Branchen-Magazin für Sozialmarketing | Spenden | Vereine | Stiftungen 1|2024

FUNDRAIS!NG magazin

GUT STARTEN MIT PLAN

ISSN 1867-0563

Online-Magazin
Best-Practice, Termine, Ideen ...
Wissen, das alle weiterbringt:
web.fundraising-magazin.de

Fundraising-Shop
Fachbücher, Magazine und
Nützliches finden Sie unter
gutes-wissen.org

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

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

FUNDRAISE PRO

VERSENKEN SIE NICHT LÄNGER DAS GELD DER SPENDER*INNEN.

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

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

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

STEHLI SOFTWARE DATAWORKS

stehli software dataworks GmbH

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

Partner von POSTADRESSE GONE POSTADRESS MOVE
Systempartner von klickTel

Liebe Leserin, lieber Leser,

„Leben ist das, was passiert, während du eifrig andere Pläne machst", wird John Lennon gern zitiert. Ist es dann überhaupt sinnvoll, Dinge zu planen? Wir sagen ja und haben deshalb das Thema „Guter Start mit Plan" zum Schwerpunkt dieser Ausgabe gewählt. Gerade jetzt zum Jahresbeginn ist für viele Menschen die richtige Zeit, Ziele anzugehen und Entwicklungen voranzubringen.

Neu beim Fundraising-Magazin ist unser E-Paper. Bisher erhielten alle, die ein Abonnement haben, zum Ersterscheinungstag einen Link zur aktuellen „Blätter-PDF". Ab jetzt gibt es zusätzlich einen komfortablen Lesemodus für Handy, Tablet und PC. Unter der Internetadresse ***epaper.fundraising-magazin.de*** können Sie sich anmelden und im Magazin stöbern. Sie brauchen keine extra App dafür.

Auch beim Abonnement gibt es Verbesserungen: Auf Wunsch vieler Leserinnen und Leser besteht nun auch die Möglichkeit, ein „Ohne-Papier-Abo" abzuschließen, also E-Paper und PDF – aber eben ohne das gedruckte Heft. Unter ***abo.fundraising-magazin.de*** können Sie sich informieren und gleich bestellen.

Geplant fürs Jahr 2024 haben wir auch wieder regionale Fundraisingtage sowie das Fundraising-Symposium. Schauen Sie doch gleich mal ins Internet unter ***fundraisingtage.de*** und sichern Sie sich Ihr Ticket zum ermäßigten Preis für Gemeinnützige.

Unser nächstes Heft ist bereits unsere 100. Ausgabe – Grund genug für einen kleinen Rückblick auf ungewöhnliche Fundraising-Aktionen der letzten 20 Jahre. Fallen Ihnen da welche ein? Dann freue ich mich über einen Hinweis per E-Mail an ***redaktion@fundraising-magazin.de***

Dafür sage ich schon heute danke und wünsche Ihnen jetzt viel Freude bei der Lektüre.

Ihre

Daniela Münster,
Chefredakteurin

direct.
AGENTUR + LETTERSHOP
www.directpunkt.de

Thema

2024
Gut starten mit Plan

Selbst-Für-Sorge 22
Warum aktives Stressmanagement auch im Fundraising wichtig ist

Die meistunterschätzten Fördermittel 2024 24
Was Fördermittelprofis empfehlen und was man dafür tun muss

Gut geplant ist halb gewonnen 26
Strategische Kommunikationsplanung ist ein wichtiger Erfolgsfaktor

Das ändert sich 2024 steuerlich und rechtlich 28
Steuerliche Abzugsfähigkeit für alle gemeinnützigen Organisationen in Österreich

Projekte & Stiftungen

Totenkopf und Engelsflügel 34
Eine Regensburger Kirchengemeinde und ihr Fundraiser wollen einen Friedhof beleben

Einfach helfen 36
In Halle werden geflüchtete Familien mit erkrankten Kindern unterstützt

Armut ist weiblich 38
Die Caritas Wien erhielt den Fundraising Award für ihre Frauentag-Kampagne

Alles so schön bunt hier 46
Ein Blick auf die vielfältige deutsche Stiftungslandschaft

Ende mit Ansage 48
Die Stiftung „maecenia“ beendet ihre Arbeit

Fortwirken durch Zusammenwirken 50
Digitale Plattform schafft neue Wege des Fundraisings

Praxis & Erfahrung

Darf schlechtes Geld Gutes tun? 72
Ein Denkanstoß zur Ethik im Fundraising

Von Influencern lernen 74
Bewegtbild und serielles Erzählen in Fundraising und Campaigning

Aufräumen im Adressbuch 76
Fehlerfreie Adressen erhöhen die Wirtschaftlichkeit von Spendenmailings

Anlass-Spenden und Datenschutz 78
Warum der Umgang mit Adressen der Spendenden klar geregelt werden muss

Eine Welt ohne Cookies? 80
Die Bedeutung von „First Party Daten“ wird zunehmen

Wir stehen im Testament! 82
Beziehungsmanagement mit Nachlass-Spendern

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

Dr. Michael Stampfer

... spricht über Künstliche Intelligenz und Digitalen Humanismus 16

Carolin Krämer

... erklärt ihr neuestes Fundraising-Programm für Vermögende 40

Rachel Schmitt

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

Susanne Prochnow

... hat unseren beliebten Fundraising-Fragebogen ausgefüllt 94

Aktuell

Ein Spitzen-Jahrgang 30
Erstmals 1,1 Milliarden Euro Spenden in Österreich

Meinungen

Persönliche Gedanken 14
von Kai Dörfner:
Themen sind wichtiger als Geschenke

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

Köpfe & Karrieren

Neue Aufgaben 56
100 Tage im neuen Job 60

Rubriken

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

Autorinnen & Autoren

... dieser Ausgabe:
Dr. Andreas Anker, Matthias Daberstiel, Marcus Dohm, Kai Dörfner, Christina Durwen, Kurt Manus, Matthias Marx, Nina Mies, Daniela Münster, Ute Nitzsche, Jörg Reschke, Alexandra Ripken, Johannes Ruzicka, Stephanie Schmidt, Nadine Shalala, Karin Sommer, Tabea Sternberg, Jan Uekermann, Christian Vogel, Benjamin Weber, Dr. Martin Weindl, Bettina Werneburg, Joana Witkowski

vanacken
Druckerei & Verlag

Es gibt viele bunte Vögel da draußen …

Welcher passt zu Ihnen?

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

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

van Acken: Profi in Sachen Druckerei und Verlag

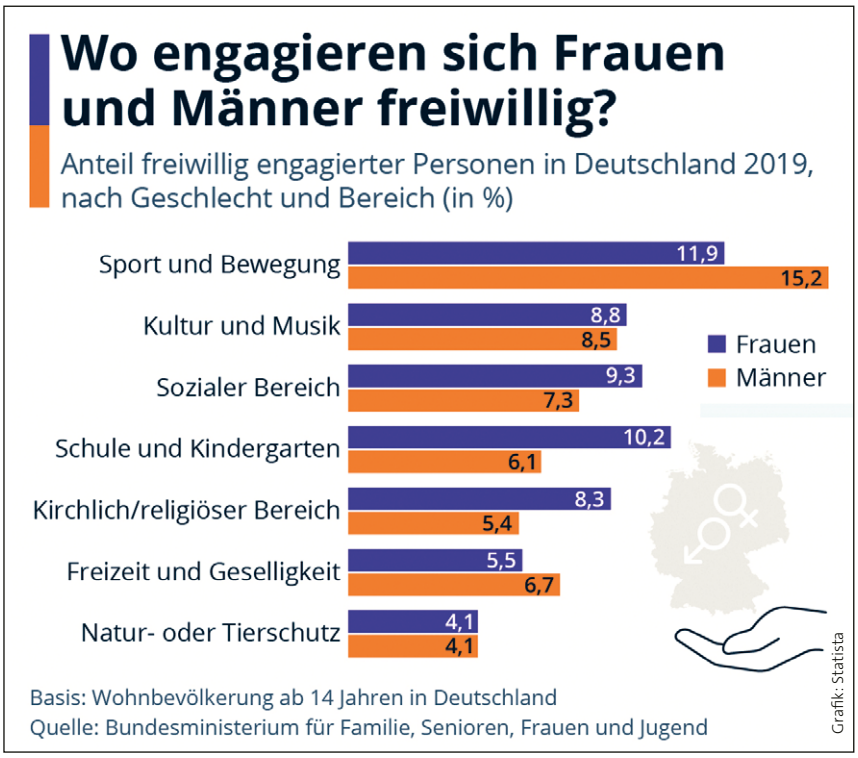
Lernen Sie unsere „Vögel“ kennen.

Wir freuen uns auf Sie!

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

Zahlen & Fakten

Mehr Engagierte als gedacht



Gefühlt hat das soziale Engagement der Menschen ja nachgelassen – aber diese Zahlen des deutschen Bundesfamilienministeriums zeigen einen anderen Trend: Das freiwillige Engagement in Deutschland ist aktuell auf einem höheren Niveau als noch in den 1990er und 2000er Jahren. So waren im Jahr 1999 nur 21,6 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren freiwillig engagiert. Dieses Level hielt sich bis zur Erhebung des Jahres 2009. 2014 und 2019 waren hingegen rund 40 Prozent freiwillig engagiert. Dies entspricht 29 Millionen Menschen. Die Erhebung findet alle fünf Jahre statt und gibt Anlass zu vorsichtigem Optimismus.

▶ https://de.statista.com

Und sonst so …

Weltrekord am Gummiband

Wer es noch nicht wusste: Am 10. Oktober wird jährlich der Welttag der psychischen Gesundheit begangen. Der Neuseeländer Mike Heard wusste das. Er hat den Tag im vergangenen Jahr dazu genutzt, sich etwas locker zu machen: Er ist innerhalb von 24 Stunden ganze 941 Mal von der Auckland Bridge gesprungen, natürlich gesichert. Die Weltrekord-Aktion im Bungee Jumping wurde auf YouTube live gestreamt. Neben dem Spaß wollte Heard auf die Problematik psychischer Gesundheit aufmerksam machen und hat gleichzeitig mit der Aktion Spenden für die Mental Health Foundation gesammelt. Zur Nachahmung ist das allerdings nicht unbedingt zu empfehlen. Heard ist schon in der Vergangenheit mehrere hundert Mal von der Auckland Bridge gesprungen.

▶ www.mentalhealth.org.nz

MEINE MEINUNG

„Eine Spende macht nichts wieder gut!“

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

Was war noch mal am 28.11.2023? Richtig, der Giving Tuesday. Schaut man in die deutsche Medienlandschaft, so ist das Thema auf wenig Echo gestoßen. Lediglich der „Tagesspiegel“ brachte einen Beitrag, verbunden mit der Frage, was das eigentlich sei. Anders in Österreich und der Schweiz, wo zumindest über Spendenpartnerschaften zwischen Unternehmen und Non-Profit-Organisationen berichtet wurde.

Die Geschichte des Fundraisings zeigt, dass viele Dinge, die im englischsprachigen Raum funktionieren, im deutschsprachigen Raum einer Anpassung bedürfen. Das Warten darauf, dass der konsumrauschende Black Friday oder der Blue Monday bei uns auch einen Giving Tuesday auslösen, endete auch 2023 ernüchternd. Es fehlt die Tradition des Thanks Giving dahinter.

Zu Recht kann man die Frage stellen, ob es den Giving Tuesday als Ablasstag vom Konsum überhaupt braucht. Europa hatte historisch gesehen mit dem Thema Ablass eher keine guten Erfahrungen gemacht. Viel entscheidender ist doch aber die Frage, was die Menschen motiviert, ausgerechnet an einem Dienstag im November oder Dezember zu spenden? Es sind die Spendenaufrufe der Organisationen. Es sind kreative Aktionen von Menschen für den guten Zweck. Das gebündelt an einen Tag zu geben, ist richtig. Aber es an den Konsumanschub des Handels zu ketten, der große Imageprobleme hat, eher kontraproduktiv.

Eine Spende ist kein Ablass. Mit einer Spende macht man nichts wieder gut. Wer das verstanden hat, schafft vielleicht einen besseren Giving Tuesday 2024.

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

WAS IHNEN HILFT FÜR GUTE TATEN? GUTE DATEN.

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

WALTER SCHMID
FUNDRAISING & DATA

Drei Fragen an … Reginald Rink

Die RaiseNow AG fusioniert mit der belgischen Spendenplattform Koalect

? Die RaiseNow AG expandiert weiter. Was ist das Ziel des Zusammenschlusses mit der belgischen Crowdfunding-Plattform Koalect?

Der Zusammenschluss mit Koalect ermöglicht es uns, unseren Kunden ein vielfältigeres Angebot an Crowd- und Peer to Peer-Lösungen zu bieten. Unser Hauptziel ist es, ein verlässlicher Partner im Bereich des digitalen Fundraisings zu sein und unsere Technologien als Katalysator für positive Veränderungen und eine inklusivere Welt einzusetzen.

? Wo sehen Sie Synergien?

Die Synergien entstehen durch die Erweiterung unseres Portfolios, das nun Koalects innovative Lösungen umfasst. Dies ermöglicht es uns, ein umfassenderes und vielfältigeres Angebot zu präsentieren, das den unterschiedlichen Bedürfnissen unserer Kunden gerecht wird und ihnen mehr Möglichkeiten bietet, ihre Fundraising-Ziele zu erreichen. Unsere bestehenden Funktionalitäten, wie etwa CRM-Anbindungen und unsere Payment-Expertise, bleiben unverändert.

Reginald Rink …

… ist Head of Product bei der RaiseNow AG. Er unterstreicht die Vorteile des Zusammenschlusses mit der Spendenplattform Koalect für die Kunden beider Unternehmen.

? Was ändert sich für die Kunden?

RaiseNow-Kunden können sich auf ein erweitertes Produktangebot freuen, das in Zukunft auch Koalects innovative Crowdfunding-Tools und Fundraising-Pages umfasst. Koalects Kunden wiederum erhalten durch RaiseNow Zugang zu einem breiteren Markt in der EU. Insgesamt können Kunden eine intensivere Partnerschaft erwarten, bei der ihre Bedürfnisse, Herausforderungen und Bestrebungen im Mittelpunkt stehen, um ihnen die notwendigen Werkzeuge für ihre Ziele zu bieten.

▶ www.raisenow.com

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

Kurzgefasst ...

Vorbehalte gegen Bürgerbeteiligung?

Die Allianz Vielfältige Demokratie hat eine digitale Arbeitshilfe veröffentlicht, die dabei helfen soll, ein unvoreingenommenes Bild von guter Bürgerbeteiligung zu bekommen oder zu vermitteln. Dafür wurden die zehn häufigsten Vorbehalte gegen Bürgerbeteiligung gesammelt und ihnen fundierte Argumente aus der täglichen Praxis entgegengesetzt.

▶ www.allianz-vielfaeltige-demokratie.de

Civic Data Lab gestartet

Ende November ist das Civic Data Lab der Diakonie gestartet. Die Initiative vernetzt Akteure der Zivilgesellschaft und unterstützt sie beim Aufbau von Datenkompetenzen und bei ihren Datenvorhaben. Ziel ist es, die Zivilgesellschaft zu befähigen, ihre Daten für das Gemeinwohl und eine gerechte soziale Gesellschaft zu nutzen.

▶ www.civic-data.de

Fachverband Bürgerbeteiligung gegründet

Mit dem neuen Fachverband Bürgerbeteiligung gibt es einen demokratisch legitimierten Ansprechpartner der Beteiligungsbranche. In ihm sind bereits über 120 kommunale und andere öffentliche Beteiliger, Vorhabenträger, wissenschaftliche Einrichtungen und Beteiligungsdienstleister vertreten. Im Mittelpunkt steht der Austausch zu den zahlreichen Themen, die sich in der Praxis der Beteiligung stellen.

▶ www.fvbb.info

Kultur: Leitfaden Projektförderung

Ein neuer Leitfaden der KM Kulturmanagement Network GmbH bietet umfassende Unterstützung bei der Beantragung und Verwaltung von Fördermitteln. Er begleitet praktisch und anwendbar von der Ideenentwicklung bis zur Erfolgsmessung. Darin enthalten sind auch Tipps und Tricks für effizientes Fördermittelmanagement, inklusive Excel-Vorlage.

▶ www.kulturmanagement.net

ZiviZ-Survey 2023

Zivilgesellschaftliche Organisationen sind im Wandel – Zugangschancen neuer Gruppen zum Engagement müssen verbessert, Kooperationen mit dem Staat ausgebaut werden. So lauten die zentralen Erkenntnisse des ZiviZ-Survey 2023, mit dem der Stifterverband jährlich die aktuelle Lage der Zivilgesellschaft einordnet.

▶ www.ziviz.de/ziviz-survey

Streit unter Experten. Wem fällt die beste Dialogzeile für dieses Foto ein? Der Disput zwischen Finken wurde vom polnischen Fotografen Jacek Stankiewicz eingefangen. Mit dem Motiv gewann er in den Kategorien „Affinity Photo 2 People's Choice Award" und „Junior Award" des Comedy Wildlife Photography Award 2023. Wenn ein solches Motiv mal nicht ganz besonders Lust auf Tier- und Naturschutz macht …

▶ www.comedywildlifephoto.com

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

Fundraisingtage 2024

Erfahrungsaustausch vor Ort und gute Gespräche von Mensch zu Mensch

Es bleibt dabei: Die persönliche Vernetzung mit Fundraiserinnen und Fundraisern direkt und vor Ort funktioniert immer noch am besten und wird von allen Vertretern der Branche geschätzt. Deshalb lädt das Fundraising-Magazin als Veranstalter auch in diesem Jahr wieder zu den Fundraisingtagen nach Gelsenkirchen, München, Stuttgart/Filderstadt und voraussichtlich im Herbst nach Berlin. Als Referenten sind wie immer Expertinnen und Experten der Branche eingeladen, die in lebhaftem Austausch mit den Teilnehmenden Best-Practice-Erfahrungen teilen und Tipps und Tricks für erfolgreiches, nachhaltiges Fundraising vermitteln. Im Aufeinandertreffen erfahrener Profis und Einsteiger gelingt Bereicherung für alle.

Die Anmeldung auf der Website ist geöffnet. Die Termine sind:

- Fundraisingtag NRW am 1. Februar in Gelsenkirchen
- Fundraisingtag München am 14. März in München
- Fundraisingtag Stuttgart am 27. Juni in Filderstadt
- Fundraisingtag Berlin-Brandenburg im Herbst in Berlin

▶ www.fundraisingtage.de

dialog4good

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

Kompetent, menschlich, digital.

Telefon-Fundraising schafft Bindung.

In- & Outbound-Telefonie

Spendenservice

Chat-Service

Beratung & Schulung

illustrationen: shutterstock.com

IHR KONTAKT:

Sebastian Maetzel · Manuela Ewert

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

dialog4good GmbH • Boxhagener Straße 119 • 10245 Berlin

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

MITGLIED IM: DDV Die treibende Kraft der Data Driven Economy

gutes-wissen.org

Das Portal für die Gute Sache

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

Wissen

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

Job-Portal

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

NPO-Campus

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

Shop

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

Profis

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

Mit der Kompetenz vom
FUNDRAISING magazin

www.gutes-wissen.org

Schöner scheitern

… mit Give-aways

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.

Von ALEXANDRA RIPKEN

„Hauptsache schön schlank!" – Nö, dieses Motto teile ich nicht. Nullinger. Bis auf eine Ausnahme – Fundraising. Denn hier gilt für mich klar und unmissverständlich: Keine Extrawürste. Bleibe eng beim Kernanliegen deiner Organisation.

Wieso sage ich das? Weil ich die Stimme einer Großspenderin dazu im Ohr habe. Sie war sauer über meinen Herbstgruß. Der war eine mit unserem Logo bestickte Mütze. Ich dachte, dass die Spenderin damit ihre Haltung leicht nach außen zeigen könnte. Das gut fände. Pustekuchen! Die Dame schickte die Kopfbedeckung prompt mit einer gepfefferten Nachricht zurück. Deshalb rief ich sie sofort an. Klipp und klar formulierte sie in unserem Gespräch, keine solchen Extras zu wollen. Die nervten sie. Mützen, Kugelschreiber, Freundschaftsbändchen habe sie wahrlich genug. Deswegen spende sie doch nicht. Wer denkt denn so was? Ob wir jetzt auch mit diesem Kram anfangen wollten? Vielmehr wolle sie erleben, wie wir arbeiten. Welche Wirkung wir erzielen, sprich, welche Wirkung sie mit uns erzielen kann. Darauf käme es ihr an.

Absolut beruhigend war für sie, dass mir die Mütze beim Aufräumen unseres Lagers in die Hände gefallen sei. Es sei also keine Extra-Anfertigung für sie gewesen. Wir verabschiedeten uns ausgesöhnt voneinander. Sie will weiterhin mit uns Gutes. Und ich bette zukünftig Beigaben in einen Hintergrund ein, der die Kosten benennt. Damit besänftige ich die Spenderinnen und Spender und bleibe deutlicher am Kern unseres Auftrags. Denn um den geht es den Spendern.

Bei meinen nächsten Mützen ergänzte ich den Satz, dass mir die Mütze beim Aufräumen in die Hände gefallen sei. Was nämlich auch stimmt. Weitere Beschwerden kamen seitdem nicht mehr. Dafür aber begeisterte Danksagungen als Rückmeldung.

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

Alexandra Ripken ist seit knapp 20 Jahren leidenschaftliche Großspenden-Fundraiserin mit Stationen in Kirchengemeinden, Brot für die Welt, IJM und jetzt Amnesty. Dort verantwortet sie Major und Middle Donors, Unternehmen und die Stiftung Menschenrechte.

Themen sind wichtiger als Geschenke

Persönliche Gedanken von Kai Dörfner

Wir suchen im Fundraising nach Spendern. Zum Beispiel suchen wir anhand soziodemografischer Kriterien nach Menschen, die in der Fachsprache als spendenaffin bezeichnet werden. Menschen also, die es gewohnt sind, zu spenden und dies auch mehr oder weniger gern und häufig tun.

Zur Weihnachtszeit erhalte ich viele Spendenbriefe, die versuchen, mit Beilagen (unbrauchbare Kalender, Adventskalender auf dem grafischen Niveau von Dreijährigen, billige Weihnachtsklappkarten etc.) meine Spendengunst zu erlangen. Das erinnert an Messebesuche. Auf Messen gibt es die Menschen, die große Tüten bei sich tragen und an jedem Stand nach Gratismustern und Give-aways Ausschau halten („Bitte zwei, für die Kinder!"). Pflichtschuldig sehen sie sich manchmal noch die Exponate am Stand an. Doch im Wesentlichen möchten sie nicht vom Team am Stand angesprochen werden. Anders verhalten sich tatsächlich Interessierte. Ihr Fokus gilt den ausgestellten Produkten, auf ihre Fragen erwarten sie kompetente Antworten. Keine Firma hat gesteigertes Interesse an den Visitenkarten der reinen Give-away-Interessierten.

Wenn wir nach Personen suchen, die leicht auf Spendenbitten reagieren, haben wir ein ähnliches Problem. Diese Menschen spenden vielen Organisationen, gerne an 20 bis 30 pro Jahr. Und sie scheinen gerne spontan zu geben, positiv auf Spendenbriefe zu reagieren. Doch das Idealbild aus Organisationssicht für verlässliches Fundraising ist, dass wir Menschen finden, die für unser Anliegen brennen und unser Anliegen so vermitteln, dass es uns gelingt, neue Menschen mit unserem Thema nachhaltig zu infizieren.

„Fundraising is the gentle art to teach the joy of giving", lautet das berühmte Zitat des US-Fundraisers Henry A. Rosso. Doch die Freude am Geben zu lehren, ist definitiv zu wenig. Es muss darum gehen, die Freude an der Veränderung, die Freude am Helfen, die Freude am Engagement zu lehren. Dies sind die nachhaltigen Werte für eine stabile Beziehung zwischen Organisationen und Fördernden.

Unsere Kommunikation muss zeigen, dass unsere Organisation aus engagierten Personen besteht und Handeln etwas verändert. Und ja, Spenden ist ein Teil dieses Handelns. Lasst uns die Hefe sein, um den Kuchen der Zivilgesellschaft ordentlich aufgehen zu lassen, anstelle uns um die letzten Krümel sogenannter spendenaffiner Personen zu streiten. Das schenkt uns den Blick der Fülle.

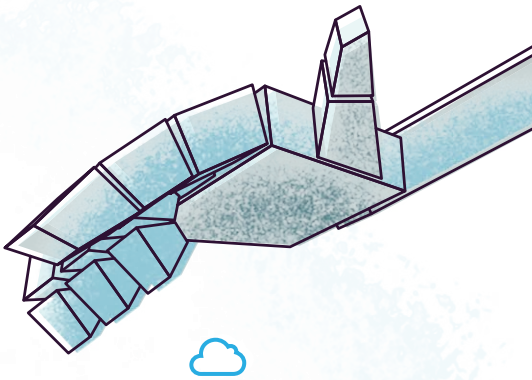
Meine Tipps zum Weiterdenken:

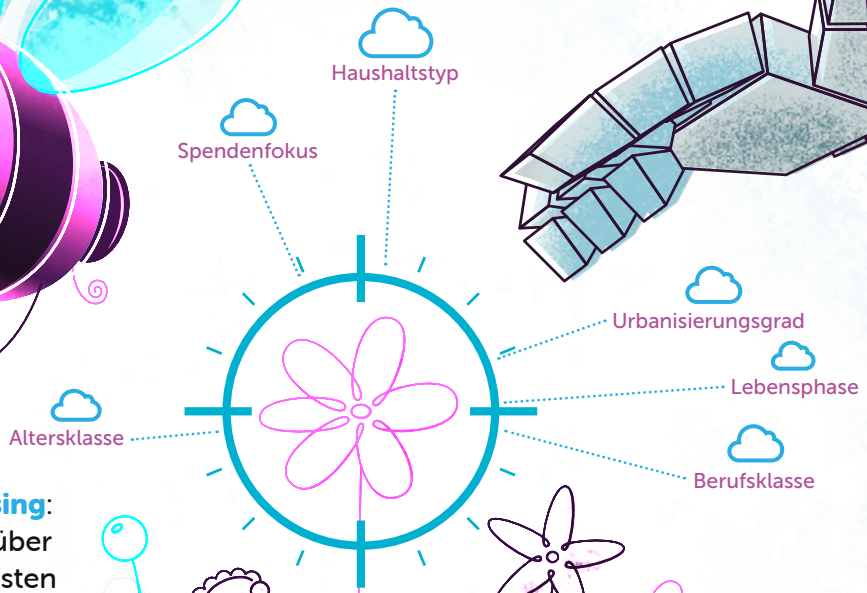
- Wir sollten es vermeiden, Menschen anzuziehen, die nicht an unseren Themen, sondern an Geschenken interessiert sind.
- Wir müssen Ansätze im Fundraising kultivieren, mit denen wir Menschen begeistern, mit unserem „Virus" infizieren.
- Es hilft, die inhaltlich stärksten Themen unserer NPO für das Gewinnen neuer Unterstützer zu perfektionieren und vom Themen-Hopping wegzukommen.
- Fundraising ist Weltverbesserung. Und die geschieht immer auch in Opposition oder kritischer Begleitung staatlicher Instanzen. Zeigen wir in unserer Kommunikation die Macht der Individuen (zum Beispiel der Mitarbeitenden)!

Kai Dörfner ist Stiftungsmanager und Fachbuchautor. Er arbeitete nach seinem Studium der Soziologie als Bundesgeschäftsführer der Deutschen Wanderjugend. Nach einer Ausbildung an der Fundraising-Akademie ist er seit 2002 bei der Evangelischen Gesellschaft Stuttgart, der eva, beschäftigt und leitet den Bereich „Kommunikation – Freunde und Förderer". Außerdem ist er seit 2003 Geschäftsführer der von ihm aufgebauten Stiftung der Evangelischen Gesellschaft Stuttgart (eva's Stiftung).
▶ www.fundraising-coach.de

BEE-FUNDRAISING!

Bienen riechen über ihre Antennen bienenfreundliche Blüten. Diese signalisieren: hier sammelst Du den besten Nektar und grosse Pollen!





So funktioniert auch **Bee-Fundraising**: unsere KI selektiert, auf Basis von über 100 Merkmalen, die aussichtsreichsten Förderer und optimiert damit den Ertrag.

www.creativ.ch/bee-fundraising

creati</> SOFTWARE

WIR MACHEN KOMPLEXES EINFACH

„Wir werden erst noch erfahren, was Maschinen können und kennen“

Zum Thema Künstliche Intelligenz (KI) haben inzwischen fast alle eine Meinung und scheinen Bescheid zu wissen. Dabei beschränken sich die Ansichten oft auf technische Möglichkeiten. Was aber ist mit der Frage danach, wo wir den Umgang mit KI rechtlich einordnen? Was bedeutet ein sicherer Umgang mit KI? Und kann man hier mit Moral argumentieren? Dr. Michael Stampfer vom Wiener Wissenschafts-, Forschungs- und Technologiefonds hat darauf konkrete Antworten und sagt, warum es einen Digitalen Humanismus braucht.

? Sie beschäftigen sich in Ihrer Arbeit mit ethischen Aspekten innerhalb des digitalen Raumes. Solche Fragen sind auch für den Dritten Sektor relevant. Sind hier durch den Hype um KI neue Herausforderungen entstanden?

Ich bin vom Grundberuf her Forschungsförderer. Da geht es auch um ethische Fragestellungen: Sind Forscherinnen anständig in dem, was sie tun? Gibt es Grenzen der Forschung? Gibt es Grenzen dessen, wo der Staat Geld hingeben kann? Wem soll er das Geld geben, und so weiter. Aber letztlich sind es da strukturelle und politische Fragen, die die Ethik sehr stark prägen. Und ähnlich ist es auch in der Digitalisierung. Dabei ist es sehr wichtig, was eine Unternehmerin, was ein Software-Entwickler im Kopf und im Herzen haben. Haben sie dort Dunkles, hilft die beste Ethik nix. Dann gibt es nur Ausweichversuche, illegale Absprachen oder den Versuch, für sich einen kurzfristigen Vorteil zu schaffen. Ethik ist wichtig und sollte vom Elternhaus, der Schule, den Kollegen und den Fachverbänden, den zivilgesellschaftlichen Organisationen und von wem auch immer vorgelebt werden. Aber zu denken, dass es mit der Ethik getan ist, ist naiv. Die Vorstellung, dass alles gut wird, wenn nur alle gut sind, trifft eben nicht zu. Unsere Wiener Initiative des Digitalen Humanismus (www.caiml.org/dighum) *verbindet Ethik mit Regulierung.*

? Also geht es nicht ohne Vorgaben durch die Politik?

Es braucht auch im Bereich der KI Regulierungen und Verhaltensregeln – die natürlich auf ethischen Grundsätzen und nicht nur auf rein utilitaristischen Gesichtspunkten oder der Eleganz einer Softwarelösung aufbauen. Und jetzt, durch den Hype, sind wir alle so alarmiert, dass sich das langsam durchsetzt. Idealerweise wird der Digitale Humanismus eines Tages überflüssig, weil es politische Strukturen und Regulierungsstrukturen gibt, die es ermöglichen, Monopolismus, Fake News und Bedrohungen für die Demokratie unter Kontrolle zu halten.

? Wir haben doch die existierenden Grundrechte.

Ferdinand von Schirach hat mit „Jeder Mensch“ ja schon so eine Art Manifest vorgelegt: Wir brauchen digitale Grund- und Freiheitsrechte. Schaut man sich die existierenden Grund- und Freiheitsrechte genau an, sind die so flexibel formuliert, dass das eher eine interpretative als eine neu zu schaffende Aufgabe ist. Und daraus leite ich ab, dass wir genug zivilisatorische Liegestütze gemacht haben, was Recht und Wirtschaft und Gesellschaft und Kultur und Zusammenleben betrifft, dass wir die nicht alle vergessen brauchen, sondern von dort aus überlegen können: Wie interpretieren und entwickeln wir die weiter, damit sie auch für die digitale Welt passen? Was heißt freie Rede in der digitalen Welt? Was heißt Recht auf geistiges Eigentum oder auf die eigene Person in der digitalen Welt? Was heißt Philanthropie und etwas für die Allgemeinheit zu tun in der digitalen Welt?

? Reichen die von Ihnen erwähnten Liegestütze aber tatsächlich aus? Anfang November hat der britische Premierminister am Rand des AI Safety Summit in England die Einrichtung eines Sicherheits-Instituts für KI erklärt, das den Hub schlechthin bilden solle. Gleichzeitig aber haben die USA das gleiche für sich getan und die Gründung eines ebensolchen Instituts verkündet. Da entstehen schnell Befürchtungen, dass es zu unterschiedlichen Standards bei Kontrollen und Regulierungen kommen könnte. Wie ordnen Sie vor dem Hintergrund dessen den Artificial Intelligence Act (AI Act) der EU ein?

Das ist eine sehr gute Frage. Es gibt viele intelligente Leute, die der Multipolarität das Lied singen. Jede Kultur ist speziell und alles wird verhandelt (zur Not mit Panzern!). Da gibt es aber eine Gefahr, die man aus der Spieltheorie kennt: Eine gemeinsame Lösung ist nicht das Optimum für den einzelnen Spieler, der sich daher anders verhält. Das beschäftigt auch den gemeinnützigen Sektor immer wieder, denn sonst bauen wir ja alles auf Sand, wenn es letztlich kein Zusammenwirken zwischen verschiedenen Sektoren und verschiedenen Akteuren gibt. Jetzt ist das Problem bei der Regulierung von KI das gleiche wie bei der Klimakatastrophe. Jeder sagt: Warum … ▶

... sollen wir was tun? Die anderen tun ja auch nix. So komme ich zum AI Act und den anderen Acts in der Europäischen Union, die ich für einen bemerkenswerten Fortschritt halte. In jedem anderen Lebensbereich gibt es Unmengen an Regularien, auch zum Schutz der Menschen. Nicht alle digitalen Aktivitäten sind in gleichem Maß riskant, aber wir müssen in jedem Fall die Sicherheit der Konsumenten gewährleisten. Und jetzt gibt es 27 Staaten, die sagen, wir gehen von diesem Grundgedanken aus. Das ist ein handhabbarer, erprobter Ansatz, ein Rechtsetzungsakt, der immerhin in 15 Prozent der Staaten der Welt eingesetzt wird. Und vielleicht schließen sich andere dem an. Vielleicht gibt es noch eine bessere Art, die Sache zu regulieren; aber mir ist noch keine untergekommen, vor allem keine, die schon so weit entwickelt ist.

? Kann das als weltweite Regulierung funktionieren?

Es gibt freilich einen guten Grund für globale Regulierungen, auch deswegen, weil die Akteure so global sind. Und die sind ja nicht nur in den USA und in China, sondern die können ja überall sonst wohin hingehen, wo es keine vernünftige Rechtsdurchsetzbarkeit gibt. Dort zahlen sie keine Steuern. Dort sind sie nicht haftbar. Daher wird es wohl irgendeine globale Institution geben müssen plus eine Einigung auf ein Territorialitätsprinzip. Dort, wo die Geschäfte gemacht werden und wo die Effekte passieren. Sonst sagt Google oder Open AI oder sonst wer immer, sie hätten mit keinem Problem etwas zu tun.

Ich bin froh, dass nun eine Debatte losgeht. Und ich bin über diese Kakophonie nicht beunruhigt. Wie soll denn das sonst gehen? Alle sind aufgeregt, denn für alle steht sehr viel auf dem Spiel. Es geht ja um die Vorstellung, was man mit KI alles anstellen könnte. Endlich wieder messbares Produktionswachstum oder irgendwelche transhumanistischen Träume oder Kontrollträume. Oder dass die Welt endlich gut wird. Weiters muss ich beim Machine Learning immer aufpassen, dass ich nicht zu viel von Intelligenz spreche, weil mir diese Vermenschlichung der Technologie sehr, sehr unsympathisch ist. Also das Machine Learning zeigt jetzt massiv seine Grenzen, zum Beispiel beim autonomen Fahren. Es zeigt auch seine Grenzen bei den großen Sprachmodellen, die wahrscheinlich überwunden werden können, aber noch nicht heute. Heute raten die letztlich, aufgrund der größten Auswahlbasis, die je in der Menschheit da war, was das nächste Wort ist. Und sie raten oft nicht so gut.

