Jetzt Leitfaden anfordern:
**www.post.ch/b1-leitfaden-erfolgreich-werben-in-unsicheren-zeiten**

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*.

# Seminare und Tagungen im Überblick

## NOVEMBER

Arbeitskreis „Stiftu3ngsmanagement und Projektarbeit": Wie finde ich die passende Spenderdatenbank für meine Organisation?
**20.11., Bern**
**www.profonds.org**

Excel quick & simple
**21.11., online**
**www.fundraising.at**

Arbeits- und Beschäftigungsformen: Verträge, Dienstverhältnisse und Versicherungsaspekte
**21.11., online**
**www.gemeinnuetzig.at**

„Erbschaften – Haftung vermeiden bzw. reduzieren"
**22.11., online**
**www.digev-ev.de**

Excel Advanced
**22.11., online**
**www.fundraising.at**

(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**

Google Ad Grants
**23.11., online**
**www.fundraising.at**

Workshop Resilienz: Thema Burnout – Prävention für NPOs
**23.11., online**
**www.wu.ac.at**

Online-Fundraising mit Google Ad Grants
**23.11., online**
**www.fundraising.at**

Fachtag Marketing und Öffentlichkeitsarbeit
**23.11., Dresden**
**www.s-vwa.com**

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

1-Tages-Seminar Framing
**24.11., Berlin**
**www.campaigning-academy.com**

Grundlagen des Gemeinnützigkeitsrechts
**24.11., online**
**www.ehrenamt.de**

Vereinsfinanzen (für Kassierer/innen)
**25.11., online**
**www.vitaminb.ch**

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**

Referent*in Gesundheitsfundraising – In drei mal vier Tagen zur professionellen Gesundheitsfundraiser*in (FA)
**27.11.–19.04.,**
**Siegburg und Hofgeismar**
**www.fundraisingakademie.de**

Impact Summit
**28.11., Berlin**
**www.skala-campus.org**

Canva
**28.11., online**
**www.fundraising.at**

Ehrenamtliche Rechnungsprüfung – wie geht das? Für kleine, mittlere und große Vereine
**28.11., online**
**www.gemeinnuetzig.at**

D³-Kongress – Online-Kongress zur digitalen Demokratie
**28. & 29.11., online**
**https://d3kongress.de**

Professioneller Schriftverkehr mit Spenderinnen und Spendern: So binden Sie Ihre Zielgruppe
**28. & 29.11., online**
**www.npo-academy.com**

Tagesseminar „Geldauflagenmarketing"
**29.11., Frankfurt am Main**
**www.fundraisingakademie.de**

Die Mitgliederversammlung im Verein
**29.11., online**
**http://my-eshop.info**

InDesign 2
**29.11., online**
**www.fundraising.at**

Social Media Advertisement. Mehr Besucher:innen begeistern!
**30.11., online**
**https://pausanio.com**

Ihre Database als Fundraising-Instrument
**30.11. & 01.12., online**
**www.npo-academy.com**

## DEZEMBER

2-Tages-Seminar Kampagnenstrategie
**04. & 05.12., Berlin**
**www.campaigning-academy.com**

Erbschaftsfundraising zwischen Seelsorge und Marketing
**04. & 05.12., online**
**www.npo-academy.com**

Marketing-Psychologie mit AI-powered Profiling- und Persuasions-Techniken
**04.12.–07.12., online**
**www.npo-academy.com**

Online Zusammenarbeit mit Office 365
**05.12., online**
**www.fundraising.at**

MS Teams
**05.12., online**
**www.fundraising.at**

Controlling: Steuern Sie in eine erfolgreiche Zukunft!
**05.12., online**
**www.gemeinnuetzig.at**

8. Deutscher Engagementtag
**05. & 06.12., Berlin und online**
**www.b-b-e.de**

Fortbildung Fundraising-Referent*in in drei Blöcken (12 Präsenztage)
**05.12.–07.06., Berlin**
**www.fundraisingakademie.de**

Honorarkräfte – Fehler bei der Sozialversicherung vermeiden
**06.12., online**
**http://my-eshop.info**

Kommunikation, Öffentlichkeits- und Medienarbeit für Verwaltungen und Vereine
**06.12., Berlin**
**www.kbw.de**

Fachtag Gemeinnützigkeitsrecht 2023: Aktuelle Entwicklungen und Rechtsfragen des Gemeinnützigkeitsrechts
**06.12., Berlin**
**www.kbw.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

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*.

Outlook quick & simple
**06.12., online**
www.fundraising.at

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

Crowdfunding
**07.12., online**
www.engagementzentrum.de

Digitale Barrierefreiheit. Angebote im Netz für verschiedene Zielgruppen gestalten.
**07.12., online**
https://pausanio.com

Training für erfolgreiche(re) Spendenmailings
**11. & 12.12., online**
www.npo-academy.com

Fortbildung Fundraising-Referent*in in drei Blöcken (8 Präsenztage und 8 Online-Seminare)
**12.12.–17.05., Augsburg sowie digital**
www.fundraisingakademie.de

„(Marken-)Botschafter, Prominente, Influencer" – was Vereine, Stiftungen und NPOs für eine gelungene Zusammenarbeit beachten müssen
**13. & 14.12., online**
www.npo-academy.com

Finanzen im Verein (Baustein 4: Vereinsführerschein)
**14.12., online**
www.ibpro.de

Alles was recht ist. Bildrechte für Kunst, Kultur und Wissenschaft im digitalen Raum.
**14.12., online**
https://pausanio.com

Excel quick & simple
**14.12., online**
www.fundraising.at

Excel Advanced
**15.12., online**
www.fundraising.at

Strategische Überzeugungs-Psychologie zur Großspenden-Akquisition
**18.–21.12., online**
www.npo-academy.com

## JANUAR 2024

Winterlehrgang Stiftungsmanagement Düsseldorf | Zertifizierungslehrgang
**08.–19.01., Düsseldorf**
www.stiftungsakademie.de

Kick-Off für digitale Vernetzung von Fundraisenden aus Kirche, Caritas, Diakonie und Orden
**11.01., online**
www.dfrv.de

Fundraising „kompakt" – modernes Fundraising in der Praxis
**16.–19.01., online**
www.npo-academy.com