? Es erscheint einfacher, Künstliche Intelligenz (noch) als „dumm" zu betrachten, weil Eigenständiges im eigentlichen Sinn der Kreativität wohl bislang nur eingeschränkt geschaffen werden kann. Wie erklären Sie sich in diesem Zusammenhang die Tatsache, dass innerhalb jener Kakophonie eine Diskussion stattfindet, die ein so extremes Spektrum aufweist? Den einen gilt KI geradezu als „Heilsbringer", andere wiederum sehen sie als den Teufel. Was ist es, das diese Diskussion so schwierig macht?

Ich finde den kollektiven Wunsch nach dem Heil genauso ekelhaft wie den kollektiven Wunsch nach dem Tod. Die Sprachmodelle bleiben ja nach wie vor beim Halluzinieren. Ist mir das unsympathisch? Oder ist es mir unsympathischer, wenn diese Grenze überwunden wird? Die Wahrscheinlichkeit, dass die versammelte dezentrale Intelligenz aus Unternehmen und akademischer Forschung irgendwas findet in den nächsten zehn Jahren, um diese Begrenzung zum Teil zu überwinden, ist durchaus gegeben. Die Frage nach Elementen, die auch Logik beinhalten, bleibt. Bekommen wir eine parallele Bildungs- und Kommunikationswelt, die halluziniert? Oder bekommen wir eine Kommunikations-, Bildungs- und soziale Welt, in der es andere Akteure gibt, die nicht aus Fleisch und Blut sind, die wirklich räsonieren können? Ich weiß es nicht, was sein wird und sein soll.

? Besteht dabei die Gefahr einer gewissen Selbstgefälligkeit? Wenn ich KI als „dumm" abtue, laufe ich eventuell Gefahr, mich in einer Position der Ignoranz einzurichten.

Das ist eine Frage, bei der es auch um angemaßte Kompetenz geht und darum, ob ich im Fall von Inkompetenz gar nicht in der Lage bin, zu erkennen, dass ich inkompetent bin. Aber: Gilt das nur für uns Menschen? Wenn wir unter dem Einfluss von Artefakten wie den Large Language Models stehen, entsteht der Gedanke einer Koevolution von Mensch und Maschine. Da fragt man sich irgendwann, wer was in Bewegung gesetzt hat. Momentan haben wir da Routinen, die teilweise jämmerlich und teilweise großartig sind.

Wir müssen damit umgehen, dass es in der Gesellschaft unterschiedliche Kompetenzen und Interessen gibt. Erst kam die weite Verbreitung des Internets, dann die der sozialen Medien und jetzt die der Sprach- und Bildgenerierungsmodelle. Und das alles in einem halben Menschenleben! In der digitalen Welt ist für uns nicht mehr erkennbar, was in guter Absicht produziert worden ist und was nicht, wie jemand tatsächlich aussieht oder ob tatsächlich etwas passiert ist oder nicht. Wenn das zwischen Mensch und Maschine verquickt ist, wissen wir nicht mehr, wo wir unsere Maßstäbe anlegen sollen. Wir befinden uns in einem Miteinander von menschlichen und maschinellen Eigenschaften, in dem wir unsere menschlichen Eigenschaften gerade noch halbwegs kennen. Wir werden erst noch erfahren, was Maschinen können und kennen. Daher plädiere ich für Digitalen Humanismus, den der WWTF auch als Forschungsförderer unterstützt.

Was ist der WWTF?

Der Wiener Wissenschafts-, Forschungs- und Technologiefonds (WWTF) ist der größte privat-gemeinnützige Forschungsförderer in Österreich. Seine Aufgaben sind die Finanzierung von Spitzenprojekten in der wissenschaftlichen Forschung und das Hereinholen exzellenter junger Forscherinnen und Forscher an den Standort Wien. Seit 2003 hat der Fonds im Rahmen von zahlreichen hochkompetitiven Calls mehr als 265 Millionen Euro in die Wiener Wissenschaft investiert. Die Calls des WWTF sind häufig zehnfach überzeichnet, und nicht alle herausragenden Projekte können mit dem vorhandenen Budget gefördert werden. Fundraising ist daher auch für den WWTF ein hochrelevantes Thema.

► *www.wwtf.at/impact-projects/digitalisation/digital-humanism*

„Was uns bei der Kaiserswerther Diakonie antreibt? Menschen stärken – jeden Tag! Kontinuität und Transparenz bilden die Basis für die so wichtige und gute Zusammenarbeit mit unseren Partnern – ein vertrauensvolles Miteinander hilft uns und unserer Mission!“

Förderstiftung der Kaiserswerther Diakonie
Christine Taylor
Leiterin Fundraising und
Geschäftsführerin der Förderstiftung

Kaiserswerther Diakonie
Menschen stärken

Kaiserswerther Diakonie
Förderstiftung
Menschen stärken

Zeit ist eine entscheidende und knappe Ressource.

Unser Team steht Ihnen mit professionellem Service und einem breit angelegten Portfolio für alle administrativen Arbeiten in Ihrer Organisation zur Seite.
Steigen Sie mit uns um auf ein Microsoft CRM-System, damit Sie Spender leicht identifizieren und betreuen können. Gemeinsam planen wir die Abläufe und realisieren alle Prozesse, um Ihr Fundraising-Projekt erfolgreich zu machen.
Wir übernehmen die Aufgaben, für die Sie eigentlich gar keine Zeit haben. Damit Sie sich auf das Wesentliche konzentrieren können: Hilfe leisten!

Sprechen Sie uns an!

ifunds

Kontakt.

kontakt@ifunds-germany.de

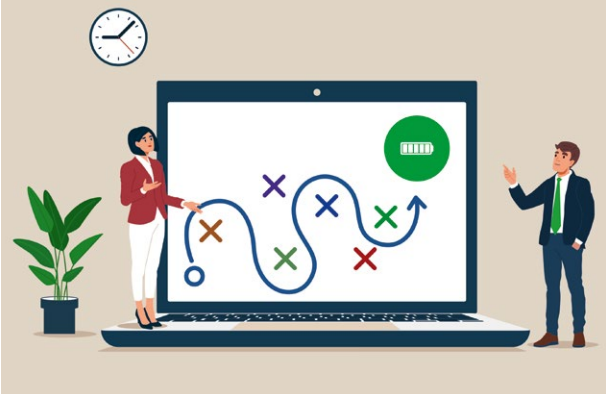
Fon +49 22 1 66 99 52 0

Foto: © ipopha/stock.adobe.com

2024

Gut starten mit Plan

Selbst-Für-Sorge



Warum aktives Stress-Management auch im Fundraising wichtig ist.

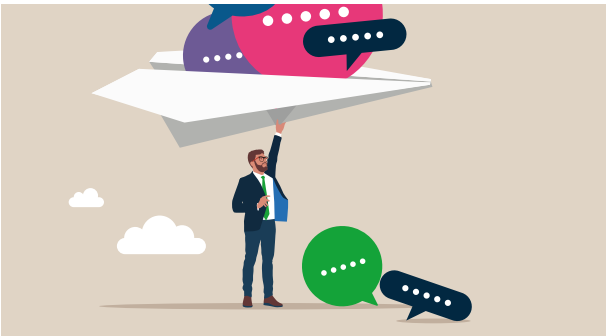
Seite 22

Die meistunterschätzten Fördermittel 2024

Was Fördermittelprofis empfehlen und was man dafür tun muss.

Seite 24

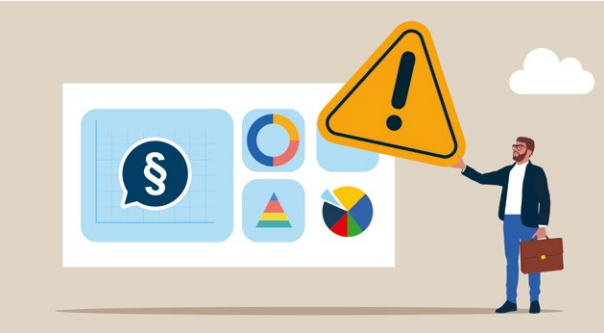
Gut geplant ist halb gewonnen



Strategische Kommunikationsplanung ist ein wichtiger Erfolgsfaktor.

Seite 26

Das ändert sich 2024 steuerlich und rechtlich



Steuerliche Abzugsfähigkeit, Lobbygesetz und Stiftungsrecht.

Seite 28

oneFIT® solutions of passion

EC CONSULTING

Die Energy für Ihr Fundraising

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

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

Selbst-Für-Sorge

Warum aktives Stressmanagement auch im Fundraising wichtig ist

Die vielleicht stressigste Zeit im Fundraising liegt gerade hinter uns. Eine Zeit, in der wir stark beansprucht werden, in der wir Erschöpfung und Müdigkeit deutlich spüren. Das neue Jahr bietet hier eine Chance: Wie wollen wir uns dem hohen Druck am Arbeitsplatz stellen? Wie wollen wir für unser Wohlbefinden sorgen? Eine gute Selbstfürsorge ist enorm wichtig – für uns selbst, unsere Familien, unseren Job.

Von JAN UEKERMANN

Fundraising ist mit großer Verantwortung verbunden. Bekommen wir das Geld zusammen oder kann das Projekt nicht durchgeführt werden? Als Folge können Kinder nicht in die Schule gehen, Essen muss rationiert, wichtige Gebäude können nicht gebaut werden. Das Fundraising-Ergebnis wird stets gemessen, intern, aber eben auch extern. Oftmals sind wir gezwungen, mit weniger Mitteln mehr Spenden zu generieren, und dabei erschweren die internen Strukturen gutes Fundraising. Daneben ist der Arbeitsalltag oft chaotisch, es muss schnell gehen, ein Notfall jagt den nächsten und die unzureichende Institutional Readiness tut ihr Übriges, uns in fordernden Zeiten zum Verzweifeln zu bringen.

Dieser Stress kann sich schwer auf unsere Arbeit legen, die viele wählen, weil wir sie als bereichernd empfinden, wir helfen wollen. Dabei auf uns zu achten, uns nicht zu verlieren, uns quasi selbst zu helfen – das vergessen wir leider viel zu oft. Doch wie wollen wir Gutes tun, ohne selbst auf der Strecke zu bleiben? Wie wollen wir weiter mit dem Herz dabei sein, im Wissen, dass die Arbeit immer mehr und anspruchsvoller und im Vergleich zu Jobs in der freien Wirtschaft aber schlechter bezahlt wird?

Selbstfürsorge ist nichts Esoterisches

Fundraising kann harte und schwierige Arbeit sein, sollte aber niemals das mentale und körperliche Wohlergehen beeinträchtigen. Self Care wird oft belächelt, und viele denken dabei vielleicht an etwas Esoterisches. Das Wichtige ist jedoch, jeden einzelnen Tag auf sich zu achten. Das können schon „einfache Dinge“ sein wie gut und gesund essen, Sport und spazieren gehen. Darüber hinaus lässt sich vieles in den Alltag integrieren. So kann man auch Freizeit planen. Hier gibt es viele Möglichkeiten, kleine Änderungen vorzunehmen: Nach 17 Uhr keine geschäftlichen E-Mails mehr lesen oder sich dreimal pro Woche eine feste Mittagspause einplanen, um im Park spazieren zu gehen. Oder richtig feste freie Zeiten einplanen, die bald zur Gewohnheit und so zur Entlastung werden?

Realistische Ziele setzen – beruflich und privat

Kann ich die Aufgabe noch erledigen und die Abgabefrist einhalten? Kann ich den Kuchen für den Kindergarten backen und die Einladung am Abend annehmen? Es ist unglaublich wichtig, gesunde Grenzen zu setzen und nein zu sagen. Viel zu oft muten wir uns zu viel zu. Das hat zur Folge, dass die eigentliche Arbeit nicht erledigt werden kann. Realistische Ziele, die wir erreichen können und wollen, führen dazu, dass wir sowohl die Erwartungen anderer an uns als auch

unsere eigenen Erwartungen an uns selbst gut managen können.

Dinge tun, die uns erfüllen

Was würde ich gern mal wieder tun? Was hat mich früher erfüllt, wonach habe ich Sehnsucht? Ich wollte mich doch schon lange mal mit dem alten Kumpel treffen oder wieder das Tanzbein schwingen. Ich würde gerne mal wieder einen Kinosaal von innen sehen oder einen langen Waldspaziergang machen – ganz für mich allein. Worauf will ich mich freuen? Am besten plane ich mir bewusst jeden Monat kleine Oasen ein, die mir Kraft geben und mich lebendig fühlen lassen.

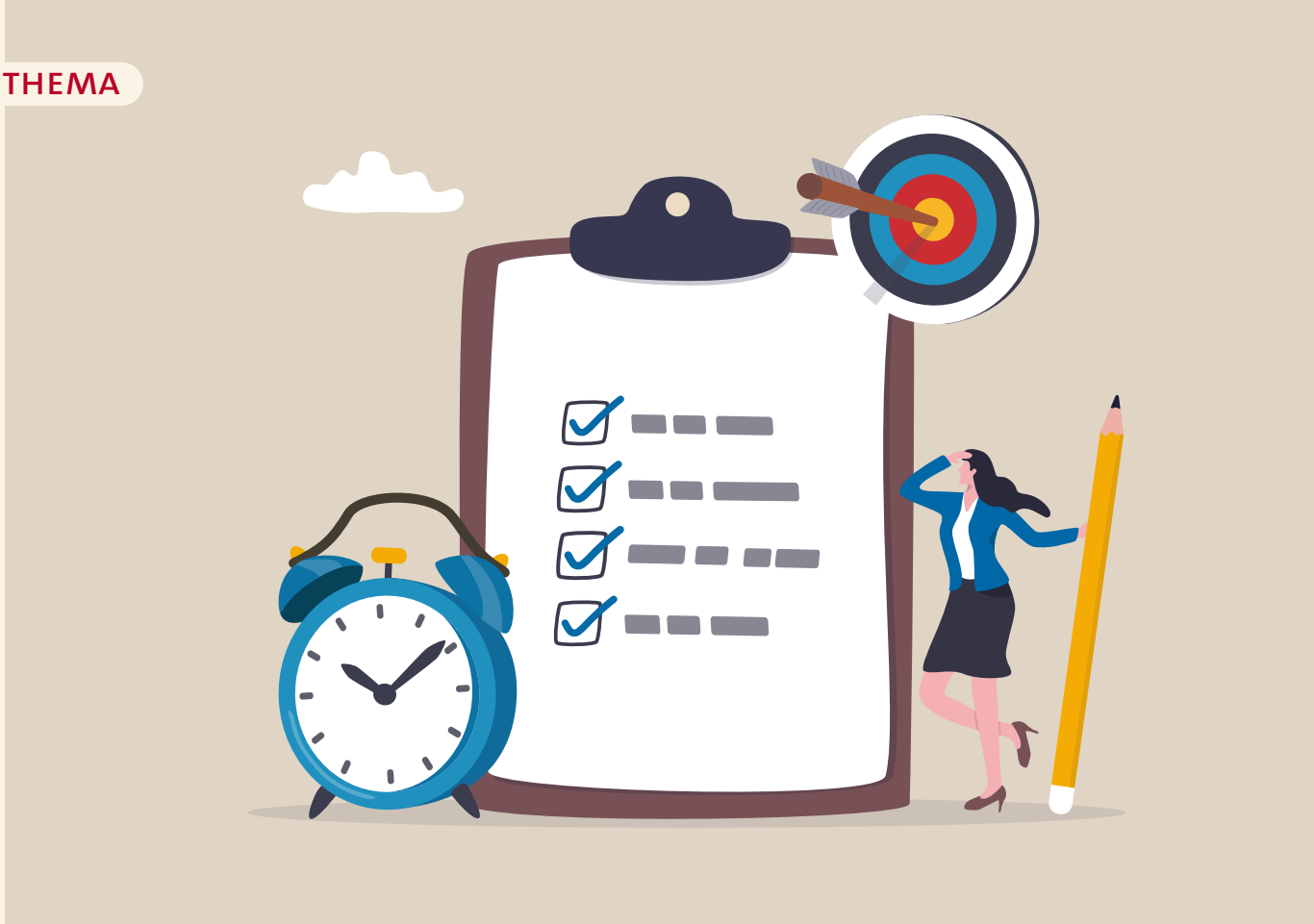
Self Care liegt in unseren Händen. Das müssen wir begreifen und die Kraft haben, uns unserer eigenen Verantwortung wieder zu stellen. Das klingt vielleicht alles sehr offensichtlich. Und das ist es auch. Aber wir tun es (meist) nicht, und erst recht nicht konsequent. Mit kleinen Schritten können wir uns aber immer mehr auch wieder um unsere eigenen Bedürfnisse kümmern und gesunde Gewohnheiten in unseren Alltag, auch in den Arbeitsalltag, integrieren.

Self Care ist auch Führungsaufgabe

Daneben sind auch die Organisationen in der Pflicht, unsere Arbeitswelt so anzupassen, dass wir nachhaltig Erfolge möglich machen können. Self Care ist auch Führungsaufgabe. 2019 hat die Weltgesundheitsorganisation (WHO) Burnout in ihre „Internationale Klassifikation der Krankheiten“ aufgenommen. Es wird betont, dass sich Burnout speziell auf Phänomene im beruflichen Kontext bezieht. Führungskräfte sind also gefragt, passende Rahmenbedingungen zu schaffen, oder Angebote wie auch externe Coaching-Begleitung oder Weiterbildungen zu ermöglichen. Unsere Passion und unser Commitment als Fundraiserinnen und Fundraiser sind wichtig und geradezu besonders für diese Berufsgruppe. Die Leidenschaft, etwas zu verändern, stachelt uns an und hilft, mit Herausforderungen gut umzugehen. Diese Hingabe kann aber schnell dazu führen, stets über unsere Grenzen hinauszugehen. Lasst uns gemeinsam darauf achten, dass wir – auch für unseren Job – unsere persönlichen Grenzen wahren.

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

Foto: Raum.net / iStock / Getty Images Plus via Getty Images



Die meistunterschätzten Fördermittel 2024

Was Fördermittelprofis empfehlen und was man dafür tun muss

Fördermittel sind aus dem Fundraising nicht mehr wegzudenken. Wir haben uns mit Fördermittel-Expertinnen und -Experten aus Deutschland unterhalten, was sie für 2024 empfehlen und wovor sie warnen.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Nicht umsonst spricht man vom Fördermitteldschungel. Ob von EU, Bund, Land, Kommune, Stiftung oder Lotterie – die Anzahl der Programme und geförderten Themen ist riesig. Deshalb ist unsere erste Frage an Menschen, die zum Thema Fördermittel beraten, welche Fördermittel eigentlich zu den meistunterschätzten gehören.

EU-Fördermittel

Für Rosita Kürbis, Fördermittelberaterin aus Berlin, und auch Heike Kraack-Tichy von emcra sind das ganz klar EU-Fördermittel. Kürbis empfiehlt speziell das CERV-Programm, Aktionsbereich Förderung von Bürgerbeteiligung und Teilhabe am demokratischen Leben der Europäischen Union. Das Programm wurde 2023 auch um den Förderschwerpunkt der Beteiligung von Kindern ergänzt.

Die Leipzigerin Barbara Ditze arbeitet vornehmlich im Kultur- und Denkmalschutzbereich. Ihre Empfehlung: „Stiftungen werden nach wie vor als Fördermittelgeberinnen unterschätzt. Die Landschaft ist nicht einfach zu durchdringen, und es ist aufwendig, den geeigneten Förderpartner zu finden. Wenn man sich aber die Mühe macht, nicht nur Listen zu durchforsten, sondern auch Kontakt aufzunehmen, kann eine Beziehung wachsen, die mehr bietet als Fördermittel." Torsten Schmotz, besser bekannt als Förderlotse, stellt auch fest, dass eine „gute Beziehung zur eigenen Kommune von vielen Non-Profits leider stark unterschätzt" wird, „denn Kommunen sind nicht unbedingt große Förderer, aber wichtige Partner, um mit ihrer Hilfe Zugang zu Förderprogrammen des Landes, des Bundes und teilweise der EU zu bekommen. Auch lokale Stiftungen können über Kommunen angesprochen werden."

Fachkräfte schulen und fördern lassen

Zweifelsohne stehen Organisationen 2024 auch vor großen Aufgaben. Fachkräftemangel und Digitalisierung sind nur zwei Themen. Heike Kraack-Tichy sieht eine Chance, das Fachkräftethema durch das Qualifizierungschancengesetz (QCG) anzugehen: „Interessierte erhalten hier bis zu 100 Prozent der Weiterbildungskosten und zusätzlich bis zu 75 Prozent Zuschuss zum Arbeitgeberbrutto im Zeitraum einer Weiterbildung." Außerdem empfiehlt sie auch das neue INQA-Programm der EU: „Das ist jetzt offen für gemeinnützige Akteure. Darüber

können maximal zwölf Beratungstage im Themenspektrum digitale Transformation vom Bund beziehungsweise der EU zu 80 Prozent bezahlt werden. Eine sehr gute Möglichkeit, sich als Organisation zukunftsfähig aufzustellen."

Assistent für die Antragstellung

Für Rosita Kürbis ist das Mikroförderprogramm der DSEE ein guter Tipp. Die Stiftung unterstützt mit einer Förderung von bis zu 2500 Euro Vereine in Marketing, Kommunikation, Beratung und Digitalisierung. Lediglich 250 Euro muss man selber mitbringen. Torsten Schmotz denkt hier eher an die neuen Möglichkeiten, welche die Digitalisierung bietet: „Ich würde mir in ChatGPT einen eigenen Assistenten für die Antragstellung anlegen, testen und mich mit Kolleginnen und Kollegen über die Erfahrungen austauschen."

Doch wie ist das alles zu schaffen? Recherchieren, Anträge stellen und dann auch abrechnen. Für Heike Kraack-Tichy eine Frage der Organisation: „1. Schritt: Fördermittelwissen intern auf mehreren Schultern verteilen. 2. Schritt: Silostrukturen überwinden und ein schlagkräftiges bereichsübergreifendes Fördermittelteam aufbauen. 3. Schritt: Vernetzung, Vernetzung, Vernetzung." Gerade zu Letzterem nimmt Torsten Schmotz auch die Leitungsebene in die Pflicht: „Neben dem handwerklichen Können als Fördermittel-Fundraiserin ist vor allem das Thema Lobby- und Netzwerkarbeit zentral für den Erfolg. Dazu müssen sich Vorstand und Geschäftsführung aktiv einbringen." Barbara Ditze empfiehlt konsequent weiterzubilden, um mehr Teammitglieder zu haben, „die kreativ und kollaborativ Ideen und Lösungen erarbeiten können".

Immer wichtiger wird es auch, seine Investitionen und täglichen Ausgaben auf Fördermöglichkeiten zu prüfen. Plattformen wie *innatura.org* oder *stifter-helfen.de* bieten da eine breite Palette an Einsparmöglichkeiten. Rosita Kürbis empfiehlt auch, sich Open-Source-Projekte wie CiviCRM anzusehen.

Beziehungen immer wichtiger

Mit Sorge schaut Kraack-Tichy auf den Bundeshaushalt 2024 und das Thema Schuldenbremse: „Jede Organisation sollte die aktuelle Politik im Bund genau im Auge behalten und sich über alternative Förderoptionen regional, national, in Europa und international informieren." Für Torsten Schmotz geht es auch um gute Kontakte zu Förderinstitutionen, was oft unterschätzt wird: „Neben guten Anträgen geht es vor allem um Beziehungsaufbau zu den Menschen, die für den Förderer arbeiten. Offene Kommunikation und gegenseitiges Vertrauen sind die Grundlagen für erfolgreiche Arbeit."

Und zwar schnell, sicher und effizient dafür sorgen, dass ihre Organisation Spendengelder erwirtschaftet. Alles klar? Für unsere Software-Entwickler auf jeden Fall.

Genau deshalb ist unsere Fundraising-Datenbank so unkompliziert wie ein Textprogramm. Außerdem plug and play einsatzbereit – eine kurze Einschulung genügt. Das Leben ist schließlich kompliziert genug.

www.hsp-fundraising.de

hsp GRUPPE

Gut geplant ist halb gewonnen

Strategische Kommunikationsplanung ist ein wichtiger Erfolgsfaktor

Kommunikation ist grundlegend für fast alle Bereiche in einer Non-Profit-Organisation. Sie vermittelt die Mission, überzeugt Spendende und ist ein wichtiger Teil der Projektarbeit. Um während des Jahres einen Fahrplan für die vielen unterschiedlichen Kommunikationsmaßnahmen zu haben, hilft eine strategische Planung.

Von KARIN SOMMER

Wer eine Strategie erstellt, setzt sich auch tiefgehend mit den zugrunde liegenden Zielen auseinander. Die Kommunikationsziele orientieren sich an den übergeordneten Zielen der Organisation und tragen zu deren Erreichung bei. Die Strategie ist dann der Königsweg dahin. Außerdem ermöglicht strategische Planung, die vorhandenen Ressourcen zielgerichtet und effektiv einzusetzen – das spart nicht nur zeitlichen Stress, sondern schont das Budget und verbessert die Timings. Durch die definierten Kernbotschaften pro Zielgruppe wird die Kommunikation außerdem relevanter, kohärente und konsistente Botschaften sorgen für Einheitlichkeit. In die feste Planung sollte aber auch Raum für Flexibilität inkludiert werden, damit die Organisation schnell reagieren kann, wenn Unvorhergesehenes passiert. Notfälle, Katastrophen und politische Entwicklungen sind nicht immer vorhersehbar und erfordern eine schnelle Kommunikation. Eine gute Kommunikationsplanung muss also von Zeit zu Zeit auch verändert und angepasst werden.

Klare Ziele planen

Ziele sollten immer SMART – also spezifisch, messbar, attraktiv, realistisch und terminiert – sein. Welche Ziele die Organisation mit ihrer Kommunikation verfolgen sollte, hängt in erster Linie vom zu verbessernden Status quo und den übergeordneten Organisationszielen ab. Kommunikation kann zum Beispiel dazu beitragen, den Bekanntheitsgrad und die Glaubwürdigkeit der NPO zu erhöhen, Projekte und Kampagnen zu begleiten, Bewusstsein zu bilden, Freiwillige und Neuspendende zu gewinnen, Beziehungen zu Spendenden zu pflegen oder Kooperationspartner und Sponsoren anzuziehen. Von den Zielen hängt es ab, welche Strategie zu ihrer Erreichung die beste ist.

Maßgeschneiderte Kernbotschaften

Wer soll welche Botschaften erhalten? Das ist ein ganz zentraler Teil jeder Kommunikationsplanung. Kernbotschaften sind die zugrunde liegenden Aussagen, die vermittelt werden sollen. Sie können von Zielgruppe zu Zielgruppe variieren, sollten aber immer zur Erreichung der Kommunikationsziele beitragen. Kernbotschaften sind darauf ausgerichtet, das Hauptinteresse der Zielgruppe anzusprechen und einen klaren Eindruck zu hinterlassen. Für die Kommunikationsplanung ist es also wichtig zu wissen, welche Zielgruppen im kommenden Jahr angesprochen werden sollen und was diesen besonders wichtig ist.

Kanäle und Budget festlegen

Zu einer vollständigen Planung gehört auch, die jeweiligen Kanäle festzulegen. Welche

Zielgruppe ist über welchen Kanal am besten zu erreichen? Darüber wird dann definiert, welche Kernbotschaften auf welchem Kanal kommuniziert werden. Wichtige Kanäle sind beispielsweise Website/Blog, Newsletter, Mailings, Social Media, Pressemitteilungen oder Telefon. Damit es während des Jahres nicht zu Engpässen oder Missverständnissen kommt, sollten Organisationen schon im Vorhinein ein Kommunikationsbudget festlegen. Kosten für beispielsweise Presseaussendungen oder Online- und Social Ads können von den Kosten des Vorjahres abgeleitet werden und hängen von den geplanten Maßnahmen ab. Durch den finanziellen Rahmen können Mitarbeitende Maßnahmen besser planen.

Abgeleitet von den „smarten" Zielen werden die KPIs (Key Performance Indicators). Welche Kennzahlen sollen durch die Kommunikation beeinflusst werden und wie? Soll etwa die Anzahl der Neuspendenden erhöht, die Durchschnittsspende gesteigert oder die Churn-Rate verringert werden? Diese KPI sind ebenfalls Teil der Planung und zahlen direkt auf die Kommunikationsziele ein. Durch das vorherige Festlegen der relevanten Kennzahlen wird die Erfolgsmessung während des Jahres vereinfacht, und es wird möglich, den direkten Einfluss der Kommunikationsmaßnahmen auf die Ziele zu quantifizieren.

Pläne anderer Bereiche einfließen lassen

Damit sich der Kommunikationsplan gut in die Aktivitäten der Organisation einfügt, ist es nötig, die Jahresplanungen anderer Bereiche einfließen zu lassen. Wann sind etwa Kampagnen und Projekte geplant, welche Ziele verfolgt das Fundraising, gibt es relevante Veranstaltungen wie Kongresse, Benefizevents oder besondere Tage? Kommunikation darf zwar auch unabhängig von anderen Bereichen Maßnahmen planen, sollte aber auch ihre begleitende Funktion für den Rest der Organisation berücksichtigen.

Damit haben NPOs alle relevanten Zutaten für eine gute Kommunikationsplanung zusammen. Die Planung selbst sollte sowohl die geplanten Zeitpunkte von Kommunikationskampagnen und -maßnahmen beinhalten als auch Verantwortlichkeiten, Kanäle und Kosten. Sie kann zum Beispiel in Kalender-Form oder als Gantt-Diagramm dargestellt werden.

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

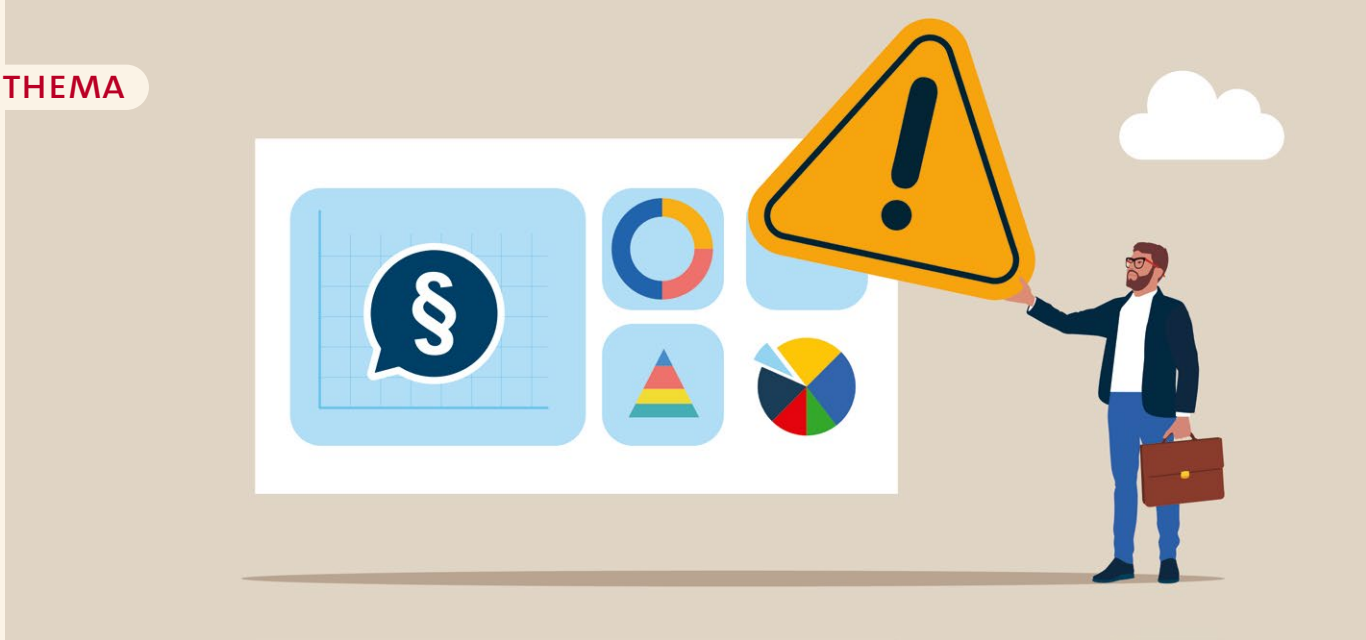
SOCIAL MEDIA MONITOR

Reichweite
Follower*innen
Wachstum

Jedes Quartal prüfen wir, wie sich die Reichweite von Non Profit-Organisationen auf Facebook, Instagram und Twitter entwickelt.

Neugierig geworden?
Jetzt ansehen und kostenlos für den nächsten Social Media Monitor anmelden!

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



Das ändert sich 2024 steuerlich und rechtlich

Steuerliche Abzugsfähigkeit für alle gemeinnützigen Organisationen in Österreich

Steuerliche und rechtliche Veränderungen sind für Organisationen nicht immer mit Einschränkungen, sondern auch Verbesserungen verbunden. Das zeigt gerade das neue Gemeinnützigkeitsrecht in Österreich. In Deutschland und der Schweiz gibt es nur kleine Veränderungen.

Von KURT MANUS

Österreichs Förderung der Gemeinnützigkeit galt lange als ausbaufähig. Das hat sich mit dem Gemeinnützigkeitsreformgesetz 2023 verändert. Seit dem 1. Januar 2024 haben jeder Verein und jede Körperschaft die Möglichkeit, die Spendenabzugsfähigkeit beim Finanzamt zu beantragen. Egal, welchen gemeinnützigen Zweck die Organisation erfüllt. Bürgerinnen und Bürger der Alpenrepublik erhalten so einen Steuervorteil und mehr Auswahlmöglichkeiten.

Profitieren werden davon vor allem Sport, Kunst und Kultur. Gemeinnützige Kultureinrichtungen werden in Zukunft auch bereits ein Jahr nach Gründung in den Genuss der Spendenabsetzbarkeit kommen. Bisher war das nicht unter drei Jahren möglich. Finanzminister Magnus Brunner rechnet dadurch mit einem Anstieg des Spendenvolumens von jährlich 250 Millionen Euro. Das wäre eine Steigerung um knapp 25 Prozent.

Außerdem wird eine neue Pauschale für Ehrenamtliche eingeführt, die jetzt jährlich Zahlungen bis zu 3 000 Euro steuerfrei für ihre Arbeit im Verein erhalten können. Eine zusätzliche Erleichterung gibt es für kleine Vereine. Für sie entfällt die jährliche kostenaufwendige Prüfungspflicht durch einen Wirtschaftsprüfer. Die kann stattdessen über die steuerberatende Zunft abgewickelt werden.

Deutsches Lobbygesetz ändert sich

In Deutschland ist die größte Veränderung sicher das neue Lobbyregister. Will man sich als Verein künftig an Bundestagsabgeordnete oder Mitglieder der Bundesregierung wenden, muss man sich ab 1. März 2024 in das überarbeitete Lobbyregister eintragen oder seine vorhandenen Angaben ergänzen. Die Sonderbehandlung von Großspendern ist dabei vom Tisch. Bei Spenden ist die zuwendende Person nur dann im Lobbyregister namentlich anzugeben, wenn die Jahresspendensumme von 10 000 Euro überschritten wird und zugleich zehn Prozent der Gesamtsumme aller erhaltenen Schenkungen in dem Jahr übersteigt. Damit übernimmt das Gesetz den Standard der Initiative Transparente Zivilgesellschaft.

Neu in Deutschland ist das Zuwendungsempfängerregister, das seit Jahresanfang gilt. Alle steuerbegünstigten Körperschaften sind dort öffentlich einsehbar. Gemeinnützige Vereine und Institutionen sollten deshalb jetzt prüfen, ob die dort gemachten Angaben, die von den Finanzämtern stammen, wirklich stimmen. Gegebenenfalls sind Änderungen zu verlangen. Wie das Bundeszentralamt für Steuern, was das Register führt, bereits Ende letzten Jahres mitteilte, rechnet es nicht damit, dass das Register sofort vollständig ist. Spendenkontonummern und auch Links zu Websites sollen selbständig nachgetragen werden können.