5. Kölner Stiftungsforum der Pax-Bank
**18.01., Köln**
www.pax-bank.de

Online-Fundraising und mobiles Spendensammeln
**18.01., online**
www.ibpro.de

Strategisches Management, Agilität und Management-Modelle in Non-Profit-Organisationen
**23.01., Berlin**
www.sozialgestaltung.de

Internationales Verbände-Forum
**28.–31.01., Saanen**
www.vmi.ch

Digital Social Summit
**30.01., Berlin und online**
www.digital-social-summit.de

DigiSeminar: Haftung und Haftungs-begrenzung ehrenamtlicher Vorstandstätigkeit
**30.01., online**
https://akademiesued.org

Die Non-Profit-Organisation 2024
**31.01., Düsseldorf**
https://live.handelsblatt.com

## FEBRUAR 2024

Fundraisingtag Nordrhein-Westfalen
**01.02., Gelsenkirchen**
www.fundraisingtage.de

Fortbildung „Referent*in Fördermittelmanagement" (1/3)
**05.–07.02., online**
www.fundraisingakademie.de

DigiSeminar: Vergütung von Vorständen und Geschäftsführer*innen
**06.02., online**
https://akademiesued.org

StoryCampaigning Masterclass: Der Kampf um die Deutungshoheit
**20.02., Berlin**
www.campaigning-academy.com

DigiSeminar: Spendenrecht – steuerliche Regelungen
**20.02., online**
https://akademiesued.org

Social Media Strategien für Vereine und Nonprofit-Organisationen
**26. & 27.02., online**
www.npo-academy.com

DigiSeminar: Update Gemeinnützigkeitsrecht
**27.02., online**
https://akademiesued.org

German CRM Forum
**27. & 28.02., Frank furt am Main**
www.germancrmforum.com

Online Fundraising Forum 2024
**28.02., Köln und online**
www.az-fundraising.de

## MÄRZ 2024

Leaders of Tomorrow: Das Entwicklungsprogramm für Führungskräfte der Zivilgesellschaft
**03.–08.03., Pfofeld-Langlau, Strandhotel Seehof (bei Nürnberg)**
https://de.leaders.ngo

19. Norddeutscher Fundraisingtag
**04. & 05.03., Hamburg**
https://fundraising-nord.de

Ausstellungen konzipieren, organisieren, und realisieren 2024
**11.–15.03., Potsdam**
www.fh-potsdam.de

Fundraisingtag München
**14.03., München**
www.fundraisingtage.de

Fortbildung „Referent*in Fördermittelmanagement" (2/3)
**18.–20.03., online**
www.fundraisingakademie.de

Weiterbildung Wirkungsmanagement in mehreren Modulen
**19.03., online**
www.skala-campus.org

**Noch mehr Termine finden Sie unter**
**gutes-wissen.org**

15. Int. NPO-Colloquium
**NPO im Wandel – Gestaltungsmöglichkeiten in Zeiten des Umbruchs**
04. - 05.04.2024 | Frankfurt a. M.
Weitere Infos und Call for Papers auf www.izgs.de

Fundraising TAGE

# TAGUNGEN 2024

## 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!

Gelsenkirchen · Donnerstag, 1. Februar

München · Donnerstag, 14. März 2024

Stuttgart · Donnerstag, 27. Juni

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG

www.fundraisingtage.de

Eine Veranstaltungsreihe des FUNDRAISING magazin



# Kurzgefasst ...

## Fachtag Gemeinnützigkeitsrecht 2023

Die Beschäftigung von haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeitern ist nur eines der Themen des Fachtags Gemeinnützigkeitsrechts, den das Kommunale Bildungswerk am 6. Dezember in Berlin veranstaltet. Was gibt es in diesem Zusammenhang bei Sozialversicherung, Lohnsteuer und Mindestlohn zu beachten? Als ein weiteres Thema stehen Online-Fundraising und Crowdfunding im Fokus der Veranstaltung.

▶ www.kbw.de

## Internationales Verbände-Forum

Bereits mehr als 50 Mal hat das Institut für Verbands-, Stiftungs- und Genossenschaftsmanagement (VMI) zum Internationalen Verbände-Forum geladen. Und vom 28. bis 31. Januar ist es wieder so weit. Im Schweizerischen Saanen kommen dann wieder Vertreterinnen und Vertreter aus Verbänden, Vereinen, Stiftungen und Genossenschaften aus dem DACH-Raum zusammen.

▶ www.vmi.ch

## German CRM-Forum

Unter dem Motto „Conscious Relations" lädt das German CRM-Forum 2024 für den 27. und 28. Februar wie auch bereits in den vergangenen Jahren nach Frankfurt. Neben sieben Keynotes versprechen die Veranstalter „zwanzigmal Praxis pur und ungeschminkt". Die genauen Details des Programms waren zu Redaktionsschluss noch nicht veröffentlicht.

▶ www.germancrmforum.de

## 10. Online Fundraising Forum 2024

Erfolgreiches Cross-Channel-Fundraising im Raum D-A-CH und damit in Verbindung stehende Trends und Cases stehen am 28. Februar in Köln auf dem Programm. Dann lädt die Beratungs-Agentur AZ fundraising bereits zum zehnten Mal zum Online Fundraising Forum mit renommierten Referentinnen und Referenten aus allen drei Ländern.

▶ www.az-fundraising.de

## Fachgruppe Kirche: Digitale Vernetzung

Die Mitglieder der Fachgruppe Kirche im Deutschen Fundraising-Verband haben beschlossen, sich zukünftig stärker vernetzen zu wollen. Der einfachste Weg dafür ist natürlich der digitale. Deshalb lädt die Fachgruppe für den 11. Januar zu einem virtuellen Kick-off-Meeting ein. Wer dabei sein möchte, kann sich per Mail anmelden unter

kirche@dfrv.de

## StoryCampaigning

Im Februar bieten Julius van de Laar und Volker Gassner von der Campaigning Academy in Berlin eine „Masterclass in Deutungshoheit“ an. Das eintägige Angebot kombiniert die wichtigsten Elemente aus dem Storytelling mit den essenziellen Elementen der Kampagnenstrategie: Wie gelingt es, in der öffentlichen Arena hervorzustechen, die Agenda wirksam zu definieren und sich als Absender der Botschaft richtig zu positionieren? Welches Framing setzt den richtigen Deutungsrahmen?

StoryCampaigning Masterclass
am 20. Februar in Berlin
▶ www.campaigning-academy.com

## Digital Social Summit

Ende Januar trifft sich die Zivilgesellschaft, um gemeinsam mehr über KI zu lernen und sich in den gesellschaftlichen Diskurs einzumischen. Der Digital Social Summit bietet in Sessions, Panels, Keynotes, Werkstätten und Denkräumen Gelenheit für Fragen wie: Wie kann KI für das Gemeinwohl nutzbar gemacht werden? Wo verlaufen ethische Grenzen? Welche Kontrollinstrumente sind nötig? Welche Haltung nimmt die Zivilgesellschaft zu KI ein und welche Rolle beansprucht sie bei der Transformation?

Digital Social Summit 2024 am 30. Januar
▶ www.digital-social-summit.de

# Deutscher Engagement-Tag lädt nach Berlin

Nachhaltige, zukunftsweisende sowie krisenfeste Strukturen der Engagementförderung sind relevanter denn je. Die Engagement-Strategie des Bundes soll bis Ende 2024 verabschiedet sein. Was braucht es bis dahin noch? Was brauchen Engagierte heute? Wie kann Bürokratie abgebaut und Engagement gestärkt werden? Welche Rolle muss die Zivilgesellschaft in der digitalen Transformation spielen? Wie können Zugänge geschaffen und Teilhabe ermöglicht werden? Diese und weitere Fragen stehen Anfang Dezember im Berliner Humboldt Carré (Foto) anlässlich des Deutschen Engagement-Tags im Mittelpunkt. In guter Tradition wird am Abend des 5. Dezember 2023 außerdem der Deutsche Engagementpreis im feierlichen Rahmen im Deutschen Theater in Berlin verliehen. Die Fachtagung findet als zweitägige hybride Veranstaltung statt.

8. Deutscher Engagementtag am 5. und 6. Dezember in Berlin und online
▶ www.b-b-e.de

n|w Fachhochschule Nordwestschweiz

**Kommunikation und Fundraising Management für Nonprofit-Organisationen (NPO)**

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

Information und Anmeldung: marianne.bucca@fhnw.ch, Telefon +41 (0)62 9 57 22 26

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

# Jahrestreffen

## „Die Non-Profit-Organisation 2024“ in Düsseldorf

Mit einem Spezialtag unter der thematischen Klammer „Nachhaltigkeit und Digitalisierung bei NPO“ beginnt Ende Januar das mehrtägige Euroforum-Jahrestreffen, veranstaltet von der Handelsblatt Media Group in Düsseldorf. Bei allen Herausforderungen, die das Oberthema mit sich bringt, werden mitunter bestehende Chancen weniger in den Fokus gerückt. Das will die Tagung ändern und geht deshalb unter anderem der Frage nach, inwieweit gemeinnützige Organisationen überhaupt auf Basis der eigenen Satzung Ziele der Nachhaltigkeit verfolgen dürfen. In den darauf folgenden Veranstaltungstagen stehen Themen wie aktuelle Entwicklungen im Gemeinnützigkeitsrecht und in der Finanzverwaltung ebenso auf dem Programm wie Risikovorsorge zum Erhalt der Gemeinnützigkeit.

**Die Non-Profit-Organisation 2024 vom 31. Januar bis 2. Februar in Düsseldorf**
▶ www.euroforum.de

zh aw School of Management and Law
AACSB ACCREDITED Seit 2015

**Möchten Sie Ihre Kompetenzen im Fundraising vertiefen?**

**Unser berufsbegleitendes Weiterbildungsangebot im Überblick:**
– Diplom- und Masterstudiengang (DAS/MAS) Fundraising Management
– Zertifikatslehrgänge (CAS) Fundraising Operations, Fundraising Strategies und Fundraising Leadership
– Weiterbildungskurse und Fundraising Bootcamps

Auch für Interessierte aus Deutschland.

**Jetzt informieren!**

# Crowdfunding

In Kooperation mit dem Haus des Stiftens bietet das Braunschweiger Engagementzentrum im Dezember ein Online-Seminar zum Thema Crowdfunding. In einem kompakten Einstieg vermittelt der Referent Matthias Marx die vielfältigen Möglichkeiten dieser Art des online-basierten Fundraisings, verweist aber auch auf dessen Begrenztheiten. Denn trotz des zeitgemäßen Ansatzes handelt es sich beim Crowdfunding eben nicht um eine „Gelddruckmaschine“. Die Teilnahme an der Veranstaltung ist kostenfrei, setzt allerdings eine Anmeldung über das Haus des Stiftens voraus.

**Online-Seminar Crowdfunding am 7. Dezember**
▶ www.engagementzentrum.de

# Arbeit mit Influencern

Botschafter, Prominente, Influencer: Die Unterstützung eines Fundraising-Projekts durch Testimonials klingt verlockend und verspricht öffentliche Wahrnehmung. Für eine erfolgreiche Zusammenarbeit gilt es allerdings, einiges zu beachten. Wer bringt das für die eigene Organisation wirklich passende öffentliche Image mit? Und gibt es eventuelle Risiken für die Organisation? Ricarda Raths vermittelt in ihrem zweitägigen Live-Online-Seminar für die NPO-Akademie die dafür nötigen Hintergründe und hat entsprechende Erfolgsgeschichten im Gepäck.

**„(Marken-)Botschafter, Prominente, Influencer – Was Vereine, Stiftungen und NPOs für eine gelungene Zusammenarbeit beachten müssen“ am 13. und 14. Dezember online.**
▶ www.npo-academy.com

# Vorstand & GF

Ende Januar startet die Paritätische Akademie Süd eine vierteilige Online-Seminar-Reihe zu rechtlichen Grundlagen für ehrenamtliche und hauptamtliche Vorstände in Vereinen und Stiftungen. Die einzelnen Themen der jeweils zweistündigen Webinare sind Haftung(sbegrenzung), Vergütung, Spendenrecht und ein Update im Gemeinnützigkeitsrecht. Dozent ist für alle vier Webinare Dr. Christoph Dorau, Rechtsanwalt und Fachanwalt für Steuerrecht. Eigene Fragen können mitgebracht und diskutiert werden.