Neues Stiftungsgesetz in der Schweiz

In der Schweiz ist seit Jahresanfang das neue Stiftungsrecht in Kraft. Es bringt aber nur kleine Veränderungen, die eher für Stiftungsgründer relevant sind. Sie können nämlich neben dem bereits möglichen Vorbehalt für die Änderung des Stiftungszweckes auch eine Änderungsmöglichkeit der Organisation in die Satzung schreiben. Damit lässt sich beispielsweise später die Anzahl der Stiftungsratsmitglieder neu festlegen oder man kann Regelungen zur Verwaltung oder Zusammensetzung des Vermögens erlassen, ändern oder aufheben. Eine Klarstellung, dass angemessene Honorare für Stiftungsräte die Steuerbefreiung der Stiftung nicht gefährden, lehnte das Parlament ab.

Das Spendenjahr 2023 hat uns vor nie dagewesene Herausforderungen gestellt.
Dennoch haben unsere NGO-Partner dank einer permanenten Anpassung sämtlicher strategischer Fundraising-Maßnahmen ihre vor Jahresbeginn prognostizierten Ziele erreicht!
Wir sind dafür sehr dankbar und glücklich. Und wie zufrieden sind Sie?

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

marketwing®

Ein Spitzen-Jahrgang

Erstmals 1,1 Milliarden Euro Spenden in Österreich

Seit 14 Jahren publiziert der Fundraising-Verband Austria jährlich den Spendenbericht, in dem die unterschiedlichsten Facetten des Spendens in Österreich beleuchtet werden. Hunderte Jahresberichte gemeinnütziger Organisationen, Spender-Umfragen, offizielle Statistiken sowie weit über zwei Millionen Steuerdaten bildeten auch 2023 die Basis für eine tiefgreifende Analyse der österreichischen Spendenlandschaft.

Von Dr. ANDREAS ANKER

Wie die im Dezember vorgestellte Ausgabe des Spendenberichts 2023 deutlich macht, haben die Österreicher im Vorjahr (2022) NPOs mit 1,1 Milliarden Euro unterstützt. Ein Rekordwachstum von 26,4 Prozent gegenüber 2021, das in der Form nicht erwartet werden konnte. In Relation zur durchschnittlichen Inflationsrate von 8,55 Prozent (2021: 2,77 %) bedeutet das de facto eine Steigerung des Wirkungsvermögens gemeinnütziger Organisationen von fast 18 Prozent. Eine äußerst erfreuliche Entwicklung, insbesondere in Anbetracht dessen, dass die Teuerung in vielen Ländern bereits im Vorjahr zu einer Stagnation des Spendens geführt hat.

Internationale Einordnung

Die europäischen Länder weisen traditionell je nach sozioökonomischer Lage gravierende Unterschiede beim Spendenengagement auf. Das Spektrum reicht von Ländern wie Ungarn mit Pro-Kopf-Spenden zwischen 30 und 40 Euro oder Tschechien mit aktuell 58 Euro bis hin zum Spitzenreiter Schweiz (290 €). Österreich ordnet sich hier mit 122 Euro pro Einwohner im Mittelfeld ein, zwischen Italien mit 115 Euro und Deutschland mit 155 Euro. Beim Blick auf die größten Veränderungen der Spendenerlöse 2022 gegenüber dem Jahr davor fällt jedoch auf, dass in Österreich und der Schweiz die markantesten Steigerungen erzielt wurden. Spendenweltmeister bleiben trotz eines leichten Rückgangs 2022 weiterhin die USA, wo 338 Millionen Einwohner im Schnitt über 1400 Euro pro Jahr geben.

Hauptgrund für den überraschend hohen Sprung in Österreich war der Ukraine-Krieg, auf den die Großzügigkeit der Österreicher eindeutig konzentriert war. Vom Spendenzuwachs von 230 Millionen Euro lassen sich 150 bis 200 Millionen Euro allein auf die Ukraine-Hilfe zurückführen. Große Zuwächse verzeichnete daher in erster Linie eine kleine Zahl an NPOs, die intensiv mit der Nothilfe für die Kriegsbetroffenen befasst war und ist. Traditionell nehmen die Spendenaktionen „Nachbar

Spenden auf einen Blick

1,1 Mrd. € – so viel wie noch nie – haben die Österreicher*innen 2022 für den guten Zweck gegeben.

150-200 Mio. € wurden allein für die Ukraine-Hilfe gespendet.

26,4% Spendenzuwachs sind das größte Plus in der Geschichte des österreichischen Spendenwesens.

71 % aller Österreicher*innen engagieren sich durch Spenden.

123 € gibt jede*r Spender*in laut eigenen Angaben im Schnitt.

Zwei von fünf Spendeneuro werden steuerlich abgesetzt.

6.007 spendenbegünstigte Vereine gibt es in Österreich derzeit – davon 4.518 Freiwillige Feuerwehren.

920 Mio. € von Privathaushalten machen 82% aller Spenden aus. 70% kommen allein vom Mittelstand.

96% des gesamten Aufkommens resultieren aus jährlichen Spendenbeträgen unter 600 €.

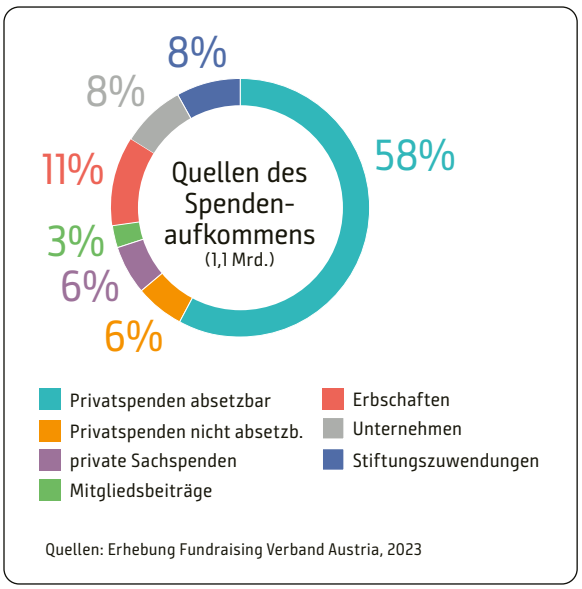
0,23 % vom Bruttojahreseinkommen geben die Österreicher*innen pro Jahr für gemeinnützige Zwecke. In den USA sind es fast 2%.

~290 € pro Einwohner*in werden in der Schweiz gespendet – die Spitzenposition in Europa.

~476 Mrd. € Spenden in den USA – 1.406 € pro US-Amerikaner*in – bedeuten weltweit Platz eins beim Geben.

in Not“ und „Licht ins Dunkel“ des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ORF mit fast 74 Millionen Euro einen signifikanten Anteil ein. Beide Aktionen gehören zu den zehn größten Spendenorganisationen.

Die 50 größten NPOs konnten ihre Zuwendungen 2022 um über 32 Prozent steigern, bei jenen auf den Plätzen 51 bis 100 waren es nurmehr neun Prozent. Bei kleineren Organisationen (101 bis 150) stellte sich hingegen bereits ein Rückgang von einem Prozent ein. Ein höchst ungleiches Bild, das die zahlreichen kleinen NPOs vor eine gänzlich andere Situation stellt als die größten Vereine des Landes.



Quellen: Erhebung Fundraising Verband Austria, 2023

Soziales und internationale Hilfe führend bei Spendenerlösen

Für die Förderung sozialer Hilfsprojekte wurden rund 30 Prozent oder 335 Millionen Euro aller Spenden aufgewendet. Traditionell sind NPOs im Bereich der Internationalen Hilfe in Österreich stark vertreten. Durch die anhaltende Not in der Ukraine ist ihr Anteil am Aufkommen auf 26 Prozent oder 285 Millionen Euro angewachsen und hat den Rückgang der letzten Jahre überkompensiert. Forschungseinrichtungen und Universitäten erzielten mit fast 15 Prozent (166 Mio. Euro) die drittmeisten Spenden, Kinderhilfsorganisationen erhielten neun Prozent (100 Mio. Euro). Die Spenden für den Tier- und Umweltschutz wuchsen in den vergangenen Jahren kontinuierlich an und erreichten bereits acht Prozent (92 Mio. Euro). Kultur mit vier Prozent (50 Mio. Euro), Feuerwehren mit drei Prozent (rund 30 Mio. Euro), Kirchen mit zwei Prozent (20 Mio. Euro) sowie alle anderen Zwecke (wie Bildung oder Menschenrechte) mit etwas mehr als zwei Prozent (23 Mio. Euro) komplettieren das Ergebnis.

920 Millionen allein von Privat

Österreichische Unternehmen sowie gemeinnützige Stiftungen aus dem In- und Ausland trugen jeweils rund acht Prozent zur Finanzierung des Dritten Sektors bei. Der überwiegende Anteil von rund 920 Millionen Euro (84 %) stammt von der österreichischen Bevölkerung. Dieses immense Privataufkommen umfasst auch gemeinnützige Erbschaften in Höhe von 120 Millionen Euro. Maßgeblich dafür war die größte in Österreich jemals getätigte Testamentsspende in Höhe von 25 Millionen Euro an das Forschungsinstitut ISTA, das auf der Basis eine Capital Campaign in Rekordhöhe von 100 Millionen Euro gestartet hat.

Auffällig in der Analyse der Spendenquellen ist, dass 85 Prozent aller Spenden Beträgen unter 200 Euro entstammen, nur zwei Prozent liegen über 1000 Euro. Großspenden sind im internationalen Vergleich unterdurchschnittlich ausgeprägt. Das verdeutlicht auch der Spendenanteil je Einkommensklassen: Die Bevölkerungsgruppe mit dem höchsten Einkommen (über 90 000 Euro) trägt weniger als zehn Prozent zum Spendenaufkommen bei.

Aufgrund dessen hat das Institut für Höhere Studien (IHS) im Auftrag des FVA in einer wissenschaftlichen Studie die Motivationen und Hemmnisse gegenüber Spenden unter hochvermögenden Personen beleuchtet. Das zentrale Ergebnis: Philanthropie braucht Wertschätzung und Vernetzung. 36 konkrete Maßnahmen zur Stärkung des philanthropischen Engagements von Vermögenden wurden erarbeitet. Besonders die Förderung eines niederschwelligen Austausches und die gegenseitige Unterstützung von Philanthropinnen und Philanthropen zählen zu den meistversprechenden Faktoren, aber auch eine differenzierte öffentliche Diskussion zum Thema Spenden und Philanthropie – abseits des grundlegenden Misstrauens, das Mäzenatentum oftmals entgegengebracht wird. Mehrere herausragende Beispiele für Großspenden waren 2023 bereits anzutreffen, darunter Einzelspenden über zwölf Millionen Euro an die Salzburger Festspiele sowie zehn Millionen Euro an das Salzburg Global Seminar.

Spannender Ausblick

Ein höheres gesellschaftliches Engagement von vermögenden Menschen könnte in Zukunft zu einer umso wertvolleren Stütze der Gemeinnützigkeit werden. Denn für das laufende Spendenjahr zeichnet sich insgesamt leider, so in vielen Nationen bereits 2022, auch in Österreich ein Rückgang der Spenden ab. Nachdem die durchschnittliche Teuerungsrate bis Redaktionsschluss bei 8,69 Prozent lag, wird dieser die NPOs in ihrem Wirken deutlich beschneiden. Dem umfassendsten Gemeinnützigkeitspaket in der Geschichte Österreichs, das per 1. Januar 2024 in Kraft getreten ist, kommt deshalb besonders große Bedeutung zu. Es hilft den NPOs durch Bürokratieabbau und Vereinfachungen nicht nur dabei, Kosten zu sparen, sondern vermag die Spendenbereitschaft durch den erstmals uneingeschränkten Zugang zur Spendenbegünstigung unzweifelhaft zu beflügeln.

Nach seinem Doktoratsstudium der Theater-, Film- und Medienwissenschaften in Wien hat sich **Andreas Anker** verstärkt dem Gebiet der Öffentlichkeitsarbeit zugewandt. Seit 2017 ist er beim Fundraising-Verband Austria für die Pressearbeit zuständig und trägt dabei zugleich die redaktionelle Verantwortung für den Spendenbericht als zentrale Fachpublikation des Verbandes zum Status quo des Spendens in Österreich.
▶ **www.fundraising.at**

Meereschutz ist lebenswichtig

Das Meer ist ein faszinierendes Ökosystem – und existenziell wichtig: Unter anderem produzieren die Ozeane die Hälfte unserer Atemluft. Wer atmet – und das tun wir alle rund 23 000 Mal pro Tag – muss sich für das Überleben der Meere interessieren. Mit diesem universellen Insight und einer integrierten Kampagne der Agentur Farner sensibilisiert Greenpeace Schweiz eine neue Zielgruppe für den Meeresschutz.

▶ www.greenpeace.ch

Spielend demokratisch

Die Initiative „Brand New Bundestag“ hat ein Brettspiel zum Umgang mit der AfD entwickelt

Sind wir bereit, 39 Euro in unsere Demokratie zu investieren? So viel kostet die durch die junge Politik-Initiative „Brand New Bundestag“ entwickelte Mensch-ärgere-Dich-nicht!-Version mit dem schönen Titel „Mensch ärgere die AfD!“. Das Spiel will Aufklärung bieten auf die Frage: „Was wäre, wenn die AfD in den Parlamenten zum Zug käme?“

Langsam spricht es sich rum, dass es nicht reicht, an den gesunden Menschenverstand zu appellieren, damit „Die Blauen“ nicht gewinnen. In diesem Brettspiel ist Letzteres oberstes Gebot. Und wer es spielt, bekommt en passant jede Menge Fakten und Argumente an die Hand, die für die nächste Debatte am sonntäglichen Kaffeetisch wappnen. Die drei bis sechs Spieler vertreten hier jeweils eine Partei und müssen zusehen, dass sie möglichst unbeschadet durch den Wahlkampf kommen. Damit will das Spiel genauso zum Nachdenken anregen wie auch zum Austausch miteinander. Und, so die Macher, das Ganze auch noch „konkret, sachlich und spielerisch“. Die Produktion eines jeden einzelnen Spiels erfolgt erst mit Bestellung; ausgeliefert werden die Spiele voraussichtlich im April. So lange muss man aber nicht warten: Wer bestellt hat, bekommt einen Link zu einer Print-and-Play-Version zum (vorübergehenden) Selberbasteln.

▶ www.brandnewbundestag.de/mensch-aergere-die-afd

MEINE MEINUNG

„Das hat einen unschönen Beigeschmack“

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Bekanntlich war es schon immer ein guter Ansatz, sich komplexen Dingen spielerisch zu nähern. So gesehen ist das Anti-AfD-Spiel der Initiative „Brand New Bundestag“ ein begrüßenswerter Ansatz. Manchmal ist die Sache aber noch etwas komplexer, wenn auch vielleicht im subjektiven Sinn. Ein Spiel entwickelt hat nämlich auch die Diakonie. Unter *www.buergergeld-bingo.de* kann man mal probeweise „durchspielen“, wie oder ob man mit dem Bürgergeld von 502 Euro monatlich über die Runden käme. Genau der Konjunktiv hat hier aber eben einen unangenehmen Beigeschmack: Wer das testet, macht das „aus Spaß“, „aus Neugier“, in jedem Fall aus der gesicherten eigenen Existenz heraus.

Die wohlfeile Absicht hinter der Idee auszumachen, ist nicht schwer. Deshalb ist daran auch nichts auszusetzen. Trotzdem ist klar, dass am Ende die Erkenntnis steht, es sei unvorstellbar, mit einer solchen Summe haushalten zu können und, Gott sei es gedankt, man sei ja selbst nicht in der Situation, genau das schaffen zu müssen. Geht aber etwas über diese Erkenntnis hinaus? Der Perspektivwechsel, den sich die Macher hier wünschen, hat wohl in den wenigsten Fällen etwas mehr als theoretisches Mitleid zur Folge. Soll man es als Warnung lesen? Die Erfinder des Spiels wollen Populismus rund um das Thema abbauen. Dass das gelingen kann, ist nur schwer vorstellbar.

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

Kurzgefasst …

Wal- und Delfinschutz mit „Loddlenaut“

„Loddlenaut“ ist ein Computerspiel, bei dem man die Meere auf einem fremden Planeten säubern kann. Und niedliche Viecher kann man dabei auch „großziehen“. Der Verkauf des Spiels unterstützt jeweils mit einer Spende die britische Whale and Dolphin Conservation (WDC), und zwar mit je fünf Pence pro Spiel für den Zeitraum der nächsten drei Jahre.

▶ www.loddlenaut.com

Ausstellung: Durch Kinderaugen sehen

Das Südwind-Institut in Bonn verfügt seit letztem Jahr über eine ausleihbare Ausstellung. „Durch Kinderaugen sehen. Gegen Missstände handeln.“ zeigt Fotografien, die in Mardin, einer Stadt im äußersten Südosten der Türkei, von Kindern aufgenommen, entwickelt und selbst ausgewählt wurden. Das Projekt will auf das Problem der Kinderarbeit in der Türkei aufmerksam machen.

▶ www.suedwind-institut.de

Wiener Freiwilligenagentur

Die Ende vergangenen Oktober gegründete Wiener Freiwilligenagentur ist eine Kooperation der Stadtinformation Wien, Social City Wien und dem Wiener Hilfswerk. Sie bietet Orientierung und Beratung rund um das Thema freiwilliges Engagement und wird gefördert aus Mitteln des Sozialministeriums. Teil der Initiative ist auch die Schulung von Engagement-Lotsen.

▶ www.freiwilligenagentur.wien

Frankfurt hilft Marokko

Die Initiative „Wir sind alles Frankfurter“ unter Leitung des Musikproduzenten, Gastro-Unternehmers und humanitären Botschafters Hassan Annouri sammelte unter dem Motto „Frankfurt hilft Marokko“ 31 570 Euro Erdbebenhilfe, die Mitte Oktober an Education for All Morocco überwiesen wurden. Gesammelt wurden die Gelder über den Frankfurter Verein Stützende Hände e.V.

▶ www.stuetzende-haende.de

Engagementpreis für Verein „Kopfsachen“

Der Berliner Verein „Kopfsachen“ fördert die mentale Gesundheit von Kindern und Jugendlichen an Schulen mit verschiedenen Bildungsformaten für Schüler und Lehrkräfte. Im Fokus stehen unter anderem Auffälligkeiten wie Depression, Suizidgedanken oder Angstattacken. Dafür gab es den Deutschen Engagementpreis in der Kategorie „Chancen schaffen“.

▶ www.kopfsachen.org

Solarstrom spenden

Plattform zur direkten Energiespende für sozial Benachteiligte

Die Energiegemeinschaft Österreich ist nicht nur eine soziale, sondern auch eine technische Innovation. Sie wandelt nicht benötigte überschüssige Energie aus Photovoltaik-Anlagen zu Soforthilfe für bedürftige Haushalte und soziale Einrichtungen um. Seit 2021 ist es in Österreich möglich, Energie zu verteilen, ohne „Energiehändler“ zu sein. Seit 2023 sind solche Bürgerenergiegemeinschaften über mehrere Netzgebiete hinweg möglich. Gründer Matthias Nadrag hat für alle, die sich über niedrige Einspeisetarife ärgern, eine bessere Option: „Bevor du die Energie anderweitig verschenkst, kannst du damit jemanden vor Energiearmut schützen.“

Die eigens angepasste Energiegemeinschafts-Software vom Technologieanbieter „enixi“ macht die Energiespende einfacher als die Einrichtung eines Dauerauftrags für eine Geldspende. Über das tagesaktuelle Monitoring ist die Menge der gespendeten Kilowattstunden jederzeit ersichtlich.

▶ www.energiespenden.at

exo targets
data network
www.exotargets.de
100 % Success
• mehr Spender erreichen
Rufnummern Σ 150Mio.Festnetz, mobil
E-Mails Σ 40Mio.
Spenderlisten Σ 60Mio. postalische Consumer
Merkmale Σ 60Mio. Alter u.v.m.
• Data Care
Erreichbarkeit optimieren
postalische Bereinigung
Anschriftenänderungen
-Umzüge
Kontakt: Frank Samuel
Mobil +49 (0)176 7359 6062
mail: fsamuel@exotargets.de

Totenkopf und Engelsflügel

Eine Regensburger Kirchengemeinde und ihr Fundraiser wollen einen Friedhof beleben

Wie gewinnt man Förderer für die Generalsanierung eines fast 400 Jahre alte barocken Gesamtkunstwerks? Mit Begeisterung, geweckt bei Menschen des 21. Jahrhunderts. Begeisterung für Denkmal gewordene Höhenflüge und Schicksalsschläge längst vergangener Mitbürger.

Von DR. MARTIN WEINDL

Zwei biedere Seelweiber mit weißen Häubchen putzen um die Wette. Daneben echauffiert sich ein Paar in goldglänzenden Gewändern und weiß gepuderten Perücken über den Pöbel auf dem Gesandtenfriedhof in ihrer stolzen Reichsstadt Regensburg. Sind wir im 17. Jahrhundert oder im Jahr 2023? Erst die meterhohen Stahlgerüste im Hintergrund beweisen: Gefeiert wird der erste „Tag der Gesandten" mit Schauspielern in Barockkostümen, Infoständen und Baustellenführungen auf dem fast 400 Jahre alten Regensburger Gesandtenfriedhof.

24 meterhohe Wandgrabmäler und 32 Marmor-Bodenplatten sind noch erhalten und erzählen von den politischen Höhenflügen und privaten Schicksalsschlägen europäischer Diplomaten am Immerwährenden Reichstag von 1663 bis 1806. Eine Art erstes deutsches Parlament, besser: barocke UN-Vollversammlung, im Reichssaal des Alten Rathauses von Regensburg.

Macht und Reichtum der Spitzendiplomaten

Starb ein evangelischer Diplomat im Dienst, konnte er sich in den schmalen Friedhof um die Dreieinigkeitskirche mitten in der Altstadt einkaufen. Dabei sollten Macht und Reichtum im Leben auch nach dem Tod deutlich sichtbar bleiben: Wahre Prunkgrabmäler wurden errichtet, geschmückt mit lebensgroßen Standfiguren im Harnisch, Büsten mit wallenden Perücken und mit unzähligen Totenköpfen und Engeln. Skulpturen und Ornamente lassen die Augen spazieren gehen – bescheren heute aber den Denkmalschützern und dem Kirchenvorstand Sorgenfalten. Die Gesamtsanierung von 2023 bis 2027 kostet rund 2,6 Millionen Euro, großzügig gefördert von Bund und Freistaat Bayern als „National wertvolles Kulturdenkmal". Dennoch muss die Dreieinigkeitsgemeinde mit gut 3000 Mitgliedern zehn Prozent aus Eigenmitteln erbringen. Doch woher 260 000 Euro plus X nehmen? Der Regensburger Dekanats-Fundraiser kann dabei helfen!

Ohne Begeisterung bei Gemeinde und Öffentlichkeit kann kein Fundraising-Projekt erfolgreich sein. Jahrelang konnte man den Gesandtenfriedhof nur durch verschlossene Gitter bestaunen, der fragile Charakter ließ nur Führungen und Besuche unter Aufsicht zu.

Barocker Schatz aus dem Dornröschenschlaf geweckt

Selbst alteingesessenen Regensburgerinnen und Regensburgern war der Gesandtenfriedhof nur vom Hörensagen bekannt. Wichtig war daher ein lauter Startschuss zum Beginn der Gesamtsanierung und des Fundraisings. Das war der anfangs geschilderte „Tag der Gesandten" im April 2023 mit vielen Attraktionen und hunderten

Besucherinnen und Besuchern. Ein gewaltiges Medienecho rief auch neue „Mitspieler“ auf den Plan: Kulturreferat und Ämter, der UNESCO-Welterbe-Koordinator, Haus der Bayerischen Geschichte, Stadtheimatpflege, Stiftungen etc. Ein Anfang nach Maß war gemacht, dem im ersten Fundraising-Jahr rund 40 Veranstaltungen folgten: weitere Feste, Kultur auf dem Friedhof mit Theater, Lesungen und Musik, dazu zahllose Turnus- und Spezialführungen. Der Gesandtenfriedhof war erwacht und für seine 400 Jahre quicklebendig!

Schönheitsmasken und Ornamentpaten

Eine Besonderheit der laufenden Sanierung: Der Gesandtenfriedhof soll nicht für vier Jahre hinter Bauzäunen und Abdeckplanen verschwinden, sondern täglich erlebbar bleiben. Eine aufgeschlossene Bauleitung macht es möglich, dass Gäste bei der „Operation am offenen Herzen“ täglich live dabei sein, den Restauratorinnen und Restauratoren über die Schulter schauen und sogar Fragen stellen können. Es ist eine Baustelle der anderen Art: Skalpell und Pinsel statt Pressluft-hammer, schadstoffbindende „Schönheitsmasken“ für die Figuren, feine Retuschen für die Fehlstellen. „Aufgehübscht“ werden die Grabmäler auch für die nächste große Fundraisingaktion: Ornament-Patenschaften! Ähnlich den bekannten Patenschaften für Dachziegel oder Orgelpfeifen können Unterstützer symbolisch ein persönliches Stück des Friedhofs „erwerben“. Je nach Vorlieben und Spendenbereitschaft gibt es da einige Zentimeter große Blüten zu 50 Euro, Engels- oder Totenköpfe je nach Ausführung von 100 bis 500 Euro oder ganze Figuren und große Wappen ab 1000 Euro. Kinderleicht wird eine Patenschaft wie bei einem Onlinekauf über den „Ornament-Shop“ auf der eigenen Homepage erworben. Eine Urkunde mit Foto und genauer Lage des Ornaments stellt die ganz persönliche Bindung zum Gesandtenfriedhof her. Und beim nächsten Besuch kann man Freunden das „eigene Ornament“ zeigen, zu dessen Erhaltung man beigetragen hat.

Überzeugend informieren, Begeisterung wecken, Freunde gewinnen, Förderer binden: Dann klappt’s auch mit dem vermeintlich sperrigen Friedhofs-Fundraising.

Dr. Martin Weindl ist seit 2021 Dekanats-Fundraiser für die Ev.-Luth. Dekanate Regensburg, Passau und Cham im Osten Bayerns. Er unterstützt die Kirchengemeinde mit Konzepten, Rat und Tat beim praktischen Fundraising vor Ort – von neuen T-Shirts für Jugendgruppen über die Heizung im Gemeindesaal bis zur Generalsanierung denkmalgeschützter Kirchen.
▶ **www.gesandtenfriedhof.de**

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.

lupenmaxx®
...wir machen´s größer!

KLEINER PREIS, GROSSE WIRKUNG.

Verstärken Sie Ihre Spendenbriefe.

Ihr Mailingverstärker nach Maß. Scheckkartenlupen, Lesezeichenlupen, Mikrofasertücher oder die beliebten und nützlichen SafeCard® Zeckenkarten.

Übrigens: 94 % unserer Produkte werden in Deutschland produziert und, falls gewünscht, in sozialen Einrichtungen in der Region konfektioniert.

www.lupenmaxx.de

+49.7661.9099880
info@lupenmaxx.de

Einfach helfen

In Halle werden geflüchtete Familien mit erkrankten Kindern unterstützt

Das Ambulante Kinder- und Jugendhospiz Halle begleitet Familien, in denen Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene mit schwer- und unheilbaren Erkrankungen leben. Aufgrund des Krieges in der Ukraine haben die Mitarbeiter das Lotsenprojekt „Gemeinsam sicher Ankommen“ ins Leben gerufen, um schnelle Hilfe für geflüchtete Familien zu ermöglichen, in denen ein lebensbedrohlich erkranktes Kind oder Elternteil lebt.

Von BETTINA WERNEBURG

Kinderhospizarbeit, egal ob ambulant oder stationär, stellt alle Beteiligten vor große Herausforderungen. Familien mit einem schwer erkrankten Kind benötigen besondere Begleitung. Egal, ob es um sozialrechtliche Beratung, Unterstützung im Alltag, Gesprächsbedarf oder auch einfach nur Trostspenden geht. Neben der Betreuung durch gut ausgebildete ehrenamtliche Familienbegleiter gehören die sozialrechtliche Beratung betroffener Familien sowie die Organisation von Veranstaltungen wie Sommerfesten, Weihnachtsfeiern und Elterntreffen zu den Angeboten des Ambulanten Kinder- und Jugendhospiz Halle (AKJH). Bei diesen können sich betroffene Familien begegnen und austauschen. Als Reaktion auf die gestiegene Zahl an geflüchteten Menschen aus der Ukraine hat die Einrichtung ihr Angebot ausgebaut. Eine Dolmetscherin und eine Beraterin empfangen Geflüchtete in einem barrierefreien Büro und bieten neben psychosozialer Beratung auch offene Freizeitangebote und individuelle Unterstützung an. Ebenso stehen die Integration in Einrichtungen wie Schule, Kita, Arbeits-

Beratung beim Sprechtag im Büro (links) und Sommerfest (oben)

welt und die Anbindung an Deutschkurse im Fokus der Begleitung. Um im deutschen Gesundheitssystem schnell und unbürokratisch anzukommen, werden beispielsweise Kontakte zu Ärzten und Ärztinnen vermittelt, in deren Teams auch ukrainische Kollegen und Kolleginnen arbeiten.

Große Herausforderungen

Nach einem Jahr zeigten sich die Suche nach Kita- bzw. Schulplätzen, Antragstellungen beim Jobcenter und bei Krankenkassen als die größten Herausforderungen, aber auch das Beschaffen von Kleidung und Haushaltsgegenständen wie Bettwäsche oder Geschirr. Diese Hilfen sind essenziell, wie eine Mutter berichtet: „Wir sind eine Familie, die aus der Ukraine nach Deutschland gekommen ist. Leider haben wir zwei Kinder, die behandelt werden müssen. Manchmal kommt es vor, dass beide Kinder sehr wichtige Arzttermine zur gleichen Zeit haben. In einem dieser Fälle hat eine Kollegin meinen jüngeren Sohn zum Augenarzt begleitet. Nach dem Termin hat sie uns ausführlich über den Befund des Arztes und die Übungen, die wir machen sollten, informiert. Wir sind allen sehr dankbar für ihre Unterstützung!“

Besondere Aufmerksamkeit erhielt unsere Arbeit in der vergangenen Adventszeit durch die Initiative zweier Lions Clubs, mit deren Hilfe wir uns zum wiederholten Mal in einem der Schaufenster des ehemaligen Kaufhof-Gebäudes präsentieren konnten.

Das Projekt „Gemeinsam sicher ankommen“ wurde für die Dauer von einem Jahr von der Aktion Mensch und der Neuapostolischen Kirche gefördert. Wir haben ein kleines Büro in der Innenstadt von Halle angemietet, ausgestattet und eine neue Mitarbeiterin für dieses einzigartige Projekt angestellt. Die Finanzierung des Projektes für das Jahr 2024 ist allerdings noch nicht gesichert.

Bettina Werneburg ist seit 16 Jahren in der Kinderhospizarbeit tätig und leitet seit 2016 das Ambulante Kinder- und Jugendhospiz in Halle. Budgetplanung, Veranstaltungsplanung etc., aber auch Beratung der Familien gehören zu ihren Aufgaben. Zudem ist sie verantwortlich für die Koordination und das Fundraising des Kinderhospizdienstes. Besonders liegt ihr die Arbeit im Vorstand des Bundesverbandes Kinderhospiz e.V. am Herzen.

▶ **www.ambulantes-kinderhospiz-halle.de**

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

Armut ist weiblich

Die Caritas Wien erhielt den Fundraising Award für ihre Frauentag-Kampagne

Aufstehen gegen Frauenarmut und Periodenscham: Wie lässt sich für das Thema Bewusstsein schaffen und es gleichzeitig enttabuisieren? Die Kampagne „You are bloody awesome“ erfuhr viel Unterstützung und wurde sogar ausgezeichnet.

Von NINA MIES

An vielen Orten der täglichen Caritas-Arbeit ist sichtbar: Steigende Preise bei Mieten, Energie und Lebensmitteln betreffen jede und jeden – zusätzlich dazu müssen Frauen jedoch auch noch für notwendige Periodenprodukte immer tiefer in die Taschen greifen. Diese sind für Frauen zwar Produkte des alltäglichen Bedarfs, doch alltäglich bedeutet nicht, dass der Bezug von Periodenprodukten für Frauen auch selbstverständlich wäre. Vielen fehlen schlichtweg die finanziellen Mittel. Immerhin muss eine Frau im Durchschnitt knapp 2600 Euro in ihrem Leben für Menstruationsprodukte ausgeben – Geld, das viele nicht haben. Denn: Österreichweit sind knapp 533 000 Frauen armutsgefährdet und damit besonders belastet. „Wir sehen es in unseren Einrichtungen: Armut ist weiblich“, sagt etwa Doris Anzengruber, Leiterin der Caritas Sozialberatungsstelle in Wien. „Das Armutsrisiko ist größer als bei Männern, und Pensionen und Gehälter sind meist niedriger – die Folge: Knapp zwei Drittel der Menschen, die sich hilfesuchend an uns wenden, sind Frauen. Und die Not nimmt in Zeiten der Teuerungskrise zu. Wir sind überzeugt: Menstruieren muss leistbar oder sollte – wie in Schottland – überhaupt gratis sein! Tampons, Binden und Co. dürfen als Produkte des täglichen Bedarfs keine Luxusgüter sein.“

Ein unangenehmes Thema

Neben dem finanziellen Aspekt ist Menstruation für viele Frauen nach wie vor ein unangenehmes Thema. Selbst in Beratungsstellen für armutsbetroffene Menschen wird aus Scham eher nach Putzmittel als nach Menstruationsartikeln gefragt. Um auf die Themen Frauenarmut und Periodenscham aufmerksam zu machen, startete rund um

den Internationalen Weltfrauentag im März 2023 eine große Kampagne mit dem Titel „You are bloody awesome“. Gemeinsam mit Leitern von Notunterkünften und Beratungsstellen wurde dabei das Ziel verfolgt, die Tabuisierung rund um die Menstruation zu durchbrechen und Caritas-Klientinnen mit Periodenprodukten zu unterstützen.

Neben einem Aufruf zur Sachspendensammlung, dem viele Menschen nachgekommen sind, wurden mit der Online-Kampagne vor allem jüngere, online-affine Personen erreicht, die bereit sind, armutsbetroffene Frauen mit fünf Euro pro Monat als sogenannte Periodenpatin oder Periodenpate zu unterstützen. Um das Bewusstsein zu stärken, wurde das Motto „You are bloody awesome“ zeitgemäß grafisch aufgearbeitet und in Form von Stickern – analog und digital – sowie mit Online-Werbeanzeigen und Social-Media-Content begleitet. Durch unterstützende Pressearbeit wurde in TV-, Print- und Radio-Beiträgen über die Kampagne berichtet.

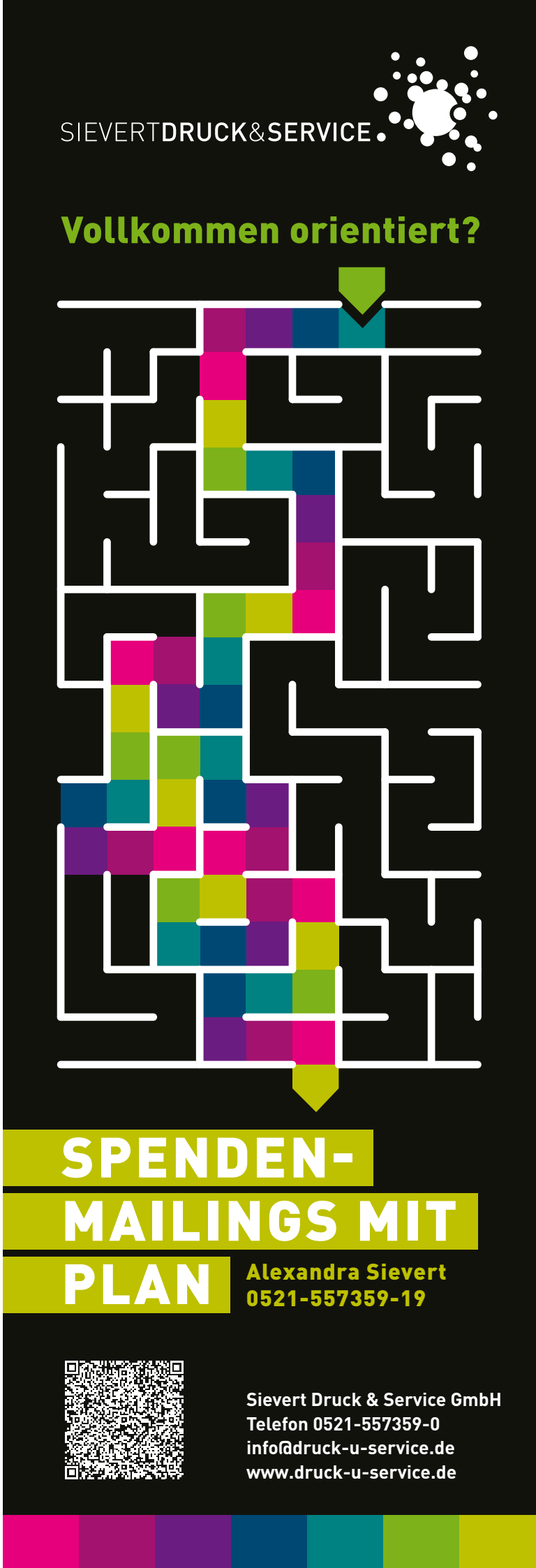
T-Shirt-Design-Contest

Ein T-Shirt-Design-Contest sorgte für noch mehr Sichtbarkeit. Über „Füreinand“, die Community-Plattform der Caritas für Mitmenschlichkeit, wurde zu kreativen Einreichungen aufgerufen. Die Illustratorin Raffaela Schöbitz ging nach dem Community-Voting als Siegerin hervor. Die Idee hinter ihrem Design zahlt ebenso auf das Kampagnenziel Enttabuisierung ein. Es geht dabei darum, stolz zu sein, zur eigenen Periode zu stehen und sich nicht für Flecken auf der Kleidung zu schämen. Durch den Verkauf des hochwertig produzierten Shirts werden Beratungsstellen und Einrichtungen für wohnungslose Frauen in Wien unterstützt.