**DigiSeminar-Reihe: rechtliche Grundlagen für (angehende) Vorstände und Geschäftsführer*innen am 30. Januar sowie 6., 20. & 27. Februar**
▶ www.akademiesued.org

# Fachwissen und Vernetzung vor Ort

## Die Fundraisingtage laden auch 2024 wieder zum Austausch

Das Veranstaltungs-Team der Fundraisingtage hat bereits die Ärmel hochgekrempelt und für die Tagungen im kommenden Jahr viele Experten für spannenden Fundraising-Input gewinnen können. Für den Februar in Gelsenkirchen ist unter anderen Christian Brodüffel von German Doctors dabei und wird erläutern, wie erfolgreiches Social-Media-Marketing aussehen kann.

Im März empfehlen in München Susanne Prochnow (FRAGILE Suisse) und Dr. Marc-André Pradervant (Fundraising-Berater) „Liebe Deine Spender!“ und beziehen sich mit ihrem Seminar auf erfolgreiche Spenderpflege. Weitere Themen aus dem Programm sind das immer wichtiger werdende Feld der Fördermittel (Torsten Schmotz, Förderlotse), erste Schritte im E-Mail-Marketing (Bianca Brieden, Beraterin für Online-Fundraising) und Face-to-Face-Fundraising für kleinere Organisationen mit Nadine Sachse und Marc Helwing (Wings Experience). Außerdem widmet sich Thomas Jahnke (FundraisingAnalytics) dem Feld der Predictive Analytics für Großspender, und Nina Greb (Expertin für Marken-Kooperation) führt in den Bereich der Unternehmenskooperation ein.

Für den Fundraisingtag Stuttgart bereitet Michael Harr (Pro Senectute, Basel) einen Impuls vor, der sich aktuellen Entwicklungen im Metaverse in Verbindung mit KI widmen wird. Ein weiteres Thema wird die Finanzierung von Projekten mittels Soziallotterien sein (Renate Kretschmer, Der Paritätische Bayern).

Wie gewohnt werden die Fundraisingtage auch im kommenden Jahr umfassend Raum für Austausch und Vernetzung aller Beteiligten vor Ort bieten. Wer über das Programm auf dem Laufenden bleiben möchte, kann sich auf der Website kostenfrei registrieren.

**Fundraisingtag NRW am 1. Februar in Gelsenkirchen**
**Fundraisingtag München am 14. März**
**Fundraisingtag Stuttgart am 27. Juni in Filderstadt**

▶ **www.fundraisingtage.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.

Weitere Informationen zur Fortbildung erhalten Sie bei Katrin Kiefer, (069) 580 98-275, kiefer@fundraisingakademie.de. Wir beraten Sie gern.

www.fundraisingakademie.de

In Kooperation mit
Fundraiser magazin

# Passende Förderung

## Neuntägige Fortbildung an der Fundraising-Akademie im Bereich Fördermittel

Der 5. Februar bildet den Startschuss für die neue Runde der Fortbildung im Bereich Fördermittel bei der Fundraising-Akademie. Drei Seminar-Blöcke in Präsenz werden dabei durch drei Online-Seminare ergänzt. Mit gut 50 Milliarden Euro lassen sich potenziell für fast alle Projekt-Themen passende Förderer finden. Dafür braucht es natürlich die richtige Strategie. Und die wird vermittelt unter der Studienleitung von Stephanie Neumann, Fundraiserin bei Brot für die Welt. Sie und ihre Referentinnen und Referenten erläutern die erfolgreiche Ansprache von Förderinstitutionen, den Aufbau der eigenen Datenbank und natürlich auch den korrekten Umgang mit Fördergeldern sowie deren Abrechnung.

**Start Fortbildung „Referent*in Fördermittelmanagement“ am 5. Februar in Hofgeismar**
▶ www.fundraisingakademie.de

NPO academy
Berlin • Köln • München • Wien • Zürich

*Sehr geehrte Fundraiserin,*
*sehr geehrter Fundraiser,*

Sie sind an hochwertiger und kompakter Fortbildung im Fundraising interessiert? Sie möchten Ihr Wissen zu ganz spezifischen Fundraising-Themen vertiefen?

Dann kommen Sie zu unserem **Zertifikatslehrgang „Fundraising in NPOs“** oder einem unserer **mehr als 70 internationalen und nationalen Fundraising-Spezialseminare** an unseren Standorten in Berlin, Köln, München, Wien und Zürich!

Wollen Sie **Ihre Kompetenzen** in anderen Bereichen wie zum Beispiel **Öffentlichkeitsarbeit & Kommunikation, Finanzen & Controlling, Marketing** oder **Personalwesen** mit Lehrgängen und Seminaren, welche die Besonderheiten von Non-Profit-Organisationen berücksichtigen, vertiefen oder ausbauen? Sind Sie auf der Suche nach **international ausgerichteten Weiterbildungsangeboten in englischer Sprache**, um sich auf zukünftige Aufgaben vorzubereiten?

Dann besuchen Sie uns auf:

www.npo-academy.com

*Wir bringen Sie weiter!*

Ihre NPO-Academy

# Stiftungsmanagement

Die Deutsche Stiftungsakademie bietet im Januar wieder ein umfassendes Wissens-Paket für Interessenten aus der Welt der Stiftungen. Beginnend bei den Grundlagen erhalten die Teilnehmer das nötige Rüstzeug für die täglichen Herausforderungen in der Stiftungsarbeit. Damit wendet sich der Lehrgang sowohl an Mitarbeiter von Stiftungen als auch an zukünftige Stifter. Die inhaltlichen Schwerpunkte sind breit gestreut: von Führungsqualitäten über Datenschutz bis zu Steuerpflicht und Nachhaltigkeit reicht der detaillierte und umfassende Überblick.

**Winterlehrgang Stiftungsmanagement vom 8. bis 19. Januar in Düsseldorf**
▶ www.stiftungsakademie.de

# Mobiles Sammeln

Der QR-Code hat sich dann doch durchgesetzt und findet seine praktische Anwendung natürlich auch im Fundraising. In den digitalen Kommunikations- und Fundraisingkanälen stellt er aber eben nur einen Aspekt von vielen dar. Die Komplexität von Online-Fundraising vermittelt deshalb das Online-Seminar von Christine Gediga im Januar. Sie ist als langjährige Referentin für IBPro etabliert und erklärt praxisnah, welche digitalen Aktionen und entsprechenden Kanäle zur eigenen Organisation passen. Dabei geht sie auch auf Themen wie Shopping4Good und Friendly Fire ein.

**Online-Seminar „Online-Fundraising und mobiles Spendensammeln“ am 18. Januar**
▶ www.ibpro.de

# Management

Ende Januar lädt die SozialGestaltung GmbH für ein Management-Seminar nach Berlin. Ergebnisorientiertheit und Kommunikationsstärke sind zwei der Grundpfeiler, auf denen die unterschiedlichen Management-Modelle aufbauen, die im Rahmen des Seminars vorgestellt werden. Interessant ist die Veranstaltung vor allem für Vorstände, Geschäftsleitungen und Leiter von Organisationseinheiten, die sich einen Überblick über den Einsatz und den Vorteilen von Management-Modellen in Non-Profit-Organisationen verschaffen wollen..

**Strategisches Management, Agilität und Management-Modelle in Non-Profit-Organisationen am 23. Januar in Berlin**
▶ www.sozialgestaltung.de

marketwing®

**Fünfzehn Jahre voller Engagement und Herzblut. Fünfzehn Jahre im Einsatz für das Gute. Fünfzehn Jahre, in denen wir mit Mut und Leidenschaft die Welt ein wenig besser gemacht haben. Wir danken unserem Team, unseren PartnerInnen und KundInnen für fünfzehn erfolgreiche und bewegende Jahre und freuen uns auf alles, was vor uns liegt.**

## „I can't breathe"

„Unertrunken" ist ein tiefgründiges Buch, das die Leser auf eine unvergessliche Reise mitnimmt. Mit einer meisterhaften Verbindung von Naturbeobachtung, wissenschaftlicher Neugier und Black Feminism lädt Autorin Alexis Pauline Gumbs dazu ein, über die tiefen Gewässer des Lebens nachzudenken und dabei historische und aktuelle Herausforderungen der Menschheit zu betrachten.

Das Buch beginnt mit einer Erinnerung an den Atlantik als Symbol für das Ertrinken und die Leiden versklavter Afrikaner auf ihrem Weg nach Nordamerika. Gumbs verknüpft die Geschichte mit der heutigen Zeit, indem sie auf diejenigen hinweist, die immer noch „I can't breathe" sagen. Dieser historische Kontext bildet das Fundament für das Buch und verleiht ihm eine tiefe emotionale Resonanz.

In den 19 Lektionen des Buches verwebt Gumbs auf poetische Weise wissenschaftliche Erkenntnisse mit philosophischen Gedanken. Sie erforscht, wie Menschen und Meeressäuger sich angesichts zunehmend bedrohlicher Umstände anpassen. Dabei bleibt sie immer auf der Suche nach der Verbindung zwischen Liebe und Bewunderung für unsere aquatischen Verwandten und ihrer Fähigkeit, uns lehrreiche Lektionen zu erteilen.

„Unertrunken" ist ein Buch, das die Leser inspiriert, über die eigenen Grenzen hinauszugehen, die Welt aus einer neuen Perspektive zu betrachten und eine tiefere Verbindung zur Natur und zur Geschichte herzustellen. Es ist eine dringende Lektüre für unsere Zeit und wird zweifellos lange nach dem Lesen in den Gedanken und Gesprächen der Leser bleiben.

**Stephanie Neumann**

*Alexis Pauline Gumbs. Unertrunken. Was ich als Schwarze Feministin von Meeressäugetieren lernte. AKI Verlag. 2022. 192 Seiten. ISBN: 978-3-31135-007-1. [D] 24,00 Euro, [A] 25,50 Euro, CHF 33,90.*

## Was Geld ist

Bankenkrisen, bedingungsloses Grundeinkommen, Kryptowährungen: Das Konzept Geld und dessen Bedeutung für unser Leben verändert sich gerade. Aus vielen Richtungen kommen Ideen. Jeden betrifft es, kaum einer versteht, was eigentlich ist. Urs Bichler hat hier ein Buch vorgelegt, das einfach zu lesen und informativ ist. Das Ganze lockert er durch Grafiken, Fotos und Anekdoten auf, die allesamt zeigen, das Geld in seinen Auswirkungen eben nichts Abstraktes ist. Dieses Wissen bietet gutes Rüstzeug für weitere Entwicklungen.

*Urs Bichler. Das Einmaleins des Geldes. Was es ist. Wie es funktioniert. Was daraus wird. hep Verlag. 2023. 200 Seiten. ISBN: 978-3-03552-318-8. [D] 24,00 Euro, [A] 25,50 Euro, CHF 29,90.*

## Die Chefin

Führen Frauen anders? Eine Frauenquote qualifiziert auf jeden Fall erst mal niemanden. Deshalb heißt es: Selber machen! Die Autorin zeigt, welche Persönlichkeitsstrukturen notwendig sind, um als weibliche Führungskraft Erfolg zu haben. Kommunikationskompetenzen, eine gesunde Fehlerkultur und der souveräne Umgang mit Machtgebaren gehören dabei selbstverständlich dazu. Ganz entscheidend ist aber vor allem eins: Wer sich nicht selbst zu führen versteht, kann anderen nicht guttun. Dazu braucht es Geduld, denn Veränderungen kommen nicht über Nacht.