Alle Maßnahmen, die das Kommunikationsteam der Caritas Wien gemeinsam umgesetzt hat, führten zu mehr Bewusstsein und Aufmerksamkeit für die beschriebenen Problemlagen. Zahlreiche Sachspenden kamen armutsbetroffenen und wohnungslosen Frauen in den Beratungsstellen und Wohnhäusern der Caritas der Erzdiözese Wien zugute. Unzählige Periodenpatinnen und -paten unterstützen uns nach wie vor monatlich mit einer Spende.

Nina Mies ist seit 2020 für die Caritas der Erzdiözese Wien tätig und hat in den vergangenen Jahren schon viele Kampagnen begleitet. Gemeinsam mit ihrem Team aus der Kommunikationsabteilung setzte sie die Kampagne „You are bloody awesome“ im Frühjahr 2023 um. Im Zentrum ihrer Arbeit steht der Einsatz für Menschen in Not.

- www.wirhelfen.shop/bloody-awesome-t-shirt
- www.wirhelfen.shop/perioden-pat-in
- www.fuereinand.at



„Das gibt es in keinem anderen Land: etwas ganz Neues“

Carolin Krämer arbeitet im Bereich Philanthropie beim Kinderhilfswerk UNICEF. Ihr neuestes Fundraising-Programm ist die „Family Academy“, das vermögende Familien in den Fokus nimmt. Was es genau damit auf sich hat und woher die Idee kam, verrät sie im Interview mit Matthias Daberstiel.

? Was reizt Sie darann für eine NGO zu arbeiten?

Das war schon ein großer Wunsch von mir. Schon während meines Studiums an der FH Köln, die heute die TH Köln ist, war ich ehrenamtlich in der regionalen Arbeitsgruppe von UNICEF Köln engagiert. Da habe ich schon damit geliebäugelt. Ich habe damals mit Schwerpunkt Marketing studiert, unter anderem auch EDV und Datenverarbeitung. Mir war aber schon früh klar, dass ich keine Schokoriegel verkaufen wollte. Konsumgüter oder Autobranche, dahin wollten ja 2002 viele, ich nicht. Angefangen habe ich dann bei der Agentur rotthaus.com in Köln.

? Und wie kamen Sie zum Fundraising?

Die Agentur hatte etliche Kunden im Bereich Non-Profit-Kommunikation. Die ersten Projekte, wo ich einen konkreten Bezug zu Fundraising hatte, waren Finanzierungsprojekte für Waldorfschulen. Später haben wir auch Kliniken beraten. Da war das auch ein Thema. Dann stand aber der Entschluss: Ich möchte lieber in einer Organisation arbeiten und bin zur Alanus Hochschule für Kunst und Gesellschaft in Alfter bei Bonn gewechselt. Eine private Kunsthochschule, die auch ursprünglich einen anthroposophischen Background hatte. Eigentlich sehr cool und damals auch eine spannende Zeit. Das war 2012, wo viele Hochschulen durch das Deutschlandstipendium erst auf den Fundraising-Zug aufsprangen. So wurde Fundraising mein Hauptberuf.

? Und wie kamen Sie dann zu UNICEF?

Ich ging erst mal zum Malteser Hilfsdienst, ursprünglich zur Malteser Stiftung, und hatte dort bei Michael Görner den ersten Touchpoint zum Großspenden-Fundraising. UNICEF war seit dem Studium immer ein Ziel für mich geblieben. Ich hatte mich, glaube ich, mehr als einmal beworben. Es hat aber irgendwie nicht sein sollen. 2017 klappte es dann endlich. Seitdem arbeite ich im Philanthropie-Team von Karina Hövener als Beraterin für privates Engagement und kümmere mich jetzt unter anderem darum, das Thema Familien-Philanthropie aufzubauen.

? Hartnäckigkeit ist ja keine schlechte Eigenschaft für eine Fundraiserin, oder?

Ja, genau. Man muss halt manchmal am Traum dranbleiben. Und das Tolle ist: Ich habe es auch keinen Tag bereut. Manchmal ist der Traum ja schöner als die vorgefundene Wirklichkeit. Bei UNICEF passt es aber. Meine Erwartungen wurden sogar eher übertroffen.

? Was tut sich gerade im Großspenden-Fundraising?

Eine ganze Menge. Das kann ich sowohl bei uns beobachten, als auch, was man im Markt so wahrnimmt. Das eine ist, dass der Markt als einer der wenigen im Fundraising immer noch stark wächst. Das Potenzial ist hoch, und immer mehr Organisationen versuchen, sich da zu professionalisieren. Es werden gerade wahnsinnig viele Stellen ausgeschrieben. Das ist eine Zukunftsinvestition! Bei UNICEF haben wir schon viele Jahre erfolgreich Großspenden-Fundraising gemacht und relativ hohe Einnahmen erzielt. Wenn ich das jetzt von 2017 zu jetzt vergleiche, betreuen wir aber inzwischen eine viel größere Anzahl von Großspendern, und auch die Summen, die diese spenden, sind deutlich höher als damals.

? Woran liegt das?

Wir haben uns natürlich immer stärker professionalisiert. Und wir haben auch immer neue Angebote entwickelt. Das zeichnet unsere Organisation, glaube ich, auch ein wenig aus. Das waren Neuentwicklungen, die es jetzt nicht unbedingt überall, in jeder Organisation, in der Form so gibt.

Das andere ist die Marktentwicklung. Wir haben schon den Eindruck, dass der Anspruch der Vermögenden höher wird, also der, den die Spender auch an die Organisationen haben. Früher gab der klassische Mäzen sein Geld und sagte dann: ‚Macht was Gutes, denn euer Zweck ist der richtige für mich, und ich muss jetzt gar nicht alles so ganz genau wissen.‘ Die nächste Generation der Mäzene hat eher den Anspruch, mehr mitzugestalten. Die wollen sich über die Spende hinaus gerne noch einbringen. Das stellt natürlich die Organisationen vor Herausforderungen. Was kann ich anbieten, ohne meine Organisation zu überfordern? Da muss man dann schauen, wie gut das funktioniert. ▸

? Wie kam es denn überhaupt zur Entstehung der UNICEF Family Academy?

Wir haben in den letzten Jahren sehr stark wahrgenommen, dass immer mehr Spenderinnen und Spender ein sehr großes Interesse daran haben, auch ihre Kinder in ihr Engagement mit einzubeziehen. Da kamen etliche Anfragen. Zum Beispiel: Können wir die Kinder zu bestimmten Veranstaltungen mitbringen? Gerade bei Familienunternehmen, die sich häufig bei uns engagieren, oder bei vielen unserer Spender mit unternehmerischem Hintergrund war dieser Wunsch da. Die nächste Generation, die ins Unternehmen kommt, will ja häufig Dinge noch mal anders machen oder noch mal evaluieren oder einfach mal ein bisschen strategischer angehen, was vielleicht in der Vergangenheit nicht immer so gemacht wurde. Auf diesen Übergang mussten wir uns einstellen.

? Aber ein Bildungsangebot zum Spenden? Fühlt man sich da nicht bevormundet?

Wir haben die Erfahrung gemacht, dass gerade vermögende Menschen auch eine Idee haben, was sie erreichen wollen oder was sie machen könnten, aber am Ende des Tages nicht die Informationen erhalten, die für ihre Entscheidung wirklich wichtig wären. Kaum jemand ist ja Experte in humanitärer Hilfe. Die haben auch nicht Entwicklungszusammenarbeit studiert. Woher soll also die Expertise kommen? Natürlich haben wir Angebote, um unsere Arbeit besser kennenzulernen. Aber wir haben eben auch festgestellt, dass wir gerne viel mehr Informationen vermitteln würden. Gerade, wenn es darum geht, eine Engagement-Strategie zu entwickeln, die lange tragfähig sein soll. Die Idee war dann, das Thema Wissenstransfer und den generationsübergreifenden Aspekt zusammenzubringen – in die UNICEF Family Academy.

Der zweite Punkt war der, dass unser Kernanliegen als UN-Kinderhilfswerk die Arbeit mit und für Kinder und Jugendliche ist. Dabei möchten wir Mädchen und Jungen in allen Bereichen aktiv beteiligen. Es gibt ehrenamtlich engagierte Jugendliche, es gibt Hochschulgruppen bei UNICEF. Aber im Bereich Spenden hat es lange gar nichts gegeben.

? Und jetzt also eine Family Academy in drei Städten Köln, Genf und Kopenhagen …

Richtig. Die Idee für die Academy, und darauf bin ich sehr stolz, haben wir bei UNICEF in Deutschland entwickelt. Das gibt es in keinem anderen Land. Etwas ganz Neues, wozu wir uns viele Gedanken gemacht haben. Bis jetzt ist es, trotz aller Sorgfalt und der Einbeziehung vieler Köpfe in der Entwicklung, ein Angebot, von dem man noch nicht weiß, ob es angenommen wird. Das müssen wir jetzt sehen.

? Worum geht es konkret?

Wir wollen generationsübergreifend mit vermögenden Familien auf eine Reise gehen und sie von UNICEF begeistern. Wenn nach Abschluss der Academy eine langfristige Zusammenarbeit mit uns als Organisation zustande kommt, würde uns das natürlich sehr freuen. Aber das ist nicht verpflichtend. Deshalb haben wir in den verschiedenen Modulen auch Referenten und Inputgeberinnen dabei, die mit unserer Organisation nichts zu tun haben, beispielsweise eine Kollegin von Greenpeace, Andreas Rickert von Phineo oder Nick Tedesco vom National Center for Family Philanthropy in den USA. Wir sind quasi der Gastgeber an den drei verschiedenen Orten und natürlich an vielen Stellen auch ein Beispiel. Aber es muss am Ende nicht zwangsläufig dabei rauskommen: Wir spenden für UNICEF.

? Wie muss ich mir das vorstellen, was steht im Detail auf dem Programm?

Wir werden beispielsweise das UNICEF-Logistikzentrum in Kopenhagen besuchen. Das ist einfach unheimlich spannend. Man kann da sehr gut Zusammenhänge und Arbeitsweisen erklären. Ähnlich auch in Genf. Da fahren wir schon hin, um auch Kolleginnen und Kollegen vor Ort involvieren zu können, die ganz andere Impulse geben können. Wir besuchen natürlich auch den UN-Sitz dort. Es soll ja keine staubtrockene Veranstaltung werden, sondern ein Erlebnis. Wir wollen gemeinsam eine gute Zeit haben. Deshalb gibt es auch ein Rahmenprogramm. Wir gehen zum Beispiel Bootfahren in Kopenhagen, und in Köln machen wir ein gemeinsames Kochevent und sehen uns natürlich den Kölner Dom an.

? Wer übernimmt denn da die Kosten?

Natürlich gibt es eine Teilnahmegebühr. Im Prinzip ist es ein Fortbildungsangebot, wie es ein anderer Seminaranbieter auch machen würde. Das hat einen ganz normalen Preis, den wir allerdings so kalkuliert haben, dass er kostendeckend ist. Gewinn machen wir damit nicht.

? Auf wie viel Zuspruch hoffen Sie?

Wir wollen das in einer relativ kleinen Gruppe machen. Im ersten Modul geht es ja zum Beispiel viel um Werte und darum, welche Veränderungen man in der Welt sehen will und was einen motiviert und warum man sich überhaupt engagieren will. Da schauen die Familien eher so intrinsisch auf sich und auch untereinander in den verschiedenen Generationen. Das muss man auch diskutieren können, und deshalb braucht es dafür einen geschützten Raum, der nicht zu groß sein darf. Wie viele Familien das sind, müssen wir dann sehen. Die Idee ist, dass sie immer mindestens zu zweit kommen, weil eben möglichst zwei Generationen dabei sein sollen.

? Gefühlt ist das UN-Kinderhilfswerk in allen großen Krisen weltweit unterwegs: Corona, Ukraine, Palästina. Wie motivieren Sie sich?

Bei uns ist es immer so: Wenn wir mal das Gefühl haben, es wird uns alles zu viel, dann versuchen wir uns immer über das eine Kind, dem man helfen kann, wieder zu motivieren. Ich war gerade auf Projektreise in Madagaskar, und jedes einzelne Kind, dem wir da helfen, ist es wert. Das muss man versuchen zu sehen und nicht das, was man nicht tun kann. Oft ist das mehr, als man den Eindruck hat. Man muss sich immer vor Augen führen, was man schafft und das auch den Spendern spiegeln, damit sie weiter motiviert bleiben und auch in solchen schwierigen, herausfordernden Zeiten unterstützen.

▶ www.unicef.de/familyacademy

swiss made software
+swiss hosting

MITGLIED IM DEUTSCHEN FUNDRAISING VERBAND
Ethisch & Transparent
DFRV.DE

Erbschaftsfundraising einfach und effizient – mit dem digitalen Testamentservice

Ihre Vorteile:

- ✓ 24/7 kostenlose Testamente für Ihre Spender:innen
- ✓ Einfache Integration auf Ihrer Vermächtnis-Website
- ✓ Erfolgsmessung & Kontakte in Echtzeit für Fundraiser:innen
- ✓ Über 250 Non-Profit-Organisationen vertrauen auf unsere Online-Lösung

Testen Sie jetzt den Schweizer Marktführer im DACH-Raum

www.deinadieu.ch | www.testamentservice.de

Finden wir supergut!

Wie in vielen anderen Regionen ist auch in Liechtenstein die biologische Vielfalt in den letzten Jahrzehnten stark zurückgegangen. Darauf will die Hilti Family Foundation zusammen mit einem Netzwerk aus Expertinnen und Experten mit der Kampagne „supergut" hinweisen. Initiativen in Liechtenstein, die sich mit dem Thema beschäftigen, sollen dadurch mit Plakaten, Inseraten, Social Media Posts und kurzen Videos mehr Aufmerksamkeit erhalten.

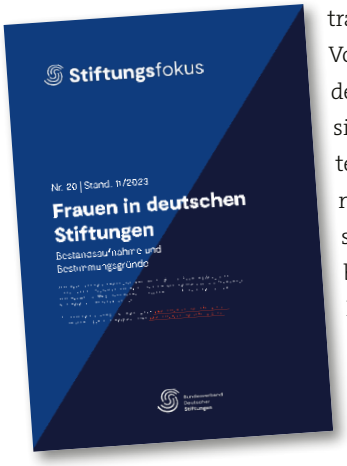
▶ www.supergut.li

Frauen in Stiftungen

Viel Arbeit, weniger Mitbestimmung

In seinem aktuellen „Stiftungsfokus" hat der Bundesverband Deutscher Stiftungen die Rolle von Frauen in rechtsfähigen Stiftungen bürgerlichen Rechts untersucht. Dabei kam heraus, dass Frauen zwar operativ den Hauptteil der Stiftungsarbeit leisten, aber trotzdem nur zu etwa einem Drittel in Vorständen und Geschäftsführungen vertreten sind. Dennoch ist die Zahl höher als z.B. in der Wirtschaft und Politik. Betrachtet man die Zweckausrichtung, so sind Frauen in Vorständen von jenen Stiftungen überrepräsentiert, deren Zielgruppe Frauen und Mädchen sind oder die sich für die Frauenförderung einsetzen. Frauen beteiligen sich darüber hinaus auch eher in Stiftungen mit niedrigem Eigenkapital. Im Gegensatz dazu sind sie jedoch stärker in den Vorständen von Stiftungen beteiligt, bei denen die Zweckausgaben höher sind. Den „Stiftungsfokus Nr. 20: Frauen in deutschen Stiftungen" gibt es zum kostenlosen Download auf

▶ www.stiftungen.org



MEINE MEINUNG

„Wir brauchen mehr Bewusstsein für den Artenschutz"

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Kennen Sie Erinaceus europaeus? Bestimmt ist Ihnen schon einmal ein Vertreter dieser Art über den Weg gelaufen. Gemeint ist der Braunbrustigel, den die Deutsche Wildtier-Stiftung zum Tier des Jahres 2024 gekürt hat. Und obwohl die runden Stachelkugeln besonders liebenswerte Zeitgenossen sind, machen wir dem Igel das Leben schwer. Straßen, Laubbläser und Mähroboter gehören zu den größten Feinden der kleinen Sympathieträger. So konnte das verletzte Igelmädchen, das letzten Sommer vor meinem Wohnhaus herumirrte, nur überleben, weil es zunächst in einem Karton auf meinem Balkon übernachtete und dann von engagierten Tierschützern des „Igelhilfe Radebeul e.V." tierärztlich versorgt und wieder aufgepäppelt wurde. Ich gebe zu: Der Niedlichkeitsfaktor des kleinen Knäuels hatte mir die rasche Entscheidung zum Eingreifen durchaus erleichtert. Nicht ganz so einfach haben es da andere gefährdete Arten, die weit weniger populär sind: Rotbauchunke, Große Hufeisennase oder Würfelnatter zum Beispiel haben sicher kaum Chancen, einmal Tier des Jahres zu werden. Doch auch deren Schutz ist für den Erhalt eines intakten Ökosystems fundamental. Dass die Deutsche Wildtier-Stiftung in diesem Jahr deshalb mit dem Igel auf ein „Testimonial" mit ausgesprochenen Starqualitäten setzt, sorgt hoffentlich nicht nur für viele „Oh wie süß"-Ausrufe, sondern auch für ein größeres Bewusstsein für den Artenschutz.

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

Kurzgefasst …

Frühlingstreffen mit Tradition

Alle, die sich für das Thema Stiftungen interessieren, sollten sich unbedingt den Zeitraum vom 4. bis 9. Juni 2024 freihalten. Der Münchner Stiftungsfrühling geht in die sechste Runde. Der erste Tag ist dem Fachpublikum gewidmet, danach gibt es fünf Tage lang ein buntes Programm aus Workshops, Vorträgen, Führungen, Diskussionen u. v. m. Save the Date!

▶ www.muenchnerstiftungsfruehling.de

Andenken an Hollywood-Star

Die Familie des Ende Oktober verstorbenen Schauspielers Matthew Perry, bekannt aus der Serie „Friends", hat kurz nach seinem Tod die Matthew Perry Foundation gegründet, die sich für Menschen mit Suchtproblemen einsetzt. Perry war offen mit seiner Drogen-, Alkohol- und Medikamentensucht umgegangen und hatte schon zu Lebzeiten selbst die Idee zu einer Stiftung.

▶ https://matthewperryfoundation.org

Motorsport für den guten Zweck

Mit Geld aus der Versteigerung gebrauchter Karosserien der Rennserie „Extreme E" hat der Online-Broker Vantage Markets die Vantage-Stiftung ins Leben gerufen. Die gemeinnützige Organisation arbeitet unter anderem mit dem UN-Flüchtlingshilfswerk UNHCR zusammen und will das Bewusstsein schärfen für unsichtbare Benachteiligung, zum Beispiel die Mühen von Geflüchteten.

▶ www.vantage.foundation

Unbürokratisch gegen Rechts

Nachdem Natascha Strobl, Beiratsmitglied der österreichischen Stiftung COMÚN, zur öffentlichen Zielscheibe von Rechtsextremisten wurde, hat die Stiftung den Fonds „Gegenrechtsschutz" eingerichtet. Personen, die von rechten Angriffen betroffen sind, können daraus unbürokratisch Unterstützung erhalten, z.B. juristische Hilfe oder konkrete Schutzmaßnahmen.

▶ https://comun.at/gegenrechtsschutz

Unternehmertum von morgen

In der Hamburger Hafencity hat im Dezember die Körber-Stiftung den Körber Start-Hub eröffnet. Auf einer 500 Quadratmeter großen Fläche können junge Menschen dort an Arbeitsplätzen, in Meeting-Räumen sowie bei Workshops und Veranstaltungen eigene zukunftswirksame Ideen entwickeln. Die Angebote sind kostenlos und sollen das Unternehmertum fördern.

▶ https://koerber-stiftung.de

Sanierungsbedürftig

Aktionsbündnis #WoistGoethe!

An Immobilien gibt es bekanntlich immer was zu tun. Erst recht, wenn das Haus bereits über 300 Jahre auf dem Buckel hat und 50 Jahre lang von Johann Wolfgang von Goethe bewohnt wurde. Das Weimarer „Haus am Frauenplan", wie es auch genannt wird, ist UNESCO-Welterbe und soll nun denkmalgerecht instandgesetzt und museal neu konzipiert werden. Zu diesem Zweck hat die Klassik Stiftung Weimar das Aktionsbündnis #WoistGoethe! gestartet, um Spenden für das umfangreiche Vorhaben zu sammeln. Baubeginn soll voraussichtlich 2026 sein.

In dem geschichtsträchtigen Gebäude sind nicht nur die Wohnräume des großen deutschen Dichters und Forschers zu sehen, sondern auch seine naturwissenschaftlichen und künstlerischen Sammlungen sowie sein Versuchsgarten. All das soll nun auch für zukünftige Generationen erhalten bleiben und interessant aufbereitet werden. Deshalb gilt es, nicht nur die Bausubstanz zu retten, sondern auch die gesellschaftliche Wirkung ins 21. Jahrhundert zu holen.

▶ www.klassik-stiftung.de/goethe-nationalmuseum/wo-ist-goethe

Alles so schön bunt hier

Ein Blick auf die vielfältige deutsche Stiftungslandschaft

Eine Stiftung ist eine Stiftung? Nicht ganz. Je nach Zielsetzung und Stifterhintergrund kann sie ganz unterschiedliche Ausprägungen annehmen und verschiedene Vorteile haben. Während der „Klassiker" der rechtsfähigen Stiftung den meisten bekannt sein dürfte, fallen zum Beispiel Hybrid- oder Unternehmensstiftungen schon eher in die Kategorie „selten". Und was ist eigentlich eine „unechte" Stiftung?

Von MATTHIAS MARX

Die rechtsfähige Stiftung des bürgerlichen Rechts ist die „klassische Gestalt" einer Stiftung. Sie ist eine eigentümer-, gesellschafter- und mitgliederlose juristische Person mit eigener Rechtspersönlichkeit und mit einem Vermögen zur dauernden und nachhaltigen Erfüllung eines vom Stifter oder der Stifterin vorgegebenen Zwecks ausgestattet. Obwohl es in Deutschland mehr als 25 000 Stiftungen dieses Typs gibt, ist sie nicht die am weitesten verbreitete Stiftungsform. Dies ist die Treuhandstiftung. Hier überträgt der Stifter einem Treuhänder Vermögenswerte zur Verfolgung des von ihm vorgegebenen Zwecks. Hauptvorteil dieser Stiftungsform ist, dass sie sehr schnell errichtet werden kann. Die Zahl an Treuhandstiftungen wird auf bis zu 80 000 geschätzt.

Verbrauchsstiftung: nicht auf Dauer angelegt

Anders als „klassische Stiftungen" sind Verbrauchsstiftungen nicht auf Dauer angelegt. Ihre Vorteile bestehen in der Möglichkeit, nicht nur die Erträge des Stiftungsvermögens einzusetzen, sondern das Vermögen und damit die Substanz der Stiftung selbst. Damit stehen häufig weitaus größere Summen zur Zweckverwirklichung zur Verfügung. Sozusagen den Mittelweg geht eine Hybridstiftung, die sowohl ein zu erhaltendes Grundstockvermögen als auch ein verbrauchbares Vermögen besitzt. Bekannteste Beispiele sind die Giordano-Bruno-Stiftung und die IOTA-Stiftung.

Zugenommen hat in den letzten Jahren in Deutschland auch die Zahl der Bürgerstiftungen, von denen es mittlerweile mehr als 400 gibt. Sie sind nach eigenem Selbstverständnis Gemeinschaftsstiftungen von Bürgern für Bürger, die das bürgerschaftliche Engagement vor Ort fördern möchten. Ihr Aktivitäts- und Förderbereich ist auf die eigene Gemeinde, Stadt oder Region begrenzt, wohingegen ihr Stiftungszweck außergewöhnlich breit gefasst ist.

Initiative von Banken möglich

Gemeinschaftsstiftungen können aber auch auf die Initiative von Banken zurückgehen, die die Stiftungsengagements ihrer Kundinnen und Kunden bündeln möchten. Die Rechtsform der Stiftung wird dabei gewählt, um neben Spenden auch Zustiftungen gewinnen und ein vor dem Zugriff der Mitglieder geschütztes Vermögen ansammeln zu können.

Dieses Anliegen ist meist auch Hauptintention von Familienstiftungen, die damit in erster Linie Familienvermögen vor Zersplitterung durch Erbvorkommnisse schützen wollen. Aufgrund der fehlenden Gemeinwohlausrichtung können sie jedoch keinerlei

Steuerbefreiungen genießen. Eine ähnliche Intention verfolgen Unternehmensstiftungen, bei denen das Stiftungsvermögen in einem Unternehmen angelegt wird und/oder die Mittel der Stiftung aus diesem stammen. Ein Hauptziel besteht im Erhalt des Unternehmens sowie der Kontinuität seiner Führung. In Deutschland gibt es wenige hundert Unternehmensstiftungen.

Kombination mit gemeinnützigen Zwecken

Ausschließlich oder überwiegend kirchliche Zwecke verfolgen kirchliche Stiftungen. Sie benötigen zusätzlich zur Genehmigung einer staatlichen Stiftungsaufsicht zunächst die Anerkennung nach kirchlichem Recht. Mildtätige Stiftungen zielen darauf ab, Personen selbstlos zu unterstützen, die „infolge ihres körperlichen, geistigen oder seelischen Zustands auf Dritte angewiesen" sind oder sich wirtschaftlich nicht selbst unterhalten können. Diese Stiftungen tun dies meist in Kombination mit gemeinnützigen Zwecken.

Und was sind nun „unechte" Stiftungen? Sie besitzen zwar das Merkmal der dauerhaften Vermögenswidmung zugunsten eines Zwecks, aber nicht die klassische Rechtsform der rechtsfähigen oder nicht rechtsfähigen/treuhänderischen Stiftung. Je nach Stiftungsvorhaben respektive Stifterwille kommen auch solche Ersatzformen wie die Stiftungs-GmbH, die Stiftungs-AG oder der Stiftungs-Verein in Frage. Die den politischen Parteien zugehörigen Stiftungen sind – mit Ausnahme der FDP-nahen Friedrich-Naumann-Stiftung – Stiftungs-Vereine. Die Robert-Bosch-Stiftung ist ein prominentes Beispiel einer Stiftungs-GmbH, die Kesting-Fischer-Stiftung das einer Stiftungs-AG.

Das zeigt: Es gibt es also nicht *die* Stiftung. Es bleibt die Aufgabe guter, professioneller Stiftungsberatung, das passende Stiftungsmodell zu finden. Auch wenn die Klassifizierung in einzelne Stiftungstypen einer ersten Orientierung dienen kann, ist der in die Tiefe gehende Beratungsprozess durch nichts zu ersetzen.

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**

Ende mit Ansage

Die Stiftung „maecenia“ beendet ihre Arbeit

Wer eine Stiftung ins Leben ruft, will sicherstellen, dass sie einen bestimmten Zweck verfolgt, und das dauerhaft über Jahre, Jahrzehnte oder sogar Jahrhunderte hinweg. Doch was geschieht eigentlich, wenn eine Stiftung ihre Tätigkeit einstellt und schließt? Genau das hat die Stiftung „maecenia“ im nächsten Jahr vor.

Von UTE NITZSCHE

Gefördertes Kunstprojekt „Auf den Spuren (des) Geldes“

Schon seit 2014 steht fest: Die Stiftung „maecenia“ wird in absehbarer Zeit ihre Arbeit beenden. Frauen in Wissenschaft und Kunst zu fördern und zu stärken ist seit ihrer Gründung im Jahr 2000 das Ziel der Frankfurter Stiftung. „Ich bin geprägt von der Frauenbewegung der 70er, 80er und 90er Jahre“, sagt Dr. Eva Brinkmann to Broxten. Die Stifterin ist seit über fünf Jahrzehnten in diesem Bereich engagiert und hat die Erfahrung gemacht, dass Frauen es eher schwer haben, ihre Pläne, Kunstprojekte und Forschungsideen zu realisieren, weil ihnen dafür meist das Geld fehlt. Die Idee zur Stiftungsgründung sei daher auch aus dem Grund heraus entstanden, dass es solche Stiftungen explizit für Frauen kaum gegeben habe. „Wenn Frauen in Stiftungszwecken vorkamen und vorkommen, dann meistens im sozialen Sinne, zum Beispiel für die Unterstützung für Witwen und Waisen.“

Umwandlung in Verbrauchsstiftung

Vor zehn Jahren wurde die Stiftung dann in eine Verbrauchsstiftung umgewandelt. Das bedeutet, dass auch das Stiftungskapital, das ansonsten nicht angetastet werden dürfte, nun für die Verwirklichung des Stiftungszwecks zum Einsatz kommen kann. Denn wie so viele kleine Stiftungen hat auch die Stiftung „maecenia“ mit den andauernden Niedrigzinsen zu kämpfen, sodass dieser Schritt letztendlich unumgänglich war: „Da die Stiftung hauptsächlich ehrenamtlich von mir geführt und verwaltet wird und ich aus Altersgründen 2025 ausscheide, mussten wir eine Lösung finden. Es war klar, dass die Stiftungsmittel für eine professionelle Verwaltung niemals ausreichen würden. Außerdem wollte ich das verbliebene Stiftungsvermögen lieber selbst an ausgewählte Projekte von kulturschaffenden Frauen ausschütten, bevor es wegen geringer Zinsen in Kleinstförderungen noch Jahre dahindümpelt“, erklärt Eva Brinkmann to Broxten die Entscheidung. Dank der Umwandlung sind seitdem weitere Gelder frei geworden, um den Stiftungszweck mittels Projektförderungen und eigener Veranstaltungen zu realisieren. Rund 470 000 Euro seien es in den letzten zehn Jahren gewesen, wie der Bundesverband Deutscher Stiftungen auf seiner Website Ende September in einer Meldung über die Schließung der Stiftung mitteilte.

Mühselige Auswahl zu fördernder Projekte

Alle zwei Jahre – und seit 2020 sogar jedes Jahr – hat die Stiftung Anträge angenommen.

„Das waren immer sehr viele, oft über 150. Davon konnten wir nur sechs bis zwölf fördern, nach sehr schwieriger und mühseliger Auswahl", erzählt die Stifterin. „Es sind viele Bücher, Filme, Tanz und Performance-Aufführungen, Theaterstücke und besondere Konzerte entstanden."

„Königinnenwege"

An einige erinnert sich Eva Brinkmann to Broxten besonders gern zurück, wie ein Konzert, bei dem in einer Galerie die Welt der elektronischen Musik mit den Klängen eines Klaviers verschmolz, oder auch die Events zum fünfjährigen, zehnjährigen und zwanzigjährigen Bestehen der Stiftung. Vor allem aber die Reihe „Königinnenwege", die „maecenia" schon seit über zwanzig Jahren veranstaltet, ist ein Highlight. Sie findet in unregelmäßigen Abständen an prominenten kulturellen Orten in Frankfurt am Main statt und gibt Wissenschaftlerinnen und Künstlerinnen Gelegenheit, ihre Vorhaben und ihre Arbeit öffentlich zu präsentieren und zu diskutieren. Der Name „Königinnenwege" ist dabei nicht zufällig gewählt, denn wie der sprichwörtliche Königsweg verlaufen die Karrieren von Frauen selten.

Letzte Förderrunde

Nun läuft die letzte Förderrunde vor dem geplanten Ende der Stiftung. Acht weitere Projekte, die zum größten Teil erst 2024 und 2025 zu Ende gehen, haben noch einen Förderzuschlag erhalten. Ein besonderes Event zum Abschluss ist ebenfalls geplant. Wie die endgültige Schließung dann aussehen wird, weiß Eva Brinkmann to Broxten selbst noch nicht genau: „Mir wurde vom Regierungspräsidium in Darmstadt gesagt, ich solle dann einen Antrag auf Auflösung stellen. Welche Vorgaben es möglicherweise dazu gibt, habe ich noch nicht eruiert." Hat sie Tipps für andere Stiftungen, die sich ebenfalls in eine Verbrauchsstiftung umwandeln wollen oder müssen? Auf jeden Fall rät sie, die Gründe für den Verbrauch gut vorzubereiten. Einen Anwalt hinzuzuziehen, sei aus ihrer Sicht jedoch nicht notwendig. Wichtig sei es vielmehr, die zuständige Person wirklich zu überzeugen, dass der Schritt sinnvoll ist: „Es ist hilfreich, wenn die Stifterin oder der Stifter noch lebt", sagt Eva Brinkmann to Broxten. Und was kommt danach, wenn „maecenia" dann tatsächlich nicht mehr existiert? Konkrete Pläne gibt es noch nicht: „Ich habe nur eine Mitarbeiterin, die sich wahrscheinlich über die Schließung hinaus mit mir um die Archivierung der 25 Jahre Maecenia-Stiftung kümmern wird." Eines ist jedoch ganz sicher: „Das Engagement für Frauen bleibt."

▶ www.maecenia-frankfurt.de

Fortwirken durch Zusammenwirken

Digitale Plattform schafft neue Wege des Fundraisings

Kleinen Stiftungen mit geringer Kapitalausstattung fehlen trotz kreativer Ideen häufig die Mittel zur Umsetzung einer effizienten Fundraising-Strategie. Im Zuge der Stiftungsrechtsreform gibt es nun Abhilfe in Gestalt der Zulegung und Zusammenlegung von Stiftungen. Die Deutschen Stiftungsanwälte haben deshalb mit fortwirken.de eine unentgeltliche digitale Beratungs- und Vernetzungs-Plattform für neue Wege des Fundraisings ins Leben gerufen.

Von BENJAMIN WEBER und CHRISTINA DURWEN

In Deutschland verfügen rund 80 Prozent der insgesamt rund 25 000 Stiftungen über eine Kapitalausstattung von weniger als eine Millionen Euro. Bei rund 37 Prozent der Stiftungen liegt die Kapitalausstattung laut Angaben des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen bei unter 100 000 Euro. Für diese Stiftungen stellt das Einwerben von Spenden und Zustiftungen eine besondere Herausforderung dar. Trotz Elan und Engagement der Beteiligten scheitert ein effizientes Fundraising häufig an den finanziellen Ressourcen und den hierdurch entstehenden Verwaltungskosten.

Mit der am 1. Juli 2023 in Deutschland in Kraft getretenen Stiftungsrechtsreform schafft der Gesetzgeber mit der Zulegung und Zusammenlegung von Stiftungen neue Wege des Fundraisings. Durch Zulegung verschmilzt das Vermögen einer notleidenden übertragenden Stiftung mit dem einer übernehmenden Stiftung. Bei der Zusammenlegung werden zwei oder mehrere Stiftungen durch Neugründung zusammengeführt. Doch wie unterscheidet sich eine Zusammenführung von klassischen Fundraising-Strategien? Und wie finden interessierte Stiftungen den passenden Fusionspartner?