*Lilian Gehrke-Vetterkind. Frau kann Chef. Mit Freude und Gelassenheit in Führung gehen. Verlag Gabal. 2023. 192 Seiten. ISBN: 978-3-96739-160-2. [D] 28,00 Euro, [A] 29,50 Euro, CHF 39,15.*

## Digital sichtbar werden

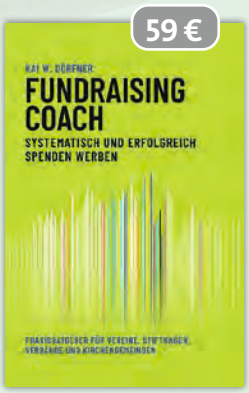
Es gibt viele Berufsfelder, in denen man „die eigentliche Arbeit" zwischen den jeweiligen Projekten macht: Die Tätigkeit des Netzwerkens ist für viele Menschen unerlässlich, und wer es gut macht, der hat daran auch seinen Spaß. Das setzt natürlich voraus, dass man Freude hat an der Begegnung mit Menschen. Eine indirektere Form der Begegnung und des Vernetzens findet in den digitalen Kanälen und entsprechenden Plattformen statt. Deren Wert und Nutzen erschließt sich wohl in allererster Linie denen, die diese Art des öffentlichen Austritts ausprobieren. Trotz der Erfolge von Plattformen wie X, Xing oder LinkedIn erscheint es nach wie vor manch einem wenig sinnvoll, dort präsent zu sein. Mitunter kommt das Argument, man betreibe damit eine Ego-Show.

Das Buch von Kathrin Koehler zeigt, dass daran aber nichts Schlechtes ist. Auch muss man kein digitaler Experte sein. Perfektionismus wäre nicht zielführend. Deshalb rät die Autorin, sich auf jeden Fall im Klaren darüber zu sein, was genau man denn erreichen will. „Nur" sichtbar werden? Mitreden? Oder gar Aufmerksamkeit für bestimmte Projekte bekommen? Jeder Aspekt ist legitim. Die Autorin greift auch Introvertierten unter die Arme und begleitet die Leser auf dem individuellen Weg, den eigenen Platz im Digitalen zu finden und daraus auch positive Energien zu schöpfen. Zusätzlich zeigt sie, dass sich niemand vor einem möglichen Kontrollverlust das eigene Image betreffend fürchten muss. Das Gegenteil ist der Fall. Hier bieten sich Möglichkeiten, die eigene Persönlichkeit weiter nach außen zu tragen.

**Rico Stehfest**

*Kathrin Koehler. New Networking. Der smarte Weg zu digitaler Sichtbarkeit und souveränem Netzwerken. Verlag Vahlen. 2023. 257 Seiten. ISBN: 978-3-80067-074-1. [D] 24,90 Euro, [A] 26,50 Euro, CHF 34,80.*

# Neues und Gutes aus dem FUNDRAISING magazin SHOP

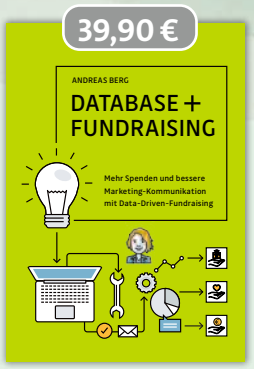



FACHBUCH
Fundraising Coach
von Kai W. Dörfner

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: Doris Voll lacht gerne

Doris Voll kam zum Fundraising, weil sie zusammen mit Freunden einen Traum umsetzen wollte. Dabei wurde ihr schnell klar, dass es dafür Gleichgesinnte braucht, die das Projekt auch finanziell unterstützen. Nach der ersten Scheu, um Geld zu bitten, hat sie erlebt, wie gern Menschen etwas Gutes tun und die Welt besser machen wollen und wie wichtig es ist, dass es andere gibt, die zeigen, wo Hilfe gebraucht wird und wie Veränderung gelingen kann. Dieses Wissen hat Doris Voll nach eigener Aussage sehr berührt und so manche Durststrecke überstehen lassen.

Die Erfahrung treibt sie auch an, den Mitteldeutschen Fundraisingtag in Jena zu organisieren – und das 2023 bereits zum 20. Mal. Denn nicht zuletzt durch das Engagement von Doris Voll konnte sich das Fundraising nach der Wende in Ostdeutschland etablieren. 1991 hat sie zusammen mit ihrem Mann und einigen Freunden in Thüringen das Bildungswerk BLITZ gegründet, das sich für ein demokratisches und solidarisches Miteinander starkmacht und mittlerweile ein anerkannter Bildungsträger ist. Und auch die Bürgerstiftung Jena-Saale-Holzland ist auf die Initiative der „unermüdlichen Pionierin und Gründerin" entstanden, wie ihre Fundraising-Kollegin Marita Haibach sie in ihrer Laudatio zum Deutschen Fundraising-Preis nannte. Den erhielt Doris Voll in diesem Jahr für ihr unablässiges Engagement im Fundraising in Deutschland.

▶ www.doris-voll.de

**Wollen auch Sie diesen Fragebogen ausfüllen?**
**Dann senden Sie bitte Ihre Antworten sowie ein Foto an *redaktion@fundraising-magazin.de*!**

**1. Was wollten Sie als Kind werden?**

*Schriftstellerin*

**2. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?**

*Mir fällt keins ein. Ich vermute, das liegt daran, dass ich gerne weghöre, wenn es für mich unverständlich wird.*

**3. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?**

*Ich würde gerne ein neues Projekt anstoßen, in dem sich ganz unterschiedliche Menschen mit ganz unterschiedlichen Hintergründen und Lebenswelten begegnen, um sich zu verstehen und nicht, um den anderen zu überzeugen. Es ist so schwer, sich freundlich und interessiert und offen zuzuhören. Oft erlebe ich, dass sich Menschen ärgern oder wütend werden, wenn andere nicht das tun oder sagen, was sie selbst richtig finden. Begegnung, Diskussion, gegenseitige Anregung und Bereicherung finden dann nicht statt. Das wäre ein Projekt in Richtung Demokratieentwicklung, Förderung von Respekt und Toleranz und gewaltfreiem Miteinander – am liebsten vor Ort und genauso auf die große Politik bezogen.*

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

*Ich würde durch Ost- und Westdeutschland fahren, Bilder machen und mit Menschen reden und aufschreiben, was diese Menschen erzählen. Ich würde intensiv Tagebuch führen über meine Eindrücke und ganz viel fragen.*

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

*Puuh – eine schwere Frage. Es gibt so viele Menschen, die Großartiges geleistet haben und die nicht in der Öffentlichkeit stehen: allen Menschen, die ihr Leben aufs Spiel setzen, um anderen zu helfen.*

# mit Kindern

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

*Ich frage ihn, was er denkt und was ihn interessiert, wofür er sich engagiert und was ihm am Herzen liegt.*

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

*… sind Stress, Menschenverachtung und Ängste, die blockieren.*

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

*Lesen, rausgehen und in den Himmel gucken, kochen, dösen …*

**9. Worüber können Sie lachen?**

*Ich lache gerne mit Kindern. Sie sind oft so ansteckend fröhlich und lachen in die Welt. Ich lache auch gerne mit anderen über komische Situationen oder verrückte Missverständnisse. Über die meisten Witze kann ich leider nicht lachen.*

**10. Wann reißt Ihr Geduldsfaden?**

*Wenn Menschen nicht zuhören, während andere reden. Wenn ich drei Mal umsteigen muss und die Bahn immer unpünktlicher wird. Ich glaube, wenn ich noch ein bisschen nachdenke, fällt mir da noch einiges ein.*

**11. Was war früher besser?**

*Mir scheint, wir hatten früher weniger Optionen, Wahlmöglichkeiten, Informationsquellen – und damit verbunden auch weniger Stress. Ich bin mir nicht sicher, ob das wirklich besser war, aber manchmal sehne ich mich danach, dass ich weder auswählen noch entscheiden muss. Aus heutiger Sicht denke ich, dass mein Leben leichter war.*

**12. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?**

*In Italien, in den Bergen und in der Nähe des Meeres. Vielleicht im Piemont …*

**13. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?**

*Es lag ihr am Herzen, ihre eigenen Stärken und Ressourcen zu entdecken und sie für sich und für andere zu nutzen. Es lag ihr am Herzen, empathisch in Kontakt zu sein mit der Welt.*

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

*… eine Form des Engagements und der Botschaft: Ich finde es toll, was ihr tut.*




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 Dresdner Christstollen® gewinnen

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

Diesmal verlosen wir unter allen, die das Lösungswort herausfinden und bis zur Deadline an uns senden (wie das geht, steht unten) eine weihnachtliche Köstlichkeit aus unserer Region: Drei Echte Dresdner Christstollen®,

natürlich mit Qualitätssiegel, warten darauf, von Ihnen verspeist zu werden. Wir kaufen die Stollen persönlich bei „unserem" Bäcker, etwa 500 Meter vom Redaktionsbüro entfernt. Unter *www.baeckerei-gehre.de* können Sie ihm bei der Herstellung zuschauen und erfahren alles über das legendäre Dresdner Gebäck. Und falls Sie keinen Süßkram mögen, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!

Seite 63

Seite 74

Seite 80

**1 Die europäische Datenschutzggrundverordnung (DSGVO) feiert Geburtstag. Wann trat sie in Kraft?**

FRA) vor 15 Jahren
KRA) vor 10 Jahren
TRA) vor 5 Jahren

**2 Datengestützte Vorhersagen machen Fundraising-Kampagnen berechenbar. Wie heißt das Verfahren?**

DOT) Google Analytics
DIT) Predictive Analytics
DAT) Psycho Analytics

**3 TV-Werbung bei Streaming-Anbietern wie Netflix und Co.: Was muss die NGO beachten, damit dies auch sinnvoll ist?**

ION) Zielgruppen müssen identisch sein
IOT) Jugendschutz muss deaktiviert sein
IOR) Clips müssen 30 Sekunden lang sein

**So geht's:** Die Buchstaben aus den Fragen 1 bis 3 ergeben – wenn sie richtig zugeordnet wurden – das Lösungswort. Senden Sie dieses an *gewinnen@fundraising-magazin.de*. Vergessen Sie bitte die Postadresse nicht, damit Ihr Gewinn Sie auch erreicht! Diese Daten werden nur im Zusammenhang mit dem Gewinnspiel verarbeitet und nicht an Dritte weitergegeben. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Einsendeschluss ist der 6. Dezember 2023. Viel Glück!

prismainformatik

myCharity®

Microsoft Partner
Silver Enterprise Resource Planning
Silver Data Analytics

myCharity jetzt in der Cloud! Die für Spendenverwaltung optimierte Lösung in einer integrierten Business Software ist nun auch als Cloud-Lösung verfügbar

myCharity Cloud ist eine für Non-Profit Organisationen optimierte Spendenbuchhaltungs- und CRM-Lösung, die vollständig in die bewährte Buchhaltungssoftware *Microsoft Dynamics Business Central* integriert ist.

Besuchen Sie unsere Website oder kontaktieren Sie uns direkt, um sich von uns beraten zu lassen.

CLOUD

www.prisma-informatik.ch info@prismanet.ch +41 44 833 23 55

FÖRDERPROGRAMME
Haus des Stiftens

## Sichtbar - überzeugend - einfach

Mit Förderprogramme.org haben gemeinnützige Organisationen die Möglichkeit kostenlos an Geldspendenkampagnen von Unternehmen teilzunehmen. Einmal das Organisationsprofil und die Projektbeschreibung angelegt, können diese in unterschiedlichsten Kampagnen platziert werden. Alle wichtigen Informationen zur Organisation und ihren Spendenzwecken können so breitgefächert geteilt werden.

### Sichtbarkeit steigern

Breite Streuung der Projektinhalte durch Teilnahme an mehreren Kampagnen

### Spender:innen überzeugen

Aussagekräftige Formatvorlange für Organisationsprofil und Projektbeschreibung

### Spendenprozess vereinfachen

Spenden mit wenigen Klicks ermöglichen – einfach und digital

## PRAXISBEISPIEL: WIE AUS KLEIDERN 1.024.475 € SPENDEN WURDEN

Platz schaffen mit Herz: Altkleider aussortieren, versenden und Votingcode erhalten. Jeder Votingcode entspricht einer Stimme, die mitentscheidet, welche 100 Vereine und Organisationen eine Spendensumme von insgesamt 50.000€ erhalten. Bisher wurden über 1 Mio Spenden ausgeschüttet. Und die Kleider bekommen als Secondhand- oder Recycling-Ware ein zweites Leben.