Statt Kleinstspenden Zustiftungen durch Zulegung einwerben

Bei der Zulegung überträgt etwa Stiftung A ihr Vermögen in das Stiftungsvermögen der Stiftung B und erlischt im Anschluss. Zu beachten ist, dass die Zwecke der übertragenden und der übernehmenden Stiftung dabei im Wesentlichen übereinstimmen müssen. Somit kann die übertragende Stiftung A ihre eigenen Aktivitäten in dem Wissen einstellen, dass weiterhin eine Wirksamkeit des Vermögens ganz im Sinne ihres originären Stifterwillens sichergestellt ist. Die übernehmende Stiftung B profitiert gegenüber klassischen Fundraising-Strategien davon, dass in einem einzigen Verfahren eine erhebliche Erhöhung des Stiftungsvermögens erfolgt. Neben den finanziellen Spielräumen erweitert sich das eigene Netzwerk und erhöht somit Wirkkraft und Sichtbarkeit der Stiftung. Bei der Zusammenlegung übertragen etwa Stiftung A und Stiftung B ihr Vermögen auf die neu gegründete Stiftung C. Im Anschluss erlöschen Stiftung A und Stiftung B und wirken als Stifter der neugegründeten Stiftung C fort. Auf diese Weise können personelle und sachliche Ressourcen verschlankt und damit zusätzliche finanzielle Mittel für die allgemeinwohlfördernde Zweckverwirklichung umgesetzt werden.

Den passenden Fusionspartner finden

Eine gelungene Zusammenführung steht und fällt mit der Wahl eines passenden Fusionspartners, der nach Möglichkeit überwiegend gleiche (allgemeinwohlfördernde) Zwecke verfolgt. Bei den Deutschen Stiftungsanwälten haben wir uns die Frage gestellt, wie sich interessierte Stiftungen digital und unkompliziert zusammenbringen lassen. Mit *fortwirken.de* haben wir eine unentgeltliche digitale Vernetzungs- und Beratungsplattform ins Leben gerufen, die Stiftungen umfassend bei der Zusammenführung unterstützen soll. Durch einen speziell hierfür programmierten Algorithmus werden registrierte Stiftungen anhand ihrer Zwecke, Sitz und weiteren Kriterien zusammengeführt. Neben der Unterstützung bei der Suche nach einem passenden Fusionspartner erhalten

Stiftungen mit Registrierung auf der Plattform eine kostenlose Erstberatung durch die Deutschen Stiftungsanwälte. In dieser Erstberatung beantworten unsere Anwältinnen und Anwälte alle relevanten Fragen, wie die betroffene Stiftung ihre Wirksamkeit im Rahmen ihrer finanziellen Mittel erhöhen kann und damit fortwirkt.

Fortwirken.de steht allen Stiftungen offen, die an Möglichkeiten ihres „fortwirkens" durch die Instrumente der Stiftungsrechtsreform interessiert sind. Hierzu zählen notleidende Stiftungen (übertragende Stiftung) ebenso wie finanzkräftigere Stiftungen (übernehmende Stiftung).

So werden Stiftungen Teil des „fortwirken"-Netzwerkes

Im ersten Schritt muss einfach das Kontaktformular ausgefüllt und die kostenlose Registrierung abgeschlossen werden. Im nächsten Schritt melden sich die Expertinnen und Experten der Deutschen Stiftungsanwälte bezüglich eines unentgeltlichen Beratungstermins. Besteht im Anschluss weiterhin Interesse an einer Zusammenführung, bringen die Stiftungsanwälte passende übertragende und übernehmende Stiftungen aus dem „fortwirken"-Netzwerk zusammen.

Mit *fortwirken.de* in Zusammenhang mit der Stiftungsrechtsreform eröffnen sich auch neue Wege des Fundraisings. Interessierte Stiftungen können sich über die digitale Matching- und Beratungsplattform informieren, um so neue Möglichkeiten für eine wirkungsvollere Zweckverwirklichung im Sinne ihres Fortwirkens zu erfahren.

Benjamin Weber, Rechtsanwalt und Partner bei der „Deutsche Stiftungsanwälte Rechtsanwaltsgesellschaft mbH", berät steuerbegünstigte Körperschaften, Privatpersonen und Unternehmen in allen Fragen des Gesellschafts- und Gemeinnützigkeitsrechts. Schwerpunkte seiner Tätigkeit sind sowohl die Beratung von Stiftungen bei der Umwandlung von Ewigkeits- in Verbrauchsstiftungen als auch die Zulegung und/oder Zusammenlegung von Stiftungen.
▶ www.deutschestiftungsanwaelte.de

Christina Durwen ist studentische Mitarbeiterin bei der „Deutsche Stiftungsanwälte Rechtsanwaltsgesellschaft mbH". Ihr Interesse für das Stiftungsrecht wurde durch ihre studentische Mitarbeit bei der Deutschen Stiftungsakademie gGmbH geweckt. Derzeit studiert sie Rechtswissenschaft mit dem Schwerpunkt Immaterialgüterrecht an der Humboldt-Universität zu Berlin. Zudem verfügt sie über einen Abschluss in den Kommunikations- und Politikwissenschaften.
▶ www.deutschestiftungsanwaelte.de

FundraisingBox Blog
DIE WISSENSPLATTFORM FÜR NON-PROFITS

Du erhältst viele spannende Einblicke, Ideen und Tipps rund um digitales Fundraising. Unsere Autorinnen Karin und Katharina waren selbst in der Non-Profit Branche tätig und wissen, was Non-Profits bewegt.

Trends und Updates aus der Fundraising Branche

Nutzung von KI im Non-Profit Bereich

Tipps und Ideen rund um das Thema Digitales Fundraising

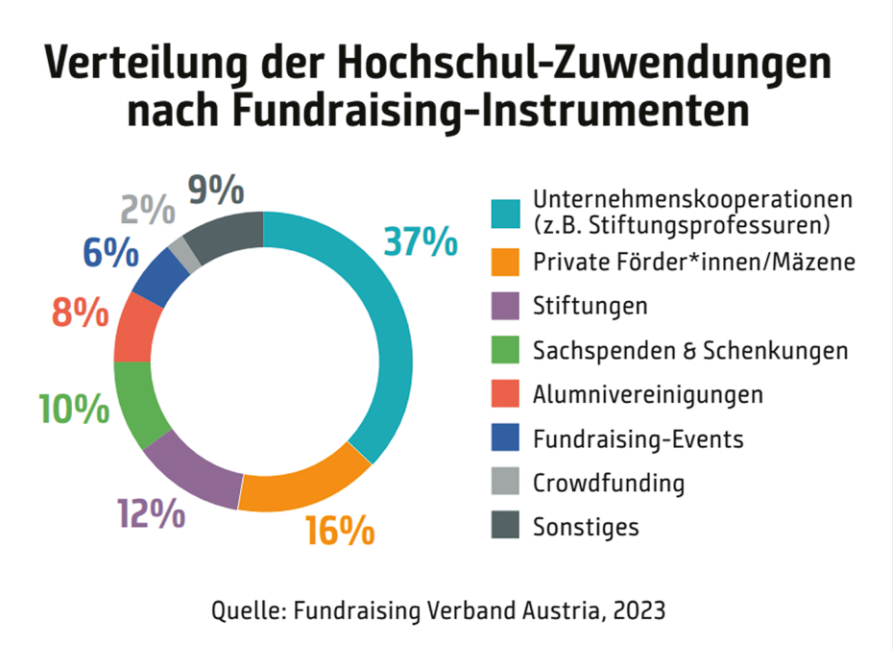
Schau jetzt vorbei!
fundraisingbox.com/blog

FUNDRAISINGBOX

Sciencefundraising im Aufwind

166 Millionen Euro für Wissenschaft und Forschungs-Fundraising im Aufwind

Österreichs Wissenschaftsfundraising-Sektor hat im Vorjahr einen Rekordzuwachs von über 20 Prozent verzeichnet. Damit ist jeder siebente Spendeneuro des Landes der Förderung von Wissenschaft und Forschung zugedacht. Ein deutliches Signal dafür, dass die Professionalisierung und die Vervielfältigung der Strategien im Wissenschaftsfundraising in den vergangenen Jahren Wirkung zeigen. Mittel aus Unternehmenskooperationen, Stiftungszuwendungen und einzelne besonders großzügige Major Donors sind die tragenden Säulen des Sektors.



Die Wissenschaft ist einer der ältesten Spendenzwecke überhaupt. Schon die Entstehung der ersten europäischen Universitäten im Mittelalter ging, neben königlicher oder kirchlicher Unterstützung, zu einem gewichtigen Anteil mithilfe der Spenden wohlhabender Gönner*innen vonstatten. Heute gehören private Zuwendungen besonders in den USA (u. a. Harvard, Yale und Princeton), Kanada (u. a. Toronto und McGill) oder Großbritannien (u. a. Oxford und Cambridge) zu den bedeutendsten Finanzierungsquellen für den Hochschulsektor. In jenen Ländern gibt es an allen führenden Universitäten seit Jahrzehnten umfassende, professionelle Fundraising-Programme. Allein in den USA wurden 2022 fast 60 Mrd. Dollar an privaten Mitteln eingeworben – rund zwölf Prozent des gesamten US-Spendenvolumens.

Goldenes Zeitalter für Sciencefundraising in Österreich?

In Relation zu den USA oder Großbritannien waren private Zuwendungen für Wissenschaft und Forschung in Österreich in der Vergangenheit in vergleichsweise kleinem Maßstab anzutreffen. Im Unterschied zu diesen Ländern, war die Finanzierung des wissenschaftlichen Sektors hierzulande bislang vor allem eine staatliche Angelegenheit. Umso erfreulicher ist der positive Trend, den die Umfragestudie der Fundraising Verband Austria im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung offenlegt. Diese Studie, an der rund 50 Hochschulen aus allen Bundesländern beteiligt waren, weist dem Bereich Wissenschaft und Forschung im Jahr 2022 Zuwendungen in Höhe von 166 Mio. Euro zu – ein Rekord-Wachstum von über 20 Prozent gegenüber dem Jahr davor. Davon gingen 116 Mio. Euro unmittelbar an Hochschulen zuzüglich 50 Mio. Euro an Forschungsvereine und außeruniversitäre Wissenschaftseinrichtungen.

Somit entfielen rund 15 Prozent des gesamten österreichischen Spendenaufkommens von 1,1 Mrd. Euro an Wissenschaft und Forschung – ein höherer Anteil als in den USA. Als wichtige Stütze des Wissenschaftssektors kommen diese Mittel Forschungsprojekten, Professuren, Stipendien, der Infrastruktur und vielen anderen hochschulischen Bereichen zugute. Rund drei Prozent machen Spenden in Relation zu den staatlichen Ausgaben für das Universitäts- und Hochschulsystem sowie für die Grundlagenforschung aus (2022: 5,6 Mrd. €).

Privatfinanzierung für zwei von drei Hochschulen Österreichs wichtig

Wie die Umfragestudie des Fundraising Verband Austria zeigt, machen unter den einzelnen Einnahmequellen der Hochschulfundraiser*innen Erlöse aus Unternehmenskooperationen mit rund 37 Prozent den Löwenanteil aus. Zuwendungen von Mäzen*innen bilden mit 16 Prozent die zweitwichtigste Säule, gefolgt von gemeinnützig aktiven Stiftungen mit zwölf Prozent, Sachspenden und Schenkungen mit zehn Prozent sowie Alumnivereinigungen mit acht und Fundraising-Events mit sechs Prozent. Bemerkenswert ist die Verbreitung von Fundraising-Aktivitäten im gesamten österreichischen Hochschulwesen: Für rund 60 Prozent der Hochschulen spielt die Finanzierung mittels privater Zuwendungen

gegenwärtig bereits eine wichtige Rolle. Knapp jede zweite Hochschule beschäftigt mittlerweile Personal speziell für die Mittelakquise – ein deutlicher Aufwärtstrend der vergangenen Jahre.

Einzelne Großspenden hinterlassen Fußabdruck

Der Spendenbericht des Fundraising Verband Austria hat heuer erstmals die herausragendsten Großspenden Österreichs in den vergangenen Jahren beleuchtet. Festgestellt wurde dabei einerseits, dass insbesondere im Jahr 2023 auffällig viele beispielgebende Major Donors vermögender Personen anzutreffen waren. Andererseits zeigte die Analyse der entsprechenden Spendenziele, dass ein Großteil der entsprechenden Zuwendungen dem Bereich Wissenschaft und Forschung gewidmet war. Schon 2022 durfte das im niederösterreichischen Klosterneuburg angesiedelte Institute of Science and Technology Austria (ISTA) die größte in Österreich jemals getätigte Testamentsspende entgegennehmen. Die 2021 verstorbene ehemalige Wiener Unternehmerin Magdalena Walz hatte das Forschungsinstitut mit einer Erbschaft in der Höhe von 25 Mio. Euro bedacht. Gemeinsam mit einer 5-Mio.-Euro-Zuwendung der VERBUND AG startete das ISTA auf dieser Basis eine Fundraisingkampagne von noch nicht dagewesenem Ausmaß: 100 Mio. Euro soll die Capital Campaign „Be A Giant" innerhalb von fünf Jahren für die Spitzenforschung einbringen. Alle privat eingeworbenen Mittel werden zudem von der öffentlichen Hand verdoppelt. Präsident Martin Hetzer wurde für diese einmalige Initiative 2023 als Fundraiser des Jahres – sponsored by Direct Mind – ausgezeichnet.

Spendenziele: Von der Klimaforschung bis zu seltenen Krankheiten

Aber auch darüber hinaus brachten die vergangenen Jahre außerordentliche Zuwendungen für Wissenschaftseinrichtungen. Der Gründer und Mehrheitseigentümer der Montana Tech Components AG, Michael Tojner, spendete gemeinsam mit der B&C Privatstiftung 11 Mio. Euro an die Wirtschaftsuniversität Wien. Damit sollen in den kommenden zehn Jahren Projekte im Bereich Innovations- und Standortforschung gefördert werden. Die Bäckerfamilie Ströck aus Wien spendete 1 Mio. Euro an die WE & ME Stiftung (ehemals TEMPI Stiftung), um ein Kompetenzzentren für die Krankheit ME/CFS zu schaffen – zwei der drei Söhne der Familie leiden an der schweren neuroimmunologischen Krankheit. Der Biologe und Enkel des Gründers des berühmten Textilkonzern Palmers, Christian Palmers, ließ der Universität Graz 1,6 Mio. Euro zur Finanzierung einer neuen österreichischen Polar-Forschungsstation in Grönland zukommen. Damit soll vor allem der Klima-Wandel in der Polar-Region erforscht werden. Erich Ciesciutti, Sohn des Rosentaler Schriftstellers Johann Ciesciutt, hinterließ der Universität Klagenfurt 1,8 Mio. Euro über eine Privatstiftung. Das Geld kommt besonders förderwürdigen Studierenden der Universität zugute. Zudem sollen damit Forschungspreise für Arbeiten im Bereich Energieversorgung vergeben werden. Die alpha+ Stiftung des Wissenschaftsfonds FWF wurde vom US-Geschäftsmann mit österreichischen Wurzeln, Patrick Dumont, mit 4,5 Mio. Euro bedacht. Mit diesen Mitteln soll die Forschung im Kampf gegen den Klimawandel ausgebaut werden.

Weitere spannende Einblicke in das österreichische Spendenwesen erhalten Sie im Spendenbericht 2023 unter
▶ **www.fundraising.at**

Top-10 öffentliche Universitäten Österreichs nach Spendenerlösen 2022 (in Mio. Euro)

1	Medizinische Universität Wien	11,64
2	Medizinische Universität Innsbruck	3,35
3	Universität Wien	3,22
4	Universität für Bodenkultur Wien	3,13
5	Universität Innsbruck	2,72
6	Wirtschaftsuniversität Wien	2,51
7	Medizinische Universität Graz	1,43
8	Technische Universität Graz	1,41
9	Universität Salzburg	1,28
10	Veterinärmedizinische Universität Wien	0,97

Quelle: Datenmeldungen der Universitäten auf Basis WBV

Tipp

Sie möchten mit Ihrem Sciencefundraising die nächste Stufe erreichen? Dann melden Sie sich für die **Fachtagung Sciencefundraising** des Fundraising Verband Austria am **19. März 2024** (9 bis 17 Uhr) an der Technischen Universität Wien an. Der Inhaltliche Schwerpunkt liegt auf dem Thema „Philanthropie für Wissenschaft und Forschung".

Infos und Rückfragen: Stephan Kropf (stephan.kropf@fundraising.at, +43 (1) 2 76 52 98-11)

Künstliche Intelligenz im Fundraising – Stimmen aus Schweizer NPO

Artificial Intelligence (AI) – zu Deutsch: Künstliche Intelligenz (KI) – ist in den letzten Jahren und vor allem Monaten in vielen Bereichen unseres Lebens immer allgegenwärtiger. Und überall hört man vom grossen Potenzial, das AI-Tools bieten wollen und sollen. Sehen und/oder nutzen Schweizer NPO dieses Potenzial fürs Fundraising auch? Wir haben nachgefragt.

Margarete Neuenschwander, Leiterin Fundraising,OceanCare

«Wir nutzen KI täglich in Form von Deepl. Chat GPT setzen wir gelegentlich für die Ideenfindung ein. Ganze Texte waren bis jetzt noch zu wenig spezifisch oder gut genug. Bei Gelegenheit werde ich einen ersten Versuch mit einem simplen Stiftungsantrag machen – bin gespannt, aber erwarte noch nicht allzu viel.»

Steff Kerkhoff, Leiter Digitale Projekte, Krebsliga Schweiz

«Künstliche Intelligenz setzen wir bereits häufig für verschiedene Aufgaben ein, jedoch noch nicht für Selektionen für Mailings. Im zweiten Halbjahr 2024 werden wir erstmals KI-generierte Selektionen testen.»

Corinne Denzler, Geschäftsführerin, Demenz Forschung Schweiz

«In der Stiftung nutzen wir keine speziellen AI-Tools. Die Ausnahme ist vielleicht mal eine kleine Text-Inspiration von Chat GPT, aber nur als Inspiration und nicht komplette Texte. Selbstverständlich gibt es aber zum Teil AI in der Arbeit der von uns geförderten Forschungsgruppen. Wir gehören nicht zu den «First Movers», aber wir werden uns im Team im kommenden Jahr an Weiterbildungen mit dem Thema vermehrt auseinandersetzen. Ganz grundsätzlich finde ich den Einsatz von AI im Fundraising sinnvoll, wenn es hilft, repetitive, manuelle Tätigkeiten zu vereinfachen und so den Spenderfranken besser zu nutzen. Im Fundraising wird es aber immer den Faktor Mensch bzw. die persönlichen Beziehungen brauchen.»

Felix Freese, Head of Brand and Creation, und Gaby Brändli Ortiz, Head of Performance Marketing, UNICEF

Felix: «UNICEF arbeitet evidenzbasiert. Daher sind AI-Text-Tools ohne Quellenangaben

wertlos. Überall dort, wo diese nicht benötigt werden, können sie eingesetzt werden. Konkret war das bei uns der Fall, als wir AI-generierte Bilder beim Swiss Economic Forum (SEF) für Plakate eingesetzt haben. Es gibt leider noch keine ethische Basis, die Quellenangaben fehlen und das Copyright ist nicht geklärt. Es braucht Labels, die klar erkenntlich machen, was mit Hilfe von AI generiert wurde. Es braucht Tools, die Fakes als solche kennzeichnen, und es braucht von Seiten der Plattformbetreiber klare Regeln, wie sie mit solchen umgehen.»

Gaby: «Ich fände es spannend, AI-Tools künftig neben der Content-Produktion auch als

Unterstützung für Konzepte, Media- und Selektionspläne oder Marketing-Automationen auszuprobieren. Als Beispiel habe ich im Rahmen einer Spielerei ein AI-Tool aufgefordert, mir eine 5-teilige Willkommens-E-Mail-Marketing-Journey zu konzipieren. Das hat erstaunlich gut funktioniert. Letztlich könnte es auch interessant sein, AI für Vorhersagen und Wahrscheinlichkeitsberechnungen (Predictive AI) im Fundraising einzusetzen. Bisher nutzen wir bei UNICEF AI-Tools aber noch nicht systematisch. Wir haben jedoch ein internes AI-Manifest entwickelt, das einen gewissen Handlungsrahmen absteckt. Ich denke, langfristig wird uns AI im Fundraising erlauben, mit den gleichen Ressourcen mehr für die Organisation zu erreichen, also effizienter zu arbeiten. Wir müssen aber sicherstellen, dass das Vertrauen der Spenderinnen und Spender nicht verloren geht.»

Christoph Keiser, Co-Leiter Abteilung Fundraising & Marketing, Caritas Schweiz

«Wir nutzen zum Teil schon KI-Tools im Fundraising. Im Bereich des Textens arbeiten wir mit Chat GPT4 und Bing Chat, bei der Kreation der digitalen Werbemittel arbeiten wir zusammen mit unserer Digital Advertising Agentur mit dem Tool Neurons. Wir befinden uns aber bei allen Tools noch in einer Testphase und sind daran, erste Gehversuche zu machen. Grundsätzlich sind wir gegenüber KI im Fundraising positiv eingestellt. Wir sind überzeugt, dass wir mit KI unsere Effizienz steigern und unsere zielgerichtete Ansprache verbessern können. Jedoch müssen wir uns auch im Klaren sein, was der Einsatz der Tools in Bezug auf Datenschutz, Ethik und Kosten mit sich bringt.»

Claudia Forcellini, Fundraising Overview, Greenpeace Schweiz

«Greenpeace nutzt in anderen Ländern bereits seit einigen Jahren Künstliche Intelligenz im Fundraising, vor allem, um durch Machine Learning-Vorhersagen zur Spendenwahrscheinlichkeit die Selektionen zu verbessern. Alle Betroffenen sehen einen gewissen Mehrwert, abhängig davon, wie ausgereift die Selektionskriterien bereits vorher waren und wie viele Daten zur Verfügung stehen, um das Modell zu trainieren und im Einsatz zu optimieren. Als Greenpeace Schweiz sind wir in der Abklärung, solche KI-Lösungen einzuführen, da wir einen Mehrwert sehen, Kosten und Ressourcen bei Mailing-Versänden zu sparen und auch eine gezieltere Supporter-Ansprache zu erreichen. Da wir erst kürzlich unser CRM gewechselt haben, müssen wir vorher ein paar Aufgaben dafür lösen.

Ein anderes KI-Einsatzgebiet ist die Inspiration, Recherche und Content-Kreation mit Hilfe von Generativer AI wie Chat GPT. Dies wird vereinzelt und mit Vorsicht eingesetzt, entsprechend den Limits der Tools. Da das Prompten sehr viel Energie benötigt, empfehlen wir allen Mitarbeitenden, sehr zielgerichtet damit zu arbeiten. Eine von Fachpersonen getextete Spendenanfrage kann damit nicht ersetzt werden, aber es kann durchaus eine erste Inspirationsquelle dafür generiert werden.»

Nadine Netzhammer, Head of Fundraising, VIER PFOTEN

«Das Thema KI/AI im Fundraising ist zweifellos von grosser Bedeutung. Momentan befinden wir uns allerdings noch in einer Recherche-Phase: Wir nutzen noch keine AI-Tools. Unser Fokus liegt darauf, die Möglichkeiten und Potenziale, aber auch Risiken dieser Technologien besser zu verstehen, um sie zukünftig möglicherweise gezielter einzusetzen.»

Befragung: Swissfundraising | Bilder: zVg

Setzt eure Organisation auch schon KI ein?

Teile als Swissfundraising-Mitglied deine resp. eure Erfahrungen und Fragen doch im Mitglieder-Forum, das du im Memberbereich von swissfundraising.org findest.

Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Vom Stellvertreter an die Spitze

Auf Peter Battenberg, der sein Amt als Geschäftsführer der gemeinnützigen Rotkreuz-Tochter Volunta in Hessen niedergelegt hat, ist zum 1. Oktober 2023 **Hans Menger** gefolgt. Er war bereits viele Jahre stellvertretender Geschäftsführer bei Volunta und Bereichsleiter für Finanzen, Verwaltung und IT. Seine Karriere begann der Sozialbetriebswirt 1992 beim DRK Odenwaldkreis. Er übernimmt sein Amt in einer schwierigen Zeit, da der Bund angekündigt hat, die Freiwilligendienste in diesem Jahr finanziell deutlich weniger zu fördern. Als wichtige Aufgabe sieht Hans Menger deshalb die Verpflichtung, jungen Menschen die Chance zu geben, sich freiwillig für die Gesellschaft einzusetzen. Sein Ziel ist es, das Freiwillige Soziale Jahr noch bekannter zu machen.

HEKS begrüßt neue Direktorin

Das Hilfswerk der Evangelischen Kirche Schweiz (HEKS) hat ab März 2024 eine neue Direktorin. **Karolina Frischkopf** hat einen EMBA-Abschluss und Internationale Beziehungen, Wirtschaft- und Politikwissenschaften studiert. Sie war zehn Jahre Diplomatin in Mexiko, Genf, Peking und Bern und bringt 18 Jahre Führungserfahrung im Verbandsmanagement mit. In ihrem neuen Job folgt sie auf Peter Merz und ist damit die erste Frau in dieser Position.

Turnusgemäßer Wechsel

Neuer Sprecher der Leitungskonferenz der katholischen weltkirchlichen Werke Misereor, Adveniat, Renovabis, missio Aachen und missio München, Caritas International und Kindermissionswerk „Die Sternsinger", kurz MARMICK, ist Pater **Martin Maier** SJ. Der Hauptgeschäftsführer des Lateinamerika-Hilfswerks Adveniat wird die Kommunikation nach außen und die Verständigung nach innen übernehmen und folgt auf Pirmin Spiegel, dessen Amtszeit turnusgemäß endet.

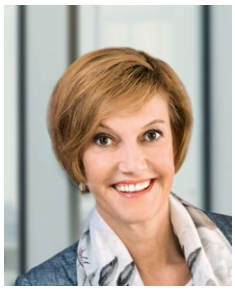
Agentur „direct." baut Adresskompetenz aus

Mit **Beate Tamm**, der langjährigen Expertin für Adressmanagement, baut die Directmailing-Agentur „direct." seit Januar 2024 ihre ganzheitliche Beratungskompetenz weiter aus. Seit über 25 Jahren berät Beate Tamm in allen Fragen rund um Privat- und Firmenadressen und bringt ein marktübergreifendes Spezialwissen mit. In den letzten zehn Jahren spezialisierte sie sich bei der Gecko international GmbH auf die Zielgruppen- und Adressberatung für NGOs.

Fundraising-Expertin komplettiert Vorstands-Trio

Tania Roach ist neu im Vorstand bei Save the Children Deutschland und seit Anfang Januar verantwortlich für Markenführung, Marketing und Fundraising. Der Aufsichtsrat hatte die Marketing- und Fundraising-Expertin zuvor als drittes hauptamtliches Vorstandsmitglied neben Florian Westphal, der den Vorstandsvorsitz innehat, und Finanzvorstand Kevin Copp berufen. Ihre Expertise bringt sie vom WWF Deutschland mit, wo sie in den letzten acht Jahren ebenfalls den Bereich Marketing und Fundraising verantwortete. Zuvor war Tania Roach in verschiedenen leitenden Rollen in der Industrie in mehreren europäischen Ländern tätig. Dabei hat sie Erfahrungen im operativen wie strategischen B2B- und B2C-Marketing, im Brand-Management sowie im Vertrieb gesammelt.

Kommunikationsprofi übernimmt Stiftungs-Direktion



Die Ronald-McDonald-Kinderstiftung hat eine neue Direktorin: **Andrea Hemmi** bringt langjährige Führungs- und Kommunikationserfahrung mit. Sie war Kommunikationschefin und Mitglied der Geschäftsleitung beim Schweizer Radio und Fernsehen und von 2013 bis 2018 Stiftungsrätin der Schweizer Spendenorganisation „Glückskette". Mit ihrer neuen Aufgabe übernimmt Andrea Hemmi die operative Leitung von Deborah Murith, die sich anderen Aufgaben innerhalb des Unternehmens widmet. Andrea Hemmi leitete zuvor ihre eigene PR-Agentur und war verantwortlich für die Kommunikation beim Reisekonzern Kuoni. Bei McDonald's ist sie kein unbeschriebenes Blatt. Nachdem sie auf Agenturseite für die Fastfood-Kette arbeitete, war sie auch Kommunikationschefin von McDonald's Schweiz.

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

Ludwig-Stiftung mit doppelter Führungskompetenz

Im Januar 2024 haben Dr. **Bettina Brunner** (rechts) und **Sylvia Tuczka** ihre Aufgabe als neue Geschäftsführerinnen der Österreichischen Ludwig-Stiftung für Kunst und Wissenschaft angetreten. Bettina Brunner ist Kunsthistorikerin und promovierte an der Akademie der bildenden Künste in Wien. Sie war Kuratorin des Kinoprogramms im Wiener Museum „mumok" und für die Ludwig-Stiftung bereits seit 2021 als Koordinatorin der Festtagung zum 40-jährigen Bestehen der Stiftung tätig sowie als Mitherausgeberin des Tagungsbandes. Ihre Kollegin Sylvia Tuczka hat Rechtswissenschaften studiert und begann ihre Laufbahn beim Beratungsnetzwerk Pricewaterhouse Coopers zunächst in London und später in Wien. Sie bringt neben einer beruflichen Qualifikation als englische Steuerberaterin und Wirtschaftsprüferin langjährige Führungserfahrung in einer gemeinnützigen Organisation mit.

Erstmals Frau an der Spitze der Caritas Österreich

Mit **Nora Tödtling-Musenbichler** ist ab Februar zum ersten Mal eine Frau Präsidentin der Caritas Österreich. Sie löst damit Michael Landau ab, der nach zehnjähriger Amtszeit nicht mehr als Kandidat für die Wahl zum Präsidenten angetreten ist. Nora Tödtling-Musenbichler war seit 2021 Direktorin der Caritas der Diözese Graz-Seckau und seit November 2022 bereits amtierende Vize-Präsidentin der Caritas Österreich. Außerdem war sie Leiterin der Vinzi-Werke.

Neuer Leiter von Mission ohne Grenzen

Marc Daniel Kretzer hat am 1. Januar 2024 die Leitung von Mission ohne Grenzen e. V., dem christlichen Hilfswerk für Osteuropa, übernommen. Der langjährige Marketingleiter der Stiftung Marburger Medien hat Fundraising-Management studiert und absolviert gerade einen MBA in Unternehmensführung. Im vorigen Jahr ist seine Studie „Fundraising und Institutional Readiness" zu organisationalen Voraussetzungen für den Fundraisingerfolg einer NPO erschienen.

CliniClowns Austria erweitern Führungsteam

Seit Oktober letzten Jahres verstärkt **Eva Radinger** als Geschäftsführerin das Team der CliniClowns Austria. Sie steht damit an der Seite von Generalsekretärin Birgit Rathmaier, womit das bewährte Prinzip der Arbeit als Paar nun auch auf die Leitung des Vereins übertragen wurde. Eva Radinger war 25 Jahre beim ORF und zehn Jahre Geschäftsführerin des Vereins „Licht ins Dunkel" und ist daher mit der Arbeit und den Aufgaben einer NGO bestens vertraut.

Neuer Vorstandsvorsitzender ab Frühjahr

Zum 1. März 2024 übernimmt Dr. **Tobias Ernst** den Vorstandsvorsitz der Stiftung „Kinder forschen". Der promovierte Jurist ist seit 2018 CEO der Kiron Open Higher Education gGmbH. Zuvor hat er fünf Jahre bei der Teach First Deutschland gGmbH gearbeitet, zunächst als Bereichsleiter, später als stellvertretender Geschäftsführer. Eine weitere berufliche Station war die Bertelsmann-Stiftung, wo Tobias Ernst Erfahrungen als Projektleiter gesammelt hat.

Nachfolge als zweite Geschäftsführerin

Kerstin Lehner ist seit Oktober letzten Jahres zweite Geschäftsführerin der „Wübben Stiftung Bildung" und löst damit Stifter Dr. Walter Wübben ab, der das Amt aus Altersgründen abgibt. Sie ist schon seit 2013 bei der Stiftung beschäftigt und hatte die Position der Leiterin Programme inne. Zuvor war sie Projektmanagerin bei der Stiftung Mercator. Kerstin Lehner hat Medien- und Kulturwissenschaft sowie Arts and Media Administration studiert.

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

Rachel Schmitt ist neu im Fundraising bei Tearfund Deutschland e.V.

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

Von der IT zum Fundraising – seit dem Sommer 2023 ist Rachel Schmitt beim Tearfund Deutschland e.V. als Spezialistin für Fundraising und Marketing tätig. Zuvor war sie in einer IT-Firma beschäftigt. Sie wohnt in Frankfurt am Main und arbeitet hauptsächlich im Homeoffice, pendelt aber einmal im Monat nach Berlin in die Geschäftsstelle von Tearfund.
▶ www.tearfund.de

Wer ist Ihr neuer Arbeitgeber?
Tearfund ist eine christliche Organisation für Entwicklungszusammenarbeit und Nothilfe. Wir arbeiten Hand in Hand mit lokalen Kirchen und christlichen Partnerorganisationen in den fragilsten Ländern der Welt, um Armut zu überwinden und uns für Gerechtigkeit einzusetzen.

Welcher Jobtitel steht auf Ihrer neuen Visitenkarte?
Bei mir steht „Kommunikation" auf der Visitenkarte. In der Stellenanzeige stand: Mitarbeiter*in für Fundraising und Marketing.

Wie würden Sie einem Kind erklären, was Sie machen?
Wir unterstützen Menschen in anderen Ländern, denen es nicht so gut geht wie in Deutschland. Zum Beispiel die, die kein fließendes Wasser zu Hause haben. Dort bauen wir eine Art Badewanne, wo sich Regen sammeln kann und Menschen Wasser mit Behältern holen können. Damit wir das machen können, brauchen wir Geld. Wir bitten Menschen in Deutschland, diese Arbeit mit ihrem Geld zu unterstützen. Ich schreibe Briefe, E-Mails und organisiere Veranstaltungen, um auf uns aufmerksam zu machen und das Geld zu sammeln.

Wo steht Ihr Schreibtisch: im Großraumbüro oder im Grünen?
Im Homeoffice sitze ich allein mit meinem Hund zu meinen Füßen. In Berlin sitze ich in einem Zweier-Büro mit meiner Chefin.

Wie hat Ihr neues Team Sie am ersten Arbeitstag begrüßt?
Sehr herzlich! Ich habe Blumen und jede Menge Tearfund-Infos erhalten. Ein Einarbeitungsplan war auch schon vorbereitet, was ich toll fand. Ich konnte am International Office Meeting schon am ersten Tag teilnehmen. Das ist unser wöchentliches Meeting für alle Kollegen und Kolleginnen in Deutschland. Dabei wurde unter anderem für mich gebetet. Als christliche Organisation ist uns das Gebet für unsere Arbeit sehr wichtig.

Womit haben Sie sich die ersten Tage im Job beschäftigt?
Am Anfang stand die allgemeine Orientierung auf dem Programm. Ich habe die Kollegen und Kolleginnen im Berliner Büro kennengelernt. Ich habe mich auch mit den verschiedenen Software-Anwendungen, die die Tearfund-Kommunikationsabteilung verwendet, bekannt gemacht. Da ich vorher in einer IT-Firma gearbeitet habe, hatte ich keine Berührungsängste und konnte gut eintauchen. Ich habe mich auch mit den Fragen beschäftigt, was unsere Ziele und wer unsere Spender sind und welche Werkzeuge bzw. Kampagnen wir nutzen, um Spenden zu generieren.

Wer oder was hat Sie überrascht?
Ein bisschen überrascht bin ich, dass ich mich nach kürzester Zeit im Team so wohl fühle. Die Herzlichkeit der Kollegen tut gut. Die Arbeitsatmosphäre ist sehr gut. Im September hatten wir einen Teamtag mit Fahrrad-Ausflug. Das hat sicher zum guten Teamgefühl beigetragen.