Platz schaffen mit Herz | OTTO

**Jetzt auf Förderprogramme.org registrieren und mitmachen!**

## Beinahe-Legate-Experte Fabian F. Fröhlich entdeckt Möglichkeiten

*Die Chefin sagt, ich soll diese Glosse passend zum Heft-Thema schreiben. Pffff … das ist Nachlass-Fundraising! Was soll ich denn da schreiben, was annähernd lustig ist? Stichwort Pietät! Aber okay, reden wir nicht über Geld – es gibt ja so viele andere schöne Sachen, die man erben könnte. Wenn man eine NGO wäre. Ich google gleich mal …*

*Sir Benjamin Slade, ein britischer Adliger, plante – so berichtete die Zeitung „The Telegraph" – seine zahlreichen lebenden Hühner dem Tierschutzverein PETA zu vererben. (Warum muss ich da jetzt grinsen?) Und ein amerikanisches Ehepaar hinterließ der Universität von Kalifornien ihr 4500 Quadratmeter großes Haus mit der Bestimmung, dass es als Heim für ihre Katzen verwendet wird, bis diese sterben. Völlig uneigennützig. Nicht! Dann schon lieber die Sammlung seltener Teddybären: Eine Dame vermachte der Kinderhilfsorganisation „Children In Crisis" eine solche, darunter auch ein Kuscheltier von König Charles III. Aaaawwwh!*

*Die „Royal Society for the Protection of Birds" erbte eine wertvolle Briefmarkensammlung, womit die Banausen aber wohl nichts anzufangen wussten. Später versteigerten sie die auf einer Auktion. So erging es auch der über 3000 Flaschen zählenden Whisky-Sammlung, die dem „Macmillan Cancer Support" hinterlassen wurde. Ja, wie passend!*

*Geht's noch größer? Ein russisches U-Boot, nach dem Kalten Krieg stillgelegt, erbte eine amerikanische (!) Organisation. Es sollte als Museumsschiff genutzt werden. Oder gleich ein ganzes Dorf? Das Örtchen Little Rollright in Oxfordshire, Großbritannien, ging komplett an den National Trust. Da können sich die Denkmalschützer mal voll austoben.*

*Ja, es ist nicht alles Gold, was glänzt – aber manchmal eben doch: 2011 fanden, wie die BBC berichtete, Mitarbeiter in einem Altwarenladen der „British Heart Foundation" einen nicht identifizierbaren Goldklumpen. Die machten ihn natürlich direkt zu Geld – Recycling first! Das geht aber nicht immer: 2013 entdeckte man in einem Sack mit Spielzeug, der einem anderen Wohltätigkeitsladen hinterlassen wurde, einen menschlichen Schädel …*

*Doch an allem lässt sich auch das Gute sehen: Eine Organisation berichtete 2014, dass sie mehrmals Prothesen erhalten hatte. Während diese für den Verein nicht direkt nutzbar waren, zeigten sie jedoch – so steht's auf der Website – die Bereitschaft einiger Menschen, wirklich bis zuletzt alles zu geben.*

*Jetzt ist mir auch klar, warum die ganzen NGOs so stark in Nachlass-Fundraising investieren. Ich sag nur: Nichts dem Zufall überlassen! Sonst erbt man womöglich Schrottimmobilien oder, schlimmer noch, Geschäftsanteile der Deutschen Bahn.*

### Ausgabe 1/2024 erscheint am 22. Januar 2024 unter anderem mit diesen Themen

- Gut geplant ins Jahr starten: Fördermittel, Kommunikation, Rechtliches …
- Darf „schlechtes" Geld Gutes tun?
- Bewegtbild in der Spendengewinnung

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 1/2024 ist der 20.11.2023.

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 1/2024, die am 22.01.2024 erscheint, ist der 13.11.2023.

**Fotonachweise:**
Titelseite & S. 4: eelnosiva@AdobeStock | S. 5 & 40: Christian Bartsch (GÜNTHER) | S. 5 & 94: Elisabeth Glade (VOLL) | S. 6 René Grodde/atri.eu (DABERSTIEL) | S. 8: mintality | S. 10: Evgeniy Maloletka for AP | S. 13: PrettyVectors@AdobeStock | S. 20 – 30: Robert Kneschke@AdobeStock (HINTERGRUND & FARBIGE PORTRÄTS) | S. 20: Stitch@AdobeStock (SCHLÜSSEL) | S. 23: Stefan Specht | S. 29: Karen Veldkamp | S. 32: Frederico Maderno@pixabay.de/Wildtierschutz Deutschland e. V. (PLAKAT), Paul Glaser | S. 34: Andrea Humer | S. 35: Lukas Beck | S. 36: eelnosiva@AdobeStock (GROSSES BILD), Herb@AdobeStock | S. 44: Jan Knoff (GROSSES BILD), René Grodde/atri.eu | S. 46: mimi@TOKYO@AdobeStock | S. 47: Sebastian Dorbrietz | S. 48: Norbert Neumann | S. 50: DMB/Eric Lichtenscheidt | S. 56: Delusso Fotografie (KUMMER), HateAid (BALLON), SeeSaw GmbH (VIERKÖTTER, Harald Wandl/Amnesty International (ZEHETNER-HASHEMI) | S. 57: Sabine Vielmo (GÜNTNER), Kathrin Tschirner/WWF (ROTHSCHÄDL) | S. 57: Chucher (SIMON), Marc Greber (RAM), Stephan Pick (BORRECK), Tino Mueller (SCHIEMENZ), | S. 59: eveleen007@AdobeStock (AVATAR) | S. 62: DFRV | S. 72: Tierney@AdobeStock (OBEN) | S. 74: WrightStudio | S. 76: Bojan@AdobeStock | S. 77: Rendel Freude | S. 79: Ferdinando Godenzi | S. 80: sitthiphong@AdobeStock | S. 82: 200degrees@AdobeStock | S. 96: Erik Schumann@AdobeStock (STOLLEN), Nicole@pixabay (63), JeanDidier@pixabay (74), Ne w Africa@AdobeStock (80) | S. 98: oza@fotolia.com | alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der

Fundraising Akademie
WIRTSCHAFTLICH GESCHULTEN BIEDENFÖRDERN

# Der letzte Wille. Ein neuer Anfang.

Nachlass-Fundraising
braucht Geduld und Strategie.

Wir entwickeln Kampagnen, die Menschen dazu bewegen,
mit ihrem letzten Willen einen Neuanfang zu ermöglichen.

**Neugierig?**

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

fundango
Fundraising ist mehr

# Jetzt Geschenk ab hohoho len!

adfinitas

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