Was lief gut und wo ist noch Luft nach oben?
Wir hatten eine Delegation aus der Zentralafrikanischen Republik zu Besuch in Berlin. Das war eine spannende Begegnung mit Teilnehmenden einer Friedensplattform. Der Besuch und die Vorbereitungen liefen sehr gut.
Wie in jedem Team ändert sich die Dynamik, wenn ein neues Mitglied kommt. Hier müssen wir uns alle noch richtig kennenlernen, damit die Zusammenarbeit rundläuft. ◘

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

iRaiser

Empowering World-Changers

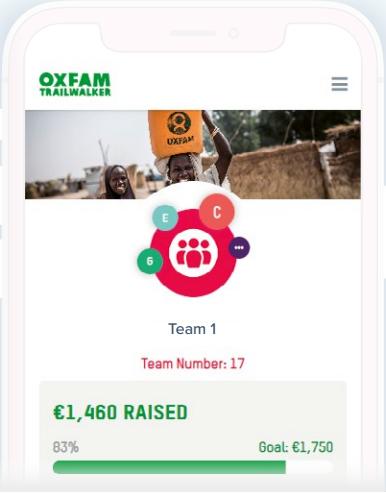
Wir bieten die überzeugendsten Fundraising-Lösungen für gemeinnützige Organisationen, um ihre Fundraising-Ergebnisse zu steigern und das Management ihrer Spenderbeziehungen zu verbessern, während gleichzeitig der Aufwand und die damit verbundenen Risiken reduziert werden.

Spendenformular

Wir haben es für Ihre Unterstützerinnen und Unterstützer einfach gemacht, einmalig oder regelmäßig zu spenden - ganz so, wie Sie es wünschen.

Community- und Event-Fundraising

Lassen Sie Ihre Unterstützerinnen und Unterstützer Ihre Mission stärken. Geben Sie ihnen die Möglichkeit, in Ihrem Namen über ihre eigenen personalisierten Fundraising-Seiten Spenden zu sammeln.



SIE VERTRAUEN UNS

GREENPEACE · IFRC · WWF · AMNESTY INTERNATIONAL · unrwa الاونروا · Save the Children · PLAN INTERNATIONAL · humanity &inclusion · OXFAM · unicef

Vereinbaren Sie noch heute einen Termin mit unserem Vertreter in Deutschland,
um mehr über unsere Lösungen zu erfahren!

100 Jahre Spendenbank

Innovativ von Anfang an: von der dreistelligen Kontonummer bis zur „Wollmilchsau“

Im Jahr 1923 gründeten die Verbände der Freien Wohlfahrtspflege die „Hilfskasse gemeinnütziger Wohlfahrtseinrichtungen Deutschlands GmbH“ – die spätere Bank für Sozialwirtschaft und heutige SozialBank. Seitdem begleitet die Fachbank soziale Organisationen auch beim Fundraising. Mit zukunftsweisenden Angeboten für Spendenorganisationen wurde die SozialBank Mitgestalterin des deutschen Fundraisingmarktes und auch außerhalb der Szene vielen als „die Spendenbank“ bekannt.

Am Anfang stand eine innovative Idee. Die langjährige enge Verbindung der SozialBank zu Spendenorganisationen und eine frühe Affinität für Technik sorgen dafür, dass die SozialBank 1986 ein einzigartiges System zur Abwicklung von Spendeneingängen einführt, das „Multifunktionale Kontonummernsystem“. Auf der Überweisung wird eine fiktive dreistellige Kontonummer der Spendenorganisation mit der Spender- oder Mitgliedsnummer kombiniert. Damit entfällt die manuelle Zuordnung der Spendeneingänge – eine immense Arbeitserleichterung für NGOs.

Fundraising als zentrales Zukunftsthema erkannt

Für die SozialBank ist die Einführung des „Multifunktionalen Kontonummernsystems“ der Wegbereiter für ihre Rolle als „Spendenbank“, die sie ab Mitte der 1990-er Jahre einnimmt. Denn sie erkennt früh, dass die systematische Beschaffung von zusätzlichen Geld- und Sachmitteln in Zeiten nachlassender öffentlicher Förderung ein zentrales Thema für gemeinnützige Organisationen werden wird. Als schließlich das Selbstkostendeckungsprinzip abgeschafft wird, gewinnt professionelles Fundraising auch in Deutschland stark an Bedeutung. Über viele Jahre bleibt die SozialBank Vorreiterin in Themen, welche die Entwicklung des Fundraisings in Deutschland prägen. So bietet sie 1991 als bundesweit erstes Unternehmen ein Seminar zum Thema „Sozial-Sponsoring“ an. Dieses stößt auf so große Resonanz, dass sie 1994 bereits auf mehr als 100 Veranstaltungen zu diesem Thema zurückblickt. Parallel gründet sie 1993 in Leipzig einen „Fundraising-Stammtisch“, wo sich Interessierte austauschen können. Ab 1998 ist die SozialBank regelmäßig Hauptsponsor des „Deutschen Fundraising Kongresses“ und Mitgestalterin des „Bad Honnefer Fundraising Forums“. Im Lauf der Jahre etabliert sie sich als Partnerin und Ausstellerin auf zahlreichen regionalen Fundraisingtagen.

Wer kennt sie nicht: die „Wollmilchsau“, das kreative und überaus beliebte Give-away der SozialBank auf Fundraising-Veranstaltungen.

Innovative Instrumente für das Online-Fundraising

Kurz nach der Jahrtausendwende bringt die SozialBank die ersten Instrumente für das Online-Fundraising auf den Markt: das „BFS-Net.Tool“ für die effiziente Spendenabwicklung, „BFS-Xtra“ für professionelles Fundraising per E-Mail und das „BFS-Newsletter-Tool“. 2005 werden die einzelnen Tools zu einem zusammengefasst: Das „BFS-Net. Tool XXL“, die „eierlegende Wollmilchsau“ der Sozialbank, bündelt sämtliche Funktiona-litäten und etabliert sich bei den Spendenorganisationen. Seit 2009 gibt es darüber hinaus mit BFS-DONUM ein Programm zur Spendenverwaltung.

Spendenportal zeigt Förderprojekte

Um ihre Kunden bei allen Entwicklungen im Fundraising zu begleiten, halten Expertinnen und Experten der SozialBank Vorträge zu verschiedensten Aspekten des Spendenwesens und veröffentlichen Fachbeiträge. 2019 legt sie ihr Spendenportal *www.sozialspende.de* neu und erweitert auf. Seit 2020 können die Kunden außer Spenden auch Ehrenamtliche über das Portal finden. Bis heute ist die SozialBank als Fachbank die Hausbank zahlreicher großer NGOs und entwickelt ihre Leistungen kontinuierlich weiter. „Um auch in Zukunft die passenden Lösungen für alle Herausforderungen spendensammelnder Organisationen bereitzustellen, haben wir in diesem Jahr eine große Umfrage durchgeführt“, sagt Saskia Himperich, Teamleiterin im Produktmanagement der SozialBank. „Die Ergebnisse fließen in die Weiterentwicklung unserer Fundraisingangebote ein.“

Die **SozialBank** (Bank für Sozialwirtschaft) feiert in diesem Jahr ihr 100-jähriges Bestehen. Das Jubiläumsjahr steht unter dem Motto „Gemeinsam sozial wirksam“. Die Gründungsorganisationen der Bank sind auch heute noch ihre Hauptanteilseigner: Deutscher Caritasverband, Diakonie Deutschland, Arbeiterwohlfahrt, Deutsches Rotes Kreuz, Deutscher Paritätischer Wohlfahrtsverband und Zentralwohlfahrtsstelle der Juden in Deutschland. Auch der Auftrag der Bank ist nahezu unverändert. Zu den Aufgaben der Bank zählten schon damals die Gewährung von Darlehen für soziale Zwecke, die Verwaltung von Guthaben und die Beratung sozialer Organisationen in finanzieller und wirtschaftlicher Hinsicht.
▶ **www.sozialbank.de**

Kurzgefasst ...

WWF-Kampagne „ClimateRealism“ räumt Preise ab

Die Verantwortlichen der WWF-Kampagne „ClimateRealism“ haben Grund zur Freude: Neben einem Silber-Award bei den London International Awards haben sie auch einen Löwen beim Cannes Lions International Festival of Creativity gewonnen. Freuen können sich ebenfalls die beteiligten Agenturen Publicis Groupe Germany sowie Leo Burnett Deutschland und MSL Global.

▶ www.wwf.de/climaterealism

Nachhaltigkeitspreis für Bettervest

Die Crowdfunding-Plattform „bettervest“ hat den Deutschen Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie Finanzdienstleister und Börsen gewonnen. Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis würdigt herausragende Beispiele für nachhaltigen Wandel. Bettervest überzeugte die Fach-Jury durch Engagement und innovative Ansätze im Bereich nachhaltiger Finanzdienstleistungen.

▶ www.bettervest.com

iRaiser drängt nach Deutschland

Die iRaiser Group, der nach eigenen Angaben europäische Marktführer für digitale Fundraising-Lösungen für gemeinnützige Organisationen, will nach seiner Übernahme von Kentaa 2022 nun auch im deutschsprachigen Raum größer durchstarten. Über zwei Milliarden Euro wurden bereits über die Plattform seit 2012 gesammelt. Für 700 Spendenorganisationen in ganz Europa wickelte die Plattform 17 Millionen Transaktionen ab. Neuer Ansprechpartner in Deutschland ist Stefan Scholz.

▶ https://hello.iraiser.com/de/online-fundraising-plattform

Orientierung für die erste Fundraising-Datenbank

Wer die Beziehungen zu Unterstützerinnen und Unterstützern ausbaut, wächst irgendwann aus der Excel-Tabelle heraus. Wenn nicht mehr überblickt werden kann, wer wem wann was zugesagt hat, ist eine professionelle Lösung nötig. Gisela Bhatti hilft dabei, sich in das Thema Fundraising-Datenbank einzudenken und stellt Einsteiger-Systeme herstellerneutral vor.

▶ www.datenbank-lotse.de

Fundraising-CRM für kleine und mittelgroße NPO

Nach zweijähriger Entwicklung bringt Goodvantage ein Fundraising-CRM als Komplettlösung auf Basis von Microsoft Dynamics auf den Markt. Sie bietet einen günstigen Standard, der alle essenziellen Funktionen wie Zahlungsabwicklung, Newsletter und Brieferstellung anbietet. Anpassungen sind dank Low-Code-Technologie kostengünstig möglich. Erschwingliche Lizenzen halten die laufenden Kosten im Rahmen.

▶ https://goodvantage.ch

Misereor ist „a+s Charity 2023“

Ende 2023 fand die 13. Austragung des a+s Charity-Abends im Feinschmecker-Restaurant Schloss Solitude in Stuttgart statt. Zusammen mit ihren Gästen, einem kleinen Kreis ausgesuchter Geschäftspartner, ehrte die Dialogmarketing-Agentur in diesem Jahr Misereor als „a+s Charity 2023“. Es konnten insgesamt 5000 Euro Spenden für deren wichtige und nachhaltige Arbeit gesammelt werden. Zu Gast von Misereor waren Julia Biermann, Kerstin Wagener und Anja Heuschen, die in einem spannenden Vortrag die Organisation sowie ihren weltweiten Einsatz vorstellten. Seit 2010 ist der jährliche Charity-Abend eine fest etablierte Tradition bei a+s DialogGroup, die mit großer Freude gepflegt wird. In den vergangenen Jahren waren zahlreiche renommierte Organisationen zu Gast.

▶ www.as-dialoggroup.de

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 & 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 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 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

SOCIAL CALL fundraising GmbH

Über 20 Jahre Erfahrung am Telefon mit Spendern für mehr als 52 Organisationen.

Wir bieten:
- Klassisches Telefon-Fundraisingvon A bis Z
- In- und Outbound
- Spezialisierung auf Klein-/Großspender, Unternehmen
- Besonderer Service für Notfälle und Patenschaften
- Qualifizierte Agents sprechen sensibel und authentisch
- Innovationen wie SMS-Spende

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

DIRECT MIND GmbH

Fundraising aus Leidenschaft
- Sie suchen neue Spender?
- Wollen 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 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@hahn-kuf.de | www.hahn-kuf.de

Fundraising 365

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 (0)30 12085440
mail@fundraising365.de | www.fundraising365.de

IBV Informatik GmbH

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

Brandenburgische Straße 10 · 10713 Berlin
Telefon: +49 (30) 577076850
marketing@ibv.eu | www.ibv-solutions.com/de

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 GmbH

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
by adfinitas
„Wir sprechen mit Erfahrung“

Spenden Manufaktur GmbH

Die Spenden Manufaktur GmbH 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 und Mailings auch in Verbindung mit der Migration von Daten zwischen Softwaresystemen unterstützen.

Börnicker Chaussee 1–2 · 16321 Bernau
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
adfinitas ist die einzige europaweit tätige Agentur, die ausschließlich Non-Profit-Organisationen betreut. Über 70 Expertinnen und Experten erarbeiten bei uns jeden Tag erfolgreiche Multichannel-Strategien für On- und Offline. Ob für Mensch, Tier oder Umwelt – wir entwickeln maßgeschneiderte, unverwechselbare und erfolgreiche Fundraising-Kampagnen, um Ihre Ziele zu verwirklichen.

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

marketwing GmbH
Mit fast 100 erfahrenen Fundraising-Experten für IT- und Database-Marketing, Strategie, Kreation und Realisation helfen wir 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 Verantwortwortung!

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

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

EC Consulting GmbH
oneFIT NGO
Die Software umfasst:
- 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.
Telefax: +49 (0)2159 81532-29
www.ngosoftware.de

Meerbuscher Straße 64–78 · 40670 Meerbusch
Telefon: +49 (0)2159 81532-0
beratung@ngosoftware.de | www.ecconsulting.biz

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

Fairlinked
Fairlinked ist Ihr Partner für eine ganzheitliche Digitalisierung mit sozialem Fokus. Unsere Dienstleistungen umfassen Beratung, Onlinekurse und Schulungen in Bereichen wie Online Konfliktmanagement, Leadership und Teambuilding. Wir stärken Ihre interne und externe digitale Kommunikation, von effizienter Teamkommunikation bis zum Communitymanagement. Über 100 Organisationen sind schon dabei!

Voshalsfeld 1 · 46562 Voerde
Telefon: +49 (0)1575 2928036
info@fairlinked.org | www.fairlinked.org

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
Haverkamp & Doktor GbR
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
- kompetente Beratung
- strategische Positionierung
- Befragungen (SpenderInnen, MitarbeiterInnen, etc.)
- Fundraising-Forschung

Tilsiter Ufer 16 · 47279 Duisburg
Telefon: +49 (0)203 485777-0
verwaltung@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
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
- Online-Marketing-Strategie

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

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

ENTERBRAIN Software GmbH
Enterbrain – umfassende Software und Services für NGOs
Seit über 30 Jahren geben wir unser Bestes, damit Sie Gutes tun können: mit unserer multichannel-fähigen und individuell anpassbaren Kommunikations- und Fundraising-Software ENTERBRAIN 2.0, mit unserer browserbasierten Weblösung zur Spenderverwaltung ENTERWEB, mit unserem Online Spendentool ENTERDONATE, mit unseren vielfältigen Services und Outsourcing-Lösungen bei administrativen Aufgaben und vor allem mit viel Empathie und Herzblut.
Ausgezeichnete Sicherheit
ENTERBRAIN verfügt seit vielen Jahren über ein ISO/IEC 27001 zertifiziertes Informationssicherheitsmanagementsystem.

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

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 GmbH
Advising Organisations
Mit langjähriger Erfahrung und Innovationskraft begleiten wir Sie gerne zu nachhaltigem Wachstum über Analyse, Strategie, Konzeption, Umsetzung, Controlling und Optimierung. Leistungen: Markenpositionierung, Produktentwicklung, Doner Experience, Direktmarketing, Programme für Dauerspender, Mittel- und Großspender, sowie Legate, Online, Akquise, Emergency.

Berliner Ring 89 · 64625 Bensheim
Telefon: +49 (0)6251 8262950
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
- Adressspflege & 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 und Speaker unterstützt er Vereine, Stiftungen und Organisationen sowie Einzelpersonen dabei, 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.de

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 Marketing Data-Providern Deutschlands. Wir verfügen über ein breites Datenspektrum, von der Mikrogeographie bis hin zu Dynamischen Personas und Adressen. Wir helfen unseren Kunden dabei, ihre Zielgruppen und Kunden sowie deren Interessen besser zu verstehen. Damit optimieren wir für unsere Kunden Neuspendergewinnung, Spenderbindung und Spenderentwicklung.

Nymphenburger Straße 14 · 80335 München
Telefon: +49 (0)89 89083350
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

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 Nonprofit-Organisationen im Bereich der telefonischen Mitgliederbetreuung und Öffentlichkeitsarbeit auf die Qualität unseres Unternehmens.
Sichern auch Sie Ihren stetigen Zufluss finanzieller Mittel und die Aktualisierung Ihrer Mitgliederdaten durch eine Zusammenarbeit mit uns.

Herzog-Georg-Straße 29 · 89415 Lauingen
Telefon: +49 (0)9072 953710
ira.boese@compact-dialog.de
www.compact-dialog.de

DEUTSCHLAND PLZ 9

Förderlotse
Torsten Schmotz
Fördermittel für Ihre gemeinnützigen Aktivitäten
- DEUTSCHLANDWEIT -

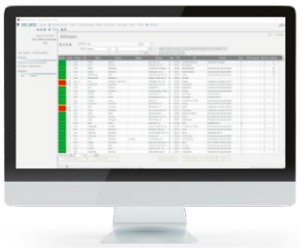
Förderlotse Torsten Schmotz
Wir unterstützen gemeinnützige Träger bei der Gewinnung von Fördermitteln und im Fundraising.
Wir bieten:
- Fördermittelberatung
- Fördermittelrecherche
- Antragstellung
- Auswahl Software
- Strategieentwicklung
- Organisationsentwicklung
- Seminare und Workshops
- Fachliches 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

Goodvantage GmbH
Goodvantage bietet ein Fundraising CRM für kleine und mittelgroße NPOs. Die standardisierte Lösung, basierend auf Microsoft Dynamics, deckt essenzielle Funktionen wie Zahlungsabwicklung, Newsletter und Brieferstellung ab. Mit erschwinglichen Lizenzen, schnellen Einführungsprojekten und effizienten Low-Code-Anpassungen bietet sie eine kosteneffektive Lösung für effektives Fundraising.

Schellenrainstrasse 9 · 6210 Sursee
Telefon: +41 (0)78 8243359
benedikt@goodvantage.ch | https://goodvantage.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

Die faire Partnerin für Fundraising.
Seit 1995
corris

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 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 5638888
info@corris.com | www.corris.ch

Inhalte zählen. Alles andere ist Lärm.
Wir gestalten, was inspiriert und verbindet.
SoZmark.com

SoZmark Communication
Überzeugen Sie mit einer Online-Präsenz, die bewegt und inspiriert! Mit über 15 Jahren Erfahrung in E-Mail-Marketing, Social Media, Content-Erstellung und SEO unterstützen wir Sie dabei – von der Beratung bis zur Umsetzung. Und mit unseren Workshops und Webinaren können Sie Ihr Wissen gezielt erweitern und sich optimal in der digitalen Landschaft positionieren. Jetzt unverbindlich beraten lassen!

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

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

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

Darf schlechtes Geld Gutes tun?

Ein Denkanstoß zur Ethik im Fundraising

Eine abgelehnte Spende kann nicht zum Wohl der Gesellschaft eingesetzt werden. Ob der Verzicht auf die Spende trotzdem die ethisch richtige Entscheidung ist, erfordert eine kühle Bewertung der Situation.

Von JOANA WITKOWSKI und JOHANNES RUZICKA

In vielen gemeinnützigen Organisationen wird nach Gefühl entschieden, welche Spenden angenommen und welche abgelehnt werden. Die Folge sind subjektive Entscheidungen, die oft wenig konsistent und im Fall eines auftretenden Problems schwer zu begründen sind. Fehlende Kriterien für die Entscheidung führen zudem häufig dazu, dass Spenden im Zweifel eher abgelehnt werden. Viele Organisationen schließen kategorisch ganze Branchen aus.

Wer hohe ethische Ansprüche im Fundraising begrüßt, sollte bedenken: Die Arbeit gemeinnütziger Organisationen trägt per Definition zum Wohl der Gesellschaft bei. Jede abgelehnte Spende geht zunächst auf Kosten der Gesellschaft. Die Entscheidung gegen die Spenden ist aus ethischer Sicht nur zu rechtfertigen, wenn die Ablehnung einen größeren Nutzen für die Gesellschaft bewirkt als die Annahme. Bei näherer Betrachtung zeigt sich, dass es gar nicht so viele Mechanismen gibt, die dazu führen, dass die Gesellschaft von der Ablehnung einer Spende profitiert.

Denkbar ist zum einen, dass die Ablehnung bei betroffenen Spenderinnen und Spendern zur kritischen Selbstreflexion führt. Allerdings ist fraglich, wie häufig es dadurch zu einer tatsächlichen Verhaltensänderung kommt. Ein zweiter denkbarer Mechanismus betrifft Unternehmen oder Personen, die sich nur für gemeinnützige Organisationen engagieren, um ein positives Image zu pflegen. Hier kann die Ablehnung der Spende durchaus helfen, einem verzerrten Bild entgegenzuwirken, das andernfalls negative Auswirkungen für die Gesellschaft hätte.

Rufschädigend?

Ein dritter Mechanismus kann darin bestehen, dass die Annahme einer Spende von fragwürdiger Herkunft dem Ruf der gemeinnützigen Organisation schaden würde, was einen Rückgang der Unterstützungsbereitschaft anderer Spenderinnen und Spender der Organisation zur Folge hätte. Alle drei Mechanismen zeigen, dass eine sinnvolle Bewertung der Situation nur möglich ist, wenn mehrere Aspekte einbezogen werden. Natürlich spielt die Herkunft des Geldes eine wichtige Rolle (und natürlich darf Geld aus illegaler Herkunft nicht angenommen werden).

Bedingungen oder Erwartungen

Darüber hinaus ist aber auch wichtig, wie sich die betreffende Spenderin oder der Spender verhalten, ob sie Bedingungen oder Erwartungen mit der Spende verbinden, ob sie über die Spende kommunizieren oder sogar aktiv damit werben möchten und welches Image sie selbst haben (ob gerechtfertigt oder nicht). Auf der anderen Seite spielt es für die Bewertung eine Rolle, was die gemeinnützige Organisation mit der Spende bewirken könnte. Folglich sollte auch die Spendenhöhe in die ethische Abwägung einfließen.

Für viele Fundraiserinnen und Fundraiser fühlt sich eine solche kalkulierende Bewertung falsch an; es widerspricht der Vorstellung, dass eine ethische Entscheidung unabhängig von pragmatischen Interessen sein soll. Hinzu kommt die gängige Ansicht, dass gemeinnützige Organisationen höheren ethischen Anforderungen gerecht werden

müssen. Woher kommt diese weitverbreitete Meinung? Von privatwirtschaftlichen Unternehmen wird nicht verlangt, Kunden zu überprüfen und deren Geld abzulehnen, falls es in ethisch umstrittenen Branchen verdient wurde. Warum wird das nur von gemeinnützigen Organisationen erwartet, obwohl deren Arbeit der Gesellschaft zugutekommt?

Relativität eines Prüfungsaufwands

Durch die Betrachtung wird auch klar, dass die richtige ethische Entscheidung eine Einzelfallbetrachtung erfordert. Das bedeutet Aufwand, den viele gemeinnützige Organisationen kaum leisten können. Auch hier hilft eine kühle Betrachtung: Der Gesellschaft ist nicht geholfen, wenn die Mitarbeitenden einer gemeinnützigen Organisation ihre wertvolle Zeit in die umfangreiche Prüfung jeder einzelnen Spende investieren. Es muss erlaubt sein, kleinere Spenden überhaupt nicht zu prüfen und bei größeren Spenden auf eine Verhältnismäßigkeit von Prüfaufwand und finanzieller Bedeutung zu achten. Alles andere wäre nicht im Sinne der Gesellschaft und somit auch ethisch nicht sinnvoll.

In den wenigsten Fällen gibt es ein klares „richtig" oder „falsch". Die meisten Entscheidungen für oder gegen eine Spende bleiben selbst nach sorgfältiger Abwägung angreifbar. Wer sich zum Umgang damit Gedanken macht und beispielsweise eine konkrete Spendenrichtlinie erarbeitet, sollte das deshalb mit diesem Ziel tun: nach bestem Wissen und Gewissen und entsprechend der Möglichkeiten nachvollziehbare, begründbare, konsistente und verhältnismäßige Entscheidungen zu treffen und die Entscheidungen auch später noch erläutern zu können, wenn sich einige davon rückblickend als falsch erweisen.

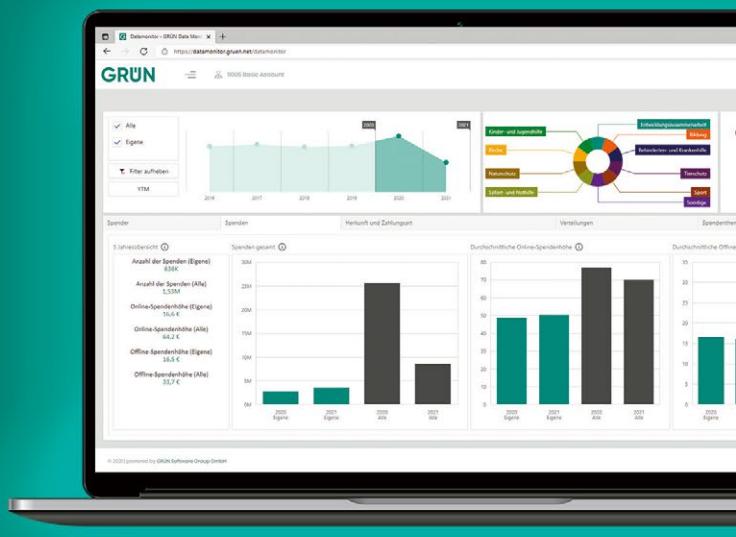
Joana Witkowski leitet seit 2019 die Fundraising-Abteilung am European Molecular Biology Laboratory (EMBL). Zuvor leitete sie das Großspenden-Team der British Heart Foundation und die Fundraising-Abteilung der Royal Academy of Music in London.
▶ www.embl.org

Johannes Ruzicka entdeckte die Freude am Fundraising vor 20 Jahren an der TU München. Als Partner bei Brakeley ist er Teil einer internationalen Gruppe von Fundraising-Beraterinnen und -Beratern, deren Wurzeln in das Jahr 1919 zurückreichen.
▶ www.brakeley.de

Wir digitalisieren Non-Profit-Organisationen!

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

gruen.net/fm



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

GRÜN

Von Influencern lernen

Bewegtbild und serielles Erzählen in Fundraising und Campaigning

Die Zielgruppen und ihr Verhalten verändern sich, aber auch die Medien und Erzählweisen. Gerade im Fundraising ist strategisches Storytelling, wie wir es von Influencern lernen können, sinnvoll. Was deren Content Creation erfolgreich macht, sind nicht nur spannende Themen, sondern auch wirksame Strategien für Einfluss im Social Web – die im Fundraising und Campaigning noch nicht genug etabliert sind: Bewegtbild und serielles Erzählen.

Von TABEA STERNBERG

Angesichts wachsender Informationsflut auf unzähligen Kanälen verfügen wir über immer geringere Aufmerksamkeitsspannen: Man kann schon fast von einem „Scan-Blick" sprechen, mit dem wir in Bruchteilen von Sekunden entscheiden, ob eine Nachricht oder ein Posting für uns von Interesse ist oder nicht. Wenn in der Nachricht ein Bild enthalten ist, bemessen wir den Wert und die Relevanz der Information in wesentlich höherem Maße am Bild als am Text. Woran liegt es? Klar, Bilder sind schneller erfassbar als Texte, aber sie emotionalisieren auch wesentlich stärker. Und im Kampf um digitale Aufmerksamkeit ist Emotionalisierung das, was uns einen Vorsprung verschafft. Reine Textnachrichten werden daher nach und nach eingetauscht gegen digitale Images wie Emojis, Selfies oder Memes.

Bilder gehen um die Welt

Bilder können um die ganze Welt gehen und uns bewegen. So konnte Greta Thunbergs Bild vor dem Parlament in Stockholm die weltweite Bewegung „Fridays for Future" starten. Influencer wie sie wissen um die Macht der Bilder und nutzen Bildsprache bewusst. Sie hätten sonst kaum eine Chance, Follower zu gewinnen und viral zu gehen. Am stärksten wird die Wirkung digitaler Images jedoch bei filmischem Content, da dieser unmittelbarer, lebendiger und emotionaler wirkt als reine Text- oder Bildinformationen. Sie sind der Realität am nächsten und können laut Hirnforschung eine sogenannte „new emotional experience" hervorrufen, „gefühlt" eine echte Erfahrung. Diese Empfindung von Echtheit führt zu Beziehungsaufbau und Zuwachs an Followern – daher posten Influencer filmische Formate mehr denn je. Auch anhand der Click Rates wird deutlich, dass Bewegtbilder die stärkste Wirkung haben.

Ein klassisches Video-Beispiel dafür ist das Tanzen eines Mannes mit einem rosa Ballettrock. „TheTutuProject", eine internationale Kampagne gegen Brustkrebs, startete 2012 mit Videos und entwickelte sich zu einer großen, weltweiten Community.

Emotionalisierung in Echtzeit

Von Influencern zu lernen, heißt also, zu emotionalisieren und eine Vision sichtbar machen zu können. Auch um Fundraising und Campaigning zeitgemäß und erfolgreich zu gestalten, muss man Communities aufbauen. Der strategische Einsatz von Bewegtbild spielt hierbei eine entscheidende Rolle, denn Filmformate sind nicht nur

angesagter, sondern sie erzeugen durch Emotionalisierung und Echtzeit die höchste Verweildauer und erhöhen dadurch die Spendenbereitschaft.

Es gibt aber ein grundsätzliches Problem mit Film im Fundraising: Die meisten Organisationen verwenden noch immer einen einzelnen Imagefilm, mit dem für die jeweilige Kampagne geworben wird. Diese anachronistische Vorgehensweise wiederholt sich von Projekt zu Projekt, sodass nacheinander unterschiedlichste Geschichten veröffentlicht werden. Spender können sich somit immer nur mit beliebig wirkenden, einzeln erzählten unterschiedlichen Themen identifizieren.

Vereinendes Grundgerüst

Die Folge einzelner Erzählungen ist jedoch Gleichgültigkeit gegenüber dem, was uns nur einmal begegnet. Diese Strategie ist nicht mehr ausreichend für zeitgenössisches Campaigning. Durch serielle Erzählungen hingegen kann man als Förderer mit der gesamten Organisation eine nachhaltige Beziehung aufbauen.

Aus diesem Grund hat auch Bob Carey von @TheTutuProjectOfficial serielle Filmformate mit rosa Tütü veröffentlicht. Immer mehr Follower imitierten die Aktion – und dadurch entstand eine Bewegung gegen Brustkrebs, die viral ging. Von Influencern wie Carey können wir lernen, dass es ohne ein vereinendes dramaturgisches Grundgerüst, das Narrativ, nicht gelingen kann, Communities zu bilden und zum Handeln zu bewegen. Hätte er ohne dieses identitätsstiftende Narrativ – hier der Plot „The Quest" – erzählt, wäre bei jedem neuen Posting ein erneuter Beziehungsaufbau nötig. Das gilt auch im modernen Fundraising: Will man sich erfolgreich mit Followern verbinden, reicht eine einzelne Story oder nur ein Spendenfilm heute nicht mehr aus. Im strategischen Storytelling müssen wiedererkennbare Formate über einen längeren Zeitraum veröffentlicht werden. Diese werden verbunden durch ein einheitliches Narrativ, das ein authentisches Anliegen vermittelt und gleichzeitig auf die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe zugeschnitten ist.

Tabea Sternberg ist Kommunikationsstrategin, Filmproduzentin und Campaignerin. Sie unterstützt Non-Profit-Organisationen im Bereich Fundraising, PR und Agenda-Setting. Sie berät und entwickelt Narrative, serielle Erzählungen und filmische Kampagnen, die soziales, kulturelles oder nachhaltiges Handeln zum Wohl der Zivilgesellschaft fördern, u. a. für Humboldt-Forum Berlin, Auswärtiges Amt, Goethe-Institut, Aktion Mensch, Vier Pfoten.
▶ **www.strategischesstorytelling.org**

Aufräumen im Adressbuch

Fehlerfreie Adressen erhöhen die Wirtschaftlichkeit von Spendenmailings

Die Rentabilität von Spendenmailings ist das A und O, um erfolgreiche Kampagnen zu fahren und um verantwortungsvoll mit Spendeneinnahmen umzugehen. Welcher Posten kostet bei Spendenmailings am meisten Geld? Es ist nicht nur das Porto, es ist nicht nur der Druck – es sind auch falsche oder fehlerhafte Adressen. Denn jede einzelne davon kostet die komplette Investition in das jeweilige Mailing – ohne einen Cent an Spenden zu erzielen.

Von CHRISTIAN VOGEL

Im Durchschnitt kommen ganze 17,3 Prozent der Spendenmailings nicht an. Das ist eine Menge. An dieser Stellschraube lässt sich massiv drehen. Hauptursache für unzustellbare Mailings sind Adressen von Spendern, die umgezogen sind und nicht die neue Anschrift mitgeteilt haben oder auch Verstorbene. Darauf folgen postalische Fehler und Dubletten. Mit insgesamt 17,3 Prozent bilden Spendenorganisationen das Schlusslicht aller Branchen beim Thema Adressqualität. Das zeigt die Adress-Studie 2023 der Deutschen Post Direkt. Bedeutet das Zusatzkosten? Ja, aber unterm Strich bringt es eine bessere Bilanz. Adressqualität kostet nur, wenn man nicht in sie investiert – nämlich einen wirtschaftlichen Schaden.

Schadens- und Erfolgspotenzial berechnen

Um individuell die Wirtschaftlichkeit von Adressbereinigungen zu beurteilen, haben wir eine Rechnung erstellt, nach der Sie ganz einfach den wirtschaftlichen Schaden fehlerhafter Adressen in Ihrer Spendenorganisation einschätzen können. Außerdem gelingt es Ihnen so zu ermitteln, welches zusätzliche Potenzial für Spendeneinnahmen – oder auch Erfolgspotenzial – in Ihren Daten schlummert. Dafür brauchen Sie folgende Angaben: Wie viele Spendenmailings versenden Sie? Was kostet ein einzelnes Mailing? Wie hoch ist die Response-Rate? Wie hoch ist das durchschnittliche Spendenvolumen Ihrer Zielgruppe?

Unnötige Kosten

Nehmen wir an, eine Spendenorganisation verschickt eine Million Mailings. Sind davon 17,3 Prozent unzustellbar, dann landen entsprechend 173 000 Spendenmailings nicht beim Empfänger. Das ist nicht nachhaltig und verursacht unnötige Kosten. Bei einer angenommenen Responsequote von einem Prozent, haben in diesem Beispiel tatsächlich

1730 potenzielle Spender keine Chance zu spenden, weil sie aufgrund mangelnder Adressqualität nicht erreicht werden. Bei einer Datenbereinigung und einem durchschnittlichen Spendenvolumen von 43 Euro entgehen der Organisation so bis zu 74 390 Euro an Spenden. (1730 potenzielle Spender x 43 Euro). Natürlich müssen hier etwaige verstorbene Spender abgezogen werden.

Der wirtschaftliche Schaden für die Spendenorganisation ist allerdings in diesem Beispiel weit mehr als doppelt so hoch. Siehe nachfolgende Beispielrechnung:

Kosten Produktion:
173 000 x 0,25 Euro = 43 250 Euro
Kosten Porto:
173 000 x 0,30 Euro = 51 900 Euro
entgangene Spenden: 74 390 Euro
potenzieller Schaden:
Kosten Produktion + Kosten Porto + entgangene Spenden = 169 540 Euro

Dies muss aber nicht sein. Sie können mangelnde Adressqualität per automatischer Überprüfung sofort erkennen und bereinigen, bevor ein Mailing überhaupt produziert und versandt wird. Nach der Adressbereinigung können alle geprüften und korrigierten Adressen ohne Verluste angeschrieben werden. Das schont nicht nur das Budget, sondern auch die Umwelt.

Kosten-Nutzen-Relation

Die Investition für die Adressbereinigung bei Einmalnutzung (35 Cent pro Adress-Satz) kostet bei 100 Prozent Erfolgsquote insgesamt 60 550 Euro (173 000 x 0,35 Euro). Mit den hier im Beispiel genannten bereinigten 173 000 Datensätzen können zusätzliche Spenden in Höhe von 74 390 Euro generiert werden (entgangene Spenden minus Kosten der Adressbereinigung).

Übrigens: Können nicht alle Daten bereinigt werden, zahlen Sie bei einem guten Anbieter nur für die bereinigten Daten und die Kosten reduzieren sich erneut – ebenso wie die Produktionskosten der entsprechend weniger benötigten Mailings. Eine Adressüberprüfung samt Bereinigung dauert nach Abstimmung in der Regel zwei bis vier Arbeitstage.

Christian Vogel ist Solution Manager Postage und Adress-Services. Seit über 15 Jahren ist er im Bereich Logistik und adressierte Zustellung tätig, mit leitenden Positionen im alternativen Postmarkt. Dabei hat er unter anderem den Aufbau regionaler Postgesellschaften begleitet.
▶ www.paragon.world/de

GOB SOFTWARE & SYSTEME
UNITOP FUNDRAISING DIE GANZHEITLICHE LÖSUNG
Microsoft

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

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

Anlass-Spenden und Datenschutz

Warum der Umgang mit Adressen der Spendenden klar geregelt werden muss

Anlass-Spenden, also Spenden, zu denen anlässlich von Jubiläen, Geburtstagen oder auch Trauerfällen aufgerufen wird, spielen im kirchlichen Fundraising eine große Rolle. Viele andere Organisationen in Deutschland haben dieses Fundraising-Instrument längst für sich entdeckt. Auch wenn es zwischenzeitlich in der Pandemie einen Rückgang bei den Kondolenzspenden gab, werden Anlass-Spenden ein wichtiger Bestandteil im Fundraising-Mix bleiben. Dabei gilt es einiges zu beachten.

Von MARCUS DOHM

Neben den reinen Spenden haben Anlass-Spenden eine Reihe von Vorteilen für NPOs. Außenstehende machen Werbung und rufen zu Spenden auf. Eine bessere Empfehlung kann eine Organisation kaum bekommen. Anlass-Spenden bewerben sich beispielsweise bei Traueranzeigen von selbst. Anlass-Spenden führen zu Neuspendern und neuen Adressen. Organisations-Vorstände stehen dem Instrument in der Regel weniger kritisch gegenüber als etwa der Erbschaftskommunikation.

Was tun mit den Adressen?

Ein für Fundraiser besonders spannendes Thema bei Anlass-Spenden ist der Umgang mit den Adressen der Spender. Da für Kirchen zum Teil eigene Datenschutzgesetze und -verordnungen gültig sind, muss dieser Punkt differenziert betrachtet werden. Die Datenschutzverordnung, die für die Ev.-luth. Landeskirche Hannovers gilt, hat zum Thema Anlass-Spenden einen eigenen Absatz und damit Klarheit. Die Weitergabe der Namen, Adressen und einzelnen Spendensummen der Spender an die Aufrufenden oder die Hinterbliebenen ist erlaubt. Für Organisationen, die der DSGVO oder anderen Verordnungen unterliegen, ist der Punkt nicht abschließend geklärt und müsste mit dem zuständigen Datenschutz erörtert werden. Der bei Datenschützern beliebteste, aber fürs Fundraising eher kontraproduktive Weg ist es, keine Daten an die Aufrufenden zu geben. Ein oft begangener Mittelweg ist die Herausgabe der Namen und der Gesamtsumme der Spenden. So wird nicht verraten, was die Einzelnen gegeben haben, aber den Aufrufenden wird klar, was ihr Aufruf erreicht hat. Der dritte Weg, der aus Fundraising-Sicht sicherlich der interessanteste ist, ist die Herausgabe der Namen, Adressen – soweit sie vorhanden sind- und der Einzelbeträge.

Im Vorfeld Klarheit schaffen

Egal, wofür sich die Organisation entscheidet, sie sollte beim ersten Kontakt mit den Aufrufenden vorab bekanntgeben, wie es gehandhabt wird. Das verhindert einen Großteil von Fragen und Enttäuschungen im Nachhinein. Eine gute Praxis beim Herausgeben von Namen ist die Bitte an die Aufrufenden, fehlende Adressen zu liefern.

Das leitet über zu einem weiteren Punkt: Darf oder sollte man die Adressen aus Anlass-

Spenden im Fundraising der Organisation zu einem späteren Zeitpunkt weiterverwenden? Bei Anlass-Spenden kommen meist viele neue Spender zur Organisation, die häufig keine Verbindung zu ihr haben. Die Verbindung besteht zum Anlass und den Aufrufenden. Die Post-Adressen, die die NPO in diesen Aktionen erhält, können im Fundraising eingesetzt werden. Hier spielen weniger der Datenschutz als Ethik oder Fundraising-Gesichtspunkte eine Rolle. Zu einem Dank und einer Zuwendungsbestätigung sollten die Adressen mindestens genutzt werden. Bei der weiteren Verwendung gehen die Meinungen von NPO zu NPO auseinander. Bei einer Kirchengemeinde zum Beispiel ist zumindest ein lokaler Bezug da, überregional lässt sich dieser meist nur über das Thema herstellen. Ob dies für eine weitere Beziehung wirklich trägt, ist unklar. Auch befragte Spender beantworten diese Frage unterschiedlich.

Dank als Anknüpfungspunkt

Der Dankbrief kann genutzt werden, um die Spender zu fragen, ob sie weiteren Kontakt zu NPO wünschen, oder man bietet ihnen hier die Möglichkeit, weitere Kontakte abzuwählen. Auch hier gilt: Egal, welchen der drei Wege eine Organisation einschlägt, er sollte beim ersten Kontakt mit potenziellen Aufrufenden von der Organisation klar kommuniziert werden. Das erhöht die Chancen für einen reibungslosen Ablauf der Anlass-Spende.

Bei den Kirchengemeinden und lokalen kirchlichen Einrichtungen, die ich im Rahmen meiner Tätigkeit begleiten durfte, wurde der mit den Adressen gewählte Umgang mit dem genauen Ablauf und der IBAN sowie einer Ansprechperson in Flyern und auf der Website kommuniziert.

Ein neuer Trend ist das Abwickeln von Anlass-Spenden über digitale Plattformen. Dies ist sicher für viele kleinere Organisationen wegen des geringeren Verwaltungsaufwands interessant. Teilweise stellt sich hier eine neue Herausforderung beim Umgang mit Adressen, da nicht alle Plattformen diese an die NPO weitergeben.

Marcus Dohm ist Diplom-Theologe und Fundraising-Manager. Der gebürtige Lübecker arbeitete nach dem Studium in seiner Heimatstadt in den Bereichen Fundraising, Projektmanagement und Öffentlichkeitsarbeit für Kirche und Diakonie. Danach war er 14 Jahre als Fundraiser in den Kirchenkreisen Burgdorf und Burgwedel-Langenhagen tätig. Seit 2018 ist er Referent für Aus-, Fort- und Weiterbildung im Evangelischen Fundraisingservice im Haus kirchlicher Dienste der Evangelisch-lutherischen Landeskirche Hannovers.
▶ www.kirchliche-dienste.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

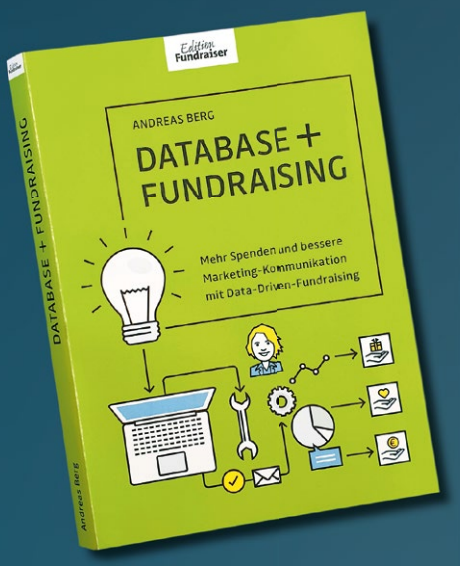
powered by gfs.

www.journeyrocket.de

Was Sie schon immer über

Data-Driven-Fundraising

wissen wollten …



„Jedem (zukünftigen) Fundraiser zu empfehlen“

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

„Eine gelungene Verbindung von Empirie und Erfahrungswissen“

„Schon jetzt ein Standardwerk!“

Jetzt versandkostenfrei bestellen:

shop.fundraising-magazin.de

oder im Buchhandel Ihres Vertrauens

Ein Produkt aus der Edition FUNDRAISING magazin

Fachlektüre, die Spaß macht.

Eine Welt ohne Cookies?

Die Bedeutung von „First Party Daten“ wird zunehmen

Die „cookieless future“ ist seit Monaten in aller Munde. Doch niemand muss Sorge haben, dass es demnächst keine Kekse mehr zu kaufen gibt. Was die technische Umsetzung von Tracking und Conversion-Messung betrifft, müssen sich Organisationen und Unternehmen allerdings umstellen.

Von JÖRG RESCHKE und STEPHANIE SCHMIDT

Um die Daten der Nutzenden besser zu schützen, wurden in den letzten Jahren durch die DSGVO konkrete Vorgaben gemacht, wer welche Daten haben und wie verwenden darf. Denn für die Nutzenden ist die Weitergabe ihrer Daten im Web in der Regel intransparent. Um den Vorgaben der EU zu folgen, müssen Website-Betreiber seit einigen Jahren durch sogenannte Cookie-Banner aufklären und den Nutzenden ermöglichen, der Speicherung ihrer Daten zu widersprechen. Doch sorgen Cookie-Banner nicht unbedingt für eine bessere User Experience (UX), geschweige denn für mehr Sicherheit und Transparenz in der Verarbeitung der Daten.

Die Browserbetreiber haben reagiert und wollen ihren Nutzenden proaktiv mehr Privatsphäre beim Surfen ermöglichen. Daher haben Firefox und Apple bereits „3rd party cookies“ abgeschafft. 2024 wird nun auch Google folgen. Da es mit seinem Betriebssystem insbesondere auch auf Smartphones den größten Nutzeranteil darstellen wird die Abschaffung der „3rd party cookies“ auf seinem Browser zu den größten Veränderungen führen: Organisationen und ihre Agenturen werden ohne Cookies kaum mehr korrekt tracken können, wo ihre Nutzenden und potenziellen Spender herkommen. Anzeigen auf Websites können nicht mehr zielgruppengenau ausgesteuert werden auf Grundlage der Informationen zum Surfverhalten der Nutzenden. War das Ziel der letzten Jahre immer genaueres Targeting und Optimierungen von CTRs (Click-Trough-Rate), so ist die Frage: Wie wird es nach der Abschaffung der Cookies weitergehen?

Zurück zur Gießkanne

Das Anzeigengeschäft über Drittanbieter wird ins Wanken geraten. Weniger Informationen zu Interessen und Verhalten potenzieller Spender führt zu weniger zielgenauen Selektionen und geringeren Klickraten. Damit kehrt das „Gießkannenprinzip“ zurück, und Werbetreibende werden bei Beibehaltung der bisherigen Vorgehensweisen mehr Budget in die Hand nehmen müssen.

Chance, sich neu aufzustellen

Google und Facebook, zwei der großen Anbieter, die zugleich als Datenhalter und als Werbetreibende aktiv sind, erarbeiten Möglichkeiten, um mit Look-Alike-Zielgruppen eine bessere Annährung an die eigenen Spender-Zielgruppen zu erreichen. Das mag Vorteile in der Conversion mit sich bringen, allerdings wird so die Abhängigkeit von den Plattformen erhöht und sind gegebenenfalls steigende Preise zu erwarten,

da sich der Markt konsolidieren wird (Vgl. Google Privacy Sandbox).

Es gibt aber auch Möglichkeiten, um als werbetreibende Organisation nicht untätig zu bleiben und die Auswirkungen der Verluste durch „3rd party cookies“ zu minimieren. Zuerst hilft es wohl, den Blickwinkel zu verändern und das Abschalten der „3rd party cookies“ nicht als Verlust, sondern als Chance zu betrachten. Für die Spender ist es ein wichtiger Schritt zu mehr Datensicherheit und mehr Hoheit über die eigenen Daten.

„First Party Daten“ immer wichtiger

Die Relevanz der Speicherung von „First Party Daten“ wird in jedem Fall weiter zunehmen. Neben den Cookies auf der eigenen Internetseite sind dies insbesondere Daten aus der Interaktion mit Spendern, beispielsweise über Kampagnen-E-Mails und Donor Journeys. Um das Vertrauen zwischen Non-Profit-Organisationen und (potenziellen) Spendern zu stärken, ist es wichtig, zu erklären, welche Daten gesammelt und wozu sie genutzt werden. Als vertrauensbildende Maßnahme kommen beispielsweise Login-Bereiche in Frage, in denen registrierte Spender ihre Daten einsehen und aktualisieren können. Diese Vorgehensweise birgt den Vorteil, dass eingeloggte Nutzer eindeutig identifiziert und die Inhalte der eigenen Internetseite von den Ansprechpersonen bis hin zu den Spenden-Beispielen an das im CRM hinterlegte Profil angepasst werden können.

Eine Welt ohne oder mit weniger Cookies muss keine Katastrophe sein. Den veränderten Rahmenbedingungen für Tracking und Conversion-Messung können Organisationen mit einigen Maßnahmen begegnen. Im Fokus sollten dabei ein ausgeprägtes Bewusstsein für die „First Party Daten“ stehen sowie Strategien, wie sie für eine individualisierte Aussteuerung von Fundraising-Inhalten genutzt werden können.

Jörg Reschke ist Senior Business Analyst bei Capgemini. Der Fundraising-Experte baut den NGO-Bereich bei der IT-Beratung strategisch auf. Er ist Herausgeber des Buchs „Online-Fundraising“ und des Blogs sozialmarketing.de.
▶ www.sozialmarketing.de

Stephanie Schmidt ist Managing Business Analyst bei Capgemini. Sie ist Expertin für Marketing-Automation und betreut Non-Profit-Organisationen und Unternehmen bei der Entwicklung von Donor Journeys.
▶ www.capgemini.com

Wir stehen im Testament!

Beziehungsmanagement mit Nachlass-Spendern

Das Ziel ist erreicht und die Organisation steht im Testament. Spender melden sich, um mitzuteilen, dass sie sich zu diesem Schritt entschlossen haben. Mit der Entscheidung für eine Nachlass-Spende beginnt für Fundraiser und Spender eine neue gemeinsame Beziehungsreise. Welche Möglichkeiten gibt es und worauf sollten Organisationen in der Kommunikation achten?

Von NADINE SHALALA

Idealerweise werden die Stationen der Reise geplant, bevor mit der Akquise von Nachlass-Spenden begonnen wird. Der Anschlusszug soll pünktlich und vom vorgesehenen Bahnsteig abfahren. Aber die Realität sieht oft anders aus. Zumindest der erste Kontaktpunkt sollte feststehen, nachdem sich ein Spender zu diesem Schritt bekannt hat. Das kann ein Anruf oder ein persönlicher Brief sein. Wie die Reise danach weitergeht, kann auch noch definiert werden, wenn der Zug schon rollt. Eine einfache Regel könnte sein, dass jeder Testamentspender mindestens dreimal im Jahr individuell kontaktiert wird, bis die Organisation die Testamentspende erhält. Dabei gilt es, so viel wie möglich über den Spender herauszufinden, um das Zugabteil nach dessen Wünschen einzurichten.

Dankbarkeit und Kommunikation

Aufgabe von Organisationen ist es, Pledgern zu danken und sicherzustellen, dass sich diese gewürdigt und bestätigt fühlen. Aber immer entsprechend deren eigener Vorstellungen. Wünsche nach Anonymität oder zum Informationsturnus müssen anerkannt werden. Über Mailings und jährliche Kampagnen lässt sich die Kommunikation auf die für sie gewohnte Weise beibehalten. Einige werden die jährlichen Zuwendungen sogar erhöhen, denn mit der Entscheidung für eine Nachlass-Spende gehört genau diese Organisation nun für den Spender zu denen für ihn wichtigsten. Und das äußert sich häufig auch in den jährlichen Spendenbeträgen.

Individuelle Ansprüche berücksichtigen

Nicht jede Kommunikation ist für jeden Spender gleichermaßen geeignet, und eine Organisation muss herausfinden, was für ihre Spender relevant und sinnstiftend ist. Weiß ein Fundraiser viel über die Interessen einer Spenderin, kann eine handgeschriebene Notiz mit einem Zeitungsausschnitt zu einem relevanten Thema eine schöne Geste sein. Wobei jedoch immer die Regel sein sollte, die Spender entscheiden zu lassen, wie sie betreut werden möchten. Denn für die meisten ist es die größte Spende, die sie jemals geben werden. Der Großteil der Testamentspender kommt aus dem Klein- oder Mittelspendersegment und ist deshalb Großspenderbehandlung eher nicht gewöhnt. Manchen ist es unangenehm, im Rampenlicht zu stehen und außergewöhnliche Beachtung zu erfahren. Die unterschiedlichen Wünsche der Spender haben dabei sowohl individuelle als auch generationenbedingte Gründe. Ein Weg, Testamentspender enger an die Organisation zu binden, ist, sie nach ihrer Meinung zu fragen, zum Beispiel zur Einführung eines neuen Bindungsinstrumentes.

Symbolische Unsterblichkeit betonen

Eine Testamentspende ist eng verbunden mit der eigenen Biografie und dem Wunsch, mit einer solchen über das eigene Leben hinaus zu wirken. Es ist deshalb wichtig, so eindrücklich und klar wie möglich zu demonstrieren, dass eingehende Testamentspenden die Mission und Vision der Organisation voranbringen, denn dies lässt Spenderinnen sehen, welche Wirkung ihre eigene Spende haben wird, wenn sie selbst aus dem Leben gehen. Dafür eignet sich weniger ein glamouröses Gala-Event als eher ein Nachmittag mit Kaffee und Kuchen, bei dem ein Wissenschaftler den nächsten Durchbruch in der Krebsbehandlung vorstellt – finanziert durch Spendengelder der Organisation. Eine dauerhafte Kommunikation mit den Pledgern signalisiert ihnen, dass die Organisation vertrauenswürdig und die Spende eine gute Investition ist. Es bestärkt sie in der Entscheidung, die Organisation in ihre Nachlasspläne aufgenommen zu haben. Ein Testamente-Newsletter ist dafür ein schönes Beispiel, mit dem sowohl die bereits Entschiedenen als auch diejenigen bedient werden können, die noch überlegen.

Kommunizieren ohne Angst

Die Gefahr, aus dem Testament gestrichen zu werden, ist immer gegeben. Eine als zu gering eingeschätzte Kommunikation ist dafür in der Regel nicht der Grund. Wichtig sind vor allem Integrität und ein transparenter Umgang mit Spendengeldern. Die Testamentspende ist Teil der eigenen Lebensgeschichte und als solche eng mit den Werten der Organisation verwoben. Diese Verbindung geht tiefer und ist unabhängig von Einladungen zu Events oder persönlichen Besuchen. In der Beziehung zu Pledgern sollte deshalb nicht die Angst, sie könnten aus dem Zug aussteigen und ihre Testamentspende zurückziehen, sondern die Möglichkeit im Vordergrund stehen, Vertrauen und schöne Reiseeindrücke zu vermitteln, sodass sich unter Umständen sogar die Nachlass-Spende erhöht.

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".
▶ **www.nadine-shalala.de**

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 · adroit · GALLAFiLZ · NACHLASS-PORTAL.DE · Fundraising Akademie

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

Informationen und Anmeldung
www.fundraising-symposium.de

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

JANUAR

BOOSTcamp Digitalisierung
22.01.–25.01., online
www.d-s-e-e.de

Kommunikationspsychologie als Führungs-Werkzeug
22.01.–25.01., online
www.npo-academy.com

Strategisches Management, Agilität und Management-Modelle in Non-Profit-Organisationen
23.01., Berlin
https://sozialgestaltung.de

Freiwilligenmanagement „kompakt"
23.01.–24.01., online
www.npo-academy.com

Steuercheck für gemeinnützige Einrichtungen
24.01., online
www.vereinsknowhow.de

Public Affairs & Lobbying für Vereine und NPOs
24.01.–25.01., online
www.npo-academy.com

transform_d Digitalkonferenz „Nachhaltig wichtig! Wie wird Ehrenamt zum Klimaretter?"
25.01., online
www.d-s-e-e.de

„Social Media Winter School": Social Media Advertising
25.01., online
www.unionstiftung.de

Die Stiftung – Rechnungslegung und Prüfung
25.01.–26.01., online
www.stiftungsakademie.de

Testamente und Vermächtnisse: Was Vereine, Stiftungen und NPOs für eine rechtssichere Zuwendung beachten müssen
25.01.–26.01., online
www.npo-academy.com

Arbeitskreis Stiftungsprivatrecht
26.01., Berlin
www.stiftungen.org

Change-Prozesse in Vereinen und NPOs zielorientiert und menschlich gestalten
26.01.–02.02., online
www.npo-academy.com

Internationales Verbände-Forum
28.01.–31.01., Saanen
www.vmi.ch

Effektives Schnittstellenmanagement rund um das Fundraising der St. Anna Kinderkrebsforschung
29.01., online
www.wu.ac.at

Die Stiftung: Jahresabschlüsse – Gestaltung und Analyse
29.01.–30.01., online
www.stiftungsakademie.de

Fundraising TAGE
GELSENKIRCHEN
1. FEBRUAR 2024
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Digital Social Summit
30.01., Berlin
https://digital-social-summit.de

DigiSeminar: Haftung und Haftungsbegrenzung ehrenamtlicher Vorstandstätigkeit
30.01., online
www.akademiesued.org

Die Non-Profit-Organisation 2024
31.01.–02.02., Düsseldorf
www.handelsblatt.com

Umsatzsteuer bei Vereinen und Gemeinnützigen
31.01., online
www.vereinsknowhow.de

FEBRUAR

Fundraisingtag NRW 2024
01.02., Gelsenkirchen
www.fundraisingtage.de

„Social Media Winter School": Wwie erstelle ich einen E-Mail-Newsletter für Vereinsmitglieder?
01.02., online
www.unionstiftung.de

Fundraising für Umwelt und Entwicklung: gutes Geld für gute Ideen
03.02., Münster
www.franz-hitze-haus.de

„Referent*in Fördermittelmanagement" (1/3)
05.02.–07.02., Hofgeismar
www.fundraisingakademie.de

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

Zuwendungsempfängerregister – ZER – Erste Praxiserfahrungen
08.02., online
www.dfrv.de

1. Die Fundraiser Gipfeli – Digital Expert:innen zeigen die Bedeutung von KI für Dein Fundraising
16.02., Zürich
www.die-fundraiser.ch

18. Stiftungsrechtstag: „Das neue Stiftungsrecht"
16.02., Ruhr-Universität Bochum
https://zrsweb.zrs.rub.de

Workshop: Digital Fundraising
19.02., online
www.wu.ac.at

Rechnungslegung „kompakt" für Vereine und NPOs
19.02., Berlin
www.npo-academy.com

BOOSTcamp Gesellschaftlicher Zusammenhalt
19.02.–20.02., Neustrelitz
www.d-s-e-e.de

Basiskurs Freiwilligenkoordination
19.02.–21.02., online
www.ehrenamt.de

Zertifikatslehrgang: Finanzen und Controlling in Vereinen und NPOs
19.02.–24.02., Berlin
www.npo-academy.com

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

DigiSeminar: Spendenrecht – steuerliche Regelungen
20.02., online
www.akademiesued.org

Steuerrecht „kompakt" für Vereine und NPOs
20.02., Berlin
www.npo-academy.com

Kompaktseminar „Fördermittel für gemeinnützige Projekte"
20.02.–21.02., online
https://foerder-lotse.de

Nachhaltigkeit im doppelten Sinn – aktuelle Herausforderungen für die Vermögensanlage von Stiftungen
20.02.–21.02., Hannover
www.stiftungen.org

10FF ONLINE FUNDRAISING FORUM 2024
DIGITALE TRENDS UND SPANNENDE CASES FÜR ERFOLGREICHES CROSS-CHANNEL-FUNDRAISING IN D-A-CH
28.02.2024
9:30 – 15:30 Uhr
Design Offices Schanzenstraße, Köln
Vor Ort oder im Stream
AZ fundraising

Organisation des Datenschutzes in Vereinen und NPOs
20.02.–21.02., online
www.npo-academy.com

Sozialwirtschaftliche Managementtagung 2024
21.02., Villingen-Schwenningen
www.swmt.org

Die Immobilie im Stiftungsvermögen
21.02.–22.02., online
www.stiftungsakademie.de

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Vereine und NPOs
21.02.–22.02., online
www.npo-academy.com

Fundraising-Symposium 2024
22.02.–23.02., Frankfurt am Main
wwwfundraising-symposium.de

Individual Major Gifts: Strategic, sustainable, effective – the prime growth area for fundraising
22.02.–23.02., online
www.npo-academy.com

Certificate Course: European Fundraising
22.02.–14.03., online
www.npo-academy.com

Certificate Course: Major Donor Fundraising
22.02.–29.02., online
www.npo-academy.com

Controlling in Vereinen und NPOs
23.02., Berlin
www.npo-academy.com

Investition und Finanzierung in Vereinen und NPOs
24.02., Berlin
www.npo-academy.com

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*.

19. norddeutscher FUNDRAISING tag
4.+5. März 2024 in Hamburg
Agentur koso · Fundraising Akademie
www.norddeutscher-fundraisingtag.de

Social Media Strategien für Vereine und Nonprofit-Organisationen
26.02.–27.02., online
www.npo-academy.com

Corporate Partnerships
26.02.–27.02., online
www.npo-academy.com

DigiSeminar: Update Gemeinnützigkeitsrecht
27.02., online
www.akademiesued.org

Fachtag „Fundraising im Gesundheitswesen" 2024
27.02., Frankfurt am Main
www.dfrv.de

German CRM Forum
27.02.–28.02., Frankfurt am Main
www.germancrmforum.de

Database-Fundraising für Fortgeschrittene
27.02.–28.02., online
www.npo-academy.com

New Work in Vereinen und NPOs
27.02.–28.02., online
www.npo-academy.com

Online-Seminar: Buchführung für Vereine I – Grundlagen der Buchhaltung
28.02., online
www.vereinsknowhow.de

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

Einführung in die KonsenT-Moderation aus dem Organisationsmodell der Soziokratie
28.02.–29.02., Wien
www.wu.ac.at

Legacy Fundraising
28.02.–29.02., online
www.npo-academy.com

Stiftungs-Fundraising: wie Sie erfolgreich Gelder von Stiftungen einwerben
28.02.–29.02., online
www.npo-academy.com

MÄRZ

Vereinsrechtstag
01.03., Frankfurt am Main
www.vereinsrechtstag.de

5. Fachtagung für Frauen*Netzwerke: „Vernetzung. Inspiration. Sichtbarkeit."
01.03., online
https://fachtagung-frauennetzwerke.at

Leaders of Tomorrow: Das Entwicklungsprogramm für Führungskräfte der Zivilgesellschaft
03.03.–08.03., Pfofeld-Langlau, Strandhotel Seehof (bei Nürnberg)
https://de.leaders.ngo

Fundraising Strategy: how to set the path to the future
04.03.–05.03., online
www.npo-academy.com

Norddeutscher Fundraisingtag
04.03.–05.03., Hamburg
www.norddeutscher-fundraisingtag.de

Fundraising-Tagung der Landeskirche Hannovers: Alles auf neu? – Fundraising Future 2024
05.03.–06.03., Rehburg-Loccum
www.loccum.de

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Vereine und NPOs II
05.03.–06.03., online
www.npo-academy.com

Sozialwirtschaftliche Managementtagung 2024
06.03., Mainz
www.swmt.org

Online-Seminar: Buchführung für Vereine II
06.03., online
www.vereinsknowhow.de

Fundraising TAGE
MÜNCHEN
14. MÄRZ 2024
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

CHARITY-DINNER: wie Sie diese erfolgreich planen und Stolpersteine vermeiden
11.03.–12.03., online
www.npo-academy.com

Seminarreihe: Ausstellungen konzipieren, organisieren, und realisieren 2024
11.03.–15.03., Potsdam
www.fh-potsdam.de

Mitteldeutscher Fundraisingtag
12.03., Jena
www.mitteldeutscher-fundraisingtag.de

Kompaktseminar „Fördermittel für gemeinnützige Projekte"
12.03.–13.03., online
https://foerder-lotse.de

Die Steuerklärung bei gemeinnützigen Vereinen
13.03., online
www.vereinsknowhow.de

Online-Fundraising
13.03.–14.03., online
www.npo-academy.com

Steuerrecht „kompakt" für Vereine und NPOs
13.03.–14.03., online
www.npo-academy.com

Basiskurs Freiwilligenkoordination
13.03.–15.03., Berlin
www.ehrenamt.de

Zertifikatslehrgang: Finanzen und Controlling in Vereinen und NPOs
13.03.–14.05., online
www.npo-academy.com

Basiskurse „Fundraising mit Herz und Verstand"
13.03.–07.09., Hannover
www.kirchliche-dienste.de

Fundraisingtag München 2024
14.03., München
www.fundraisingtage.de

Kölner Stiftungsforum der Pax-Bank
14.03., Köln
www.pax-bank.de

Erfolgreich die Nachfolge in Vereinen und NPOs gestalten
15.03.–22.03., online
www.npo-academy.com

Münchner FreiwilligenMesse
17.03., München
www.muenchner-freiwilligen-messe.de

Strategisches Fundraising: von der Fundraising-Strategie zum Fundraising-Konzept
18.03., Köln
www.npo-academy.com

IQ 5. LEIPZIGER NPO-FORUM
Gemeinwohl versus Unternehmerisierung?!
Im Spannungsfeld zwischen sozialer Mission und betriebswirtschaftlichem Handeln
8. Mai 2024, 9³⁰–17⁰⁰ Uhr
Moritzbastei Leipzig
Jetzt anmelden!
www.leipziger-npo-forum.de

Junges Engagement und digitale Freiwilligengewinnung
18.03.–19.03., online
www.ehrenamt.de

Social Return on Investment (SROI) und Wirkungsmessung in Vereinen und NPOs
18.03.–19.03., online
www.npo-academy.com

„Referent*in Fördermittelmanagement" (2/3)
18.03.–20.03., Hofgeismar
www.fundraisingakademie.de

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

Online-Seminar: Spenden – Werbung – Sponsoring
20.03., online
www.vereinsknowhow.de

Steuerrecht „kompakt" für Vereine und NPOs
20.03.–21.03., online
www.npo-academy.com

Datenschutz in Stiftungen
20.03.–21.03., online
www.stiftungen.org

Präsidium/Vorstandsführung
23.03., online
www.vitaminb.ch

Vereinsprojekte erfolgreich managen
25.03., online
www.vitaminb.ch

APRIL

Internationales NPO-Colloquium: NPO im Wandel – Gestaltungsmöglichkeiten in Zeiten des Umbruchs
04.04.–05.04., Frankfurt am Main
www.izgs.de

Noch mehr Termine finden Sie unter
gutes-wissen.org

14. Juni 2024 Wien
Die Konferenz für Changemakers
Alle Infos und Early-Bird-Tickets auf www.changemakers.camp
Jetzt Ticket sichern
CHANGE MAKERS CAMP

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 …

Sozialwirtschaftliche Managementtagung

Villingen-Schwenningen (21. Februar) und Mainz (6. März) sind wieder die Veranstaltungsorte der Sozialwirtschaftlichen Managementtagung im Februar und März. Dieses Mal lautet der Fokus „Zukunft der Sozialwirtschaft: Innovativ. Nachhaltig. Führungsstark". Das bedeutet, dass die Felder HR, Digital Reality, Nachhaltigkeit und Geschäftsmodelle besonders beleuchtet werden.

▶ www.swmt.org

21. Mitteldeutscher Fundraisingtag

„Zivilgesellschaft im Wandel – Herausforderung und Chance für das Fundraising" – mit dieser Keynote von Prof. Dr. Annette Zimmer (Universität Münster) eröffnet der 21. Mitteldeutsche Fundraisingtag am 12. März in Jena. Auch hier steht KI auf dem Programm, unter anderen aber auch Themen wie Datenbanken, Fördermittel, Unternehmenskooperationen und Stressbewältigung für Fundraiser.

▶ www.fundraisingforum.de

1. Die Fundraiser Gipfeli

In der Schweiz gibt es eine neue Veranstaltungsreihe: Die Qmart AG lädt am 16. Februar zum „1. Die Fundraiser Gipfeli" und verspricht dafür mehrere Experten, die an der Pädagogischen Hochschule in Zürich die Bedeutung von KI für das Fundraising beleuchten werden. Vorgestellt werden dabei zwei Erfolgscases von der MS-Gesellschaft und dem Deutschen Tierschutzbund.

▶ www.die-fundraiser.ch/gipfeli-event-ki

BOOSTcamps

Die BOOSTcamp-Formate der Deutschen Stiftung Engagement und Ehrenamt bieten die Möglichkeit, sich in Neustrelitz in den Bereichen gesellschaftlicher Zusammenhalt (19.–20.2.) und Klimawandel (14.–15.3. bzw. 18.–19.3.) weiterzubilden und Fähigkeiten im Change-Management zu entwickeln. Dieses Format ist eine Weiterführung der „transform_D-Digitalkonferenzen".

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

Nächster Kurs: „Leaders of Tomorrow"

Am 3. März startet der nächste Kurs des Entwicklungsprogramms für Führungskräfte in der Zivilgesellschaft in Pfofeld-Langlau bei Nürnberg. Das Programm ist ganzheitlich und als Lern- und Erfahrungs-Prozess angelegt. Es besteht aus vier Phasen, die einen Zeitraum von insgesamt etwa eineinhalb Jahren umfassen. Die Teilnehmer profitieren auch langfristig von einem breiten Netzwerk.

▶ www.de.leaders.ngo/termine

Norddeutsch

Emotionen und biografische Erfahrungen im Fundraising – der diesjährige Norddeutsche Fundraisingtag wird am 4. und 5. März ein besonderes Schwerpunktthema bieten. Denn: Für welches gemeinnützige Anliegen auch immer Menschen spenden, es ist immer ein emotionaler Vorgang. Nur wenn es gelingt, Menschen emotional anzusprechen, werden sie spenden. Hinter den Emotionen können verletzte Werte und biografische Erfahrungen stehen. Ob dies so stimmt und ob nur Menschen einer Organisation spenden, wenn sie biografische Anknüpfungspunkte zu deren Thema haben, wird in Hamburg diskutiert.

19. Norddeutscher Fundraisingtag, 4. und 5. März in Hamburg
▶ www.fundraising-nord.de

Stiftungsrecht

Mit Fokus auf das neue Stiftungsrecht findet am 16. Februar an der Ruhr-Universität in Bochum der diesjährige Stiftungsrechtstag statt. Auf dem Programm stehen Themen wie „Frauen als Stifterinnen: Was Philanthropie beflügelt – was Engagement verhindert“ (Marita Haibach), Auflösung und Aufhebung einer Stiftung und Zweckberücksichtigung bei der Vermögensanlage und beim Empfang von Spenden. Wer sich für stereoskopische Projektgestaltung interessiert, wird ebenso bedient werden: Dabei geht es um tatsächliche oder vermeintliche Spannungsfelder zwischen Stiftungs- und Gemeinnützigkeitsrecht.

18. Stiftungsrechtstag am 16. Februar in Bochum
▶ www.zrsweb.zrs.rub.de/lehrstuhl/uffmann/kommender-stiftungsrechtstag

Sprechstunde: Frag Lucy!

Die Psychologin Danielle Böhle bietet auch in diesem Jahr wieder wöchentlich eine „Fundraising-Gruppensprechstunde“ zu jeweils einem ausgesuchten Fundraising-Thema an. Der maximal 90-minütige Austausch über Zoom beginnt jeweils donnerstags um 10 Uhr. Nach einem kurzen Input können alle Teilnehmenden Fragen aus dem Arbeitsalltag stellen oder eigene Praxisbeispiele vorstellen und diskutieren.

2. März: Alle reden von Wirkung – aber wie kommunizieren?
9. März: Spender:innen wertschätzen
16. März: Jahresberichte – Wie Spender:innen sie wahrnehmen
22. März: Mailing-Mythen – „Traditionen“ auf dem Prüfstand
30. März: Generation Y als Spendenzielgruppe
▶ www.goldwind-bewirken.de/frag-lucy

Das **Fundraising-Symposium** begrüßt Ende Februar an der Goethe-Universität Frankfurt am Main (Foto) Fundraising-Experten auf dem Gebiet der **Testamentsspenden** aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Digitale Service-Angebote werden auch im Fundraising immer wichtiger. Das gilt entsprechend auch für das Einwerben von Testamentsspenden. Wie genau sieht da der Status quo aus? Was ist heute alles möglich, was nicht?

Fundraising-Symposium „Nachlass-Fundraising – Das Erbe für den guten Zweck“ vom 22. bis 23. Februar in Frankfurt am Main
▶ www.fundraising-symposium.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!

Online-Fundraising

Wie Pinterest und Künstliche Intelligenz im Fundraising hilfreich sein können

Zum bereits 10. Mal versammeln sich Ende Februar führende Experten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz in Köln, um Fundraisern spannende Einblicke in die Welt des Online-Fundraisings zu gewähren. In den Design Offices Köln Schanzenstraße präsentieren sie neueste Trends und Best Cases. Die Teilnehmer können sich auf Vorträge aus den Bereichen Social Media, Display, KI und E-Mail-Marketing freuen. Auch wird die Plattform Pinterest auf ihre Möglichkeiten für das Fundraising hin beleuchtet werden.

Wie im Vorjahr wird das #OFF24 als Hybrid-Veranstaltung durchgeführt, sodass die Teilnehmer die Wahl haben, entweder im Stream oder persönlich vor Ort teilzunehmen. Für Vertreter von NGOs bleibt das Event auch weiterhin kostenfrei.

10. Online-Fundraising-Forum am 28. Februar in Köln und im Stream
▶ www.az-fundraising.de/off-2024/

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

Kurzgefasst …

Fundraising für Umwelt und Entwicklung

Unter dem Motto „Give and take: deine Best-Practice-Beispiele im Austausch“ stellen auf der Fundraising-Tagung in Münster am 3. Februar Experten aus der Praxis beispielhaft Projekte für erfolgreiches Fundraising vor. Die Teilnehmenden erhalten einen Einblick in Strategien und gelungene Zielgruppenansprachen. Interaktive Workshops ergänzen das Programm.
▶ www.franz-hitze-haus.de/info/24-221

Datenschutz

Im Online-Seminar „Datenschutz für Vereine und gemeinnützige Organisationen“ erklärt Christian Schlundt am 7. Februar die Hintergründe der DSGVO, welche besonderen Anforderungen diese an Vereine stellt und wie sie korrekt umgesetzt werden kann und muss. Eingeladen sind Vereinsvorstände, interne Datenschutzbeauftragte und Fachkräfte der sozialen Arbeit.
▶ www.ibpro.de

Fundraising-Tagung Loccum

Alles auf Neu? Die Evangelische Akademie Loccum nimmt am 5. und 6. März im Rahmen der 22. Fundraising-Tagung der Landeskirche Hannovers die Werte Zusammenhalt und Solidarität in den Blick. Denn gerade in Zeiten gesellschaftlicher und politischer Herausforderungen haben diese besonders Konjunktur und seien für alle Fundraiser von Bedeutung, so die Veranstalter.
▶ www.loccum.de/tagungen/2409

Münchner Freiwilligen-Messe 2024

Im Neuen und Alten Rathaus findet am 17. März die nächste Münchner Freiwilligen-Messe statt. Der Eintritt ist für Besucher kostenfrei. Auf der Freiwilligen-Messe präsentieren sich viele unterschiedliche Organisationen, Vereine und Initiativen, die konkrete Angebote für ein freiwilliges Engagement zeigen.
▶ www.muenchner-freiwilligen-messe.de

15. Internationales NPO-Colloquium

Erstmalig wird die größte wissenschaftliche Tagung der deutschsprachigen Non-Profit-Forschung und -Praxis vom Institut für Zukunftsfragen der Gesundheits- und Sozialwirtschaft (IZGS) der Evangelischen Hochschule Darmstadt (EHD) ausgerichtet. „NPO im Wandel – Gestaltungsmöglichkeiten in Zeiten des Umbruchs“ heißt es entsprechend am 4. und 5. April in Frankfurt.
▶ www.izgs.de/npo-colloquium-2024

10FF ONLINE FUNDRAISING FORUM 2024

AZ fundraising

Seien Sie dabei – digital oder live vor Ort!

Wir laden Sie wieder herzlich dazu ein, kostenlos* an unserem Online Fundraising Forum teilzunehmen. Freuen Sie sich u. a. auf die folgenden Programm-Highlights:

„Zurück in die Zukunft“ Martin Georgi, Vorsitzender des Deutschen Fundraising Verbandes (DFRV)

„Die Magie der KI im Fundraising entfesseln: Erfahrungen, Geheimnisse und Praxisbeispiele“ Enzo Duit, augedo

„Von Branding und Performance: Die Rolle von Displays im Fundraising“ Thomas Wonnemann, AZ fundraising services

„Zeit für Neues bei der DLRG: E-Mail im Katastrophenfall und mit Pinterest neue Zielgruppen erreichen“ Sarah Pöhler, netspirits | Maximilian Schützdeller, AZ fundraising services

Das komplette Programm sowie weitere Infos zu den Speaker:innen und Vorträgen werden wir zeitnah veröffentlichen.

Wir freuen uns, Sie zu unserem #OFF24 begrüßen zu dürfen.

SAVE THE DATE

28.02.2024

9:30 – 15:30 Uhr

Design Offices Schanzenstraße
Am Kabellager 11, 51063 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

* Für Teilnehmer:innen aus gemeinnützigen Institutionen, Organisationen und Stiftungen ist die Teilnahme kostenlos. Die Plätze vor Ort sind limitiert, also schnell anmelden!

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

„Großspenden können Großes bewirken.“

NEUE AKTUALISIERTE AUFLAGE

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

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

„Hervorragender Praxisbezug durch Beispiele und eigene Erfahrungen der Autoren“

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

Neues im Stiftungsrecht

Durch das Gesetz zur Vereinheitlichung des Stiftungsrechts wird die Stiftung nun rechtlich bundeseinheitlich betrachtet. Ab 2026 wird dann auch das neue Stiftungsregister eingeführt. Die Neuregelungen ändern das Stiftungsrecht grundlegend. Der Bochumer Kommentar ist ein Standardwerk und kommentiert wissenschaftlich fundiert das neue deutsche Stiftungsrecht. Wer Regelungen nicht durchschaut, findet hier praxisnahe Erklärungen. Auch die Regelungen zum Stiftungsregister sind bereits genau erläutert.

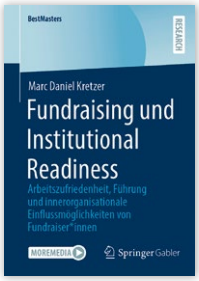
Bernd Andrick, Karlheinz Muscheler, Katharina Uffmann. (Hrsg.) Bochumer Kommentar zum Stiftungsrecht, §§ 80 bis 88 BGB und StiftRG. Nomos Verlag. 2023. 917 Seiten. ISBN: 978-3-8487-8629-9. [D] 159,00 €, [A] 163,50 €, CHF 187,00.

Gemeinnützigkeitsrecht

Die 3. Auflage des Buches kommentiert alle steuerlichen Änderungen, u.a. durch das Ehrenamtsstärkungsgesetz und das Jahressteuergesetz 2022. Sie integriert die aktuelle Rechtsprechung zum Gemeinnützigkeitsrecht und auch die Stiftungsrechtsreform 2023. Damit entsteht ein Kompendium der aktuell sehr dynamischen Diskussion der Gemeinnützigkeit und ihrer steuerlichen Einordnung. Wer wissen will, was man als Verein, Stiftung oder gGmbH kann und darf, findet hier eine Kommentierung von Praktikern mit guten Beispielen.

Stefan Winheller, Stefan J. Geibel, Monika Jachmann-Michel. Gesamtes Gemeinnützigkeitsrecht. Nomos Verlag. 3. Auflage 2024. 2494 Seiten. ISBN: 978-3-7560-0-334-1. [D] 199,00 €, [A] 204,60 €, CHF 278,30.

Bereit für Fundraising?



Es ist zu begrüßen, dass Fundraising wissenschaftlich betrachtet wird. Denn die Datenlage zum Spendenmarkt und die dort agierenden Organisationen ist noch dürftig. Dies hat auch mit der fehlenden Grundgesamtheit zu tun. Niemand weiß, wie viele Organisationen steuerbegünstigt sind und wie viele davon professionelles Fundraising betreiben.

Marc Daniel Kretzer hat im Rahmen seines berufsbegleitenden Masterstudiums an der Fundraising-Akademie eine beachtliche und prämierte Masterarbeit vorgelegt. Die zugrunde liegende Umfrage mit 1111 Befragten aus NPOs ist schon einzigartig. Trotzdem ist seine Schlussfolgerung der Repräsentativität für den DACH-Raum diskussionswürdig. Denn ohne Grundgesamtheit sind Ergebnisse kaum zu verallgemeinern oder mit anderen Studien zu vergleichen, was im Buch öfter vorkommt. Das ist aber der einzige Kritikpunkt. Die Ergebnisse der Befragung sind für den Sektor zweifellos ein Benchmark, wie bereit man als Organisation für Fundraising ist. Inklusive Alarmzeichen: Mehr als 27 Prozent der Befragten leisten unbezahlte Überstunden und ehrenamtliche Führung genießt keinen guten Ruf unter den Fundraising-Profis.

Kretzers Analyse zeigt, dass es eher Fragen von Ausstattung und einer fundraisingaffinen Führung sind, die eine Zufriedenheit im Berufsfeld Fundraising erzeugen. Viel wichtiger ist aber, dass er mit seiner Analyse die enorme Motivation der Menschen in diesem Beruf eingefangen hat, die gerne an besserer Institutional Readiness arbeiten wollen.

Matthias Daberstiel

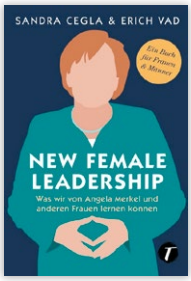
Marc Daniel Kretzer. Fundraising und Institutional Readiness. Verlag Springer Gabler. 2023. 188 Seiten. ISBN: 978-3-658-41-841-0. [D] 69,99 €, [A] 72,50 €, CHF 97,5.

Klimaschutz

Jeder kann etwas tun, das haben wir inzwischen begriffen. Strom sparen, bewusster, reduzierter Konsum und so weiter. Es gibt jede Menge Ansätze, den Klimaschutz zu unterstützen. Gabriel Baunach allerdings ist der Meinung, dass es mit einem Klein-Klein nicht gemacht ist. Stattdessen plädiert er für einen strukturellen und systemischen Wandel, der aber eben trotzdem den Einzelnen nicht aus der Verantwortung entlässt. Es geht dem Autor darum, dass das Vermeiden von Plastiktüten zwar schön und gut sein mag, aber angesichts der tatsächlichen Lage schlichtweg nicht ausreicht, wenn wir das Ruder noch rumreißen wollen, bevor es zu spät ist. Dafür will er seine Leser zu Multiplikatoren machen. Bildlich gesprochen sollen wir alle unseren CO_2-Fußabdruck reduzieren, indem wir unseren Handabdruck vergrößern. Das sieht er in einem gesellschaftlichen Engagement eher machbar als im privaten Rahmen zuhause auf dem Sofa. Man könnte auch einfach von wirksamerem Engagement sprechen.

Gabriel Baunach. Hoch die Hände Klimawende.
Edition Michael Fischer. 2023. 304 Seiten.
ISBN: 978-3-74591-842-7.
[D] 18,00 €, [A] 19,00 €, CHF 25,15.

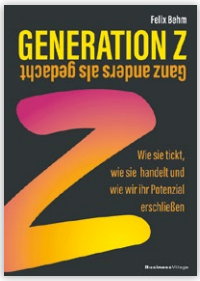
Die Zukunft ist weiblich?



Die Frauenquote in Führungspositionen ist im Prinzip nichts, worüber man sich freuen sollte. Schließlich wäre es viel besser, wenn Frauen „automatisch“ stärker an Führungsaufgaben beteiligt wären. Sind sie aber eben nicht. Woran das liegt, befragt dieses Buch unter anderem und wendet sich dabei explizit an Frauen und Männer. Das besonders spannende an diesem Buch ist die Tatsache, dass es keine Art von wissenschaftlichem Beitrag sein will. Vielmehr speist sich der Fokus aus den Hintergründen der beiden Autoren: Sandra Cegla ist Kriminalkommissarin und Stalking-Expertin. Erich Vad ist Brigadegeneral a. D. und hat viele Jahre als Berater Angela Merkels gearbeitet. Das bedeutet, dass sie keinen Leadership-Ratgeber vorgelegt haben, der mit Schritt-für-Schritt-Anleitungen aufwarten würde. Vielmehr blicken sie tief in die Psyche und in die Biografien von Frauen, aber eben auch von Männern. Und das ist stellenweise nichts für Zartbesaitete.

Sandra Cegla, Erich Vad. New Female Leadership.
Was wir von Angela Merkel und anderen Frauen lernen können. Verlag Topicus. 2023. 418 Seiten.
ISBN: 978-2-49671-205-6.
[D] 11,99 €, [A] 12,40 €, CHF 16,75.

Generation Z



Die Sache mit den Generationen ist gar nicht so einfach. Sind „heutige“ Generationen tatsächlich „speziell“? Sind sie tatsächlich „anders“ als vergleichbare aus anderen Zeiten? Und wieso ranken sich um Generationen wie die Z genannte so viele Mythen und Vorurteile? Wer sich das fragt, tut das in der Regel, weil es gilt, die richtigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für ein Team zu rekrutieren. Dabei ist auch soziales Engagement ein Aspekt, der nicht außen vor gelassen werden darf, weil er durchaus eine Rolle für die Generation Z spielt. Dabei kann es allerdings nicht darum gehen, eine keineswegs homogene Kohorte zu „knacken“. Vielmehr ist entscheidend, die eigenen Werte und das eigene Verhalten zu reflektieren, statt wahrgenommene Phänomene abzuurteilen. Das bedeutet allerdings Veränderung. Kann sich jeder gut vorstellen, in einer Organisation, egal welcher Größe, komplett eine Kultur des Duzens zu etablieren? Das hinterfragt Werte. Und darum geht es.

Felix Behm. Generation Z. Ganz anders als gedacht.
Verlag Business Village. 2023. 252 Seiten.
ISBN: 978-3-86980-715-7.
[D] 24,95 €, [A] 26,50 €, CHF 34,85.

Zugang zu über 750 Förderquellen

Fördermittelführer 2023/2024

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

Versandkostenfrei direkt beim Verlag bestellen:
www.foerdermittelfuehrer.de
Tel: 09874 -322 516
E-Mail: shop@foerder-lotse.de
Oder im Buchhandel: 978-3-9822148-1-8

Förderlotse Torsten Schmotz

Inklusive 90 Tage Zugang zur Online-Version mit regelmäßigen Fördernews
www.foerdermittelfuehrer.de

Wandel gestalten

Von Zeiten multipler Krisen ist oft die Rede. Und KI soll es richten? Wird sie nicht. Das können wir nur selbst tun, und zwar gemeinsam, im Füreinander. Deshalb eben auch der Titel „Soziale Innovationen". Dafür stellt das Buch verschiedene Best-Practice-Konzepte und -Projekte vor. Das ist zum einen der Bereich der Landwirtschaft, in dem ein Gemeinschaftsprojekt zukunftsfähigen Gemüseanbau erprobt. Es verwundert kaum, dass Kooperativen hier besonderes Augenmerk bekommen. Da darf auch das Konzept der Gemeinwohlökonomie nicht fehlen. Trotzdem steht der Mensch als Akteur im Mittelpunkt, inklusive aller Schwächen. Deshalb ist ein Abschnitt auch psychischen Belastungen gewidmet.

Das Ganze kommt ohne Grafiken und Zahlenkolonnen aus. Vielmehr geht es darum, überhaupt zu zeigen, was soziale Innovationen denn sind und wozu wir sie brauchen.

Michael Wunsch, Birgit Heilig (Hrsg.). Soziale Innovationen. Lösungen, wie wir sie heute wirklich brauchen. Verlag oekom. 2023. 176 Seiten. ISBN: 978-3-98726-047-6. [D] 24,00 €, [A] 25,50 €, CHF 33,55.

Auf Wellenlänge

Fundraising ist Friendraising – so abgeschmackt das auch klingen mag, es bleibt einfach eine Tatsache. Fundraiser wollen Menschen für eine Idee gewinnen. Anders formuliert: Es geht um Verbindungen. Wie aber kann man Aufmerksamkeit in einer Zeit vermitteln, die als schnelllebig und digitalisiert gilt? Die Formel „to feel seen, to feel heard", die in den sozialen Medien so gern verwendet wird, zeigt unser aller Bedürfnis nach solchen Verbindungen. Autor Sören Flimm weiß, dass es für das Entstehen der richtigen Schwingungen zuallererst uns selbst braucht. Wir müssen bei uns anfangen. Es geht darum, etwas zu geben. Und das entsteht durch eine entsprechende innere Haltung. Flimms Verweis darauf, dass das nichts mit Harmonie zu tun hat, zeigt die Komplexität seines Ansatzes. Und den kann man üben. Schon kleine Bemühungen verbessern ein Miteinander, wie einfach mal mehr zuzuhören als zu reden.

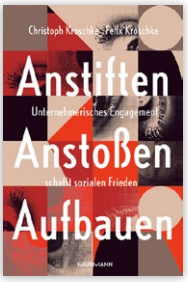
Sören Flimm. Resonanz. Menschen verstehen, bewegen, gewinnen. Verlag Business Village. 2023. 192 Seiten. ISBN: 978-3-86980-698-3. [D] 24,95 €, [A] 26,50 €, CHF 34,85.

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.QISH.DE

Q!SH Qualitätsinitiative Straßen- und Haustürwerbung

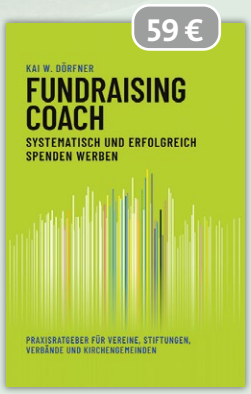
Stiftungs-Engagement



Die Akteure des Dritten Sektors allein werden es nicht schaffen, die Vielzahl der gesellschaftlichen Herausforderungen zu bewältigen. Das müssen sie auch nicht. Die Privatwirtschaft ist mit eigenen Initiativen genauso gefragt. Deshalb wendet sich dieses Buch auch an den unternehmerischen Mittelstand. Verantwortung ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Einen möglichen Weg sehen die beiden Autoren im Stiften. Und das nicht von ungefähr: Die beiden sind Vater und Sohn und selbst als Stifter tätig. Sie sind nicht nur mit unternehmerischer Verantwortung vertraut, sondern ebenso mit dem Stiftungswesen. Das bedeutet auch, dass sie nicht in der Stiftungsform allein einen Segen für die Gesellschaft sehen. Es kommt ihnen auch ganz klar darauf an, wie eine Stiftung geführt wird. Effizienz und Good Governance sind ihnen keine Fremdwörter. Mit ihrer differenzierten Darstellung eines erfolgreichen Stiftungsmodells, das im Übrigen auch Verbrauchsstiftungen nicht ausschließt, wollen sie Mut machen, einen Beitrag zur Gestaltung einer zukunftsfähigen Gesellschaft zu leisten.

Christoph Kroschke, Felix Kroschke. Anstiften, Anstoßen, Aufbauen. Unternehmerisches Engagement schafft sozialen Frieden. Verlag Murmann. 2023. 200 Seiten. ISBN: 978-3-86774-757-8. [D] 29,00 €, [A] 30,50 €, CHF 39,95.

Neues und Gutes aus dem FUNDRAISING magazin SHOP

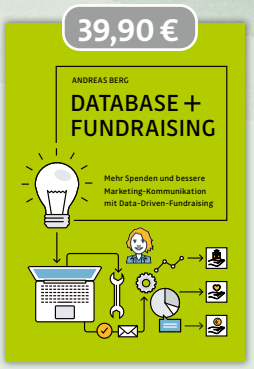


FACHBUCH
Fundraising Coach
von Kai W. Dörfner

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: Susanne Prochnow war

„Erinnert ihr euch an eure erste Spende?“ Das ist die Frage, mit der Susanne Prochnow gern in Gespräche einsteigt. Denn dass Fundraising nichts Abstraktes ist, sondern etwas Persönliches und Alltägliches, bringt sie damit Kolleginnen und Kollegen aus anderen Abteilungen nahe. „Darum ist es auch so wichtig, dass wir von Mensch zu Mensch reden. Wir wollen alle keine Briefe von unseren Lieblingsorganisationen erhalten, die so klingen, als hätte das Finanzamt sie geschrieben“, sagt die Fundraising-Quereinsteigerin. Sie hat Europäische Betriebswirtschaft in Landshut und Cambridge studiert und nach ihrem Studium zehn Jahre in den USA und anschließend drei Jahre in Indien gelebt. Dort war sie in mehreren Gremien tätig und ist „irgendwie immer ins Fundraising gerutscht“, wie sie sagt. Abgesehen von den üblichen Vereinsfundraisingaktivitäten hat sie vor allem die in den USA sehr beliebten Spendengalas inklusive Tombola und Auktionen organisiert.

Nach ihrem Umzug in die Schweiz hat sich die Mutter von drei Töchtern dann dem hauptamtlichen Fundraising zugewandt. Bei Vier Pfoten fand sie eine Festanstellung im Public Fundraising. „Ich wusste, ich war in meinem Traumberuf angekommen. Um mich breit aufzustellen, habe ich dazu noch an der ZHAW Winterthur das Diplom ‚Fundraising Management‘ abgeschlossen.“ Bei Save the Children war sie dann für Donor Development und Erbschaftsmarketing verantwortlich und hat mit ihrem Team den Schweizer Dialogmarketing-Preis „Letter of Distinction“ für einen Spendenbrief zu einer Kampagne gegen Kinderarbeit gewonnen, worauf sie besonders stolz ist.

Seit zweieinhalb Jahren arbeitet Susanne Prochnow nun als Verantwortliche Public Fundraising bei Fragile Suisse. Der Verein setzt sich als Patientenorganisation für Menschen mit Hirnverletzung und deren Angehörige ein. „Wir setzen alles daran, dass Menschen mit einer Hirnverletzung geholfen wird und dass sie nicht alleine sind. Diese Motivation spüre ich tagtäglich in meiner Arbeit.“

▶ www.fragile.ch

1. Was wollten Sie als Kind werden?

Ich wollte Klarinette studieren. Aber nach einem Zwischenjahr jobben in Dublin habe ich mich für Betriebswirtschaft entschieden. Das passt eigentlich besser – ich bin eher der pragmatische Typ.

2. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Alle Anglizismen. Vor allem die, die absolut passende deutsche Wörter ersetzen. Noch dazu, wenn sie dann im Englischen etwas ganz anderes bedeuten. Zum Beispiel: „Beamer“ heißt auf Englisch „Projector“. Das kennen wir doch? Und im Englischen bedeutet Beamer BMW.

3. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Nachhaltige Stadtentwicklung, denn immer mehr Menschen leben in urbanen Zentren.

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

Zu dieser Zeit war mein prägendstes Erlebnis der Fall der Berliner Mauer. Ich habe am 10.11.89 auf der Mauer vor dem Brandenburger Tor getanzt, war aber nie Mauerspecht. Ich würde meinen Hammer einpacken und das nachholen.

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

Allen unseren F2F-Agentinnen und -agenten, die tagtäglich hart daran arbeiten, Menschen anzuwerben, die unsere Mission unterstützen. Ich bin immer wieder von ihrem Wissen über die gute Sache und ihre Begeisterung dafür beeindruckt.

nie Mauerspecht

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

Kennen Sie jemanden, der einen Schlaganfall erlitten hat?

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

... sind teure Autos.

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

In die Welt eines Buches eintauchen. Ich bin in einer Lesegruppe, die sich jeden Monat trifft und ein Buch bespricht.

9. Worüber können Sie lachen?

Über die lustigen Reels, die mir meine Tochter auf Instagram schickt.

10. Wann reißt Ihr Geduldsfaden?

Wenn andere Abteilungen beim Fundraising reinreden wollen. Ich sage ja auch meinem Klempner nicht, wie er seine Arbeit machen soll.

11. Was war früher besser?

Handschriften! Erfreuen wir uns nicht alle an den schönen Handschriften der älteren Generation?

12. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

In meiner Heimatstadt Berlin. Dort kann ich richtig auftanken: Es gibt so viel zu tun. Sogar ich entdecke immer wieder Neues.

13. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Sie war begeisterungsfähig und immer bereit, sich einzusetzen. Wenn Hilfe gebraucht wurde, war sie mit dabei.

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

... meine aktive Teilhabe an der Welt.

Wollen auch Sie diesen Fragebogen ausfüllen?

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

Damit Sie Gutes tun können, geben wir unser Bestes

Mit unserer Kommunikations- und Fundraising-Software Enterbrain bieten wir seit fast 30 Jahren ein multifunktionales Tool zur Verwaltung von Mitgliedern und Spendern, das speziell auf Hilfsorganisationen, Verbände, Kammern und Vereine ausgerichtet ist. Unser erfahrenes Service-Team übernimmt mit großer Empathie und Leidenschaft auf Wunsch auch alle administrativen Aufgaben und bietet vielfältige Service-Dienstleistungen.

Ausgezeichnete Sicherheit

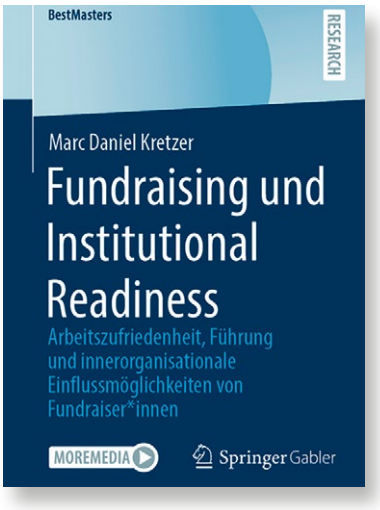
Enterbrain ist als einziger der Branche ISO/IEC 27001 zertifiziert.

www.enterbrain.eu

Die Software- und Servicespezialisten für Ihre Non-Profit-Organisation

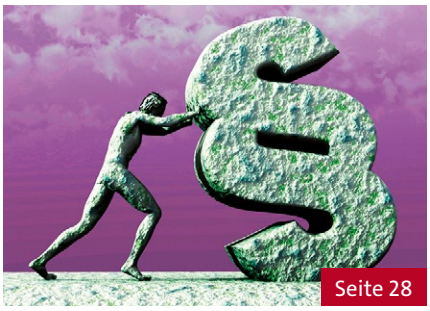
ENTERBRAIN

Wissen testen und gewinnen



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

Wer lesen kann, ist klar im Vorteil – so heißt es. Deshalb stellen wir Ihnen regelmäßig neue (Fach-)Bücher vor. Und die geben wir gerne an Sie weiter. Diesmal verlosen wir unter allen richtigen Einsendungen des Lösungswortes dieses Gewinnspiels fünf Exemplare des Buches „Fundraising und Institutional Readiness“ von Marc Daniel Kretzer, welches wir auf Seite 90 dieser Ausgabe vorstellen. Viel Spaß!



1 Neues Jahr, neue Gesetze und Bürokratie. Was ist ab 2024 in Deutschland für alle Gemeinnützigen Pflicht?

BA) Jahresspendensummendeckel
BE) Zuwendungsempfängerregister
BU) Großspendensondervermögen

2 Wer eine Stiftung gründet, will meistens langfristig wirken. Doch welche Stiftung ist nicht auf Dauer ausgelegt?

GI) Verbrauchsstiftung
SI) Treuhandstiftung
RI) Unternehmensstiftung

3 In diesem Jahr wird auch Google die Cookies abschaffen. Aber nicht alle Cookies! Welche sind gemeint?

LL) 1st-Date-Cookies
MM) 2nd-Birthday-Cookies
NN) 3rd-Party-Cookies

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 29. Februar 2024. Viel Glück!

mantau!
Der Gruppenmanager

Spart einfach Zeit & Arbeit im Haupt- und Ehrenamt

Für ein besseres, digitales Miteinander

- Gruppen, Untergruppen
- Messenger
- Online-Speicher
- Terminplaner
- Umfragen, Formulare, ...
- Videokonferenz
- Persönliche Beratung & Support

Ideal als Ersatz für WhatsApp-Gruppen. Oder als Ergänzung.

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

DEVELOPED BY EXEC IT SOLUTIONS

DEUTSCHER
FUNDRAISING
KONGRESS

2024

3.–5. Juni
MOA Berlin

JETZT
TICKET
SICHERN

www.dfrv.de/dfk

Empowering-Experte Fabian F. Fröhlich nutzt die Macht der positiven Sprache

Deutschland hat gewählt! Nein, keine neue Bundesregierung – das Wort des Jahres 2023. Es heißt so, wie sich das ganze Jahr angefühlt hat: Krisenmodus. Sie sagen, ich übertreibe? Naja, nennen wir die Dinge doch beim Namen. Ach nö? Marketingmäßig ist das eher ungünstig? Semi-optimal für SEO? Okay, dann natürlich nicht. Unsere schöne Sprache bietet ja genug Möglichkeiten und man soll ja auch immer zuerst das Gute betonen, bevor man kritisiert.

Zum Beispiel ist es ja derzeit en vogue, Menschen mitzunehmen auf eine Reise. Sie immer wieder mit wegweisenden Lösungen zu überraschen und dafür gern die Extra-Meile zu gehen. Denn das ist der Game Changer, der zu echtem Impact führt. Dies gelingt durch gelebte Selbstwirksamkeit gepaart mit Transparenz. Sind Sie bereit für diese Transformation? Oder fehlt es Ihnen noch an der notwendigen Multiperspektivenstruktur?

Dazu hatte ich neulich in der Mittagspause ein interessantes Gespräch mit einem Banker. Also dem Typen, der den ganzen Tag auf der Bank vorm Kiosk sitzt. Er hat – und das finde ich herausragend und beinahe inspirierend – eine ausgeprägte Handlungsfolgenabschätzungskompetenz. Er sagt zum Beispiel solche weisen und wegweisenden Sätze wie diesen: „Wem Dinge beim ersten Mal selten gelingen, der sollte Abstand nehmen vom Fallschirmspringen."

Leider sind nicht alle Leute so reflektiert. Meine These ist ja, dass durch den massiven Konsum von … nicht Weed! … Social Media, also dass es dadurch bei einigen zu Shrinkflation im Gehirn kommt. Der Mangel an Inhalt wird durch eine alternative Verpackungswahrheit kompensiert. Bei anderen ist das Gehirn noch immer originalverpackt. Ich bin mir nicht sicher, was besser ist.

FUNDRAISING magazin

Branchen-Magazin für Sozialmarketing
Spenden | Vereine | Stiftungen

ISSN 1867-0563 | 19. Jahrgang

Redaktionsschluss dieser Ausgabe vom 22.01.2024 war der 13.11.2023.

Termine und Themenplan für zukünftige Ausgaben unter https://termine.fundraising-magazin.de

Fachbeiträge: Unser Magazin steht interessanten Beiträgen mit dem Fokus Fundraising immer offen. Bitte nehmen Sie Kontakt mit uns auf per E-Mail an redaktion@fundraising-magazin.de

Abonnement: Das Fundraising-Magazin gibt es nicht am Kiosk, nur exklusiv beim Verlag unter www.abo.fundraising-magazin.de
Fragen an: service@fundraising-magazin.de

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

Anzeigen-Werbung:
Matthias Daberstiel (verantwortlich)
matthias.daberstiel@fundraiser-magazin.de
Telefon: +49 (0)3 51 8 76 27-80,
Fax: +49 (0)3 51 8 76 27-79
Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 17 vom 01.11.2023

Druck:
Silber Druck GmbH & Co. KG, 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.

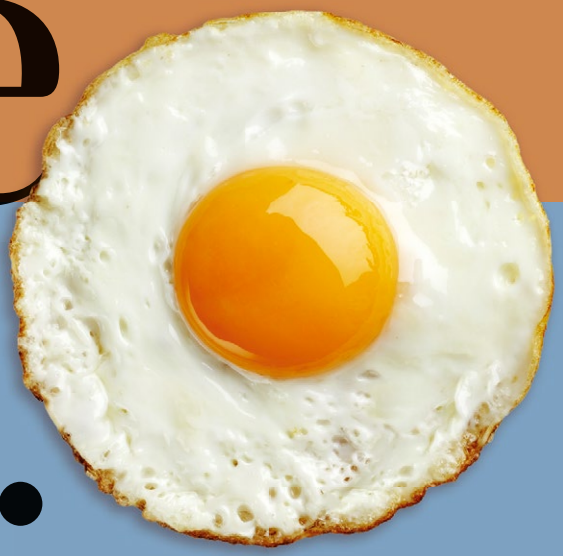
Fotonachweise:
Titelseite: Sunny studio@AdobeStock | S. 4, 20, 21, 22, 26, 28: Vadym@AdobeStock | S. 5 & 16: Susanne Einzenberger (STAMPFER) | S. 5 & 40: UNICEF/UN0504708/Chiolo (KRÄMER) | S. 5 & 94: Klaus Boese (PROCHNOW) | S. 6 René Grodde/atri.eu (DABERSTIEL) | S. 8: Manfred Gegner | S. 10: Jacek Stankiewicz | S. 13: PrettyVectors@AdobeStock | S. 24: Nuthawut@AdobeStock | S. 31: Fundraising-Verband Austria | S. 32: Paul Glaser (STEHFEST) | S. 38: Johannes Hloch (GROSSES BILD) | S. 39: Magdalena Lechhab | S. 44: Julian Konrad (GROSSES BILD), Luise Burkhardt/Bundesverband Deutscher Stiftungen (BUCHCOVER), René Grodde/atri.eu (NITZSCHE) | S. 46: Bits and Splits@AdobeStock | S. 47: Sebastian Dorbrietz | S. 48: Natasha Vicars | S. 50: smth.design@AdobeStock | S. 51: Luka Oleksyshyn (WEBER) | S. 56: Jan Riedel (MENGER), Remo Naegeli (FRISCHKOPF), Achim Pohl/Adveniat (MAIER) | S. 57: Mauro Bedoni / Save the Children (ROACH) | S. 58: Paul Kulec/HBF (TUCZKA & BRUNNER), Bernd Hofmeister/ Caritas Österreich (TÖDTLING-MUSENBICHLER), Christoph Schiele/CliniClowns Austria (RADINGER) | S. 59: faceland (ERNST), Peter Gwiazda (LEHNER) | S. 62: Viktoria Kühne | S. 72: freshidea@AdobeStock | S. 74: Volodymyr | S. 76: Gina Sanders@AdobeStock | S. 77: Olaf Kühl/artismedia GmbH | S. 78: Matthias Buehner@AdobeStock | S. 80: chones@AdobeStock | S. 81: Andi Weiland (RESCHKE) | S. 81: Stefan Specht (SHALALA) | S. 87: Paul Glaser | S. 96: jro-grafik@AdobeStock (PARAGRAF, 28), Brian Jackson@AdobeStock (KALENDER, 46), Nicole@Pixabay (COOKIES, 80) | S. 98: oza@fotolia.com | alle anderen PR / Archiv / privat

Für die Herstellung des Fundraising-Magazins wird Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft verwendet.

MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C044084
www.fsc.org

In Zusammenarbeit mit der Fundraising Akademie

Ab in die Mitte.



Wir heben Ihr Mid-Level-Fundraising auf die nächste Stufe.

Gönnen Sie Ihren Mid Level Donors das Gelbe vom Ei: Mit hochwertiger, individueller Ansprache wird nachweislich mehr gespendet. Wir sorgen dafür, dass die Wirtschaftlichkeit dabei nicht auf der Strecke bleibt.

Neugierig?

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

fundango
Fundraising ist mehr

2024

Frohes neues Jahr!

Wir wünschen Ihnen und Ihren Liebsten ein gutes und gesundes neues Jahr! Möge 2024 voller Erfolge und bedeutungsvoller Momente sein – auch für Ihre Organisation. Und wenn Sie sich dabei nicht nur auf das Glück verlassen wollen, dann melden Sie sich bei uns: Gemeinsam bringen wir Ihr Fundraising auf Zukunftskurs. Wir freuen uns auf Ihre Nachricht!

adfinitas

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